

2019

Rapport d'activité Haute-Garonne Tourisme



**Agir
pour vous !**



HAUTE-GARONNE
TOURISME





2

RAPPORT MORAL

4

RAPPORT D'ACTIVITÉ

6

POLE ADMINISTRATIF

Bilan comptable	07
Plan de formation du personnel	10

12

POLE PROMOTION - COMMUNICATION - COMMERCIALISATION

Promotion - communication - Information touristique	14
Espace tourisme	40
Service Loisirs Accueil	44
Congrès - Séminaire groupe	50
Les Olivétains	52
Château de Laréole	58
Maison de la Haute-Garonne Port-Lauragais	62

70

POLE PRODUCTION

Qualité	72
Tourisme et Handicap	74
Accueil Vélo	78
Station Verte	80
Relais des Gîtes	82
Clévacances	88
Hôtellerie - Restauration - Tables et Auberges de France	92
Hébergement pêche	94

RAPPORT MORAL

Comme chaque année depuis 5 ans, je me plie à ce rituel qu'est le Conseil d'Administration et l'Assemblée Générale annuelle de Haute-Garonne Tourisme où nous vous présentons le bilan financier, moral et d'activités.

Il me semble toujours étonnant de parler de l'année écoulée au milieu de l'année suivante.

Et en cette année 2020, en pleine pandémie COVID 19, la situation me semble surréaliste.

Nous avons eu une activité 2019 totalement satisfaisante dans un écosystème toujours complexe cependant, où les « **Online Tourism Agency (ies)** » (Agence de Voyages en Ligne), nous ont procuré quelques soucis en termes de commercialisation. Face à cette situation, j'ai demandé à Jean MICOUD de mobiliser ses équipes pour, comme toujours, s'adapter à ce système en perpétuelle évolution.

Un nouveau site internet a donc été créé, ainsi qu'un nouveau système de réservation et une nouvelle stratégie web-réseaux sociaux afin de mieux accompagner les parcs de loisirs et les acteurs de Loisirs-actifs.

L'année 2020 s'annonçait bien mais depuis le 15 mars dernier, nous nous retrouvons dans une situation catastrophique. Le tourisme est en grande difficulté de par sa fonction première : faire se déplacer les populations. Notre territoire haut-garonnais subit de plein fouet la crise du transport aérien. Les avions ne volent plus, et ce au niveau mondial, et l'avenir se fera de manière plus régulée en matière de déplacements aériens.

Le Tourisme d'Affaires et l'événementiel sont les secteurs les plus impactés par cette situation.

Ce qui implique que notre tissu local économique devra s'adapter à ces changements.

Face aux défis qui s'annoncent il y en a un majeur : le **Tourisme Durable**.

L'Organisation Mondiale du Tourisme a clairement édicté que le Tourisme Durable serait dorénavant la norme.

Depuis décembre 2019, le CDT s'est engagé dans la mise en place d'un dispositif **Responsabilité Sociale des Entreprises - Responsabilité Sociale des Organisations (RSE-RSO)**. Ce dispositif indique que les entreprises doivent être plus responsables et durables dans leur objectif d'accompagnement des acteurs touristiques, des OTI mais aussi des acteurs privés.

Le CDT a la volonté d'être une organisation référente en matière de responsabilité sociétale en Haute-Garonne dans son secteur d'activité. Le CDT souhaite également adopter un fonctionnement exemplaire, pour pouvoir sensibiliser et accompagner les acteurs touristiques et contribuer à faire de la destination Haute-Garonne, une destination écoresponsable. La finalité de la RSE pour le CDT est une démarche de progrès qui concourt à sa performance globale et celle des acteurs touristiques.



Notre mission en tant que CDT est d'accompagner les acteurs privés et publics du tourisme départemental.

Cette démarche, je la veux participative avec les OTI avec les Présidents et leurs personnels, avec tous les territoires et leurs acteurs.

Depuis le début de la crise, tous les personnels du CDT sont tournés vers les acteurs qu'ils soient à Toulouse, autour des Olivétains à Saint-Bertrand-de-Comminges, dans le Lauragais autour de la Maison de la Haute-Garonne de Port Lauragais, ou autour du Château de Laréole.

A l'initiative du Président Georges MERIC, un plan de solidarité a été mis en place par le Conseil départemental, en faveur des Haut-Garonnaises / Haut-Garonnais, pour relancer le tourisme. Ce plan de solidarité est la réponse à une situation d'urgence, dans un objectif de solidarité territoriale et humaine.

Les prochaines semaines seront cruciales pour l'avenir du tourisme.

Quelques prémices de reprise apparaissent. L'année 2020 ne sera pas une « bonne » année, mais nous mettons en place au niveau de Haute-Garonne Tourisme les dispositifs adéquats pour soutenir l'activité économique. Nous sommes en préparation de l'automne et des vacances de la Toussaint avec la préoccupation permanente de rassurer les clients et protéger les équipes du CDT et les professionnels dans la pratique de leur activité.

Depuis ma prise de fonction en tant que Président du CDT, je remercie Le Président Georges MERIC et Maryse VEZAT-BARONIA, Vice-Présidente en charge du Tourisme, de la confiance qu'ils m'accordent pour mener cette action encore plus déterminante aujourd'hui, celle d'être au plus près des acteurs du Tourisme. Le préalable à cette confiance était d'assurer un fonctionnement exemplaire du CDT comme je m'y étais engagé : les dépenses de fonctionnement et salariales ont été contenues durant tout le mandat, tout en augmentant de manière significative les dépenses de promotion malgré les vicissitudes du marché auxquelles nous sommes soumis, toujours au profit des acteurs touristiques. Depuis 2015, j'en ai rencontré des centaines à travers mes déplacements sur le territoire, ma participation aux Assemblées Générales qu'elles soient des Gîtes de France, de Clévacances, de Tables et Auberges de France, de la Fédération de Randonnées Pédestres, etc..., et aux travers des actions pour promouvoir les territoires et les filières.

En faisant un rapide retour sur mon engagement depuis 2015, j'ai la faiblesse de penser que le CDT, après quelques années de mise en retrait, a repris toute sa place dans le système touristique local, régional, national, et même international avec et pour les acteurs touristiques. Le projet était de redonner du dynamisme à cet organisme pour être en phase avec la réalité du terrain, et c'est chose faite. Plusieurs thèmes ont été développés, une vraie stratégie digitale et numérique a été mise en place, l'activité commerciale maintenue, des relations-presse excellentes, une promotion performante et une animation de La formation des acteurs permanente grâce à l'engagement des salariés du CDT.

Et comme vous le savez, je serai auprès de tous les acteurs durant toutes les semaines à venir avec les équipes du CDT. Le défi est immense mais nous allons le relever car ma détermination pour développer le tourisme départemental est intacte.

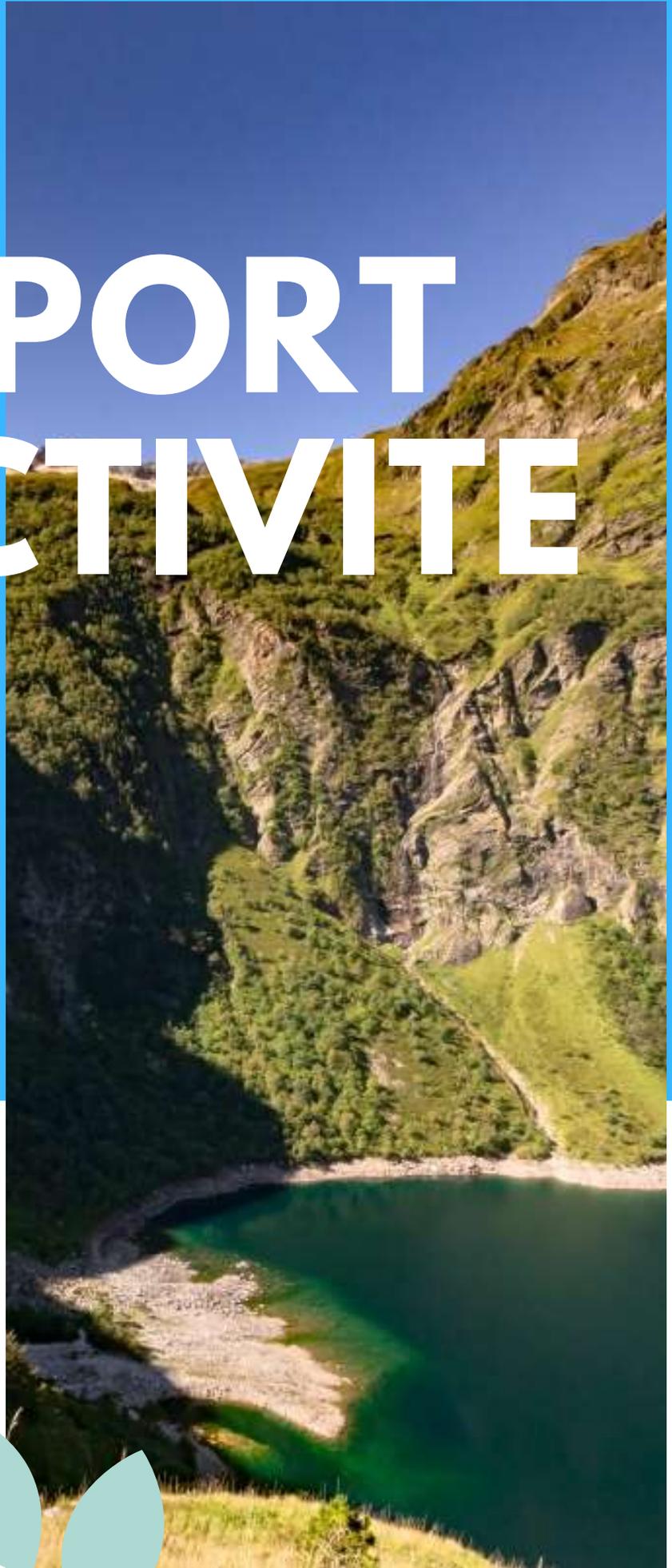
Didier CUJIVES

Président de Haute-Garonne Tourisme

Conseiller Départemental du canton de Pechbonnieu



RAPPORT D'ACTIVITE



POLE ADMINISTRATIF



BILAN 2019

COMITE DEPARTEMENTAL DU TOURISME DE LA HAUTE-GARONNE

ACTIF			PASSIF		
	Année 2019	Année 2018		Année 2019	Année 2018
ACTIF IMMOBILISE			CAPITAUX PROPRES		
Immobilisations incorporelles			Fonds propres	637 739	637 739
Concessions brevets et droits similaires	16 040	17 976	Report à nouveau	132 596	56 930
Immobilisations corporelles			Résultat de l'exercice	39 184	75 666
Installations matériel et outillage					
Autres immobilisation corporelles	216 484	231 408			
Immobilisations financières					
Autres participations	197	197			
Autres titres immobilisés	158	158			
Autres immobilisations financières	13 306	45 306			
Total I	246 185	295 044	Total I	809 519	770 335
ACTIF CIRCULANT			DETTES		
Stock Marchandises	46 270	49 505	Dettes financières	-	-
Acomptes versés fournisseurs	11 276	49	Dettes fournisseurs	407 281	372 603
Clients et comptes rattachés	35 932	33 528	Acomptes versés clients et autres dettes	211 267	66 327
Autres créances	305 969	366 626	Dettes sociales et fiscales	741 192	686 652
Charges constatées d'avance	62 501	33 748	Produits constatés d'avance	29 180	42 672
Valeurs mobilières de placement					
Disponibilités	1 490 306	1 160 088			
Total II	1 952 254	1 643 544	Total II	1 388 920	1 168 253
Total général	2 198 439	1 938 588	Total général	2 198 439	1 938 588



COMPTES DE RESULTAT 2019

COMITE DEPARTEMENTAL DU TOURISME DE LA HAUTE-GARONNE

CHARGES			PRODUITS		
	Année 2019	Année 2018		Année 2019	Année 2018
CHARGES D'EXPLOITATION			PRODUITS D'EXPLOITATION		
Achats de marchandises et production	507 217	470 865	Ventes de marchandises	581 995	523 336
Autres achats et charges externes	634 980	634 285	Production vendue	485 961	454 509
Actions promotion	548 626	496 560			
Actions canal des 2 mers	90 000	90 847			
Actions Partenariat Métropole	150 169	-			
			Montant net du chiffre d'affaires	1 067 956	977 844
Salaires et traitements	1 631 044	1 637 427	Subvention de fonctionnement	3 143 721	3 175 476
Charges sociales	669 497	696 670	Subvention canal des 2 mers	90 000	100 000
Versements Organisme gestion IDR	10 000	50 000	Sub. Taxe Additionnelle s/sejours	150 000	-
Impôts taxes et versements assimilés	105 497	115 695			
Dotations aux amortissements et provisions	60 767	69 136	Reprise sur provision et transfert de charges	29 103	77 908
Autres charges	2 083	1 727	Autres produits	2 763	1 237
Total Charges d'exploitation	4 409 879	4 263 211	Total Produits d'exploitation	4 483 543	4 332 466
CHARGES FINANCIERES			PRODUITS FINANCIERS		
Intérêts et charges assimilées	-	-	Produits financiers	1 592	2 216
CHARGES EXCEPTIONNELLES			PRODUITS EXCEPTIONNELS		
Sur opérations de gestion	4 104	227	Produits exceptionnels	8 458	4 422
IMPOT SUR LES BENEFICES					
Impôt sur les bénéfices	-	-			
Intéressement des salariés	40 427	-			
TOTAL DES CHARGES	4 454 410	4 263 438	TOTAL DES PRODUITS	4 493 593	4 339 103
Total général	4 493 593	4 339 103	Total général	4 493 593	4 339 103
Excédent	39 184	75 666			



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 tous les salariés de bénéficier d'une ou plusieurs formations.

L'année 2019 a généré 18 formations, individuelles ou collectives, dont 7 sur le CPF (Compte Personnel de Formation).

34 salariés ont ainsi pu en bénéficier (dont 23 d'entre eux qui en ont suivi au moins deux différentes) totalisant 1301 heures de formation.



Formations effectuées sur l'année 2019

- 28 salariés ont suivi au moins 1 formation collective sur les 7 engagées
- 4 salariés au total ont bénéficié d'au moins une formation individuelle
- 7 formations ont été suivies par les salariés en utilisant leur CPF (Compte Personnel de Formation)

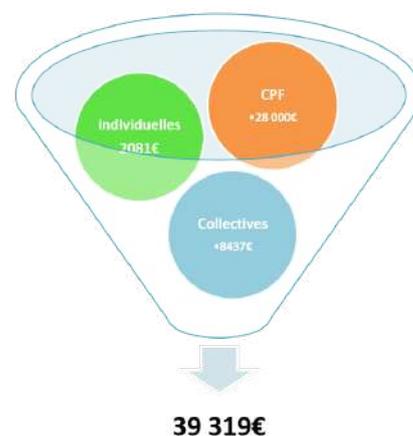


En résumé

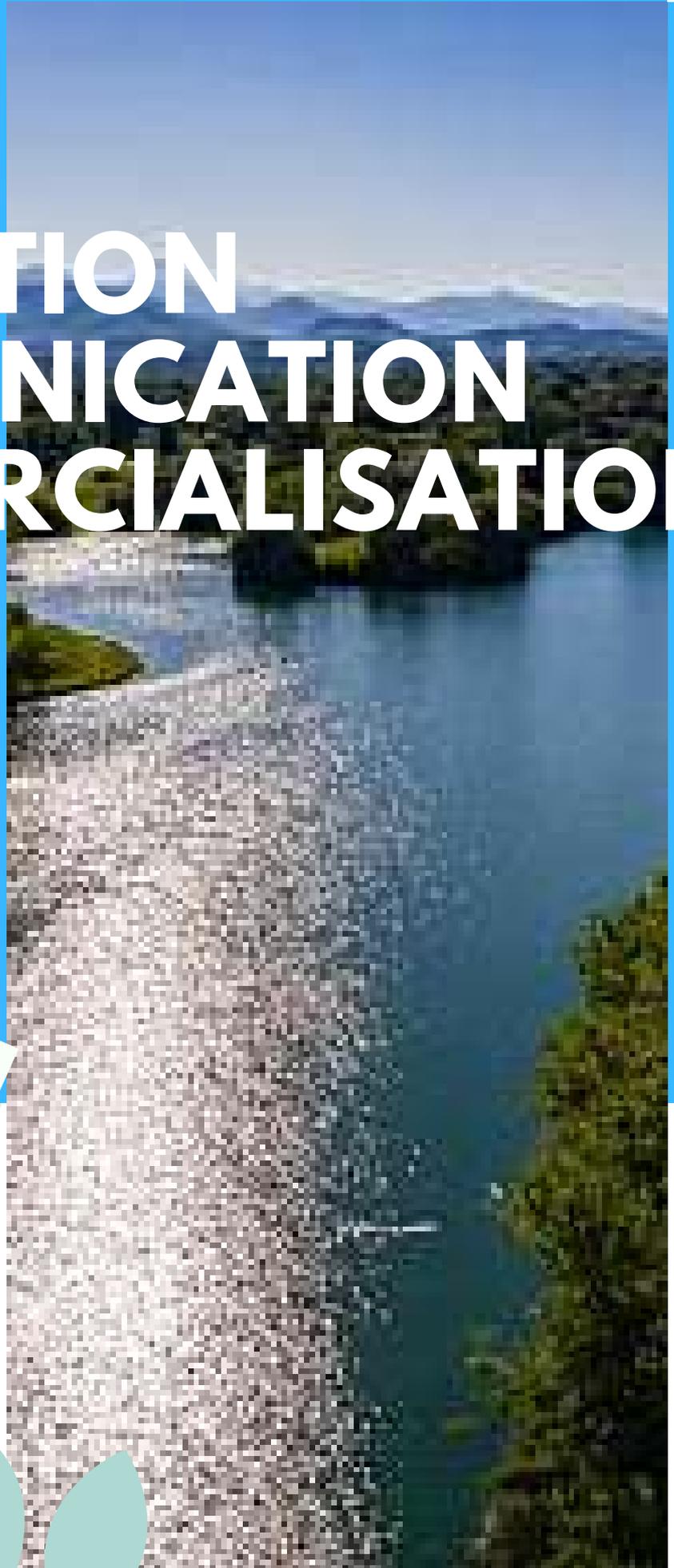
Depuis le plan GPEC mis en place par le CDT depuis 2016, le CDT confirme sa volonté de poursuivre les formations de tous ses salariés.

Une nouvelle série de formations sera mise en place sur l'année 2020, en conservant toutefois, comme pour 2019, une priorité sur la communication digitale.

Récapitulatif des formations 2019



POLE PROMOTION COMMUNICATION COMMERCIALISATION



RAPPORT D'ACTIVITE

PROMOTION COMMUNICATION INFORMATION TOURISTIQUE



Dans la continuité de nos ambitions depuis 2016, tant sur la promotion touristique que sur l'accompagnement numérique, Haute-Garonne Tourisme met en œuvre un programme d'actions valorisant la destination en France et à l'étranger sur des cibles de clientèles identifiées.

Les grands axes Toulouse, Pyrénées, Garonne, Canal des 2 Mers, Vignobles, Gastronomie sont autant d'atouts qui par leur présentation dans les divers supports (éditions, sites web, réseaux sociaux...) incite à venir les découvrir.

La base de données Tourinsoft, mutualisée avec les offices de tourisme, complète le maillage avec les acteurs touristiques et permet de qualifier et quantifier les demandes auprès de nos structures d'accueil.

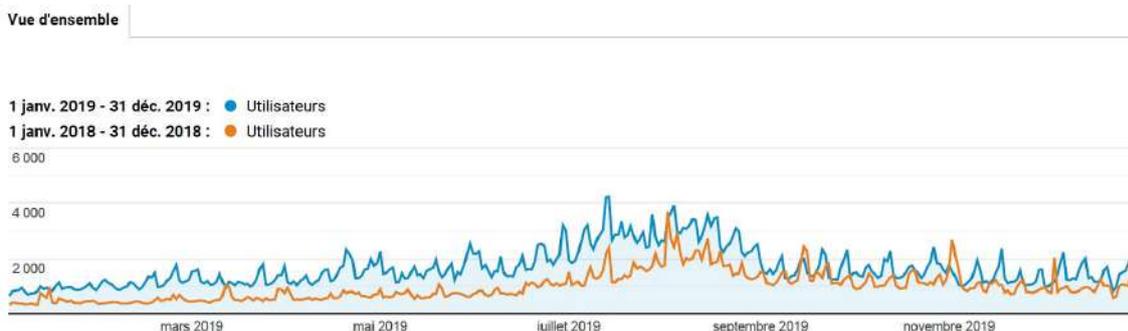
L'interdépendance des outils de promotion que sont les brochures, les réseaux sociaux, les sites internet établie une synergie constructive et apporteuse de contacts, de relations privilégiées avec nos clients et acteurs pour mieux « vendre » notre destination.



- La communication numérique, web et social média

Le site « amiral » : hautegaronnetourisme.com

Ce site, bien référencé aujourd’hui joue son rôle de capteur et de première étape de séduction. Il valorise la destination Haute-Garonne selon les différents axes stratégiques retenus et sert de relais pour les réseaux sociaux

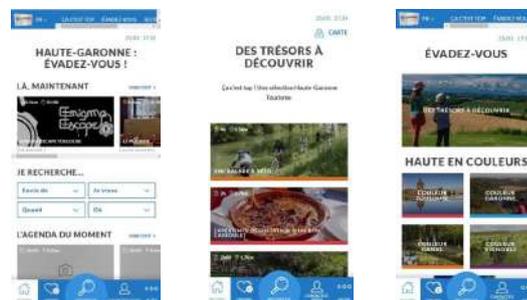


Les chiffres à retenir

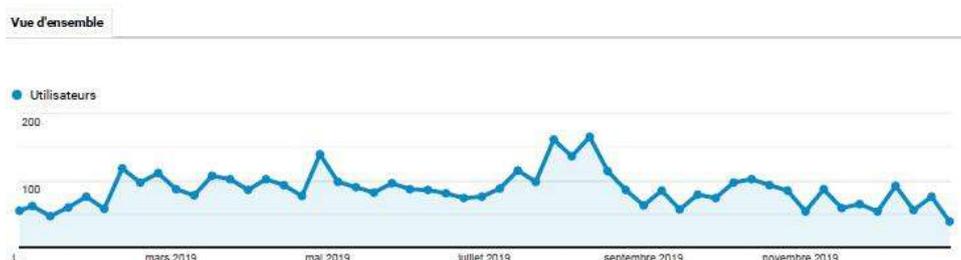
- 1 092 715 pages vues
- Des pics de visite concentrés sur juillet /août et avant les week-ends.
- 38ème place dans le palmarès SEO (+ 8)
- Une forte progression de fréquentation entre 2018 et 2019

- 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. Il peut ainsi voir autour de lui ou à proximité d’un autre lieu de la destination tout ce qu’il y a faire. L’objectif a été atteint avec plus de 16 500 pages vues + 30% par rapport 2018.



Les connexions concentrées sur le week-end et en vacances ce qui prouvent un réel besoin mais ce site est tout de même phagocyté par les performances du site amiral. Dans la prochaine version du site web tourisme, la totalité des accès à la réservation, au site internet de séjour seront regroupés dans un seul et même site offrant ainsi un service complet à l’internaute touriste.



Page Facebook – Année 2019	
Évolution du nombre d'abonnés	56 900 (au 1 ^{er} janvier)
	66 100 (au 31 décembre) +9 200 abonnés
Nombre de publications	203 publications (17 par mois en moyenne)
Vue des publications	5 520 000 vues des publications
Vues moyennes <i>par publication</i>	27 200 vues par publication en moyenne
Interaction moyenne <i>par publication</i>	900 interactions par publication en moyenne
Taux d'engagement moyen	5,97%

- Une très belle croissance cette année (+9 200 abonnés)
- Public clé : les habitants du département et de la région + départements de l'ouest
- Sentiment de fierté et d'appartenance haut-garonnaise toujours aussi marqué
- Un très bon taux d'engagement avec 5,97% sur la portée des publications

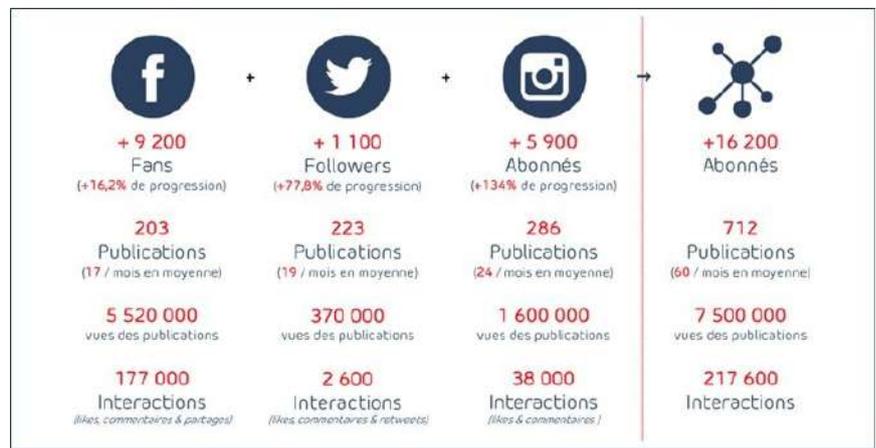
Compte Twitter – Année 2019	
Évolution du nombre d'abonnés	2 700 (au 1 ^{er} janvier)
	3 800 (au 31 décembre) +1 100 abonnés
Nombre de publications	223 publications (19 par mois en moyenne)
Vues des publications	370 000 vues des publications
Vues moyennes <i>par publication</i>	1 700 vues par publication en moyenne
Interaction moyenne <i>par publication</i>	12 interactions par publication en moyenne

- Belle croissance encore sur 2019
- Public clé : Influenceurs (journalistes, blogueurs, institutions, partenaires...)
- Ton décalé très bien accepté & RDV récurrents

Compte Instagram – Année 2019	
Évolution du nombre d'abonnés	4 400 (au 1 ^{er} janvier)
	10 400 (au 31 décembre) +6 000 abonnés (+ abonnés/mois)
Nombre de publications	286 publications (24 par mois en moyenne)
Vue des publications	1 600 000 vues des publications
Vues moyennes <i>par publication</i>	5 600 vues par publication en moyenne
Interaction moyenne <i>par publication</i>	300 interactions par publication en moyenne (hors stories)
Taux d'engagement moyen	12,24%

- Une excellente croissance cette année (+6 000 abonnés)
- Un public clé : le grand public & les communautés d'instagramers (igers)
- Un excellent taux d'engagement avec 12,24% sur la portée des publications





LES ACTIONS DE PROMOTION-COMMUNICATION

• 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, Accueil Vélo et chambres d'hôtes : 5 000 chacun,
- Hébergements motards et Tourisme & Handicap : 2 000 exemplaires
- Les éditions de destination : reconduction et mise à jour de la carte touristique et du Guide pratique Evasion pour séduire et donner envie de découvrir nos richesses.



Traduits 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...Elles sont des mines d'informations pour satisfaire un visiteur ou l'habitant du territoire avides d'idées week-ends.

En chiffres : tirage 2019

- 20 000 guides Pratique.
- 5 000 exemplaires en Anglais et 5 000 exemplaires en espagnol
- 25 000 cartes touristiques.

Traduits 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...Elles sont des mines d'informations pour satisfaire un visiteur ou l'habitant du territoire avides d'idées week-ends.



• Newsletter grand public

Depuis fin 2018, la newsletter grand public "nos actus" est diffusée mensuellement aux prospects de Haute-Garonne Tourisme, fichier constitué par le biais du site internet, des salons et événements, de la fréquentation sur nos sites d'accueil... Elle est également envoyée aux clients de la centrale de réservation Loisirs Accueil.

Ces envois ont pour objectif la diffusion de l'actualité touristique du département, des produits vendus par la centrale de réservation (hébergement, billetterie...), d'invitation à des manifestations (salons...). Ils s'intègrent pleinement à la stratégie GRC déployée par Haute-Garonne Tourisme pour fidéliser et conquérir de nouvelles cibles, par le biais de l'outil Tourinsoft.

• Newsletter Pro/Presse : Le Fil d'Actu

Cette lettre d'information est le reflet des nouveautés, actualités et actions menées par l'ensemble des acteurs touristiques du département.

Elle est diffusée tous les 15 jours aux médias locaux et nationaux (1 500 contacts), ainsi qu'aux socio-professionnels et partenaires touristiques de Haute-Garonne Tourisme (plus de 4000 contacts).



LES ACTIONS AUPRES DE LA PRESSE & INFLUENCEURS

• Rencontres Presse

Participation à 5 workshops presse pour nouer de nouveaux contacts et programmer des accueils. Près de 90 journalistes rencontrés.

- Deptour à Paris les 14 et 15 janvier (organisé par Tourisme & Territoires)
- Rencontre presse Pyrénées à Paris le 21 février (organisé par la Confédération Pyrénéenne du Tourisme)
- Media workshop à Bruxelles le 28 février (organisé par l'agence de presse Glenaki dans le cadre de notre partenariat avec les CDT du Gers, Tarn et Tarn-et-Garonne)
- IMM Paris le 12 mars (en partenariat avec le CDT de l'Ariège)
- IMM Londres le 25 mars (en partenariat avec les CDT du Gers, Tarn et Tarn-et-Garonne)

• Accueils Presse

30 voyages de presse et influenceurs organisés en 2019

Retour sur les moments forts :

- Dans le plus long réseau souterrain de France du 3 au 5 septembre
En lien avec le thème de la Haute-Garonne secrète, ce voyage de presse a été l'occasion de faire découvrir à 4 journalistes (Pyrénées Mag, La Dépêche du Midi, LeRoutard.com, La Gazette du Comminges) l'une des curiosités de notre département : le réseau spéléologique Trombe Henne Morte situé dans le massif de l'Arbas ainsi que le VTT électrique autour d'Aspet, la ferme d'Oulan Bat et le bien-être Salinéa Spa à Salies du Salat.
- Bruno Maltor, blogueur star du voyage accueilli fin août en partenariat avec l'Agence d'Attractivité de Toulouse Métropole. Publication d'un article sur son blog « Votre Tour du Monde » et d'une vidéo qui a atteint plus de 100 000 vues portant sur Toulouse, le lac d'Oô, Saint-Bertrand-de-Comminges et Revel/St Ferréol



- Reportage TV « Dans le plus long réseau souterrain de France », diffusé en juin dans « Un lieu, une histoire » sur France3
- Détours en France en juillet pour un spécial « Canal du Midi » à paraître en 2020, en partenariat avec le CRT Occitanie
- Reportage TV « Dans le plus long réseau souterrain de France », diffusé en juin dans « Un lieu, une histoire » sur France3
- Détours en France en juillet pour un spécial « Canal du Midi » à paraître en 2020, en partenariat avec le CRT Occitanie
- Reportage les 100 lieux qu'il faut voir avec « La Haute-Garonne, de Toulouse aux contreforts de Pyrénées » diffusé à 2 reprises en juillet sur France5
- Play Goff, le magazine majeur de référence belge, en octobre dans le cadre de notre partenariat avec les CDT du Gers, Tarn et Tarn-et-Garonne (Golf de Luchon et de Vieille Toulouse)
- De Beaux Lents Demains, blog de voyage en famille avec 2 articles publiés sur « 6 villages à visiter en Haute Garonne » (Rieux, Saint-Martory, Martres-Tolosane, Cazères, St Bertrand de Comminges et Artigue) et « 4 expériences à vivre en famille » (Emprunter la Garonne à vélo, Se prendre pour des guerriers au Village Gaulois de Rieux, Les coteaux du Volvestre à dos d'âne, Se prendre pour des voltigeurs au parc Pyrénées Hô)
- Guide du Routard Pyrénées Toulouse Gers pour la mise à jour de Toulouse et chapitre Pyrénées, Comminges et Volvestre



• Les dossiers de presse, communiqués et demandes

- Le dossier de presse 2019 « Inimitable et généreuse Haute-Garonne », disponible en version papier et numérique. Il est traduit en anglais, espagnol et catalan (disponible en numérique)
- 6 communiqués de presse diffusés (bilan de saison, plan d'actions, bourse d'échange...)



Les demandes presse

- 19 épisodes de la Haute-Garonne secrète ont été publiés chaque dimanche de septembre à décembre sur la Dépêche du Midi. Ce partenariat se poursuit début 2020.
- « Découverte du canal du Midi au fil des traditions » diffusé en juin dans Météo à la Carte sur France3
- Mise à jour du « Guide Vert Pyrénées Toulouse Gers »
- 19 épisodes de la Haute-Garonne secrète diffusés sur les ondes d'Altitude FM de septembre à décembre
- Et toujours de nombreuses demandes de contenus et visuels traitées tout au long de l'année

• Les conférences de presse

8 conférences de presse organisées par Haute-Garonne Tourisme :

- Pour le compte du CDT (plan d'actions, bilan de saison...) et pour nos partenaires (ouverture Maison Garonne à Cazères, Festival du Comminges, Fêtes du Papogay, livret Sortir en Comminges, Terre de Jazz...)





Tourisme & Territoires a distingué Haute-Garonne Tourisme parmi les 101 services tourisme départementaux que compte la France pour son voyage de presse le plus décalé : l'ascension du plus haut sommet de la Haute-Garonne réalisée par un groupe de journalistes en septembre 2018, le Pic de Perdiguère !

• Opérations d'influence

Haute-Garonne Tourisme entretient des liens privilégiés avec les ManIgers (représentants des communautés Instagram) des communautés françaises et européennes.

Le 1er INSTATRIP Europe « à la découverte du Volvestre » a eu lieu du 14 au 16 juin dernier avec les ManIgers de 10 pays européens [France, Angleterre, Espagne, Portugal, Italie, Belgique, Allemagne, Autriche, Hollande, Pologne].

Forte audience avec plus de 800 publications qui ont été générées pendant le week-end par des instagramers ayant, pour certains près de 200.000 abonnés !



Le Comité Départemental du Tourisme a lancé une nouvelle consultation pour la 3^{ème} année ; divers reportages en toutes saisons ont été réalisés (photos et vidéos).

LES SALONS ET OPERATIONS EN FRANCE ET A L'ETRANGER

Qu'ils soient « grand public » ou « professionnel », généraliste ou thématique, ce sont de formidables outils pour rencontrer de nombreux contacts, faire connaître la destination. Ils favorisent la rencontre avec des cibles établies en amont, génèrent de la discussion et de l'échange et permettent de recueillir quantité d'informations relatives aux comportements des clientèles, de leurs besoins, de leur satisfaction ou insatisfaction.

Hébergements, visites et activités sur place les informations les plus demandées. Pour le public, la venue sur un salon est l'occasion de parler de ses projets « vacances » avec des spécialistes qui les guideront dans leur choix.

• Opérations Grand Public



→ Salon des Thermalies – 24 au 27 Janvier 2019

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.

La clientèle est mixte avec une majorité de personnes âgées de 50 ans et + (surtout sur les cures longues) mais également, en moindre quantité, une clientèle plus jeune, davantage attirée par des courts-séjours bien-être. Les femmes représentent 70 % du public.

En chiffres :

→ 29 500 visiteurs au global

→ Plus de 600 contacts qualifiés sur le stand



→ Salon International du Tourisme de Nantes – 25 au 27 Janvier 2019

Lieu : Parc Expo de la Beaujoire

En partenariat avec le Tarn, le Tarn-et-Garonne et le Gers, sous l'identité Sud-Ouest Occitanie. La Haute Garonne avait invité la Cité de l'Espace à participer à ses côtés.

La fréquentation a subi de plein fouet le mouvement des Gilets jaunes. Le blocage des transports en commun le samedi a engendré une baisse globale de visiteurs de 16,42 %, malgré une hausse du visitorat les vendredi et dimanche de 4,66 % par rapport à 2018. Réactivité de l'Agence SAFYM, qui a aussitôt pris la décision de rendre le dimanche totalement gratuit pour les visiteurs.

Ce salon nous permet de capter un bassin de clientèle qui vient volontiers en Haute-Garonne (hiver pour le ski et été pour la rando et le vélo). Les visiteurs ont déjà prévu leur lieu de vacances et sont en recherche d'activités.

Beaucoup de demandes de campings et d'accueil camping-car. Le samedi et le dimanche : clientèle familiale 35/45 ans avec enfants.

Un visitorat intéressé et à la recherche d'un produit bien spécifique.

En chiffres :

→ 404 exposants

→ 28 752 visiteurs

→ Festival du voyage à vélo « la roue tourne » - 9 Février 2019

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 2 ans à cette journée organisée par l'association toulousaine 2 Pieds, 2 Roues pour valoriser les itinéraires vélo du département.

→ Public plutôt familial, en recherche de séjours tout compris et idée de balades à la journée

→ Navartur - 14ème Edition du « Navartur, Feria Internacional de Turismo de Navarra - 22 au 24 Février 2019

Lieu : Pampelune – Espagne

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

Une grande foire du tourisme et une porte ouverte sur un marché potentiel très intéressant à fort pouvoir d'achat, comme le marché de Navarre et du Pays Basque. L'avantage d'être regroupés et identifiés « sud-ouest France » est de présenter une offre touristique plus importante et intéressante pour les visiteurs.

Pour une première participation, le salon a été une vraie réussite, entre 40000 et 50000 visiteurs, beaucoup plus qu'à San Sébastian. Nos destinations (Haute-Garonne, Gers, Tarn et Tarn-et-Garonne) sont inconnues du public de Navarre et de Pampelune (ils ont l'habitude du Pays Basque, de Bordeaux, du Périgord, de la Bretagne, de l'Alsace et de la Normandie), mais ont été fortement intéressés et convaincus par notre discours !

Ceux qui leur plaît le plus, ce sont les petits villages fortifiés (Saint-Bertrand-de-Comminges et les villages de ce type sont à mettre en avant, ils ont été conquis) et les bastides (Via Garona).

De plus, ils ont été agréablement surpris de la possibilité qu'offrait le Canal du Midi (ils le découvraient...), avec ses côtés balades en bateaux et en vélos, ainsi que le fait d'aller de la Méditerranée à l'Atlantique en logeant sur des villages étapes ou sur le canal.

Enfin, ils ont adoré les dégustations (vin de Fronton, fromage et saucisse sèche des Pyrénées), sachant qu'ils sont beaucoup à allier gastronomie et visites de châteaux dans leur voyage.

Le public est essentiellement des familles avec jeunes enfants ou des retraités dynamiques en couple ou en groupe d'amis, essentiellement originaires de Pampelune.

En chiffres :

→ 41 226 visiteurs

→ 200 personnes renseignées par jour

→ Salon de l'Agriculture – 23 Février au 3 Mars

Lieu : Parc des Expositions de Versailles – Paris

Une présence touristique sur le stand du Conseil départemental en partenariat avec la DAART - chefs cuisiniers Tables et Auberges de France - Maison des vins de Fronton – Producteurs fermiers.

Une belle vitrine pour notre département et l'occasion de communiquer par le biais de plusieurs médias. Ce salon est un lieu incontournable pour promouvoir la destination Haute-Garonne.





→ Salon Mondial du Tourisme - 14 au 17 Mars – 44e édition

Lieu : Paris – Porte de Versailles

La Haute-Garonne était présente sous l'enseigne « Canal des 2 Mers à vélo » aux côtés des 7 départements traversés par le Canal du Midi et le Canal de Garonne.

L'occasion de faire découvrir les richesses de notre département par le biais du vélo et de communiquer sur un axe cyclable de plus de 800 Km, de l'Atlantique à la Méditerranée.

L'axe Bordeaux/Toulouse a été plébiscité grâce à l'effet TGV (Paris/Bordeaux). D'autre part, le mauvais état du parcours côté Aude défavorise le Canal du Midi, même si ce tronçon fait clairement la renommée de l'itinéraire. Toulouse, ville d'arrivée ou de départ, profite de cet engouement.

Concernant les périodes de départ, c'est le hors saison qui a les faveurs du public, septembre en tête, mais également mai, juin et octobre. La fréquentation en haute-saison (juillet-août) a tendance à baisser.

Les publics majoritaires : jeunes seniors, ainsi que les familles le week-end. Les demandes étaient très précises : état des voies, hébergements, possibilités de visites autour du parcours, itinéraires de randonnées alternatifs, location de bateaux, bateaux-croisières.

En chiffres:

→ Couplé au salon Destinations Nature, les deux salons ont accueilli 610 exposants (650 en 2018) et ont reçu 114200 visites (112 000 en 2018), sur 19 000m²

→ Sevatur/Ficoba - 29 au 31 Mars

Lieu : Irun

En partenariat avec Le Tarn, le Tarn-et-Garonne et le Gers.

Salon généraliste Tourisme Grand public organisé auparavant à San Sébastian, qui se déroule pour la première année au Ficoba (parc des expos d'Irun).

Objectifs stratégiques : pénétrer le marché espagnol de proximité.

Un lieu qui permet de disposer d'un maximum de place mais qui n'a pas attiré beaucoup d'exposants ni de visiteurs, même si les contacts étaient qualitatifs. La fréquentation a été assez faible dans l'ensemble. Une majorité de retraités (et de lycéens le vendredi), et un peu plus de familles le weekend.

Le public était intéressé par la destination France en général mais a l'air plus habitué à fréquenter les Landes et la côte jusqu'à Bordeaux (proximité oblige). Nous avons essayé de leur faire découvrir Toulouse et la Haute-Garonne en leur

montrant que St-Gaudens est à la même distance de chez eux que Bordeaux. La signalétique « Sur Oeste de Francia » semble pertinente.

La documentation touristique éditée en espagnol comme la carte touristique et le guide pratique ont permis de capter les visiteurs, avec notamment Toulouse ou le Canal du Midi comme points d'accroche, faisant ainsi bénéficier de cette notoriété pour valoriser la Haute-Garonne.

En chiffres :

→ 18 000 visiteurs



→ WAT19 Salon des Blogueurs – 11 et 12 Avril 2019 – 6ème édition

Lieu : Lille

En partenariat avec Le Tarn, le Tarn-et-Garonne et le Gers.

C'est l'occasion de rencontrer des blogueurs qui sont en quête d'expériences à vivre pour les faire partager à leurs fans. Ainsi, des contacts intéressants et fructueux qui ont permis de mettre en place un relationnel qui débouche sur des articles ou accueils sur notre territoire.

En chiffres :

→ 300 blogueurs

→ 36 rendez-vous pour HG Tourisme

→ Village de Printemps – 10 au 13 Avril 2019

Lieu : Rue d'Alsace Lorraine - Toulouse.

L'occasion pour tous les acteurs du tourisme de lancer la saison estivale. Au total, 47 structures touristiques, producteurs et artisans ont participé sur 500 m².

Des quizz étaient proposés afin de gagner des entrées gratuites dans les différents musées et parcs de loisirs. Une occasion pour les prestataires haut-garonnais de venir valoriser leurs structures auprès d'un public toujours très intéressé pour des sorties en week-end ou des activités pour les enfants pendant les vacances.

Cette manifestation appréciée de tous permet de toucher une clientèle toulousaine ainsi que les nouveaux arrivants, et de communiquer sur l'offre touristique de notre département. Le samedi a dû être annulé pour cause de manifestations.

→ Foire de Toulouse – 13 au 22 Avril 2019 - En partenariat avec le Conseil Départemental.

Lieu : Parc des Expositions de Toulouse – Stand du Conseil Départemental

Pour l'occasion, le Conseil Départemental et Haute-Garonne Tourisme avaient invité plusieurs prestataires touristiques, dont « Luchon Forme et Bien-être » qui proposait gratuitement des animations autour de la détente.

Les visiteurs étaient agréablement surpris de trouver des informations touristiques autour de la randonnée pédestre et des pistes cyclables. Fréquentation très concentrée sur le mercredi et le jeudi.

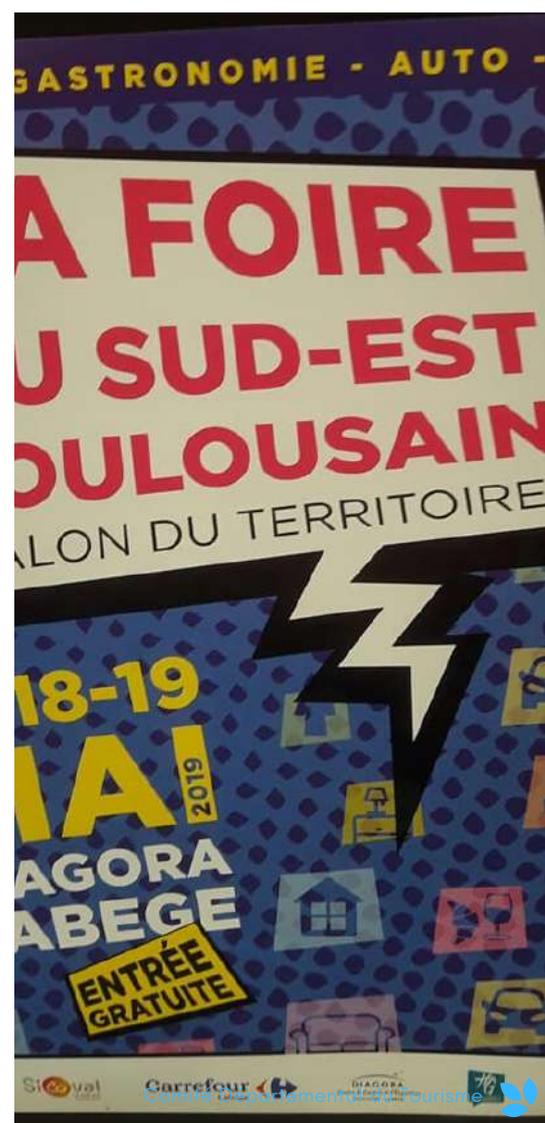
En chiffres :

→ 90 000 visiteurs contre 80 000 en 2018

→ Foire du Sud Est Toulousain – 17 au 19 Mai 2019

Lieu : Diagona Labège

En partenariat avec le SICOVAL. Bilan mitigé pour cette 1ère manifestation, avec un visitorat peu important mais qui permet de présenter un territoire touristique à découvrir proche de Toulouse.



→ Saveurs et Senteurs – 23-25 Août 2019

Lieu : Fronton

La 31ème édition du festival, organisée par la Maison des Vins de Fronton, se voulait une fête conviviale et familiale : dégustations de vins et produits locaux, découverte de l'artisanat, animations familiales et initiation à l'œnologie, randonnées et déambulations d'arts de rue.

Haute-Garonne Tourisme était présent aux côtés de l'ADT 82 et de l'Office de Tourisme du Vignoble de Fronton. Cette manifestation a drainé une clientèle essentiellement locale (95%) et variée : familles, groupes d'amis, couples, seniors... Les touristes présents ont apprécié la manifestation.

La fréquentation était très importante en soirée (vendredi et samedi soir), plutôt calme la journée du samedi en raison des fortes chaleurs et bien répartie la journée du dimanche.

De façon générale sur le festival, la fréquentation était en hausse par rapport aux années précédentes. Plus de 30 000 personnes ont fréquenté l'évènement durant les 3 jours.

La demande portait essentiellement sur les activités de plein air, notamment la randonnée à pied et à vélo, mais aussi les activités familles et les sites touristiques du département. La gastronomie fait également partie des centres d'intérêts majeurs des visiteurs.

Le lieu d'implantation du stand, en bout d'allée, et l'animation « bar à fruits » mise en place par le Tarn-et-Garonne ont contribué à la bonne fréquentation du stand.

L'occupation d'un espace commun aux 3 structures qui représentent le vignoble du Frontonnais est particulièrement pertinente pour renseigner les locaux.

→ Fête de l'Humanité – 13 au 15 Septembre 2019 - 84ème édition

En partenariat avec le Conseil Départemental.

Le stand de la Haute-Garonne était situé sur l'espace Occitanie.

Encore une occasion de faire découvrir au public d'Ile-de-France notre beau département.

En chiffres :

→ 500 000 visiteurs.



→ **Festival International du film du voyage et d'aventure "What a Trip"**
Montpellier - 26 au 29 Septembre 2019

Lieu : Esplanade Charles de Gaulle

En partenariat avec le Tarn, le Tarn-et-Garonne et le Gers.

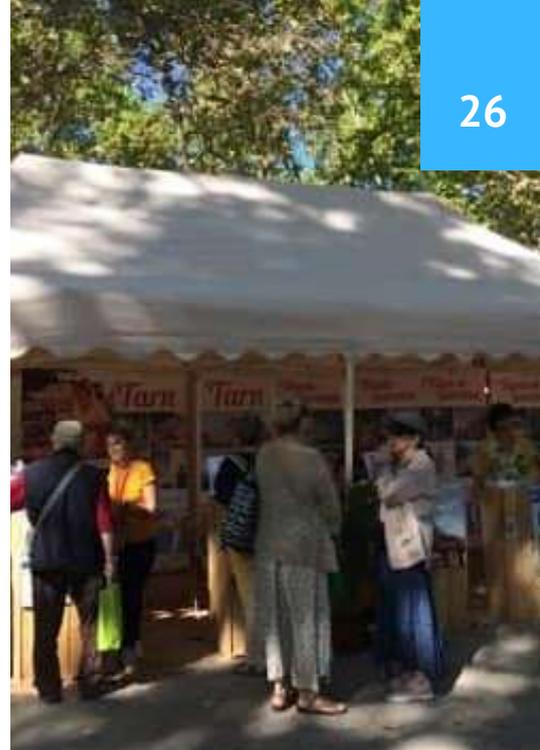
Le festival international du film du voyage et d'aventure de Montpellier réunit chaque fin de mois de septembre des milliers de passionnés de voyages, d'aventures, avides de découvrir de nouvelles cultures, de nouveaux horizons !

Notre stand était bien placé, accès gratuit, en plein cœur de Montpellier : lieu idéal pour toucher une clientèle intéressée par le vélo, la rando et la visite de Toulouse.

Nous avons eu également beaucoup d'anglais et de belges qui ont établi demeure dans la région et souhaitent découvrir les environs de Montpellier (jusqu'à 2h de route).

En chiffres :

→ 43 000 visiteurs.



→ **Salon des Vins et Terroirs – 1er au 3 Novembre 2019**

Lieu : Toulouse Parc des Expositions.

En partenariat avec le Tarn, le Tarn-et-Garonne, le Gers et l'Interprofession des Vins du Sud Ouest.

Un salon à la thématique bien ciblée, proche des fêtes de Noël et sur un long week-end.

A noter que nous sommes le seul stand tourisme du salon.

Ce salon permet de capter une clientèle toulousaine, dont les nouveaux arrivants, mais aussi du Gers, du Tarn, du Tarn-et-Garonne, de l'Aude et de l'Ariège.

Principales demandes : pistes cyclables – randonnées et circuits-découvertes.

Les Vins du Sud-Ouest animaient le stand avec des initiations à l'œnologie.

En chiffres :

→ 15 000 visiteurs.



→ **Village Hiver Haute-Garonne – 13 au 16 Novembre 2019**

Lieu : Rue d'Alsace Lorraine – Toulouse

Lancement de la saison d'hiver en partenariat avec le Conseil Départemental.

L'occasion de communiquer sur nos 4 stations, mais aussi sur les activités hiver de tout le département, et de mettre en avant nos producteurs locaux.

Le village était constitué de 5 pagodes de 25 M².

Annulation du samedi pour cause de manifestations.

Cette manifestation nous permet de communiquer au cœur de Toulouse, d'apporter l'information à un public qui connaît mal notre département et qui est souvent surpris d'apprendre que la Haute-Garonne, c'est aussi les Pyrénées centrales avec 4 stations de ski.

Des quizz étaient proposés tout au long de la journée avec cadeaux à la clé et les producteurs proposaient des dégustations toutes les heures.

Le public est preneur de l'information mais il faut la lui apporter.

Producteurs et structures touristiques ont été ravis de cette opération.



→ Pré-Tours Rendez-vous France – 15 au 16 Mars 2019

Fronton au Domaine de la Colombière et Luchon

Dans le cadre des rendez-vous en France, le Comité Régional du Tourisme, en partenariat avec les départements, propose aux tours-opérateurs de découvrir nos destinations. Ainsi, nous avons accueilli des tours opérateurs chinois, européens mais également américains, australiens et sud-américains à la découverte du vignoble « Vignobles&Découvertes » de Fronton et le site de Saint-Bertrand-de-Comminges/Valcabrière.

Des moments précieux pour créer des contacts et mieux vendre la destination pour de futurs contrats.

→ Destination Occitanie : Pré-tour et Workshop – 29 Mars – 1er Avril 2019

Le Workshop Destination Occitanie Sud de France, destiné aux spécialistes du voyage de groupes en France, s'est tenu le lundi 1er avril au centre de congrès Pierre Baudis à Toulouse. Auparavant, des éducteurs ont permis aux professionnels du voyage de découvrir notre région.

→ Pré-tour le dimanche 31 mars sur la thématique Gastronomie – Vignobles et Patrimoine

Lieu : découverte du vignoble du Frontonnais avec un déjeuner à l'Étang d'O à villemur/Tarn, suivi d'une visite du Domaine de Cransac, pour 11 participants (agences de voyages, réceptifs, associations, autocaristes).

→ **Le Workshop du 1er avril** a permis la rencontre de près de 110 professionnels du tourisme de la région et de 170 sociétés (tour-opérateurs, autocaristes, agences réceptives et événementielles, chargés d'affaires, comités d'entreprises, organismes d'accueil de nouveaux arrivants, associations de séniors).

6 demandes de rendez-vous ont été formulées : ajoutées aux visites spontanées, nous avons honoré un total de 15 rendez-vous.

Les professionnels rencontrés : autocaristes de la région, comités d'entreprises, agences réceptives, organisme d'accueil de nouveaux arrivants, entreprises, journaliste.

Demandes :

- Essentiellement du sur-mesure : groupes pour des séjours de la ½ journée à la semaine ; lieux de séminaires avec logement sur place et éventuellement activités ; accueil des nouveaux arrivants sur le bassin toulousain.
- Les demandes concernent l'ensemble du département pour les professionnels du tourisme ; pour les entreprises elles se limitent souvent à un rayon de 1h ou 40km autour de Toulouse.
- Peu de demandes culturelles traditionnelles, il faut un apporter une dimension ludique (moulins, village gaulois, visites insolites...). Les demandes portent essentiellement sur les loisirs sportifs, croisières-repas, activités insolites, nouveautés, artisanat, gastronomie.
- Agences et autocaristes : public de seniors. Entreprises : actifs souhaitant des activités divertissantes.



• Concours des Villes et Villages Fleuris

Mandaté par le Conseil départemental de la Haute-Garonne, le Comité Départemental du Tourisme est en charge de l'organisation du concours des Villes et Villages Fleuris en Haute-Garonne.

Ce concours permet aux communes inscrites de valoriser leur travail d'amélioration du cadre de vie des habitants et l'accueil des touristes dans notre département.

→ 70 communes se sont inscrites au concours

→ 13 Communes labellisées :

- 1 fleur : Cugnaux, Pibrac, Portet-sur-Garonne
- 2 fleurs : Carbonne, Génos, Muret et Saint Gaudens
- 3 fleurs : Bagnères-de-Luchon, Balma, Blagnac, Colomiers, Toulouse et Tournefeuille

La réunion de délibération s'est tenue au CDT le jeudi 17 octobre 2019 à 10h30.

La remise des prix a eu lieu le 15 janvier à 14h30 au Conseil départemental de la Haute-Garonne

→ Les résultats sont :

- 13 communes labellisées au niveau national
- 42 communes primées au niveau départemental
- 4 communes obtiennent un grand prix départemental
- 10 communes obtiennent un prix d'encouragement
- 4 communes obtiennent un prix de 1ère participation
- 5 communes obtiennent un prix spécial
- 3 jardiniers primés

→ 137 particuliers seront primés : 50 → 1er prix, 46 → 2ème prix et 41 → 3ème prix



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 Métropoles

Actions réalisées sur la France

→ **Action 1 : 3 reportages photos cible famille, couple et amis** (100 photos au total) et 3 vidéos (disponibles en plusieurs formats, tout usage sans limite de temps) + 10 capsules rush avec la société Haptag pour promouvoir les 3 thématiques suivantes :

- ▶ vidéo Tlse-HG en famille,
- ▶ vidéo Tlse-HG couple gastronomie-culture,
- ▶ vidéo Tlse-HG canal-velo-nature entre amis

Objectif : besoin permanent de disposer d'images pour nos différents supports de communication (édition, web, réseaux sociaux...)

Territoires et thématiques concernés : Toulouse, Fronton, St Bertrand-de-C, canal du Midi/Revel, thème des parcs de loisirs, gastronomie et slow tourisme

→ **Action 2 : Accueil influenceur de voyages français** : Bruno Maltor - Votre Tour du Monde en août.

- ▶ Publication 2 posts Instagram le 29 août Toulouse et le 1er septembre 2019 lac d'Oô + vidéo de Toulouse aux Pyrénées (vue plus de 200 000 fois) + vidéo relayée via FB...
- ▶ Article Que faire à Toulouse et ses alentours

Objectif : collaborer avec un influenceur de renom pour booster l'image de notre destination

Territoires et thématiques concernés : Toulouse, Saint-Bertrand-de-Comminges, Aurignac et lac d'Oô (city-break et slow tourisme)

→ **Action 3 : Accueil presse Catherine Painset, journaliste de la Voix du Nord** (Lille) en partenariat avec l'aéroport de Lille qui a offert les billets d'avion.

- ▶ Article Toulouse entre le rose et le pastel
- ▶ Article Toulouse ville savante, la tête dans les étoiles
- ▶ Article la Haute-Garonne, entre Pyrénées et canal du Midi

Objectif : soutenir l'ouverture de ligne aérienne Ryanair Toulouse/Lille (ouverte le 03/09/19) et inciter les Lillois et les habitants du nord à visiter Toulouse et la Haute-Garonne.

Territoire et thématiques concernés : Toulouse, Saint-Bertrand-de-Cges, canal du Midi/Revel, faïences de Martres-Tolosane autour du tourisme culturel et patrimonial.

Actions réalisées sur l'Espagne

→ **Action 1 : Campagne Atout France avec l'agence Logitravel** (bilan complet fin janvier 2020) Mise en avant de notre destination sous forme de 2 circuits à faire en voiture (Toulouse et le vignoble de Fronton, Toulouse et le canal du Midi) sur le site de l'agence de voyage Logitravel avec possibilité de réservation en ligne + 1 Newsletter grand public envoyée mi-novembre à 150 000 espagnols

Objectif : inciter les agences de voyages espagnols à programmer des séjours en Haute-Garonne

Territoires et thématiques concernés : Toulouse, Fronton, Lauragais autour de l'oenotourisme & la gastronomie, le patrimoine culturel, les musées et parcs de loisirs.



→ **Action 2 : organisation d'une conférence de presse à Madrid le 14 octobre**, avec l'appui de l'agence de presse Planisferio Comunicacion. Présentation du diaporama « Toulouse et la Haute-Garonne » aux 26 journalistes présents et remise de clés USB avec photos + vidéos + dossier et communiqués de presse. Articles et accueils de presse prévus pour 2020.

Objectif : présenter l'offre touristique du département aux médias madrilènes

Territoires et thématiques concernés : le département en toute saison

→ **Action 3 : Opération street marketing avec un stand dans la galerie marchande du centre commercial de Plenilunio à Madrid du 13 au 16 novembre**. Communiqué de presse, jeu concours, distribution de documentation touristique, présence d'un photomaton qui a permis de récupérer 500 adresses mails environ

Objectif : présenter l'offre touristique aux habitants de Madrid

Territoires et thématiques concernés : le département et les circuits découvertes de la Haute-Garonne secrète

Actions réalisées sur Luxembourg

→ **Campagne de communication avec Atout France Luxembourg**, bilan complet sur ce lien (spot radio RTL avec 5 publi-reportages, page dédiée sur site web RTL, publi-rédactionnel sur Wort...)

→ **Accueil presse Frank Weirich du quotidien luxembourgeois Wort**

▶ 2 articles sur Toulouse rose et bleu et aux sources du canal du Midi viennent de paraître en décembre et en janvier sur ce quotidien (audience 323 000 personnes environ)

Objectif : soutenir l'ouverture de ligne aérienne Ryanair Toulouse/Luxembourg (ouverte en octobre 2019) et inciter les habitants du Luxembourg à visiter Toulouse et la Haute-Garonne.

Territoires et thématiques concernés : Toulouse, le Lauragais, le Volvestre avec la gastronomie et les visites culturelles en priorité

Actions réalisées sur L'Allemagne

→ **Campagne Vélo menée avec Atout France durant 3 mois**, à compter du 20 octobre We Like Travel (pour la partie « influence ») et HAVAS (pour la partie « média ») : bilan à venir le 26 janvier.

▶ Article Les Berlinettes Canal du midi à vélo

Objectif : développer l'itinérance douce et promouvoir le cyclotourisme en Haute-Garonne sur un marché porteur

Territoires et thématiques concernés : Toulouse, le Lauragais et le vignoble de Fronton en mode slow tourisme

Actions réalisées en partenariat

→ **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 pour le personnel des offices de tourisme en termes d'accueil, de promotion, de numérique... notamment en recensant les besoins des OT en formations.

→ **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'oenotourisme.

→ **Avec le Pays Cathare**

Plan d'actions concertées de valorisation auprès de cibles de clientèle.

• L'itinéraire Via Garona

→ Guide pratique

Le guide pratique de l'itinéraire a été réédité en 2019 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.

→ Evènement

Un évènement a été mis en place les 6 et 7 juillet par le Conseil départemental en partenariat avec le CDT afin de promouvoir l'itinéraire, les communes et les acteurs touristiques concernés. 8 tronçons étaient proposés aux amateurs de randonnée afin de découvrir la Haute-Garonne et son riche patrimoine le long de l'itinéraire Via Garona, accompagné d'un guide :



→ Samedi 6 Juillet

- Muret – Saint-Amans (50 personnes)
- Noé – Carbonne (30 personnes)
- Carbonne – Rieux-Volvestre (35 personnes)
- Rieux-Volvestre – Saint-Julien (45 personnes)

→ Dimanche 7 Juillet

- Cazères – Martres-Tolosane (53 personnes)
- Saint-Martory – Proupiary (35 personnes)
- Labarthe-Inard – Estancarbon (Annulé)
- Gourdan-Polignan – Saint-Bertrand – de-Comminges (52 personnes)



Des visites touristiques gratuites étaient suggérées à chaque tronçon aux participants : visite du Village Gaulois, Maison Garonne, Visite de la basilique Saint-Just de Valcabrière, Musée Abbal...

• Label "Vignobles & Découvertes"

Après la labellisation du vignoble du Fronton en mai 2018, plusieurs actions ont été menées en 2019 afin de valoriser ce territoire et ses prestataires :

- Des accueils presse
- De la promotion sur nos réseaux sociaux et notre site internet
- La participation à des salons en lien direct avec l'œnotourisme (Saveurs et senteurs, salon de l'Agriculture à Paris avec mise en avant sur 2 jours du vignoble, Salon Vins et Terroir)
- Livret Un chef, Un vigneron
- Un Eductour Fronton Destination Occitanie (visite du château Cransac et repas à l'Etang d'O)
- Un Eductour organisé en partenariat avec l'ADT 82 à Saint-Chinian (destination labellisée « Vignobles & Découvertes ») à destination des socioprofessionnels du territoire de Fronton. Au total 7 prestataires ont participé et ont pu visiter un domaine, un restaurant et l'office de tourisme de Saint-Chinian

De plus, plusieurs éditions ont été réalisées en partenariat également avec l'ADT82, l'Office de Tourisme et la Maison des Vins de Fronton :

- 4 idées découvertes sous forme de fiches, ont été éditées afin de valoriser l'offre touristique du territoire autour de la thématique du vin.
- Un livret spécifique au label « Vignobles & Découvertes » qui liste l'ensemble des prestataires labellisés



Comme en 2018, le CDT a mis en place des actions destinées aux personnes de plus de 60 ans et résidents sur le département de la Haute-Garonne. Des produits, entièrement pris 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 proposés à la journée pour des groupes de 25 personnes et pour un total de 12 journées, soit :

- Cité de l'Espace
- Découverte de Rieux-Volvestre et du Village Gaulois
- 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 du Canal du Midi en péniche
- Découverte de Revel

L'ensemble des produits a été proposé à des associations de troisième âge, à but culturel, patrimonial et social (Amicale des Séniors de Gagnague, Club rando de Paulhac, Restos du Cœur, Club des 4 saisons de Daux...). Ces journées découvertes se sont étendues sur le premier semestre 2019.

Au total, 600 personnes ont pu bénéficier de ce dispositif, représentant une prise en charge de la CFPPA³¹ équivalente à 60 685 € (12 actions financées en 2019 et 13 actions financées en 2018 et réalisées en 2019).

LES ACTIONS POUR LES OFFICES DE TOURISME ET PARTENAIRES

• Formation des vacataires

Cette année encore, les vacataires affectés aux différents offices de tourisme intercommunaux du département pour les mois de Juillet et Août 2019, ont été reçus au Conseil départemental par le CDT. Le but étant de les sensibiliser au tourisme et aux missions d'un office de tourisme.

Au total, 43 personnes ont été sensibilisées en Juillet et 39 personnes en Août.

• Les Bourses d'échanges

→ Bourse d'Echanges de printemps : le 5 avril 2019 à Cintegabelle (environ 70 participants) avec visite du village l'après-midi.

→ Bourse d'Echanges d'hiver : le 8 novembre 2019 au domaine de la Terrasse à Carbonne avec présentation du plan d'actions 2020 de Haute-Garonne Tourisme et dégustation de produits locaux (environ 80 participants)

• Accompagnement Qualité Tourisme

Dans le cadre du suivi et du développement de sa politique Qualité, le CDT, en tant que Relais Territorial, accompagne les offices de tourisme intercommunaux du département dans l'obtention et le suivi de la Marque Qualité Tourisme délivrée par Office de Tourisme de France.

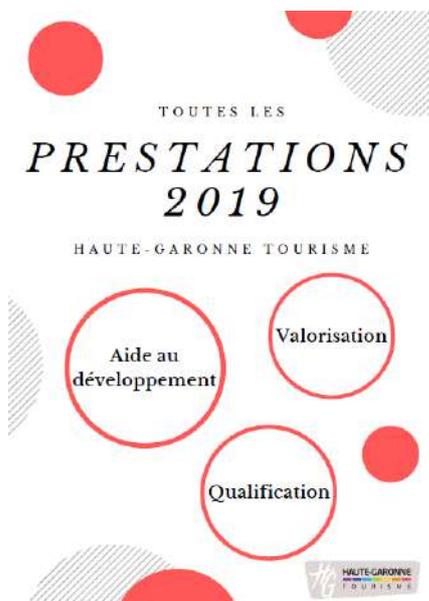
L'objectif de la marque est de satisfaire au mieux les visiteurs et améliorer les services rendus aux socio-professionnels, à la collectivité ou à la population.



• Guide des prestations et Animation d'ateliers numériques

Haute-Garonne Tourisme a mis en place en 2019 son premier livret de prestations à destination des Offices de Tourisme du département et de l'ensemble des prestataires du territoire (hébergeurs, restaurateurs, prestataires d'activités de loisirs, producteurs...).

Ce livret a pour objectifs de présenter l'ensemble des actions de qualification, de commercialisation, d'animation et de communication que le CDT déploie pour accompagner les acteurs dans une logique de progrès.



Mise en place de formations et ateliers numériques

Dans la continuité de l'année 2018, Haute-Garonne Tourisme poursuit son accompagnement sur le volet numérique, en proposant un programme de formations et d'ateliers à destination des acteurs touristiques.

Cette année, 143 prestataires ont été formés (20 sessions) sur les thématiques suivantes :

- Atelier Facebook : 22 participants
- Atelier Goggle MyBusiness : 15 participants
- Atelier Instagram débutant : 40 participants
- Formation « Prises de vue avec smartphone » : 38 participants
- Formation « Rédiger pour le web » : 28 participants

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 directement par le CDT.



• 31 Notes d'Été - 5 juillet au 31 août

Le Festival 31 Notes d'été a investi cette année 33 sites remarquables du département de Haute-Garonne avec une programmation originale qui a fait résonner richesse patrimoniale et artistique dans une démarche de partage, de découverte et de convivialité.

Les Visites touristiques encouragent le public toulousain à venir découvrir l'ensemble du département, du Nord au Sud, puisque Toulouse et son agglomération représentent 80% du public des Visites touristiques.

- 15% sont des de touristes (Nord, région parisienne, espagnols) et les 5% restants sont des locaux.

- Il semblerait que le public qui assiste aux Visites touristiques ne soit pas le même que celui qui assiste aux spectacles. Il serait donc intéressant de créer du lien entre la fin des Visites et le début des spectacles afin que le public reste sur place.

Une météo ensoleillée mais caniculaire...



L'édition 2019 de 31 Notes est un succès avec plus de 22 000 spectateurs, 3 300 participants aux Visites touristiques, 280 personnes sur les rendez-vous « Colporteurs » avec les Chemins de la République, 170 personnes sur les initiations danse et plus de 50 000 visiteurs sur les expositions.

→ Un total de 76 000 festivaliers pour la 22e édition de 31 Notes d'été !

« Les vacanciers ont tardé à arriver en Haute-Garonne en Juillet mais Août a su largement compenser cette tendance ».

- La moyenne de fréquentation par date pour les Visites touristiques est de 70 participants pour toutes dates confondues pour une moyenne générale de 60 participants en 2018.
- La fréquentation par date pour les Visites touristiques (hors Laréole, Saint-Bertrand et Aurignac) est identique à 2018 avec une moyenne de 50 personnes par date.
- Pour les Visites touristiques proposés à Laréole on observe une augmentation de fréquentation pour Laréole avec une hausse de 18% sur les Visites touristiques du château avec une moyenne de 105 personnes par jour (89 personnes en 2018).

Il est à noter que L'étoile au Michelin – Guide Vert pour Laréole a eu un impact très positif sur la fréquentation.

- Sur certains lieux (Saint Laurent sur Save, Villaudric, Luchon, Rieux-Volvestre) on peut noter plus de 80 participants par date avec un record pour Montlaur : 140 personnes (Visite du château et d'une savonnerie artisanale Zenzitude).

Les visites les plus prisées du public et les plus attractives sont celles qui mettent à l'honneur des producteurs locaux, et la découverte de leur travail et de leurs ateliers (savonnerie, apiculture, artisanat, brasserie, produits alimentaires locaux, etc.)

Du côté des festivaliers :

- La programmation touristique est plébiscitée par les participants et notamment les habitués (alentours de Toulouse, du Nord de Toulouse et du Lauragais) qui la trouvent de grande qualité cette année.
- Le fait de prendre des guides professionnels a beaucoup contribué à ces retours.

Du côté des acteurs touristiques, producteurs... :

- Les prestataires producteurs sont également satisfaits de cette promotion gratuite qui les fait connaître du grand public le jour J. Ils ont également bien vendu leurs produits à la fin des visites.
- Les visites guidées du château de Laréole fonctionnent très bien et sont très appréciées du public, d'autant plus celles de l'exposition de Bernard Cadène en présence de l'artiste.
- Remarque récurrente : une signalétique serait nécessaire pour signaler les Visites Touristiques.

Festival 31 notes d'été -
1/8/2019 - Saint-Laurent -
Visite de l'église et du prieuré



Festival 31 notes d'été -
9/8/2019 - Rieux-Volvestre visite de l'atelier
de transformation du canard de la conserverie
« Marie-Antoinette », Les Castagnès



Festival 31 notes d'été -
27/7/2019 - Luchon - Visite
et baignade au Vaporarium



- Eté 2019

L'année 2019 était sous le signe des secrets alors cette nouvelle brochure « Haute-Garonne Secrète » constituée de 19 circuits découverte a été mise à l'honneur dans la presse et autres supports avec un plan médias de fin mai à juillet.

Parutions presse :

Invitation de venir chercher le guide moyennant un cadeau avant une date précise. Principe de remettre un goodies type lunette de soleil afin de comptabiliser les demandes en fonction du support cité

- Luxe'N You N° Juin 2019. Parution début juin.
- Toulouse Spectacles. Parution 6 Juin 2019
- Ramdam N° Juillet/Août : pavé web sur site web pendant juillet/août avec renvoi sur page : <https://www.hautegaronnetourisme.com/preparer/haute-garonne-decouverte-et-secrete> Parution : fin juin
- Journal La Tribune (national). Parution fin juin, dans le cadre d'une parution du CD31 sur ses actions.
- Respyr
- N° Eté 2019 spécial Randos. Parution : début juillet
- Côté Toulouse – N° 27 Juin – Guide Balades Estivales
8 pages avec extraits de 5 circuits (en pièce jointe). Parution : 27/06
- Toulouse FM – du 8/07 au 31/08. Chronique hebdomadaire à raison de 5 spots par jour avec une idée secrète à découvrir. Les contenus sont en cours de validation.

Exemple de parution presse avec une page du guide Haute-Garonne secrète



Pavé web sur Ramdam

Résultats de diffusion et relayés par d'autres médias comme la radio a été très valorisant pour cette nouvelle édition.

- Hiver 2019

Un principe visuel qui met en valeur les stations de ski en tant que « destination hiver » pour une clientèle de proximité.

- Couverture du guide Hiver (sortie le 12 Novembre 2019)
- Une présence forte en plein cœur de Toulouse pour valoriser la destination hiver : « Village Hiver Haute-Garonne » du 13 au 15 Novembre à Toulouse



Rappel des cibles de clientèle :

- Grande proximité (Toulouse et alentour)
- Famille et couple
- Période de communication : A partir de novembre jusqu'en fin d'année pour favoriser les « dernières minute » des vacances de Noël et nouvel an.

Quels produits ? Valorisation des offres touristiques du guide Hiver : vente de forfait de ski à tarifs réduits, bons plans, séjours neige et activités

- Gîte auberge au Mourtis : à partir de 120 euros. 2 nuits en ½ pension + forfaits de ski 2 jours
- Forfait journée Luchon-Superbagnères : 30 € au lieu de 35,5 €
- Igloo et rando raquettes : Randonnée accompagnée en raquettes avec initiation construction d'igloo, repas montagnard : 2 jours/1 nuit : 145 €/pers

Un plan médias qui vient soutenir les actions de promotion avec des insertions presse mettant en valeur nos produits phares : vente de forfait de ski, séjours...

→ Presse

- Ramdam (N° décembre/janvier/février) : Insertion 1 page + pavé sur site web en décembre
- Luxe'N You : Insertion 1 page + rédactionnel N° de décembre
- Intra Muros : Insertion 1 page (couverture) N° décembre
- Vent Sud : parution 1 page
- Magazine Haute-Garonne du Conseil départemental N° Janvier, encart spécial

→ Affichage

- Média Gares Digital : 16 écrans en gare de Toulouse Matabiau Films de 10s du 24/12 au 03/01/2020
- Aéroport Toulouse digital : 8 écrans halls arrivées B, C et D - 16/12 au 29/12
- Abribus Conseil départemental 1 000 faces : Janvier

→ Digital

- Actu Toulouse : Présence éditoriale avec un système de publicités contextuelles (Natives ad) proposant à l'internaute des idées de séjours renvoyant sur notre site web.
- Facebook HG Tourisme -> 59 900 fans - Posts toutes les semaines sur des offres touristiques
- Instagram HG Tourisme - Toutes les semaines, publications avec valorisation des stations et offres hiver de la centrale de réservation.



A retenir

Une saison hiver qui n'est pas liée à l'arrivée de la neige. Une météo clémente pour les vacances de Noël a permis de découvrir de nombreuses activités se pratiquant l'hiver. La neige, quant à elle, a fait son apparition fin janvier permettant enfin le lancement de la saison pour les stations.

La mise en réseau des offices de tourisme se poursuit et évolue en fonction des besoins et attentes de chacun. L'utilisation de la base de données départementale s'accroît notamment pour satisfaire un des critères de la démarche « Qualité Tourisme » par les offices de tourisme ou bien pour alimenter leur site internet. 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 composé de deux interfaces :

→ 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 de gérer les 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...).

→ Tourinsoft est utilisé par 52 départements, 10 régions (chiffres 2016).

→ Tourinsoft est utilisé en Haute-Garonne depuis 2006.

A retenir

Le CDT met à la disposition, gracieusement, des OTI cette base de données, et propose un accompagnement privilégié à l'utilisation, en fonction des besoins de chaque structure.

→ Aujourd'hui, les 15 OTI du département ont un accès à Tourinsoft.



• Les actions menées

→ **Accompagnement à l'utilisation de Tourinsoft en fonction des besoins des structures :**

Le CDT accompagne et aide les utilisateurs à se former pour mieux se servir de l'outil, à développer des modèles spécifiques et ainsi optimiser l'ensemble des fonctionnalités de Tourinsoft :

- Saisie et mise à jour de l'offre
- Aide à l'utilisation de TS (exports, statistiques accueil, syndications, GRC, projets divers)
- Aide à la résolution des problèmes rencontrés (bugs, défaut d'utilisation, problèmes d'affichages sur les sites)
- Création de structures et d'utilisateurs
- Modification de profils (saisie, validation, traduction) en fonction de l'évolution de l'utilisation

→ **GRC (Gestion Relation Clients) et statistiques :**

Le CDT accompagne les utilisateurs de Tourinsoft afin de produire des statistiques émanant du module GRC.

→ **Créations spécifiques et intégration de données au service de tous les utilisateurs :**

Que cela soient les services du CDT ou bien les offices de tourisme, des demandes particulières en fonction des besoins de chacun doivent être développés.

→ **Accompagnement effectué :**

- OT PYRENEES 31 = mise à jour de l'offre touristique, mise en place de la GRC (PC et tablettes), création d'une brochure des fêtes et manifestations (<https://fr.calameo.com/read/005751165778352185eb5>), envoi de cette brochure régulièrement aux prestataires, syndications pour alimenter un site internet (en cours)
- OT VAL'AÏGO = mise à jour de l'offre touristique, mise en place de la GRC et des syndications html pour alimenter le site internet <http://tourisme-valaigo.fr/> Envoi d'une newsletter (en projet)
- OTI AUX SOURCES DU CANAL DU MIDI LAURAGAIS REVEL SOREZOIS = syndications pour l'alimentation d'un abri connecté (en cours) et syndications pour alimenter la partie « Agenda » du site de la mairie de Revel <https://www.mairie-revel.fr/agenda/>
- OFFICE DE TOURISME DE TOULOUSE / AGENCE D'ATTRACTIVITE DE TOULOUSE METROPOLE = syndications pour l'alimentation d'une borne tactile au Donjon du Capitole à Toulouse (en cours)
- PAYS TOLOSAN = syndications pour l'alimentation de l'application CAP Pays Tolosan
- OTI COEUR ET COTEAUX DU COMMINGES = Syndications pour l'alimentation du site, www.coeurcoteaux-comminges.fr/. Création de documents contenant des sélections de manifestations. Envoi d'un mailing ciblé et automatisé à l'attention de la presse (avec un lien vers un des documents à jour en permanence)
- OTI DU VOLVESTRE = Mise en place de la GRC et syndications pour alimenter le site <https://tourisme.volvestre.fr/>
- SICOVAL = Mise à jour des offres touristiques et syndications html pour alimenter le site. <https://www.sicoval.fr/fr/nous-connaître/tourisme-1.html>
- OTI COEUR DE GARONNE = syndications pour l'alimentation du site <https://tourismecoeurdegaronne.com/>
- OT DES HAUTS-TOLOSANS = syndications pour alimenter le site <https://tourisme.hautstolosans.fr/>

→ **Les sites internet et plateformes alimentés par Tourinsoft :**

www.hautegaronnnetourisme.com

www.visitehautegaronne.com

www.tourisme-occitanie.com

www.lespyrenees.net

www.francevelotourisme.com

www.datatourisme.gouv.fr (Manifestations, visites, patrimoine et loisirs)

www.justtosay.fr (Manifestations),

www.gites-de-france-31.com (Localisation des offres touristiques à proximité des hébergements)

marando.haute-garonne.fr (Alimentation par syndication de l'offre touristique à proximité des randonnées du département)

www.toulouse-tourisme.com

www.auxsourcesducanaldumidi.com

www.lauragais-tourisme.fr

www.canaldes2mersavelo.com

→ Les applications mobiles alimentées par Tourinsoft :

- Canal du Midi
- Saint Jacques de Compostelle

→ Projets

- Accompagnement de nouveaux utilisateurs de Tourinsoft, soit pour l'alimentation de leur site, soit pour mettre à jour les données, pour améliorer et faciliter leur utilisation...
- Alimentation du nouveau site internet du CDT
- Import des données Fératel (nouvel outil de la centrale de réservation) dans Tourinsoft = affichage de l'offre Gîtes de France et des disponibilités en temps réel sur le site du CDT
- Offres 82 intégrées dans TS pour affichage de l'offre sur le site Vignobles et découvertes et pour faciliter l'utilisation de la GRC pour l'OT DU VIGNOBLE DE FRONTON. Pouvoir également répondre à la demande avec un seul outil.
- Alimentation de la base de données du Conseil départemental pour la carte touristique papier et numérique.

• **Collecte de la donnée touristique du département**

La base de données départementale, mutualisée avec les OTI, comporte aujourd'hui environ 6000 offres (hors fêtes et manifestations)



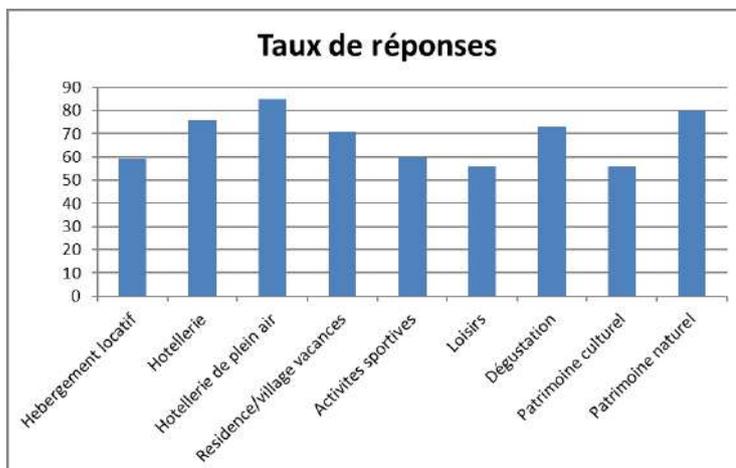
Au service des acteurs du tourisme départemental, cette base permet de centraliser les données touristiques départementales (hébergements, restauration, loisirs, patrimoine, manifestations...), de garantir la qualité des données récoltées, de partager en temps réel ces informations sur plusieurs sites internet, sur l'Open Data et sur d'autres supports de communication (brochures...)

Chaque année, le comité départemental du tourisme et certains offices de tourisme effectuent la mise à jour des données.

Pour ce faire, 2 moyens :

- l'envoi d'un questionnaire papier pré-rempli qui sera retourné modifié et signé par le prestataire puis saisi dans Tourinsoft.
- l'envoi d'un questionnaire web qui permet aux prestataires de mettre à jour leurs informations directement suite à une validation de l'OTSI ou du CDT.

La diffusion de l'information est ainsi valorisée sur l'ensemble du Réseau d'Informations Touristiques et les sites web des partenaires.



→ Taux de réponse pour les mises à jour sur l'ensemble des offres du département

Globalement, les informations de notre base de données sont mises à jour de façon satisfaisante. Le CDT accorde une importance majeure à ce que les données soient régulièrement vérifiées pour assurer une information fiable sur le site internet et son réseau.

RAPPORT D'ACTIVITE

ESPACE TOURISME



L'Espace tourisme est ouvert du lundi au vendredi de 8h30 à 18h et le samedi de 10h à 18h.

L'équipe présente a pour mission :

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

L'actualité sociale et les variations climatiques (arrivée tardive de la neige en début et fin d'année; épisode de canicule estivale) pénalise la fréquentation mais aussi modifie le comportement touristique de nos visiteurs.



→ Fréquentation

En 2019, l'activité de l'Espace Tourisme baisse de 5% par rapport à 2018 : 2500 contacts* utiles comptabilisés.

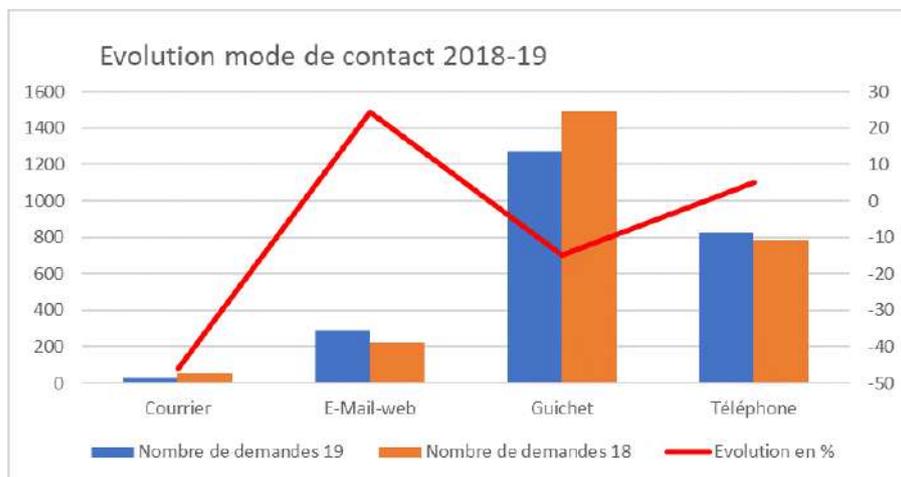
*On entend par contact utile toute demande ayant fait l'objet d'une réponse personnalisée.

88.7% des demandes touristiques émanent de Français, les 11.3 % restants sont essentiellement des anglophones et des hispaniques.

La majorité des contacts utiles français proviennent : Région Occitanie (57%), Grand Ouest (15.5%), l'Île de France (8.2%).

→ Evolution des contacts

La conjoncture sociale et l'instabilité climatique ont conduit nos visiteurs à utiliser majoritairement les modes de contacts suivants :



- + 5 % du nombre d'appels téléphoniques
- + 24.4 % du nombre de demandes touristiques via mail, le contact du site internet Haute-Garonne Tourisme et les réseaux sociaux.
- -14.8 % du nombre de demandes au guichet

→ Qualification de la demande

Les tensions sociales et les aléas climatiques ont également impactés le type de demandes.

En 2019, l'intérêt des visiteurs pour le département est de 69 % soit une progression de 14.8%.

En revanche, les demandes concernant la Métropole Toulousaine sont de 38,5% soit en recul de 38%.



→ Selon les saisons, les attentes varient

- Hiver :

Vente de forfaits de ski pour les stations de Superbagnères, de Peyragudes et du Mourtis (cf Chiffre affaire SLA)
Information séjours, activités à la neige (ski, raquettes, Fatbike...)

- Toutes saisons :

Itinérance douce (randonnées pédestres et cyclos), notamment le GR Via Garona et le Canal du Midi.

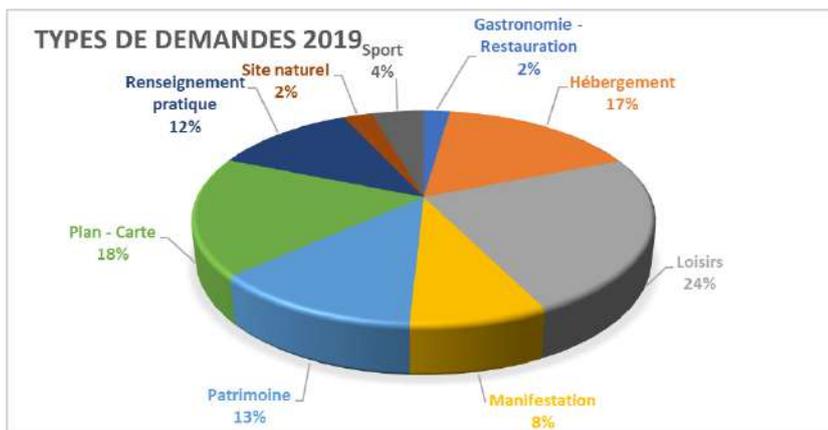
Nous proposons à la vente des Topoguides (La Via Garona, le Pays Lauragais, Canal des 2 mers...) : 450 € de CA.

- Billetteries activités:

Cité de l'Espace, Aéroscopia, Pass Tourisme...(cf. Chiffre affaire SLA)
Billetterie Festival : Festival du Comminges, Festival Jazz sur son 31, Festival Musiques en Dialogues...

Le Guide « Haute-Garonne secrète » a connu un grand succès grâce aux 17 publications dominicales de la Dépêche du Midi.

Par ailleurs, nous constatons toujours le même intérêt marqué pour les déplacements doux Le guide Evasion, 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 des évènements sociaux, des animations organisées en partenariat avec des offices du Tourisme ont été annulés tel que :

- 20 avril 2019 : une animation autour du Papogay avec l'Office du Tourisme du Volvestre
- 22 juin 2019 : une animation avec l'Office du Tourisme du Pays Tolosan

D'autres manifestations ont été maintenues :

- dans le cadre des petits déjeuners gourmands avec notre partenaire Table et Auberge de France, l'Espace Tourisme a invité les toulousains le 19 juin au matin pour un petit-déjeuner afin de mieux faire connaître le lieu. Une quarantaine de personnes ont participé cet échange, cette découverte conviviale autour de « chocolatine » et de jus de fruits de producteurs locaux.
- dans le cadre du Festival Jazz sur son 31, nous avons accueilli des partenaires Haute-Garonne Tourisme et remis des billets du concert d'Avishai Cohen Trio. Par le biais de cette manifestation nous avons consolidé les relations avec nos prestataires.



RAPPORT D'ACTIVITE

SERVICE LOISIRS ACCUEIL



Le CDT31 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.

Le CDT31 est souscripteur d'une garantie financière et d'une assurance Responsabilité Professionnelle lui permettant d'être immatriculé au Registre des opérateurs de voyages.

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 - www.resa31.com



Détail des offres proposées par la centrale de réservation

→ Hébergements locatifs

Meublés de tourisme Gîtes de France et Clévacances, gîtes de groupe et chambres d'hôtes.



→ Séjours thématiques

Séjours packagés

(hôtels + activités /remise en forme/ ski),

Séjours enfants/ados

(hébergement en pension complète + activité)

→ Billetterie

Entrées à la Cité de l'Espace et Aéroscopia, repas-croisière sur l'Occitania.

Forfaits de ski, entrées à l'Espace forme de Luchon



• **Activité commerciale "Clientèle individuelle"**
Saison commerciale 2019

Nombre de dossiers	Volume d'affaire
3 042	1 776 427 €

→ **Les points importants de l'année à retenir**

Le comparatif 2018 montre que les résultats sont en légère augmentation de 2% en volume d'affaires alors que le nombre de dossiers reste équivalent.

Les résultats sont satisfaisants malgré une année présentant un contexte difficile :

- Annulations de séjour causées par les images de violence à Toulouse en marge des mouvements sociaux « Gilets Jaunes »
- Contestations de certains clients concernant les frais supplémentaires facturés sur les contrats de réservation avec notamment la taxe de séjour
- Mauvais fonctionnement du site Internet national des Gîtes de France qui représente un apporteur d'affaires très important pour la vente web du label
- Arrivée tardive de la neige qui a pénalisé les réservations dans les Pyrénées

→ **2019 en chiffres**

- Prix moyen du dossier de réservation : 584 euros en 2019 (566 euros en 2018). Les réservations de gîtes dans le cadre de déplacements professionnels font augmenter le prix moyen du dossier.
- Part des réservations société/entreprise : 35%
- Part Internet : 32%
- Durées de séjour : 1 à 2 jours (16%) - 3 à 6 jours (10%) – 7 jours (45%) – 8 jours et + (29%)
- Clientèle française : 89%
- Clientèle étrangère : 11%



Une billetterie de forfaits de ski est mise en place durant la saison hiver.

Ces forfaits sont vendus à l'Espace Tourisme ou par le biais du site internet de réservation www.resa31.com

Les résultats sont en augmentation : +70 % (comparatif hiver 2018/2019)

Stations	Forfaits	Volume d'affaires
Peyragudes	165 forfaits	5 926 €
Superbagnères	842 forfaits	21 097 €
Le Mourtis	230 forfaits	4 664 €
TOTAL	1 237 forfaits	31 687 €

Ce sont des forfaits de ski à la journée à tarif préférentiel qui concernent 3 stations :

- Luchon-Superbagnères
- Peyragudes
- Le Mourtis

FOCUS PARTENARIAT AGENCE ADVENTURE CREATORS

Afin de proposer et de commercialiser des hébergements de la centrale de réservation à l'international, un partenariat commercial a été mis en place avec l'agence « Adventure Creators » représentée par Penny Walker.

Cette agence propose essentiellement des locations de vacances situées dans les Pyrénées à une clientèle anglaise et américaine.

En 2019, plus d'une vingtaine de dossiers ont été enregistrés.

En juin 2020, l'accueil de la bloggeuse « Jenny Eaves » se fera en partenariat avec Haute-Garonne Tourisme et Adventure Creators.

Ce type de partenariat prometteur est à développer pour l'année 2020.



La clientèle issue de la Haute-Garonne est la plus importante (20 %) confirmant la part importante du tourisme de proximité. La plupart sont des habitants de la ville de Toulouse.

Les départements de la région d'Île de France représentent une part importante de notre clientèle et se situent en 2ème position : Paris, Essonne, Seine-et-Marne, Seine-et- St Denis et Val-de-Marne.

Les départements de l'ouest de la France arrivent en 3ème position avec notamment : la Loire Atlantique, la Gironde, l'Île et Vilaine et le Calvados.

→ La part de la clientèle étrangère

La part de clientèle étrangère correspond à 11% de la clientèle globale. Elle progresse de 3 points par rapport à 2018. Elle est représentée majoritairement par :

- | | |
|---------------------|----------------------|
| 1. Pologne (42 %) * | 4. Portugal (9%) |
| 2. Espagne (14 %) | 5. Royaume-Uni (8 %) |
| 3. Belgique (12 %) | 6. Allemagne (6 %) |

*cette clientèle consomme essentiellement du séjour pour des déplacements professionnels, dans des hébergements à proximité de Toulouse

TAXE DE SEJOUR

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

Cette nouvelle disposition implique le fait que ces plateformes se substituent aux propriétaires pour le reversement de la taxe aux collectivités et l'accomplissement des formalités correspondantes.

En tant qu'acteur issu de l'économie traditionnelle, ce type de disposition conçue à l'origine pour cibler les grands opérateurs numériques a représenté un défi logistique de taille que la centrale de réservation s'est efforcée de relever avec application, dans l'esprit d'un véritable développement des territoires et de partenariats durables.

Ainsi, durant l'année 2019, la centrale de réservation a investi en développements techniques avec son opérateur informatique et en ressources internes pour la mise en place de cette collecte.



En conséquence de ce travail et de cette implication au plus près des territoires, la centrale de réservation a reversé aux communes rurales un montant total de : 36 052 euros

→ La reversion de la taxe en détail

- CC Pyrénées Haut-Garonnaises = 9442.33 €
- CC Toulouse Métropole = 8867.69 €
- CC des Terres du Lauragais = 5273.78 €
- CC Cagire Garonne Salat = 3881.51 €
- CC Cœur et Coteaux du Comminges = 3002.55 €
- CC Lauragais Revel Sorezois = 2859.25€
- CC Hauts Tolosans = 1639.07 €
- CA du Sicoval = 587.63 €
- CC Val'Aïgo = 349 €
- CC de la Gascogne Toulousaine = 149.76 €



RAPPORT D'ACTIVITE

CONGRES SEMINAIRE GROUPE



On considère que le Tourisme d'affaires regroupe des déplacements individuels ou organisés, effectués pour des motifs professionnels et dont la durée est d'au moins 24h.

Le CDT, depuis plusieurs années, a mis en place une politique de soutien à l'organisation des congrès pour les inscriptions, l'hébergement, le transport et la restauration des congressistes afin d'augmenter le volume d'affaire.

Dans un partenariat privilégié avec les hôtels, le service Congrès consolide l'offre et propose des prestations adaptées à la demande de la clientèle d'affaire.

Force de proposition sur les critères de sélection sur l'accès, la qualité du service, le rapport qualité/prix, le service devient maître d'œuvre dans la mise en place d'un formulaire de réservation en ligne.

Cette mise en place s'est illustrée en 2019 par la gestion de 3 congrès correspondant à un volume d'affaire de 159 542€.

La gestion de séminaire et de groupes de loisirs représentant quant à elle 146 214€ (groupe : 24h eole, JAZZ, AAE, DAV) scolaires et séniors).



RAPPORT D'ACTIVITE

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.



- Evolution de la fréquentation 2018-2019

Mois	2019	2018	%
Total	36 572	39 776	-8%

La fréquentation touristique du bâtiment des Olivétains est en baisse de -8 % par rapport à 2018. Ce sont les mois de printemps (avril, mai et juin) qui ont fortement généré cette diminution. En effet, une partie des groupes accueillis comptabilisés à l'accueil sur cette période comprennent moins de participants. Les conditions météorologiques du printemps n'ont pas incité les touristes à se rendre sur le site. Le reste de l'année a plutôt été stable.

- Clientèle étrangère

Pays	2019	2018	%
Total	6 052	6 526	-7.3%

La fréquentation des visiteurs étrangers est en baisse de 7.3 % par rapport à 2018. Le mouvement « gilets jaunes » ainsi que le Brexit ont dissuadé les touristes de venir en France. Les clientèles espagnoles et anglaises restent majoritaires.

La clientèle étrangère représente 16.6% 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 (44).

Durant les périodes de vacances scolaires, il s'agit plutôt d'une clientèle familiale. En avant et arrière saison, ce sont surtout des séniors (camping-caristes, associations culturelles) et des scolaires qui fréquentent le site.

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

Mois	2019	2018	%
Total	76 350 €	72 663 €	+5%

Le chiffre d'affaires de la librairie est en hausse de 5% cette année malgré la légère baisse de fréquentation. C'est durant le 1er semestre ainsi qu'en septembre et octobre que les ventes augmentent signifiant que la clientèle estivale (août) consomme moins.



• Les chiffres clés

	2019	2018	%
Nb de groupes	149	153	-2.6%
Volume d'Affaires en € TTC	46 904	39 460	+19%
Marge en € HT	12 525	12 508	+0.1%
Reversement prestataires en €	31 875	25 313	+25.9%

Au total, ce sont plus de 4 700 personnes qui ont consommé une visite guidée dans le cadre de nos prestations.

Le volume d'affaires de 46 904 € est en forte hausse par rapport à l'année 2018.

Nous avons maintenu une marge stable.

La hausse du volume d'affaires s'explique d'une part par la vente de séjours multi-activités et d'autre part par une hausse de produits vendus en octobre grâce à une météo favorable.

Le total du volume d'affaires incluant les ventes en librairie + les produits groupes est en forte augmentation avec un total de 123 254€ soit près de +10%.

ACTIONS MENEES POUR LE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

- Mise en place du label « Accueil Vélo » aux Olivétains le 1er janvier
- Mise en place d'un jeu de piste pour enfants autour d'une chasse aux œufs au moment Pâques
- Rédaction des Itinéraires de Découvertes – Haute Garonne secrète
- Réalisation d'un dépliant « Parcours de visite sur le site antique » destiné aux adultes
- Réalisation d'un dépliant « Parcours de visite sur le site antique » destiné aux enfants, dans le cadre de la mise en place d'un produit visite individuelle pour 2020.
- Classements meublés : l'équipe des Olivétains assurent le classement de meublés de tourisme et des Gîtes de France dans le sud du département.
- Journées de l'archéologie le 16 juin 2019. Visite du site archéologique et de la Basilique Saint-Just de Valcabrère en lien avec William Van Andringa (directeur des fouilles sur St-Bertrand).
- Participation à l'organisation nationale des Journées du Patrimoine. 2 visites/ jour : « Arts et divertissement ».
- Conception d'un jeu de piste pour Halloween.
- Conception de différents produits sur Saint-Bertrand de Comminges/Valcabrère et sur les territoires de « Pyrénées Haut-Garonnaise » et « Cœurs Coteaux Comminges ».



- Visites guidées pour individuels proposées 2 fois par semaine durant la saison estivale. « Rembobinez l'histoire, une visite du village et une vue panoramique du site antique ».
- Participation aux Bourses d'échange les 5 avril et 8 novembre 2019.
- Chronique Haute-Garonne secrète Altitude FM, émission diffusée tous les lundis à 16h45 pour une durée de 45mn. Un circuit/semaine est présenté à la radio.

• Dans le cadre des 31 Notes d'Eté

→ « Visites touristiques » d'avant spectacle le 14 juillet. « A la découverte du village médiéval ».

→ « Visites touristiques » d'avant spectacle le 4 août. « La Garonne, source de vie depuis l'Antiquité » conçue pour l'occasion.

• Accueils presse

- Pré-tour Nature «Rendez-vous en France» en collaboration avec OTI Pyrénées 31, le 16 mars
- Un lieu, une histoire – France 3, le 1er mai
- Accueil blogueur de Beauxlentsdemain, le 4 août
- Interview radio « Une heure en France –France - France bleu Occitanie, le 11 juin
- Repérage pour un film promotionnel commandé par le CD31 réalisé par W2P, le 19 août
- Préparation et repérage pour le tournage Via Occitanie avec Média Sud, le 9 septembre
- Tournage pour la chaîne Via Occitanie, le 19 septembre
- Hap Tag Media pour la réalisation d'un film promo Toulouse / Haute-Garonne
- Catherine Painset, la Voix du Nord, le 29 septembre
- Pavla Apostolaki, journaliste tchèque en freelance, le 8 octobre.

• Eductours



- Eductour pour les équipes de l'abbaye de l'Escaladieu et des grottes de Gargas, le 14 janvier
- Eductour pour l'équipe du palais des Evêques de Saint-Lizier (09), le 14 octobre
- Eductour pour les prestataires de la Haute-Garonne (de Luchon à Cazères). Visite panoramique du site et découverte VTTAE (vtt électriques) et trottinettes électriques suivis d'un apéritif dans le cloître, le 9 juillet.

• Salons

- Festival de Luchon, du 6 au 10 février
- Salon de l'Agriculture, du 27 février au 3 mars
- Foire de Toulouse, du 15 au 16 avril
- Fête de l'Huma à Paris, du 13 au 15 septembre.
- Salon de la Montagne au Mourtis, du 14 au 15 septembre
- Salon TAF de Saint-Gaudens, le 17 octobre.

Sur les demandes de classement adressées au CDT en 2019, 63 visites ont été traitées par les Olivétains sur le sud du département. 19 reclassements pour les Gîtes de France ont également été réalisés par les Olivétains sur cette même zone géographique.

EXPOSITIONS

- Les expositions temporaires aux Olivétains

Période du 15 juin au 30 septembre 2019 : « **Hommage à l'exil et au combat républicain espagnols** » est présentée du 4 juin au 29 septembre dans la Chapelle des Olivétains. Cette grande exposition de 49 photographies rassemble à la fois des clichés des photographes toulousains Germaine Chaumel et Enrique Tapia Jimenez issus de différents fonds d'archives.

« **La collection permanente** » du Conseil départemental, est présentée dans la Fosse aux Ours des Olivétains puis dans la Chapelle. Elle s'est constituée au fil des années grâce aux **dons des artistes ayant exposé dans le bâtiment**, rassemblant peintures, sculptures, céramiques, dessins...

Période du 8 octobre au 19 janvier 2020 : « **Hamburger** » de **Barbara OLMOS**. La série photographique de Barbara Olmos questionne sur la surabondance des objets du quotidien et de leur diffusion et de leur consommation à travers le monde

SPECTACLES PRESENTES PAR LA DIRECTION DES ARTS VIVANTS

→ Les spectacles de 31 notes d'été

Les Olivétains/Haute-Garonne tourisme ont participé à la logistique de ces spectacles sur le site de Saint-Bertrand. Affichage, fléchage, accueil des artistes et catering, communication sur les réseaux sociaux...

→ Dimanche 14 juillet 2019

Spectacle "Verbena", compagnie La Baraque à 17h

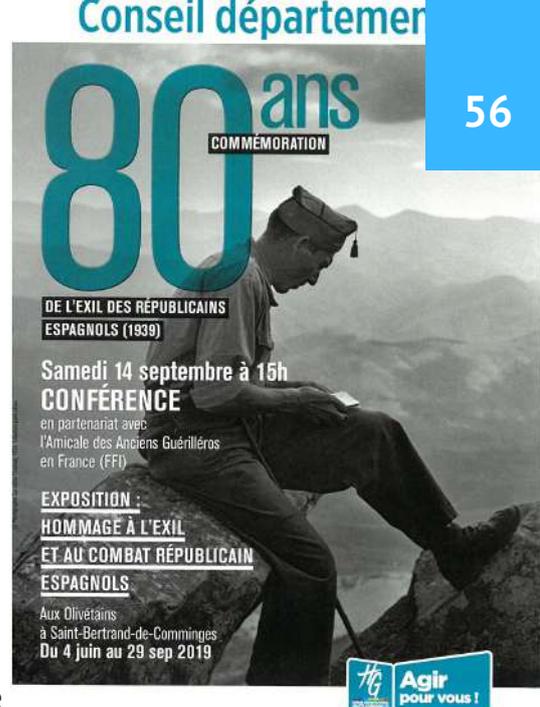
Spectacle participatif, rencontre entre danse contemporaine et musiques hispaniques. 1 couple de danseurs, 1 guitare flamenca et 1 tuba.



→ Dimanche 4 août 2019

Les z'OMNI à 17h

4 comédiennes chanteuses reprenant de manière totalement revisitée une nouvelle fantastique de Maupassant "Sur l'eau".



- **Fréquentation Cathédrale Sainte-Marie**

	2019	2018	%
Total	32 334	33 997	-5%

Source : Mairie de Saint-Bertrand

Le nombre d'entrées payantes de la cathédrale est en légère baisse par rapport à 2019 (-5%).

- **Fréquentation Basilique Saint-Just de Valcabrère**

	2019	2018	%
Total	15192	15 212	-0.13

Source : Mairie de Valcabrère

Le nombre d'entrées payantes de la basilique reste stable.



RAPPORT D'ACTIVITE

CHATEAU DE LAREOLE



Acheté par le Conseil Départemental en 1984 le site va être restauré pendant 20 ans avant d'ouvrir au public en 2004.

L'animation des lieux est confiée au Comité Départementale du Tourisme qui assure les visites guidées du château, des expositions, présente les spectacles et gère une librairie boutique ainsi qu'un salon de thé.

Le Château de Laréole est ouvert du 1er juin au 30 septembre 2019.



	2018	2019	%
Fréquentation	21 408	23 087	+ 7,8%
CA Librairie	14 874 €	19 711 €	+ 32,5%
CA Salon de the	26 784 €	40 614 €	51,6%

- Pour cette saison 2019, nous retrouvons une fréquentation comparable aux meilleures saisons et un pic de visiteurs durant le mois d'août : 13 136 personnes.
- Les visiteurs viennent à plus de 60% du département de la Haute-Garonne (70% en incluant les départements limitrophes). A noter cette saison une baisse notable du public étranger et qui semble conforme avec les enquêtes touristiques régionales ou nationales (près de 1000 enquêtes particulières ont été réalisées sur Tourinsoft via une tablette)
- Le chiffre d'affaires de la librairie est en nette progression +32% (meilleur CA depuis l'ouverture du château). L'installation du kakémono sur le mur de l'Espace Accueil a permis de nous rendre plus visible.
- Le chiffre d'affaire du salon de thé est également en forte progression : +51% et une nouvelle fois le meilleur CA depuis l'ouverture du château. (CA de 11 000 € lors de la soirée des 31 Notes d'Eté)
- Après avoir mis en avant le miel du château en boutique ou la Biérataise au salon de thé, pour 2019 nous avons mis de nouveaux articles de nos partenaires locaux en vente dans notre boutique (l'ail AOP de Cadours) et dans notre salon de thé (jus de raisin et cidre de la Ferme de la Come).



- **Les Expositions**

Le Conseil départemental a offert au public toute cette saison et pour la première fois 2 expositions : Bernard Cadène « 60 ans de création » dans le château et Lucien Vieillard dans la nouvelle salle inaugurée le 4 juin 2019.

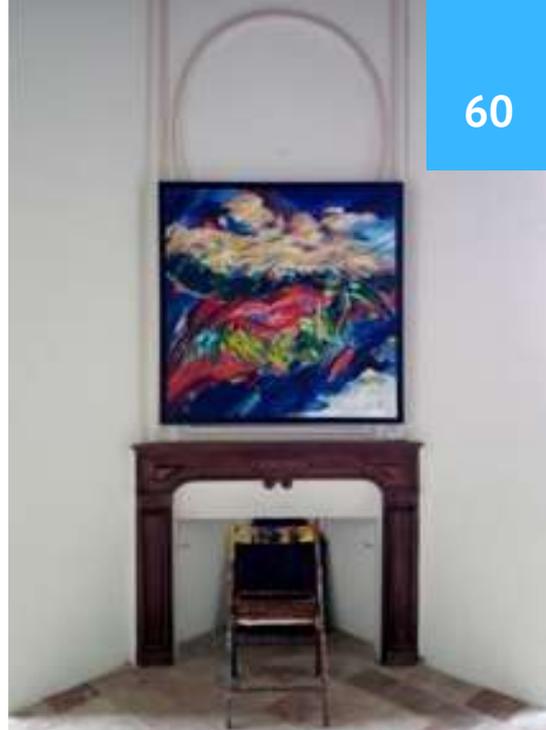
- **Les Spectacles**

Les spectacles du samedi 20 juillet au dimanche 25 août au château de Laréole – 6 665 spectateurs.

Samedi 31 août à 21h : « Les Négresses Vertes » – plus de 3 000 spectateurs.

- **Les Journées du Patrimoine**

Les « Journées européennes du patrimoine » rencontrent toujours autant de succès. A cette occasion 668 visiteurs (équivalent à la saison passée) sont venus au château de Laréole sur ce seul week-end et ont très largement demandé à suivre des visites guidées autour de l'exposition « Bernard Cadène – 60 ans de création ». Ils ont pu apprécier durant les deux jours les visites commentées par l'artiste.



RAPPORT D'ACTIVITE

MAISON DE LA

HAUTE-GARONNE PORT-LAURAGAIS



Antenne commerciale du CDT31, la Maison de la Haute-Garonne a pour mission d'assurer la promotion touristique du territoire au travers de ses savoir-faire (gastronomie et artisanat), de son patrimoine et de ses offres touristiques.

Son rôle est d'inciter les visiteurs à découvrir, à séjourner et à consommer en Haute-Garonne.

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

Elle a réalisé en 2019, toutes activités confondues

→ un chiffre d'affaires global HT de 484 000 €

→ en hausse de + 6.5%



- **Rencontres avec les prestataires**

La Maison de la Haute-Garonne était présente sur les opérations suivantes :

- Les deuxièmes rencontres Tourisme en Terres du Lauragais organisées par l'OTI le 25 mars 2019 à Nailloux
- Bourse d'échange de Haute-Garonne Tourisme le 05 avril 2019 à Cintegabelle
- Bourse d'échange du Pays Lauragais le 11 avril 2019 à Durfort
- Bourse d'échange de l'Aude le 17 avril 2019 à Narbonne
- Bourse d'échange d'hiver de Haute-Garonne Tourisme à Carbone le 8 novembre 2019
- Eductour en Pays Lauragais le 28 novembre 2019

- **Actions en lien avec les autres services du CDT31**

→ **Accueil Presse CDT 31**

Dans le cadre des accueils presse organisés par Haute-Garonne Tourisme, la Maison de la Haute-Garonne a reçu des blogueurs ou des journalistes lors de leur circuit sur le canal du Midi.

- 15 mai : Etape à Port-Lauragais du blogueur Bruno Prieur lors de son parcours à vélo le long du canal avec visite commentée de l'exposition et pause gourmande à la boutique
- 8 juillet : accueil d'un journaliste et d'un photographe du magazine « Détours en France » pour un reportage sur le canal du Midi
- 14 septembre : Accueil des blogueuses allemandes « Les Berlinettes » à l'occasion de leur circuit à vélo

→ **Labellisations**

- Renouvellement du label « Accueil vélo » : En octobre, l'exposition et la boutique de la Maison de la Haute-Garonne ont renouvelé pour 3 ans supplémentaires ce label assurant aux cyclistes la mise à disposition de services et d'informations adaptés à leur mode de déplacement.
- Démarche Qualité : Un premier travail d'analyse et d'évaluation a été réalisé en 2019 en vue de l'obtention du label « Qualité Tourisme ».

→ **Comité éditorial site internet du CDT 31**

- La Maison de la Haute-Garonne collabore aux comités éditoriaux de création et d'animation de la nouvelle communication digitale du CDT31 (site internet et réseaux sociaux).



• Actions en lien avec le Pays Lauragais

La Maison de la Haute-Garonne fait partie du réseau Tourisme mis en place par le PETR Pays Lauragais avec les 4 OTI du secteur, afin de mener des actions mutualisées à l'échelon du territoire. Dans ce cadre, elle a pris part aux projets suivants en 2019 :

- Réédition de la carte touristique du Pays Lauragais
- Nouvelle édition du guide des producteurs du Lauragais « Les carnets gourmands » dont la sortie est prévue début 2020
- Préparation de la troisième édition du Canalathlon qui aura lieu en octobre 2020 entre Fanjeaux et Bram avec un parcours en canoë sur le Canal du Midi qui conclura cette course familiale et conviviale.

LA MAISON DE LA HAUTE-GARONNE - EXPOSITION CANAL DU MIDI ET SON ESPACE TOURISME

Ce bâtiment, situé entre les deux parkings autoroutiers, 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.

Le site est ouvert au public, tous les jours, de mai à septembre. Deux agents y assurent, à tour de rôle, l'accueil, l'information touristique, les visites guidées et la commercialisation des produits touristiques. Hors saison, l'exposition reste accessible aux groupes, sur réservation.

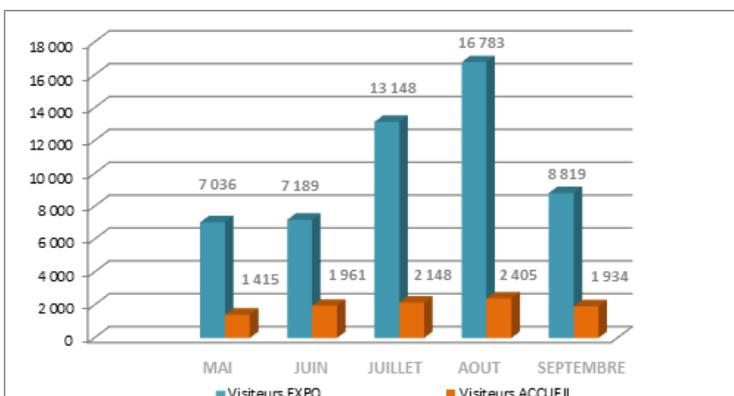
→ A noter

- En 2019, une nouvelle activité de location de vélo y a été mise en service
- Deux petites expositions temporaires ont été accueillies sur la saison : Une exposition sur le travail du lycée du bois de Revel (du 27/05 au 12/07) et une exposition de VNF sur le canal du Midi (du 18/07 au 27/09)

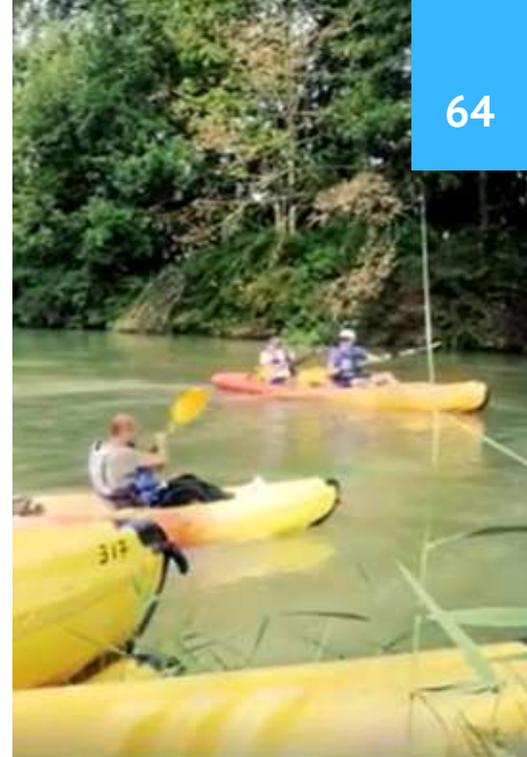
• Fréquentation

→ Fréquentation de l'Exposition "Canal du Midi" et de son Espace Tourisme

En 2019, l'exposition a accueilli 52 975 visiteurs; L'espace Tourisme, situé dans la salle d'exposition, totalise 9 863 entrées. La répartition mensuelle est la suivante :



La fréquentation 2019 de l'exposition est en diminution de -2.4 %, liée à des mois de mai et juin décevants. La fréquentation de l'espace Tourisme enregistre une baisse plus modérée de -1.2%.





De nombreux dépliants touristiques sont mis à la libre disposition des visiteurs qui peuvent ainsi obtenir les renseignements nécessaires sans faire appel aux conseillers présents.

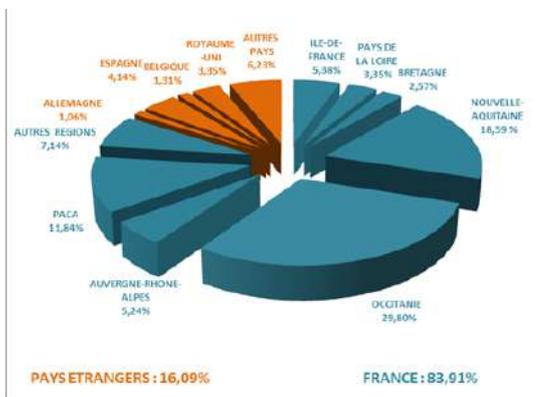
Les analyses suivantes ne concernent que les demandes qui ont été formulées au comptoir et enregistrées via le logiciel Tourinsoft.

4 594 visiteurs (soit 47 % des entrées enregistrées à l'espace tourisme) ont demandé au moins un renseignement touristique au guichet : c'est 9% de plus qu'en 2018. On note pour 2019 une baisse sensible des visiteurs étrangers (-18%) au profit des visiteurs français (+16%).

8 405 demandes d'informations touristiques ont été traitées sur la saison 2019.

On constate, comme à chaque saison, le même intérêt pour le canal du Midi que les touristes souhaitent découvrir à vélo ou en bateau.

Origine géographique des visiteurs en 2019



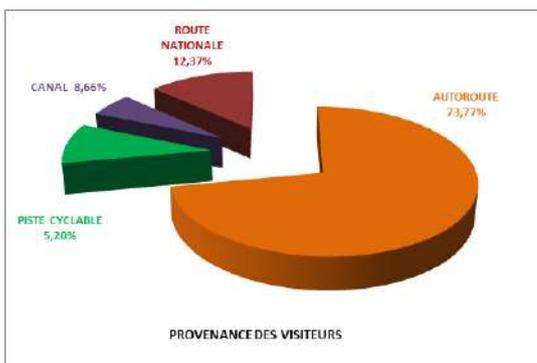
Les touristes français représentent pratiquement 84% des visiteurs conseillés. Ils proviennent principalement des régions Occitanie, Nouvelle Aquitaine et PACA.

Les touristes étrangers (16 %) sont en majorité espagnols et britanniques. Dans la catégorie « Autres pays », on retrouve principalement les Etats-Unis, l'Italie, le Canada et la Suisse.

Mode d'accès à Port-Lauragais

Port-Lauragais est une aire autoroutière dont la particularité est d'être également accessible par la route et le canal du Midi.

En 2019, 26% de visiteurs sont arrivés à Port-Lauragais par le canal du Midi, sa piste cyclable ou la route. C'est une proportion importante confirmant que cette aire d'autoroute est aussi une destination à part entière avec son port et ses activités autour du canal.



- **Activité commerciale en boutique : Librairie, Location de vélo, Billeterie individuelle**

→ **La librairie**

Située dans l'espace Tourisme, une petite librairie propose à la vente des livres, affiches, produits « souvenirs » sur le thème du canal du Midi.

Les ventes de la saison 2019 s'élèvent à 5 100 € TTC pour 600 clients comptabilisés.

Nouveauté 2019 : Un service de location de vélo a été mis en place grâce au contrat de partenariat conclu avec la société de location « Paulette ».

Ce service a fonctionné du 10 juillet au 30 septembre : 80 vélos ont été loués pour un chiffre d'affaires global de 1 560 € TTC et 500 € TTC de commission dégagée.

→ **La billetterie**

La boutique commercialise les produits touristiques de Loisirs Accueil Haute-Garonne à destination des individuels, via son logiciel ITEA : 66 billets (Cité de l'espace, croisière sur le canal, forfaits de ski...) ont été vendus en 2019, générant un chiffre d'affaires de 4 085 € TTC.

A noter : les bons résultats de la première année de commercialisation du produit « Croisière sur le canal du Midi », créé par la Maison de la Haute-Garonne en partenariat avec la péniche « Le Surcouf », avec 23 billets vendus sur la saison.

- **Commercialisation des circuits touristiques "groupes" 2019**

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. Ces produits incluent généralement une visite guidée de notre exposition « Canal du midi ».

Deux catalogues « groupes » Scolaires et Adultes (versions Pdf téléchargeables) ont été réalisés en 2019. Les prestations de nos 21 partenaires touristiques du Lauragais (restaurants, lieux de visite, offices de tourisme...) y figurent.

Toutes ces offres sont également disponibles sur le site Web de Haute-Garonne Tourisme via le logiciel de vente ITEA.

6 e-mailings ont été effectués auprès de 2 500 écoles, collèges et centres de loisirs et de 2000 prescripteurs (autocaristes, comités d'entreprise, associations de retraités et associations culturelles).

Les résultats 2019 sont en nette progression : la Maison de la Haute-Garonne a géré 52 groupes (soit 1 627 participants), chiffre en hausse de +36%.

23% de ces groupes sont d'anciens clients, 34% ont été recrutés via nos e-mailings, 30% via le site internet et 13% à l'accueil de l'espace tourisme.

La commercialisation des circuits a généré en 2019 :

- un volume d'affaires de 29 900 € TTC (contre 10 000 € en 2018)
- une commission nette dégagée de 4 355 € HT, multipliée par 2.5 par rapport à 2018

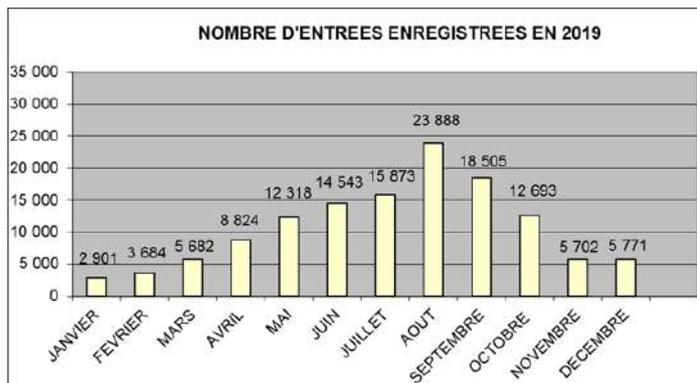
Cette activité profite à l'économie locale puisque un total de 24 650 € TTC a été reversé aux différents partenaires vendant leurs prestations grâce à nos circuits..



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

Ces services sont proposés dans un bâtiment situé sur le port, à 300 mètres de l'exposition « Canal du Midi ».

• Fréquentation globale 2019 de la structure



La Maison de produits du terroir totalise 130 384 entrées en 2019, ainsi réparties sur l'année :

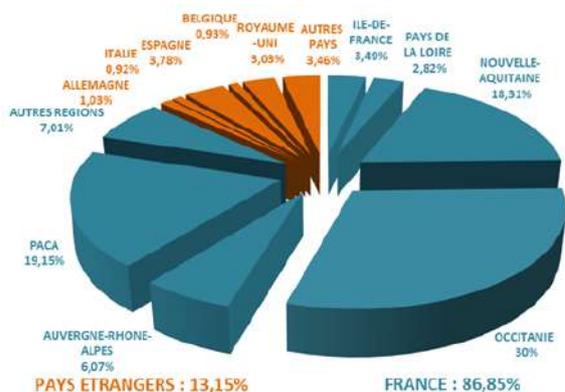
La fréquentation 2019 est quasi-stable par rapport à 2018 (-0.6%).

Les visiteurs voyageant en groupe (en bus ou en péniche sur le canal du Midi) sont toujours très présents sur les ailes de saison (mai- juin et septembre-octobre) : 280 groupes (64 péniches et 216 bus) ont été comptabilisés sur 2019.

• Activité de l'espace tourisme - Typologie des visiteurs

Les données ci-dessous sont extraites du logiciel Tourinsoft : elles ne concernent que les touristes formulant au moins une demande auprès de nos conseillers en séjour. Les visiteurs qui trouvent leurs informations dans les documents laissés en libre diffusion ne sont pas comptabilisés. En 2019, 10 928 visiteurs se sont informés, chiffre en forte hausse par rapport à 2018.

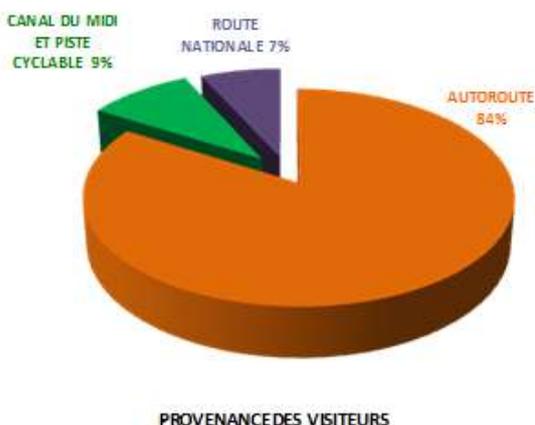
Ceci représente près de 13 000 demandes d'informations touristiques traitées avec toujours les mêmes thèmes abordés : Port-Lauragais et ses environs, le canal du Midi (locations de bateaux, croisières, pistes cyclables, hébergements à proximité, sites à visiter, plans...) et la Haute-Garonne (randonnées, sites à visiter, activités restauration, hébergements...).



Origine géographique des visiteurs 2019

87% 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.

Les touristes étrangers sont toujours majoritairement européens avec une prédominance d'espagnols et de britanniques. Dans la catégorie « Autres pays », on trouve beaucoup de suisses, de canadiens, d'américains et de néozélandais.



Mode d'accès à Port-Lauragais

L'aire autoroutière de Port-Lauragais est un lieu de passage, une étape sur la route des vacances ou lors d'un trajet professionnel : 84% des visiteurs sont arrivés à la Maison de la Haute-Garonne par l'autoroute.

Port-Lauragais est aussi une destination avec ses activités autour du canal du Midi. Ainsi, 16% des visiteurs ont emprunté la route nationale ou le canal du Midi (et sa piste cyclable) pour se rendre sur le site.

• Activité commerciale de la Maison de la Haute-Garonne

→ Les ventes de la boutique 2019

- Le montant total des ventes 2019 s'élève à 513 436 € TTC, en hausse de + 5.8 % par rapport à 2018.

A noter :

→ La légère baisse de fréquentation de la boutique en 2019 (-0.6%) n'a pas affecté son chiffre d'affaires qui connaît une belle progression.
→ On constate un étalement de plus en plus net de l'activité estivale sur juin, septembre et octobre : en 2019, les ventes de septembre sont comparables à celles d'août. Les ventes de juin ou Octobre sont supérieures à celles de juillet.

Le montant des ventes de produits du terroir (Artisanat - Gastronomie) s'élève à 408 300 € HT pour 2019, soit + 6.4% par rapport à 2018. Ce sont ainsi 353300 € HT qui ont été reversés à nos 80 exposants qui commercialisent leurs produits en dépôt-vente dans notre boutique. Ce sont des retombées directes pour l'économie locale.

- 26 046 clients sont comptabilisés en 2019, en augmentation de +2.3%. Le taux de captation de la boutique (ratio nombre de clients/nombre de visiteurs) s'améliore : il passe 19.42% en 2018 à 19.98% en 2019.
- La valeur moyenne annuelle TTC du ticket de caisse 2019 est de 19.71€, en hausse de +3.4%.

→ Les actions commerciales et animations 2019

Animations des 3 et 4 août 2019 avec marché de producteurs :

→ Durant ce week-end estival, de nombreuses animations autour des savoir-faire locaux et du canal du Midi ont été proposées : marché de producteurs, démonstrations, dégustations, expositions de machines agricoles anciennes, balades contées, jeux, chasses au trésor...

→ Organisée en partenariat avec le restaurant « La Dinée », cette opération, relayée sur les réseaux sociaux et sur Radio Vinci Autoroutes, a bien fonctionné.

Les promotions estivales

→ Renouvelées chaque année, elles permettent de proposer à nos clients une sélection de produits gastronomiques locaux à petits prix, mise en avant durant tout l'été. 25 exposants de la Maison de la Haute-Garonne ont contribué cette année au succès de l'opération.

Les dégustations payantes

→ Réalisées dans le cadre des circuits « Groupes » que nous commercialisons, elles permettent aux participants de découvrir les spécialités du terroir et notre boutique. En 2019, 11 dégustations de ce type ont eu lieu, auprès de 313 personnes (5 dégustations pour 90 personnes en 2018).





Opération « Goût de France » les 23 et 24 mars 2019

→ Auparavant nommé « Fête de la Gastronomie », cet événement national se déroule désormais en mars : La Maison de la Haute-Garonne y a participé en offrant des dégustations gratuites de ses produits locaux durant tout le week-end. L'opération, bien relayée sur Radio Vinci Autoroutes et sur les réseaux sociaux, a attiré 500 visiteurs.

Les cartes de fidélité

→ On dénombre 1 329 cartes à fin 2019 avec 127 cartes créées sur l'année

Les bons de réduction 5%

→ Edités en français et en anglais, ces bons sont proposés aux clients séjournant à Port-Lauragais (hôtel, bateaux de location) afin de les inciter à découvrir la boutique.

45 bons de réduction ont été utilisés en 2019 pour un chiffre d'affaires généré de 1 600 €.

Formation « boutique » les 21 et 22 novembre 2019

→ 5 agents de la Maison de la Haute-Garonne ont bénéficié de 2 jours de formation visant à améliorer les performances commerciales de la boutique.



POLE PRODUCTION



RAPPORT D'ACTIVITE

QUALITE



La qualité est un axe de développement touristique incontournable, une des priorités de Haute-Garonne Tourisme.

Après plusieurs réunions organisées en 2017 et 2018 sur l'ensemble du territoire concernant notamment les bons comportements à adopter en matière d'accueil, Haute-Garonne Tourisme a souhaité s'engager dans la démarche Qualité Tourisme Sud de France.

Cette démarche portée par la Région, développée initialement en Languedoc-Roussillon s'étend à l'ensemble de l'Occitanie. 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.



Un premier atelier de travail organisé mi-décembre 2018 et un second en septembre 2019 ont permis aux 15 structures inscrites de bénéficier d'une évaluation personnalisée et d'un accompagnement qui ont conduit à ce jour 5 d'entre elles souhaitant s'engager dans la démarche, à bénéficier de la marque en 2019 :

- Le Labyrinthe à Merville
- Le Camping Pré Fixe à Cassagnabère-Tournas
- Le Musée de l'Aurignacien à Aurignac
- L'Auberge du Poids Public à Saint-Félix-Lauragais
- Le Parc de Loisirs Pyrénées-Hô à Cierp-Gaud



RAPPORT D'ACTIVITE

TOURISME

ET

HANDICAP



Cette marque nationale d'Etat s'inscrit dans une démarche d'intégration des personnes en situation de handicap. Elle permet de passer du " Pouvoir accueillir " que valide la loi, au " Vouloir accueillir " qui émane d'une démarche volontaire de la part du prestataire.

Tourisme et Handicap, c'est la reconnaissance pour un acteur touristique de la volonté d'apporter une réponse à la demande des personnes handicapées de choisir leurs vacances et leurs loisirs en toute liberté, sécurité et autonomie quel que soit leur handicap.

On notera en 2019 un nouveau mode de fonctionnement dans le cadre de l'attribution de la marque. En effet, suite à la suppression au 1er janvier 2019 de la compétence Tourisme des DIRECCTE, en charge jusque-là du fonctionnement de l'attribution de la marque, Tourisme & Territoires (le réseau des agences départementales du tourisme) a été mandaté, dans le cadre d'un marché public, par la Direction Générale des Entreprises (DGE) pour assurer à ses côtés la gestion et l'attribution de Tourisme et Handicap en remplacement des DIRECCTE.



Une nouvelle organisation a été calée avec la mise en place (en décembre 2019) d'une commission territoriale comprenant 6 départements (Ariège, Gers, Haute-Garonne, Tarn, Tarn-et-Garonne, Hautes-Pyrénées), gérée par Haute-Garonne Tourisme, référent territorial, basée sur le même principe de fonctionnement que les commissions régionales organisées jusqu'alors reposant essentiellement sur les partenaires du tourisme et sur les associations de handicapés.

Cette nouvelle commission assure la gestion et le suivi des commissions d'attribution de la marque et devrait se réunir une fois par trimestre.

Le CDT apporte donc son soutien pour une meilleure accessibilité des prestations, accompagne les porteurs de projets dans cette démarche et les différents acteurs dans la qualification de l'offre. Parmi les actions menées en Haute-Garonne :

- 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 devant la 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 :

13 structures ont été visitées dans le cadre d'une pré-évaluation ou d'une prise de contact avec sensibilisation sur le dossier, parmi lesquelles : le gîte le Clos du Cèdre à Launac, la propriété de Mme Monné à Frouzins en cours de réhabilitation avec un projet à vocation touristique, le gîte de groupe de Mme Lagarde à Saint Sulpice sur Lèze, le gîte de Mme Grès à Luchon, l'Envol des Pionniers, le musée de la Résistance et le Château de la Mounède à Toulouse, les Chemins de la Liberté à Marignac, la Chapelle Saint Jacques à Saint-Gaudens, le musée Le Réservoir à Revel, le camping Les Violettes à Deyme, le gîte Chez Antonin à Villeneuve Lécussan ainsi que le village de vacances de Boulogne sur Gesse. On notera également 4 visites supplémentaires en prévision du renouvellement de la marque : le gîte de Mme Fourment à Lodes, l'Hôtel Ibis Aéroport à Blagnac, l'espace EDF Bazacle à Toulouse et la centrale hydroélectrique du lac d'Oô à Luchon.



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

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

Dans le cadre du renouvellement de la marque :

La Maison du Patrimoine à Valentine reconduite pour les 4 déficiences ainsi que la résidence Vestrepain à Toulouse et l'hôtel Campanile Cité de l'Espace ; l'Office de Tourisme de Toulouse qualifié pour la déficience visuelle qui bénéficie désormais des 4 déficiences.

Dans le cadre des nouvelles adhésions : le gîte Le Clos du Cèdre à Launac s'est vu attribuer la marque pour 3 déficiences (auditif, mental et visuel).

→ Actions de promotion et de communication

La liste des structures marquées Tourisme et Handicap peut être téléchargée à partir du site internet du CDT : www.hautegaronnetourisme.com ainsi que le dépliant ; de même, l'ensemble de l'offre est téléchargeable à partir du site des marques nationales du tourisme : www.entreprises.gouv.fr/marques-nationales-tourisme/presentation-tourisme-et-handicap

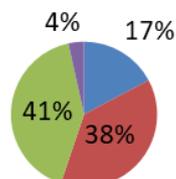
→ En matière de communication, on notera également

- 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 (handica, autonomic...)
- des actions de communication dans le cadre des journées nationales Tourisme et Handicap organisées par l'association nationale Tourisme et Handicaps
- une participation aux trophées du tourisme accessible (en 2019 Aéroscopia a reçu la médaille de bronze avec un 3ème prix)

Au 31/12/2019 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.

Structures labellisées Tourisme et Handicap au 31/12/2019

■ Offices de Tourisme ■ Sites de visite ■ Hébergements ■ Activités



RAPPORT D'ACTIVITE

ACCUEIL VELO



Cette marque nationale permet de rendre visible et de valoriser les structures adaptées à l'accueil des touristes à vélo et de bénéficier ainsi d'un accueil et de services appropriés à leur loisir.

La pratique du vélo étant en pleine expansion, le but est également de développer l'économie touristique liée à ce secteur d'activité.

Tout prestataire (hébergement, 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 qui est délivré pour 3 ans. Au terme des 3 ans une visite de contrôle est nécessaire au renouvellement du label.



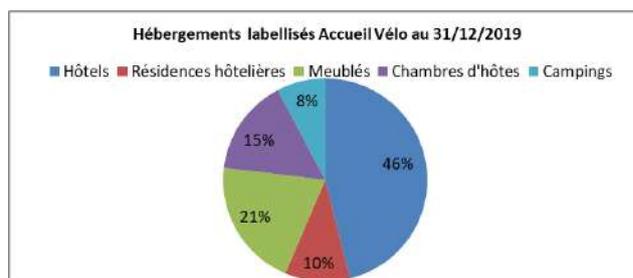
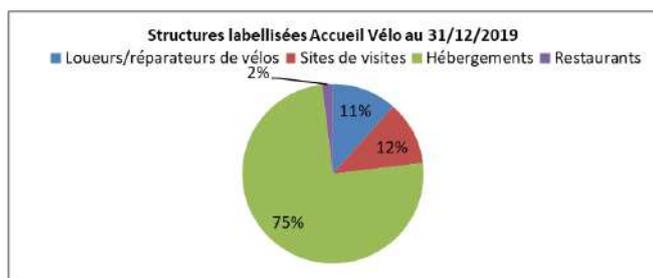
→ Des moyens de communication importants ont été mis en place

- 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. Entièrement refait, il bénéficie de nouvelles fonctionnalités et propose des suggestions de parcours dont 2 en Haute-Garonne. 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 (Festival du voyage à vélo de Vincennes, Salon La Roue Tourne à Roques-sur-Garonne, Salon Fiets à Utrecht, Salon Mondial du Tourisme à Paris) et une mise en avant du label Accueil Vélo sur l'ensemble des salons auxquels participe le CDT.
- une présence sur les réseaux sociaux (instagram, facebook...), un accueil d'influenceurs « de proximité »

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) constitue une ouverture supplémentaire pour le développement du label sur ce secteur.

→ Au 31/12/2019, 52 structures ont le label, parmi lesquelles :

- 6 professionnels du vélo (loueurs/réparateurs)
- 6 sites de visites et de loisirs dont un port
- 39 sites d'hébergement (18 hôtels, 4 résidences, 8 meublés, 6 chambres d'hôtes et 3 campings)
- 1 restaurant



RAPPORT D'ACTIVITE

STATION VERTE



Dans le cadre de sa stratégie de développement touristique, Haute-Garonne Tourisme a décidé en 2019 de s'orienter vers un tourisme de proximité, respectueux du territoire, valorisant les attraits naturels et les caractéristiques locales et de déployer en collaboration avec la Fédération Française des Stations Vertes et des Villages de Neige, le label Station Verte.

Station verte vise à renforcer l'attractivité du territoire concerné et constitue une opportunité de développement axée sur un tourisme plus doux (slow tourisme), en lien avec la nature et mettant en avant des initiatives durables et écologiques.

C'est également un territoire d'accueil avec une offre de loisirs et de séjours respectueux de l'environnement qui développe des initiatives durables en faveur de la nature et 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.

En 2019, 7 nouvelles Stations Vertes ont été labellisées : Aurignac, L'Isle en Dodon, Cazères, Rieux Volvestre, Villemur sur Tarn, Bagnères de Luchon et Saint Bât viennent rejoindre les communes de Revel, Montréjeau et Boulogne sur Gesse, déjà labellisées.



RAPPORT D'ACTIVITE

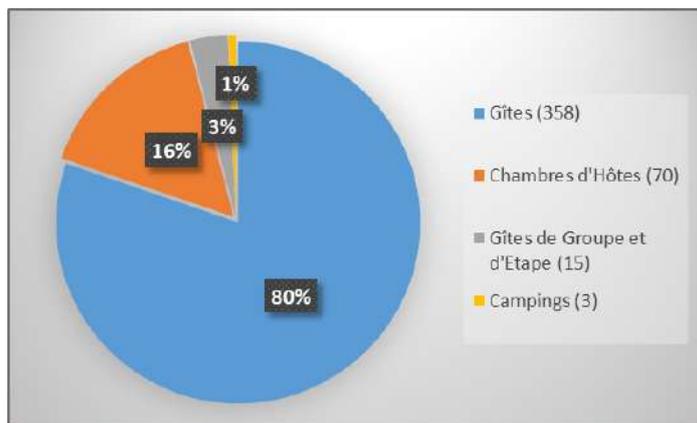
RELAIS DES GITES



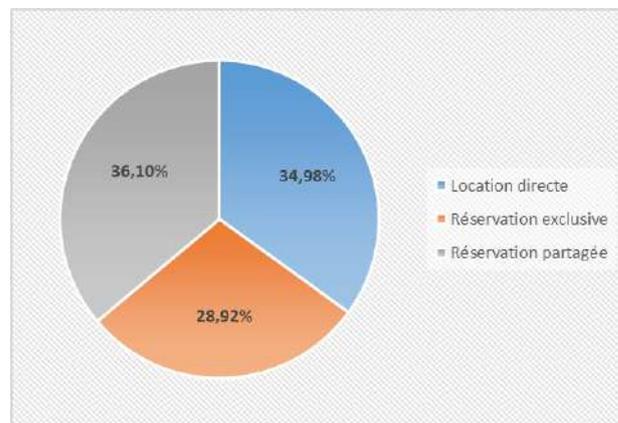
Les Gîtes de France de la Haute-Garonne contribuent à la qualification et la thématization de l'offre d'hébergements chez l'habitant en Haute-Garonne, en accord avec la stratégie et les objectifs fixés par le Conseil Départemental et Haute-Garonne Tourisme. Conseil aux porteurs de projet, accompagnement,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

Pour l'année 2019, le soutien financier de Haute-Garonne Tourisme au fonctionnement de cette association a été évalué à 119 300 €.





→ 446 hébergements labellisés répartis comme suit



→ Parmi ces hébergements, 209 adhérents au service de réservation (soit 65% du parc)

→ Un label de qualité qui fait ses preuves

Notes globales des avis	
Moyenne (diffusés)	4.72 / 5
★★★★★	76% (971 avis)
★★★★☆	21% (266 avis)
★★★☆☆	2% (28 avis)
★★☆☆☆	1% (10 avis)
★☆☆☆☆	0% (2 avis)
sans note	0% (0 avis)

- La qualité du parc ne cesse d'augmenter avec les nouveaux hébergements haut-de-gamme qui rejoignent le label. A ce jour :
 - 67.60% des gîtes sont classés 3 épis et plus
 - 91.41 % des chambres d'hôtes sont classées 3 épis et plus
- Les avis-clients déposés sur les sites Gîtes de France sur l'année 2019 confirment la satisfaction de la clientèle :
 - 1277 avis modérés pour une note globale moyenne de 4.72/5 (76% des avis attribuent une note de 5/5 à leur séjour)
 - 91% de nos clients recommandent leur location à un ami



Outre les réunions statutaires de l'association, l'année 2019 a été l'occasion de réunir les propriétaires Gîtes de France à maintes reprises, pour leur proposer ateliers, réunions d'information ou formations :

- 1 rencontre-débat au cours de laquelle ont été abordées la stratégie digitale de la Fédération (nouveau site national), une réflexion sur les outils informatiques à notre disposition et la stratégie commerciale de notre service de réservation
- 1 réunion co-organisée avec notre partenaire CER France Haute-Garonne sur la fiscalité des hébergements
- 2 formations co-organisées avec l'UMIH et nos collègues des Gîtes de France du Tarn pour le Permis d'Exploiter (à destination des propriétaires de chambres d'hôtes souhaitant proposer la prestation table d'hôtes)
- 7 ateliers « Bureau Propriétaire » pour former les adhérents à l'utilisation de l'outil de gestion de notre prestataire informatique Itea
- 3 ateliers « Google My Business », 4 ateliers « Facebook » et 4 ateliers « Instagram » menés avec Haute-Garonne Tourisme pour accompagner les adhérents dans la création de leur compte et aux premiers pas sur les réseaux sociaux
- 1 atelier « Décoration » proposé par la responsable du département décoration et communication du magasin Ikéa, également propriétaire Gîtes de France
- 1 atelier « Découverte du Vignoble de Fronton », animé par la Maison des Vins de Fronton
- 2 réunions d'accueil de nos nouveaux adhérents

En parallèle à ces rencontres et ces échanges, Haute-Garonne Tourisme a mis en place un Livret de Prestations proposant des ateliers animés en interne ou par des prestataires extérieurs, dont ont bénéficié les adhérents qui le souhaitaient.

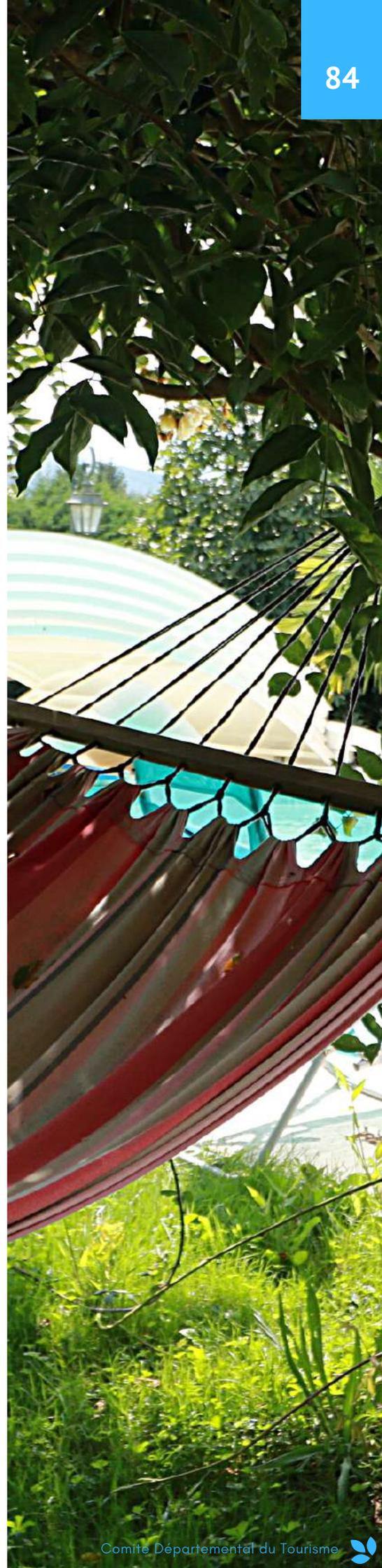
LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION

- Nombreuses opérations promotionnelles menées en partenariat avec Haute-Garonne Tourisme qui a représenté l'association sur les salons et manifestations et a édité une collection de guides thématiques où l'on retrouvait entre autres les hébergements Gîtes de France



- Participation à la « Box Occitanie » avec nos collègues Gîtes de France de la région, mettant en avant des week-ends dans des hébergements labellisés, à prix unique et préférentiel (<http://www.box-occitanie.com/>)

- Qualification d'un gîte « Accueil Vélo » et d'un gîte « Tourisme & Handicap » (handicaps auditif, mental et visuel) par Haute-Garonne Tourisme



- Les réseaux sociaux



132 posts Facebook sur l'année 2019 (soit une moyenne de 11 posts/mois)
1 3585 fans au 31/12/2019 (+ 147 fans sur l'année)

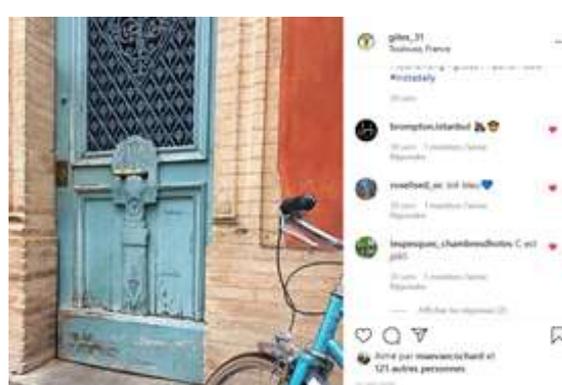


105 tweets sur l'année 2019, 63 935 impressions (vues), 1 472 visites de notre profil
385 followers au 31/12/2019 (+35)



179 publications en 2019 (environ 1 publication tous les 2 jours)
1 285 abonnés au 31/12/2019 (+ 307, soit une hausse de 31.39 %)

→ Le top 3 des meilleures publications de 2019 sur chaque réseau



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



Les chiffres de fréquentation de notre site départemental sont pour 2019 bien meilleurs à ceux de 2018. Ceci s'explique en partie par la mise en ligne fin 2018 d'un nouveau site national ayant rencontré de nombreux bugs au cours du 1er trimestre 2019. Les internautes étaient alors redirigés sur le site départemental.

- 83 188 sessions (visites de notre site), soit une augmentation de + 53.27%
- 55 364 utilisateurs (internautes ayant visité notre site), soit une augmentation de + 54,76%
- 83.7% de nouveaux utilisateurs (internautes visitant le site pour la première fois), pourcentage équivalent à celui de 2018

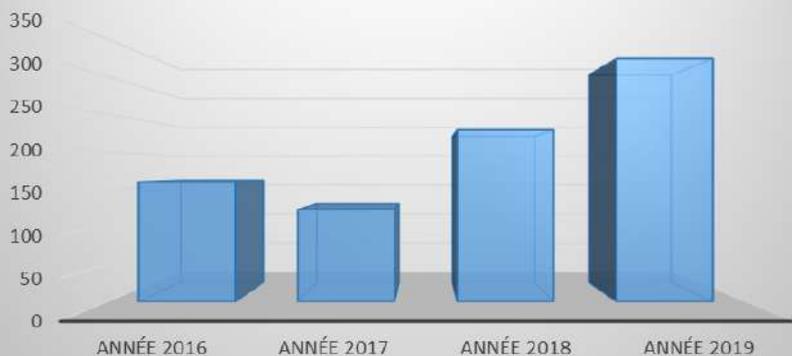
- Entre 34 et 35% de taux de rebond (perte de l'internaute dès la première page consultée), comme c'était déjà le cas en 2018
- 88.23% d'internautes français, contre 89.64% en 2018, avec une progression importante des connexions venant des Etats-Unis (qui passent à la première place) et un recul des connexions de nos voisins européens (belges, espagnols, anglais, allemands)
- Les pages les plus consultées, hormis la page d'accueil du site :
 - Les gîtes autour de Toulouse
 - Les gîtes en général
 - Les chambres d'hôtes autour de Toulouse
 - Les gîtes de groupe
 - Les comptes-clients (ce qui prouve la fidélité de notre clientèle à la marque)

NOS DECISIONS ET NOS PROJETS

- L'année 2019 a en outre été, en partenariat étroit avec le service de réservation, une année de réflexion sur nos outils de travail (base de données, site Internet) et les services proposés à nos adhérents. Après audit de toutes les solutions informatiques sur le marché, permettant de gérer et de commercialiser les hébergements Gîtes de France, nous avons collectivement décidé de changer de prestataire pour la société Feratel, équipant à ce jour une quinzaine de départements.
- Cette décision a fortement impacté notre programme de travail de l'année. Après l'import partiel de nos données dans cette nouvelle solution informatique et la formation de nos équipes à ce nouvel outil, nous avons procédé durant toute la durée du second semestre 2019 à la vérification et la saisie complémentaire d'informations afin de garantir pour 2020 le bon fonctionnement de nos structures.
- La rupture de contrat avec la société Itea entraînant la disparition de notre site en 2020, nous avons également élaboré le cahier des charges d'un nouveau site départemental dont nous avons confié la création à l'agence web toulousaine With You.



Nombre de meublés de tourisme classés depuis 2016



C'est le 23 mai 2016 que Le Comité Départemental Tourisme de la Haute-Garonne s'est vu certifié pour le classement des meublés de tourisme sur son territoire. Seul organisme habilité en Haute-Garonne jusqu'en 2019, il est devenu une référence pour les loueurs de meublés, les Offices de Tourisme et les collectivités, et répond depuis sa certification à une demande sans cesse croissante.

En 2016, ce sont essentiellement les propriétaires d'hébergements Gîtes de France qui sollicitaient le classement de leur meublé, afin de ne pas perdre les avantages fiscaux dont ils bénéficiaient jusque-là.

En 2017, les demandes concernaient en majorité des propriétaires de meublés hors labels, souhaitant se mettre en conformité avec la réglementation et opter pour les bons choix fiscaux.

En 2018, ce sont les secteurs de Toulouse et de Bagnères-de-Luchon sur lesquels la demande explosait littéralement, d'une part en raison de la nouvelle loi sur la taxe de séjour (s'appliquant au 1er janvier 2019), d'autre part sur l'évolution de la réglementation touchant les meublés dans les communes de plus de 200 000 habitants (Toulouse).

Pour 2019, deux phénomènes principaux sont venus accroître encore sensiblement le nombre de demandes de classement :

- Le travail réalisé pour le compte d'agences locatives, de conciergeries, ayant décidé de solliciter le classement pour l'ensemble du parc dont elles ont la gestion
- La possibilité d'exonération de taxe d'habitation sur certaines communes lorsque l'hébergement est classé



RAPPORT D'ACTIVITE

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).



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

PARC CV31	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1 CLÉ	54	50	44	39	25	25	26	17	15
2 CLÉS	345	299	293	252	248	187	179	143	137
3 CLÉS	118	99	117	114	114	104	100	73	68
4 CLÉS	23	31	32	17	19	14	24	14	13
INSOLITE	4	4	4	1	2	9	9	5	5
TOTAL	544	483	490	423	414	339	338	270	238

L'année 2019 affiche à nouveau une baisse du parc, mais moins sensible que les autres années. Celle-ci est provoquée essentiellement par une fiscalité et des avantages juridiques plus intéressants lorsque les locations meublées sont classées en meublés de tourisme :

- 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%)

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.

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.

CLASSEMENT MEUBLES 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), ainsi que d'une exonération de la taxe d'habitation sur certaines zones du département.

De plus, la taxe de séjour payée par les clients se base sur le classement « en étoiles », les locations « non classés » se voient appliquer une taxation forfaitaire bien plus élevée que le classement « 1 étoile ».

Toutes ses raisons conduisent aujourd'hui les propriétaires de locations de vacances à solliciter le classement meublé de tourisme.

Pour l'année 2019, Mme Fernandez, chargée de mission du CDT pour le label Clévacances, a effectué de nombreux classements en meublés de tourisme, sur l'ensemble du département.

Un contact a également été établi avec une conciergerie toulousaine pour classer l'ensemble de son parc (plus de 100 locations), à suivre sur l'année 2020.



• **Les éditions**

Les spécificités et thématiques, présentes sur le site internet, sont développées dans des éditions telles que chambres d’hôtes, accueil motards, accueil pêche. 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**

Clévacances Haute-Garonne a été représenté par le CDT31 sur plus de 15 salons avec entre autres, le salon des Thermalies , le salon du Tourisme de Bruxelles, le MAP à Paris , les village de la Montagne et de Printemps à Toulouse, les Bourses d’Echanges hiver-été etc...

• **Les réseaux sociaux**

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

<https://www.facebook.com/clevacances31>

La page Clévacances Haute-Garonne reprend les informations du CDT et diffuse également des évènements propres au label (éditions des flyers, nouveaux adhérents etc...), ainsi que les informations des adhérents du label.

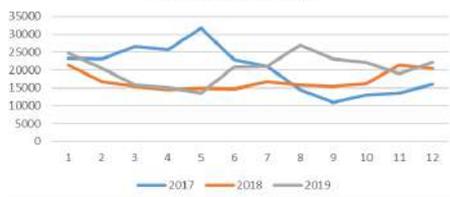
Afin d’améliorer le contenu de cette page Facebook ainsi que pour proposer de retrouver Clévacances Haute-Garonne sur d’autres réseaux sociaux, Mme Fernandez s’est positionnée sur plusieurs formations proposées par le CDT31 à l’attention des partenaires touristiques du département.



CLEVACANCES FRANCE

• **Le site internet Clévacances**

Nombre de fiches vues www.clevacances.com



Le nombre de fiches vues des hébergements Clévacances du département de la Haute-Garonne, sur le site Clévacances France, augmente en 2019 sur la plupart des mois de l’année. Cette hausse du nombre de fiches vues provient d’un meilleur référencement naturel du site national.

Mois Années	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
2015	27 144	24 297	26 030	22 339	28 283	28 040	26 570	25 341	25 235	24 740	23 579	20 310
2016	25 988	25 126	22 717	17 348	19 511	18 288	18 662	17 358	17 732	19 937	20 801	21 290
2017	23 355	23 094	26 608	25 658	31 779	22 837	21 026	14 455	10 978	12 986	13 503	15 979
2018	21 407	16 733	15 379	14 549	14 863	14 627	16 667	15 869	15 355	16 152	21 357	20 531
2019	24 853	20 501	15 871	15 025	13 529	20 890	21 052	27 098	23 066	22 185	19 503	22 172

→ **Chiffres clés du parc Clévacances**

- Evolution du parc sur les 4 dernières années : baisse moyenne de 9,17% chaque année.
- Evolution du nombre d'hébergements avec Réservation en ligne : une moyenne d'environ 20% du parc avec de fortes disparités interterritoriales.
- Le taux de réversion du territorial (antenne départementale Clévacances) au national (Clévacances France) passe de 13,5% à 20%

→ **Présentation par Christian BIANCANIELLO, Président de Clévacances France**→ **Nécessité de mettre en place une stratégie opérationnelle dès 2019 pour :**

- fidéliser les adhérents
- développer le parc

Cette stratégie s'appuie sur le déploiement d'un nouvel environnement numérique et digital. L'outil retenu est Cloud Spire, logiciel mis en place par des Relais des Gîtes. Une prise participation Cloud Spire est nécessaire pour pouvoir utiliser l'outil, une SAS est en cours de création (finalisation début 2020). Avec la nouvelle solution numérique « Cloudspire », 100 % de l'offre Clévacances sera potentiellement réservable en ligne.

Par ailleurs, les statuts de Clévacances France ont été modifiés lors de l'Assemblée Générale Extraordinaire du 12 septembre 2019 à Vichy, afin de permettre, d'une part, la création de cette SAS, et d'autre part, le nouveau modèle économique de Clévacances France.

Ce nouveau modèle économique devra être mis en place pour 2021. Il comportera 3 formules différentes afin d'offrir un choix aux propriétaires sur la réservation directe ou par la plateforme de réservation.

→ **Classement des meublés de tourisme**

L'accréditation de Clévacances France a été obtenue suite à la formation assurée fin 2018. Clévacances doit devenir un acteur majeur du classement des meublés de tourisme dans tous les territoires.

→ **Ressources humaines**

Outre les missions historiques des salariées de la fédération, des missions liées à la gestion directe des territoires ont été ajoutées. Le recrutement d'un chef de projet est prévu pour aider à la mise en œuvre du plan d'actions.

Pour mémo : le poste de directeur de Clévacances France est toujours assuré par M. Dominique DEBUIRE, administrateur de Clévacances France et Président de Clévacances Aveyron..



RAPPORT D'ACTIVITE

HOTELLERIE RESTAURATION

TABLES ET AUBERGES DE FRANCE



Tables & Auberges est une démarche professionnelle, territoriale et patrimoniale pour promouvoir l'Hospitalité et la Gastronomie de Terroir. Ce label officiel s'inscrit dans le cadre de la marque d'Etat Qualité Tourisme depuis 2007.

En 2019, Tables & Auberges Haute-Garonne représente 114 établissements (1ère filière de professionnels labellisés du Département) avec une réelle représentativité du territoire départemental : 64 % des labellisés sont en zone rurale et 36 % en région toulousaine.

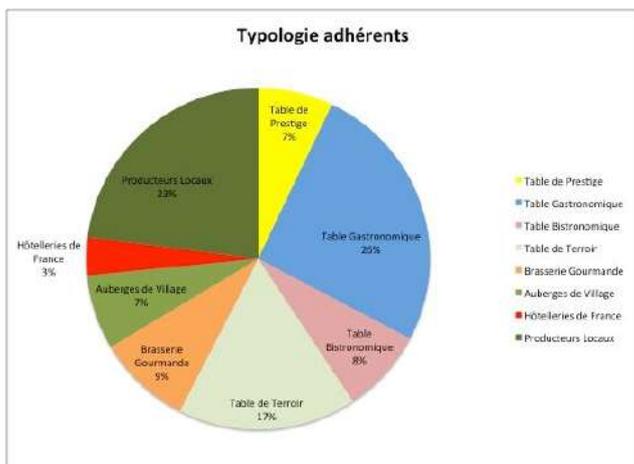
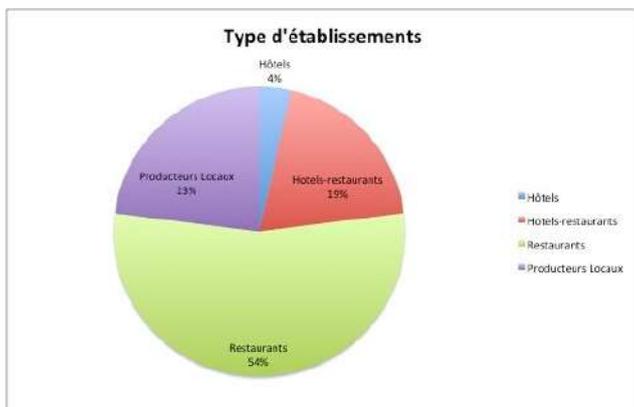
Parmi ces établissements 55% sont des restaurants, 23% des hôtels et hôtel-restaurants et 22% des producteurs locaux

35% des Tables & Auberges Haute-Garonne bénéficient de l'agrément Qualité Tourisme ou du titre Maître Restaurateur.

La typologie de la production départementale est dominée par les Tables Gastronomiques (26%), les Producteurs Locaux (23%) partenaires des Chefs Tables & Auberges, et, des Tables Bistronomiques et Brasseries (22%) suivi des Tables de Terroir (17%) puis des Auberges de Village et des Tables de Prestige qui sont respectivement à (7%) tandis que 4% sont Hôtelleries de France.

Au total, ces 114 établissements totalisent 1140 emplois directs pour un chiffre d'affaires global de 57 millions d'Euros





- Haute-Garonne Tourisme partenaire officiel du Trophée Petit Déjeuner Gourmand
- Animation et édition du Livret 1 Chef, 1 Vin avec la brochure thématique pour la promotion des vins du Frontonnais
- Partenariat promotionnel avec Le Petit Tou de l'Ecole Supérieure de Commerce
- Promotion des thématiques Routes Gourmandes (Cassoulet, Canal du Midi, Via Garona, Pyrénées, Toulouse, Route des Cols du Tour de France...)
- Promotion Haute-Garonne Tourisme dans le blog et réseaux sociaux de Tables & Auberges
- Animations culinaires des Chefs de la Haute-Garonne dans le cadre du salon REGAL avec l'IRQUALIM et sur le stand du Conseil Départemental.
- Sensibilisation des Tables & Auberges pour l'animation de 31 Notes d'été
- Animation dans les différentes foires et salons avec notamment le Salon International de l'Agriculture à Paris.



RAPPORT D'ACTIVITE

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 proposant un hébergement (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.

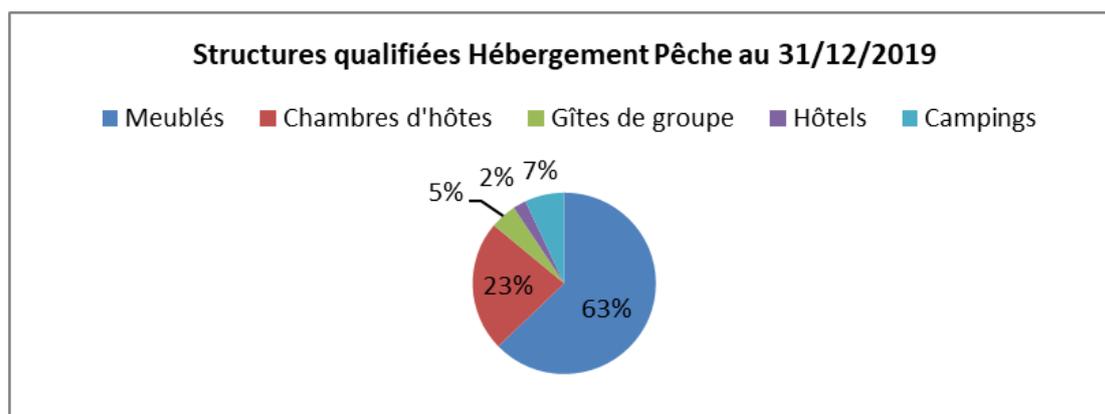
Haute-Garonne Tourisme, en partenariat avec la FDAAPPMA, assure le déploiement de cette qualification depuis 2 ans avec pour objectif de développer un tourisme de séjour pour des clientèles pratiquant ce loisir et d'augmenter ainsi surtout sur les ailes de saison le taux d'occupation des hébergements concernés.

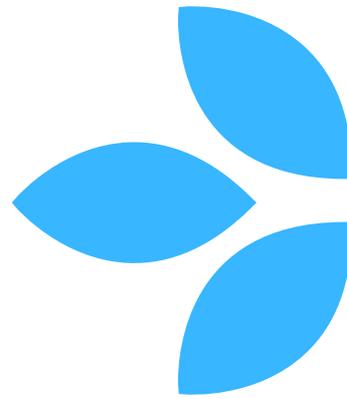


Cette qualification nationale, entièrement gratuite, permet à ses adhérents de bénéficier d'une meilleure visibilité auprès des touristes pêcheurs mais également de bénéficier des différents supports de communication, parmi lesquels :

- 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
- l'édition d'un dépliant Hébergement Pêche
- des actions avec la presse, une présence dans le fil d'actu (lettre d'information aux professionnels et à la presse) ...

Au 31/12/2019, 43 structures sont titulaires de la qualification, dont : 27 meublés, 10 chambres d'hôtes, 3 campings, 2 hébergements de groupe, 1 hôtel.





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

