**Mettons en avant LES Couserans !**

*Concilier nos visions du Couserans pour une communication collective : 35 participants*

Un Français verrait minimum 1000 messages publicitaires chaque jour !

Comment communiquer sur le Couserans pour être visible et lisible ?

1. **Identification des points de convergence ou de divergence** 
   1. **Si le Couserans était une qualité et un défaut : chaque participant répond :**

**Qualités** :

Nature sauvage : x 11 ; Diversité : x 6 ; Authenticité et traditions : x 5 ; Cadre de vie : x 4 ; Capital sympathie : x 3

**Défauts** :

Peu ouvert : x 14 ; Enclavé : x 9 ;   
Pauvre notoriété : x 4

**La diversité** est à comprendre sous forme de diversité d’activité, de paysages, de population, d’offre… l’**enclavement** **géographique** est aussi une richesse recherchée, et conditionne parfois le cadre de vie tant aimé. Il y a une quiétude contagieuse en Couserans !

**Le manque d’ouverture :** Il y a des oppositions entre 3 types de populations : les écolos alternatifs ; les autochtones ; les « dynamiques » qui veulent développer l’activité. Les autochtones et écolos nouveaux arrivants ont en commun qu’ils ne sont pas pour le développement : c’est calme et isolé, ils aiment le Couserans comme il est.

**Questions soulevées :**

Nature… et agriculture sont complémentaires. La nature est sculptée par l’activité agricole. **Comment valoriser l’activité agricole ?** Problématique : certains agriculteurs sont dubitatifs. **Se rapprocher de la chambre d’agriculture pour la valorisation des producteurs locaux.**

* 1. **3 marqueurs identitaires du Couserans.**

**Top 5** : dans l’ordre : St Lizier, le Mont-Valier, le marché de Saint Girons, Bethmale (vallée, lac ou fromage), Autrefois le Couserans. (voir liste exhaustive pour le classement en entier)

Certains secteurs d’activité et secteurs géographiques sont délaissés (l’artisanat d’art, le piémont, le petit patrimoine…).

Les **têtes de gondole** sont une porte d’entrée et servent à arroser le reste du territoire. Il faut savoir qu’un cerveau humain ne retient que 10% des informations qu’il reçoit pendant toute une journée. C’est pour ça qu’il est primordial d’être impactant. **A essayer de parler de tout et à tout le monde, on finit par être impactant pour personne.** Mais une fois qu’on a choisi les têtes de gondoles, tout l’enjeu est de savoir drainer vers les petites pépites.

18 vallées, pour quelqu’un d’extérieur comme Loïc, ça claque ! Mieux s’en saisir.

On évoque le remplissage et l’attractivité lors de l’intersaison. C’est le nerf de la guerre !

**Compléter la phrase : demain, je souhaite pour le tourisme en Couserans…**

Les thèmes récurrents sont :

* améliorer la promotion de la destination,
* développer une stratégie participative qui implique les habitants et fédère tous les acteurs,
* veiller à rester nous-mêmes tout en s’ouvrant aux autres.
* Et maintenant on fait quoi ? On crée un **groupe de travail « Parlons promotion »** ! dès 2024.