



# Cœur d'Occitanie

## 50 Propositions pour l'attractivité et le dynamisme économique du Cœur de l'Occitanie.

*« Nous voulons faire du Cœur d'Occitanie le nouveau territoire attractif du Sud ».*

### RAPPORT DE SYNTHÈSE

**Membres de la Commission** : Laurent Bazin, Jean Caizergues, Pascal Chavernac, Gilles Douillard, Arnaud Laiter, Jean-Pierre Leduc, Nicolas de Lorgeril, Hadrien Pujol, Bruno Sire ;  
avec la **participation de 140 chefs d'entreprises**  
et l'appui de Carole Borderie, Camille Brueder, Mina Zourgane et des équipes des Agglomérations et de la Métropole toulousaine.

12 juillet 2021

## Eclairer notre démarche.

La relance de notre territoire est une urgence vitale face à la crise économique et sociale qui peut suivre la crise sanitaire. Cette période si singulière, dangereuse sur bien des plans, est aussi une formidable opportunité de développement économique.

Notre réflexion de chefs d'entreprises repose sur un constat d'évidence, malheureusement trop souvent ignoré : l'Aude occupe une **position stratégique au cœur du grand Sud**, non seulement sur ce **sillon qui relie « Toulouse à la mer »**, mais aussi **cœur du « triangle d'or » qui relie l'Aquitaine, la Provence et la Catalogne**. Riche d'une identité forte, de la proximité de centres de recherches puissants, du tourisme et de l'agriculture, elle bénéficie à l'heure du télétravail et de la recherche d'un cadre de vie plus vert et sain, d'une richesse inestimable : un **environnement unique** entre mer, plaine et montagnes.

Bien entendu, nous ne sommes pas naïfs. Acteurs économiques, autochtones de naissance, de racines ou d'adoption, les 140 chefs d'entreprises qui ont travaillé pendant 4 mois n'ignorent pas les fragilités du territoire ; ils les vivent tous les jours. Il nous arrivera d'ailleurs, porté par la passion, d'appeler de nos vœux telle ou telle décision vigoureuse ou politique publique déterminée pour y remédier, car nous ne nous sommes rien interdit. Mais à chacun sa place : la nôtre, c'est de contribuer au dynamisme économique et au développement des compétences. Ce que nous faisons tous les jours au cœur de nos entreprises - développer 'notre business' - nous voulons le faire pour le dynamisme économique et l'attractivité économique de l'Aude.

C'est dans cet esprit qu'ont travaillé les 4 groupes de travail sur les conditions de l'attractivité, la transition agricole, un tourisme réinventé et l'émergence d'un campus d'intelligence et de compétence. A chaque étape, nous nous sommes posés les mêmes questions : « Comment mieux profiter de nos atouts ? et mieux valoriser notre territoire ? que mettre en place **concrètement** pour attirer ? que faire pour que les hommes, les femmes aient envie de venir s'installer, travailler, créer, vivre ou bien passer des vacances et consommer chez nous ? ».

A travers **40 propositions et 10 recommandations regroupées en 10 idées fortes**, nous souhaitons proposer des mesures concrètes, loin des formules magiques et des vœux pieux. Notre ambition est d'être immédiatement utiles à notre territoire, qui en a besoin. Nous n'avons jamais dérogé à cette exigence au long de cette réflexion, qui a nourri près de 100 notes - dont les plus éclairantes sont en annexe - et animé près de 100 réunions.

Au moment de remettre ce rapport, nous mesurons l'ampleur de la tâche à accomplir, mais aussi la force des énergies qui se sont levées. C'est sur elles que nous devons capitaliser, en lien avec les élus de l'Aude, pour stimuler le développement de notre territoire et relever les défis économiques de l'avenir.

**Nicolas de LORGERIL**

Rapporteur

**Pascal CHAVERNAC**

Président de l'Association des CODEV d'Occitanie

## Remerciements

*Ce rapport a été rédigé à la demande de Régis Banquet, Président de Carcassonne Agglo ; qu'il soit remercié ici de son initiative, de sa confiance et de son ouverture d'esprit.*

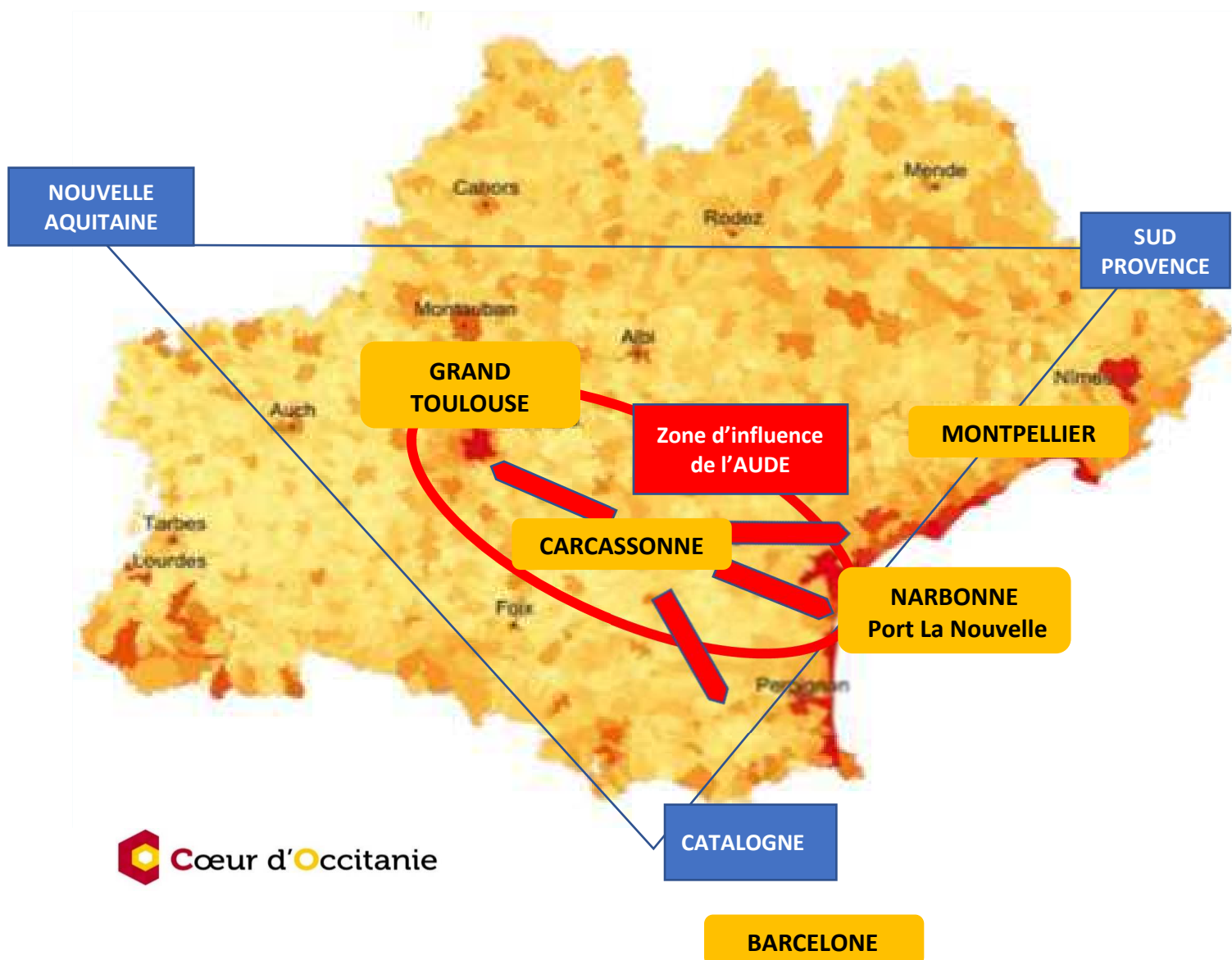
*Cette démarche unique, du politique vers l'économique, a par ailleurs été soutenue par Mme Carole Delga, Présidente de la Région Occitanie, Mme la Présidente du Département, ainsi - fait rarissime - que par l'ensemble*

des Présidents des agglomérations de l'Aude, de Narbonne à Limoux et de Castelnaudary à Lézignan, quelles que soient leur couleur politique, qu'elles et ils en soient ici remerciés.

Nous tenons également à saluer les porteurs du Projet Toulouse Territoire d'Avenir et les responsables de sa mise en œuvre, Les nombreux chefs d'entreprises et responsables de Fédérations ou chambres consulaires et en particulier Jean Caizergues, Président de la CCI 11, qui a favorisé la coopération entre tous.

Enfin ce rapport doit beaucoup aux remarquables travaux conduits par la Métropole toulousaine et la Région Occitanie pour élargir sa réflexion en accord avec les élus, à l'ensemble du sillon qui relie Toulouse à la mer, et qui constitue le Cœur de l'Occitanie. 4 des 11 recommandations du programme d'action « Toulouse Territoire d'Avenir » concernaient notre territoire et ont fondé nos quatre grands axes de travail.

## Une carte pour comprendre.



## Le rapport en un coup d'œil.

### **10 Idées fortes pour le Cœur d'Occitanie.**

- L'Aude est un territoire d'avenir.
- Le digital sinon rien.
- Booster l'offre de mobilité.
- Créer des campus d'excellence pour favoriser l'innovation et la montée en compétence.
- Pousser notre agriculture vers l'excellence alimentaire
- Réinventer notre tourisme
- Mettre le paquet sur l'hydrogène et les énergies vertes.
- Prendre à bras le corps les enjeux climatiques.
- Epauler les start-ups et les aider à grandir.
- Réveiller la fierté et faire reconnaître l'identité d'être le Cœur d'Occitanie

### **40 Propositions et 10 recommandations aux élus, parmi lesquelles :**

#### **Le digital sinon rien...**

**PROPOSITION 1 :** Développer partout une excellente liaison et obtenir le droit pour les agglomérations de déployer elles-mêmes la fibre, si c'est nécessaire dans les zones économiques et touristiques.

#### **Booster l'offre de mobilité.**

**PROPOSITION 3 :** Création d'un R.E.R. entre Toulouse à Narbonne, afin de relier 7 agglomérations.

**PROPOSITION 5 :** Créer une ligne aérienne Carcassonne-Paris.

#### **Installer la visibilité de la marque.**

**PROPOSITION 8 :** Renforcer le débouché maritime de Toulouse et envisager de le baptiser « Port de la Nouvelle - Occitanie ».

**PROPOSITION 11 :** Porer une campagne de communication pour diffuser l'identité et l'image du territoire.

#### **Créer des campus d'excellence et d'innovation.**

**PROPOSITION 17 :** Créer un campus d'excellence sur l'hydrogène et des énergies vertes.

**PROPOSITION 18 :** Créer un campus d'excellence du Bâtiment « 0 carbone » et intelligent.

**PROPOSITION 23 :** Créer un campus d'excellence de l'agriculture et de l'alimentation de demain.

**PROPOSITION 34 :** Créer un campus d'excellence des métiers du tourisme et de la culture.

#### **Epauler les start-ups et accélérer Développement durable et énergie verte.**

**PROPOSITION 22 :** Créer un dispositif d'abondement des investissements en capital des start-ups

**PROPOSITION 25 :** Développer les solutions de mobilisation de l'eau, pour renforcer le dynamisme des sols

**PROPOSITION 27 :** Etablir les bilans carbone et énergétique de l'agro-alimentaire du territoire.

**PROPOSITION 28 :** Renforcer l'autonomie énergétique des entreprises et des collectivités rurales.

#### **Réveiller notre tourisme !**

**PROPOSITION 31 :** Créer la capitale mondiale de la Nature et du Vin.

**PROPOSITION 32 :** Créer un réseau dense de voies de promenades, GR, sentiers naturels et voies cyclables

**Annexes :** Rapports des Groupes de Travail accompagné des Notes et fiches principales

## Sommaire

<b>Eclairer notre démarche.....</b>	<b>2</b>
<b>Remerciements.....</b>	<b>2</b>
<b>Une carte pour comprendre .....</b>	<b>3</b>
<b>Le rapport en un coup d’œil .....</b>	<b>4</b>
<b>Sommaire .....</b>	<b>5</b>
<b>Diagnostic.....</b>	<b>7</b>
1. Replacer l’Aude sur une trajectoire claire et ambitieuse « de Toulouse à la mer » .....	7
2. Cœur de l’Occitanie... Et du Grand Sud ! .....	7
3. La crise d’alignement des planètes .....	8
4. « L’union sacrée » pour saisir le moment.....	8
<b>Renforcer l’attractivité &amp; forger une identité de marque .....</b>	<b>9</b>
1. Le digital, sinon rien .....	9
2. Booster l’offre de mobilité.....	9
• Le train .....	9
• L’aérien.....	10
• Le routier .....	10
• Le maritime.....	11
3. Préciser et faire rayonner l’identité d’une marque « Cœur d’Occitanie ».....	11
• Définir et structurer l’identité de marque de « Cœur d’Occitanie » .....	11
• L’Aude, terre d’entreprise.....	12
• Travailler la « marque employeur » du Cœur d’Occitanie.....	12
<b>L’Aude, terre de compétences et d’innovation .....</b>	<b>13</b>
1. Nous proposons de créer quatre campus d’excellence, adaptés aux besoins des entreprises et aux axes stratégiques du territoire.....	14
2. Epauler les start-ups et les aider à grandir.....	16
3. La santé, un cas à part .....	16
<b>Poussons notre agriculture vers l’excellence alimentaire .....</b>	<b>17</b>
1. Bâtir un pôle d’excellence agricole et alimentaire.....	17
• Faire émerger les solutions innovantes et les compétences des secteurs agricole et alimentaire .....	17
• Prendre à bras-le-corps les enjeux climatiques .....	18
• Faire émerger une offre agro-alimentaire régionale de qualité .....	18
2. Aller chercher le consommateur où qu’il se trouve... : Par l’accueil et le digital .....	19

• Encourager toutes les initiatives directes de contacts .....	19
• Mettre en valeur les produits « made in Cœur d’Occitanie ».....	19
3. Favoriser la mutation urgente en assouplissant les freins réglementaires .....	19
<b>Réveillons notre tourisme ! .....</b>	<b>20</b>
1. Structurer l’offre culturelle, voilà l’urgence .....	20
• Retrouver son identité.....	20
• Travailler sa diversité et son « authenticité » .....	20
2. Développer l’attractivité du territoire par une offre internationale claire et différenciée...	21
• Promouvoir les Territoires naturels et humains.....	22
• Bâtir des circuits globaux associant les différents thèmes au « bien manger ».....	22
• Capitaliser sur les deux sites UNESCO pour structurer une offre globale.....	23
• Capitaliser sur la culture, source d’identité et d’expériences authentiques.....	23
3. Favoriser l’innovation et la montée en compétence des professionnels du tourisme.....	23
<b>Favoriser la mise en œuvre commune de ces mesures : l’Association Cœur d’Occitanie ....</b>	<b>24</b>
<b>Conclusion .....</b>	<b>25</b>

## Le diagnostic

### Un constat pour commencer : l'Aude a des atouts formidables et la faiblesse de ne pas (toujours) le savoir...

Dans le département, on se penche plus volontiers sur les fragilités, qui sont réelles - 25% de population non-diplômée, une forme d'enclavement, des inégalités sociales et territoriales, fiscalité foncière élevée - que sur les forces du territoire. Bien sûr, à première vue, il peut paraître fragile, isolé, replié sur lui-même. Mais il bénéficie en réalité d'une position stratégique tout à fait extraordinaire, au cœur même de l'Occitanie. Sa biodiversité, sa variété de terroir de la montagne à la mer, son patrimoine culturel et touristique exceptionnel, son agriculture écoresponsable, les projets industriels qui se dessinent du côté de la Méditerranée, son emplacement géographique même, concourent à en faire un territoire d'avenir.

### 1. Replacer l'Aude sur une trajectoire claire et ambitieuse « de Toulouse à la mer »

Il faut d'abord rappeler la démarche innovante adoptée par la Métropole toulousaine et le Conseil régional en réponse aux graves conséquences économiques de la crise sanitaire : le rapport « **Toulouse Territoire d'Avenir** » formule **11 propositions concrètes** pour diversifier l'économie du territoire fragilisée par la crise (notamment l'aéronautique) et accompagner au mieux les transitions nécessaires. Quatre d'entre elles nous concernent directement et notamment cette idée de faciliter l'emploi, la formation et l'insertion des jeunes au marché du travail, en misant sur a « restructuration du paysage universitaire, de l'écosystème d'innovation » et de « l'aménagement durable du territoire » en tenant compte des enjeux climatique, ainsi que des « atouts du tourisme, de la gastronomie et de la culture ».

Ces axes trouvent une application directe dans l'Aude, pour l'aménagement durable du territoire, le développement de pôles d'innovation, d'une agriculture éco-responsable et de son attractivité touristique, notamment par la promotion de la gastronomie et de la culture.

Le rapport toulousain définit un projet de développement « en marguerite », dont les pétales se déploieront autour de 50km de la Métropole afin d'y former des pôles d'innovation et de développement économique et de nouveaux centres d'habitation. L'axe Toulouse - Port La Nouvelle qui relie en particulier Castelnaudary, Carcassonne, Limoux, Lézignan-Corbières et Narbonne et de nombreux villages authentiques, s'inscrit clairement dans cette dynamique.

**Cette proposition constitue à nos yeux une opportunité historique, dont l'Aude doit se saisir.**

### 2. Cœur de l'Occitanie... Et du Grand Sud !

Élargissons la focale. Ce n'est plus seulement le sillon de Toulouse à Narbonne que l'on dessine, mais aussi les métropoles voisines de Montpellier et Perpignan. Et plus largement, le triangle d'or de la grande région Sud qui unit la Provence à la Nouvelle Aquitaine et comme à la Catalogne et à Barcelone. C'est-à-dire non pas une, mais **quatre régions peuplées, prospères et actives.**

Régions	Habitants en Millions	Touristes 2019 en Millions
Occitanie	5,8	14,2
Catalogne	7,5	19,2
Sud	5	23
Nouvelle Aquitaine	6	28
<b>Les 4 Régions</b>	<b>24,3</b>	<b>84,4</b>

Ce « **sillon occitan** » recouvre le département de l'Aude, mais associe les territoires **voisins** dont les enjeux sont souvent les mêmes.

L'ambition que dessine ce rapport, les propositions qu'il émet nécessiteront **la coopération de ses principales agglomérations** (ou communautés de communes) **avec le Département et la Région, et au-delà avec les régions voisines** qui ont tout à gagner au réveil de l'Aude.

Un Plan de développement coordonné nécessite en effet de **mettre en œuvre une stratégie marketing** qui renforce son attractivité (logement, formation, transports, activité...), favorise l'implantation de capacités de recherche et d'innovation, et accélère le développement des compétences nécessaires en mobilisant centres de formation et établissements d'enseignement supérieur.

### **3. La crise et l'alignement des planètes.**

Si l'on regarde mieux encore, on voit que les planètes sont alignées jusqu'à Paris et Bruxelles.

**Le Plan Etat Région** de Transition Ecologique et les **Plans de relance** nés de la crise sanitaire offrent, en effet, **des leviers historiques**. Leur négociation à l'été sert la stratégie que nous proposons, en accordant une priorité à l'écologie, la transition agricole et l'alimentation et entend accompagner le renforcement de l'attractivité touristique régionale, tout en mobilisant d'importants crédits en faveur de l'innovation et de la formation professionnelle. Le Conseil régional et l'Agence nationale de la cohésion des territoires (ANCT) peuvent aussi apporter un appui en ingénierie au développement de ce projet territorial.

**La dimension européenne est un atout de coopération et de financement qui converge avec nos objectifs**, et facilite leur financement. La stratégie industrielle et des PME de l'union européenne (Annexes Z1, 2 et 3), mais aussi **le programme transfrontalier Espagne-France-Andorre** jouent également pour nous.

### **4. « L'union sacrée » pour saisir le moment.**

Cet objectif de renforcer l'attractivité du territoire passe enfin par **la coalition des forces politiques et économiques** pour développer avec détermination les quatre axes majeurs proposés par notre rapport :

- Renforcer l'attractivité, par la digitalisation et l'offre de mobilité
- Développer une agriculture innovante et écoresponsable.
- Faire émerger un tourisme vert et ouvert vers l'international,
- Et enfin favoriser la naissance de pôles d'intelligence et compétence sous forme de campus d'excellence, pour fournir aux entreprises l'innovation et les salariés qu'elles recherchent.

C'est cette attractivité renforcée qui permettra de **développer les activités existantes** et de faire venir **des entrepreneurs et investisseurs extérieurs** pour créer activité, richesse et emplois, dans un Projet équilibré.

La volonté des élus de demander aux chefs d'entreprises leurs recommandations de mesures à soutenir par les Plans Etat Région et de Relance, correspond à leur volonté de privilégier les investissements créateurs d'activité et d'attractivité dans la définition de leurs Projets.



## 1. RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ & FORGER UNE IDENTITE DE MARQUE

L'Aude a beau bénéficier d'atouts naturels certains, de la proximité de la mer et de la montagne, d'une agriculture saine et d'un patrimoine prestigieux (la cité de Carcassonne est visitée par 2 millions de touristes par an, hors COVID), elle n'en reste pas moins un territoire largement ignoré des investisseurs et des chefs d'entreprise. S'il fait bon y vivre, les familles qui « fuient les ville » - notamment les cadres -, préfèrent souvent se réfugier en Bretagne que dans notre « Cœur d'Occitanie ».

Que cherchent-ils ? Les habitants et touristes cherchent à « bien vivre » sur un territoire plus « durable », répondant à leurs principaux besoins (notamment de connexion et de santé). Les entrepreneurs et investisseurs veulent eux, un cadre de travail digitalisé et attractif, des marchés et les compétences nécessaires à leur développement.

L'Aude n'est cependant pas démunie dans cette bataille de l'attractivité. Elle bénéficie même d'atouts solides pour faire croître ses entreprises et en attirer de nouvelles :

- Un cadre de vie et de travail **qualitatif et économique** au centre du Grand Sud ensoleillé, pour bien vivre, bien manger, se cultiver, se divertir et se soigner.
- Une offre foncière peu chère,
- **Des secteurs dynamiques et de grands projets**, locomotives pour les écosystèmes industriels (éolien offshore, Hydrogène, Socamil, etc.)
- **Des politiques favorisant** l'innovation et l'offre de compétences, l'accompagnement et l'exonération fiscale à travers des zones d'aides à finalité régionale (AFR), de revitalisation rurale (ZRR), ..

Mais tout cela ne suffira sans doute pas à relancer notre territoire sans renforcer les connexions, la mobilité, les services, mais aussi l'«identité » et le dynamisme.

### 1. LE DIGITAL, SINON RIEN.

La transformation digitale et le déploiement des réseaux de fibre optique (FTTH) est un enjeu clé de développement pour lequel le volontarisme des acteurs publics est essentiel. L'Espagne par exemple a connecté en 10 ans plus de 80% des habitants, à un rythme 3 fois plus rapide que la France, où l'opérateur historique Orange s'est concentré sur les zones les plus peuplées, au détriment des zones rurales.

- **RECOMMANDATION 1: Renforcer le lobbying sur Orange** pour obtenir le déploiement de la fibre partout (en particulier en zones AMII qu'il s'est engagé à financer) et, à défaut des liens hertziens.
- **PROPOSITION 1 : Obtenir le droit pour les EPCI de déployer la fibre elles-mêmes**, dans les zones économiques et touristiques qu'elles considèrent comme stratégiques.
- **PROPOSITION 2 : Accélérer le plan d'aide à la digitalisation des secteurs de l'agro-alimentaire et du tourisme**, afin d'apporter une aide à l'investissement aux acteurs de ces deux secteurs vitaux.

### 2. BOOSTER L'OFFRE DE MOBILITÉ.

#### 2.1 LE ROUTIER

**RECOMMANDATION 2 : Améliorer les accès des zones d'activités** économiques, commerciales et touristiques, notamment des projets à bâtir, circuits touristiques, Port de La Nouvelle, rocade de Lézignan....

**PROPOSITION 3 : Bâtir un réseau dense de sentiers naturels et de voies ‘cyclables’ pour piétons, vélos, chevaux, intégrant les chemins de halage des canaux et les berges des rivières.**

## 2.2 LE TRAIN

Si des projets régionaux prévoient de moderniser le réseau TER pour réduire les retards, de développer le réseau de bus LiO et de recréer de petites lignes ferroviaires, un plan plus global paraît nécessaire.

- Il faut développer un vrai réseau RER pour favoriser la vie dans le Cœur d’Occitanie, pour faciliter la vie dans nos territoires, alternant bureau dans les métropoles et télétravail partiel.
- Il faut aussi adapter le cadencement et donc les horaires des trains et de leurs correspondances aux exigences d’une activité professionnelle et à l’accès des visiteurs, notamment de tourisme d’affaires.

Par ailleurs, nous prenons acte des annonces par le Gouvernement du financement de la LGV Bordeaux - Toulouse et du lancement de l’enquête publique du tronçon Montpellier - Béziers. C’est une victoire pour le territoire.

**RECOMMANDATION 3 : Renforcer le lobbying pour obtenir la réalisation des 2 LGV, du barreau Toulouse - Narbonne et des gares.**

Le financement lourd de ces projets est une difficulté que ce rapport ne pouvait à ce stade appréhender, mais il apparaît clairement que l’articulation de ces 2 projets est essentielle pour relier Toulouse au nœud que représente Narbonne.

Une gare est la porte d’entrée et la vitrine du territoire, qui remplit 3 rôles :

- Renforcer la signalétique : possibilités de stationnement, centre-ville, sites touristiques et d’activités...
- Faciliter le premier et le dernier kilomètre par l’articulation des moyens de transports et le renforcement des liaisons sur les grands sites (*par ex. la Cité ou le musée de la Romanité*).
- Nos gares doivent s’insérer dans un espace incluant les zones d’activité économique et **privilégier l’intermodalité, notamment avec les aéroports.**

➤ **PROPOSITION 4 : Créer un RER entre Toulouse et Narbonne dans le cadre de la politique décidée pour 7 autres grandes Métropoles.**

➤ **PROPOSITION 5 : fret :** Aménager la liaison du hub de fret de La Nouvelle

➤ **PROPOSITION 4 : Connecter les pépinières d’entreprise et ouvrir un lieu de télétravail sur ou près de chaque gare, pour en faire les têtes de réseau de notre économie.**

## 2.3 L’AERIEN

L’aéroport de Carcassonne est un atout majeur pour « Cœur d’Occitanie ». Connecté à l’autoroute, avec le 1er parc de véhicules de location des aéroports de sa taille, il dispose depuis 2 ans du process d’approche sans visibilité conforme aux normes de sécurité et sera équipé fin 2022 d’un nouveau terminal de 4 salles d’embarquement et une d’arrivée. La Région a également budgété la rénovation de la piste principale pour accueillir les moyens porteurs des liaisons européennes. Pourtant, il ne bénéficie toujours pas d’une liaison directe avec Paris qui le connecterait immédiatement avec les investisseurs et les entrepreneurs.

➤ **PROPOSITION 6 : Créer une ligne Carcassonne-Paris (en répartissant le prévisible déficit d’exploitation entre l’Etat, la région et les acteurs locaux) et articuler l’offre aérienne avec les aéroports les plus proches de Toulouse, Castres, Perpignan, Béziers et Montpellier.**

Cette ligne nécessite d’obtenir le label OSP pour imposer un schéma de desserte à un opérateur et financer le déficit d’exploitation par des fonds publics. Ce label est à notre portée, mais il nécessite un lobbying fort des acteurs politiques et économiques.

➤ **PROPOSITION 7 : Développer une politique forte de partenariat avec les villes reliées par RyanAir**

La British Chamber of Commerce est ouverte à développer des relations avec des investisseurs et des organisateurs d'évènements et les Universités peuvent être ouvertes à des cursus délocalisés communs.

## 2.3 LE MARITIME.

Les ports sont des vecteurs majeurs du développement économique. On peut donc se féliciter de voir émerger à Port-La Nouvelle **le port du grand Toulouse et de l'Occitanie**. Actuellement 3<sup>ème</sup> port de commerce français de Méditerranée, 2<sup>ème</sup> pour l'import de produits pétroliers et 1<sup>er</sup> pour l'export de céréales, Port la Nouvelle va prendre de l'ampleur avec l'actuel projet d'extension, porté notamment par l'opérateur international belge Euroports : le projet d'extension prévoit une nouvelle infrastructure pour recevoir de plus grands navires, et augmenter les zones de manutention et de stockage :

- Hub de logistique et maintenance de l'éolien flottant.
- Hub d'Importation d'hydrogène vert pour l'Europe des sites de production mondiale : Oman, Maghreb....
- Pôles de vracs liquides et solides pour le Grand Sud et la zone logistique.

➤ **RECOMMANDATION : Requalifier et structurer les plages et ports du Roussillon à Sète par le lancement d'une « Mission Racine 2.0 »**

➤ **PROPOSITION 8 : Renforcer le débouché maritime de Toulouse et envisager de le baptiser « Port de la Nouvelle - Occitanie ».**

➤ **PROPOSITION 9 : Aménager la liaison du hub de fret de La Nouvelle, pour bénéficier de l'extension du port et du plan ferroviaire qui prévoit de doubler le trafic à horizon 2030.**

## 3. PRECISER ET FAIRE RAYONNER L'IDENTITE D'UNE MARQUE « CŒUR D'OCCITANIE ».

Il faut renforcer l'attractivité, mais aussi le faire-savoir. A l'heure où les collectivités sont en concurrence sur l'attractivité de leur territoire, il faut bâtir un **marketing territorial** qui offre les lieux, les produits, les services et les expériences à vivre et qui fonde **une image et une marque** sur une réelle spécificité. La question de l'identité est ainsi devenue une urgence des travaux sur le tourisme, la culture et la fierté des produits.

Or **l'expression d'une vision forte et attractive de l'Aude n'existe pas**. Le thème « cathare » prééminent (dont l'ascétisme s'oppose à la notion du « bien vivre et bien manger ») n'a pas aidé, les tensions politiques non plus. L'Occitanie est une région encore trop récente, pour avoir écrit son récit régional. **Être son Cœur nous y oblige !** Il est grand temps d'affirmer nos valeurs et de les partager.

### 3.1 Définir et structurer l'identité de marque du Cœur d'Occitanie.

Il ne s'agit pas de créer une marque commerciale pour les produits, mais de faire émerger une affirmation positive et attractive des atouts du cœur de la grande Région, qui en deviendra la pointe attractive. Il faut en quelques phrases nourrir notre fierté et orienter les campagnes de marketing. La nouvelle identité de marque demande à être définie plus précisément, mais elle pourra reposer sur quatre piliers puissants :

- **L'histoire de l'intégration permanente de nouveaux arrivants** par une culture riche, ouverte et épicurienne.
- **Une nature préservée, diverse et ensoleillée qui favorise :**
  - **Une agriculture durable et innovante** qui produise une alimentation de qualité et à forte identité ;
  - **Un tourisme à haute valeur patrimoniale**, vert, humain et à vocation internationale.
- **Le dynamisme d'un pôle d'intelligence, de recherche et de compétences**, connecté avec les métropoles.

**Voir en annexe, un exemple de « récit régional » imaginé par le groupe.**

- **PROPOSITION 10 : Financer une campagne de marketing global, pour structurer et diffuser l'identité et l'image du territoire.**

### **3.2 L'Aude, terre d'entreprise.**

La prospection et l'accueil des acteurs économiques prêts à s'implanter en Cœur d'Occitanie sont un enjeu majeur, en parallèle à l'accompagnement et l'encouragement des entreprises existantes.

Cette stratégie repose sur la réactivité et la coordination des acteurs pour mobiliser les ressources adaptées au projet par une offre lisible : foncier, aides au recrutement, financements, réseaux d'acteurs notamment sur l'innovation, autorisations urbanistiques et réglementaires (ie ICPE), exonérations...

- **PROPOSITION 12 : Favoriser la structuration de « Clusters », en soutenant financièrement leur création et en apportant un soutien dans les trois premières années, au moins.**
- **PROPOSITION 13 : Bâtir un réseau de chefs d'entreprise Ambassadeurs, pour accueillir et accompagner en mentoring les porteurs de projet.**

Nombre de projets échappent aux radars des structures d'accompagnement. Les chefs d'entreprises 'relais' favoriseront l'orientation et la prise en charge des besoins des PME par les dispositifs d'accompagnement.

- **PROPOSITION 14 : Mettre en place un observatoire du foncier et de l'immobilier des entreprises pour guider les porteurs de projet et les aider à choisir le bon emplacement.**

Les structures d'accompagnement disposent de bases de données sur les offres foncières et immobilières. Un observatoire leur permettrait d'être plus réactives face à la demande des entreprises.

- **RECOMMANDATION : Créer une société foncière pour acquérir et reconvertir des friches et des terrains agricoles** sans intérêt particulier, en lien avec d'autres initiatives régionales.
- **PROPOSITION 15 : Préciser les filières du Cœur d'Occitanie susceptibles d'attirer des entreprises**
  - Les filières identitaires innovantes : Viticulture et Alimentaire innovants.
  - Les filières en démarrage suscitant de forts espoirs pour demain : Energies vertes et Hydrogène, Numérique, Silver économie et Sport
  - Les filières à créer, à fort potentiel : Santé et bien-être, recyclage et upcycling (*par ex. projet d'une filière de cuir végétal à partir de marc de raisin*).

### **3.3 Travailler la « marque employeur » du Cœur d'Occitanie.**

Être une terre d'accueil pour les entreprises ne suffit pas, il faut aussi travailler à la « marque employeur » du Cœur d'Occitanie auprès des étudiants, jeunes diplômés, salariés, tenté de sauter le pas. Il faudra faire rayonner le territoire et ses atouts, bien au-delà d'une campagne publicitaire. Cet aspect nécessitera sans doute une longue campagne de Relations Publiques car la concurrence est rude et l'image du territoire, très loin d'être la Silicon valley du Grand Sud.

- **PROPOSITION 16 : Cibler les jeunes entrepreneurs et salariés, en jouant sur les cordes sensibles du dynamisme et du 'bien vivre et bien manger'.**

Nous nous appuyerons sur les chefs d'entreprise Ambassadeurs, nos partenaires (Région, Département, Agglos, chambres consulaires, clubs d'entreprises et start-ups) sur des axes variés :

- Séminaires et salons étudiants et jeunes entrepreneurs en France et à l'international ;
- Nuits de l'innovation et hackathons créatifs, Association à des événements sportifs et culturels.
- Publi-reportages et publicités dans la presse économique, lifestyle, tourisme et patrimoine
- Affichage ciblé dans les gares, co-workings, écoles & universités, centres de formation,

- *Speed-dating* et *Learning expedition* : visite du territoire, d'entreprises, dégustations et animations, ...
- Communication disruptive : films digitaux, séries ou jeux vidéos, ...

Cette politique d'attraction sera mise en œuvre en partenariat fort avec l'Agence de Développement Touristique (ADT), le Comité Régional du Tourisme (CRT) et Atout France.

## 2. L'AUDE, TERRE DE COMPÉTENCES ET D'INNOVATION

Pour être attractif sur le plan national et international, un territoire doit porter une identité économique crédible et offrir aux entreprises les compétences dont elles ont besoin.

La recherche des TPE, PME et ETI est simple : développer leur activité, recruter des agents et des techniciens qualifiés, innover et aller à l'international. Mais il faut pour cela, une offre de travail qui réponde à leurs attentes en niveau et en qualité. Or les entreprises du territoire ont du mal à recruter des agents et techniciens qualifiés et s'en plaignent régulièrement. Comme l'Aude ne parvient que rarement à « faire venir » ces salariés de l'extérieur, ils sont confrontés à une forme de « mur de compétences ».

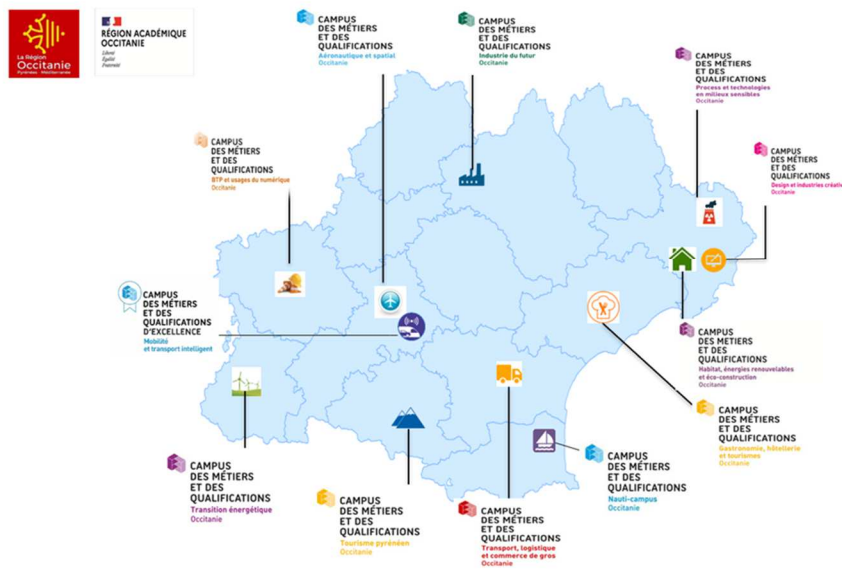
Le Cœur d'Occitanie dispose pourtant d'une offre conséquente de formations post-bac professionnalisantes, initiale et continue. Cette offre est répartie en 8 lycées technologiques, 6 Lycées agricoles, 2 IUT, les CFA des chambres consulaires ; sans compter les structures de formation propres à certaines entreprises ou fédérations. Le problème vient souvent du fait que ces structures ne sont pas suffisamment connectées entre elles et ont du mal à s'inscrire dans une logique d'attractivité et de développement du territoire. C'est un problème national récurrent malgré les multiples réformes de l'enseignement supérieur depuis 20 ans.

Il faut donc s'appuyer sur les initiatives lancées par l'Etat dans ce sens :

- **Les Pôles de compétitivité** regroupent depuis près de 20 ans entreprises, laboratoires de recherche et établissements d'Etudes Supérieures et de Recherche (ESR) ; mais leur entraînement des PME a déçu. 4 pôles de compétitivité sont en Occitanie (53 en France) : Aérospatial Valley et Agri Sud-Ouest Innovation à Toulouse, Derby sur les énergies renouvelables à Perpignan et Water Team à Montpellier sur l'eau.
- **Les Campus des métiers et des qualifications (CMQ)** réunissent depuis 2016 les structures de formation initiale ou continue de 1<sup>er</sup> cycle (BTS, IUT) au service des entreprises. 12 CMQ sont labellisés en Occitanie sur 100 en France. Mais ils manquent de proximité avec les structures de recherche (limitant la capacité d'innovation) et avec les structures de formation consulaires (limitant la proximité avec les TPE/ PME).

Bref ça ne marche pas, ou pas bien en tout cas...

CARTE DES CAMPUS DES METIERS ET DES QUALIFICATIONS (octobre 2020)



Le développement du travail à distance et la nouvelle donne sociétale offre l'occasion de revoir cette offre pour mettre en place **des formations qui correspondent aux besoins de développement du tissu économique local**, en étant maillé avec les structures de recherche et de formation des métropoles.

Le groupe de travail a proposé une méthode pour accroître la formation de techniciens supérieurs et l'innovation par la recherche appliquée dans les domaines clés du territoire.

## **1. NOUS PROPOSONS DE CRÉER QUATRE CAMPUS D'EXCELLENCE, ADAPTÉS AUX BESOINS DES ENTREPRISES ET AUX AXES STRATÉGIQUES DU TERRITOIRE.**

Il s'agira de structures de formation et de recherche appliquée sous la forme de CMQ, articulés à l'ESR, en lien avec les Pôles de compétitivité. Mais ces structures ne déboucheront sur une réelle dynamique économique, que si elles sont **orientées par les entreprises** qui s'impliquent et prolongées par des structures d'accueil adaptées aux besoins des créateurs d'entreprises.

### ➤ **PROPOSITION 17 : Créer un campus de l'hydrogène et des nouvelles énergies à Port-la-Nouvelle**

La région Occitanie est à la pointe du développement des énergies vertes. Les réalisations et les projets dans le domaine de l'éolien et du photovoltaïque ne manquent pas et elle dispose d'un lieu d'innovation de premier plan avec le pôle de compétitivité de Perpignan. Mais un autre domaine est en train d'émerger, celui de l'hydrogène. Si elle monte dans le train assez tôt, la région Occitanie a tous les atouts pour devenir un leader Européen de la production, du stockage, du transport et des technologies de l'hydrogène.

Accompagner cette évolution est indispensable et **peut donner une identité et une visibilité internationale**, qui ferait de la région **un des hauts lieux des énergies vertes**.

Là encore tous les ingrédients sont présents. Il convient de mettre en réseaux les projets du Narbonnais avec ceux du Tarn, pour créer un pôle d'excellence fondé sur la recherche et le transfert de compétences, qui aurait aussi en charge de former les techniciens indispensables au développement de ces activités. Port La Nouvelle pourrait servir de lieu de convergence de ce « campus virtuel ». **Ce Campus sous forme de CMQ associera dans une gouvernance simple entreprises, start-ups et ESR concernés avec les élus**, pour définir les **objectifs concrets**, les **actions à lancer** et les **moyens nécessaires**.

### ➤ **PROPOSITION 18 : Créer un campus d'excellence du Bâtiment « 0 carbone » et intelligent**

Une offre de formation orientée vers les besoins des entreprises s'est déjà structurée autour de la Fédération Française du BTP adhérentes ; elle peut passer la vitesse supérieure pour préparer les évolutions à venir en matière de réglementation énergétique. La création d'un campus orienté vers l'innovation dans le bâtiment permettrait de fédérer plus largement. Nous pensons qu'il faut intégrer dans le réseau existant (cluster Agglomère) une dimension R&D en partenariat avec des écoles d'ingénieur, y adosser une structure souple de GRH de type CRIT, et l'élargir en y intégrant une dimension usinage.

Ce projet détaillé de Campus d'Excellence illustre la façon dont les autres pourront se structurer (cf Annexe)

- **Sur l'agriculture et l'alimentaire de demain, voir PROPOSITION 22**
- **Sur le tourisme et la culture, voir PROPOSITION 32**

<b>Pilotage</b>	Le portage pourrait se faire à Castelnaudary au Lycée Germaine TILLION, en partenariat avec l'Institut de Formation et de Recherche du Bâtiment de la FFB.
<b>Enjeux</b>	<p>Le tissu local est composé de TPE/PME, centrées sur leur métier et leurs chantiers. Les besoins d'évolution de la filière attendent des réponses pragmatiques qui relèvent du « quotidien de l'entreprise » et doivent être pratiques dans leur application.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Acculturer les TPE/PME à l'innovation et les préparer aux transitions</b> à venir, notamment celles ambitieuses de la nouvelle Réglementation Énergétique RE2020</li> <li>• <b>Accompagner &amp; favoriser l'innovation trans-sectorielle/</b> 4 thèmes : Innovation, Fabrication additive, Transformation digitale, DRIM Economie circulaire-déconstruction-recyclage</li> <li>• <b>Développer les capacités du tissu local d'innovation incrémentale</b> technique &amp; d'organisation, pour améliorer les process &amp; produits par des évolutions successives</li> <li>• <b>Favoriser l'innovation adjacente</b> de la technologie d'autre marché : ie robotique &amp; cobotique</li> </ul>
<b>Partenaires envisagés</b>	<p><b>Les organisations professionnelles et leur organisme de formation continue :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fédérations du BTP de l'Aude et de l'Occitanie</li> <li>• Institut de Formation et de Recherche du Bâtiment Occitanie</li> <li>• Fédération Régionale des Travaux Publics</li> <li>• Institut de Formation des Travaux Publics (IFTP)</li> </ul> <p><b>Centres et Laboratoires de recherche :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Centre national d'études spatiales (CNES à Toulouse),</li> <li>• Laboratoire Matériaux et Durabilité des Constructions (LMDC-INSA à Toulouse),</li> <li>• Laboratoire d'Informatique, Robotique et Microélectronique LRIM Montpellier</li> <li>• Tecnalia (Fondation de recherche privée à Bilbao)</li> <li>• Cluster Bâtiment du Futur : écosystème Innovat° filière Construction + Cluster Aéro</li> <li>• Plateforme Technologique 11/66</li> </ul> <p><b>Etablissements d'enseignement – Formation Initiale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lycée Germaine TILLION à Castelnaudary (Métiers du BTP)</li> <li>• Lycée Jules Fil à Carcassonne (Numérique et Robotique/Cobotique)</li> <li>• Lycée Louise Michel à Narbonne (Bois et électricité)</li> <li>• BTP -CFA à Lézignan</li> <li>• GRETA de l'Aude</li> <li>• Ecole de La Raque à Lasbordes (Environnement/Déchets/QSE)</li> <li>• Université de Perpignan Via Domitia (UPVD)</li> <li>• CESI à Montpellier (Ingénieur Travaux et Chargé d'affaires Construction)</li> </ul> <p><b>Les entreprises :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• TPE/PME/ETI du BTP, Adhérents de la FFB et la FRTP</li> <li>• Architectes et Bureaux d'Etudes Techniques</li> <li>• Industriels des Matériaux : Terréal à Castelnaudary, Actis à Limoux</li> <li>• Cluster Bâtiment du Futur Occitanie</li> </ul>

<b>Formations</b>	<p><b>Pré-bac :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apprentissage : BTP- CFA à Lézignan et IFTP O Castelnaudary</li> <li>• Bac : Lycée Jules Fil à Carcassonne et Lycée Germaine Tillion à Castelnaudary</li> </ul> <p><b>Post Bac :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lycée Tillion/Greta/IFRB à Castelnaudary : BTS Bâtiment &amp; TP, Licence Pro. Conducteur TP</li> <li>• UPVD (Université de Perpignan Via Domitia) / IFRB :</li> <li>• DU Coordination chantier BIM Carcassonne, DU Modélisation 3D à Castelnaudary</li> <li>• Licence Prof. Gestion de Travaux Méthode-Innovation-Numérique Narbonne</li> <li>• Ecole de La Raque à Lasbordes : Mastère environnement/gestion déchets</li> <li>• CESI à Montpellier (Ingénieur Travaux &amp; Chargé d'affaires Construction)</li> </ul>
<b>Domaines d'activité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innover dans les processus de production, les matériels et les matériaux</li> <li>• Transition numérique, énergétique et ENR</li> <li>• Innovation sociale : prévention des risques professionnels, promotion des métiers</li> </ul>
<b>Moyens</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordination/animation du Campus des Métiers pour les mises en synergies</li> <li>• Développer l'offre de formation (Master ?) et Elargir la zone d'influence</li> <li>• Favoriser la recherche appliquée et le transfert de technologies avec le tissu local</li> </ul>
<b>Financements</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fonctionnement : animation et Ingénierie de formation</li> <li>• Evènementiel : colloques, échanges, voyages d'études</li> </ul>

## 2. EPAULER LES START-UPS ET LES AIDER A GRANDIR.

Sociétés innovantes, les start-up ont un fort ancrage en nouvelles technologies, mais le start-upeur centré sur son cœur de métier a un besoin d'accompagnement important sur les compétences nécessaires au démarrage et au décollage : coaching, conseil, financement... L'émergence récente du Réseau Entreprendre d'aide aux dirigeants ou de l'Association Pour le Management (APM) est un atout, signe du dynamisme local.

### ➤ PROPOSITION 19 : Mettre en réseau les pépinières autour d'un point d'entrée unique.

Le Cœur d'Occitanie dispose de 10 pépinières d'entreprises, spécialisées ou généralistes (Annexe). Leur mise en réseau favorisera les échanges d'expérience et d'opportunités d'affaires entre startups, et l'apprentissage.

- Nous devons aider ce réseau de plateformes techniques à grandir et le promouvoir sur le plan national.
- En lien avec le réseau d'espaces de co-working et de salles de réunion créés à proximité des gares.

### ➤ PROPOSITIONS 20 : Créer un dispositif d'assistance RH de type CRIT pour faciliter la gestion collective des contrats de travail et des programmes de formation continue.

### ➤ PROPOSITION 21 : Créer un guichet d'accompagnement au financement et notamment au déclenchement des dispositifs d'aide publique, au sein des campus d'excellence.

L'attractivité du territoire nécessite de mobiliser les ressources humaines et financières pour aider les porteurs de projet. Le rapport TTA souligne en effet la complexité des canaux de financement qui empêchent beaucoup de start-ups d'accéder aux outils mis en place.

Nous préconisons de créer dans les 4 Campus d'Excellence un **guichet d'accompagnement, orientant sur les services existants** et développant **un soutien spécifique sur le financement** : outre l'aide pour constituer les dossiers, le service orientera sur les acteurs de soutien : Bpifrance et ses divers outils (dont le Volontariat Territorial en Entreprise) et pour rapprocher des réseaux de business angels, fonds venture, ...

*Un plan précis concernant le financement est proposé en annexe.*

### ➤ PROPOSITION 22 : Créer un dispositif d'abondement des investissements en capital pour les start-ups « prioritaires » (agro-alimentaire, énergies vertes, tourisme).



L'investissement régional aux côtés des chercheurs créant une start-up est à bâtir en lien avec les acteurs régionaux de l'investissement. Cependant nous recommandons un effort supplémentaire pour les start-ups qui s'inscrivent dans les quatre priorités de « Cœur d'Occitanie », et sur la santé.

### 3. LA SANTE, UN CAS A PART.

L'accès aux services de santé est un élément déterminant de l'attractivité d'un territoire avec le vieillissement de la population (et la pandémie). **De nombreuses start-up se développent dans le monde de la santé** et de ses applications en Occitanie. La puissance des Universités et de grandes réalisations comme l'Oncopole pourrait y contribuer. Un soutien particulier de l'investissement dans ces start-ups doit permettre de renforcer leur accueil et toutes les initiatives d'innovation dans le monde de la Santé.

- **RECOMMANDATION : Les collectivités pourraient soutenir financièrement les start-ups de santé et réfléchir à un possible Campus d'excellence sur la 'Santé globale'** liant diététique, sport & alimentation
- **RECOMMANDATION : Le Département pourrait innover et expérimenter par un « plan santé »** dans le cadre des projets de décentralisation de la politique sanitaire (Rapport Institut Santé).

## 3. POUSSONS NOTRE AGRICULTURE VERS L'EXCELLENCE ALIMENTAIRE

### 1. Bâtir un pôle d'excellence agricole et alimentaire.

**La diversité des terroirs et des climats** de l'axe qui relie Toulouse à la mer et l'importance d'une **agriculture diversifiée** - qui produit déjà beaucoup de produits finis porteurs de signes reconnaissant qualité & respect environnemental – fondent légitimement notre **volonté de développer une agriculture innovante**, capable de produire progressivement l'essentiel de la gamme d'une **alimentation de qualité, saine et diverse**.

Cependant les modèles directs restent marginaux et les spécificités de notre territoire ne sont pas développés aussi vite que celle d'autres régions comme la Corse ou le Pays Basque. Par ailleurs nous faisons face à une série de ruptures qui mettent notre modèle en tension, comme **les changements climatiques, la pression sociétale et les évolutions des attentes des consommateurs**.

Nous proposons de répondre à ces défis de manière globale, par une autre rupture : celle de **l'innovation verte** et du développement des **filières de transformation les plus prometteuses**<sup>1</sup>.

Le chemin n'est pas dans une opposition des modèles ou des filières, mais au développement global du modèle agricole « Cœur d'Occitanie », dans une culture d'efficacité et de montée en compétence. Nous devons renforcer nos spécificités locales méditerranéennes et les valoriser sur le marché du Grand Sud (24 Millions de consommateurs et 84 Millions de touristes) et à l'export. Il faut développer des entreprises qui intègrent production, transformation, distribution, tourisme, culture, paysage et bilan carbone dans **une vision globale, partagée par tous sur 4 leviers fondamentaux** (qui rejoignent ceux du rapport Toulouse Territoire d'Avenir) :

<sup>1</sup> De **nombreuses filières produisent des produits finis** grâce aux terroirs et climats propices et variés du Massif central aux Pyrénées et du Lauraguais à la mer (eau abondante, ensoleillement élevé) : 10 AOP viticoles, Olives, truffes, viande, volailles, foie gras, miel, huiles, produits de montagne, fromages, plantes médicinales, fruits et maraîchage ; mais aussi semences, grandes cultures, protéagineuses (soja, pois, lutin, féveroles, luzernes, enherbement de légumineuses dans les vignes...) ; et même des productions innovantes comme la 1<sup>ère</sup> ferme d'insectes de France (grillons). **Les signes de reconnaissance de qualité et la production biologique se développent vite** : l'Occitanie est la 1<sup>ère</sup> Région d'Europe pour les produits labellisés (86 AOP, 77 IGP, 250 produits sous Identification de la Qualité et de l'Origine et la 1<sup>ère</sup> région bio de France avec 16% de la Surface Agricole utile contre 9% en France et l'Aude est le 3<sup>ème</sup> département (40.000 has).

- Le climat,
- L'innovation,
- L'alimentation saine et locale,
- Le rapprochement des consommateurs par l'accueil professionnel et le digital.

Nous définissons ainsi l'ambition d'un objectif global à 5 ans : **faire de l'Aude un champion de l'alimentation méditerranéenne saine et de qualité, respectueuse de la nature et proche de ses consommateurs.**

### **1.1 Faire émerger les solutions innovantes et les compétences des secteurs agricole et alimentaire**

#### ➤ **PROPOSITION 23 : Créer un campus d'excellence de l'agriculture de demain.**

**Les enjeux de l'agriculture et de l'alimentation sont décisifs** pour le territoire qui dispose de nombreux atouts naturels, mais aussi d'un écosystème relativement nourri et de forces académiques non négligeables. Tous les acteurs de la Recherche et de la Formation – lycées agricoles, Chambre d'agriculture, producteurs et distributeurs de dimension internationale ... - sont présents pour que l'Aude devienne un lieu d'expérimentation, d'innovation et de montée en compétence, au service de la mutation du monde rural.

C'est d'autant plus essentiel que **l'agriculture manque aujourd'hui de repreneurs et de salariés** formés à des innovations qui se multiplient : digitalisation, marketing, gestion de l'eau ou des récoltes...

Ce Campus - essentiel pour dessiner l'avenir du territoire et de ses productions - pourra **partager les moyens en équipe et équipements des partenaires privés et publics pour développer** un volet de formation, initiale et continue et d'expérimentation sur le modèle ouvert des Pôles de compétitivité (voir fiche détaillée en annexe). Il s'associera au Pôle de compétitivité Sud-Ouest Agri Innovation pour bâtir une Plateforme de partenariats avec des Groupes privés (comme de grands distributeurs) et entretenir une pépinière start-ups.

#### ➤ **PROPOSITION 24 : Soutenir et favoriser la concertation avec les acteurs de la Recherche, l'Innovation et le Transfert pour orienter ce pôle d'Excellence agricole et alimentaire.**

**Les 2 pôles de Recherche & d'Enseignement Supérieur** de Toulouse & Montpellier **ont une force exceptionnelle** renforcée par de nombreux acteurs. La volonté de réorienter des capacités de recherche aéronautiques et l'ouverture croissante à la coopération notamment trans-régionales et internationales, renforcent la possibilité **d'accélérer l'innovation** sur ces grands sujets : climat, digital & technologie appliqués aux cultures et à leur transformation, biotechnologie & solutions environnementales innovantes.

#### ➤ **RECOMMANDATION La liste des priorités pour accélérer l'urgente évolution du secteur (Cf Annexe) a fait l'objet d'échanges avec les grands acteurs de la Recherche, de l'innovation et du transfert.** Leur bon accueil à cette démarche doit conduire **la Région et les Collectivités à soutenir ces mesures prioritaires** dans le redéveloppement des moyens prévu à l'occasion des Plans Etat Région et de Relance.

### **1.2 Prendre à bras-le-corps les enjeux climatiques**

#### ➤ **PROPOSITION 25 : Développer les solutions locales de mobilisation de l'eau, dans un cadre précisant son utilisation rationnelle pour renforcer le dynamisme des sols** (Cf note en Annexe).

#### ➤ **PROPOSITION 26 : Développer toutes les pistes de fixation de l'azote et du carbone dans les sols et les plantes et bâtir une filière régionale de la matière organique.** (Cf note en annexe).

#### ➤ **PROPOSITION 27 : Etablir les bilans carbone et énergie de l'agro-alimentaire du territoire.**

Il faut innover sur toutes les solutions « vertes » de culture et de transformation, pour faire converger toutes les solutions, sans opposer les méthodes, ni bloquer les évolutions innovantes possibles. Le bio traditionnel peut avoir un bilan carbone catastrophique notamment en favorisant les productions au bout du monde.

➤ **PROPOSITION 28 : Renforcer l'autonomie énergétique des entreprises et des collectivités rurales.**

Il est possible de développer avec les majors de l'énergie EDF et ENEDIS leurs nouvelles conceptions de micros-installations d'autonomie énergétique agricole ou rurale, limitant le besoin de réseaux de transports.

**1.3 Faire émerger une offre agro-alimentaire régionale de qualité.**

L'objectif est de **faire du Cœur d'Occitanie la vitrine et le fournisseur d'un nouveau modèle d'alimentation**, qui intègre les attentes de 'bien-manger' et les défis environnementaux et de changement climatique. Pour parvenir à cet objectif de renforcer la transformation régionale, il conviendra de :

- Lister les produits de haut de gamme qui existent ;
- Préciser les débouchés potentiels et de structurer les commandes (sur le modèle du M.I.N. de Toulouse), afin de stimuler l'offre de ces produits par la demande plus que par la subvention ;
- Favoriser la création d'entreprises sur toute la chaîne de la production à la commercialisation ;
- Identifier et soutenir les solutions collaboratives efficaces de logistique, de transformation et de vente ;
- Impliquer les coopératives importantes dans ces filières complémentaires de transformation locale.

Cette démarche passe par l'identification des spécificités du Cœur d'Occitanie et par une campagne de communication et de promotion de notre culture gastronomique (*cf chapitre 1 sur l'identité*).

**Une agriculture diversifiée et de qualité repose sur des acteurs suffisamment forts** : leur culture d'efficacité doit s'appuyer sur un « **esprit de coopération** » pour limiter leur isolement.

- **Entre filières** (une chambre froide de fruits, par exemple, peut stocker d'autres récoltes)
- **Entre producteurs** (la mise en commun de moyens ou la vente de produits intermédiaires à un voisin favorisera le démarrage progressif de la vente directe).

Il faut soutenir la capacité d'initiative et de création d'entreprises de toutes les filières qui produisent et transforment toute la gamme de l'alimentation. C'est de cette manière que nous renforceront l'identité et fierté régionale. Cela passe par l'accueil des audois et des touristes par le biais des acteurs du tourisme et du commerce qui valorise l'identité occitane, mais aussi par la promotion des produits « Cœur d'Occitanie », auprès des consommateurs et distributeurs à l'international.

Il est essentiel d'articuler toutes les initiatives privées et publiques dans ce domaine et que des acteurs importants aident à structurer ces filières. Ce peut être les grandes coopératives (actuellement plus axées sur la production de matière première) ou des entreprises de l'aval (comme le propose l'AREA - Association Régionales des Entreprises Alimentaires). Il faut 'un peu de subvention au démarrage', des vraies commandes (du MIN, des cuisines centrales...) et le soutien d'acteurs économiques déjà structurés pour faire émerger des outils logistiques et de transformations efficaces et rentables.

➤ **PROPOSITION 29 : Réaliser une étude sur sa mise en oeuvre possible à court terme, listant les producteurs, l'intérêt des donneurs d'ordre et le soutien des partenaires potentiels. Cf en annexe la démarche élaborée par le groupe de travail (ie Jacques Subreville ancien DG d'Aude Coop)**

**Il faut aussi développer des entreprises alimentaires fortes et innovantes** : le 'Grand Dessein' de l'AREA converge avec ces objectifs qui prévoit notamment de renforcer la capacité d'innovation et de création de valeur, par l'anticipation des attentes sociétales et la mise en réseau des PME capables de porter leur production au-delà de nos frontières nationales.

**2. Aller chercher le consommateur où qu'il se trouve... : par l'accueil et le digital**

**2.1 Encourager toutes les initiatives directes de contacts** entre producteurs & consommateurs

Les attentes de Nature et d'expériences humaines valoriseront les rôles d'accueil et de jardiniers de la nature

- Développer les liens intra et inter filières pour renforcer la cohérence et l'identité de l'offre régionale

- Favoriser une distribution innovante qui intègre le besoin d'implication du consommateur
  - Promouvoir les métiers agricoles et développer les formations adaptées à la pénurie de personnel
- **PROPOSITION 30 : Aide des collectivités à la vente d'une gamme large par les producteurs, par**
- subvention de 50% de la marge nécessaire au Point de Vente sur les produits d'autres producteurs qui ont besoin du prix Particuliers et bons logistiques payant la livraison locale (livreurs de l'e-économie).
  - stratégies digitales pour toucher les 'visiteurs' qui ne peuvent se déplacer et fidéliser les clients.

#### 2.4 Mettre en valeur les produits « made in Cœur d'Occitanie ».

Le tourisme valorisera la Nature et la culture occitane associées au bien-manger & bien-vivre. Cette stratégie nécessite le développement de projets de rayonnement fort et d'élargir l'oeno-tourisme à d'autres filières. Mais la Gastronomie est naturellement le VRP le plus efficace par la valorisation du produit local mis en scène comme *l'œuf Carrus* à l'Auberge du Puit, *l'huitre de Leucate* ou la *mozzarella di buffala des Corbières*, etc.

### 3. Favoriser la mutation urgente en assouplissant des freins réglementaires

- **RECOMMANDATION : De nombreuses réglementations et normes sont devenues des freins forts aux évolutions. Le Rapport a établi une 1<sup>ère</sup> liste (Cf Annexe) et demande aux élus d'user avec la Région de leur influence pour favoriser l'expérimentation et lever 10 premières mesures phares.**

## 4. REVEILLONS NOTRE TOURISME !

Le tourisme est une composante majeure de l'attractivité d'un territoire et de sa capacité à attirer entreprises, familles et cerveaux. L'axe de Toulouse à la mer a les atouts pour structurer le tourisme régional. Il est lié à son histoire et son identité, à ses savoirs-faires, sa capacité à innover et à offrir de la qualité de vie, sans doute le bien le plus précieux de nos sociétés. Les touristes choisissent rarement une destination pour elle-même, mais parce qu'elle leur paraît **l'occasion de vivre l'expérience qu'ils recherchent**.

Le tourisme de l'Aude souffre de ce que les professionnels appellent un manque de « déclencheur de séjour » et l'Occitanie ne dispose pas de marqueurs d'une identité suffisamment forte.

Autrement dit, nous sommes mal identifiés et le touriste étranger a du mal à nous trouver sur la carte. Si notre côte méditerranéenne reste un pôle touristique national (1<sup>ère</sup> Région pour la fréquentation française), son ambition internationale est insuffisante (3<sup>ème</sup> seulement). L'hôtellerie traditionnelle n'est pas mieux lotie, qui affiche souvent une surcapacité. Si L'Aude s'en tire mieux que l'Occitanie sur les nuitées étrangères, nos 2 sites majeurs du Canal et de la Cité, voient leur fréquentation baisser régulièrement. En cause : des années d'immobilisme et l'absence d'une politique d'investissement en marketing.

Disons-le clairement, nous devons **repenser notre tourisme, le moderniser, lui faire opérer sa mue écologique et innover** dans ses services et ses offres ; pour qu'il **structure l'offre internationale** que Toulouse et la Région veulent promouvoir.

Les chefs d'entreprise du groupe ont affiché une triple ambition :

- Promouvoir et développer un tourisme renouvelé, digitalisé, humain et éco-responsable, qui structure de nouveaux rapports à l'autre et aux espaces visités ;
- Développer une attractivité internationale avec Toulouse comme porte d'entrée principale.
- Fédérer tous les acteurs autour d'un récit commun positif, permettant sa « mise en tourisme ».

## 1 Structurer l'offre culturelle, voilà l'urgence.

### 1.1 Retrouver son identité.

Développer le tourisme d'une destination impose de s'appuyer sur son identité : racines fortes et porteuses de sens. Car c'est avant tout la rencontre de femmes et d'hommes dans une histoire et un environnement.

**La nature est un des grands atouts du Cœur d'Occitanie**, car elle offre les éléments (vent, étangs, terre aride, soleil, géologie ...) et qu'elle intègre **les activités humaines** (châteaux et villages perchés sur des rocs, abbayes en pleine garrigue, vignobles, salins, truffières, marbre, ...). C'est un terrain d'aventures, de découvertes à ciel ouvert, de la montagne à la mer. **Le Cœur d'Occitanie doit offrir le récit de son identité autour de ses fiertés et richesses, pour fonder son marketing.** (cf § 1).

➤ **PROPOSITION 31 : finaliser et promouvoir la marque Cœur d'Occitanie** (cf chapitre 1)

### 1.2 Travailler sa diversité et son « authenticité ». (Cf les annexes W T R).

Quelques éléments de nos discussions, méritent réflexion. Il faut :

- S'appuyer sur la beauté des paysages, les éléments naturels vent, soleil, terre, mer... et les activités humaines notamment de loisir, mais aussi de production alimentaire ou artisanale.
- S'appuyer sur la qualité de vie, la simplicité et la ruralité : humble et modeste au sens noble du terme.
- Valoriser l'alimentation et la gastronomie locale et les savoirs-faires : artisanat, métiers d'Art.
- Considérer le tourisme durable comme un prérequis du tourisme de demain, éco-responsable mais permettant aussi des expériences et des rencontres authentiques.
- Moderniser et donner une nouvelle dimension, qualitative et innovante aux « totems » que sont la Cité, les citadelles du vertige, le Canal du Midi, les Abbayes, châteaux, villages... Et aux événements culturels.
- Penser plus économie créative que seulement productive : accueillir de nouvelles idées/ personnes/ programmes, disruptifs, innovants, afin d'être dans une résistance constructive.
- Capitaliser sur l'histoire de la viticulture (y compris des caves coopératives) et de ses liens avec la Nature.

➤ **RECOMMANDATION : Le Groupe invite les collectivités à réfléchir à une démarche globale qui s'inscrive dans la stratégie de développement touristique et participe à l'attractivité du territoire :**

- **Vers une Mission Racine 3.0 pour requalifier le littoral** conçu il y a 60 ans, dans une croissance « bleue et verte » alliant préservation des espaces naturels et requalification des stations, plages et ports...
- **Cultiver le « beau » dans les villes et villages**, notamment pour requalifier les entrées de ville, en utilisant les opportunités : Politique de la Ville, Plan d'Action Cœurs de Ville ou de Village, Contrat Bourg-Centre...
- **Faciliter et animer le dernier kilomètre des lieux touristiques** : fin d'un voyage souvent effectué en transports collectifs, il faut faciliter l'accès à pied ou par des moyens innovants et responsables - navette électrique/ équestre, VTC, vélo, trottinette, funiculaire et tyrolienne urbains - et son animation digitale.

## 2. Développer l'attractivité du territoire par une offre internationale claire et différenciée.

Le groupe de travail a effectué une démarche de 'Design Thinking' par des ateliers collaboratifs et des échanges intermédiaires qui ont permis de définir plus d'une centaine de propositions synthétisées autour de 3 grands piliers, pour que l'offre du Cœur d'Occitanie forme un ensemble cohérent et complémentaire qui structure celle de la Région.

- **Le « Bien Manger et le Bien Vivre ».**

La valorisation des atouts culinaires et l'œnotourisme sont un atout majeur de la destination Cœur d'Occitanie. Nous associons l'artisanat au bien vivre et au bien manger, pour créer une offre humaine - de parcours, d'accueil, d'activités, de lieux... - autour des savoir-faire vernaculaires et contemporains.

La gastronomie est l'ambassadeur du territoire. L'Aude, « ciel le plus étoilé d'Occitanie » (7 étoiles) dispose de produits de qualité de la campagne à la mer, à valoriser par une montée en qualité et en authenticité.

- **HistoireS d'AvenirS**

Nous souhaitons déployer une « mise en tourisme » qui fasse de l'histoire, du patrimoine et de la culture une expérience à vivre. C'est dans cette logique que nous avons associé l'histoire et le patrimoine à l'événementiel et proposé de moderniser et animer des lieux patrimoniaux, aujourd'hui sous exploités.

Ce pilier s'appuie également sur une nouvelle ligne éditoriale : le travail des femmes et des hommes dans la construction du territoire a été retenu comme fil conducteur, pour raconter les différentes époques qui ont fait la richesse et la singularité du Cœur d'Occitanie.

- **Terre des sens, Terre de chance**

Le tourisme de nature et d'expériences humaines apporte une forte valeur ajoutée grâce à sa diversité exceptionnelle d'espaces et de sites et aux nouveaux atouts du digital. Atout France considère le tourisme de nature comme un avantage différenciant pour la France. C'est encore plus vrai pour le Cœur d'Occitanie dont le territoire couvre de manière rare montagnes, campagnes et bords de mer avec un exceptionnel patrimoine vivant d'activités humaines. C'est aussi une nouvelle exigence de la clientèle, une opportunité pour créer de nouveaux dispositifs de médiation, de découverte de loisirs.

L'Artisanat et l'Art sont un moteur d'attraction fort pour les centres-villes (ie La Bastide à Carcassonne) et les villages authentiques : Lagrasse suit les traces des villages réputés de Provence, Alsace ou Périgord.

➤ **L'Annexe TOURISME & CULTURE du rapport précise les propositions pour développer ces 3 axes.**

## **2.1 Promouvoir les Territoires naturels et humains**

Le Cœur d'Occitanie a une richesse naturelle rare. Il faut en faire découvrir et protéger la **réelle spécificité** : grande diversité des paysages et complémentarité rare des éléments : eau, soleil & vent.

Le sillon de Toulouse à la Mer offre de nombreuses possibilités de découverte de cette nature diversifiée tout en sensibilisant les habitants et les visiteurs aux enjeux climatiques. Cette mise en scène doit souligner la diversité rare du territoire et utiliser une architecture positive intégrée aux paysages.

- **Développer l'immersion dans la nature très diversifiée** : des étangs de la Narbonnaise (seul Parc Naturel d'Occitanie sur le pourtour méditerranéen), aux garrigues, pinèdes & vignobles et des alpages, forêts & tourbières du Massif central et des Pyrénées au Pays de cocagne du Lauragais et du Limouxin...
- **Valoriser la complémentarité rare des éléments** - eau, soleil & vent - qui renforce l'identité du territoire.

➤ **PROPOSITION 32 : Créer un réseau dense de voies de promenades, GR, sentiers naturels, voies cyclables et voies d'accès aux principaux sites, en continuité des voies qui longent les Canaux et les rivières.**

➤ **PROPOSITION 33 : Faire du Vent un vecteur de la spécificité des éléments de la Nature occitane.**

- Valoriser l'aspect musical du vent qui fait écho aux sons de la nature et des instruments de musique à vent : des mégaphones en bois amplifient les bruits de la nature dans la forêt estonienne.
- Renforcer des événements internationaux par le Plan Glisse : Mondial du vent à Leucate, Défi Wind à Gruissan, Régate du Triangle du Lion sur la Côte Vermeil
- Valoriser les moulins, éoliennes et petits bâtis parfois romains qui parsèment le territoire.

## **2.2 Bâtir des circuits globaux associant les différents thèmes au 'bien manger'**

La diversité des thèmes - Citadelles, Villages, Abbayes, Châteaux, Nature, Vignobles, Artisanat, Gastronomie - permet de construire des **circuits globaux d'itinérance** offrant à des touristes nationaux et internationaux des expériences authentiques. Chaque circuit permettra aux différentes mobilités - vélo, marche, voiture, péniches, transport collectif ... - de découvrir la variété des offres touristiques, culturelles ou d'accueil.

Ces circuits animés par le digital lieront chaque activité ou thème à la gastronomie et à l'accueil viticole, agricole et artisanal. Ils se structureront sur les 7 EPCI du Cœur d'Occitanie : Montagne Noire, Lauragais, Haute Vallée de l'Aude, Corbières, Narbonnaise,...

- **PROPOSITION 34 : Finaliser les circuits globaux et bâtir l'outil digital** avec l'ADT et l'offre régionale
- **PROPOSITION 35 : Renforcer et structurer l'offre gastronomique**
  - **Créer un Lab d'identité culinaire** qui apporte créativité et montée en gamme de la cuisine occitane.
  - **Valoriser les plateformes de mise en relation entre producteurs, restaurants & commerces** pour animer la communauté sur le terrain : **fooding.com** référence 2 restaurants, 13 en Auvergne, 48 en Bouches du Rhône ; **openfoodfrance.org** est développée par la Banque des Territoires.
  - **Créer des parcours gastronomiques et d'agrotourisme de découverte du territoire** : parcours de dégustation, cours de cuisine, visites, événements et fêtes dédiés à des produits (ex. d'Auvergne)
  - **Créer le Festival du « bien-manger en Occitanie ».**

### 2.3 Capitaliser sur les deux sites UNESCO pour structurer une offre globale

Le Canal du Midi et La Cité Médiévale de Carcassonne peuvent contribuer par leur rayonnement international au développement que propose le Groupe Tourisme, mais ils souffrent d'un délitement des politiques territoriales et d'un manque cruel d'investissement. Il faut les concevoir comme des catalyseurs et non des inhibiteurs et rénover l'offre marketing et d'animation, au-delà de l'opération grand Site. Ils doivent devenir les points d'entrée des circuits globaux développés.

- **PROPOSITION 36 : Faire du Canal du Midi une voie verte inattendue devenant une halte emblématique**
  - **Relier** le canal de la Robine, les étangs du Parc Naturel, le réseau de voies cyclables et la Via Rhona ;
  - **Développer des lieux de vie et d'accueil** créatifs et gastronomiques pour animer ses différents tronçons ;
  - **Développer le festival itinérant le plus long du monde le long du Canal** de Toulouse à la mer (240 km), colonne vertébrale du Cœur d'Occitanie : développer une itinérance sur les lieux d'accueil existant et nouveaux. Un défilé d'art de rue avancerait jusqu'à la mer telle la parade Lille 3000 et des événements et pique-niques en blanc ou déjeuners sur l'herbe, souligneraient la convivialité de la Dolce vita audoise.
- **PROPOSITION 37 : Créer la Cité mondiale du Vin et de la Nature près de la Cité**, sur le modèle de la cité du vin de Bordeaux, mais ouvert à la Nature en plusieurs et porte d'entrée des circuits
  - **Le thème de l'homme et de la Nature** devient central et peut fonder un projet mondial, alors que l'univers du vin s'est mondialisé en 50 ans sans capitale reconnue. Le projet est en cours de finalisation.

### 2.4 Capitaliser sur la Culture, source d'identité et d'expériences authentiques

L'événementiel est à moderniser et à « mettre en tourisme » pour développer l'image, l'identité et le dynamisme du territoire pour les touristes, les habitants du Grand Sud et pour attirer des publics directement intéressés par ces événements (des villes reliées par avion à l'Occitanie dont nous sommes le Cœur).

De vrais atouts existent pour moderniser les totems existants et pour élargir l'offre culturelle - cf Annexe - et de nombreux espaces ont un fort potentiel pour y organiser festivals et manifestations culturelles et professionnelles : citadelles, vignobles, carrière de Caunes ou marais salant de Gruissan...

Acquérir une dimension internationale, nécessite de développer des événements fort et **thématisés** (pour se distinguer de ceux à gros volume, renforcer l'identité et offrir de réelles expériences) et de créer une dynamique notamment en basse saison.

- **PROPOSITION 38 : Moderniser et élargir l'offre culturelle (cf Fiche Annexe) et développer des Evènements très thématiques sur des lieux à fort potentiel**

### 3. Favoriser l'innovation et la montée en compétence des professionnels du tourisme.

- **PROPOSITION 39 : Créer un campus d'excellence des métiers du Tourisme et de la Culture.**

Le Cœur d'Occitanie doit être identifié comme référent dans la formation aux métiers du tourisme, culture, patrimoine, conservation. Il faut faire monter en compétence les savoirs faire pour améliorer le service, l'hospitalité et le relationnel. Pour retenir les travailleurs pendant la saison basse, des programmes de formation continue pourraient être mis en place dans chaque filière.

Ce Campus d'Excellence de formation et de Recherche appliquée sera créé sous forme de CMQ, pour associer les acteurs privés et publics. Il associerait les sites de formation initiale et continue du territoire et le pôle de Toulouse (Ecole Hôtelière, Conservatoire, Formation des éducateurs sportifs), par les étapes suivantes :

- **Mise en place de l'organe consultatif du CMQ avec l'éducation nationale, les professionnels, les consulaires et institutionnels et les services de l'Etat** pour favoriser les échanges et programmer les formations adéquates. Cet organe constituerait une 'académie' du tourisme, garante de la qualité des prestations fournies aux touristes et aux acteurs de la filière.
- **Favoriser les échanges entre professionnels sur le territoire et avec des acteurs internationaux** notamment pour améliorer la pratique des langues. Les nombreux résidents étrangers sur le territoire (ambassadeurs de notre richesse touristique et culturelle) pourront y contribuer.
- **Favoriser les échanges internationaux** entre les écoles des métiers du tourisme (ex. Vatel), celles du spectacle et des arts vivants et des troupes internationales.

**Favoriser la mise en œuvre commune de ces mesures : l'Association Cœur d'Occitanie.**

L'Association Cœur d'Occitanie créée le 2 juin 2021 est dédiée au développement économique de notre territoire, avec une triple vocation : elle est à la fois **laboratoire d'idée, incubateur** de projet et **facilitateur** de réalisation. Son objectif est de fournir de nouvelles propositions concrètes, d'aider à la mise en œuvre des projets, et surtout de renforcer l'efficacité de la coopération entre les acteurs, publics et privés.

#### Think tank

- La dynamique des chefs d'entreprise mutualise idées, projets, énergie, réseaux..
- Lieu de proposition et de compétences : dévéco, urbanisme, communication...
- Think tank commun pour développer la coopération régionale et transrégionale
- Organiser un buzz 'Dynamique & Innovant' vers la population & les milieux écos

#### Incubateur de Projets

- Contribuer aux négociations des contrats de Plan de relance ...
- Initier les partenariats utiles à la mise en oeuvre du Plan
- Ouvrir les portes - Mettre en relation


#### Assistant à Maître d'ouvrage

- Aller chercher des entreprises, activités, évènements, formations ...
- Contribuer à aménager l'espace : urbanisme; foncier, infrastructures, transport, accès
- Aider les PME avec les associations existantes, Lever des fonds sur projets symboles

La direction de l'association est confiée à un comité opérationnel de 5 femmes et 7 hommes du monde économique, pour favoriser l'initiative et la liberté de ton des chefs d'entreprises. Mais ils travailleront main



dans la main avec les collectivités de l'Aude et de la Région et toutes les instances représentatives. La gouvernance entre ces trois collèges (Elus, Chefs d'entreprises et Représentants) articule nos différences de fonctionnement pour faciliter leur coopération efficace, sans bien sûr remplacer quiconque.

L'Association CŒUR D'OCCITANIE est pilotée par les chefs d'entreprises			
<p align="center"><b>Comité Politique</b> (CP)</p> <p>Les présidents des EPCI de la Région et du CD 11</p>	<p align="center"><b>Comité Opérationnel</b> (CO)</p> <p>12 dirigeants du 'sillon' : 7 hommes et 5 femmes</p> <p align="center"> <b>Equipe légère</b></p>	<p align="center"><b>Collège des Représentants</b> (CR)</p> <p>Le CLIDA Les Fédérations Les syndicats patronaux Les Clubs, JCE...</p>	<p align="center"><b>Collège des bienfaiteurs, experts et personnalités qualifiées</b> (CBE)</p> <p align="center"><b>Non délibératif</b></p>

Ouverte à tous, l'association est notre porte digitale, avec son site internet : [coeurdoccitanie.fr](http://coeurdoccitanie.fr)

## CONCLUSION

Une évidence s'impose en concluant ce rapport : nous croyons tous et toutes 'dur comme fer' à l'avenir de notre territoire. Pas seulement sous l'effet d'une sorte de 'patriotisme occitan', mais parce qu'il a beaucoup d'atouts, si nous le voulons.

Mais il est tout aussi évident que le chemin sera long.

Construire une image, gagner la bataille de l'influence et de l'attractivité, ne peut être l'affaire de quelques mois. Mais qu'importe au fond, nous sommes là pour longtemps. Si la moitié de nos propositions voient le jour de manière efficace dans les 2 ans, ce sera déjà énorme. **Car une dynamique sera alors née** sur ce territoire alors perçu comme **beau, sain, agréable et ensoleillé**, mais aussi **dynamique, innovant et accueillant pour les entrepreneurs**.

C'est à cela que nous nous engageons aujourd'hui, avec ceux qui composent désormais l'Association Cœur d'Occitanie. Un peu plus qu'une association en réalité : un laboratoire, un incubateur, un facilitateur de projet.

Ce *think tank*, créé et dirigé par les chefs d'entreprises, avec les élus et instances représentatives, c'est aussi une première qui intéressera le monde économique. Mais attention, chacun son rôle :

- **aux élus et collectivités d'orienter les politiques publiques** avec le soutien de la Région, de l'Etat et de l'Union européenne, pour **garantir l'équilibre** d'un développement harmonieux de l'économie, articulé à une solidarité et à une politique environnementale efficaces.
- **aux entrepreneurs, l'impulsion, l'impatience, la dynamique** du développement économique et des compétences, pour booster l'attractivité du territoire et aller chercher et aider ceux qui créeront les emplois de demain. Ils veulent mettre leur savoir faire de 'business développement' de leur entreprise au service de celui du territoire.

Évidemment, le temps des pouvoirs publics n'est pas celui de l'entreprise.

Les contraintes, la complexité ne sont pas les mêmes, de part et d'autre. Il y aura des frottements, des impatiences, peut-être des désaccords, mais qu'importe : c'est l'impulsion qui compte et nous voulons être l'aiguillon et le moteur du développement économique du territoire dans les années qui viennent.

Et nous partageons ensemble une conviction, au-delà des sensibilités : celle que l'avenir est aux territoires naturels avec une identité forte, ces pays dynamiques, connectés et accueillants à l'initiative même venant de l'extérieur, où il fait bon vivre pour travailler, bien-manger, se cultiver, faire du sport et se divertir.

**C'est tout ce que nous souhaitons à notre Cœur d'Occitanie.**