

COMPTE RENDU DE REUNION
DU CONSEIL D'EXPLOITATION
DE L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL (OTI)
JEUDI 04 DECEMBRE 2025

Etaient présents :

Elus : Mme Estelle Vilespy, Mme Hélène Marty, M Michel Pujol, M Jacques Laveissière, M José Froment, M Laurent Granger,

Collège des socio-professionnels : Mme Nadine Vialaret, Mme Delphine Serres de la Roussière

CCPLM : Mme Sandra Gibellini

Excusés : Mme Pascale Rastouil, Mme Rebecca Gregory.

Absents : M Loïc Albert, Mme Dominique Fromilhague, M Hervé Viola, M Tanguy Lagasse, M Michel Kubler.

La présidente ouvre cette réunion du Conseil d'Exploitation.

Les points à l'ordre du jour :

1. Actions spécifiques, présentation au CE
2. Bilans 2025
3. Objectifs et priorités 2026

1) Actions spécifiques, présentation au CE

a) Nouvelle identité visuelle

Rappel du contexte du changement de logo de l'office de tourisme par la Présidente.

Courant 2025, la CCPLM s'est dotée d'une nouvelle identité visuelle, la nouvelle charte graphique a notamment permis d'harmoniser les logos des services de la CdC. L'office de tourisme et son conseil d'exploitation a souhaité proposer une variation de son logo pour le rendre plus dynamique et plus « communication grand public ». Le souhait était aussi de conserver le dessin du petit chevalier, identifié aujourd'hui pour la destination. Un groupe de travail s'est réuni (Estelle Vilespy, Laurent Granger, Phi Dang chargé de communication à la CCPLM, Lucas Szymanski et Sandra Gibellini pour l'oti). Deux modèles ont été soumis à madame Faucon-Méjean élue en charge de la mise en place de cette nouvelle identité graphique. Après validation, deux logos sont retenus.



Version « institutionnelle » (pour signature mails, dossiers administratif et courriers ...)



Version communication (grand public, réseau sociaux, publications, logo de destination)
Une version de ce modèle écriture et chevalier vert sur fond blanc sera aussi prévue.

Les membres du CE valident à l'unanimité ces propositions. Ils relèvent l'aspect dynamique, le choix du monochrome apporte de la sobriété.

L'équipe va mettre à jour dès janvier l'ensemble de ses supports numériques et papier.

b) Convention sentiers

L'office a été sollicité par des communes possédant leurs propres boucles de randonnée, elles les entretiennent et les balisent. Elles demandent à bénéficier d'une communication grand public.

La CdC a la compétence de l'entretien et du balisage des sentiers de randonnées, elle a fait le choix d'un schéma des itinéraires communautaires pour cadre d'intervention.

Afin de répondre à la demande de ces communes, l'oti propose une convention d'engagement entre les communes et l'oti prévoyant une règle de répartition en termes d'entretien et de communication de ces sentiers dits communaux.

La convention est présentée aux membres du CE qui en valident l'intérêt.

Lien : [Convention partenariat randonnées avec les communes](#)

2) Bilans 2025

a) Rapports d'activité été

Présentation des bilans de fréquentation de l'été, comprenant le nombre de personnes rencontrées au comptoir des points d'info, l'analyse de l'enquête terrain, chiffres des compteurs à vélo et l'analyse des données de la borne de Montréal.

Un échange sur la fréquentation des vélos et le poids économique de ce public s'engage. Sandra rappelle l'étude d'impact de France Vélo Tourisme et que la dépense quotidienne moyenne d'un itinérant à vélo est d'environ 80€.

Sandra présente le projet en cours de création de cyclo-routes pour compléter notre offre PN.

Lien : [Saison estivale 2025 Fanjeaux.pdf](#)

Lien : [Saison estivale 2025 Bram.pdf](#)

Lien : [Saison estivale 2025 Montréal.pdf](#)

b) Mise en tourisme voie verte

Retour sur deux actions fortes de l'année.

Amélioration de la signalétique touristique : la création et la pose de totems implantés sur la voie verte et invitant à monter dans la commune. D'autres communes sur la voie verte sont intéressées pour installer ce type de totems.

Evènement vélo Vélocipédie Occitane organisée avec les territoires de la voie verte. Estelle Vilespy présente cet évènement en soulignant l'intérêt d'avoir une telle animation sur le territoire mais souligne aussi que son organisation est lourde pour l'équipe qui porte par ailleurs un autre évènement de ce type, le Canalathlon combiné en 2026 aux rencontres TEPOS organisées sur le territoire.

c) Etat taxe de séjour

Sandra rappelle le processus de collecte de la taxe de séjour, et présente via le tableau de reversement des bordereaux mensuels l'état des recettes collectées cette année au 02 décembre.

La collecte 2025 à l'instant T : **56 000€ part intercommunale** / 5 600€ part départementale / 38 50€ part SLNMP

À titre de comparaison, collecte 2024 : 38 500€.

d) Evolution des nuitées touristiques

L'outil Visitdata mis en commun avec l'ADT nous permet de voir et comparer le nombre de nuitées touristiques à l'échelle de l'interco. Pour 2024 on note une baisse globale de l'ordre de 8.3% des nuitées par rapport à 2023.

Elements d'analyse :

-on doit pondérer et considérer le chiffre stable entre + 3% et - 3%

-le calendrier des vacances espagnoles décalé en 2025

-une baisse globale de fréquentation des Français sur juillet-août

-de nouveaux opérateurs numériques belges, allemands et hollandais non pris en compte par l'outils

Delphine et Nadine soulignent qu'elles voient beaucoup la clientèle allemande et belge. Et de plus en plus d'Espagnols au camping. On peut en partie expliquer une bonne taxe de séjour malgré une baisse du nombre de nuitées par un bon taux d'occupation des meublés haut de gamme.

e) Analyse site web

Le site web de l'office de tourisme a été réalisé en 2020, afin de préparer la préparation du prochain schéma de développement touristique du territoire, il est important de suivre les indicateurs de performance du site web.

Marin saisonnier à l'office cet été a réalisé un audit de fréquentation du site via l'outil Google Analytics.

Les indicateurs analysés mettent en évidence que le site bénéficie d'un bon référencement et d'une audience solide. Il faudrait optimiser la recherche interne. Trois indicateurs sont présentés : l'évolution de la fréquentation du site web (en constante évolution), la répartition du nombre de visiteurs par langue parlée (majoritairement française), la répartition des visiteurs du site par type d'appareil utilisé (56% mobile et 42% ordi chiffres singulier puisqu'en moyenne on est plus sur du 80% de recherches smartphone).

Lien : [Diagnostic site Internet OTI Fanjeaux.pdf](#)

3) **Objectifs et priorités 2026**

a) Démarche qualité : classement de l'oti

Contexte, le classement de l'oti doit être renouvelé courant 2026. L'oti déposera un dossier de demande répondant aux exigences du cahier des charges.

Mardi 02 décembre l'office a accueilli le cabinet Authentis, accompagné de l'ADT pour une journée de travail de pré-audit au classement.

Trois points de vigilance bloquants pour le classement ont été identifiés :

-la signalétique directionnelle doit être présente et cohérente dans les communes de Bram et Montréal. Aujourd'hui le critère n'est pas rempli. Un travail va devoir être mené avec les services des communes en début d'année.

Il faut aussi travailler sur la visibilité extérieure des bâtiments. Les informations en lettre marron sur bardage bois ne sont pas assez visibles, il faut ajouter un élément visuel identifiant (type petit drapeau aux couleurs du point d'info) devant les deux BIT.

-Le site web doit prouver la qualité professionnelle de ses traductions. L'outil de traduction Google aujourd'hui en place n'est pas gage de qualité. Il faudra présenter des preuves d'une relecture professionnelle des traductions anglaises et espagnoles.

-En termes de ressources humaines le cabinet s'interroge sur le choix de stratégie rh de l'office (3, 5ETP comptant le personnel saisonnier) et le volume de temps d'ouverture de l'accueil des publics (2 200h d'ouverture/an pour un critère fixé à 1 080h/ an). De même, interrogation quand au nombre de missions portées par les trois agents de l'office et des faibles flux ne nécessitant pas une si grande amplitude d'ouverture des trois points d'information.

Estelle Vilesy souligne qu'aujourd'hui les agents de l'office passent beaucoup de temps à monter des dossiers, aller chercher des subventions, des projets, au détriment des missions de valorisation touristique. Un échange s'engage sur les capacités de l'office (au regard de ses missions, du personnel dédié et de son budget) à pouvoir maintenir le niveau attendu de son classement. Un renfort de personnel permanent et une réduction du nombre de jours d'ouverture au public en semaine sembleraient répondre aux freins rencontrés par l'oti. Il est aussi rappelé que les bornes interactives ont été prévues notamment pour palier à l'accueil physique.

b) Audit de territoire

L'office souhaite proposer au prochain bureau communautaire la validation du recrutement d'un cabinet conseil pour élaborer le schéma de développement touristique 2027-2032, et aligné sur la stratégie de territoire. Plusieurs cabinets ont été pré-identifiés. Hélène Marty pense que l'on peut aller chercher une aide financière là-dessus.

c) Taxe de séjour, évolution cadre réglementaire

À partir du 20 mai 2026, afin de s'aligner sur la loi européenne, toutes les mairies devront avoir mis en place une procédure d'enregistrement des meublés de tourisme. Une plateforme nationale va permettre l'enregistrement en ligne des meublés de tourisme avec délivrance d'un numéro unique. Lucas pourrait accompagner les communes dans ce changement.

Lien : [25113_GuidePratique2025MeubleTourisme.pdf](#)

d) Promo/com : poursuivre la présence sur salons

Poursuite de notre politique de présence sur les foires et salons à fort rayonnement local.

Et présence de l'office au salon Occ'ygène de Toulouse le 27-28 et 29 mars 2026. Ce salon invite à une offre touristique locale et un tourisme responsable. L'office bénéficiera d'un stand personnalisé à l'image interco et directement voisin avec les territoires audois réunis dans un même « corner » sous l'égide L'Aude l'Âme Sud ». Objectif être identifié auprès du bassin toulousain, 1^{er} pourvoyeur de clientèle derrière l'Aude.

Les membres du conseil sont enthousiastes à cette présence.

e) Qualification : accompagnement au déploiement

Afin de poursuivre la mise en valeur du Chemin du Piémont Pyrénéen, après le déploiement des clous en 2024-2025 dans les communes traversées du territoire, Coralie va accompagner les hébergeurs pèlerins à la labellisation hébergement « Accueil chemin de Compostelle ». Une discussion s'engage sur les avantages et les conditions d'accès à ce label. Ne met-il pas trop la lumière sur les hébergements labellisés au détriment de ceux accueillant des pèlerins mais ne pouvant prétendre au label ?

Sandra précise que la commune de Fanjeaux pourra aussi prétendre au label « Commune Halte » qui est une belle reconnaissance.

4) **Questions diverses**

Sandra informe le conseil qu'elle cherche une solution avec les services de la CdC pour libérer l'oti de la mission de suivi de l'entretien des chemins de randonnée. Cette question a déjà été soulevée lors des précédentes réunions du conseil d'exploitation. Une gestion en interne par un chantier d'insertion espaces verts est une option qu'elle a proposée (l'expérience existe déjà puisque c'est un chantier d'insertion qui entretient et balise les chemins de randonnée sur Corbières Minervois depuis de nombreuses années). La CdC a validé le principe que cette gestion devrait revenir à un service plus adapté à ce genre de mission. Le travail de préparation au transfert de mission est en cours.

Les membres présents s'interrogent sur une telle organisation et sa mise en place. Michel Pujol, alerte sur les habilitations au maniement des outils de nettoyage obligatoires.

La réunion terminée, la mairie de Belpech offre un petit pot de l'amitié aux membres du conseil présents.