

RENCONTRES DU TOURISME

Les activités et les loisirs, leviers de l'économie touristique d'une destination

- » Le secteur des loisirs : attraction et dynamisme
- » Quelles sont les attentes clients ?
- » La digitalisation : l'incontournable !
- » Quels outils pour avoir des résultats ?

82





Les données chiffrées

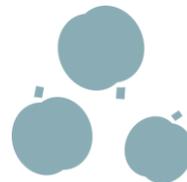


- **L'économie des loisirs** en France pèse lourd dans la balance
- Une **croissance constante**
- **Soutient aux entreprises locales**
- **Le tourisme est un pilier de l'économie des loisirs**
- Atout France a révélé que **l'industrie des loisirs soutient les emplois directs**

**100
milliards €**
**de dépenses
annuelles**

8%
**du budget des
ménages français**

**1,5
million**
d'emplois directs





Mais pour le Tarn-et-Garonne, quant est-il ?



Fréquentation dans les sites et monuments du Tarn-et-Garonne en 2024



437 759
visiteurs

↑ Hausse
de 4,7 % / 2023



+ 0,3%
d'entrées dans les
sites de visite

268 743 entrées en 2024
contre 267 910 en 2023



+ 12,9%
d'entrées dans
les musées

127 174 entrées en 2024
contre 112 661 en 2023



+ 11,2%
d'entrées dans
les châteaux

41 842 entrées en 2024
contre 37 623 en 2023

Top 10 des sites

1. **Musée Ingres** > 67 882 visiteurs
2. **Cloître de Moissac** > 60 678 visiteurs
3. **Châteaux de Bruniquel** > 34 622 visiteurs
4. **Péniche Musée Altair** > 22 807 visiteurs
5. **Abbaye de Beaulieu** > 22 545 visiteurs
6. **Abbaye de Belleperche** > 19 878 visiteurs
7. **Centre du patrimoine** > 17 806 visiteurs
8. **Le Petit Paris** > 15 761 visiteurs
9. **Eglise Lachapelle** > 15 181 visiteurs
10. **Grotte du Bosc** > 13 013 visiteurs





Fréquentation des festivals et animations en 2024

Top 10 des événements les + fréquentés

1

Tractomania
35 000 visiteurs

2

Les Diagonales
25 700 visiteurs

3

**Fête Foraine les
400 coups**
25 000 visiteurs

4

**Senteurs et
Saveurs**
25 000 visiteurs

5

**Montauban en
Scène**
24 624 visiteurs

6

**Lettres
D'Automne**
16 933 visiteurs

7

Noël en Cirque
15 000 visiteurs

8

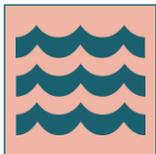
**Bienvenue à la
Campagne**
15 000 visiteurs

9

**Fête de la
Châtaigne**
11 000 visiteurs

10

**Carnaval de
St-Nicolas**
10 000 visiteurs



Fréquentation des lieux de baignade et activités nautiques en 2024



274 792
entrées totales*

111 059 entrées
dans les piscines

163 733 entrées
dans les bases de loisirs

40%

de la fréquentation
des lieux de baignades



60%

de la fréquentation
des lieux de baignades

Top 5 des lieux de baignade et activités nautiques

1. **Piscine Montauban Ingréo** > 59 787 entrées
2. **Base des 3 lacs Monclar-de-Quercy** > 58 080 entrées
3. **Base de loisirs Saint-Nicolas-de-la-Grave** > 42 284 entrées
4. **Base de loisirs Molières Le Malivert** > 21 150 entrées
5. **Centre aquatique Conflu'O** > 18 171 entrées

Autres activités nautiques et sports de grimpe

Canoë / Accrobranche / Escalade

59 586
visiteurs*

* 7 répondants à l'enquête



Le secteur des loisirs

**Une filière source de
dynamisation des territoires
et d'attractivité des
clientèles touristiques**



La place privilégiée qu'occupent les loisirs dans le paysage touristique

Depuis quelques années le secteur des loisirs connaît une **montée en puissance du tourisme de proximité** et de **fortes mutations**. Impacté comme les autres filières touristiques par les **évolutions sociétales** il est influencé par les **nouvelles attentes des clientèles** :

- **pratique d'activités davantage respectueuses de l'environnement**
- **sensibilité pour l'inclusion**
- **besoin de partager des expériences**
 - ➔ des loisirs davantage basés sur l'écotourisme,
 - ➔ des activités indoor ou outdoor innovantes, inclusives et à forte valeur ajoutée.

Au même titre que la restauration il a deux clientèles principales :

les résidents locaux

les touristes

➔ **La filière des loisirs enrichie donc l'expérience tant des habitants que des visiteurs.**



La diversification des offres de loisirs, un moteur de dynamisme pour les destinations touristiques



Des concepts novateurs

- des activités indoor nouvelle-génération
- des bases nautiques modernes à l'offre multi-activités
- des prestations annexes qualitatives (offre de petite restauration, d'hébergement ou encore d'évènementiel)

L'objectif

- Attirer un public varié
- Dynamiser l'économie locale en stimulant le commerce
- Augmenter l'attractivité d'une destination.

Une offre touristique enrichie et innovante

Favorise l'augmentation de la fréquentation de nouvelles clientèles

→ celles se déplaçant spécifiquement pour une typologie d'équipement

→ les clientèles de proximité issues des territoires limitrophes.





Quelles sont les attentes clients ?



**Une offre
4 saisons**



**Demande croissante pour
des activités accessibles
toute l'année**

**Des loisirs
durables**



**Sensibilisation
écologique**

**Préservation de
l'environnement**



**Meilleure gestion
des ressources
naturelles**

**Valoriser les atouts et le
patrimoine naturel local**



Les attentes du public : vers une offre de loisirs adaptée, qualitative et sécurisée

La qualité des services

La sécurité

82

L'originalité des activités

La digitalisation du parcours client avec la vente en ligne



La personnalisation de l'accueil

Des offres flexibles et renouvelées régulièrement



Les activités et loisirs qui ont le vent en poupe

LE 199

ENTRE AMIS, EN FAMILLE OU EN GROUPE



TOHUBOHU
PARC D'ATTRACTIONS FAMILIAL

Le PARC DE JEUX pour enfants

parctohubohu.com



**UP'N
JUMP**
TRAMPOLINE PARC

Sautez, riez en défiant la gravité !

upnjump.fr



**PRISON
ISLAND**
- Montauban -

Saurez-vous relever les défis ?

prisonisland-montauban.fr



QUIZBOX
MONTAUBAN ALBASUD

Le JEU TV grandeur nature !

quizbox-montauban.fr

Parcs de loisirs multi-activités
(trampoline, escalade,
réalité virtuelle...)

Parcs indoor
pour enfants

Activités
mêlant sport,
bien-être
et jeux
numériques.

Escape games
et expériences
immersives





La digitalisation : l'incontournable !

**Opportunité stratégique pour
gagner en visibilité,
simplifier la gestion au quotidien
et générer plus de réservations.**



Comme dans la plupart des secteurs,
le passage au numérique est devenu primordial dans le domaine du loisir et des activités.



En 2023,
plus de 80 %
des touristes français ont
réservé leur séjour, leurs loisirs
et leurs activités en ligne.



Par le digital, le tourisme peut
évoluer vers
**des modèles plus durables
et plus respectueux
de la planète.**



Les entreprises qui réussissent
sont celles qui intègrent plus tôt
que les autres les **outils
digitaux** tout en maintenant
une proximité humaine.



**Gagner
en visibilité**



**Remplir
vos créneaux**



**Economiser
du temps**



**Offrir une
meilleure
expérience**

82

Fidéliser



Quels outils pour avoir des résultats ?



Être visible là où vos clients vous cherchent : en ligne



Aujourd'hui, 9 personnes sur 10 recherchent **leurs prochaines activités directement sur Internet.**

- ➔ **Le site internet**
- ➔ **Google Business Profile**
- ➔ **Les réseaux sociaux**
- ➔ **Les plateformes spécialisées (GetYourGuide, Viator, Expédia...)**
- ➔ **Les intelligences artificielles**

👉 **Digitaliser votre activité**, c'est la rendre **accessible 24h/24**, sur tous les écrans (même pendant que vous dormez !)

Que l'on soit de la **génération baby boomers** (1945-1965), de la **génération X** (1965-1980), des **milléniaux** (1980-1996), de la **génération Z** (1996-2012) ou de la **génération Alpha** (2012- ...), notre quotidien est impacté par les sites internet et les réseaux sociaux.



En 2024, on estimait à **73 %** la part des consommateurs mondiaux ayant recours à l'IA pour les aider dans leurs préparatifs (et **84 %** des 18-24 ans)

* Source Agence eDreams



Les **intelligences artificielles**, peuvent devenir des **alliées** précieuses pour une multitude d'applications :

- ➔ **Désengorger les sites saturés**
- ➔ **Adapter l'expérience selon les saisons**
- ➔ **Rediriger les flux vers des offres moins connues**
- ➔ **Gagner du temps** en automatisant ses réponses par un système de FAQ et ChatGPT afin d'améliorer l'expérience client (<https://www.youtube.com/watch?v=3qkqiZycSzM>)
- ➔ **Aider dans l'analyse** comparative, qualitative d'un site internet...
- ➔ **Outils d'écriture créative** (Chat GPT, Perplexity, Mistral...)
- ➔ **Création artistique visuelle** (Midjourney...)

ChatGPT ▼

Se connecter

Où puis-je me garer à côté de la musée ?

Pour visiter le Musée des Jouets à Montauban, plusieurs options de stationnement s'offrent à vous, selon vos préférences en termes de distance, de coût et de disponibilité.

🚗 Stationnement gratuit à proximité

- **Parking Eurythmie** : Situé à environ 10 minutes à pied du musée, ce parking est gratuit.
- **Parking Jardin des Plantes** : À 230 places, ce parking est gratuit pendant 2 heures. Il est situé rue de l'Abbaye, à environ 15 minutes à pied du musée. Parkopedia
- **Parking Consul Dupuy** : Ce parking offre 2 heures gratuites le samedi entre 14h et 17h, sous réserve d'entre-
↓
après 14h et de sortir avant 17h. Il est situé à environ 15 minutes à

Musée des Jouets



Le grand atout de l'IA : la personnalisation de l'expérience client

L'IA offre des capacités inégalées pour **personnaliser l'expérience client** dans le secteur des loisirs.

Grâce à l'analyse des données, les entreprises d'activités et de loisirs peuvent comprendre :

- **les préférences individuelles**
- **anticiper les besoins**
- **proposer des offres sur mesure.**

A noter que les recommandations de contenu, les itinéraires personnalisés et les expériences interactives augmentent l'**engagement** et la **satisfaction des utilisateurs**.

De plus, l'IA facilite l'accès à des services adaptés à tous les niveaux, des débutants aux experts, favorisant ainsi l'**inclusion** et la **diversité** dans les activités sportives et de loisirs.



Une page Google Business Profile vous permet d'**améliorer considérablement** la visibilité de votre entreprise localement.

- Positionne dans le "**Google Local Pack**", une section qui s'affiche en haut des résultats de recherche pour **les requêtes locales**.
- Permet d'**augmenter** votre trafic et, par conséquent, votre **chiffre d'affaires auprès des clients de votre zone**.



Base de Loisirs des 3 Lacs
4,1 ★★★★★ (1,1 k) · Parc de loisirs
Monclar-de-Quercy
[Site Web](#)



Base de Loisirs du Tarn et de la Garonne
3,9 ★★★★★ (373) · Complexe sportif
Saint-Nicolas-de-la-Grave
Services sur place · [Site Web](#)



Base de Loisirs de Molières
4,4 ★★★★★ (270) · Parc de loisirs
Molières
Ferme bientôt · 18:30
[Site Web](#)



Voir plus de lieux >

 Réservation de plus en plus d'activités
et de loisirs en ligne

Etablir une forte présence sur Internet



**Accès à davantage
de clients potentiels**
sur le web et le
portable

Existence de
**plates-formes
de niche**
(Ex : Musement)

**Payer des
commissions** qui
varient généralement
entre **20% et 30%**

**Visibilité pour la
destination, le
territoire**

Des **services
supplémentaires**
(Ex : VEL)





**En conclusion,
ce qu'il faut retenir**





- 1 Le **secteur des loisirs** est un **levier économique** pour une destination, pour les territoires.
- 2 Le tourisme a été l'un des premiers secteurs à avoir embrassé la **transformation numérique**.
- 3 La crise de la Covid a servi de catalyseur, accélérant les usages et révélant la **nécessité d'adapter les offres**.
- 4 Le secteur ne cesse de **se réinventer**.
- 5 Nous entrons désormais dans l'**ère du smart tourism**, celui où les données, les infrastructures connectées, les parcours hybrides – du virtuel au réel – créent une expérience sans couture, fluide, inclusive et durable.
- 6 L'**intelligence artificielle** en particulier fait désormais partie des habitudes de consommation, avec une **nouvelle grammaire du service, de l'accueil et de la découverte**. 73 % des Français disent l'utiliser pour organiser leurs voyages.

Une nouvelle étape s'ouvre avec **l'intelligence artificielle dite « agentique »** :

- ➔ les voyageurs délégueront l'intégralité de l'organisation de leur séjour à des agents intelligents – transports, hébergements, activités – en temps réel et selon leurs préférences.

Ce changement redéfinit les **attentes** et impose aux secteurs touristiques et des loisirs d'adapter leurs **offres** pour qu'elles soient **visibles, interopérables et lisibles... par des intelligences artificielles.**

**Ceux qui prendront le virage
– même modestement – gagneront en efficacité !**

**RENCONTRES
DU TOURISME**

**Tarn &
Garonne**
TOURISME

Merci de votre attention