

2020

Rapport d'activité Haute-Garonne Tourisme







3 RAPPORT MORAL

6 RAPPORT D'ACTIVITÉ

8 POLE ADMINISTRATIF

Bilan comptable	09
Plan de formation du personnel	12

14 POLE PROMOTION - COMMUNICATION - COMMERCIALISATION

Promotion - communication - Information touristique	16
Espace tourisme	38
Service Loisirs Accueil	42
Congrès - Séminaire groupe	48
Les Olivétains	50
Château de Laréole	56
Maison de la Haute-Garonne Port-Lauragais	60

68 POLE PRODUCTION

Qualité	70
Tourisme et Handicap	72
Accueil Vélo	76
Station Verte	78
Relais des Gîtes	80
Clévacances	88
Hôtellerie - Restauration - Tables et Auberges de France	98
Hébergement pêche	100



RAPPORT MORAL DU PRÉSIDENT

2020 restera dans l'histoire de l'économie touristique unique et extraordinaire dans le sens littéral du terme.

Le 15 mars 2020 a été la date d'arrêt net de l'activité touristique mondiale alors que les premières semaines étaient d'un niveau d'activité très fort et qui présageaient d'une année touristique exceptionnelle.

A partir du 15 mars 2020, nous sommes passés d'une situation de sidération, à une période d'adaptation à la reprise et qui s'est déroulée de manière très forte durant la saison estivale hormis en secteur urbain pour une destination comme la Haute-Garonne.



La suite de l'année a été difficile en passant de confinements en restriction et la fermeture des remontées mécaniques a mis en difficulté l'économie de la montagne tout en créant de nouvelles initiatives qui se sont adaptées à cette situation de fermeture, en préparant l'avenir.

Les premières années de mon mandat de Président de Haute-Garonne Tourisme qui m'a été confié par le Président Monsieur Georges Méric ont marqué une volonté farouche de remettre la structure Haute-Garonne Tourisme et le tourisme départemental dans son écosystème local, départemental, régional, national et même international. En s'appuyant sur la politique volontariste des élus et des services administratifs du Conseil départemental de faire du tourisme une vraie activité économique avec le partenariat de tous les acteurs touristiques privés et les filières (hôtels, gîtes, chambres d'hôtes, parcs de loisirs, campings, accompagnateurs de montagne, loueurs de vélos, moniteurs de ski, ...) et les Offices de Tourisme Intercommunaux.

Beaucoup de travail a été fait grâce à une équipe motivée qui a accepté durant ces années les exigences que demande ce développement touristique local pour s'adapter en permanence aux nouveaux comportements des clients et prendre en compte l'évolution inexorable d'un tourisme de plus en plus écoresponsable. Cette évolution, qui était en nous depuis quelques années s'est accélérée d'une manière fulgurante depuis la pandémie, nous demande d'accompagner tous les acteurs touristiques du département en ce sens.

Durant toutes ces années, j'ai eu beaucoup de plaisir à rencontrer, échanger, confronter mes idées avec chacun d'entre vous, avec des centaines d'acteurs de tous les coins du département, des Pyrénées au Frontonnais, de la Montagne Noire au Comminges, du Lauragais au Saves et à Toulouse bien évidemment.

Après cette période tumultueuse que nous venons de vivre, l'avenir du tourisme en Haute-Garonne se présente de manière positive.



Les voyageurs qui souhaitent donner un sens participatif à leurs vacances en favorisant l'économie locale prennent de plus en plus d'importance, les voyages deviennent encore plus importants dans la vie qu'avant la pandémie et la Haute-Garonne peut leur offrir tout ce qu'ils recherchent ; des sites naturels et patrimoniaux préservés et des acteurs motivés à les recevoir, prêts à s'adapter à la question environnementale, préoccupation de la durabilité et de la responsabilité.

Comme cela a été fait pour le numérique, Haute-Garonne Tourisme poursuit son rôle de facilitateur en s'engageant dans la formation au développement durable en accompagnant tous les acteurs.

La Haute-Garonne a tous les atouts pour devenir une destination de tourisme durable, nous poursuivrons nos efforts auprès de vous pour vous accompagner à travers les mutations qui vont affecter le tourisme de plus en plus responsable.

Et comme vous le savez, vous pouvez compter sur moi et sur l'équipe de Haute-Garonne Tourisme.



Didier CUJIVES

Président de Haute-Garonne Tourisme



RAPPORT D'ACTIVITÉ



2020





POLE ADMINISTRATIF



BILAN 2020

COMITE DEPARTEMENTAL DU TOURISME DE LA HAUTE-GARONNE

ACTIF			PASSIF		
	Année 2020	Année 2019		Année 2020	Année 2019
ACTIF IMMOBILISE			CAPITAUX PROPRES		
Immobilisations incorporelles			Fonds propres	637 739	637 739
Concessions brevets et droits similaires	6 430	16 040	Report à nouveau	171 780	132 596
Immobilisations corporelles					
Installations matériel et outillage			Résultat de l'exercice	24 318	39 183
Autres immobilisation corporelles	202 358	216 484			
Immobilisations financières					
Autres participations	197	197			
Autres titres immobilisés	158	158			
Autres immobilisations financières	13 306	13 306			
Total I	222 447	248 185	Total I	833 837	809 518
ACTIF CIRCULANT			DETTES		
Stock Marchandises	41 475	46 270	Dettes financières	-	-
Acomptes versés fournisseurs	-	11 278	Dettes fournisseurs	481 438	407 281
Clients et comptes rattachés	13 639	35 932	Acomptes versés clients et autres dettes	103 541	211 267
Autres créances	246 672	305 969	Fonds dédiés	314 043	
Charges constatées d'avance	38 280	62 501	Dettes sociales et fiscales	645 491	741 193
Disponibilités	2 244 525	1 490 306	Produits constatés d'avance	428 689	29 180
Total II	2 584 590	1 952 254	Total II	1 973 200	1 388 921
Total général	2 807 037	2 198 439	Total général	2 807 037	2 198 439



COMPTES DE RESULTAT 2020

COMITE DEPARTEMENTAL DU TOURISME DE LA HAUTE-GARONNE

CHARGES			PRODUITS		
	Année 2020	Année 2019		Année 2020	Année 2019
CHARGES D'EXPLOITATION			PRODUITS D'EXPLOITATION		
Achats de marchandises et production	406 059	507 217	Ventes de marchandises	369 352	581 995
Actions promotion	555 355	548 626	Production vendue	396 314	485 961
Actions canal des 2 mers	89 614	90 000			
Actions menées Partenariat Métropole	205 431	160 169	Montant net du chiffre d'affaires	765 677	1 067 956
Actions non menées inscrites en fonds dédiés	314 043	-			
Dépenses de fonctionnement	563 954	634 980	Subvention de fonctionnement	3 143 720	3 143 721
Salaires et traitements	1 583 699	1 631 044	Subvention canal des 2 mers	90 000	90 000
Charges sociales	651 928	669 497	Subv. Taxe Additionnelle séjours	136 041	150 000
Versements organisme gestion IDR	45 000	10 000	Régularisation subv. Taxe Addit. 2017-2018-2019	363 433	-
Impôts taxes et versements assimilés	108 399	105 497	Reprise sur provision et transfert de charges	46 580	29 103
Dotations aux amortissements et provisions	49 170	60 767	Remboursements indemnités départ en retraite	33 126	-
Autres charges	2 195	2 084	Autres produits	2 003	2 763
Total Charges d'exploitation	4 574 848	4 469 880	Total Produits d'exploitation	4 600 579	4 483 543
CHARGES FINANCIERES			PRODUITS FINANCIERS		
Intérêts et charges assimilées	-	-	Produits financiers	1 520	1 593
CHARGES EXCEPTIONNELLES			PRODUITS EXCEPTIONNELS		
Sur opérations de gestion	8 606	4 104	Produits exceptionnels	5 673	8 458
IMPOT SUR LES BENEFICES					
Intéressement des salariés		40 427			
TOTAL DES CHARGES	4 583 454	4 454 411	TOTAL DES PRODUITS	4 607 771	4 493 594
Total général	4 607 771	4 493 594	Total général	4 607 771	4 493 594
Excédent	24 318	39 183			



Rapport d'Activité

PLAN DE FORMATION DU PERSONNEL



Depuis 2016, le plan GPEC (Gestion Prévisionnelle des emplois et des compétences) mis en place par le CDT a permis chaque année à chaque salarié de bénéficier d'une ou plusieurs formations.

Malgré la crise sanitaire et la très forte augmentation du télétravail, l'année 2020 a généré 12 formations, individuelles ou collectives, dont 1 sur le CPF (Compte Personnel de Formation), totalisant pour l'ensemble des collaborateurs du CDT 525 heures de formation

39 salariés ont ainsi pu en bénéficier (et 15 d'entre eux en ont suivi au moins deux différentes).



- 35 salariés ont suivi 1 formation collective.
- 17 salariés au total ont bénéficié d'au moins une formation individuelle
- 1 salariée a suivi une formation par le biais de son CPF (Compte Personnel de Formation)

280 heures

- 1 FORMATION COLLECTIVE

217 heures

- 10 FORMATIONS INDIVIDUELLES

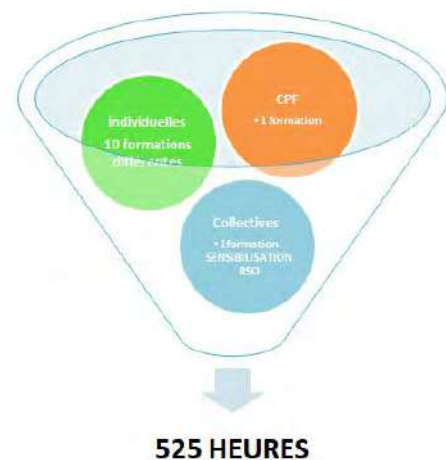
28 heures

- 1 FORMATION SUR CPF

En résumé

- Depuis le plan GPEC mis en place par le CDT en 2016, le CDT confirme sa volonté de poursuivre les formations de tous ses salariés.
- Une nouvelle série de formations sera mise en place sur l'année 2021, en conservant toutefois un axe sur la communication digitale mais en faisant de la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) une priorité pour l'année 2021 pour l'ensemble des collaborateurs du CDT.

Récapitulatif des formations sur l'année 2020





POLE PROMOTION COMMUNICATION COMMERCIALISATION





Rapport d'Activité

PROMOTION
COMMUNICATION
INFORMATION
TOURISTIQUE



Une année bilan très particulière tant le contexte de pandémie a impacté le secteur du tourisme. Notre destination a su tirer son épingle du jeu malgré des concurrents encore plus féroces.

Le plan de solidarité du Conseil départemental a permis de valoriser les activités, loisirs et hébergements auprès de haut-garonnais avides de découvrir autour de chez eux des sites touristiques attractifs. Malheureusement, le deuxième confinement en fin d'année n'a pas permis aux stations de ski d'ouvrir.

Toutefois, avec la neige, les activités telles que les raquettes, ski de randonnées ou tout simplement des balades au grand air ont eu beaucoup de succès.



- La communication numérique, web et social média

→ Le site « amiral » : haute-garonnetourisme.com

L'année 2020 a été celle du changement puisque le site a été complètement revu intégrant l'ensemble des services web de Haute-Garonne Tourisme (site internet de séjour, réservation en ligne, accès aux réseaux sociaux, informations générales) incluant de nouvelles fonctionnalités innovantes (moteur de recherche personnalisable, des expériences et histoires à partager) pour une meilleure immersion.

Dans le contexte de pandémie, le site n'a pu être mis en ligne qu'au mois de mai 2020 et ses scores de fréquentation ont nettement baissé par rapport à l'année record de 2019. Une équipe web dédiée issue de personnes de plusieurs services participent activement à l'évolution et l'adaptation des pages pour être au plus près des attentes des internautes.

Les chiffres à retenir

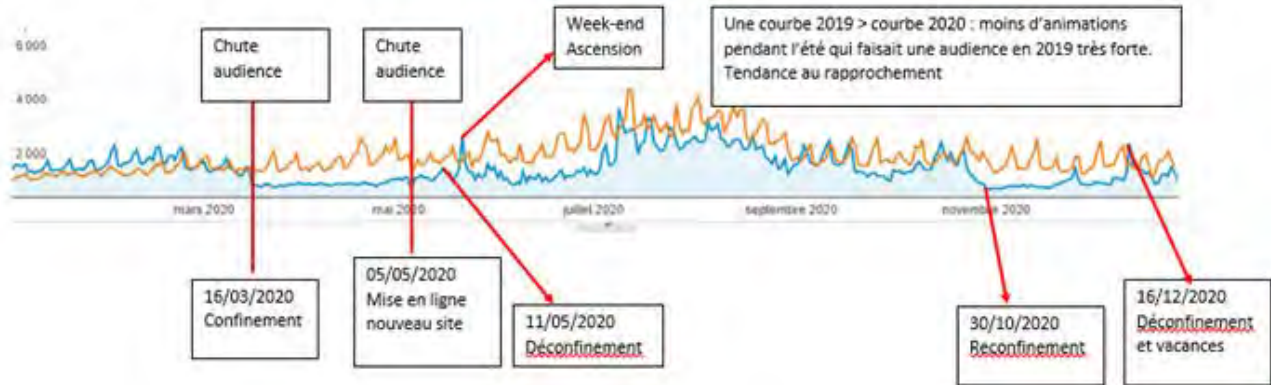
→ **Site web haute-garonnetourisme.com**

- 340.000 utilisateurs / 490.000 en 2019 (-30%)
- 430.000 sessions / 610.000 en 2019 (-29%)
- 970.000 pages vues / 1.300.000 en 2019 (-25%)

- Moins de pics de visites mais plutôt des consultations tout au long de la journée et des internautes qui restent plus longtemps sur le site
- une baisse de fréquentation due au changement de site et au référencement naturel perdu par la refonte du site.
- une baisse des animations pendant l'été (festivals, 31 Notes d'été...) qui généraient beaucoup de sessions sur les week-ends



Audience site « hautegaronnentourisme.com » du 01/01/2020 au 31/12/2020 (courbe bleue) et 01/01/2019 au 31/12/2019 (courbe orange)



→ Le site internet de séjour

Le site internet de Séjour a su conforter son positionnement en informant le touriste lorsqu'il est en séjour en Haute-Garonne en étant mieux mis en avant sur le nouveau site internet. Plus de 30 000 pages vues +94% par rapport à 2019.



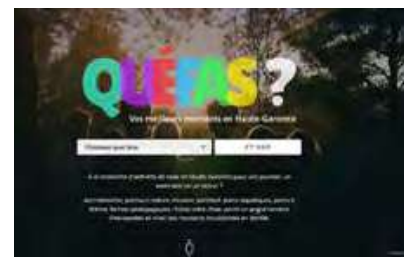
Les chiffres à retenir

→ Le site internet de séjour

- 13.000 utilisateurs / 4.300 en 2019 (+202%)
- 13.500 sessions / 5.300 en 2019 (+155%)
- 32.000 pages vues / 16.500 en 2019 (+94%)

→ Le dispositif Qué Fas

Pour affronter la crise sanitaire et relancer autant que faire se peut l'économie locale, Haute-Garonne Tourisme a soutenu les acteurs du loisir en regroupant leur force autour d'une marque, intitulée « QuéFas ? » (Clin d'œil à l'expression occitane, encore employée aujourd'hui lorsqu'il est question de trouver sa prochaine occupation), et d'un dispositif 100% digital inédit.



En effet, un site internet à part entière a vu le jour en juillet 2020 et met en avant 15 acteurs du loisir en famille en Haute-Garonne.

Ce dispositif web a été appuyé par une page Facebook et un compte Instagram sur lesquels des offres promotionnelles spécifiques, les actualités de chacun de ces parcs étaient mises en avant.

→ QuéFas ? en quelques chiffres

Site web

- 13 519 utilisateurs
- 240 vues / page
- 842 renvois vers billetterie
- 53 renvois vers billetterie / acteur

Page Facebook

- 3 181 abonnés
- 60 105 personnes touchées / mois
- 80 interactions / publication
- 2 783 personnes engagées / mois

Compte Instagram

- 628 abonnés
- 45 709 personnes touchées / mois
- 80 interactions / publication
- 1 184 personnes engagées / mois

→ Les Réseaux sociaux

Page Facebook

- **95.000** abonnés (au 1er janvier 2021)
67.000 au 1er janvier 2020 (+42%)
- **13.650.000** vues des publications
8.100.000 en 2019 (+70%)
- **365.000** interactions
290.000 en 2019 (+26%)
- **6,35%** d'engagement
5,9% en 2019 (+0,45%)



Compte Twitter

- **3.500** abonnés (au 1er janvier 2021)
3.500 au 1er janvier 2019 (+0%)
- **295.000** vues des publications
250.000 en 2019 (+18%)
- **1.200** interactions
1.600 en 2019 (-25%)
- **1,5%** d'engagement
1% en 2019 (+0,5%)



Chaîne Youtube

- **93** abonnés (au 1er janvier 2021)
55 au 1er janvier 2020 (+69%)
- **30.100** vues des vidéos
21.200 en 2019 (+42%)
- **200** heures de visionnage
110 en 2019 (+82%)



Groupe Facebook (Voyagez Autrement)

(Groupe créé le 19 mars 2020)

- **2.600** membres
- **3.500** publications
- **78.500** likes
- **6.700** commentaires
- **12** publications par jour (moyenne)

Compte Instagram

- **14.200** abonnés (au 1er janvier 2021)
10.400 abonnés au 1er janvier 2019 (+37%)
- **1.800.000** vues des publications
1.500.000 en 2019 (+20%)
- **50.400** interactions
37.300 en 2019 (+35%)
- **9%** d'engagement
5,4% en 2019 (+4,6%)



- Les éditions

→ Les éditions thématiques

Ces éditions valorisent les labels de qualité et participent à la promotion de la destination auprès de nos publics notamment lors de présence sur les salons, accueil sur site, animations...



En chiffres

→ Tirage des brochures

- Campings 4 000 exemplaires, Accueil Vélo et chambres d'hôtes : 5 000 chacun,
- Tourisme & Handicap : 2 000 exemplaires

Les éditions de destination : reconduction et mise à jour de la carte touristique. Elles sont des mines d'informations pour satisfaire un visiteur ou l'habitant du territoire avides d'idées week-ends. Etaient encarté un nouveau tome « Haute-Garonne secrète - circuits découverte », avec 12 nouvelles idées de balades pour découvrir le département autrement.



Traduites en anglais et espagnol, ces éditions permettent d'avoir des supports valorisant lors des présences sur les salons ou animations. Ils sont également distribués auprès des hébergeurs (hôtels, meublés, campings...) et tous les prestataires de loisirs/activités, les offices de tourisme...

→ En chiffres

- 20 000 guides Destinations.
- 3 000 exemplaires en Anglais et 3 000 exemplaires en espagnol
- 25 000 cartes touristiques

• Les Newsletters

→ Newsletters grand public

La newsletter grand public "nos actus", en place depuis 2018, a été remodelée début 2020. Celle-ci est diffusée environ 1 fois par mois aux prospects et clients intégrés dans la base de données Tourinsoft de Haute-Garonne Tourisme, avec pour objectifs la promotion des sites et prestataires touristiques du département, la mise en avant des produits de la centrale de réservation Loisirs Accueil (hébergement, billetterie...), la valorisation de l'agenda et des manifestations selon les saisons.

En 2020, l'envoi des newsletters a repris après le confinement sanitaire du début d'année, mi-mai, avec un total de 11 newsletters diffusées. Elles ont notamment valorisé le plan de solidarité initié par le Conseil départemental pour relancer et soutenir la consommation touristique.

En parallèle, deux newsletters grand public ont été mises en place spécifiquement pour le Château de Laréole et à destination des membres du Club Ambassadeurs.

- Newsletter « Château de Laréole » depuis l'été 2020. Elle cible les personnes déjà venues sur le site de Laréole, ainsi que celles intéressées par la thématique culture/patrimoine/événements et les résidents des alentours. 2 newsletters ont été envoyées au cours de l'été 2020.

- 2020 est l'année de lancement des newsletters aux membres du Club Ambassadeurs de la Haute-Garonne, véritable vivier d'amoureux de la Haute-Garonne.

Malgré une période particulière perturbée par l'épidémie, nos Ambassadeurs ont été réceptifs à ces envois. La soirée privilège initialement prévue en octobre comptait près de 90 inscriptions, elle sera reportée dès que la situation le permettra.

6 newsletters ont été envoyées en 2020.

Ces newsletters s'intègrent pleinement à la stratégie GRC déployée par Haute-Garonne Tourisme pour fidéliser et conquérir de nouvelles cibles.

→ Newsletters grand public

Diffusée tous les 15 jours, cette lettre d'information est adressée à plus de 5 000 contacts pro (presse, média, socio-pro, partenaires touristiques...). Elle est le reflet des nouveautés, actualités, bons plans et actions touristiques menées en Haute-Garonne.

Nouveauté 2020

- Une rubrique « Actu partenaires » avec des actualités consacrées à nos socio-pro
- Diffusion à toutes les mairies du département



• Les actions auprès de la presse & influenceurs

→ Rencontres presse

Participation à 3 workshops presse, nous permettant de nouer de nouveaux contacts et programmer des reportages et accueils de journalistes.

- Deptour à Paris les 13 et 14 janvier (organisé par Tourisme & Territoire)
- IMM Londres les 9 et 10 mars, en partenariat avec les CDT du Gers, Tarn et Tarn et Garonne
- IMM Paris le 11 mars, en partenariat avec l'Office de Tourisme de Toulouse

→ Les accueils presse

22 voyages de presse et influenceurs organisés en 2020 (une dizaine environ ont malheureusement dû être annulé en raison de la crise sanitaire...)

Retour sur les moments forts :

- La Maison de France 5, en mars avec une émission consacrée à Toulouse et l'autre au sud du département. Environ 1 million de spectateurs par soirée...
- La Carte aux Trésors sur France 3, diffusée durant les vacances de la Toussaint avec une zone de jeu le long de la Garonne, de Toulouse jusqu'à St Bertrand en passant par le Volvestre et le Lauragais. Cette émission ludique populaire a rassemblé plus de 2 millions de spectateurs le soir même sans compter les rediffusions en ligne durant 1 mois et sur France 4 en novembre.
- Au bout c'est la mer : la Garonne sur France 5. Un épisode inédit diffusé le 18 août sur la Garonne autour de Saint Bât avec H2O vives, en coracle au Village Gaulois avec Jean-Luc, à St Bertrand de Comminges avec Solène la bergère...
- Lionel, blogueurs « De beaux Lents demains » pour une découverte de la Haute-Garonne en famille avec un bel article « Que faire en famille en Pays Tolosan ».
- « La Garonne comme vous ne l'avez jamais vue » : ce voyage de 3 jours a été proposé à la presse locale mi-septembre. L'occasion de faire découvrir notre fleuve et les acteurs touristiques qui œuvrent autour de ce cours d'eau à une dizaine de journalistes.

→ Les dossiers de presse, communiqués et demandes

- « Haute-Garonne secrètement belle », dossier de presse général traduit en anglais et en espagnol.
- « Voyager autrement en Haute-Garonne » Ce dossier de presse printemps/été 2020 a été spécialement adapté à l'après confinement, avec des idées de découverte au grand air.
- 6 communiqués de presse diffusés (bilans de saison, plan de relance, Carte aux Trésors...)



« En vacances chez nous » : ce partenariat avec la Dépêche du Midi a permis de proposer aux toulousains chaque semaine de juillet et août des idées de sorties et de découverte sur l'ensemble du département. Plus de 40 pages ont été réalisées !



- **Les conférences de presse**



2 conférences organisées par Haute-Garonne Tourisme, l'une pour présenter le plan d'actions en début d'année et l'autre en été pour le plan de relance.

- **Photothèque Tourisme**

Le Comité Départemental du Tourisme a lancé une nouvelle consultation pour la 5ème année ; divers reportages en toutes saisons ont été réalisés (photos et vidéos) confortant ainsi notre médiathèque pour utilisation sur nos divers supports.

- **Les salons et opérations en France et à l'étranger**

Une année sans précédent avec beaucoup de salons/événements annulés en raison de la crise sanitaire

- **Opérations grand public**



→ **Opération promotionnelle Hiver – 11 et 12 janvier 2020**
Lieu : **Nailloux Outlet Village**

Dans un contexte de premier week-end de soldes d'hiver, cette première opération à Nailloux aux côtés de Haute-Garonne Montagne entendait valoriser les activités neige dans les stations du département (Le Mourtis, Superbagnères et Bourg d'Oueil) et la billetterie ski en vente chez Haute-Garonne Tourisme, mais également les autres sites et activités touristiques. Une opération pertinente et appréciée par les nombreux visiteurs, essentiellement des locaux et des toulousains en recherche d'idées de sorties.



→ **Salon des Thermalies – 23 au 26 janvier 2020**
Lieu : **Carrousel du Louvre – Paris**

Haute-Garonne Tourisme finance l'aménagement du stand pour accompagner les Thermes de Luchon – Luchon Forme et Bien-Être et l'OTI Pyrénées 31. Ce salon est « Le rendez-vous » incontournable pour découvrir les vertus de l'eau, les plus belles destinations en France et à l'étranger et les dernières tendances en matière de bien-être.

→ Salon International du Tourisme de Nantes – 24 au 26 janvier 2020

Lieu : Parc expo de la Beaujoire

En partenariat avec le Tarn, le Tarn-et-Garonne et le Gers, sous l'identité Sud-Ouest

Occitanie, Haute-Garonne Tourisme a reconduit sa participation sur ce bassin de clientèle prioritaire, en invitant à ses côtés Haute-Garonne Montagne et la Cité de l'Espace pour animer l'espace.

Pour la première année, l'entrée au salon était gratuite ; le salon poursuit son développement avec un nombre d'exposants et de visiteurs en augmentation (32 198 visiteurs : + 11,98 %).



Public essentiellement composé de retraités actifs qui cherchent des idées de destination et de randonnées. Ils se déplacent pour la plupart en camping-car.

Le prix de la meilleure brochure du salon a été décerné au magazine de l'Office de Tourisme de Toulouse, qui était distribué sur notre stand.

→ Salon International du Tourisme de Rennes – 31 janvier au 2 février 2020

Lieu : Parc des expos

Toujours en partenariat avec le Tarn, le Tarn-et-Garonne et le Gers, et sous le même format qu'à Nantes, participation nouvelle au salon de Rennes. La Fédération Nationale des Accompagnateurs en Montagne était présente à nos côtés.

L'entrée au salon était gratuite et le nombre de visiteurs en augmentation (37 733 visiteurs : + 7,56 %).

Public essentiellement composé de jeunes retraités actifs. Quelques couples plus jeunes, mais très peu de familles.

C'est un salon touristique traditionnel dont la fréquentation est plutôt bonne et notre offre touristique semble correspondre aux demandes des visiteurs (campings, camping-cars, nature, petits villages).



→ Festival du voyage à vélo « la roue tourne » - 1er février 2020

Lieu : Roques-sur-Garonne

C'est dans le cadre de nos actions de promotion du Canal des 2 Mers à Vélo que nous participons depuis plusieurs années à cette journée organisée par l'association toulousaine 2 Pieds, 2 Roues pour valoriser les itinéraires vélo du département.

Malgré une fréquentation légèrement en baisse, accueil d'un public intéressé et plutôt familial, en recherche de séjours tout compris et d'idées de balades à la journée.



→ Festival des Créations télévisuelles – 6 au 9 février 2020

Lieu : Bagnères-de-Luchon



Pour la 2ème année, Haute-Garonne Tourisme était présent sur l'espace du Conseil départemental lors de la 22e édition du festival pyrénéen. Ce festival grand public entend promouvoir l'excellence de la fiction française et présenter en avant-première les meilleures créations de la télévision pour la saison à venir.

Une fréquentation importante entre les projections, grâce notamment aux animations en place (dégustations, jeux), et des visiteurs intéressés par l'information que nous avons à leur proposer.



→ Salon du Tourisme Mahana Lyon – 7 au 9 février 2020

Lieu : Halle Tony Garnier Lyon

Dans le cadre de nos actions communes avec l'Agence d'Attractivité de Toulouse Métropole, 1ère participation au salon Mahana de Lyon, avec à nos côtés des acteurs du loisir de la Haute-Garonne (Cité de l'Espace-Envol des Pionniers et Manatour).

Une expérience positive sur un salon de qualité, avec de bons contacts qui connaissent relativement peu la destination Haute-Garonne.

→ Salons Fiets – 28 février au 1er mars 2020 et 15 au 16 février 2020

Lieu : Utrecht (Pays-Bas) et Gand (Belgique)

Dans le cadre de nos actions de promotion du Canal des 2 Mers à Vélo, l'itinéraire était représenté sur les 2 salons grand public Fiets, sur un stand mutualisé avec d'autres itinéraires connectés au Canal.

Des opérations de qualité avec un grand intérêt de ces clientèles pour la destination France, sur la thématique vélo/rando notamment.



→ Navartur – 21 au 23 février 2020

Lieu : Pampelune – Espagne

En partenariat avec le Tarn, le Tarn-et-Garonne et le Gers, sous l'identité Sud-Ouest Occitanie, cette grande foire du tourisme est une porte ouverte sur un marché potentiel très intéressant. La proximité de la Haute-Garonne (4h depuis Toulouse) en fait une destination de week-end ou de court séjour, notamment pour les familles. Ce public est plus habitué à la côte basque, landaise et à Bordeaux, il connaît mal notre territoire et paraît favorable à le découvrir.



→ Salon de l'Agriculture – 22 février au 1er mars 2020

Lieu : Parc des Expositions - Paris

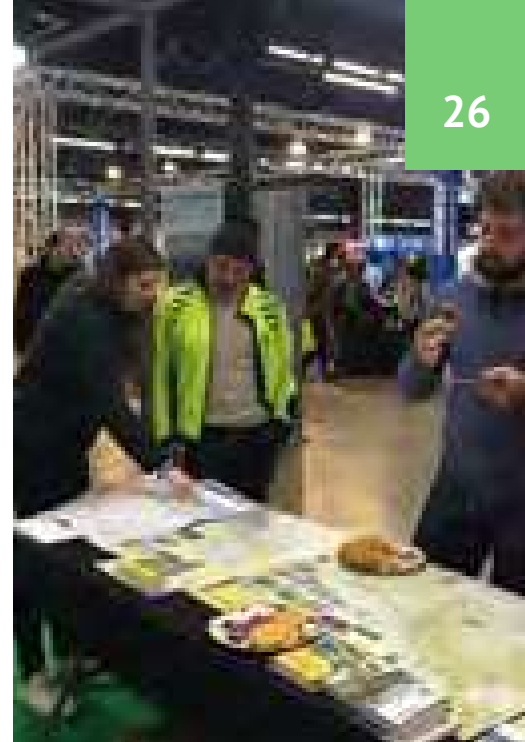
La présence de Haute-Garonne Tourisme sur le stand du Conseil départemental nous permet d'aller à la rencontre d'un public parisien varié. Il représente une belle vitrine pour notre destination et une opération dynamique, avec de nombreuses animations des producteurs et des chefs sur le stand.



→ Velo in Paris – 6 au 8 mars 2020

Lieu : Parc Floral de Vincennes - Paris

Présence de Haute-Garonne Tourisme et de Charentes Tourisme pour représenter, pour la 1^{ère} fois, le collectif Canal des 2 mers à vélo. Salon grand public thématique et plutôt technique (vendeurs de matériel essentiellement), qui progresse par rapport à 2019, et représentatif de la notoriété croissante du vélo en France. Salon très porteur pour l'itinéraire, qui a séduit les visiteurs, d'autant plus que nous étions la seule destination représentée.



→ Tour d'Occitanie – 3 août 2020

Lieu : Saint-Gaudens

Présence de Haute-Garonne Tourisme aux côtés du Conseil départemental sur une étape de la Route d'Occitanie- La Dépêche du Midi, course cycliste du sud-ouest de la France. Possibilité de diffuser de l'information touristique aux locaux et aux quelques touristes présents.

→ Toulouse à table – 2 au 5 septembre 2020

Lieu : Esplanade Charles de Gaulle (Toulouse)

Le Conseil départemental de la Haute-Garonne et Haute-Garonne Tourisme sont partenaires de « Toulouse à Table ». Dans ce cadre, Haute-Garonne Tourisme était présent sur le village gourmand, opération de mise en valeur des produits locaux, d'animations et de partage des valeurs liées à la gastronomie et à la découverte des territoires.

Une opération au cœur de la ville qui génère des flux de visiteurs importants, essentiellement des locaux, ravis de trouver de l'information touristique sur le département, notamment en période de crise sanitaire où les déplacements sont limités. Une belle occasion de présenter le plan de solidarité du Conseil départemental en faveur du tourisme local



→ Fête des Confluences – 20 septembre 2020

Lieu : Pinsaguel

Pour la première année, Haute-Garonne Tourisme a participé à la Fête des Confluences (7^e édition), organisée par les associations Confluence et Nature En Occitanie, au cœur de la Réserve Naturelle Régionale Confluence Garonne-Ariège. Aux côtés du Muretain Agglo et de la Maison du Vélo, nous avons valorisé les itinéraires cyclables et pédestres du département, dans un contexte de préservation et de valorisation de nos territoires. Un événement porteur et qui s'inscrit dans notre volonté de nous inscrire dans une démarche de tourisme durable.





→ Festival International du film du voyage et d'aventure "What a Trip" – 24 au 27 septembre 2020

Lieu : Montpellier

En partenariat avec le Tarn, le Tarn-et-Garonne et le Gers, reconduction de notre participation au festival international du film du voyage et d'aventure de Montpellier, qui réunit chaque année des milliers de passionnés de voyages. Notre présence en plein cœur de ville est idéale pour toucher une clientèle intéressée par notre destination, et notamment par les activités nature et Toulouse, mais cette édition a été bouleversée par le contexte sanitaire avec un nombre de visiteurs très réduit.

• Opérations grand public

→ Salon CE Toulouse – 8 et 9 octobre 2020

Lieu : MEET Toulouse

1ère participation à ce salon professionnel, l'un des premiers se déroulant au nouveau parc des expositions, le MEETT, a généré une cinquantaine de rencontres d'entreprises, principalement de Haute-Garonne.

Plusieurs demandes ont porté sur les séjours à la montagne ou des week-ends au printemps.

Ce salon a également été un excellent vecteur de communication pour promouvoir le plan de solidarité du Conseil départemental auprès d'un public local, et nous a permis d'étayer notre fichier-clients en vue de futures actions commerciales et envois de newsletter.



Concours des Villes et Villages Fleuris édition 2020

Le Conseil départemental en collaboration avec Haute-Garonne Tourisme ont fait le choix de maintenir le Concours des Villes et Villages Fleuris Départemental - édition 2020, sous une nouvelle forme - en format numérique.

La remise des prix du concours des "Villes et Villages Fleuris", en raison du contexte sanitaire s'est déroulée sur rendez-vous durant le mois de mars.

Cette édition inédite a été un succès ! plus de 45 communes de Haute-Garonne ont participé et 19 particuliers ont également été primés.



• **Actions en partenariat**

Afin de mutualiser les moyens, réduire les coûts des opérations de promotion et bénéficier d'une meilleure visibilité, Haute-Garonne Tourisme s'est associée à plusieurs groupes de travail.



- Avec le Canal des 2 mers à Vélo (les 7 CDT de Charente, Gironde, Lot-et-Garonne, Tarn-et-Garonne, Haute-Garonne, Aude et Hérault). Ce pilotage a été confié à la Haute-Garonne en 2018.
- Avec l'Agence d'Attractivité de Toulouse Métropole

Des reportages photos et vidéos cible famille, couple et amis ont été réalisés, ainsi qu'une campagne d'affichage dans la gare ferroviaire de Barcelone et des accueils presse divers.

→ **Avec le G4, collectif des 4 CDT voisins du Tarn, Tarn-et-Garonne, Gers et Haute-Garonne**

Plusieurs actions grand public, influenceurs et presse ont été menées pour mettre en avant notre destination « Campagne au cœur du Sud-Ouest »

→ **Avec le CRT Occitanie**

Haute-Garonne Tourisme contribue à la mise en place et au montage du plan régional de formations du CRT à destination du personnel des offices de tourisme notamment en recensant leurs besoins en formations. Des formations sur des thématiques d'accueil, de promotion, de qualité... sont alors proposées dans ce programme.

→ **Avec la Confédération Pyrénéenne du Tourisme**

Participation à des actions sur le marché espagnol avec un cabinet de presse.

→ **Avec le GAL Pays Tolosan**

Des actions conjointes pour valoriser l'œnotourisme avec notamment la préparation d'un site dédié à Vignobles&Découvertes qui sera mis en ligne en 2021.

• **Les Actions de développement**

→ **L'itinéraire Via Garona**

- Guide pratique

Le guide pratique de l'itinéraire a été réédité en 2020 par le Conseil départemental avec l'appui du CDT pour toute l'information touristique (activités, hébergements, restaurants...).

Il est toujours disponible dans les différents accueils du CDT, les Offices de Tourisme Intercommunaux du département, et en téléchargement sur le site internet de Haute-Garonne Tourisme.





• Label "Vignobles & Découvertes"

Après la labellisation du vignoble du Fronton en mai 2018, plusieurs actions ont été menées en 2020 afin de valoriser ce territoire et ses prestataires :

- Des accueils presse
- De la promotion sur nos réseaux sociaux et notre site internet
- Un Livret Un chef, Un vigneron
- Un livret spécifique au label « Vignobles & Découvertes » qui liste l'ensemble des prestataires labellisés ainsi que des idées découvertes comprenant les activités, repas et hébergements.

• Des actions pour les séniors

Depuis 2018, Haute-Garonne Tourisme met en place des actions destinées aux personnes de plus de 60 ans et résidents sur le département de la Haute-Garonne.

Des sorties à la journée, entièrement prises en charge par le Conseil départemental de la Haute-Garonne via la Conférence des Financeurs de la Prévention de la Perte d'Autonomie (CFPPA), ont été proposées à pour des groupes de 25 personnes et pour un total de 9 journées, soit :



- Découverte de la Cité de l'Espace
- Découverte des Hauts-Tolosans
- Découverte de Rieux-Volvestre et du Village Gaulois
- La Halle de la Machine et l'Envol des Pionniers
- Découverte de Saint-Bertrand-de-Comminges et du village médiéval d'Aurigac
- Découverte de Saint-Bertrand-de-Comminges/Valcabrière et du musée forum de l'Aurignacien
- Découverte de Martres-Tolosane
- Découverte du Comminges
- Découverte de Revel

L'ensemble des produits a été proposé à des associations de troisième âge, à but culturel, patrimonial et social. Au total, 450 personnes auraient dû bénéficier de ce dispositif, représentant une prise en charge de la CFPPA31 équivalente à 37 725 €.

Les conditions sanitaires dues à la crise du Covid-19 ne nous ont pas permis de mettre en place cette action (une seule journée à la cité de l'espace a pu être programmée avant la fermeture du mois de mars 2020). En accord avec les responsables d'associations et/ou structures d'aides aux séniors, nous avons préféré reporter l'ensemble de ces journées durant l'année 2021, lorsque les accès aux lieux de visites, aux musées, aux restaurants... pourront de nouveau être accessibles et avec des conditions d'accès sécurisées pour ce public « à risque ».

• **Crise sanitaire 2020 : VoyagerDemain**

Dans un contexte de crise sanitaire en début d'année 2020, et face à la multiplicité des parutions et des informations diffusées par les filières et le gouvernement, nous avons essayé d'accompagner au mieux les acteurs du département à l'aide de plusieurs outils :

- Création d'un document de recommandations pour les acteurs : #VoyagerDemain en Haute-Garonne regroupait les consignes sanitaires à intégrer par filière, selon l'évolution des réglementations et de la situation
- Boîte à outils #VoyagerDemain sur la plateforme professionnelle Workplace : diffusion de l'actualité des filières et des ouvertures progressives des sites/prestataires du département



• **Vacataires affectés aux OTI**

Cette année, avec le contexte de la crise sanitaire, les vacataires affectés aux différents offices de tourisme intercommunaux du département pour les mois de Juillet et Août, n'ont pas été reçus pour une sensibilisation au tourisme et aux missions d'un office de tourisme. En revanche, le CDT a fait remonter, comme chaque année, au Conseil départemental, les besoins de chaque OTI en terme de personnel pour la période estivale.

Au total, 43 personnes ont été affectées dans les offices au mois de Juillet et 39 au mois d'Août

• **Accompagnement Qualité Tourisme**

→ **Pour les Offices de Tourisme**

En tant que relais territorial reconnu auprès d'ADN Tourisme, Haute-Garonne Tourisme accompagne les offices de tourisme pour l'obtention ou le renouvellement de la marque nationale Qualité Tourisme. Cet accompagnement se traduit par des tests mystères, des visites sur place, des suggestions d'amélioration afin de répondre aux critères imposés par la marque.

Cette année, 3 offices ont particulièrement été accompagné :

- Lauragais Tourisme (Nailloux) : renouvellement de la marque
- L'office de tourisme « Aux sources du canal du Midi » : passage de l'audit mystère
- L'office de tourisme de Toulouse : passage de l'audit mystère

→ **Pour le CDT**

Haute-Garonne Tourisme a également décidé de mettre en place les critères de la marque propres à l'accueil du public au sein de ses différents accueils (Espace Tourisme à Toulouse, Les Olivetains, la Maison de la Haute-Garonne). Et comme pour les offices de tourisme, des audits (téléphone, mail, en face à face) ont été réalisés et une formation a été programmée en 2021 afin de monter en compétence sur l'accueil des publics.

• **Livret de prestations**

Depuis 2019, Haute-Garonne Tourisme met en place un livret de prestations à destination des acteurs touristiques du département (Offices de Tourisme, hébergeurs, restaurateurs, prestataires d'activités de loisirs, producteurs...).

Ce livret a pour objectifs de présenter l'ensemble des actions menées par Haute-Garonne Tourisme afin d'accompagner les acteurs dans une logique de progrès et de montée en compétences.

Cette année, 90 prestataires ont été formés (14 sessions) sur les thématiques suivantes :

- Atelier Instagram
- Formation « Publicité sur les réseaux sociaux »
- Formation « Photoshop »
- Formation « Référencement web »
- Formation « Photos et vidéos 100% reportage »
- Formation « Ecrire pour le web »



Des sessions prévues ont dû être reportées en 2021 à cause du contexte sanitaire, notamment sur les thématiques « Indesign » et « Photos et vidéos avec smartphone ».

Afin de rendre ces formations accessibles au plus grand nombre, le CDT a souhaité prendre en charge 50% du coût des formations animées par un formateur agréé. Par ailleurs, certains ateliers ont été animés par le CDT.

Le nombre de personnes formées par le biais de ce dispositif depuis 3 ans s'élève à environ 320 acteurs.

• 31 Notes d'été

Cette année avec le contexte sanitaire, le Festival 31 Notes d'été n'a pu être maintenu dans son format habituel. En effet, ce rendez-vous estival qui allie culture et tourisme a été proposé cette année en version dématérialisée tous les mercredis à 19h30, du 8 juillet au 26 août : des émissions disponibles sur la chaîne Youtube, le site internet ou la page Facebook du Département. Au programme, des concerts inédits d'artistes Haut-Garonnais et nationaux enregistrés sur la scène du Pavillon République, où la création féminine était mise à l'honneur, ainsi que 17 visites touristiques de lieux emblématiques de notre département avec notamment :

- Découverte de Saint-Bertrand-de-Comminges et de Luchon
- Découverte du Domaine Plaisance et du vignoble de Fronton
- Découverte du musée de l'Aurignacien, de la villa gallo-romaine de Montmaurin et de l'abbaye de Bonnefont
- Découverte du Musée départemental de la Résistance et de la Déportation
- Découverte de l'exposition « Evocation du canal du Midi »
- Découverte du Château de Bonrepos Riquet, de la maison de la biodiversité et de la Forêt de Buzet
- Découverte du Village Gaulois et du domaine de Ribonnet
- Découverte du Château de Laréole, du Château de Drudas, du labyrinthe de Merville et des Hauts Tolosans

• Tourisme durable : la RSO au coeur de la stratégie du CDT

La Responsabilité Sociétale des Organisations (RSO) est la contribution des organisations aux enjeux du développement durable. Dès novembre 2019, un comité de pilotage interne au CDT, animé par 2 collaboratrices, a travaillé pour intégrer les principes de la RSO à la stratégie de Haute-Garonne Tourisme, en intégrant l'ensemble du personnel.

Nous avons alors défini notre sphère de responsabilité et les 13 ODD (Objectifs de Développement Durable) sur lesquels nous pouvons agir. En déployant une véritable stratégie RSO, Haute-Garonne Tourisme va renforcer ses préoccupations sociales, environnementales et éthiques dans ses activités économiques et dans ses interactions avec toutes les parties prenantes, qu'elles soient internes ou externes (partenaires, fournisseurs, prestataires, visiteurs...).

• Nos objectifs

→ **Montrer l'exemple** : une démarche RSO a donc été mise en place pour notre organisation, pour l'ensemble de nos actions et de nos sites, en mobilisant le personnel autour d'une démarche collective.

- être une organisation référente en matière de responsabilité sociétale en Haute-Garonne dans notre secteur d'activité

→ **Montrer le chemin** : dès 2021, nous souhaitons faciliter l'émergence d'une démarche d'engagement des acteurs vers des pratiques responsables applicables au quotidien dans leur entreprise ou organisation. Quelle que soit l'activité ou la taille, les acteurs touristiques pourront s'engager individuellement et collectivement dans cette nouvelle dynamique grâce à notre soutien.

- sensibiliser et accompagner les acteurs touristiques dans cette démarche vers un tourisme durable

Cette démarche nous a conduit à l'élaboration d'une feuille de route sur le tourisme durable en Haute-Garonne pour les années à venir, à paraître en 2021.

Nous avons également participé, pour la 1ère année, aux Universités du Tourisme Durable de l'ATD (association des Acteurs du Tourisme Durable), afin d'intégrer ce réseau de professionnels engagés pour un tourisme plus responsable.

LES PLANS MEDIAS SAISON ETE & HIVER

• Eté 2020

L'année 2020 difficile en termes de communication. Essentiellement recentrée sur le territoire haut-garonnais avec un plan de solidarité pour relancer le tourisme

Quelques annonces presse :

- Ramdam N° Juillet/Août : pavé web sur site web pendant juillet/août sur nos sites
Parution : fin juin
- Vent Sud N° été 2020 – Parution 10/07/2020 thème slow voyage de l'Océan à la Méditerranée
- Terre Sauvage – N° Eté 2020 spécial Randos. Parution : début juillet

Pour valoriser nos sites ou notre site web selon la saison.



• **Hiver 2020**

La situation sanitaire a empêché la tenue du Village Hiver en plein cœur de Toulouse. Nous avons tout de même réalisé sur la période de décembre, une communication valorisant les « bons plans solidaires de Haute-Garonne »

Une communication d'opportunité sur le mois de décembre pour faire valoir les « Bons Plans Hébergements et Activités » mis en place par le Conseil départemental dès le 16/12/2020.

Un guide d'informations stations, offres touristiques avec les tarifs de forfaits remontées mécaniques, hébergement et plein d'idées de vacances vertes ... paru le 2 décembre 2020



• **Plan médias**

En partenariat avec Haute-Garonne Montagne et le Conseil départemental

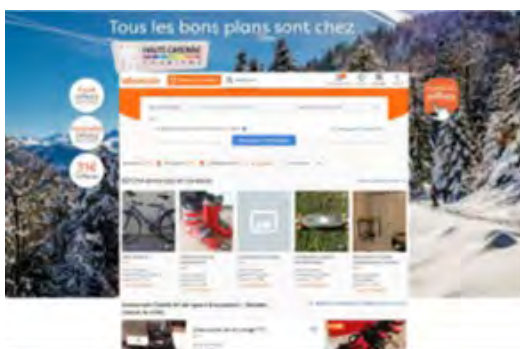
→ **Les supports :**

Durant le mois de décembre 2020, mise en avant des bons plans

- **Actu Toulouse** : Articles, bannières... incitant à cliquer sur les bons plans dans les pages actualités de leur site web



- **Leboncoin** : Habillage de site, bannières...dans les pages locations de vacances et rubriques selon un ciblage intentionnistes vacances et voyageurs originaires des agglomérations de Toulouse, Bordeaux et Nantes.



- **Ecom News et Toulouscope** : campagne digitale avec des bannières publicitaires dans les articles du site.

Randam : 1 page dans le N° décembre/janvier + annonces en pavé sur site web

Bannières verticale ou horizontale :



Au clic, l'internaute est redirigé sur la page des bons plans du site tourisme : <https://www.hautegaronnetourisme.com/nos-bons-plans-en-haute-garonne/>

- **L'You** : N° de décembre, double page avec un rédactionnel sur les activités montagne et les métiers d'art.

- **Air For Kids** : Magazine de Mc Donald, N° de décembre, ½ page. Page générique avec mise en avant du site web pour les idées sorties.

- **Vent Sud** : N° de décembre/janvier : insertion d'une page générique mise en avant site web

- **Le site web** a aussi été mis en situation pour valoriser les bons plans :



→ Bilan du plan solidaire 2020

Le plan de solidarité mis en place le 19/06/2020 a permis d'aider des hauts-garonnais - visiteurs et prestataires touristiques :

- 183 offres d'hébergements
- 32 prestataires d'activités de loisirs ont adhéré en 2020
- près de 300 demandes de pré-réservations d'hébergement ont été effectuées
- plus de 5 000 demandes d'activités

La mise en réseau des offices de tourisme évolue en fonction des besoins et attentes de chacun. La base de données départementale est utilisée par tous les offices du territoire notamment pour la démarche « Qualité Tourisme » ou bien pour alimenter leur site internet. Aujourd'hui, les 15 OTI du département et 2 pays ont un accès à Tourinsoft.

L'intérêt pour tous les acteurs du tourisme haut-garonnais est d'avoir une base d'informations commune, mise à jour et fiable.

Tourinsoft est utilisé en Haute-Garonne depuis 2006 et est composé de deux interfaces couplée avec des fonctionnalités d'emailing, statistiques... :

Saisie et gestion des informations = Toute l'offre touristique et les principales fonctionnalités (mise à jour de l'offre, mailings, syndications, exports, statistiques...)

GRC (Gestion Relation Client) = Gestion et traitement des demandes touristiques de manière qualitative. Cela permet de faire des statistiques sur la fréquentation et les demandes, et d'alimenter un bordereau « Prospects ».

Le module mailing électronique permet l'envoi de Newsletters et la gestion des désabonnements. Tourinsoft est modulable et adaptable. Le CDT est à l'écoute des besoins des offices. Il répond, tout au long de l'année à toutes les demande (création de comptes utilisateurs, demande d'accompagnement sur un projet, demande de modification ou ajout de champs...).

Cette base de données est mise gracieusement à disposition des Offices de Tourisme Intercommuniaux (OTI) par Haute-Garonne Tourisme qui effectue un accompagnement privilégié à l'utilisation, en fonction des besoins de chaque structure.

Cette année a été marquée par un accompagnement encore plus ciblé notamment avec la gestion et la mise en place de nouveaux champs de qualification pour la Covid (mesures sanitaires, horaires...) nécessitant des mises à niveau du personnel gestionnaire des structures.

- **Les actions menées**

L'utilisation et la mise en place de Tourinsoft s'accompagnent de nombreuses actions selon les besoins de chacun.

→ **Pour l'aide à la gestion des utilisateurs :**

- Gestion et création de nouvelles structures (Hors les murs), création et modification des comptes utilisateurs.
- Accompagnement sur la saisie des offres, l'utilisation des mailings, la traduction des offres et des listes. Communication des « bonnes pratiques » via le Work Place.
- Accompagnement à la mise en place de questionnaires en ligne (enquêtes de fréquentations CD).
- Modification des bordereaux pour améliorer la qualification des offres touristiques (nouveaux labels, nouvelles zones...) et faciliter l'utilisation (onglet propre à chaque OTI).

→ Pour une meilleure diffusion et gestion des informations saisies :

Présentation des syndications en vue d'alimenter de nouveaux sites internet.

- Accompagnement à la mise en place des syndications des offres touristiques et itinéraires dans Tourinsoft pour alimenter Géotrek. Création de modèles spécifiques pour échanger les GPX.
- Accompagnement sur les syndications, en web service et html, pour alimenter sites internet, bornes, écrans, applications.
- Accompagnement à la mise en place personnalisée de la GRC, interprétation et création des statistiques accueils.
- Mise en place de modèles communs au CDT (tous les sites) pour les réponses GRC et modèles de newsletters. Mise en place du désabonnement.
- Qualification du bordereau prospects CDT (individuels et groupes) en vue d'une communication ciblée.
- Accompagnement à la gestion du Club Ambassadeurs (mailing automatique de bienvenue, envoi d'une newsletter, mise en place d'un accusé de réception (suite à des invitations)
- Création de modèles E-brochures (en cours de finalisation) et de modèles d'exports (Pôle spectacle vivant, Arts Visuels et Éducation artistique)
- Intégration des offres Vignobles et découvertes 82 (en cours de finalisation) en vue d'un affichage de toutes les offres sur un site internet.
- Alimentation des Gîtes de France dans Tourinsoft via le nouvel outil Feratel (intégration des offres)

Tourinsoft est l'outil mutualisé de l'information touristique qui permet de nombreuses utilisations pour les OTI et le CDT en s'adaptant toujours à nos besoins.

- Mise en place du nouveau site internet du CDT <https://www.hautegaronnetourisme.com/>
- Mise en place des champs pour décrire les mesures particulières dues à la situation sanitaire
- Mise en place des « Bons plans solidaires » du CD
- Site Ici & Là : <https://toulouse-haute-garonne.com/> . Site réalisé pour valoriser les opérations et mises en place d'offres touristiques spécifiques dans le cadre du partenariat avec l'Office de Tourisme de Toulouse Métropole et Haute-Garonne Tourisme.

Travail de création des syndications pour alimenter le site (en cours de finalisation)

- En partenariat avec le CRTL, intégration au projet Fairguest (étude de l'e-réputation) avec mise en place du champ spécifique et gestion des profils sur une sélection d'offres qui seront suivis pendant 1 an.

→ Un réseau à dimension nationale :

• DataTourisme : <https://www.france.fr/fr/campagne/cetetejevisitelafrance-cartographie>
Avec Tourinsoft, nous sommes en capacité de réaliser rapidement une mise à disposition des données sous le format demandé. Création de nouveaux champs pour alimenter une carte de France ADN Tourisme présentant l'ensemble des offres touristiques ouvertes pendant la période de confinement (ouvertures, prestations spécifiques...)

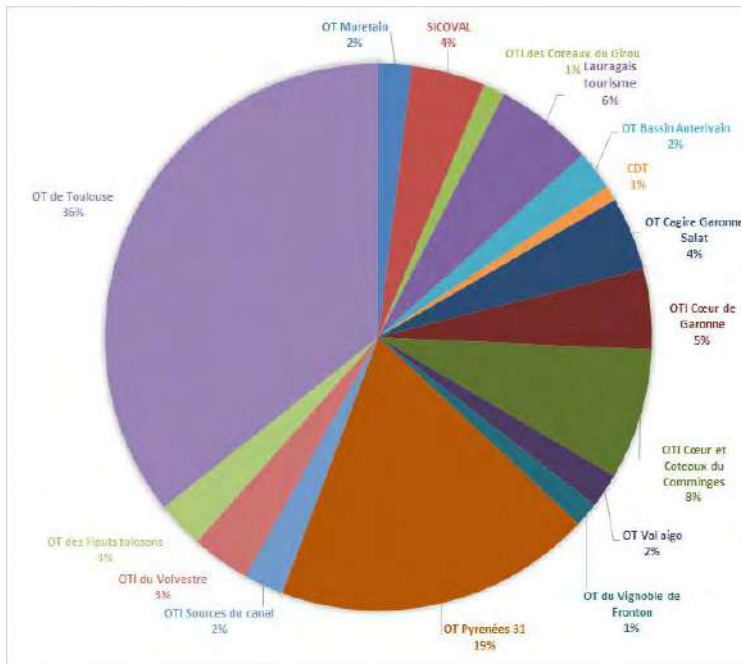
- Haute-Garonne Tourisme a été le pilote du projet (national) d'évolution de la base de donnée Tourinsoft.
- Présence à l'E-Club Tourinsoft à Cahors, 13 et 14 mai. Rencontre de tous les CDT et CRT qui utilisent Tourinsoft (échanges sur les évolutions, les pratiques...)

• Collecte de la donnée touristique du département

La base de données Tourinsoft est mutualisée avec les acteurs touristiques du département et sa mise à jour est primordiale afin d'avoir des contenus fiables pour une diffusion de qualité.

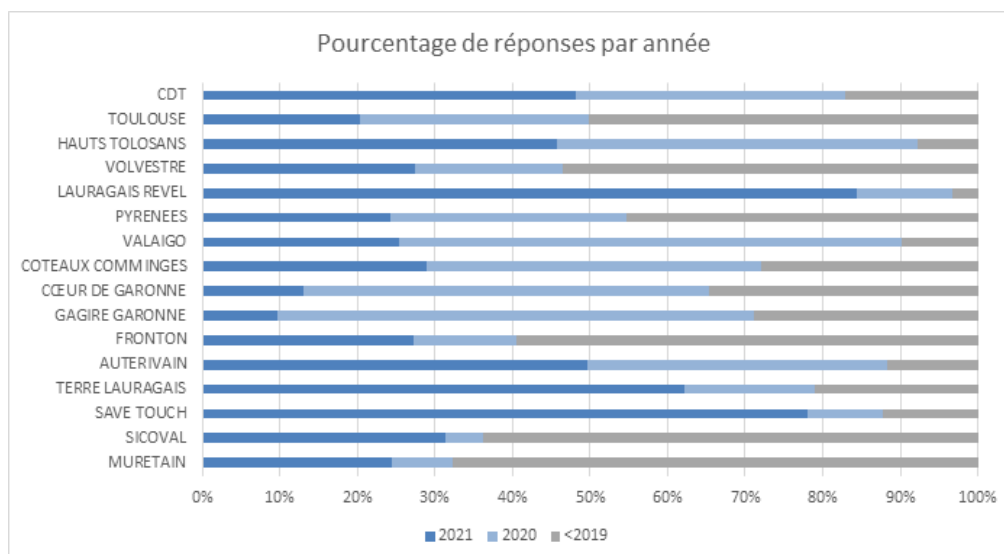
L'ensemble du réseau effectue sa propre mise à jour sur les offres de son territoire et le CDT est en appui technique. Certaines zones sont directement mises à jour par le CDT.

Voici un graphique représentant la répartition par territoire d'offices de Tourisme, des 9200 offres contenues dans la base de données :



La fin d'année 2020 a été assez particulière au niveau des mises à jour. Certains offices de tourisme ont pris la décision de décaler leur mise à jour durant le premier trimestre 2021.

Fin janvier, voici les pourcentages d'offres diffusées au niveau des différents supports de communication des offices et/ou du CDT. Les offres diffusées sont en bleu foncé et bleu clair. Le but est qu'à la fin de la mise à jour annuelle, il y ait un maximum d'offres en bleu foncé prouvant ainsi la qualité et l'implication des prestataires.



Nous pouvons voir que les informations touristiques de l'ensemble des territoires sont globalement bien mises à jour avec des disparités liées à la récente prise en main de l'outil Tourinsoft.

Nos services s'emploient à continuer de soutenir tous les utilisateurs pour les former, les aider à l'utilisation optimale de l'outil afin d'avoir une qualité des informations touristiques plus importante. Une dynamique engagée et valorisée auprès de tous les utilisateurs.

Rapport d'Activité

ESPACE TOURISME



Espace Tourisme Haute-Garonne

- Promouvoir la destination
- Accueillir et renseigner
- Prescrire et vendre (Billetterie et topoguides)
- Missions administratives (gestion de la documentation...)

En 2020, l'équipe de l'Espace tourisme a été présente sur le suivi des demandes touristiques tout au long de l'année malgré les différentes restrictions sanitaires. (confinement, limitation de déplacement à 100 km, couvre-feu...)

Aussi, la fréquentation de l'Espace Tourisme a vu sa fréquentation sensiblement augmentée.



• fréquentation

+ 9% par rapport à 2019 : 2700 contacts* utiles comptabilisés.

*On entend par contact utile toute demande ayant fait l'objet d'une réponse personnalisée.

Le 1er déconfinement printanier a créé chez les visiteurs français un « fort besoin » de sortir de chez soi, et de profiter des activités de plein air près de chez soi (soit +51 % de mai à octobre).

Visiteurs français : 97.7% des demandes touristiques (+12.8%)

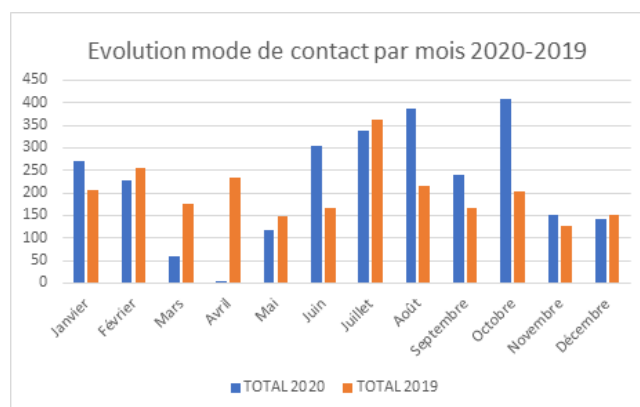
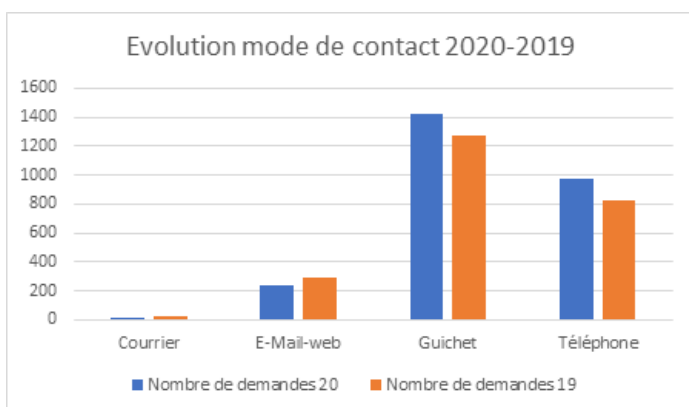
Visiteurs Anglophones et Hispaniques : 2.3 % des demandes touristiques (-72%)

Provenance contacts français :

- Région Occitanie : 77.5% soit +38%
- Grand Ouest : 6.7% soit -57%
- Ile de France : 5% soit -30%

• Evolution des contacts

- + 18.2 % des contacts par téléphone
- -18 % des contacts via mail, le contact du site internet Haute-Garonne Tourisme et les réseaux sociaux.
- +11.8 % des contacts guichet



• Modification du comportement du visiteur

- En raison de multiples réglementations sanitaires tout au long de l'année, les visiteurs ont cherché à se rassurer en s'appuyant sur un contact humain dans leurs recherches afin d'obtenir un conseil personnalisé et adapté.
- Les haut-garonnais sont d'avantage restés dans leur territoire et ils ont rayonné à la journée ou au week-end dans le département.



• Qualification de la demande

→ Modifications types de demandes

- Demandes concernant département : 82 % soit + 15%.
- Demandes concernant la Métropole Toulousaine : 15% soit - 41%.



En cette année de pandémie, un grand nombre de demandes ont porté sur les conditions sanitaires sur Toulouse-Métropole et tout le département (port du masque obligatoire, ouverture des sites, activités de loisirs, visites de lieux patrimoniaux...)

• Selon les périodes les attentes varient

- Janvier au 17 mars :

Les demandes hivernales habituelles à savoir les achats de forfaits de ski ou tous autres informations concernant les stations de ski ont été forte baisse en raison de l'absence de neige et la fermeture des stations.

Pour la 1ère fois, en saison hivernale (janvier – mars), les demandes relatives à l'itinérance douce ont été supérieures aux demandes liées à l'activités neige (ski, raquettes...)

- Mars à mai :

Peu de demandes touristiques en période de confinement. L'équipe de l'Espace Tourisme est resté en contact avec les visiteurs par le biais des courriels afin de répondre à tous types de demandes (accessibilité des services du CDT, CD 31...)

- Mai à décembre :

Dès le déconfinement et notamment lors de la fin de la limitation des 100km (2 juin), une forte demande s'est précisée sur les activités de plein air .

- Itinérance douce (randonnées pédestres et cyclos), notamment le GR Via Garona et le Canal du Midi.
- Les sites naturels et les plans d'eau pour les activités nautiques (baignades, paddles...).
- Reprise des ventes des Topoguides (La Via Garona, le Pays Lauragais, Canal des 2 mers...)

A partir du 1er juillet, l'Espace Tourisme a renseigné, aidé et diffusé les bons plans touristiques élaborés par le Conseil départemental.

Ce plan a engendré une forte demande sur les activités de loisirs (+30 % en 2020). La demande concernée majoritairement l'offre « 1 activités achetée pour 1 offerte » et le Carnet de voyage (diffusion des carnets et des bons de 31 €).

• Billetteries activités

En soutien à l'évènementiel, l'Espace Tourisme a assuré la billetterie du Festival estival « Musiques en dialogues » et la billetterie du festival «Jazz sur son 31 ».

Cité de l'Espace, Aéroscopia, Pass Tourisme... (cf. Chiffre affaire SLA)

• Publications

Avec toujours le même intérêt marqué pour les déplacements doux , le Guide « Haute-Garonne secrète » a connu un vif succès.

Le guide Destination, la carte Touristique, le guide accueil-vélo, le guide pratique de la Via Garona constituent les principales demandes en termes d'édition.

• Actions

L'Espace tourisme est un lieu où visiteurs locaux et touristes aiment à chercher des informations et des conseils.

Haute-Garonne Tourisme donne la possibilité aux acteurs du tourisme départemental d'accroître leur visibilité par la présence sur des manifestations.

La vitrine de l'Espace Tourisme est proposée aux prestataires pour une mise en avant de leurs produits.

En raison du faible enneigement, la pandémie et des conditions sanitaires contraignantes, les manifestations ont dû être annulée :

- Animation hiver avec des ventes flash de forfaits de ski (janvier et décembre)
- Animation itinérances douces (randonnées, vélo...)
- Animations programmées avec différents Offices du tourisme



Rapport d'Activité

SERVICE LOISIRS
ACCUEIL



Haute-Garonne Tourisme exerce une activité commerciale de location d'hébergements, de vente de séjours et d'activités touristiques par le biais de son Service Loisirs Accueil, centrale de réservation départementale.

- Immatriculation Atout France : IMO31120030
- Garantie Financière : Groupama
- Responsabilité Civile : AXA

La centrale de réservation propose à sa clientèle une assurance annulation/responsabilité civile/rapatriement : GAN ASSURANCE

Plusieurs points de vente sont à disposition du public

- Espace Tourisme - 14 rue Bayard à Toulouse
- Les Olivétains – Saint-Bertrand-de-Comminges
- Maison de la Haute-Garonne - Aire d'autoroute de Port-Lauragais
- Site Internet de réservation –haute-garonnetourisme.com (rubrique JE RESERVE)



**Activité commerciale « Clientèle individuelle »
Saison commerciale 2020**

Nombre de dossiers	Volume d'affaire
2 056	1 476 820 €



Le comparatif avec 2019 montre une baisse des résultats :

- Nombre de dossiers : - 32%
- Volume d'affaires : - 20%

Depuis sa création, il y a plus de 30 ans, c'est la première fois que la centrale de réservation enregistre une baisse aussi importante.



Les aléas de crise sanitaire du COVID 19 ont rythmé l'année 2020 et l'activité commerciale a été impactée de façon significative.

Cependant, nous envisagions une baisse beaucoup plus importante, comme d'autres structures du secteur du tourisme qui affichent aujourd'hui des baisses de 50 à 80%.



Un fort engouement pour les locations de vacances !

En 2020, la centrale de réservation a concentré son offre sur l'hébergement locatif.

Durant cette période de pandémie, la demande prioritaire de la clientèle était :

- Avoir un hébergement indépendant avec un espace extérieur privatif
- Éviter les regroupements familiaux ou entre amis et ne pas réserver de grands hébergements
- Fuir les villes et privilégier les activités gratuites de pleine nature en montagne ou campagne (essentiellement la randonnée)
- Privilégier la qualité d'un hébergement labellisé et avoir un accompagnement en toute sécurité par le biais de la centrale de réservation (avant, pendant, après)

En partenariat avec les labels Gîtes de France et Clévacances, un protocole sanitaire a été mis en place dans toutes les locations afin de rassurer la clientèle.



En résumé

S'évader dans la nature, à la montagne, à la campagne est devenu synonyme de sécurité (sanitaire). Cela a profité à la centrale de réservation dont les hébergements de qualité en milieu rural ont répondu à cette demande.

L'ANNEE 2020 A LA LOUPE

- Une année rythmée par les différentes mesures gouvernementales dans le cadre de la gestion de la crise sanitaire : confinement, limitation de kilomètres pour les déplacements, couvre-feu, fermetures de structures touristiques...
- Baisse des réservations de la clientèle touristique notamment sur l'avant et l'arrière-saison : peu de court séjour, peu de retraités et aucune clientèle étrangère.



- Les réservations des entreprises restent importantes : déplacements professionnels des entreprises du BTP, chantiers SNCF...

Certaines de ces réservations annulées durant le 1er confinement ont été reportées sur juillet/août/septembre.

→ Beaucoup d'entreprises n'ont pas fermé durant l'été 2020 afin de rattraper le retard sur l'activité.

- Les réservations en gîte ont été moins impactées par la crise avec des résultats en hausse en été.

→ La location de vacances en milieu rural a la cote

- La demande de location en maison individuelle a été très forte

→ La destination préférée de notre clientèle : les Pyrénées

- En 2019, la centrale de réservation a fait le choix de changer de logiciel de réservation. En effet, la société informatique ITEA a fortement augmenté ses tarifs alors que les prestations proposées n'ont pas évolué.

→ L'année 2020 a donc été traitée avec le nouveau logiciel FERATEL.

Cela a engendré un surcroît de travail en back office déjà chargé par la gestion de la crise.

→ La crise du Covid-19 a engendré, lors du 1er confinement, l'improvisation d'une organisation en télétravail.



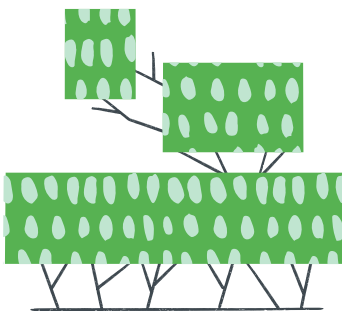
- Prix moyen du dossier de réservation : 718€ en 2020 (584€ en 2019)
 - La baisse des courts séjours en avant et arrière-saison ainsi que l'augmentation des séjours sur l'été font augmenter le prix moyen du dossier.
 - Les dossiers de réservation de longue durée des sociétés contribuent également à cette augmentation du prix moyen

- Internet : 24 %
 - Cette part est en baisse par rapport à l'année 2019
 - La clientèle a privilégié la centrale d'appels à la recherche de contact humain afin de se rassurer en période de pandémie.

- Durées de séjour :
 - 4 à 7 jours (57 %)
 - 8 à 14 jours (16%)
 - 1 à 3 jours (13%)
 - 22 jours et + (10%)
 - 15 à 21 jours (4%)

- Clientèle française : 87%

- Clientèle étrangère : 13%
 - Cette part est en baisse par rapport à 2019
 - La clientèle étrangère n'a pas voulu (crainte de difficultés de rapatriement) ou n'a pas pu se déplacer (mesure d'interdiction de déplacement) durant cette période de pandémie



TAXE DE SEJOUR

Dans le cadre de la réglementation entrée en vigueur le 1er janvier 2019, les plateformes commerciales collectent les montants de la taxe de séjour pour tous les séjours effectués par leur service.

Cette disposition implique le fait que la centrale de réservation se substitue aux propriétaires pour le reversement de la taxe aux collectivités et l'accomplissement des formalités correspondantes.

Pour la deuxième année consécutive, la centrale de réservation a reversé aux communautés de communes concernées un montant total de : 26 699.72 €

REVERSEMENT DE LA TAXE EN DÉTAIL

- CC Pyrénées Haut-Garonnaises = 8096.64 €
- CC Toulouse Métropole = 5532.51 €
- CC des Terres du Lauragais = 3750.59 €
- CC Cagire Garonne Salat = 2706.71 €
- CC Cœur et Coteaux du Comminges = 2350.33 €
- CC Lauragais Revel Sorezois = 2958.31 €
- CC Hauts Tolosans = 558.79 €
- CC du Sicoval = 321.72 €
- CC Val'Aïgo = 285.52 €
- CC de la Gascogne Toulousaine = 138.60 €



Rapport d'Activité

CONGRÈS
SÉMINAIRE
GROUPE



Le début d'année 2020 a été dédié à la mise en place de deux congrès :

Le congrès des Jeunes Dirigeants :



Ce congrès prévu à la Halle aux Grains, dans le cœur historique de la ville de Toulouse au mois de Mai attendait 1 000 Jeunes dirigeants, a mobilisé les compétences du service Affaire sur la gestion hôtelière. Plusieurs particularités sont à souligner :

Le souhait du comité de pilotage du congrès d'un partenariat étroit avec l'agence de communication du congrès, œuvrant ainsi à la visibilité de notre action auprès des potentiels participants.

La réservation par délégation auprès de nos services, offrant ainsi un accueil personnalisé et l'opportunité d'orienter la délégation du Jeune Dirigeant vers le type d'hôtel, sur les 30 présélectionnés. Un report suite à la pandémie a été prévu mais dont la date n'est pas encore fixée à ce jour.



Le congrès 3GGP



Dédié à la normalisation en télécommunications mobilisant l'intérêt de 1 500 participants et pour lequel la gestion de l'hébergement nous a été confié. Ce congrès prévu au centre de congrès Pierre Baudis à Toulouse provoqua le partenariat d'une trentaine d'hôtels pour obtenir un contingent de 900 chambres.

Des conditions de vente et d'annulation adaptée à l'évènement ont été négociées et répercutées sur le formulaire de réservations en ligne.

La particularité de ce congrès se situe sur la longueur du séjour, d'un minimum de 5 nuits dans la mesure où la clientèle était exclusivement internationale. A cet effet le formulaire de réservation en ligne a été proposé en anglais et la majorité des chambres achetées l'ont été de façon individuelle. Une date de report et une nouvelle organisation suite à la pandémie a été retenue en Août 2022.

Le partenariat avec la DAVV

Dans le cadre de la programmation artistique faite sur le Département le service affaire réserve à la demande des chambres sur le département afin d'accueillir les artistes.



Rapport d'Activité

LES OLIVETAINS



Tourisme Haute-Garonne / Les Olivétains accueille toute l'année les visiteurs sur le site de Saint-Bertrand de Comminges. Ce centre culturel et touristique propose également différents services :

- **Accueil et informations touristiques sur le site**, la Haute-Garonne, l'ensemble de la région Midi-Pyrénées, la chaîne pyrénéenne...
- **Service groupes** : Visites et séjours sur mesure guidées et commentées par nos guides conférenciers
- **Librairie culturelle spécialisée** : Ensemble d'ouvrages sur le site, ainsi qu'un fonds important d'ouvrages littéraires, historiques, artistiques, jeunesse...)
- **Expositions (proposée par la Direction des Arts Vivants)** : Environ 2 expositions par an (peinture, sculpture, photographie ...) ainsi que la présentation de la « collection permanente » du Conseil Départemental.



FREQUENTATION ET ANALYSE DE LA SAISON TOURISTIQUE

• Fréquentation 2019 - 2020

Mois	2020	2019	%
Total	21 849	36 572	-40 %

Le bâtiment des Olivétains est en très forte baisse, - 40 % par rapport à 2019. En effet, les quatre mois de fermeture au public liée à la situation sanitaire ont lourdement pénalisé la fréquentation. Lors de la période d'ouverture et au plein cœur de la saison touristique, le comportement des visiteurs a été marqué par une certaine réticence à pénétrer dans les bâtiment clos. Cependant, les sorties nature, randonnées, ont été plébiscitées.

• Clientèle étrangère

	2020	2019	%
TOTAL	1 606	6 052	-73

La fréquentation des visiteurs étrangers est en baisse de 73 % par rapport à 2019. En raison de la crise sanitaire, les frontières sont restées fermées une grande partie de l'année ce qui a empêché les déplacements de cette clientèle.

La clientèle étrangère représente 7.4 % de la fréquentation totale des Olivétains.

• Analyse du profil des visiteurs

La clientèle française du site vient essentiellement des régions Occitanie (31-65), Nouvelle Aquitaine (33-64), Ile de France (75) et Pays de Loire (17-44).

La période estivale a été une bouffée d'air pour nos voyageurs (entre deux confinements). Les seniors habituellement présents en arrière-saison n'ont pas été au rendez-vous, il semble évident que la peur de la pandémie a limité les déplacements de cette clientèle, de même la fermeture des restaurants a pénalisé la fréquentation de fin d'année, les pique-nique n'étant pas privilégiés lorsque la météo est moins clémente.

LIBRAIRIE / BOUTIQUE Chiffre d'affaires global Librairie-Boutique (en €)

Mois	2020	2019	%
Total	58 957	76 350 €	-22,8%

Le chiffre d'affaires de la librairie est en baisse de - 22,8% causé par les 4 mois de fermeture Covid.



VENTE DU BILLET UNIQUE

La vente du billet unique intégrant l'entrée de la cathédrale Sainte-Marie et la basilique Saint-Just a été proposée du 1er juin au 30 octobre. Malgré une période de commercialisation écourtée d'un mois, ce sont 13 183 billets qui ont été vendus soit une augmentation de 44,5% ! Le visiteur a opté pour ce système de visite permettant une facilité d'achat.

GROUPES / VISITES GUIDEES

Les chiffres clés

	2020	2019	%
Nb de groupes	30	149	-83%
Volume d'Affaires en € TTC	11 173	46 904	-79%
Marge en € HT	3 250	12 525	-74%
Reversement prestataires en €	7 273	31 875	-77%

La consommation de produits groupes a fortement chuté en 2020. Malgré un début d'année prometteur, les nombreuses réservations ont dû être annulées.

La prise en charge des groupes a dû être adaptée à la situation sanitaire par le fait de constituer de petits groupes, rassurer les clients, respect des gestes barrières, distanciation physique, visite en extérieur...

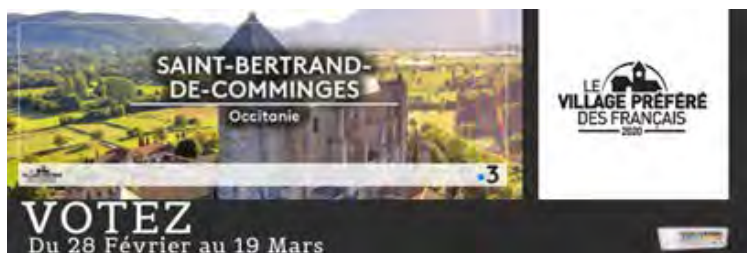
ACTIONS MENEES POUR LE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

- Mise en place de différents parcours de visite à thème en extérieur « Saint-Bertrand au Grand Air » (médiéval, panorama, rando familiale ou sportive, lacs, Via Garona exposition Meschia).
- Rédaction de nouveaux itinéraires de découvertes – Haute Garonne secrète
- Visites guidées pour individuels proposées une fois par semaine durant la saison estivale.
- Participation à l'organisation nationale des Journées du Patrimoine. 2 visites/ jour : « Patrimoine et éducation ».
- Collaboration avec la société Argemie pour un évènement « Medieval Zomb'in the Dark » : course d'orientation nocturne en territoire zombie. Prévu en mai l'évènement a été reporté au 26 septembre. Malgré une météo très pluvieuse et le contexte Covid, il a remporté un grand succès avec près de 500 participants.
- Inauguration du parcours du site antique. Participation à la rédaction du carnet de visite famille en collaboration avec le musée archéologique départemental et le syndicat mixte.



• Accueils presse et tournage d'émissions télévisées

- Accueil et tournage d'un reportage pour le JT de 12h45 de M6, le 19 mai.



- Accueil et tournage de l'émission « le Village préféré des Français » le 2 juin et diffusion le 1er juillet.

- Accueil et tournage de l'émission « Au bout c'est la mer » de France 5, le 20 juin et diffusée le 18 aout.
- Accueil et interview de France Bleu, le 27 juin.
- Accueil et tournage d'un teaser annonçant l'émission « le Village préféré des Français » le 30 juin.
- Tournage de l'émission « la Carte aux Trésors » le 8 juillet et diffusion le 21 octobre.
- Accueil et tournage pour les chaines Canal + et Cnews : reportages sur le patrimoine et les activités nature, le 10 juillet.
- Accueil et interview pour Europe 1 sur les thèmes patrimoine, rando, Via Garona le 10 juillet.
- Accueil de la blogueuse Céline Chevassu pour un reportage touristique pour son blog lamariniereenvoyage.com le 20 septembre.
- Accueil du photographe François Laurens pour un reportage Via Garona pour Pyrénées Magazine, le 25 septembre
- Accueil du journaliste Didier Houeix pour un reportage pour le hors-série « le Monde du Camping Car 2021 », le 8 octobre.

• Salons

- Festival de Luchon, du 5 au 9 février
- Navartur Pampelune, du 21 au 23 février
- Salon de l'Agriculture, du 21 au 26 février
- Vélo In Paris du 6 au 8 mars

• Dans le cadre des 31 Notes d'été

Les visites touristiques d'avant spectacle ont été remplacées par le tournage d'un clip-vidéo présentant le site Saint-Bertrand/Valcabrère, diffusé le 8 juillet, en amont du concert de Irina Gonzalez et Human Songs. En 2020, le festival 31 notes d'été, a été en version numérique et retransmis sur les réseaux sociaux (Facebook et Youtube).



CLASSEMENT DES MEUBLES DE TOURISME ET RECLASSEMENTS GITES DE FRANCE

Sur les demandes de classement adressées au CDT en 2020, 43 visites ont été traitées par les Olivétains sur le sud du département.

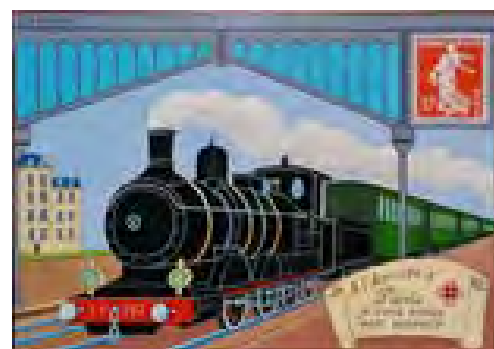
9 reclassements pour les Gîtes de France ont également été réalisés par les Olivétains sur cette même zone géographique. La crise sanitaire a fortement impacté le nombre de visites.

EXPOSITIONS

- **Les expositions temporaires aux Olivétains**

- **Du 1er février au 14 juin : "Lucien Vieillard, la collection"**

Le peintre toulousain autodidacte considéré comme l'un des plus emblématiques peintres naïfs français, contemple la nature et les hommes qui la façonnent. Son regard bienveillant saisit la beauté du patrimoine français. L'art dit "naïf" de Lucien Vieillard révèle une force picturale inédite. En 2018, Lucien Vieillard a fait un don exceptionnel au Conseil départemental de 46 peintures à l'huile réalisées entre 1968 et 2015. L'exposition présentée pour la première fois aux Olivétains à Saint-Bertrand-de-Comminges est une sélection de 15 de ses œuvres, désormais intégrées au fonds permanent de la collectivité.



- **Du 3 juillet au 27 septembre : Myriem KARIM « Nous habitons la nudité de notre corps »**

Lauréate du "Grand Prix Appel à auteurs/Conseil départemental 31" du festival E-MAP 2020, le travail de cette jeune photographe montpelliéraine interroge le rapport de chacun aux lieux et à la matière en alliant poésie et photographie. C'est toujours l'histoire d'un corps dans le paysage qu'elle nous évoque, se questionnant sur la trace que nous y laissons et l'impression que nous en gardons.



- **Depuis le 4 juillet : Sylvian Meschia « Les Hommes en Marche sur la Via Garona »**

A Saint-Bertrand de Comminges, c'est une série de totems monumentaux allant de 2 à 4m portant chacun un décor unique d'écritures, peintures, et photographies sont présentés dans le jardin du Musée.



- **Du 17 octobre 2020 au 3 janvier 2021 : Germaine Chaumel « L'art du portrait, les insolites »**

Photographe de l'avant-garde (la Nouvelle Vision) allie technicité et esthétique. Cette exposition dévoile son art du portrait et en particulier « les insolites ». Saisis sur le vif ou mis en scène, ces instants de vie intemporels sont empreints de beauté, d'humanisme et de facétie.

Reconnue comme une photographe majeure et l'une des premières photo-reportrices en France.



FREQUENTATION CATHEDRALE SAINTE-MARIE

	2020	2019	%
Total	27 605	32 334	- 15%

Source : Mairie de Saint-Bertrand

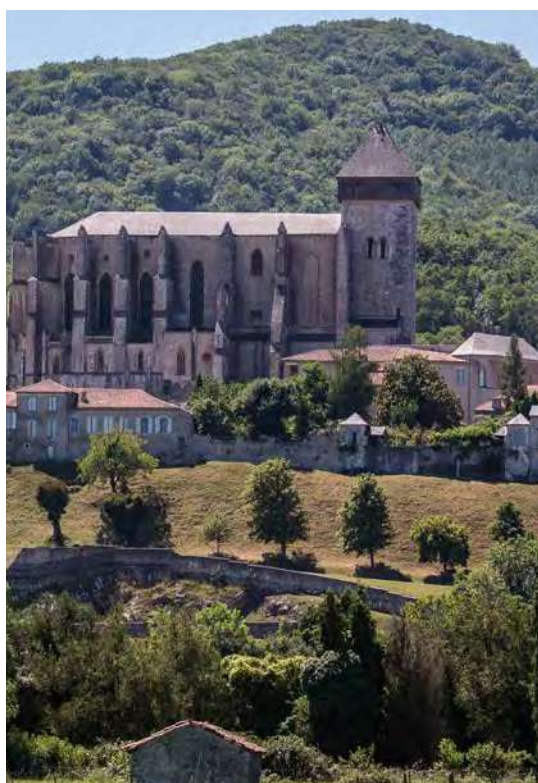
Le nombre d'entrées payantes de la cathédrale est en baisse par rapport à 2019, en raison des deux périodes de fermetures au public (- 15%). Ce monument « phare » du site et a été la visite privilégiée du voyageur et a moins souffert d'une baisse de fréquentation.

FREQUENTATION BASILIQUE SAINT-JUST DE VALCABRERE

	2020	2019	%
Total	14 657	15192	- 4%

Source : Mairie de Valcabrère

Le nombre d'entrées payantes de la basilique est en très légère baisse, les périodes de fermetures causées par la pandémie correspondant aux moment de faible fréquentation de la basilique, l'impact est donc moins prononcé.



Rapport d'Activité

CHATEAU DE LAREOLE



Du vendredi 3 juillet au dimanche 27 septembre 2020

Haute-Garonne Tourisme a reçu depuis la saison 2003 par le Conseil Départemental la gestion touristique du site du château de Laréole.

Le château ouvre chaque année du début du mois de juin jusqu'à la fin du mois de septembre. L'équipe est composée de 2 titulaires du CDT, renforcée chaque saison par un effectif de 9 saisonniers:

- 4 saisonniers sur les postes « accueil-guidage-exposition » (poste de 5 et 3 mois)
- 5 saisonniers sur les postes « salon de thé » (poste de 3 et 2 mois)
- Les vacataires du Conseil départemental durant 3 mois (4 en juin – 10 en juillet – 8 en août).

→ Les missions

- Promouvoir la destination Haute-Garonne et le château de Laréole
- Accueillir et renseigner
- Médiation par des visites guidées du château et des expositions
- Proposer une restauration sur le salon de thé en proposant des fournisseurs locaux

- **Contexte sanitaire saison 2020 – Covid-19**

La conjoncture liée aux mesures gouvernementales dans les ERP nous a obligés pour cette saison 2020 à repenser entièrement l'ouverture du site du château de Laréole:

- Ouverture repoussée au vendredi 3 juillet au lieu 1er juin,
- Mise en place d'un protocole sanitaire en partenariat avec les services du Conseil départemental : la cellule Risques Majeurs et la Direction Logistique),
- Mise en place de jauge maximale (château – salle Vieillard – espace accueil et salon de thé) avec accueil et comptage du public et rappel des gestes barrières,

Les manifestations estivales au château de Laréole dans le cadre du festival des 31 Notes d'été ont été annulées.

Mais à situation inédite, dispositif inédit: le rendez-vous estival alliant culture et tourisme a été proposé en version dématérialisé.

Le mercredi 26 août 2020 sur YouTube et Facebook les visites touristiques du château de Laréole, du château de Drudas et l'évocation du patrimoine des Hauts-Tolosans étaient présentées et accompagnées par la prestation des artistes invités (Les Frères casquettes).

- **Les actions nouvelles menées en 2020**

- Collaboration avec la direction Enfance et Jeunesse du Conseil départemental pour encadrer en juillet, août et septembre de jeunes vacataires en réinsertion professionnelle,
- Poursuite de la mise en avant des producteurs locaux avec un nouveau partenaire: la Brasserie Garlic du village Le Grès qui fabrique de la bière à l'Ail AOC de Cadours.

- **La fréquentation**

Pour cette saison 2020, le contexte de crise de la Covid-19 nous a obligés à décaler notre ouverture un mois plus tard qu'à l'habitude soit le vendredi 3 juillet.

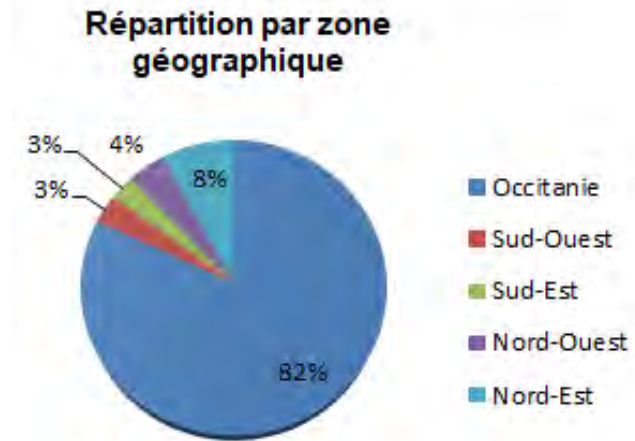
Si la fréquentation des mois de juillet et septembre restait satisfaisante avec une baisse de 25 %, le mois d'août a été particulièrement douloureux avec une chute de fréquentation 70% !! En effet sans le festival des 31 Notes d'Été, c'est près de 9 000 visiteurs qui ne se sont pas déplacés sur notre site.

Sur la période d'ouverture nous avons accueilli cette saison 9 747 visiteurs.

- **La qualification de la demande**

Le contexte sanitaire et la mise en place d'un protocole d'accueil sanitaire nous ont permis de faire évoluer positivement notre gestion de la relation clientèle. Une bonne partie des visiteurs a pu être interrogée (près de 1700 enquêtes particulières ont été réalisées sur Tourinsoft via une tablette),

- L'Occitanie représente 80% de nos visiteurs,
- 69% des visiteurs proviennent de Haute-Garonne,
- Les départements limitrophes: 6% pour le Gers et 3% pour le Tarn-et-Garonne.
- Un public à dominante familial.
- La part de la clientèle étrangère a été quasi inexistante cette année (200 personnes).



• Bilan de l'activité 2020

Du vendredi 3 juillet au dimanche 27 septembre 2020

	2019	2020	%
Fréquentation	23 087	9 747	- 57,8 %
CA Librairie	19 711 €	9 932 €	- 49,6 %
CA Salon de thé	40 614 €	19 305 €	- 52,5 %

• La Librairie / Boutique

Le chiffre d'affaires de la librairie/boutique est à l'image de la très nette baisse de fréquentation avec un recul de près de 50% et un peu moins de 10 000€ de ventes.

La jauge appliquée dans cet espace très réduit (5 personnes maximum) ne nous a pas permis d'accueillir le public habituel.

• Le salon de thé

Le chiffre d'affaires du salon de thé est également en nette baisse avec un peu moins de 20 000 € de ventes.

L'accueil sur la terrasse a été privilégié par l'installation d'un bar extérieur pour la prise de commande.

Cette modification liée au contexte sanitaire nous a permis d'améliorer l'accueil et la prise en charge de la clientèle du salon de thé, et sera pérennisée en 2021.

Après avoir mis en avant le miel du château en boutique ou la Biérataiseau salon de thé, pour 2020, nous continuons à mettre en valeur les producteurs de Haute-Garonne et en privilégiant au mieux les circuits courts:

- Ail AOP de Cadours,
- Jus de pomme et cidre de la Ferme de la Come de Bellegarde-Sainte-Marie,
- Le foie gras de la ferme des 3 petits canards de Thil,
- La bière à l'ail de Cadours de la brasserie GarlicPurple de Le Grès,



- **Les expositions**

Le Conseil départemental a offert au public une nouvelle fois cette saison 2 expositions

→ **Lucien Vieillard**

Au mois de juin 2019, Lucien Vieillard faisait son entrée au château de Laréole avec une salle d'exposition qui lui est désormais dédiée.

Le célèbre peintre naïf toulousain a fait un don exceptionnel d'une quarantaine de ses œuvres au Conseil départemental et durant la saison 2020 le public a pu découvrir une nouvelle fois la diversité de l'œuvre de l'artiste.

→ **Camille Lepage**

Proposée dans le cadre du festival MAP, l'exposition On est ensemble ! regroupait 70 clichés issus des photoreportages de Camille Lepage, dont l'engagement en tant que journaliste dans les pays en conflit lui a coûté la vie à 26 ans.

Son travail a été publié dans un grand nombre de revues françaises et internationales, elle réalisait également des reportages pour le compte d'organisations non gouvernementales.



→ **Les Spectacles dans le cadre du festival 31 Notes d'Été**

A situation inédite, dispositif inédit: le rendez-vous estival alliant culture et tourisme a été proposé en version dématérialisée sur Youtube et Facebook.

→ **Les Journées du Patrimoine**

Les « Journées européennes du patrimoine » sont toujours un moment de partage sur le site de Laréole et rencontrent toujours un grand succès.

A cette occasion 658 visiteurs (équivalent à la saison passée) sont venus au château de Laréole sur ce seul week-end et cela malgré les jauges limitées d'accès au public pour découvrir les intérieurs du château et de la salle Vieillard.



Rapport d'Activité

MAISON DE LA
HAUTE-GARONNE
PORT-LAURAGAIS



Antenne commerciale du CDT 31, la Maison de la Haute-Garonne a pour mission d'assurer la promotion touristique du territoire autour de ses savoir-faire (gastronomie et artisanat), de son patrimoine et de ses offres touristiques.

Pour cela, elle propose, au sein de deux bâtiments distincts, une boutique de produits du terroir, une exposition sur le canal du Midi et un espace Tourisme assurant l'information, la conception et la vente de produits touristiques.

La crise sanitaire a fortement impacté l'activité de la Maison de la Haute-Garonne et sa fréquentation connaît une importante diminution. Les ventes ont toutefois mieux résisté: les visiteurs, bien que moins nombreux, ont consommé davantage.

La Maison de la Haute-Garonne a réalisé en 2020, toutes activités confondues, un chiffre d'affaires global HT de 321 400 €, en baisse de - 33 %, sachant que le site a fermé 2 mois lors du premier confinement

• ACCUEILS PRESSE / COMMUNICATION

Beaucoup d'opérations et de rencontres ont été annulées. On retiendra cependant les événements suivants :

→ Reportage sur le canal du Midi - 26 juin 2020

Interview pour un reportage vidéo sur le canal du Midi, réalisé à la demande du Conseil Départemental de la Haute-Garonne. Ce film a été diffusé lors de l'édition web des concerts de « 31 Notes d'été ».

→ Instameet - 25 juillet 2020

Accueil de 11 blogueurs pour un déjeuner / dégustation de nos produits locaux et une visite de notre exposition à l'occasion de leurs découvertes du canal du Midi à vélo organisée par Haute-Garonne Tourisme.

→ Accueil de la bloggeuse Jenny Diab - 25 août 2020

Pour « JD Road trip TV » avec une visite guidée de l'exposition et une pause rafraîchissement à la boutique, lors de son parcours à vélo le long du canal.

• AUTRES ACTIONS

La Maison de la Haute-Garonne prend part à différents projets portés par Haute-Garonne Tourisme :

- Travail sur la Démarche Qualité avec uniformisation des procédures entre les différents sites.
- Intervention dans la démarche RSO engagée par le CDT31 en 2020.
- Ecriture Web pour le nouveau site internet de Haute-Garonne Tourisme.
- Participation aux circuits « Haute-Garonne Secrète ».



Ce bâtiment, situé à la jonction des deux parkings autoroutiers Nord et Sud, propose une exposition permanente sur le canal du Midi à l'intérieur de laquelle on trouve un espace Tourisme et sa petite librairie dédiée au canal.

Fonctionnant habituellement tous les jours de mai à septembre, le site n'a pu ouvrir au public qu'à partir du 30 mai 2020, veille du pont de Pentecôte.

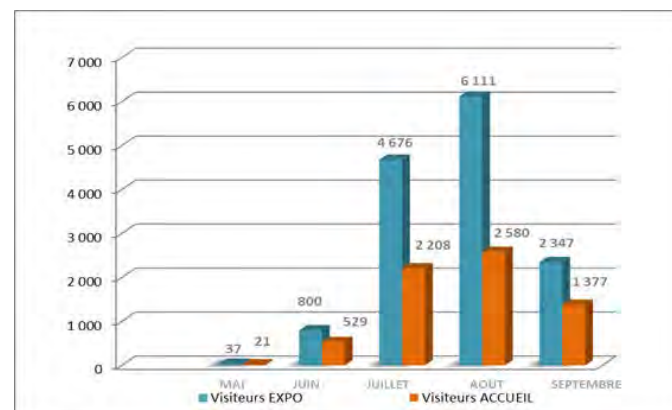
• Fréquentation 2020

→ Fréquentation de l'exposition « Canal du Midi » et de son Espace Tourisme

En 2020, l'exposition enregistre 13 971 visiteurs, chiffre en forte diminution de -70%.

L'espace Tourisme totalise 6 715 entrées, en baisse plus modérée de -21%.

On peut noter cette année la nette amélioration du taux de captation de l'espace Tourisme (ratio nombre entrées espace tourisme / nombre entrées exposition): il est de 48% contre 19% en 2019. Le public accueilli était beaucoup plus réceptif aux services proposés.

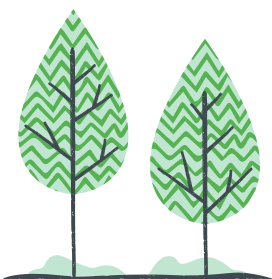


→ Typologie des visiteurs de l'Espace Tourisme

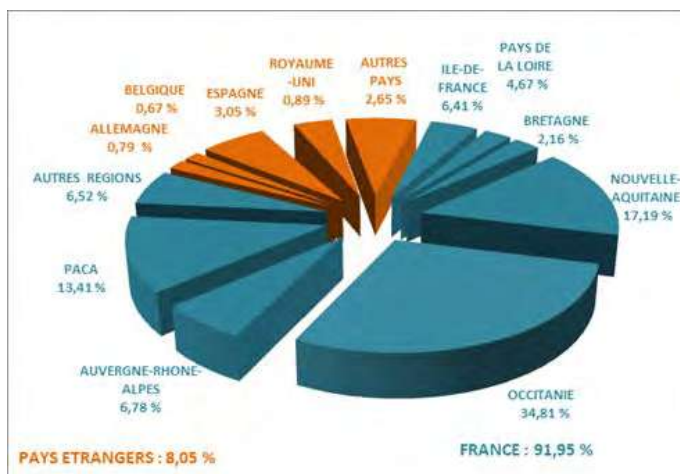
Les analyses suivantes concernent les demandes touristiques qui ont été formulées auprès des conseillères en séjour et enregistrées via le logiciel Tourinsoft.

4 024 visiteurs se sont informés au comptoir: ce chiffre est équivalent à la même période 2019 et représente 60% des entrées enregistrées à l'espace tourisme. Malgré la forte chute de fréquentation du site, cette activité s'est maintenue grâce à un public curieux, à la recherche d'informations et de sites à explorer sur le territoire.

6 336 demandes d'informations touristiques ont été traitées sur la saison 2020 avec toujours de nombreuses demandes sur le canal du Midi à découvrir à vélo ou en bateau. L'attrait pour le canal du Midi s'est même renforcé en cette année 2020 particulière, la destination correspondant aux aspirations de nature et de calme des touristes.



→ Origine géographique des visiteurs en 2020

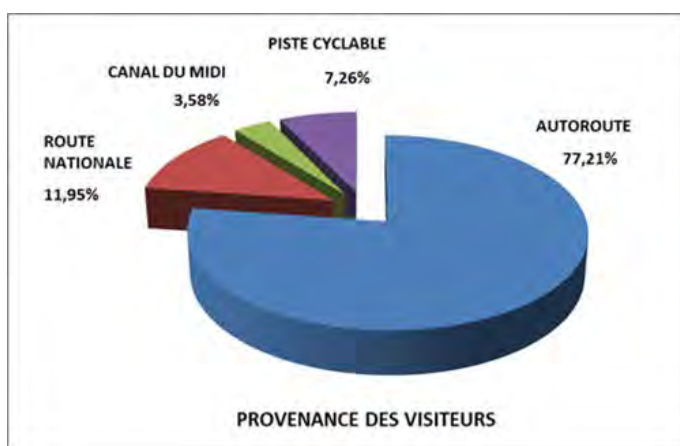


92% des visiteurs conseillés sont français avec une nette prédominance de touristes locaux originaires d'Occitanie.

Les touristes étrangers, peu nombreux en 2020, ne représentent que 8% du visitorat et sont majoritairement Espagnols.

Avec le contexte sanitaire de cette année 2020, on observe une baisse importante des visiteurs étrangers (-53%) au profit des visiteurs français (+10%).

→ Origine géographique des visiteurs en 2020



Port-Lauragais est une aire autoroutière qui est aussi accessible par la route et le canal du Midi.

Près de 23% de nos visiteurs sont arrivés sur le site via la route ou le canal du Midi et sa piste cyclable. Port-Lauragais est plus qu'une simple aire de repos et constitue une destination avec son port et ses activités autour du canal.

• ACTIVITE COMMERCIALE EN BOUTIQUE : Librairie, Location de vélo, Billetterie individuelle

→ La librairie

Dans l'espace Tourisme, on trouve une petite librairie proposant des livres, affiches, produits « souvenirs » ... sur le thème du canal du Midi.

Les ventes de la saison 2020 s'élèvent à 3 117 € TTC, en baisse de - 27%.

→ La location de vélo

Initié en 2019, ce service a fonctionné en juillet et août 2020, toujours en partenariat avec la société « Paulette Bike ».

On note en 2020 un très net engouement pour le vélo, activité de plein air « covid-compatible ». Les locations ont ainsi nettement augmenté par rapport à 2019:

139 vélos loués pour un chiffre d'affaires total de 2 550 € TTC, en hausse de + 63%.



→ La billetterie

La boutique commercialise des activités touristiques à destination de la clientèle individuelle (entrées à la Cité de l'Espace, croisières sur le canal, forfaits de ski...).

Compte-tenu du contexte sanitaire, seulement 10 offres (croisières sur le canal) ont été vendues pour un chiffre d'affaires de 736 € TTC, en baisse de - 82%.



• Commercialisation des circuits touristiques "Groupes" 2020

La Maison de la Haute-Garonne conçoit et commercialise des circuits touristiques à destination de la clientèle « Groupes », sur le thème du Canal du Midi en Lauragais.

Deux brochures « groupes » Scolaires et Adultes ont été réalisées en 2020, toutes les offres étant également disponibles sur le site Web de Haute-Garonne Tourisme.

La crise « Covid » a particulièrement nui à cette activité: de nombreuses annulations souvent précédées de reports successifs ont eu lieu.

Un seul collège a maintenu sa sortie scolaire en octobre pour un chiffre d'affaires de 696 € TTC.

5 groupes ont décalé leurs séjours sur 2021.



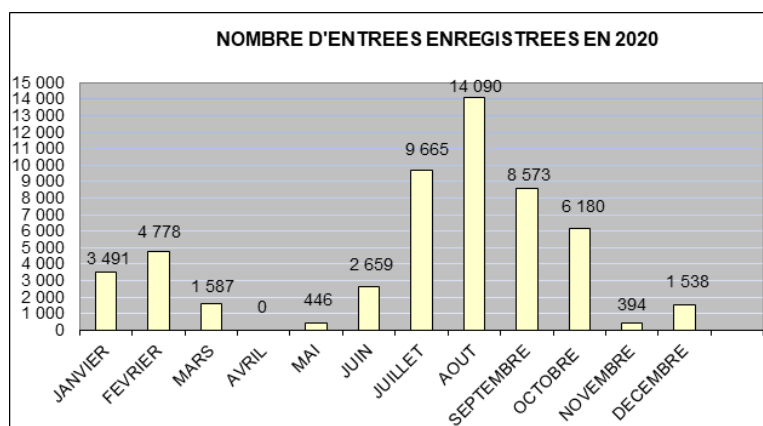
LA MAISON DE LA HAUTE-GARONNE – MAISON DE PRODUITS DU TERROIR ET SON ESPACE TOURISME

La boutique et son espace Tourisme sont habituellement ouverts au public toute l'année, 7 jours sur 7, avec des horaires variables en fonction de la saison.

Avec la crise sanitaire, la Maison de la Haute-Garonne a fermé lors du premier confinement (du 15 Mars au 19 Mai). En revanche, elle a maintenu son ouverture lors du deuxième confinement de novembre.



• Fréquentation globale 2020 de la structure



La Maison de produits du terroir totalise 53 401 entrées.

La fréquentation de cette année 2020 si particulière chute de - 59% par rapport à 2019 avec 2 mois de fermeture au public.

Les visiteurs voyageant en groupe ont été bien moins nombreux: 45 groupes (16 péniches et 29 bus) comptabilisés sur 2020 (280 en 2019).

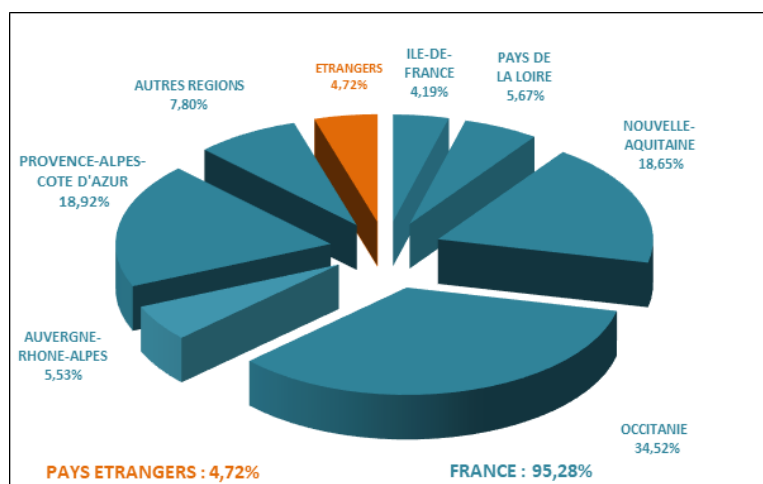
• Activité de l'Espace Tourisme - Typologie des visiteurs

Les données ci-dessous sont extraites du logiciel Tourinsoft et concernent les touristes formulant une demande auprès de nos conseillers en séjour.

En 2020, 6 188 visiteurs se sont informés (- 43% par rapport à 2019).

7 032 demandes d'informations touristiques ont été traitées: les randonnées, les activités de plein air et le canal du Midi sont les thèmes les plus souvent abordés.

→ Origine géographique des visiteurs 2020



95% des visiteurs sont Français : ils viennent principalement des régions du Sud de la France avec l'Occitanie en tête, suivie de PACA et de la Nouvelle Aquitaine.

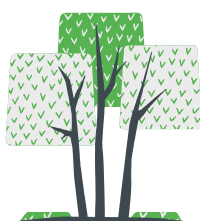
Il y a eu beaucoup de Haut-Garonnais parmi nos visiteurs. En raison des contraintes géographiques, c'est une clientèle locale qui a sollicité nos services.

Les touristes étrangers, essentiellement européens, ont été peu nombreux cette année et ne représentent que 5% de nos visiteurs.

→ Origine géographique des visiteurs 2020

3 voies d'accès sont possibles pour se rendre à Port-Lauragais :

- 87% des visiteurs ont accédé au site par l'autoroute.
- 9% par la route nationale.
- 4% par le canal du Midi et sa piste cyclable.



• Activité commerciale de la Maison de la Haute-Garonne

Les ventes de la boutique 2020

→ Les indicateurs de ventes

- Le montant des ventes 2020 : Avec seulement 10 mois d'ouverture au public, la boutique réalise 330 569 € TTC de vente, soit une baisse de - 36% par rapport à 2019.

-Les produits du terroir représentent 92% des ventes avec un montant HT de 275 700 € pour 2020. Ces produits sont gérés en dépôt/vente et un total de 238 800 € HT a été reversé à nos 80 partenaires, producteurs et artisans. Ce sont des retombées directes pour l'économie locale.

-Alors que janvier et février étaient en nette progression, le premier confinement a entraîné la fermeture du site. Le redémarrage de l'activité mi-mai a été lent.

Juillet et Août ont été satisfaisants mais l'arrière-saison septembre-octobre a souffert de la quasi-absence de touristes voyageant en groupes et d'un contexte anxieux. Bien qu'ouverte lors du deuxième confinement, l'activité de la boutique a diminué sur la fin de l'année, les déplacements autoroutiers ayant été moins nombreux.

- 13 135 clients sont comptabilisés en 2020, en baisse de - 49%.
- Le taux de captation de la boutique (ratio nombre de clients/nombre de visiteurs) s'améliore nettement: il passe de 19.98% en 2019 à 24.60% en 2020.
- La valeur moyenne du ticket de caisse 2020 est de 25.17 € TTC, en hausse de + 27.70%.

A noter : La diminution des ventes (-36%) est bien moins importante que la chute de fréquentation enregistrée (-59%). La clientèle est plus réceptive à notre concept du « consommer local ». Les visiteurs ont été moins nombreux mais ont acheté davantage, en témoignent la forte augmentation du ticket moyen et du taux de captation.

→ Les cartes de fidélité

On dénombre 1 459 cartes à fin 2020 avec 130 cartes créées sur l'année.

→ Les bons de réduction 5%

Ces bons sont proposés aux clients séjournant à Port-Lauragais (hôtel, bateaux de location, croisières...) afin de les inciter à découvrir la boutique.

107 bons de réduction ont été utilisés en 2020 pour un chiffre d'affaires généré de 3 840 €.



- **Les animations commerciales 2020**

→ **Les Petits Marchés d'ici - vendredi 31 juillet & samedi 01 août 2020**



En partenariat avec la FRSEA d'Occitanie, le restaurant « La Dinée » et la Maison de la Haute-Garonne, Vinci Autoroutes a organisé sur l'aire de Port-Lauragais, un marché de producteurs avec dégustations et animations.

Une douzaine de producteurs sont venus ainsi à la rencontre des voyageurs pour promouvoir l'agriculture locale et vendre leurs produits.

→ **Marché de producteurs – vendredi 16 & samedi 17 octobre 2020**

Une opération similaire, organisée par le restaurant « La Dinée » et la Maison de la Haute-Garonne, a eu lieu à Port-Lauragais pour le début des vacances de la Toussaint.

- **Les animations commerciales 2020**

En fin d'année, 175 coffrets gourmands ont été vendus auprès de collectivités ou entreprises contactées. Ces coffrets ont été réalisés avec les produits locaux habituellement exposés en boutique et achetés à nos producteurs.

Le chiffre d'affaires TTC généré s'est élevé à 5 485 €.





POLE PRODUCTION





Rapport d'Activité

QUALITÉ



La qualité est un axe de développement touristique incontournable, une des priorités de Haute-Garonne Tourisme qui a souhaité il y a 2 ans, s'engager aux côtés de la Région dans la démarche Qualité Tourisme Occitanie Sud de France.

La marque certifie le professionnalisme et l'excellence des professionnels qui s'engagent. Cette démarche doit permettre la mise en réseau de prestataires touristiques, autour de critères de qualité communs (définis dans un référentiel et évalués à travers un audit) qui amélioreront la satisfaction client.



→ Des ateliers de travail organisés régulièrement ont permis en 2020 à 15 structures intéressées de bénéficier d'une évaluation personnalisée et d'un accompagnement. A ce jour, depuis le lancement de la démarche en Haute-Garonne, une trentaine de structures ont participé à ces ateliers qui ont conduit pour certaines à un accompagnement toujours en cours et pour 20 d'entre elles à bénéficier de la marque, parmi lesquelles 3 hôtels, 1 hôtel-restaurant, 1 restaurant, 3 campings, 2 chambres d'hôtes, 1 résidence de tourisme, 4 sites de visite, 3 activités de pleine nature et 2 offices de tourisme.



Rapport d'Activité

TOURISME
&
HANDICAP



Tourisme & Handicap est une marque nationale d'Etat qui identifie les établissements répondant aux besoins spécifiques des personnes en situation de handicap quel que soit leur handicap. La marque a défini des critères d'accessibilité et d'accueil pour garantir le tourisme à tous dans la plus grande autonomie possible.

Pour un acteur touristique, c'est la reconnaissance de la volonté d'apporter une réponse à la demande des personnes à besoins spécifiques.

Haute-Garonne Tourisme assure en tant que référent territorial le suivi de la commission d'attribution de la marque sur la zone Ariège, Gers, Haute-Garonne, Tarn, Tarn et Garonne et Hautes-Pyrénées. Depuis décembre 2019, 37 dossiers ont été présentés dont 9 issus de Haute-Garonne.



Par ailleurs, dans le cadre de la candidature de la ville de Toulouse à Destination pour Tous, Haute-Garonne Tourisme participe au Comité de Pilotage Destination pour Tous.

Parmi les actions menées en Haute-Garonne, le CDT apporte un accompagnement et un soutien aux porteurs de projets avec :

- des assistances techniques aux professionnels qui souhaitent s'informer ou s'engager dans la démarche Tourisme et Handicap,
- des visites d'évaluation en relation avec les différents partenaires,
- la présentation des rapports d'évaluation en commission territoriale de gestion de la marque,
- des actions de promotion et de communication.

→ Assistanes techniques et accompagnement des structures à l'intégration de la marque :

19 structures ont été visitées dans le cadre d'une pré-évaluation ou d'une prise de contact avec sensibilisation sur le dossier, parmi lesquelles :

- les musées : le musée Saint Raymond, le musée Labit, le musée des Augustins, le musée des Jacobins, le Muséum d'Histoire Naturelle, les Jardins du Muséum, l'Envol des Pionniers, le musée de la Résistance et de la Déportation à Toulouse, le musée du bois et de la marqueterie à Revel
- les hébergements : le gîte de Mme Grés à Luchon, le Domaine de la Terrasse à Carbonne, le camping de Sarrecave, le gîte de Caudeval à Fronton, l'Hôtel de Brienne, la résidence Métropole, le centre d'hébergement de la Mounède à Toulouse
- les sites de loisirs : le ponton de pêche d'Aspet, le parc de loisirs Animaparc au Burgaud.



→ Visites d'évaluation, suivi qualité et maintenance de la marque :

Parmi les visites d'évaluation, suivies d'une présentation en commission, on notera :

- Dans le cadre du renouvellement de la marque, l'Espace EDF Bazacle et la centrale hydroélectrique du lac d'Oo qui ont été reconduits pour les 4 déficiences.
- Dans le cadre des nouvelles adhésions, les chambres d'hôtes Le Clos du Cèdre à Launac se sont vues attribuer la marque pour les 3 déficiences (auditif, mental et visuel).

→ Actions de promotion et de communication :

Le dépliant qui recense les structures marquées Tourisme et Handicap peut être téléchargé à partir du site internet du CDT : www.hautegaronnetourisme.com ; de même, l'ensemble de l'offre est téléchargeable à partir du site des marques nationales du tourisme : <https://www.tourisme-handicap.gouv.fr/fr/trouver-etablissement-accessible-labellise-tourisme-handicap>

→ En matière de communication, on notera :

- l'édition d'un dépliant Tourisme et Handicap
- une présence sur le site internet du CDT www.hautegaronnetourisme.com
- une participation sur les différents salons où le CDT est présent mais également sur les salons orientés public handicapé avec l'association Nationale Tourisme et Handicaps (Tourissima Lille, Autonomic...)
- une participation aux trophées du tourisme accessible (Aérosopia a reçu un 3ème prix pour la 2ème année consécutive)

Au 31/12/2020 en Haute-Garonne, 29 structures affichent la marque, dont : 5 offices de tourisme ou bureaux d'information touristique, 11 sites de visites, 12 sites d'hébergement (5 hôtels, 2 résidences, 4 meublés et 1 chambre d'hôtes) , 1 ponton de pêche.





Rapport d'Activité

ACCUEIL VELO



La pratique du vélo est en plein essor ; bon nombre de voyageurs sont séduits par un tourisme plus responsable et contribuent ainsi au développement de notre économie touristique.

Cette marque nationale permet pour les acteurs qui s'engagent, une meilleure visibilité et une valorisation de ceux qui ont fait des efforts en matière d'équipements et de services adaptés pour l'accueil des touristes à vélo. Les cyclistes bénéficient ainsi d'un accueil et de services appropriés à leur loisir.

Tout prestataire (hébergeur, site touristique, loueur et/ou réparateur de vélos, office de tourisme, restaurant) situé à moins de 5 km d'un itinéraire cyclable balisé (répondant au cahier des charges national des Véloroutes et Voies Vertes) et validant les critères du référentiel peut prétendre à ce label.



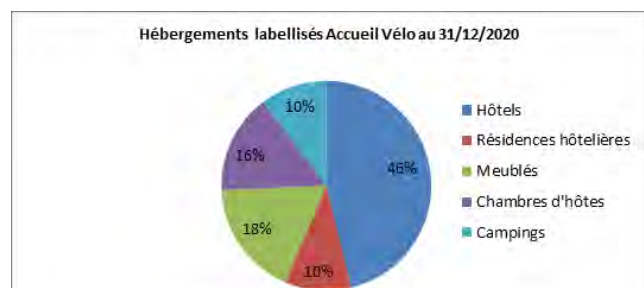
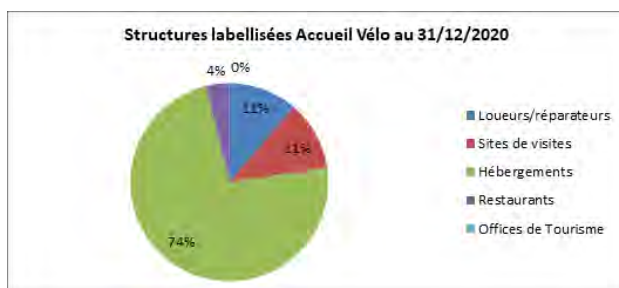
→ Des moyens de communication importants ont été mis en place

- le site national www.francevelotourisme.com avec une animation éditoriale
- le site www.canaldes2mersavelo.com pour lequel le CDT a été impliqué aux côtés des autres CDT/ADT concernés par l'itinéraire. Il propose des suggestions de parcours dont 2 en Haute-Garonne ainsi que des étapes originales dont 2 à Toulouse. On notera également la réédition du flyer Canal des 2 mers à vélo et des 3 cartes de l'itinéraire.
- le site www.hautegaronnetourisme.com et le dossier de presse où la partie vélo bénéficie d'une large place,
- l'édition du dépliant Accueil Vélo Canal des 2 mers/Parcours Garonne,
- des actions avec la presse ainsi qu'une participation aux salons ou manifestations spécialisés (Salon La Roue Tourne à Roques-sur-Garonne, Salon Fiets à Utrecht, Salon) et sur l'ensemble des salons auxquels participe le CDT.
- une présence sur les réseaux sociaux (instagram, facebook...).

On notera également que l'aménagement des infrastructures routières sur la partie Roquefort sur Garonne/Salies du Salat (10 km de voie cyclable en site propre sur l'ancienne voie ferrée – inaugurée en septembre) constitue une ouverture supplémentaire pour le développement du label sur ce secteur.

→ Des moyens de communication importants ont été mis en place

- 6 professionnels du vélo (loueurs/réparateurs),
- 6 sites de visites et de loisirs dont un port,
- 39 sites d'hébergement (18 hôtels, 4 résidences, 7 meublés, 6 chambres d'hôtes et 4 campings),
- 2 restaurants



Rapport d'Activité

STATION VERTE



Dans le cadre de sa stratégie de développement touristique, Haute-Garonne Tourisme a décidé, en collaboration avec la Fédération Française des Stations Vertes et des Villages de Neige de déployer le label Station Verte.

Station Verte vise à renforcer l'attractivité d'un territoire et constitue une opportunité de développement axée sur un tourisme plus doux (slow tourisme) en lien avec la nature et mettant en avant les attraits naturels, les caractéristiques locales, les initiatives durables et écologiques.

C'est également un territoire d'accueil avec une offre de loisirs et de séjours respectueux de l'environnement qui propose une offre complète d'activités en lien avec un patrimoine naturel, culturel ou historique.

Le label Station Verte constitue un vecteur de dynamisme et de développement économique durable et pérenne pour nos territoires. 10 communes sont labellisées : Aurignac, Bagnères de Luchon, Boulogne sur Gesse, Cazères, L'Isle en Dodon, Montréjeau, Revel, Rieux Volvestre, Saint Béat et Villemur sur Tarn.





Rapport d'Activité

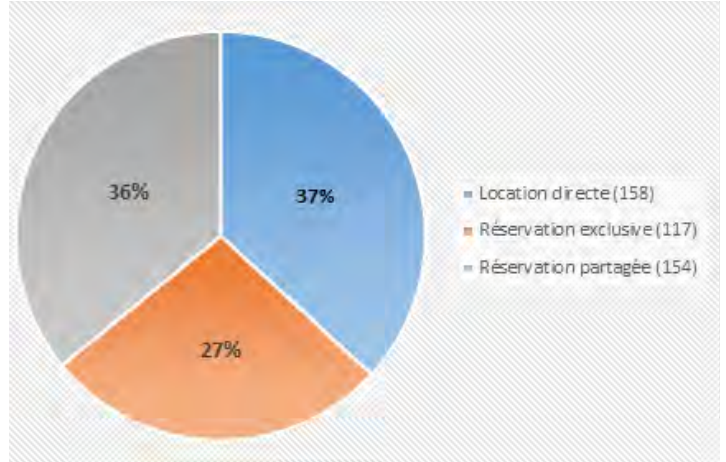
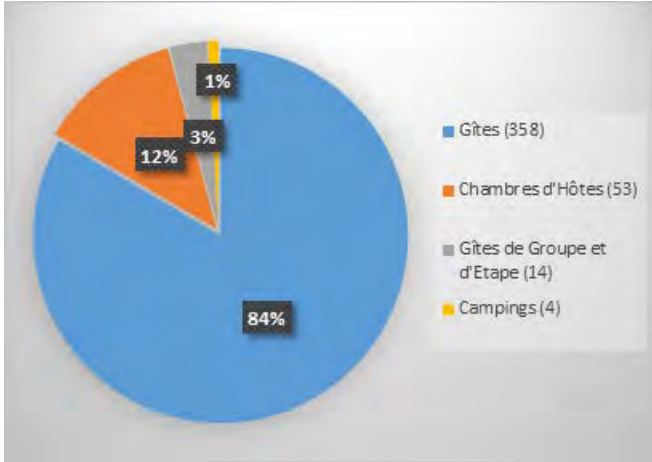
RELAIS DES GÎTES



Les Gîtes de France de la Haute-Garonne contribuent à la qualification et la thématisation de l'offre d'hébergements chez l'habitant en Haute-Garonne, en accord avec la stratégie et les objectifs fixés par le Conseil Départemental et Haute-Garonne Tourisme.

Conseil aux porteurs de projet, accompagnement, animation, suivi des hébergements constituent les missions principales de cette association loi 1901, dont la raison d'être est la promotion et la mise en marché de cette offre d'hébergements labellisés, en collaboration avec les autres services de Haute-Garonne Tourisme.

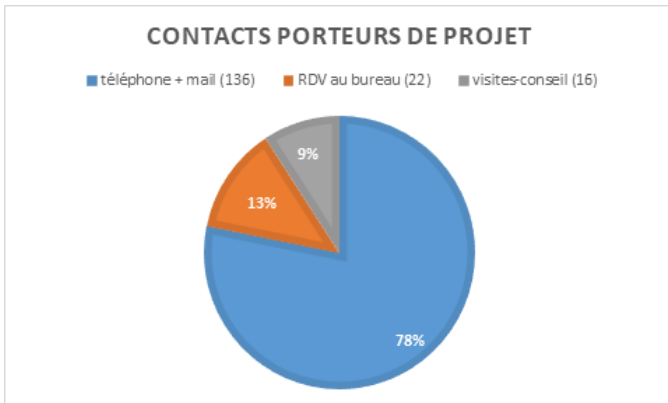




→ A noter

- solde négatif de 17 hébergements entre 2020 et 2021 (avec la cessation ou le non-renouvellement de label pour 44 gîtes et 18 maisons d'hôtes).
- Parmi ces hébergements, 271 hébergements sont commercialisés par le service de réservation, soit en exclusivité, soit en planning partagé (soit 63% du parc)





→ Une équipe mobilisée pour la prospection de nouveaux propriétaires



- 174 porteurs de projet renseignés en 2020 malgré les périodes de confinement, de doutes et d'incertitudes... (pour rappel : 123 en 2019)
- Un bon taux de transformation (nombre d'agrément réalisés parmi les projets accompagnés) : $38/174 = 21.84\%$



→ Un label de qualité qui fait ses preuves

- La qualité du parc ne cesse d'augmenter avec les nouveaux gîtes haut-de-gamme qui rejoignent le label. A ce jour, on compte :
 - 69% des gîtes classés  et 
 - 88.68 % des chambres d'hôtes classées  et 
- Le suivi qualité du parc d'hébergements labellisés a malheureusement été contraint par la crise sanitaire (seulement 20 visites en 2020). Il a donné lieu à :
 - 20 maintiens de classement, ce qui tend à prouver la fiabilité de notre promesse-clients.
- Les avis-clients déposés sur les sites Gîtes de France sur l'année 2020 confirment la satisfaction de la clientèle (à noter cependant que le nombre d'avis a chuté de 60% entre 2019 et 2020) :

Note globale des avis	
Moyenne (diffusés)	4.74 / 5
5/5	54% (273 avis)
4/5	43% (218 avis)
3/5	3% (19 avis)
2/5	0,002% (1 avis)
1/5	0
Sans note	0

- 511 avis modérés pour une note globale moyenne de 4.74/5 (54% des avis attribuent une note de 5/5 à leur séjour). La note globale est en légère augmentation par rapport à l'année précédente bien que la note de 5/5 soit beaucoup moins fréquemment attribuée)

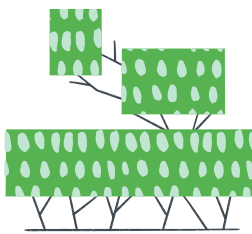
- 97% de nos clients recommandent leur location à un ami

- Une minorité d'hébergements font l'objet de réclamations (7 en 2020). Elles ont concerné cette année, par ordre d'importance :
 - le manque de précisions sur les suppléments de charges et les options
 - l'entretien et la présence d'insectes
 - l'absence de mise à jour du planning de disponibilités par le propriétaire

Dans tous les cas, l'intervention du label et de la centrale de réservation sont appréciées par les clients qui trouvent dans nos services des interlocuteurs à l'écoute, et une médiation rapide et objective.

→ L'accompagnement des adhérents et l'animation de l'association

- L'année 2020 n'a pas permis de réunir les propriétaires Gîtes de France autant que nous l'aurions souhaité, pour leur proposer rencontres/débats, ateliers, réunions d'information ou ateliers/formations (par exemple, la réunion co-organisée avec notre partenaire CER France Haute-Garonne sur la fiscalité des hébergements a été annulée en raison du COVID).



Se sont cependant tenus :

- 1 Assemblée Générale Ordinaire en présentiel, à l'Orangerie du Château de Bonrepos-Riquet
- 2 Conseils d'Administration



- 1 formation co-organisées avec l'UMIH et nos collègues des Gîtes de France du Gers pour le Permis d'Exploiter (à destination des propriétaires de chambres d'hôtes souhaitant proposer la prestation table d'hôtes)
- 4 ateliers en présentiel « espace propriétaire – WebClient » en septembre pour former les adhérents à l'utilisation du nouvel outil de gestion de notre prestataire informatique Feratel
- 1 rencontre « galette des rois » en janvier pour les nouveaux adhérents (nouveau !))

Dans le cadre de la mise en place d'un Livret de Prestations par Haute-Garonne Tourisme, à l'attention des acteurs touristiques du Département pour leur proposer des ateliers animés en interne ou par des formateurs extérieurs, une quinzaine de propriétaires Gîtes de France se sont inscrits sur des thèmes variés : « écrire pour le web », « Instagram », « Photoshop », « publicité sur les réseaux sociaux » ou « référencement web ».

En parallèle à ces rencontres, toute l'équipe s'est bien sûr mobilisée pour être présente à vos côtés et répondre au mieux à vos besoins malgré la crise et les périodes de confinement, en planifiant notamment de nombreuses heures de formation au WebClient par téléphone, pour nombre d'entre vous.

Cette accompagnement s'est également traduit par l'envoi de quantité d'emails aux propriétaires : 53 sur l'année 2020 dont 16 à propos du COVID (mesures règlementaires, protocole sanitaire...), les autres étant pour la majorité centrés sur le changement d'outil de gestion et le nouveau site Internet.

Enfin, pour soutenir le tourisme en Haute-Garonne, le Conseil Départemental a voté un Plan de Solidarité en faveur des haut-garonnais pour relancer le tourisme, dont l'un des volets concernait les hébergements touristiques et s'appliquait aux réservations réalisées du 26 juin au 31 décembre 2020 sur les structures partenaires. Il s'agissait de proposer aux hauts-garonnais des nuits gratuites pour découvrir (ou redécouvrir) leur Département : 1 nuit offerte pour 3 nuits consécutives achetées.

78 hébergements Gîtes de France ont intégré ce programme :

- 45 gîtes
- 20 chambres d'hôtes
- 3 gîtes de groupe et d'étape

Pour un bilan assez mitigé de 19 nuits effectivement prises en charges les concernant (sur les 220 nuits offertes par le Conseil Départemental, tous types d'hébergements confondus, les campings ayant remporté la palme avec 176 nuits !).



Ce résultat est à mettre en rapport avec le nombre de pré-demandes de séjours formulés par la clientèle (près de 80 demandes pour Gîtes de France sur les 300 enregistrées au total pour les hébergements) ; on voit ici que seules 25% des demandes ont pu être honorées par nos propriétaires (périodes déjà louées ou demandes de séjours courts sur des hébergements ne louant qu'à la semaine, en été notamment).

→ La vie du réseau Gîtes de France

En raison de la pandémie, la vie du réseau a été elle aussi fortement perturbée au cours de l'année 2020 : pas de déplacements aux Assemblées Générales, pas de Congrès, pas d'Universités d'Automne. Ces rendez-vous ont été remplacés par des réunions en visio-conférence (nombreuses en fin d'année notamment, pour expliquer la mise en place du Contrat de Marque entre les Relais et la Fédération).

Nous avons également beaucoup échangé avec nos collègues Gîtes de France ayant opté pour la même solution informatique Feratel afin de partager nos expériences respectives et afin de déterminer ensemble les développements à venir : nombreuses réunions téléphoniques et en visio-conférence, déplacement dans l'Aude pour assister en présentiel à l'un de leurs ateliers destinés aux propriétaires sur le WebClient, formation complémentaire in situ de l'équipe sur cet outil.

→ La promotion et la communication

- Les hébergements Gîtes de France bénéficient des campagnes de promotion/communication de Haute-Garonne tourisme qui :

- représente l'association sur les salons et manifestations (beaucoup d'annulations en 2020)
- édite une collection de guides thématiques où l'on retrouve entre autres nos hébergements (Accueil Vélo, Chambres d'Hôtes, Tourisme & Handicap)



- 9 propriétaires ont adhéré à la « Box Occitanie » en 2020, opération menée avec nos collègues Gîtes de France de la Région, afin de mettre en

avant des offres « week-ends » dans des hébergements labellisés, à prix unique et préférentiel (prix de vente de la box à 159€ dont 120€ reviennent au propriétaire) (<http://www.box-occitanie.com/>)

-2020 a aussi été l'occasion d'envoyer une Newsletter Gîtes de France élaborée au niveau régional, au mois de juin, afin d'inciter les français à voyager en France pendant l'été et à découvrir l'Occitanie, en les rassurant sur les mesures sanitaires mises en place et en insistant sur la diversité de l'offre. Ce sont près de 11 700 contacts (prospects et clients de notre service de réservation) qui ont reçu cet emailing pour un taux d'ouverture compris entre 21.6 et 23%. C'est dans tous les cas la page des locations de vacances en Haute-Garonne qui a été la plus cliquée parmi celle des 13 départements proposés (57 clics sur 211 au total).

-Côté qualifications :

2 nouvelles qualifications « Tourisme & Handicap » pour les 2 gîtes du Clos du Cèdre à Launac, par Haute-Garonne Tourisme

Création d'un avenant « télétravail » par la Fédération Nationale des Gîtes de France, devant la demande grandissante liée aux confinements successifs

→ Les réseaux sociaux

L'année 2020 a été caractérisée par une présence très atténuée de notre association sur les réseaux sociaux, due à plusieurs facteurs dont le manque de temps et surtout de matière pour publier, les déplacements et les événements étant réduits à leur plus simple expression du fait des confinements successifs.



41 publication Facebook sur l'année 2020 (soit un peu moins d'une publication par semaine)
1 400 fans au 31/12/2020 (progression minimale par rapport à 2019)
En moyenne, chaque publication a été vue 484 fois et a fait l'objet de 59 interactions (mentions « j'aime », commentaires, partages)



19 tweets et 50 retweets sur l'année 2020 (issus essentiellement des comptes Haute-Garonne Tourisme, Gîtes de France, Tourisme en Occitanie, Conseil Départemental de la Haute-Garonne, Toulouse Tourisme...)
400 followers au 31/12/2020 (+15 followers sur l'année)



59 publications en 2020 (1 publication par semaine en moyenne), accompagnées par 78 stories (mise en avant des nouveaux hébergements labellisés, remerciements pour des reposts, reposts de publications des adhérents)
1500 abonnés au 31/12/2020 (+ 215 abonnés sur l'année)

→ une année au ralenti, qui nous incite aujourd'hui à repenser notre organisation interne en matière de présence sur les réseaux sociaux, Instagram en tête, avec :

- une meilleure coordination des publications avec Haute-Garonne Tourisme
- une meilleure coordination avec la Fédération Nationale des Gîtes de France, qui travaille à l'harmonisation graphique des publications sur tout le réseau

→ une utilisation accrue des photos et des publications des propriétaires sur lesquels nous compterons désormais de plus en plus, pour Instagram en particulier

→ Le top 3 des meilleures publications de 2020 sur chaque réseau

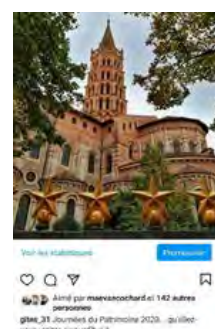
Facebook



Twitter



Instagram



→ Notre outil de gestion informatique

Après une année 2019 consacrée au changement d'outil informatique, à la formation des équipes, à l'import des données d'ITEA sur Feratel, et aux vérifications et compléments de saisie nécessaires lors de telles opérations, nous avons dédié l'année 2020 à la formation des propriétaires.

Nous avons pour cela élaboré des tutoriels et monté un programme de formation pour vous faciliter la prise en main de ce nouvel outil selon divers formats : ateliers en présentiel, formations individuelles à nos bureaux et surtout formations téléphoniques qui ont occupé la plus grande part de nos emplois du temps pendant le confinement.

Aujourd'hui, le WebClient, s'il ne suscite pas l'unanimité auprès de nos adhérents, est globalement largement plus utilisé que le Bureau Propriétaire d'ITEA. Nous voulons y voir la conséquence directe de l'important investissement de l'équipe à vos côtés sur ce sujet.

→ Le nouveau site Internet départemental : www.gites-de-france-31.com



Le changement d'outil de gestion nous imposait la création d'un nouveau site Internet pour laquelle nous avons pris appui sur l'agence web WITH YOU. Ce nouveau site a été mis en ligne le 1er avril 2020, dans un contexte sanitaire et social particulièrement incertain et anxiogène

Les chiffres de fréquentation qui le concernent sur l'année 2020 en sont la preuve : notre nouveau site départemental a été bien moins consulté et a généré bien moins de contrats que le précédent. Le contexte COVID n'en est pas le seul responsable et nous nous attachons désormais à en améliorer les résultats.

Il est à noter cependant que la fréquentation du site départemental en 2019 avait été artificiellement gonflée par les dysfonctionnements du site national (qui redirigeait alors les internautes vers les sites départementaux). La comparaison entre 2019 et 2020 reste donc difficile...

En 2020 (chiffres à relativiser car seulement sur 3 trimestres, d'avril à décembre, et non sur la totalité de l'année civile) :

- 25 178 sessions (visites de notre site), soit une diminution de près de 70% par rapport à 2019
- 18 140 utilisateurs (internautes ayant visité notre site), soit une diminution de 67.24%
- 87.1% de nouveaux utilisateurs (internautes visitant le site pour la première fois), pourcentage supérieur aux années précédentes
- Entre 46.08% de taux de rebond (perte de l'internaute dès la première page consultée), pourcentage en hausse
- 91.42% d'internautes français, expliqués par la situation sanitaire, qui a retenu les vacanciers français sur le territoire national

C'est la page d'accueil qui a concentré 77% des consultations. De là, les gens ont ouvert prioritairement la page dédiée aux gîtes ou se sont rendus dans la partie concernant les destinations de Haute-Garonne.

Il est à noter qu'en dehors de la page d'accueil, les internautes sont également arrivés sur notre site en recherchant un hébergement sur Toulouse ou les Pyrénées, ou encore en faisant une requête pour trouver un gîte.

Malgré la crise sanitaire qui perdure et la menace de nouveaux confinements, nous tenons à reprendre peu à peu notre fonctionnement « normal » et nos rencontres récurrentes :

- Reprise des ateliers en présentiel en respectant les conditions sanitaires par petits groupes :

☒ ateliers Gîtes de France (« WebClient » et « Nouveaux adhérents ») avec une programmation d'un atelier par mois environ pour chacun

☒ ateliers proposés par Haute-Garonne Tourisme dans son Livret de Prestations (« Instagram », « Eco-gestes »...)

- Reprise du rythme des visites de reclassement (report des visites programmées en 2020 + visites de 2021) afin d'assurer un suivi-qualité de notre parc conforme aux exigences du label

- Reclassement en « meublés de tourisme » des gîtes visités dans ce cadre en 2016 (soit 89 hébergements au total)

- Tenue de notre Assemblée Générale en présentiel

- Programmation de réunions de secteur à l'automne, si tout va bien (sur le thème du tourisme durable)

Nous nous sommes engagés au mois de décembre 2020 sur le Contrat de Marque établi entre la Fédération Nationale des Gîtes de France, notre association et le service de réservation Loisirs Accueil Haute-Garonne. Ce contrat, très attendu, vise à harmoniser les pratiques des différentes équipes techniques départementales sur le territoire, à accompagner par des outils adéquats ces mêmes équipes et à améliorer la performance de tous. Des procédures ont été établies concernant entre autres :

- l'accompagnement des porteurs de projet
- les nouveaux agréments
- les visites de reclassement
- le traitement des réclamations et des avis-clients...

L'année 2021 sera donc consacrée à la mise en place de ces procédures et des indicateurs qui s'y réfèrent afin de tendre vers le meilleur fonctionnement possible.

Peu satisfaits des résultats de notre site Internet départemental, nous allons nous consacrer à l'optimisation de nos pages avec :

- la refonte de la page d'accueil qui sera grandement allégée pour répondre aux algorithmes imposés par Google... (moins lourde en photos et en proposition de thématiques mais avec mise en avant d'actualités/bons plans)

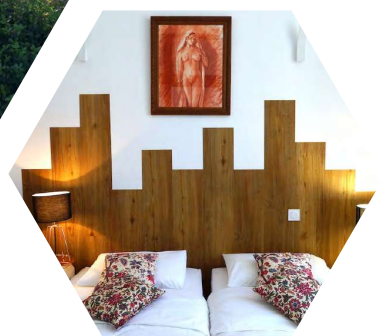
- la création de landing pages correspondant aux différentes thématiques abandonnées sur la page d'accueil
- un meilleur référencement de nos pages hébergements.

Nous accorderons une part importante de notre travail au recrutement de nouveaux hébergements, en accompagnant les porteurs de projet, notamment dans le cadre des subventions accordées par la Région Occitanie et l'ADEME.

Le Conseil Départemental a voté un Plan de Relance pour le Tourisme applicable sur toute l'année 2021, pour faire suite au Plan de Solidarité de 2020. A ce jour, 54 hébergements Gîtes de France sont référencés dans le cadre de cette opération « 1 nuit achetée = 1 nuit offerte ». Nous assurerons le suivi quotidien des demandes, comme nous l'avons fait au 2ème semestre 2020 pour le Plan de Solidarité, afin de contenter le plus possible de vacanciers.

Rapport d'Activité

CLEVACANCES



L'antenne Clévacances Haute-Garonne est hébergée au sein du CDT31. Ses missions sont de procéder à la labellisation, garantir la qualité du label, développer et promouvoir le réseau d'hébergements (appartements, maisons, studios et chambres d'hôtes) labellisés Clévacances.

Son fonctionnement en Haute-Garonne est rendu possible par une aide financière du Conseil Départemental (via le CDT) à travers la prise en charge des salaires et charges liées au personnel, le fonctionnement propre (location, bureau, frais administratifs, téléphone, affranchissement courrier). Il convient de noter que la structure Clévacances finance sur ces fonds propres les frais liés à l'animation et à la promotion de la structure (éditions, site internet, matériel informatique, frais de déplacements, cotisations à la fédération nationale, documents contractuels).

L'année 2020 aura été marquée par la crise sanitaire liée à la pandémie du Covid19, crise qui est amenée à se poursuivre sur l'année 2021. Le secteur du tourisme a été fortement impacté et cela va se ressentir sur ce rapport d'activités.



Chiffres donnés au 31/12 de chaque année : source logiciel Nomade

PARC CV31	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1 CLÉ	50	44	39	25	25	26	17	15	13
2 CLÉS	299	293	252	248	187	179	143	137	118
3 CLÉS	99	117	114	114	104	100	73	68	55
4 CLÉS	31	32	17	19	14	24	14	13	8
INSOLITE	4	4	1	2	9	9	5	5	4
TOTAL	483	490	423	414	339	338	270	238	198

L'année 2020 affiche à nouveau une baisse du parc, pour passer en dessous des 200 hébergements labellisés Clévacances.

En effet, l'année 2020 a été marquée par la pandémie du Covid19 et le peu de locations réalisées par les propriétaires, notamment sur le secteur de Luchon (établissement thermal fermé pendant une grande partie de la saison thermale).

Cette situation a conduit de nombreux propriétaires à interrompre en cours d'année leur activité de loueur et vraisemblablement conduira à la cessation de l'activité et le non renouvellement de l'adhésion au label Clévacances pour l'année 2021.

Par ailleurs, le classement en meublé de tourisme et sa fiscalité plus avantageuse amènent à une désaffection vis à vis du label.

- Réforme de la taxe de séjour
- Exonération taxe habitation en ZRR (Luchon notamment)
- Abattement fiscal sur les revenus locatifs à hauteur de 71% (au lieu de 50%)
- Taxe de séjour payée par les clients se base sur le classement «en étoiles», exemple : les locations « non classés » se voient appliquer une taxation forfaitaire bien plus élevée que le classement « 1 étoile ».

Les plateformes commerciales, type Booking et Airbnb séduisent aussi bon nombre de nos « jeunes » propriétaires, qui recherchent aujourd'hui une rentabilité de leur bien locatif, alors que les « anciens » propriétaires recherchaient à recouvrir les charges liées au bien. Ces nouveaux propriétaires sont des «adhérents» volatiles qui attendent des retombées économiques immédiates d'un label.

De plus, le manque de communication de la part de la Fédération Clévacances France qui traverse actuellement une crise financière et structurelle, n'a pas conduit les propriétaires à renouveler leur confiance dans le label.

En 10 ans, le parc Clévacances a subi une profonde mutation concernant sa répartition sur le territoire haut-garonnais, mais également une baisse très significative provoquée par la hausse de la cotisation annuelle, et les nouvelles attentes des propriétaires par rapport à la commercialisation de leurs hébergements.

Toutefois, les demandes et attentes de la clientèle sur l'année 2020 en matière d'hébergements répondant à des normes et critères, notamment sanitaires (impact du Covid19) semble relancer en ce début d'année 2021, les souhaits de labellisation des propriétaires.

→ Classement meublés de tourisme

Le CDT a obtenu l'agrément pour le classement des meublés de tourisme au printemps 2016. En effet, de nombreux propriétaires sollicitent ce classement afin de bénéficier d'un abattement fiscal plus important (71% au lieu de 50% dans le cadre du régime micro BIC).

Pour l'année 2020, Mme Fernandez, chargée de mission du CDT pour le label Clévacances, a effectué des classements meublés de tourisme, essentiellement sur la zone de Toulouse et agglomération, et sur le Luchonnais, activité néanmoins interrompue pendant une majeure partie de l'année (crise Covid19).

→ Le nouveau site Internet départemental : www.gites-de-france-31.com

• Les éditions

Les spécificités et thématiques, présentes sur le site internet, sont développées dans des éditions telles que chambres d'hôtes, accueil motards... Elles sont réalisées en partenariat avec le label Gîtes de France et sont éditées par le CDT31.

Ces éditions sont largement diffusées dans les salons, ainsi qu'auprès des offices de tourisme par le biais de la bourse d'échanges du CDT31.

• Les salons

En raison de la crise sanitaire liée au Covid19, les événements tels que salons et foires ont été annulés durant l'année 2020.

• Les réseaux sociaux

Clévacances Haute-Garonne est présent sur les réseaux sociaux, notamment sur Facebook et Instagram depuis Mai 2016, grâce à la formation suivie par les employés du CDT.

Facebook : [clevacances31](https://www.facebook.com/clevacances31)

Instagram : [clevacances31](https://www.instagram.com/clevacances31)



Les pages Clévacances Haute-Garonne reprennent les informations du CDT et diffusent également des événements propres au label (éditions des flyers, nouveaux adhérents etc...), ainsi que des informations propres aux adhérents du label

→ Le nouveau site Internet départemental : www.gites-de-france-31.com

• Les cotisations et droit d'entrée

Le taux de réversion du territorial au national est de 20%, sur la cotisation nationale de référence. La cotisation est due par hébergement. Une latitude est laissée à l'appréciation des territoires d'ajuster les cotisations jusqu'à + / - 25 % La cotisation de référence de Clévacances France est en baisse de 15% par rapport à l'année 2020.

LOCATION OU GITE	2020	Cotisation de référence 2021	Proposition CV 31 2021
1 LOCATION OU GITE	230 €	200 €	195 €
2 LOCATIONS OU GITES	391 €	360 €	355 €
3 LOCATIONS OU GITES	552 €	500 €	495 €
4 LOCATIONS OU GITES	713 €	620 €	615 €
5 LOCATIONS OU GITES	823 €	720 €	715 €
LOCATION OU GITE SUPPLEMENTAIRE	115 €	100 €	95 €

CHAMBRE D'HOTES	2020	Cotisation de référence 2021	Proposition CV 31 2021
1 CHAMBRE D'HOTES	142 €	120 €	115 €
2 CHAMBRE D'HOTES	213 €	180 €	175 €
3 CHAMBRE D'HOTES	284 €	240 €	235 €
4 CHAMBRE D'HOTES	355 €	300 €	295 €
5 CHAMBRE D'HOTES	426 €	360 €	355 €

Les cotisations pour les professionnels (agences immobilières, les stations, les conciergeries, les résidences de tourisme) demeurent à l'identique :

- Parc de 1 à 25 locations : 750 €
- Parc de 26 à 50 locations : 1500 €
- Parc de 51 à 100 locations : 2000 €
- Parc de plus de 100 locations: 3000€

Le droit d'entrée (visite de labellisation) est de 160 € ; il est perçu par le territoire à 100% (pas de réversion au national) et il s'entend par propriétaire de 1 ou plusieurs hébergements sur le même site.

Les propriétaires disposant de plusieurs hébergements sur des sites différents s'acquitteront d'autant d'adhésions au label.

Une latitude commerciale est laissée aux territoires, le plafond étant fixé à 160€. Une visite conseil est à 80 €, déductible du droit d'entrée (si adhésion au label).

Important : Le Conseil d'Administration de Clévacances Haute-Garonne a voté d'offrir le droit d'entrée à tout nouvel adhérent pour l'année 2021.

Pour mémo : la visite conseil pour Clévacances Haute-Garonne est de 90 €, déductible également du droit d'entrée si adhésions au label.

Clévacances France prévoit également un pack services plus (gestion complète de l'annonce du propriétaire, descriptif, photos, tarifs, planning etc...) pour un montant de 70 euros par annonce (à la discrétion du territoire). A ce jour, il semble que les territoires ne souhaitent pas l'appliquer, même si beaucoup d'annonces sont mises à jour par les antennes territoriales.

En fonction des éléments présentés, la cotisation 2021 pour l'antenne Clévacances pourrait être la suivante (en tenant compte d'une baisse du parc de 15%) : 33 500 euros, (réversion Clévacances France : 6 700 €).

Sous toute réserve, la baisse des cotisations pourrait conduire certains propriétaires ayant plusieurs hébergements à ré-adhérer auprès de Clévacances. De plus, la crise sanitaire traversée actuellement induit également un regain de confiance envers les labels (hébergements visités et contrôlés, respect des gestes sanitaires).



→ Nouveau module tarifs et commercialisation Clévacances

Avec la nouvelle solution numérique (Split Fire), 100 % de l'offre Clévacances sera potentiellement réservable en ligne. Le paiement pourra s'effectuer en ligne, la proposition de réservation sera notifiée au propriétaire par sms et email ; l'acceptation sera soit instantanée, soit avec un délai (maximum de 24h) ; passé le délai, la demande de réservation est annulée. Les coordonnées du propriétaire demeurent visibles sur les annonces.

Le modèle économique est le suivant :

3% de commissions prélevées sur le propriétaire 7% mark up prélevés sur le locataire

La répartition entre le territoire et le national est la suivante

3% perçus sur le propriétaire pour le national répartis sur les services associés Clévacances France : frais bancaires, paybox (coût par transaction), encaissement et reversement au propriétaire de l'acompte et du solde, encaissement et reversement de l'assurance annulation, encaissement et reversement de la taxe de séjour, gestion des SEPA, envoi automatisé de sms et emails dans le processus de la réservation en ligne.

7% restants, 2/3 pour le national Clévacances France, 1/3 pour le territoire

Si le client souscrit une assurance annulation, la répartition est de 2/3 pour le national Clévacances France, 1/3 pour le territoire

Le module « gestion des plannings et tarifs » est ouvert pour les propriétaires et antennes territoriales depuis le 26 septembre. L'affichage des données sur le site était programmé pour le 26 octobre, mais a été reporté au 9 novembre.

A ce jour, seul le module « planning, tarif » est opérationnel ; la refonte complète de l'outil de gestion de l'antenne, ainsi que du site internet ou de l'espace propriétaire, est prévue ; à ce jour, nous n'avons toujours pas de rétro-planning précis de la part de Clévacances France.

De plus, l'application Nomade (outil de gestion de l'antenne, des visites, des annonces etc...) rencontre actuellement de nombreux problèmes d'affichage, il est souvent impossible de s'y connecter. La gestion des grilles de visite ne peut se faire actuellement que dans sa version papier.

Coût de la solution numérique annuelle, financement de l'outil numérique et digital

Amortissement sur 5 ans : 4,31 € HT par hébergement

Participation aux frais de maintenance, hébergement, frais annexes : 2 € HT par hébergement

Soit un coût annuel de 6,31 € HT / 7,57 € TTC par hébergement (estimation 2021)

Sur la base d'un parc de 200 hébergements, le montant dû par Clévacances Haute- Garonne pour la solution numérique serait de 1 514 euros TTC.

Ce droit d'utilisation de la solution numérique, de la même façon que pour la réversion des cotisations, sera payable en deux fois :

Au 1er janvier sur la base de 50% du parc à cette date

Au 1er juillet, régularisation en fonction du parc réel après appel à cotisation

Important : Le Conseil d'Administration a voté que le paiement de la nouvelle solution numérique sera effectué dès lors que la refonte complète de l'outil sera effective.



→ Bilan de l'activité touristique 2020

L'année 2020 est marquée par la crise sanitaire sans précédent ayant frappée le monde entier. L'épidémie de la COVID19 a impactée considérablement l'ensemble de l'économie et le tourisme a été frappé de plein fouet.

La période du 1er confinement au printemps dernier a stoppé net toutes les réservations, beaucoup d'annulations de séjours ont été enregistrés. Même si pour certains séjours un report a été possible, il n'en demeure pas moins que le « manque à gagner » pour nos propriétaires a été important : vacances de Printemps, séjours professionnels et cures thermales sur les mois de Mars, Avril, Mai et Juin.

Le plan de relance de l'activité touristique du Conseil Départemental de la Haute-Garonne, mis en place dès la sortie du 1er confinement, a associé pleinement les structures d'hébergements labellisés (2 nuits = 3 nuits).

Malgré cette offre commerciale attractive, destinée aux habitants de la Haute-Garonne, la fréquentation des hébergements labellisés Clévacances est en baisse.

Si les maisons individuelles, situées à la montagne ou à la campagne, ont réalisés de bons taux de remplissage, les « petits » appartements situés sur Luchon notamment, ont été peu fréquentés (clientèle de curistes essentiellement).

De la même façon, les hébergements situés sur Toulouse et ses environs proches, n'ont pas réalisé une « bonne année » car le confinement a arrêté brutalement les réservations de séjours professionnels.



→ Clévacances France

• Le site internet national www.clevacances.com

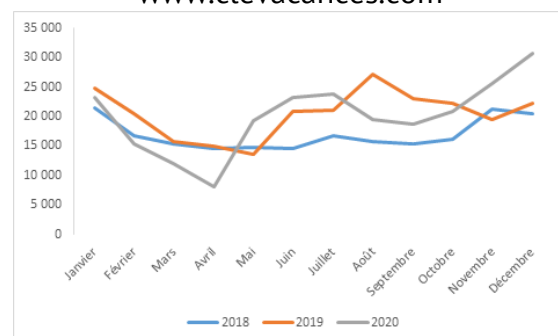
Le nombre de fiches vues des hébergements Clévacances du département de la Haute-Garonne, sur le site Clévacances France, a connu une croissance entre 2018 et 2019, et 2020 affiche une très légère baisse, peu significative eu égard à la période sanitaire.

Le référencement naturel mené par Clévacances France semble porter ses fruits ; en effet, le référencement naturel est un travail de longue haleine, souvent perturbé par les changements d'algorithme de Google (principal moteur de recherche).

	2018	2019	2020
Janvier	21 407	24 853	23 320
Février	16 733	20 501	15 394
Mars	15 379	15 871	12 085
Avril	14 549	15 025	8 164
Mai	14 863	13 529	19 310
Juin	14 627	20 890	23 248
Juillet	16 667	21 052	23 736
Août	15 869	27 098	19 498
Septembre	15 355	23 066	18 798
Octobre	16 152	22 185	20 967
Novembre	21 357	19 503	25 683
Décembre	20 531	22 172	30 801
TOTAL	205 507	247 764	243 024

Les chiffres de l'année 2020 sont sensiblement équivalents de ceux de 2019. Toutefois, la courbe de l'année 2020 n'est pas du tout similaire à la précédente. On peut bien noter la baisse de fréquentation du site www.clevacances.com sur les deux périodes de confinement (de mi mars à mi mai et de octobre et novembre), mais aussi le rebond exceptionnel dès les annonces de sortie de confinement.

NOMBRE DE FICHES VUES
www.clevacances.com



→ Rapport activités 2019 et Plan actions 2020

Présentation par Christian BIANCHANELLO, Président, et Dominique DEBUIRE, Directeur délégué, de Clévacances France lors de l'Assemblée Générale du 8 Septembre 2020 à Saint-Malo

M BIANCHANELLO évoque les actions du mandat écoulé : • Le sauvetage du label

• La mutation du réseau

Il alerte le réseau sur l'état d'urgence lié à l'érosion du parc, et la nécessaire redéfinition de notre offre de services et d'accompagnement de nos adhérents Il mobilise également l'assemblée autour des défis que le label doit relever et annonce les chantiers à venir :

- Implication du réseau à travers la mise en place de « Groupes Métiers ».
- Solution numérique et digitale, plus de fonctionnalités, meilleure connectivité...

Il aborde également les autres chantiers relatifs au positionnement du label, la communication et la distribution multicanal. Cet état des lieux non exhaustif, démontre qu'il faut réagir immédiatement, et mettre en place des actions pour identifier les nouveaux besoins de nos adhérents et propriétaires non adhérents pour leurs proposer une nouvelle offre, stopper l'érosion du parc se redévelopper... en s'appuyant sur l'expertise et la mobilisation du réseau mais aussi sur des expertises externes Il souligne les valeurs et l'expertise du label.



M DEBUIRE présente une synthèse des actions menées lors de la mandature qui vient de se terminer

2017 : La priorité consistait au sauvetage du label. Il évoque l'appel au réseau (apports en fonds associatifs) qui a permis de retrouver un équilibre financier. Il rappelle également les évolutions web : le passage du site internet en responsive (affichage mobile), la mise en avant des insolites, le développement d'un délai de 24h pour accepter/refuser une réservation en ligne, ainsi que la modification du taux de commissionnement, passant de 8% à 6%.

2018 : Il évoque le rapprochement avec les Gîtes De France qui s'est soldé par un échec dû aux changements de gouvernance des Gîtes de France et au revirement de la nouvelle équipe que personne ne pouvait anticiper.

Il présente les résultats comptables très positifs, atteints grâce aux efforts de tous.

2019 : Les réflexions sont engagées sur la solution numérique, le classement de meublés de tourisme, ainsi que la révision des statuts, politique Réseau, la relance de partenariats (ANCV, Atout France etc.). Le label met en place des « Ateliers Clévacances », destinés à structurer les idées du Réseau, afin de mettre en place des actions concrètes.

Nous en sommes désormais à l'heure de la connectivité.

Il rappelle la création de nouvelles structures, CV Bretagne Sud, CV Alsace, CV Sud Est.... Il est rappelé que c'est la responsabilité fédérale que de solutionner ce type de situations, tout en respectant le besoin d'équilibrer financièrement les territoires en « Gestion Directe ».

Rappel : La Fédération n'a pas vocation à faire de la Gestion Directe.

Dominique DEBUIRE évoque également l'épineux dossier social toujours en cours. La fédération est confiante sur l'issue et la résolution de ce dossier bien étayé mais il faut rester prudents car l'on ne peut jamais présager d'une décision de justice.

Dominique DEBUIRE revient sur la crise sanitaire sans précédent. Les équipes ont dû s'adapter, relayer des informations fiables dans les meilleurs délais, ce qui était parfois difficile compte tenu du flou constaté dans la communication officielle des pouvoirs publics.



Suite à la fin de nos relations avec Cloudspire, un appel d'offres a été relancé.

Christian BIANCANIELLO informe de la livraison du nouveau web planning fin septembre, du nouveau moteur de réservation au 26 octobre. Un rappel des chiffres relatifs à la réservation en ligne est fait : les ventes augmentent fortement, mais la part des adhérents se commercialisant en ligne sont un enjeu majeur. Les nouvelles fonctionnalités de la nouvelle solution numérique ainsi que le nouveau modèle économique, devraient permettre de faire progresser l'offre d'hébergements en planning partagé.

M Debuire effectue un point sur la gouvernance : le bureau sortant a souhaité qu'il y ait uniformité de gouvernance entre l'Association et la SASU puisque la seconde n'est que la sectorisation d'une partie de l'activité de la première ; Par ailleurs il s'agit de privilégier l'efficacité avec une unité de gouvernance. Il appartiendra au nouveau conseil d'administration d'entériner, ou pas, cette décision.

- Le Président de la SAS est nommé par le Conseil d'Administration l'association.
- Le Directeur de la SASU sera le Vice-Président de l'association, à nommer également par le Conseil d'Administration de la SASU

Le financement de l'investissement pour la solution numérique (hors accompagnements divers) sera porté par la SAS Digivacances. Son coût total (partie PMS) s'élève à 370 000 euros.





Rapport d'Activité

HOTELLERIE
RESTAURATION
TABLES ET
AUBERGES DE
FRANCE



Tables & Auberges de France s'inscrit dans le cadre de la marque d'Etat Qualité Tourisme.

Un tiers des Tables & Auberges Haute-Garonne bénéficie de l'agrément Qualité Tourisme ou du titre Maître Restaurateur.

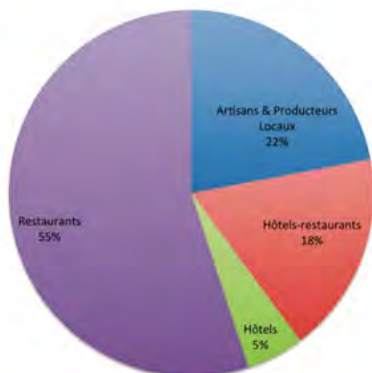
Parmi ces 118 établissements 55% sont des restaurants, 23 % des Hôtels-Restaurants et 22 % des Artisans & Producteurs locaux.

La typologie de la production départementale est dominée par des Tables Gastronomiques (25%), les Artisans & Producteurs Locaux (22%) suivis des Tables de Terroir (18%), des Tables Bistronomiques (16%), Tables de Prestiges (9%), et, des Auberges de Villages (5%).

z



Type d'établissements



Restaurants : 65
Hôtels Restaurants : 21
Hôtels : 6
Artisans & Producteurs Locaux : 26

Typologie adhérents

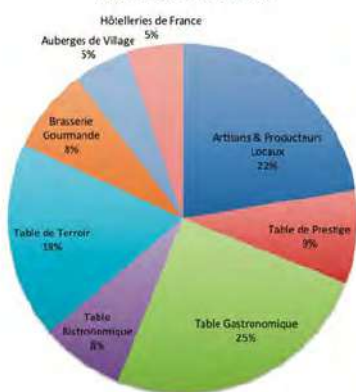


Table de Prestige : 10
Table Gastronomique : 29
Table Bistronomique : 9
Table de Terroir : 21
Brasserie Gourmande : 9
Auberges de Village : 8
Artisans & Producteurs Locaux : 26
Hôtellerie de France : 6

En raison de la Crise sanitaire, différentes actions promotionnelles ont été annulées en 2020 tel que le Trophée National du Petit Déjeuner Gourmand.

Les actions qui ont pu se maintenir s'inscrivent dans le cadre de l'animation digitale :

- Promotion Haute Garonne Tourisme dans le blog et réseaux sociaux de tables & Auberges.-Promotion des thématiques
- Routes Gourmandes (Cassoulet, Canal du Midi, Via Garona, Pyrénées, Toulouse, Route des Cols du Tour de France...)

Parallèlement, des partenariats promotionnels comme le Petit Tou (Ecole Supérieure de Commerce) ont pu se maintenir.



Rapport d'Activité

HEBERGEMENT PECHE



Hébergement Pêche est une qualification délivrée par la Fédération Départementale de Pêche et de protection du milieu aquatique de la Haute-Garonne (FDAAPPMA) sur la base d'un référentiel national. C'est la garantie pour le client pêcheur de prestations spécifiques et adaptées au loisir pêche.

Elle concerne des hébergements particulièrement adaptés qui garantissent une qualité de confort pour toute la famille. Tout prestataire hébergeur (camping, meublé, chambre d'hôtes, hôtel, résidence de tourisme...) situé sur un site de pêche ou à proximité peut, sous réserve de respecter le cahier des charges s'inscrire dans cette démarche.

Haute-Garonne Tourisme assure le déploiement de cette qualification en partenariat avec la FDAAPPMA avec pour objectif de développer un tourisme de séjour pour des clientèles pratiquant ce loisir et d'augmenter sur les ailes de saison le taux d'occupation des hébergements concernés.

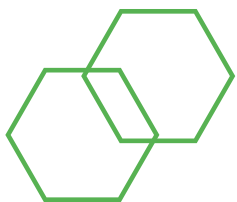
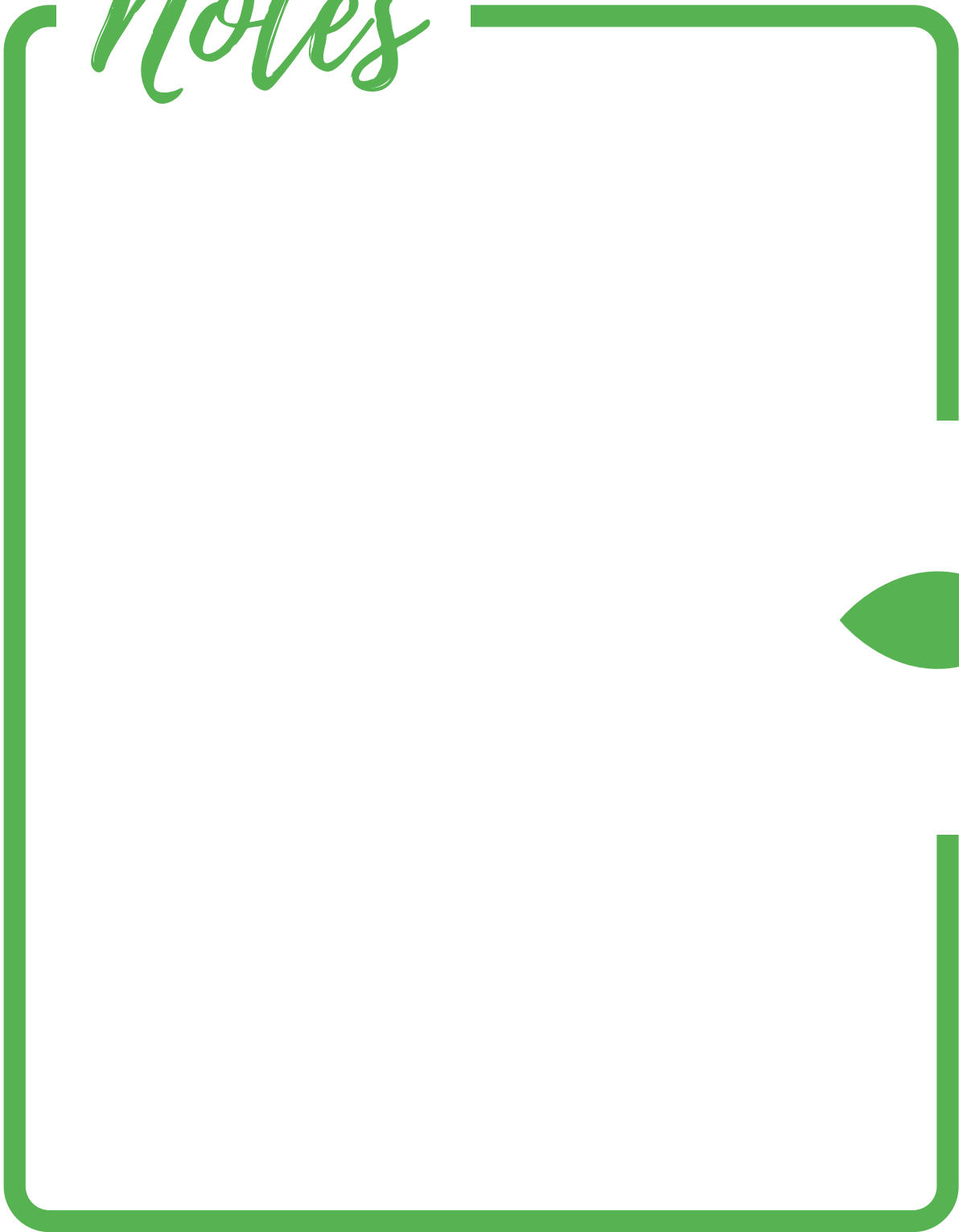
Cette qualification nationale, entièrement gratuite, permet à ses adhérents de bénéficier d'une meilleure visibilité auprès des touristes pêcheurs mais également de bénéficier des différents supports de communication, parmi lesquels :

- la réalisation d'une communication sur le site internet de la FDAAPPMA et sur le guide de pêche remis lors de la délivrance des cartes de pêche
- la mise en place d'une page Facebook dédiée à la pêche
- la réalisation d'une communication sur le site internet de Haute-Garonne Tourisme
- des actions avec la presse, une présence dans le fil d'actu (lettre d'information aux professionnels et à la presse)...

Au 31/12/2020, 46 structures sont titulaires de la qualification, dont : 34 meublés, 6 chambres d'hôtes, 3 campings, 2 hébergements de groupe, 1 hôtel.



Notes



HAUTE-GARONNE TOURISME



ESPACE TOURISME

14 rue de Bayard – 31000 Toulouse (métro Jeanne d'Arc, ligne B)
Du lundi au vendredi, de 8h30 à 18h et le samedi de 10h à 17h
Contactez-nous au 05 61 99 44 00 ou 05 61 99 44 10 (réservation)

MAISON DE LA HAUTE-GARONNE

Port-Lauragais
à Avignonet-Lauragais
05 61 81 41 03
Ouvert toute l'année, 7j/7.
De 10h-17h à 9h-19h, selon saison.

LES OLIVÉTAINS

à Saint-Bertrand-de-Comminges
05 61 95 44 44
Ouvert toute l'année, 7j/7,
sauf le lundi de novembre à mars
hors vacances scolaires
De 10h-17h, 18h ou 19h, selon saison.

CHÂTEAU DE LARÉOLE

05 61 06 33 58
Ouvert de mi-mai à septembre
samedi à dimanche 10h-18h
mardi à dimanche 10h-18h
ou 19h, selon saison.

hautegaronnetourisme.com



Partagez vos expériences #TourismeHG
et suivez-nous @tourismehg

