



## BILAN D'ACTIVITE 2020

OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL  
AU CŒUR DES COLLINES CATHARES  
CCPLM

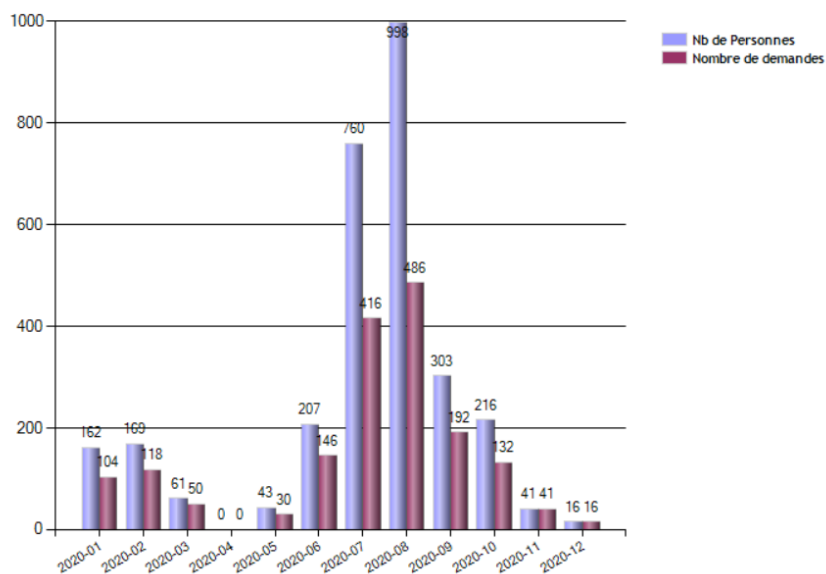




## PARTIE 1 : La Fréquentation

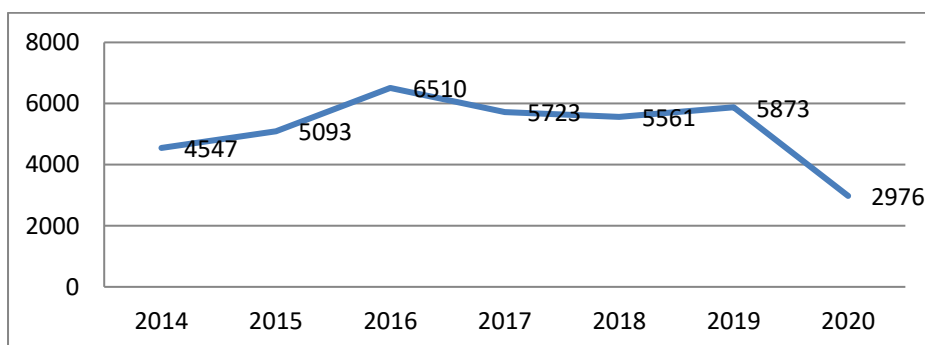
### I) Evolution de la fréquentation à l'OTI

#### A) Nombre de demandes et de personnes au comptoir (au 08/12/2020):



2976 visiteurs annuels enregistrés au comptoir en 2020. Une baisse de fréquentation spectaculaire liée au contexte sanitaire 2020 : fermeture des locaux d'accueil du 16/03 au 18/05 puis du 30/10 au 01/12/2020, et adoption d'un protocole sanitaire d'ouverture strict qui n'a, outre les actualités préoccupantes, pas incité les visiteurs à rentrer dans des lieux clos.

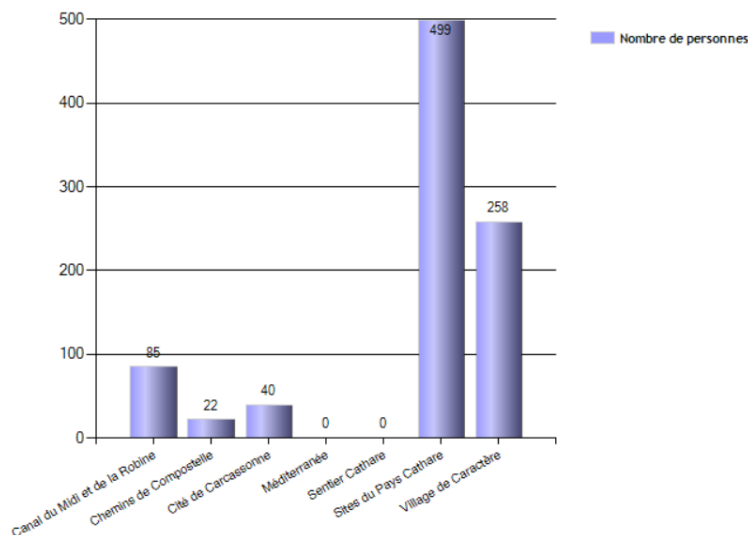
#### Evolution de la fréquentation touristique annuelle sur 5 ans:



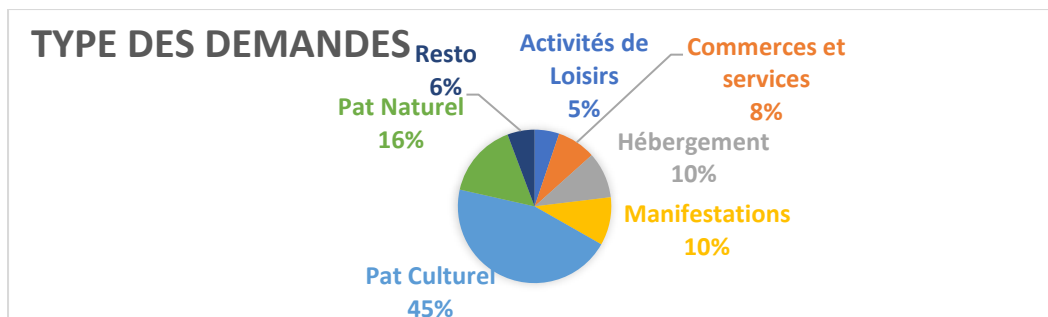
La baisse de fréquentation au sein des offices de Tourisme, tendance générale depuis plusieurs années, a été très largement accélérée par la crise sanitaire liée au Covid-19. Le constat est partagé par l'ensemble des professionnels audois : <https://pro.audetourisme.com/fr/observatoire/documents/202009-barometre-special-covid.pdf> , et plus largement au niveau national.



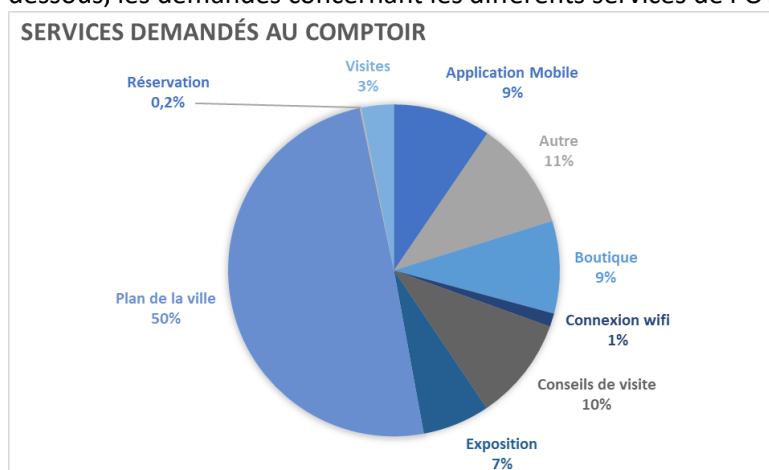
## B) Typologie des visiteurs au comptoir



Ci-dessus, graphique de répartition des Grands centres d'intérêt des visiteurs au comptoir. Les demandes restent axées majoritairement sur le Patrimoine culturel, ce qui est dû à la localisation même de l'Office de Tourisme, également accueil du site Pays Cathare de Fanjeaux. On note par ailleurs l'apparition de l'item Village de Caractère.



Ci-dessus, camembert présentant les différents thèmes de demandes d'informations des visiteurs au comptoir. Ci-dessous, les demandes concernant les différents services de l'OTI.



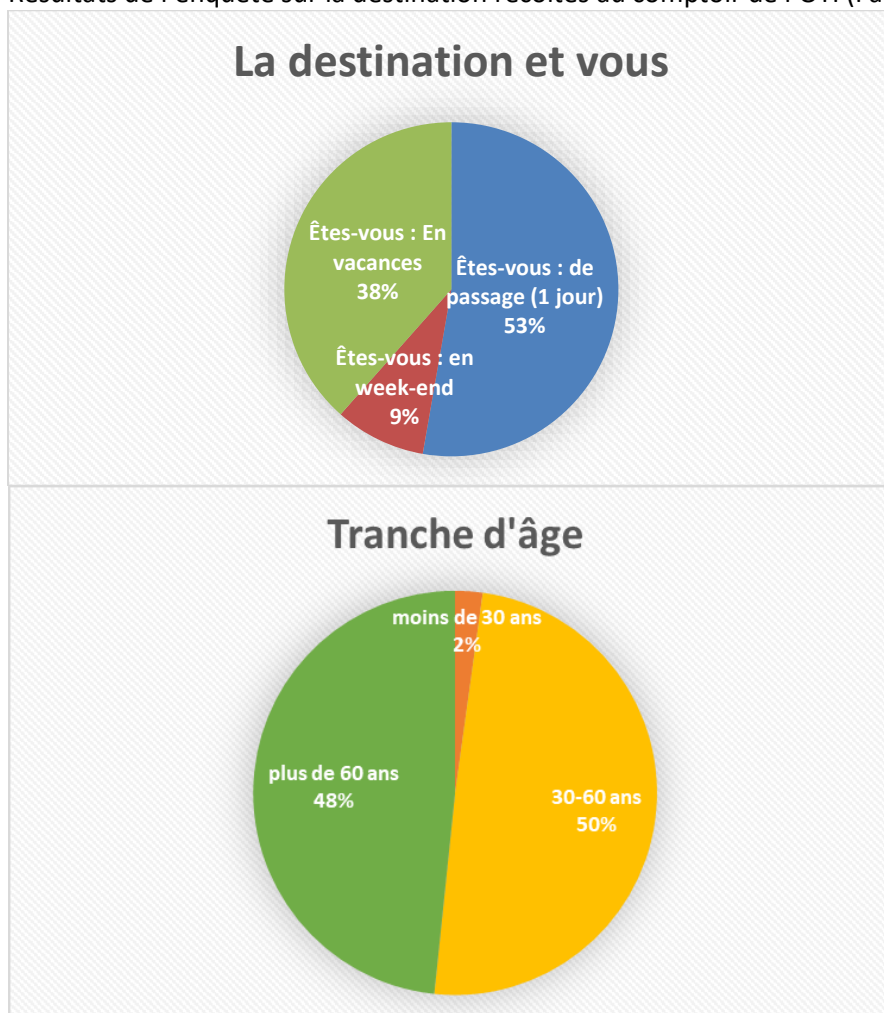


### C) Résultats de l'enquête de satisfaction visiteurs 2020

Une enquête a été diffusée auprès des visiteurs au comptoir de l'OTI afin de recueillir l'avis des visiteurs sur les locaux, les agents d'accueil, les services de l'OTI ainsi que la destination. 90 visiteurs ont répondu à ce questionnaire. Concernant la satisfaction visiteurs, les items et résultats ci-dessous :

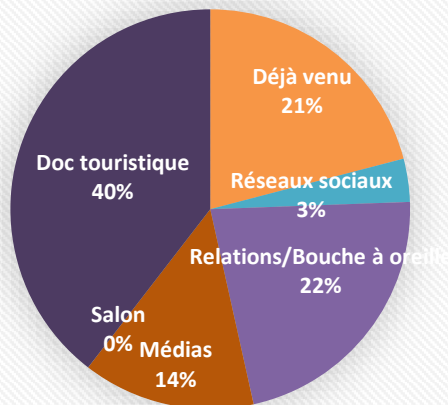
- Les locaux de l'Office de Tourisme : 97% de satisfaction sur le confort des lieux / 85% de satisfaction sur la signalétique de l'OTI / 95% de satisfaction sur les horaires d'ouverture / 93% de satisfaction sur l'accessibilité des locaux.
- Les agents d'accueil : 97% de satisfaction sur l'écoute, la disponibilité, la réponse apportée à la demande et le petit plus apporté par le conseiller.

Résultats de l'enquête sur la destination récoltés au comptoir de l'OTI (Fanjeaux):

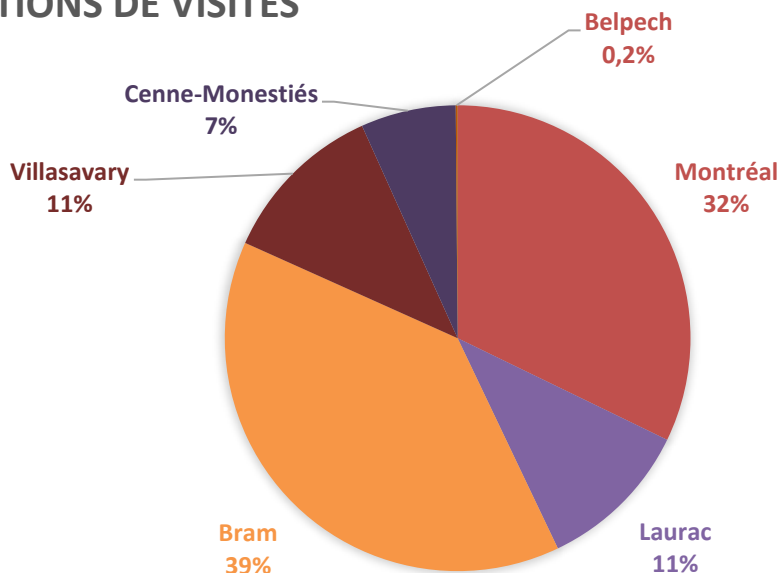




## Comment avez-vous connu les lieux



## LES INTENTIONS DE VISITES



### D) Les hébergements

a- Analyse des résultats issus de la collecte de taxe de séjour 2019

Éléments issus de l'analyse des déclarations de taxe de séjour 2019 (2020 en cours de collecte).

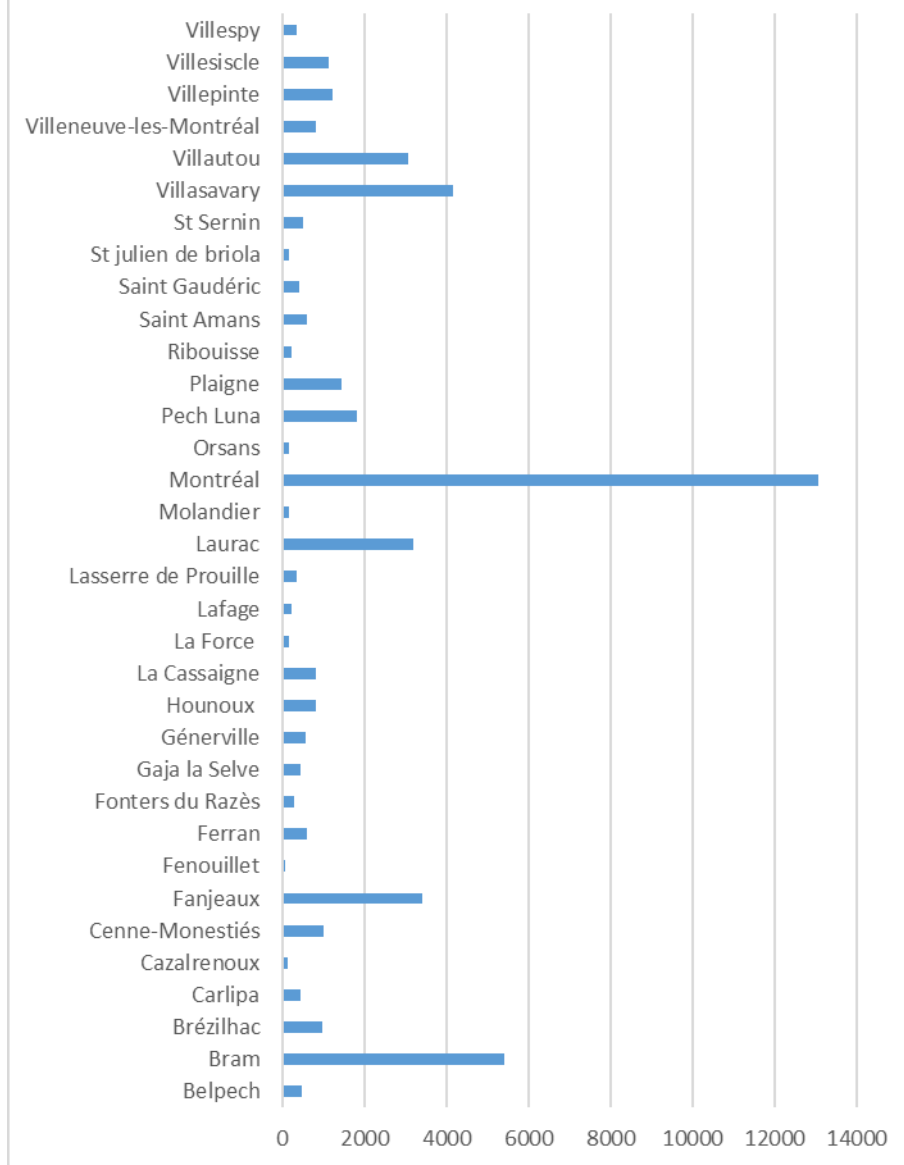
Plus de 59 000 nuitées commercialisées sur le territoire en 2019, (chiffres issus des bordereaux de nuitées déclarées en 2019, intégrant les versements Booking, Airbnb, Homeaway, PureFrance et Booking).

**Soit une augmentation de 76% par rapport à 2018.**

Cf ci-dessous répartition par commune (hors nuitées commercialisées par Airbnb qui n'a pas fourni de détail de répartition des nuitées).



### Répartition du nombre de nuitées commercialisées /commune en 2019







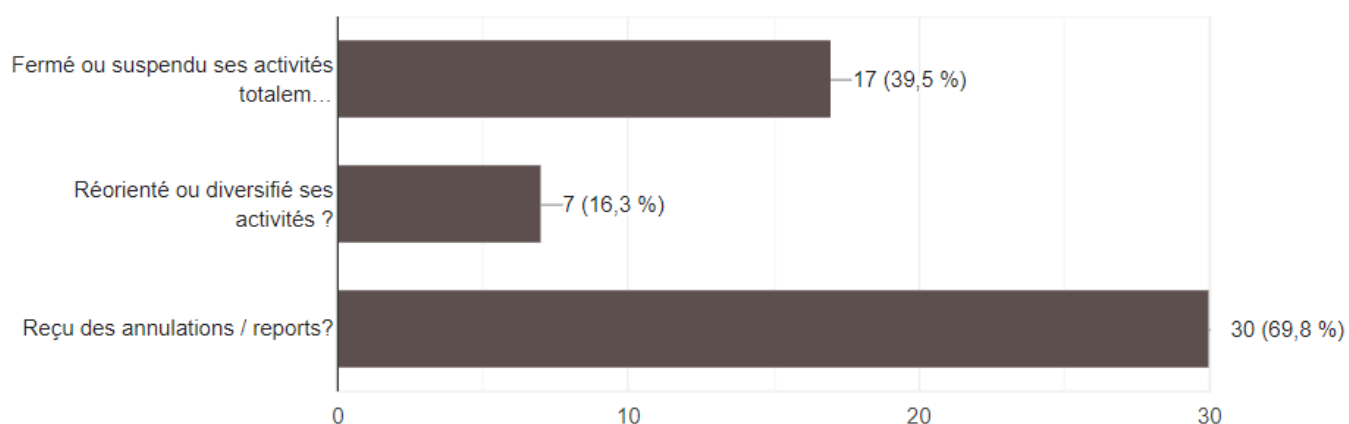
b- L'enquête prestataires du territoire 2020 :

Un questionnaire à destination des professionnels du territoire a été adressé à l'ensemble des hébergeurs du territoire. 47 propriétaires ont répondu sur 114 référencés. Ci-dessous, extraits des réponses.

### Vos organisations face à la crise

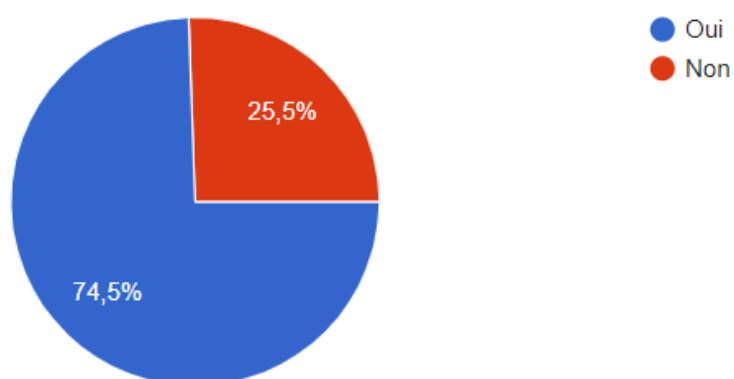
A ce jour, depuis le début de la crise sanitaire, votre organisation a-t-elle:

43 réponses



Avez-vous eu connaissance des différents dispositifs d'aides financières spécifiques mis en place par l'Etat et la région? <https://pro.tourisme-occitanie.com/covid-19-le-crt-occitanie-a-vos-cotes/aides-de-la-region-occitanie> [https://www.economie.gouv.fr/covid19-soutien-entreprises/les-mesures?gclid=Cluj6\\_ixsOkCFQzjGwodPRAF-g#](https://www.economie.gouv.fr/covid19-soutien-entreprises/les-mesures?gclid=Cluj6_ixsOkCFQzjGwodPRAF-g#)

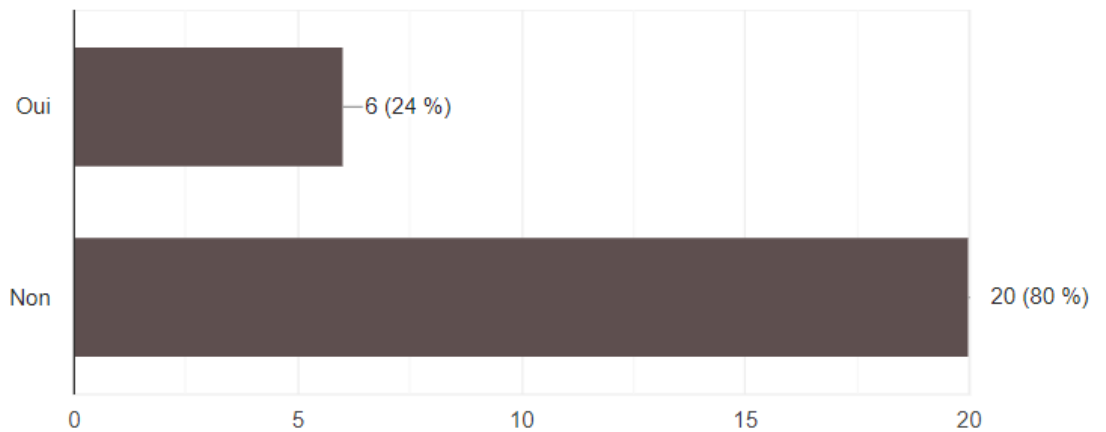
47 réponses





## Avez-vous bénéficié de ces aides?

25 réponses



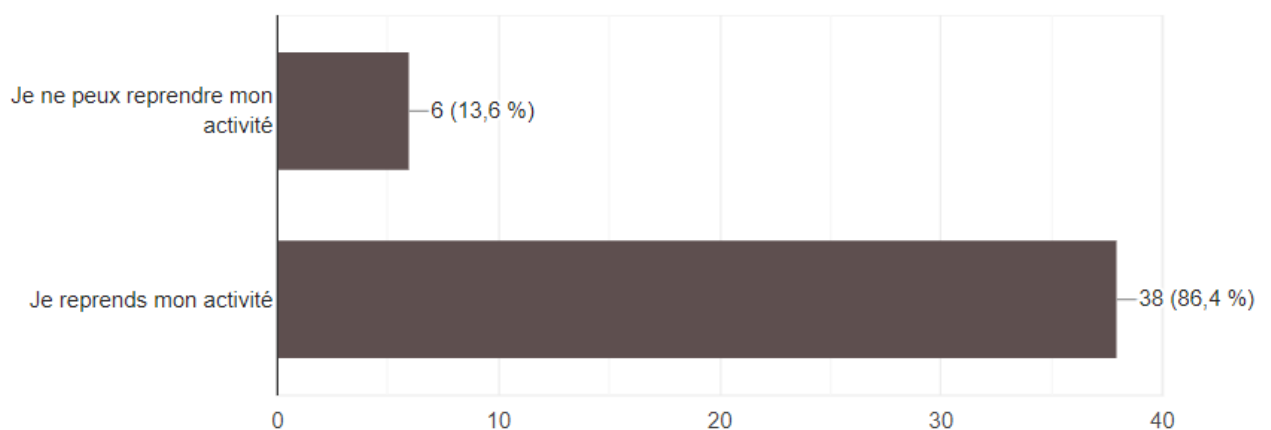
On note que peu de répondants ont bénéficié des aides mises en place par l'Etat et la région. Les raisons évoquées sont très diverses (25 réponses à la question dont 17 exploitables):

- Pas besoin des aides mises en place : 5 répondants
- Pas envie d'entreprendre les démarches (lourdeur, manque de réactivité): 4 répondants
- Revenus 2019 insuffisants : 1 répondant
- Ne remplit pas les critères (sans plus de précision) : 5 répondants
- Meublé non professionnel (opération de défiscalisation) : 2 répondants.

## Reprise d'activité

### Que prévoyez-vous pour les prochaines semaines?

44 réponses





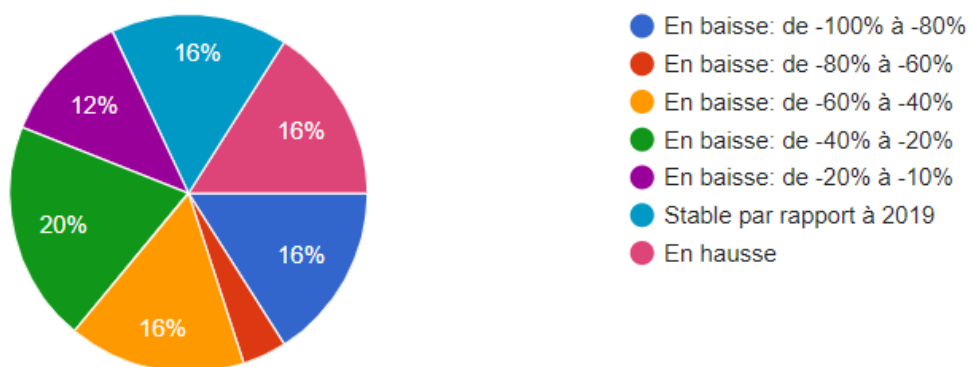


A la fin de la 1<sup>e</sup> période de confinement, certains prestataires répondants (47 répondants sur cet item) ont mis en place de nombreuses adaptations de leurs services. Parmi elles :

- Pas d'adaptation particulière : 11 répondants
- Limitation du nombre de personnes accueillies en même temps : 2 répondants
- Fermeture totale : 4 répondants
- Commandes en ligne puis retraits sur place, développement de sites internet, paiement sans contact : 6 répondants
- Mise à disposition de gel hydroalcoolique, désinfectant, masques : 11 répondants
- Réduction des tarifs, remboursements suite aux ordonnances Covid : 3 répondants
- Fermeture de certains services (sanitaires, tables d'hôtes etc..) : 2 répondants.

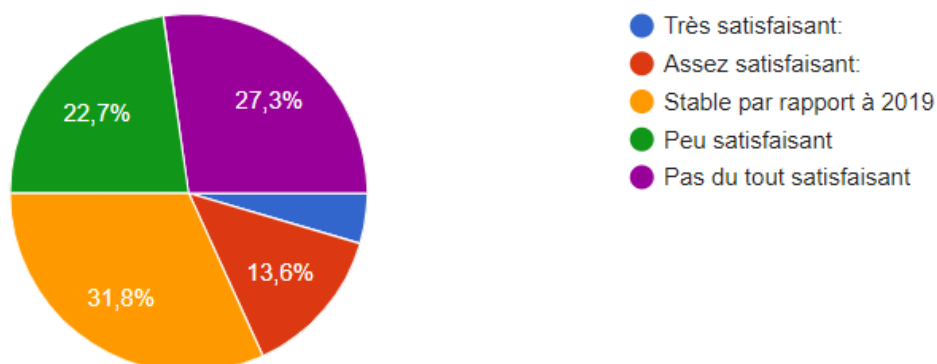
La fréquentation ou le taux d'occupation de votre établissement pour les mois de juin, juillet, août:

25 réponses



L'état des réservations pour les mois de l'année à venir:

22 réponses



## PARTIE 2 : Internet et les réseaux sociaux

### I) Audience site web (analyses du 08/12/2019 au 08/12/2020)

<http://collinescathares.com>

	2018	2019	2020	Evolution 2019-2020
Nombre d'utilisateurs	4094	4579	5883	+ 28 %
Nombre de sessions	4939	5690	8078	+ 41 %
Taux de rebond	12,5%	7,12%	33,54%	+371%
Nombre de pages consultées	23 777	24 155	30 237	+ 25 %
Nombre de pages ouvertes par session	4,8	4,22	3,74	-11%
Durée moyenne de session	2 min 01	1 min 50	3 min 12	+ 75%

Près de 54% d'utilisateurs du site sont venus sur le site suite à une recherche depuis les moteurs de recherche, moins de 12% d'utilisateurs sont issus de sites dits référents (qui intègrent un lien web vers le site), 11% des utilisateurs sont entrés sur le site depuis un lien posté sur les réseaux sociaux, 23% des utilisateurs ont tapé l'adresse du site dans la barre du navigateur.

Le pourcentage de visiteurs provenant de sites dits référents ainsi que des réseaux sociaux est très faible, et s'explique par un manque de liens web (prestataires touristiques, communes membres de l'EPCI...) créés pour renvoyer sur le site de l'OTI.

Le site internet de l'Office de Tourisme étant en cours de transformation (publication en ligne des versions française et anglaise en juillet et septembre... version espagnole à venir), l'optimisation SEO (référencement web) n'est pas encore finalisée. Elle sera effectuée au cours du premier semestre 2021. L'analyse des résultats du site pourra donc être plus riche d'enseignements à la fin de l'année 2021.

### II) Audience réseaux sociaux

On comptabilisait l'année précédente +149, contre +788 au 09/12/2020 avec un nombre d'abonnés passé 1000 en décembre 2019 à 2045 en décembre 2020.

Plus de 200 publications ont été effectuées en 2020.



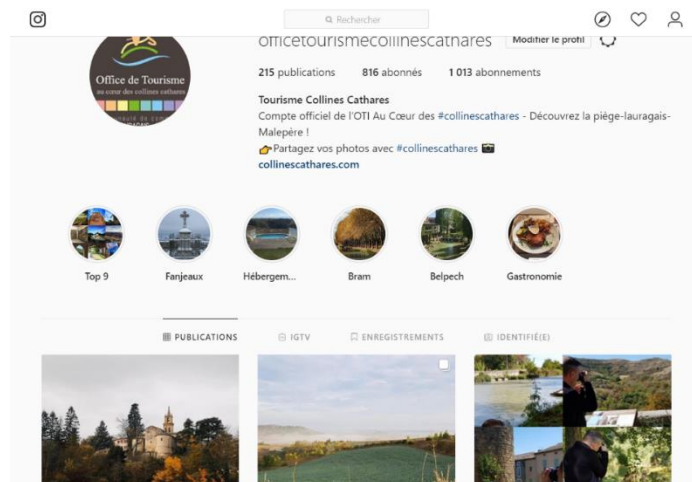


### **Instagram :**

143 publications en 2020

Nombre d'abonnés : 1364 abonnés contre 803 en 2019.

Nombre de « j'aime » : 10 898 (en 2019 : 3975).



### **Google et Maps :**

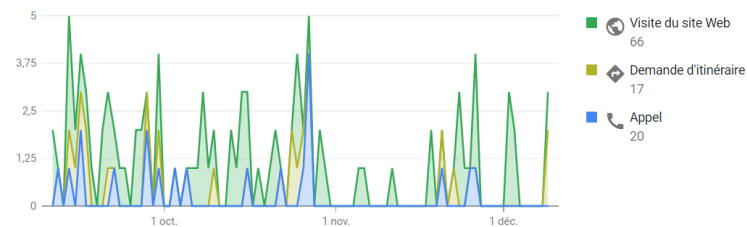
6 890 vues pour le dernier trimestre 2020 dont 4121 recherches, 103 interactions avec la fiche OTI (appels, renvois sur le site web ou demande d'itinéraire sur Maps).

#### Actions des clients

Actions les plus courantes sur votre fiche

1 trimestre ▾

Nombre total d'actions : 103





## **PARTIE 3 : Les services de l'Office de Tourisme**

---

### **I) La Boutique de l'Office de Tourisme**

#### **A) Boutique et Dépôt-Vente**

Mise en fonctionnement en janvier 2019, la régie permettait de vendre quelques références de produits, comme les livrets-jeu, la location d'audio-guides, les passeports du Pays cathares, le Guide du Routard Lauragais et les visites commentées...

En juillet dernier, la boutique s'est agrémentée de produits variés pour composer 42 références de produits « souvenir » dans des univers de consommation tels que la Randonnée, un coin Enfants, Histoire, Canal du Midi ou carterie. Un dépôt-vente complète ces différents articles, et permet aux productions locales de prendre place au sein de la Boutique.

Les recettes globales de la régie boutique, qui intègre les recettes des visites, s'en trouvent impactées : 836,10€ contre 1 245,80€ en 2019. Les recettes du dépôt-vente sont de 236,70€. Le total de recettes boutiques pour l'année 2020 est donc de 1072,80€. Les recettes liées aux ventes de la boutique, ouverte courant juillet avec l'ensemble de ses références actuelles, sont donc en augmentation.

#### **B) Les Visites commentées/Guidées**

Au vu des conditions sanitaires, bon nombre de visites de groupes ont été annulées. Nous en avons accueilli trois au cours de l'année, dans le strict respect des mesures sanitaires en vigueur.

En revanche, en vue d'améliorer le service proposé aux visiteurs, des démarches ont été entreprises par l'équipe de l'Office de Tourisme pour qualifier les visites commentées. Deux membres de l'équipe se sont vus attribuer la carte professionnelle de Guide-Conférencier national. Elle permet à ses détenteurs de conduire des visites guidées au sein des monuments historiques et musées.

### **II) Gestion et promotion des itinéraires de randonnée**

#### Entretien, promotion des itinéraires de randonnées :

388 kms de sentiers pédestres, et 164 kms de sentiers VTT labellisés FFC dont l'entretien et le balisage sont gérés et contrôlés par l'Office de Tourisme qui contractualise avec deux entreprises locales pour le gros entretien et la mise à jour régulière du balisage, avec l'aide précieuse des clubs des Passéjaïres et des Pounpils.

Groupement de commande CCCLA :

Pose des 11 nouveaux panneaux d'accueil présents le long de l'itinéraire des Collines du vent.

Renouvellement du label VTT-FFC pour l'espace VTT des Vallons de l'Autan.

Edition de la fiche rando : Sentier des Crêtes.

Référencement d'itinéraires sur des sites web de diffusion spécialisés : France Randonnées, Sentiers en France...





## PARTIE 4 : Projets et nouveautés

---

### I) Les actions promotionnelles

#### A) Presse, insertion, reportages photo, bourses d'échanges

- L'OTI a animé en 2019-2020 une émission radio « Coup de cœur touristique en Piège Lauragais Malepère » pour le compte de RCF, permettant de mettre en lumière le Patrimoine, les artisans et producteurs du territoire. Les enregistrements MP3 sont téléchargeable via l'espace pro du nouveau site internet de l'OTI.
- Cinq journées et ½ de reportages photos ont été réalisées
- 3 articles presse locale, 20 articles insérés dans les cahiers de destination et 4 posts rémunérés (renvoyant sur site et/réseaux sociaux de l'OTI) de la campagne publicitaire Intensément Aude
- Carte et application mobile Canal et Voie Verte (Toulouse-Sète) et guide Les bons Restaurants du Canal du Midi, Cuisine et Patrimoine, présence web sur le site Canaletvoieverte.com
- L'Officiel du Canal du Midi
- Pyrénées Magazine : 1 insertion dans l'édition spéciale Cathares et une insertion dans le spécial Pyrénées Balades & Randos
- Insertion web Flash Matin en partenariat avec Le Figaro : <https://flashmatin.fr/culture/patrimoine-histoire/coeur-des-collines-cathares-le-lieu-reve-pour-une-reelle-bouffee-d-oxygene>

Participation aux :

- Bourses d'échange de l'Aude et du Pays Lauragais.
- Participation et mise en œuvre de l'opération Jeu Concours du Canalathlon du PETR

#### B) Déploiement du label Accueil Vélo

Attribué sur dossier aux prestataires volontaires, accompagné et instruit par l'Office de Tourisme, le label constitue un engagement fort sur des critères de qualité propres à l'accueil des touristes à vélo. Peuvent y prétendre les prestataires et loueurs touristiques présents à moins de 5 km d'une Voie Verte/véloroute existante. 7 prestataires du territoire ont fait l'objet d'une labellisation récente.

### II) Les projets en cours

#### A) Le déploiement du schéma intercommunal des itinéraires de rando

- Les sites suivants ont été inscrits au PDESI : Boucle de Cenne-Monestiés, Boucle de Plavilla-St Gaudéric – St Julien de Briola.
- La pose du mobilier d'interprétation a été effectuée sur le sentier des Crêtes à Hounoux, elle est également en cours sur l'itinéraire de Villasavary et sera prochainement finalisée sur l'itinéraire de Cazalrenoux-Génerville.
- La cartographie du site d'orientation fixe aux alentours de Besplas sera prochainement organisée en vue du positionnement des balises d'orientation.
- Enfin, la part départementale de subventionnement pour la troisième et dernière tranche du schéma a été obtenue récemment, le dossier de subventionnement européen (programme LEADER) a été déposé au GAL en vue d'une prochaine instruction.



## B) L'application mobile : nouveauté, Les rallyes-caching des Collines Cathares

L'application mobile VisitCollines / Au cœur des Collines Cathares a intégré, outre les parcours numériques de Montréal, Laurac, le dispositif numérique d'Hounoux.

Les scénarios numériques des itinéraires de Villasavary et Cazalrenoux-Généville seront conçus et intégrés prochainement au sein de l'application.

**NOUVEAUTE 2020 : LES RALLYE-CACHING DES COLLINES CATHARES, 4 itinéraires** pour sillonner le territoire à la recherche d'indices pour dénicher un trésor ont été lancés courant juillet de cette année. Ces 4 parcours ont intégré l'application mobile Au Cœur des Collines Cathares.

Les personnages et scénarios, conçus durant le confinement, devront évoluer pour faciliter l'utilisation du jeu prochainement.

## C) Le nouveau site internet de l'Office de Tourisme Intercommunal

Publié le 22 juillet 2020, le nouveau site internet présente, outre une sécurisation accrue des données ainsi qu'une ergonomie plus actuelle, de nouvelles et nombreuses fonctionnalités :

- Un flux de données connecté directement à la base de données Tourinsoft : Préparer son séjour, Agenda, et Un art de Vivre
- Mise en conformité RGPD
- Un nouvel onglet Découvrir qui met en avant le positionnement de l'OTI et de son site web
- Un volet Actualités qui présente les dernières nouveautés de l'OTI
- Un onglet Expériences à Vivre pour donner quelques idées séjour à nos visiteurs
- Une version anglaise (déjà publiée) et espagnole (en cours de finalisation)
- Un renvoi d'inscription à la toute **nouvelle newsletter de l'OTI**
- **Un espace pro** accessible pour les mairies et prestataires du territoire via un code d'accès
- Un outil d'optimisation SEO disponible dans le site pour améliorer son référencement naturel (programmation 2021)

**Perspectives 2021** : *Elaboration d'un nouveau programme pluri-annuel et mise en œuvre !*