

2025 Rapport d'activité

HAUTE-GARONNE TOURISME



hautegaronnnetourisme.com





4

RAPPORT MORAL

7

RAPPORT D'ACTIVITÉ

9

POLE ADMINISTRATIF ET FINANCIER

Bilan comptable	10
-----------------	----

13

TOURISME DURABLE

Au Cœur de la Stratégie du CDT	14
Green Destination	17

19

POLE PROMOTION -COMMUNICATION- COMMERCIALISATION

Promotion - Communication - Information Touristique	21
Service Loisirs Accueil	37
Congrès - Séminaire groupe	43
Espace Tourisme	51
Les Olivétains	55
Château de Laréole	61
Maison de la Haute-Garonne Port-Lauragais	63

71

POLE PRODUCTION

Villes et Villages Fleuris	73
Destination d'Excellence	75
Tourisme et Handicap	77
Accueil Vélo	79
Stations Vertes	81
Agence Gîtes de France	83
Meublés de Tourisme	95
Hébergement Pêche	99
Accueil Chemin Saint Jacques de Compostelle	101

RAPPORT MORAL DU PRÉSIDENT

2025 est une année importante pour le Tourisme Haut-Garonnais. 2025 est une année importante pour le Tourisme Haut-Garonnais. C'est en juin 2025 qu'a été voté à l'unanimité le Schéma de Développement Touristique Durable de Haute-Garonne par l'Assemblée Départementale.

Ce schéma co-construit entre le CD et le CDT a été le fruit d'un travail réalisé avec les acteurs du tourisme public et privé qui se sont impliqués dans cette démarche.

Plusieurs axes stratégiques ont été mis en lumière. Un travail sur les stations de montagne est à poursuivre afin de s'adapter aux changements climatiques et aux consommations des clients.

La valorisation et la mise en place de « lieux de fraîcheur » permettront à notre territoire de garder son attractivité malgré les contraintes météorologiques dues aux canicules.

Autre enjeu important est la proposition d'itinérances, avec une pratique du vélo en progression constante. En 2025, nous avons réalisé le produit « Le Tour de la Haute-Garonne à vélo » en 13 étapes avec l'aide de notre partenaire 2 pieds-2 roues. Nous avons également concrétisé la Grande Traversée de la Haute-Garonne mettant en valeur les territoires et les Activités de Pleine Nature.

En s'appuyant sur la politique du Conseil départemental dédiée à la bifurcation écologique, le CDT prépare une Feuille de Route 2026-2030 qui s'appuie sur le Schéma départemental et se positionne ainsi comme l'acteur opérationnel de cette politique.

Cette orientation structurante aura un impact sur toutes les activités du CDT dans son rôle d'accompagnateur aux changements auprès de ses partenaires.



Une réflexion a été lancée avec les Offices de Tourisme du département pour optimiser notre base de données d'Informations Touristiques regroupant 7 000 contacts et afin de l'adapter l'usage de l'IA.

Cette réflexion a été suivie par une étude qui permettra de donner les meilleures options pour un référencement optimal de l'IA dans la préparation des vacances, séjours, activités de nos clients.

L'activité du CDT au-delà de ses missions classiques, promotion-communication de la Destination Haute-Garonne est d'accompagner les acteurs en montée en qualité avec une politique des labels très offensives.

Cela permet d'appuyer notre politique commerciale aussi bien coté Centrale de réservation, que nos espaces de vente à Port-Lauragais et les Olivétains à Saint-Bertrand-de-Comminges.

Face aux contraintes budgétaires que subissent les collectivités locales dont le Conseil départemental de Haute-Garonne, le CDT doit s'adapter. Et l'activité commerciale dynamique peut nous permettre d'amortir en partie la réduction de la subvention pour poursuivre son activité au bénéfice des acteurs du territoire.

Le tourisme est une activité très particulière, très impactée par son environnement climatique, économique et social et la modification rapide des comportements de consommation.

Pour faire face à tous ces changements permanents, il faut s'adapter. Et je sais pouvoir compter sur l'équipe du CDT et de son Directeur pour anticiper, accompagner, former les acteurs et s'adapter à ces évolutions.

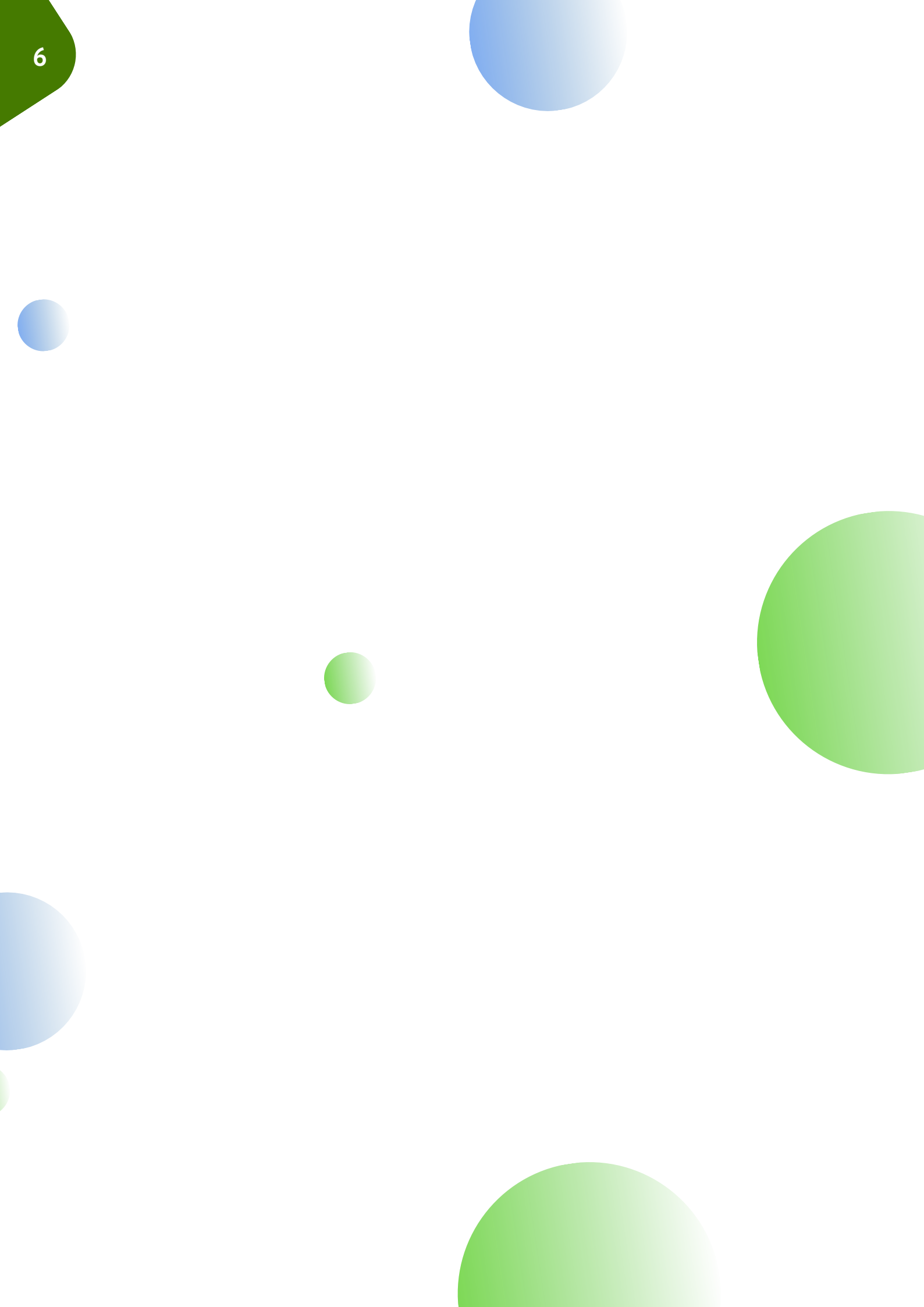
Et vous pouvez compter sur moi avec tout mon engagement pour mener cette mission de Président du CDT car je le rappelle le tourisme est une économie non délocalisable, essentielle pour un grand nombre de territoires en termes de revitalisation.



Loïc GOJARD

Président de Haute-Garonne Tourisme

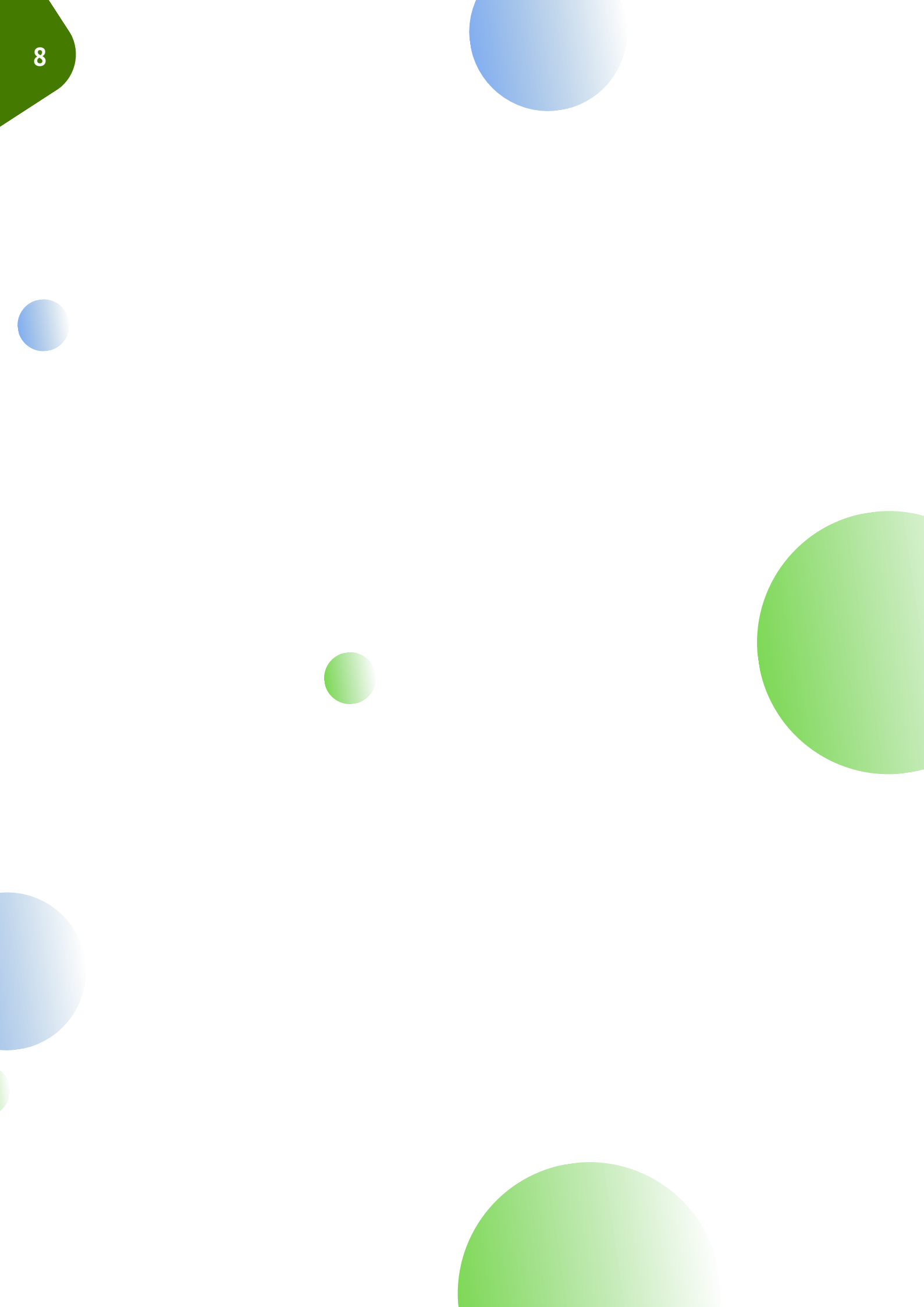






RAPPORT D'ACTIVITE

2025



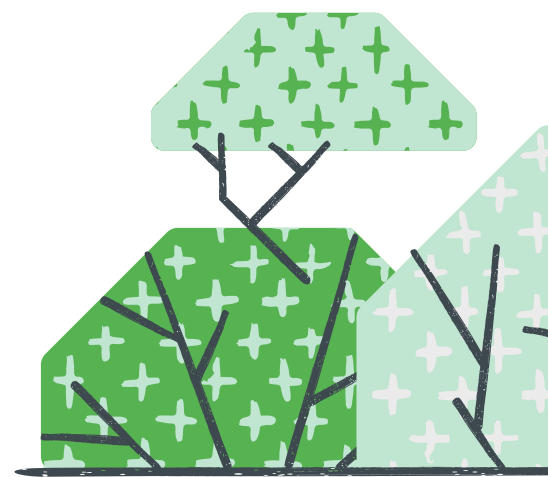


POLE ADMINISTRATIF ET FINANCIER

BILAN 2025

COMITE DEPARTEMENTAL DU TOURISME DE LA HAUTE-GARONNE

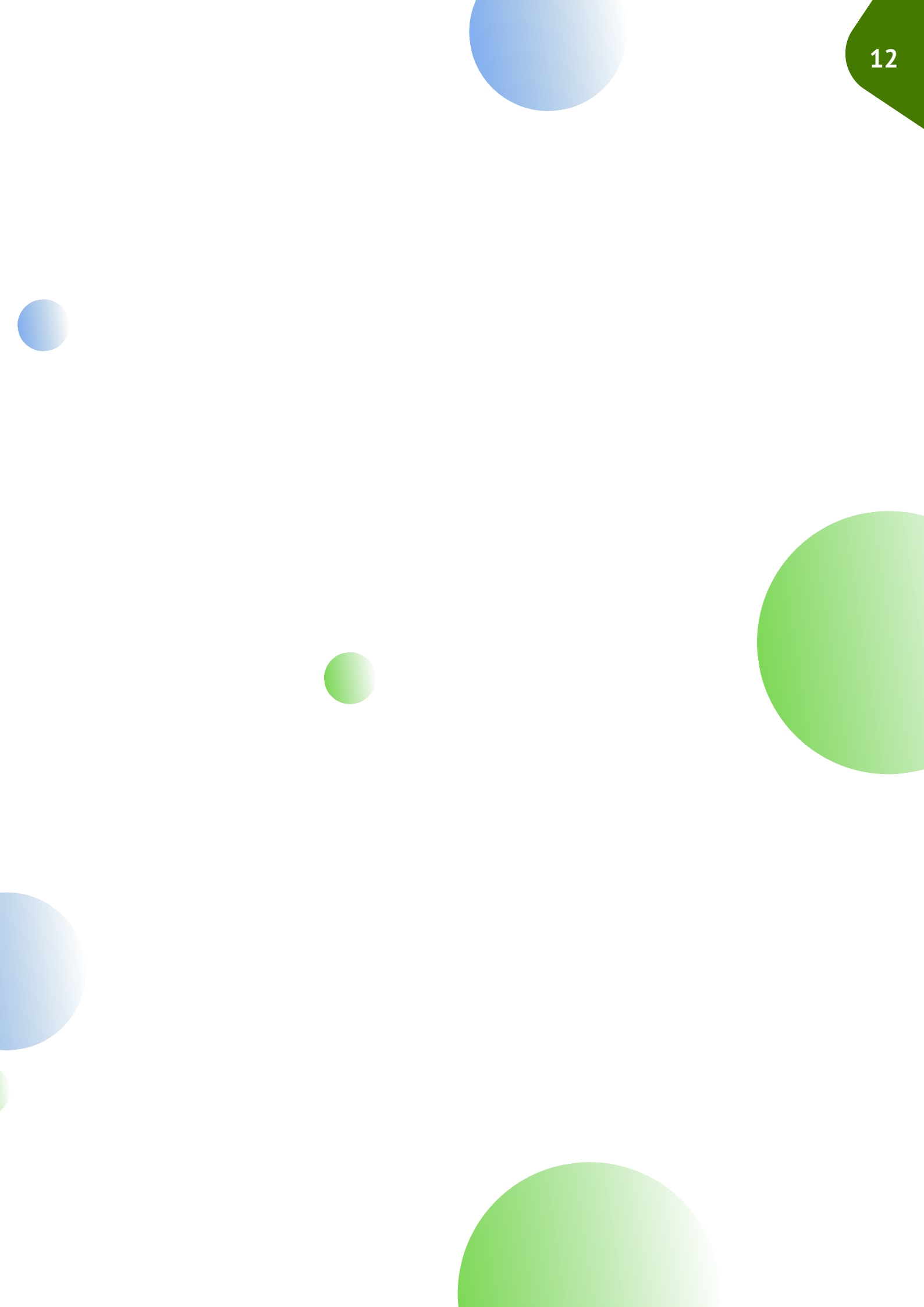
ACTIF			PASSIF		
	Année 2025	Année 2024		Année 2025	Année 2024
ACTIF IMMOBILISE			CAPITAUX PROPRES		
Immobilisations incorporelles			Fonds propres	637 739	637 739
Concessions brevets et droits similaires	12 016	18 327	Report à nouveau	255 872	250 277
Immobilisations corporelles			Résultat de l'exercice	- 13 913	5 595
Installations matériel et outillage					
Autres immobilisation corporelles	227 164	255 174	Provision pour risques et charges	30 000	30 000
Actions assises du Tourisme					
Autres participations	197	197			
Autres titres immobilisés	173	168			
Autres immobilisations financières	26 106	14 106			
Total I	265 656	287 972	Total I	909 698	923 611
ACTIF CIRCULANT			DETTES		
Stock Marchandises	62 566	64 295	Dettes financières		
Acomptes versés fournisseurs			Dettes fournisseurs	769 372	646 496
Clients et comptes rattachés	51 571	47 976	Acomptes versés clients et autres dettes	195 469	185 121
Autres créances	225 776	195 644	Fonds dédiés	215 448	25 637
Charges constatées d'avance	33 111	29 964	Dettes sociales et fiscales	754 396	839 172
Disponibilités	2 265 514	2 201 011	Produits constatés d'avance	59 811	45 104
			Autres dettes	-	161 721
Total II	2 638 538	2 538 890	Total II	1 994 496	1 903 251
Total général	2 904 194	2 826 862	Total général	2 904 194	2 826 862



COMPTE DE RESULTAT 2025

COMITE DEPARTEMENTAL DU TOURISME DE LA HAUTE-GARONNE

CHARGES			PRODUITS		
	Année 2025	Année 2024		Année 2025	Année 2024
CHARGES D'EXPLOITATION			PRODUITS D'EXPLOITATION		
Achats de marchandises et production	887 702	885 905	Ventes de marchandises	1 026 327	1 014 228
Actions promotion	235 002	409 717	Production vendue	472 525	463 728
Actions destination Canal du Midi	6 500	6 500	Activité Congrès	16 594	85 072
Actions menées Partenariat Métropole	505 554	389 600			
Actions non menées inscrites en fonds dédiés	215 448	25 637	<i>Montant net du chiffre d'affaires</i>	1 515 446	1 563 028
Dépenses de fonctionnement	732 531	718 357	Subvention de fonctionnement	2 731 882	2 919 194
Salaires et traitements	1 533 685	1 619 351	Subvention Canal des 2 mers	-	54 422
Variation CP et charges CP	30 889	46 306	Reversement Taxe Additionnelle Tlse Métropole	695 365	343 801
Indemnités sociales	-	112 094	Subvention contrat destination Canal du Midi	6 500	6 500
Charges sociales	616 673	739 719	Subvention Ademe	-	30 000
Versements organisme gestion IDR	60 000	50 000	Reprise sur provision et transfert de charges	1 991	20 560
Impôts taxes et versements assimilés	100 936	128 345	Remboursements indemnités départ en retraite	-	112 093
Dotations aux amortissements et provisions	40 384	42 145	Autres produits	1 893	851
Autres charges	4 393	3 885	Reprise sur engagement à recevoir	25 637	71 437
Total Charges d'exploitation	4 969 697	5 084 950	Total Produits d'exploitation	4 978 714	5 121 885
CHARGES FINANCIERES ET EXCEPT.			PRODUITS FINANCIERS ET EXCEPT.		
Sur opérations de gestion	-	4 722	Produits financiers	15 016	14 936
IMPOT SUR LES BENEFICES			Produits exceptionnels	-	137
Impot sur les sociétés	-	1 481			
Interessement des salariés	37 945	40 210			
TOTAL DES CHARGES	5 007 642	5 131 363	TOTAL DES PRODUITS	4 993 729	5 136 958
Total général	4 993 729	5 136 958	Total général	4 993 729	5 136 958
Excédent	- 13 913	5 595			





POLE TOURISME DURABLE

• LE TOURISME RESPONSABLE ET LA RSE AU CŒUR DE LA STRATÉGIE DU CDT

Faire du tourisme un levier de transition et d'équilibre pour les territoires : telle est l'ambition que porte Haute-Garonne Tourisme et qui guide son action depuis plusieurs années. Dans un contexte de transformations profondes - climatiques, sociales et économiques - le développement touristique se réinvente pour conjuguer attractivité, responsabilité et utilité territoriale.

Engagé de longue date dans cette évolution, Haute-Garonne Tourisme a structuré dès 2019 sa démarche autour des principes de la Responsabilité Sociétale des Organisations (RSO). Cette orientation a permis d'ancrer durablement des pratiques plus responsables, tant dans le fonctionnement interne que dans l'accompagnement des acteurs touristiques du territoire.

Au fil des années, cette dynamique s'est consolidée : montée en qualité de l'offre, valorisation des initiatives engagées, mobilisation des professionnels et diffusion d'une culture commune du tourisme durable. Elle a posé les fondations d'un modèle plus équilibré, attentif aux ressources locales, aux habitants et aux visiteurs.

En 2025, la publication du Schéma du tourisme durable du département de la Haute-Garonne 2025–2030 constitue une étape clé pour le territoire. Fruit d'une large concertation avec les acteurs locaux, il définit une ambition forte en faveur d'un développement touristique responsable et équilibré.

Dans ce contexte, Haute-Garonne Tourisme a engagé, dès la fin de l'année 2025, l'élaboration de sa deuxième feuille de route « LA HAUTE-GARONNE, DESTINATION ENGAGÉE POUR UN TOURISME RESPONSABLE » pour 2026–2030, accompagnée d'un plan d'actions, dont la parution est prévue au premier semestre 2026. Déclinaison opérationnelle du schéma, elle vise à concrétiser ses orientations au service d'un tourisme à impact positif, construit avec l'ensemble des parties prenantes.

L'ensemble des activités de Haute-Garonne Tourisme s'attache à intégrer, de manière progressive et concrète, les principes du tourisme durable et responsable. Cette exigence irrigue l'ensemble de ses actions et les initiatives sont à retrouver tout au long de ce rapport d'activité.

Des dispositifs en lien direct avec ces sujets ont été poursuivis en 2025 :

→ Labellisation Engagé RSE (AFNOR) pour Haute-Garonne Tourisme

Dès 2020, Haute Garonne Tourisme entreprend une démarche de Responsabilité Sociétale inspirée des 17 Objectifs de Développement Durable établis par les Nations Unies et cohérente avec la politique de transition écologique du Département. L'objectif est de montrer l'exemple en devenant une organisation référente en matière de responsabilité sociétale en Haute-Garonne.

Le pilotage de cette démarche par 2 collaboratrices vise précisément à :

- Réduire notre empreinte environnementale
- Identifier et développer des actions à impact positif sur le plan social et économique
- Renforcer notre engagement en interne et dans l'accompagnement des acteurs du territoire



En mars 2023, Haute-Garonne Tourisme est certifié par l'AFNOR « Engagé RSE » niveau progression, ainsi que « Responsibility Europe ».

Cette double certification atteste de la démarche structurée de Haute-Garonne Tourisme et reconnaît l'engagement vers des pratiques plus responsables, en cohérence avec les standards européens.

L'année 2025 a été dédiée à la préparation de l'audit de renouvellement du label Engagé RSE (audit en février 2026).

→ Partenariat TERAGIR pour le déploiement du label Clef Verte : programme « Destination France » :

Depuis 2021, Haute-Garonne Tourisme est partenaire de l'association Teragir pour le déploiement du label Clef Verte dans le département, premier label de tourisme durable pour les hébergements touristiques et les restaurants en France et reconnu à l'international.

Afin de mobiliser et d'accompagner les acteurs à la candidature et la labellisation, un webinaire de sensibilisation au label a été organisé le 12 février 2025 (24 établissements inscrits). L'objectif était de présenter le label et les critères du référentiel ainsi que le dispositif d'accompagnement du CDT, à savoir la prise en charge à 50% du coût d'adhésion au label (une seule prise en charge par labellisé).

Depuis notre partenariat, nous avons pu aider :

- 2022 : 9 établissements financés pour un montant de 1 895 €
- 2023 : 15 établissements financés pour un montant de 3 350 €
- 2024 : 18 établissements financés pour un montant de 4 064 €
- 2025 : 17 établissements financés pour un montant de 4 000 €

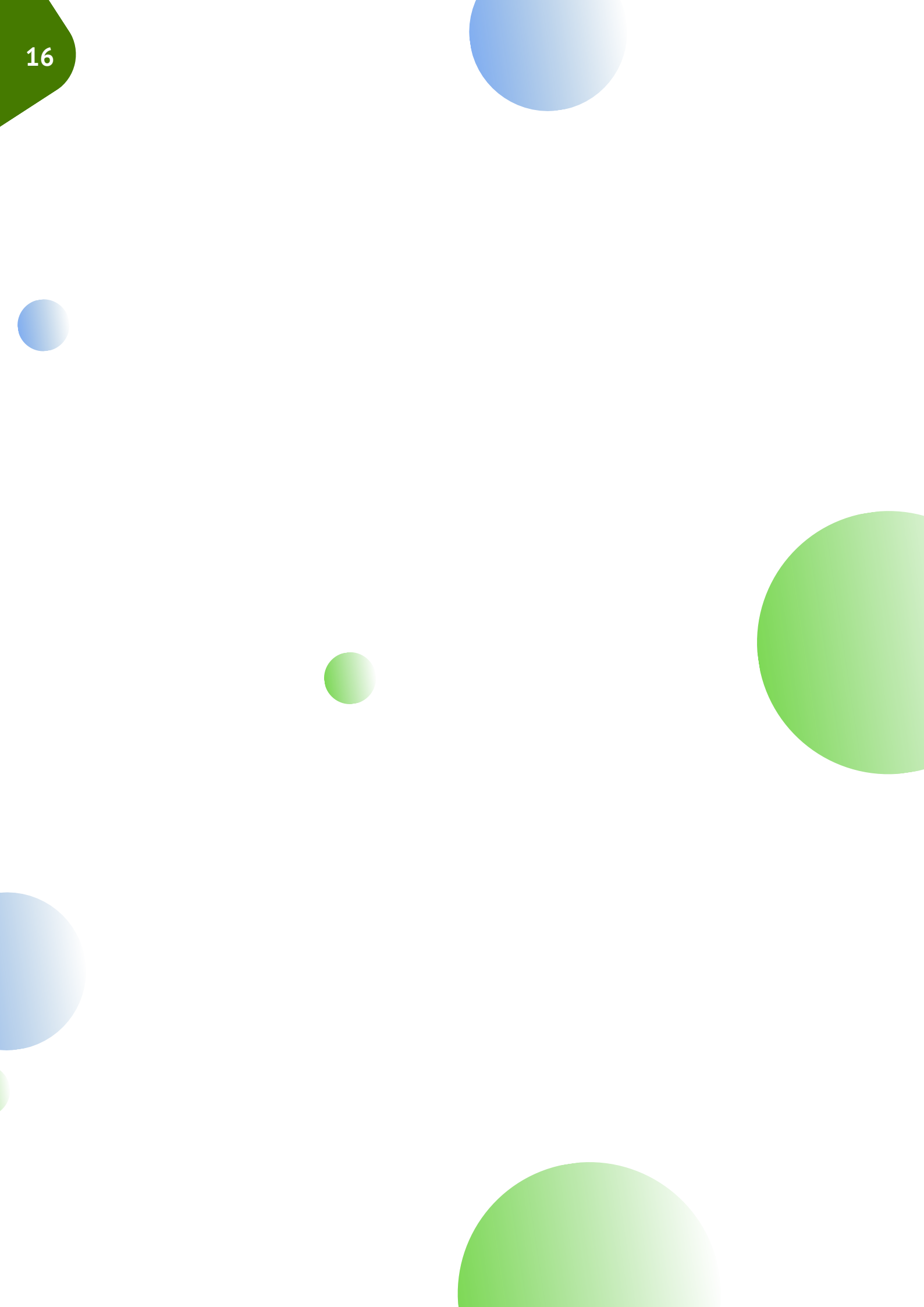
- **50 lauréats sur le département en 2025 dont 16 nouveaux**

→ Fonds Tourisme Durable de l'ADEME : bilans

L'année 2025 a donné lieu à la réalisation de plusieurs bilans dans le cadre du Fonds Tourisme Durable, déployé par Haute-Garonne Tourisme les 4 années précédentes. Il s'agissait de valider la réalisation des travaux pour l'obtention des soldes de subvention par les établissements.

Pour rappel, ce dispositif visait à soutenir, via des aides financières et opérationnelles, des hébergeurs et restaurateurs en zone rurale dans leur démarche de transition écologique.

à 48 structures accompagnées (diagnostics) / 25 demandes de subventions déposées pour un financement total de 419 323 €



Green Destination

Rapport d'activité



Dans la continuité de faire de la Haute-Garonne une destination nature, le CDT s'est engagé, en lien avec le CRTLO dans la démarche Green Destinations, certification fondée en 2014 aux Pays-Bas et reconnue par le Conseil Mondial du Tourisme pour soutenir les destinations durables, leurs entreprises et leurs communautés.

125 destinations sont labellisées dans le monde, 50 sont engagées pour intégrer la démarche. En France, seules 2 destinations sont labellisées depuis 2022 : la Normandie et Bagnoles de l'Orne. La labellisation internationale Green Destinations permettrait à la Haute-Garonne de rayonner au niveau international.

Dans cette démarche, le lien avec nos partenaires tels que les OTI est essentiel car le travail en collaboration est un critère important lors de la classification. L'ensemble des OTI de Haute-Garonne a donc été sollicité pour contribuer à la démarche via des réunions en présentiel.

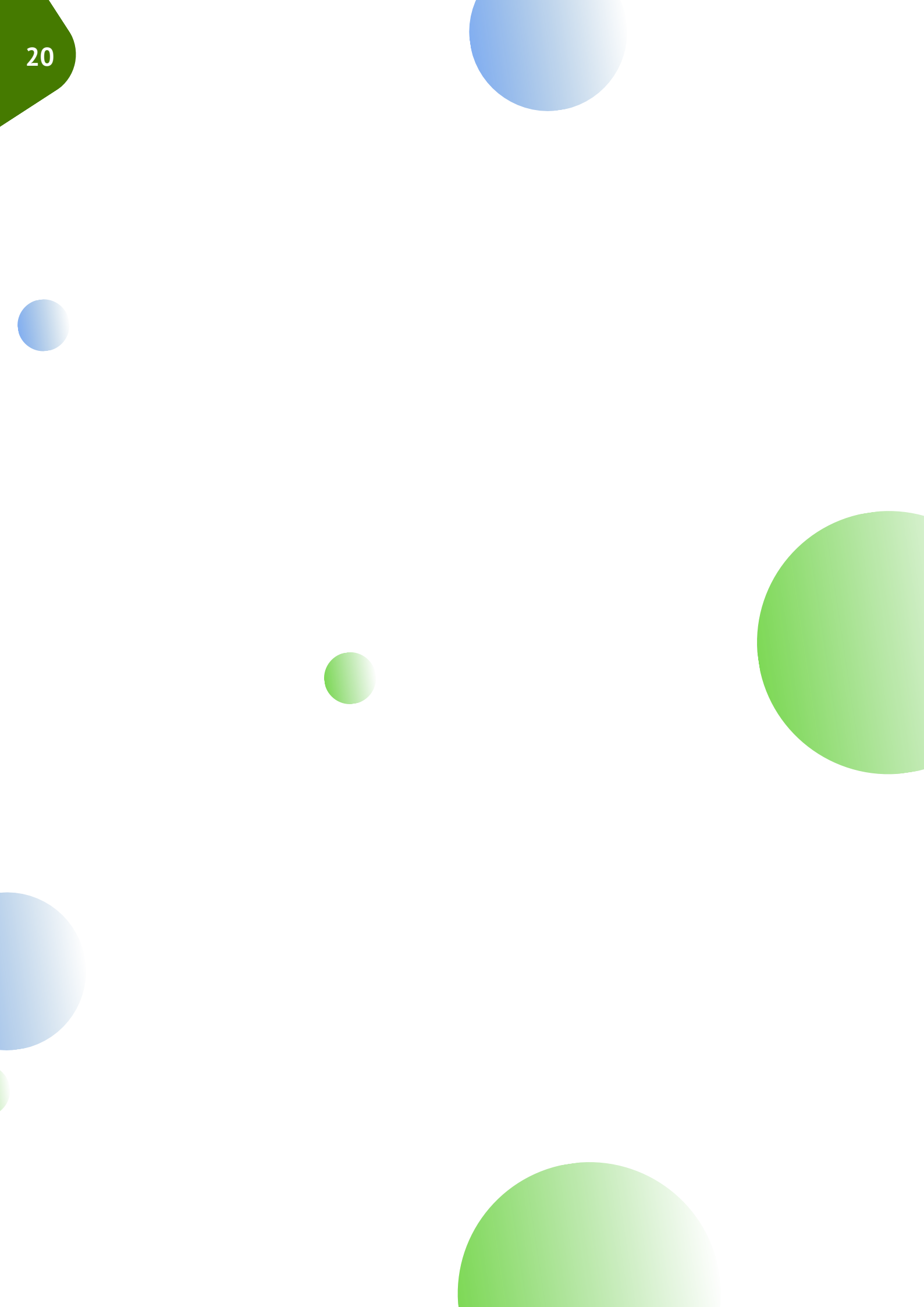
Depuis janvier 2025, Haute-Garonne Tourisme a intégré officiellement la démarche dans le but d'obtenir la certification.

A la demande de Green Destinations, un tableau de critères très complet de la Haute-Garonne a donc été finalisé et un travail de fond a été mené avec 3 territoires sélectionnés par Green Destinations : Cœur et Coteaux du Comminges, SICOVAL et Sources du Canal du Midi.

En 2026, un travail devra être engagé avec Toulouse Métropole et Pyrénées Haut-Garonnaises afin de pouvoir compléter les critères pour ces sous destinations et candidater à la labellisation courant 2026.



POLE
PROMOTION
COMMUNICATION
COMMERCIALISATION



Promotion Communication Information Touristique

Rapport d'activité



En 2025, nos actions se sont inscrites dans un contexte marqué par l'évolution rapide des usages numériques, la nécessité d'adapter la promotion touristique aux enjeux climatiques et environnementaux liée à notre engagement RSE, ainsi que par une attente accrue des clientèles en matière d'authenticité, de proximité et d'expériences responsables.

La communication s'est attachée à valoriser la diversité des territoires de la Haute-Garonne, à soutenir les filières touristiques structurantes (pleine nature, patrimoine, itinérance, gastronomie, thermalisme) et à accompagner les projets transversaux portés dans une logique de cohérence, de lisibilité et de performance.

• Orientations stratégiques de communication 2025

Les orientations retenues pour l'année 2025 reposent sur plusieurs axes forts se basant sur une communication en lien avec le positionnement du schéma départemental du tourisme durable du département de la Haute-Garonne. Ainsi, l'axe « Rencontre(s) nature » lié à l'Accent Nature va permettre de :

- Renforcer la visibilité des activités de pleine nature et des itinérances douces.
- Consolider la performance des outils numériques et du référencement naturel.
- Adapter les messages aux saisons et aux marchés de proximité.
- Intégrer progressivement les enjeux RSE dans les contenus éditoriaux et les supports de communication.

Ces orientations ont guidé l'ensemble des actions menées, tant sur les supports imprimés que digitaux.

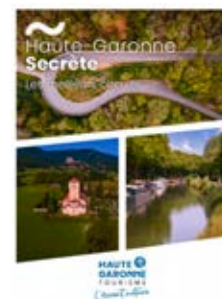
• Production éditoriale et supports de communication

La production éditoriale a constitué un levier majeur de l'action du pôle communication en 2025. Plusieurs supports structurants ont été conçus, actualisés ou diffusés afin d'accompagner la découverte du territoire.

Les éditions « Haute-Garonne Secrète – Best of » ont proposé une sélection de 18 circuits permettant une immersion dans les différentes facettes du département. Ces circuits couvrent des thématiques variées : patrimoine, paysages, savoir-faire, itinérances, vignobles, bastides et sites emblématiques.

La carte Itinérance Douce n°2 s'inscrit dans la continuité du travail engagé en 2024. Elle met en valeur six nouveaux itinéraires vélos et pédestres, contribuant à l'élargissement de l'offre et à la promotion de territoires moins fréquentés.

D'autres supports ont complété cette offre éditoriale : carte touristique de Saint-Bertrand-de-Comminges, guides week-ends et séjours (été/hiver), ainsi que la dématérialisation des guides labels (Tourisme & Handicap, Accueil Vélo, Hébergements pêche), facilitant l'accès à l'information pour les clientèles et les partenaires.



Tirage : 8 000 ex



Tirage : 5 000 ex



Tirage : 2 000 ex



Tirage : 1 000 ex



Tirage : 12 000 ex



Tirage : 30 000 ex

• Stratégie web et écosystème digital

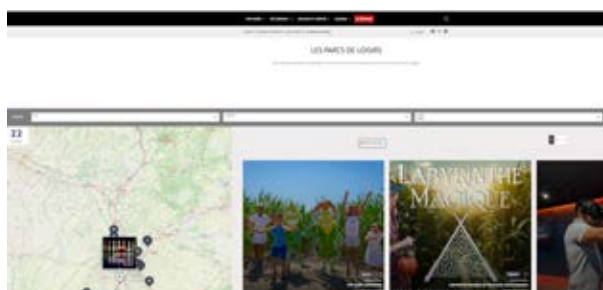
→ Web

L'année 2025 a permis de consolider la place du site hautegaronnnetourisme.com comme outil central de la stratégie de communication. Les travaux menés ont porté sur l'amélioration de l'expérience utilisateur, la structuration des contenus et la préparation d'une refonte d'ampleur intégrant davantage les enjeux RSE.

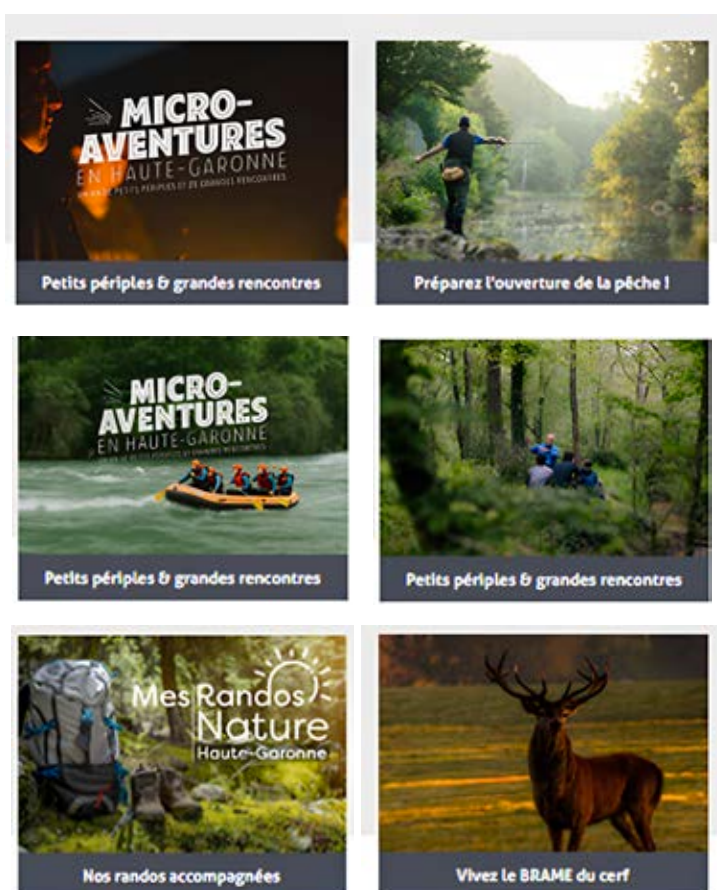
La réflexion engagée concerne notamment l'évolution des rubriques éditoriales, la hiérarchisation des offres, l'amélioration du moteur de recherche et la mise en valeur des retombées presse, témoignages et contenus produits par des tiers.

Parallèlement, les sites thématiques (randonnée, Vignobles & découvertes) ont fait l'objet d'optimisations visant à mieux segmenter l'offre, à valoriser les pratiques selon les saisons et à renforcer la lisibilité des itinéraires.

Ainsi les listings d'offres touristiques permettent d'avoir les offres « près de moi » pour que le visiteur ait une vision éclairée de tout ce qu'il peut faire aux alentours de sa position.



Nous avons également généré des pages pour susciter l'envie de découvrir de manière expérientielle avec une sélection d'idées que sont les micro-aventures. Dans le même esprit, l'actualité se fait le relais d'idée séjours en Haute-Garonne comme par exemple l'ouverture de la pêche en montagne ou ce que l'on peut faire pour les vacances de Pâques et la promotion des randonnées natures accompagnées que nous proposons au mois de mai/juin et septembre/octobre, le brame du cerf...



Les journées Européennes du Patrimoine

Haute-Garonne Tourisme est actif sur 3 principaux Réseaux Sociaux : Facebook, Instagram & LinkedIn.

Depuis 2023, nous avons décidé de ne plus communiquer sur « X », anciennement Twitter, en raison des changements éthiques & stratégiques de l'actuel propriétaire de ce réseau.

« Assimilée » aux Réseaux Sociaux, notre chaîne Youtube est à ce jour principalement utilisée comme un espace de contenus.

Les chiffres pour 2025 témoignent d'une bonne santé en termes de croissance, d'audience et d'engagement.

Un bémol toutefois concernant le changement de « l'algorithme » sur Instagram qui privilégie actuellement le « dictat » de l'influence, entraînant une baisse significative du taux d'interaction pour la plupart des comptes d'entreprise.

Les Réseaux Sociaux 2025 de Haute-Garonne Tourisme en quelques chiffres :

152 000 abonnés, 7 700 000 impressions (nombre de vues), 2 650 000 personnes touchées (portée), 91 000 interactions (likes, commentaires, partages & clics) & 3,44% d'engagement moyen au total répartis comme suit...



Page Facebook

- 128 200 abonnés
- 7 300 000 vues des publications
- 2 580 000 personnes touchées
- 84 600 interactions
- 3,28% d'engagement



Compte Instagram

- 22 150 abonnés
- 285 000 vues des publications
- 34 300 personnes touchées
- 3 100 interactions
- 9,04% d'engagement



Page LinkedIn

- 1 420 abonnés
- 16 500 vues des publications
- 8 500 personnes touchées
- 3 250 interactions
- 38,23% d'engagement



Chaîne Youtube

- 350 abonnés
- 104 000 vues des publications
- 25 300 personnes touchées
- 80 interactions
- 7,90% de taux de clic



A retenir pour les Réseaux Sociaux en 2025 !



Facebook, la force de frappe !

3,3% d'engagement pour près de 130 000 abonnés, c'est du "solide"

Instagram, une communauté fidèle !

9% d'engagement, dans les standards du tourisme institutionnel (entre 7 % et 11 %)

LinkedIn, le service qualité !

38% d'engagement, une adhésion record auprès de nos partenaires B2B

YouTube, le canal d'immersion !

8% de taux de clic, une attractivité record pour capter l'attention des voyageurs

Le groupe Facebook « Ma Haute-Garonne » créé en 2020 par Haute-Garonne Tourisme complète notre communication numérique avec pour objectif d'offrir un espace de partage & d'échange sur le tourisme en Haute-Garonne.

Ce groupe s'adresse prioritairement aux habitants haut-garonnais en leur donnant la parole.

Au 31 décembre 2025, le groupe comptabilisait 23 500 membres avec une croissance record de +30% par rapport à 2024 !

14 400 contenus ont été publiés (40 publications par jour en moyenne), générant près de 95 000 interactions !



→ Les émissions Facebook Live « la Haute-Garonne part en Live ! »

Haute-Garonne Tourisme a reconduit la série d'émissions "La Haute-Garonne part en live" en 2025

Le public a pu redécouvrir la Haute-Garonne autrement lors de 4 émissions 100% live de partages, d'échanges, de portraits & de vidéos.



Parc de Loisirs Pyrénées Ho de Cierp-Gaud
(Loisirs familles & Actifs)



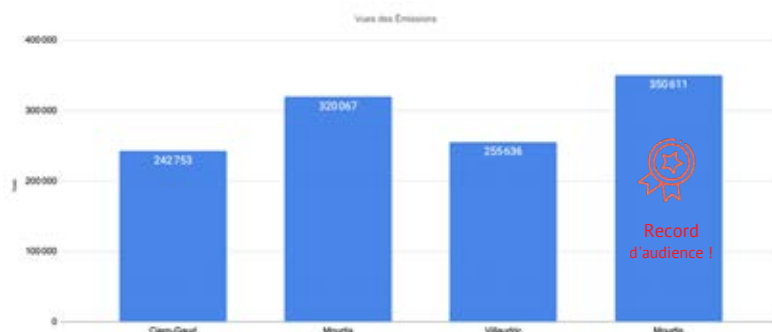
Boutx le Mourtis
(Spéciale « Grande Traversée »)

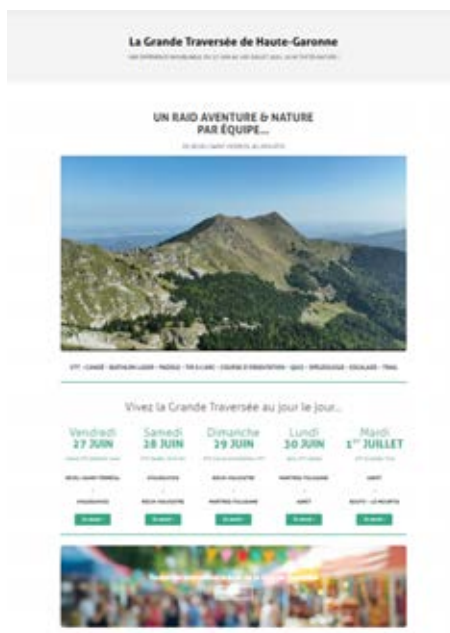


Restaurant Ô de Vignes de Villaudric
(Gastronomie & filières)



Boutx le Mourtis
(Activités de montagne)





La Grande Traversée de Haute-Garonne constitue le projet emblématique de l'année 2025. Cette aventure itinérante sur cinq jours, organisée du 27 juin au 1er juillet, a permis de valoriser le territoire à travers une approche sportive, ludique et durable.

La communication autour de cet événement a mobilisé un plan d'actions complet : création d'une page web dédiée et mise en avant en page d'accueil, réalisation et diffusion de 10 000 flyers, campagnes d'emailing ciblées auprès de clubs et associations, publications sur les réseaux sociaux accompagnées de sponsorisations, partenariats avec des plateformes spécialisées dans les activités outdoor, ainsi que la production de contenus vidéo.

La page dédiée a enregistré plus de 13 000 vues, confirmant l'intérêt du public pour ce type d'événement et pour les pratiques de pleine nature.

• Performances web et analyse des usages

L'analyse des performances web sur l'année 2025 met en évidence un site à fort trafic, bénéficiant d'un référencement naturel solide et de sources de trafic diversifiées. Le nombre de pages vues dépasse les 4 millions, avec une progression du nombre de visiteurs et une fréquentation répartie sur l'ensemble de l'année.

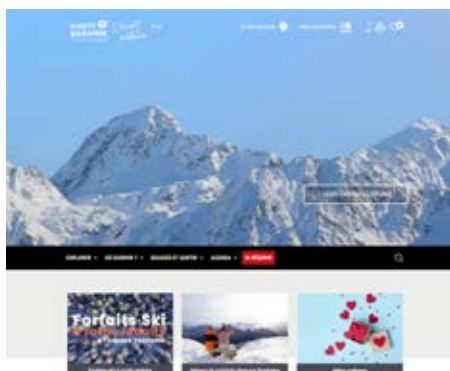
Les comportements de navigation témoignent d'un intérêt accru pour certaines thématiques saisonnières, telles que les lacs en période estivale, les Journées du Patrimoine à l'automne et les offres de ski à tarifs préférentiels en fin d'année.

Les versions linguistiques du site (anglais et espagnol) enregistrent des progressions notables en fréquentation, traduisant un intérêt croissant des clientèles internationales.

Du 1/01/2025 au 31/12/2025



Pour l'hiver 2025/2026, la communication a évolué vers une approche élargie des expériences proposées, mettant en avant d'autres activités comme le vélo, le bien-être, la gastronomie, la culture et le patrimoine, affirmant une vision renouvelée de la saison hivernale. Toutefois, une communication ciblée sur les stations de ski a été réalisée mettant en valeur les forfaits de ski vendus à notre Espace Tourisme et toutes les activités hivernales (balade en chiens de traîneau, rando raquettes, ski de rando ...) valorisées sur nos supports numériques.



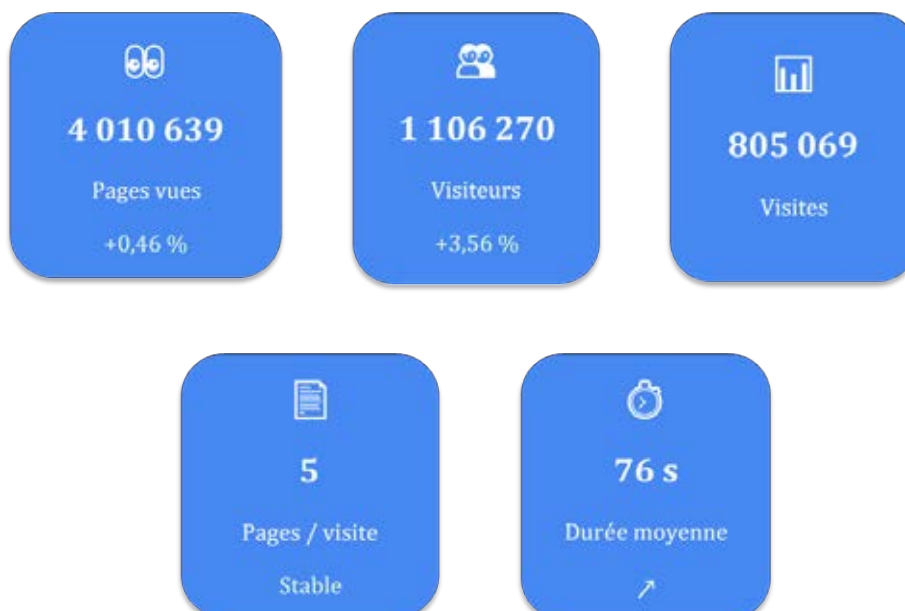
• Performances web et analyse des usages

L'analyse des performances web sur l'année 2025 met en évidence un site à fort trafic, bénéficiant d'un référencement naturel solide et de sources de trafic diversifiées. Le nombre de pages vues dépasse les 4 millions, avec une progression du nombre de visiteurs et une fréquentation répartie sur l'ensemble de l'année.

Les comportements de navigation témoignent d'un intérêt accru pour certaines thématiques saisonnières, telles que les lacs en période estivale, les Journées du Patrimoine à l'automne et les offres de ski à tarifs préférentiels en fin d'année.

Les versions linguistiques du site (anglais et espagnol) enregistrent des progressions notables en fréquentation, traduisant un intérêt croissant des clientèles internationales.

Du 1/01/2025 au 31/12/2025



Globalement un site performant qui enregistre un nombre de pages vues conséquents permettant d'être une très belle vitrine du tourisme départemental.

Notons une stagnation de nouveaux utilisateurs avec une augmentation de visiteurs connus qui augure que notre site est souvent consulté et par conséquent performant dans les réponses données. Nous observons également que les pics de visites se font essentiellement le week-end prouvant l'intérêt pour la recherche d'infos « que faire ce week-end proche de chez moi » Des sources de trafic très lié à la recherche organique très majoritairement qui montre que les campagnes d'achat de mots clés ont des retombées non négligeables.

Focus juillet à décembre 2025

Ce focus sur 6 mois permet de constater que la fréquentation de notre site est relativement stable tout au long de l'année au vu des chiffres annuels.

Cela prouve que l'intérêt vient tout aussi bien de visiteurs que d'habitants qui trouvent l'information souhaitée sur nos sites.



Quelques chiffres sur les types de trafic et les pages les plus consultées. On voit nettement que l'Agenda est très demandé ainsi que les activités liées à des points d'eau pendant les fortes chaleurs de l'été.

Il est à noter également que des événements majeurs comme le passage du Tour de France dans les Pyrénées a suscité des consultations importantes sur le territoire.



→ Fait marquant de cet été

- 90 405 pages vues (8%) portant sur les lacs prouvant l'intérêt de trouver des lieux de fraîcheur.

Sur la période septembre/octobre, ce sont les journées du patrimoine qui tirent leur épingle du jeu et durant novembre/décembre, ce sont les forfaits de ski à tarifs réduits

Le site amiral est traduit en deux langues étrangères. Les traductions des offres touristiques sont réalisées avec l'aide du traducteur intégré Deepl directement dans notre base de données Tourinsoft. Ainsi la fréquentation du site a augmenté notamment par l'intermédiaire d'actions de promotion sur les marchés anglophone et l'Espagne réalisées en partenariat avec l'Agence Toulouse Métropole.

Quelques éléments chiffrés :

- | | |
|---------------------------|--------------------------------|
| • Version Anglais | • Version Espagnol : |
| ·47 900 Pages vues | ·41 616 Pages vues |
| ·19 770 Visiteurs +47 % | ·17 863 Visiteurs |
| ·21 849 Visites +43 % | ·19 810 Visites -11 % |
| ·3 Pages par visite pour | ·3 Pages par visite |
| une durée moyenne de 50 s | pour une durée moyenne de 50 s |

→ Les sites satellites

- **randohautegaronne.com**
 - 318 006 Pages vues +46 % vs 2024
 - 25 865 Visiteurs +23,16 %
 - 39 460 Visites +25,6 %
 - 11 Pages par visite
 - Durée moyenne > 2 min

Top 3 des pages consultées : 1. Tous nos itinéraires • 2. Agenda • 3. Nos GR

Un site de plus en plus consulté avec des pics de fréquentation les week-ends de mai à octobre. Plus de 2 millions d'affichage d'itinéraires et plus de 39 000 consultations représentant 2 300 téléchargements de GPX et 3 300 de pdf des circuits proposés.

Widgets	Consultations	Affichages	Téléch. GPX	Impr. PDF
Les randonnées en Haute-Garonne	34259	2045198	1905	2893
GR®861 VIA GARONA	822	38046	99	62
GR®46 : DE ROQUESÉRIÈRE À TOULOUSE	380	8308	22	21
GR®86	321	2945	19	20
GR®78 "LA VOIE DU PIÉMONT	298	2246	18	16
GR®10	127	1865	9	3
GR®653	116	1168	3	4
Total	39075	2120243	2267	3284

- **vignoblesetdecouvertesFronton**

Dans le cadre du renouvellement du label Vignobles&Découvertes, l'intérêt pour ce site est de valoriser avec d'autres pratiques comme une découverte du vignoble en vélo par exemple.

- 6 249 Pages vues

- -22 %

- 3 293 Visiteurs

- 3 907 Visites -30 %

Un site confidentiel qui a généré une légère augmentation du nombre de pages vues et du temps passé 2 pages/1mn mais cela reste assez peu.

- **Performances web et analyse des usages**

→ **3 dossiers de presse disponibles en 2025**

- Haute-Garonne Tourisme Général : 28 pages avec nos incontournables, idées de reportages, productions locales...
- Les nouveautés 2025 détaillant sur 8 pages les actualités sur la mobilité douce, le bien-être, les nouveaux hébergements, activités et restaurants,
- La Haute-Garonne naturellement active (12 pages) qui présente les activités de pleine nature, des portraits d'acteurs et un focus sur la Grande Traversée.



→ **Les accueils**

En 2025, Haute-Garonne Tourisme a mené une politique presse active, avec de nombreux accueils de journalistes, influenceurs et équipes de tournage, en lien avec ses partenaires institutionnels.



Plusieurs émissions télévisées d'envergure nationale ont été réalisées :

- Bougez Vert (Ushuaïa TV) : deux émissions diffusées en avril 2025, consacrées à la Garonne au naturel et au Canal du Midi.
- Échappées Belles (France 5) : une émission « Canal du Midi » tournée en mai et diffusée en juin, ainsi qu'une rediffusion estivale d'un épisode consacré à Toulouse.

D'autres accueils presse ont également été organisés :

- Accueil du Guide Vert Midi Toulousain pour une mise à jour éditoriale.
- Accueil de journalistes espagnols à Luchon, en partenariat avec l'Agence des Pyrénées et l'Office de Tourisme Pyrénées 31.
- Tournage d'une émission TV Seasons dédiée à la pêche dans les lacs d'altitude pyrénéens.

Enfin, plusieurs actions ont été menées conjointement avec l'Agence d'Attractivité de Toulouse Métropole, dans le cadre d'un plan d'actions spécifique.

• Outils collaboratifs, innovation et intelligence artificielle

L'année 2025 a été marquée par l'anticipation de l'arrêt de la plateforme collaborative Workplace by Meta avec les offices de tourisme et acteurs. D'autres usages ont été mis en place pour pallier à ce manque.

En parallèle, le pôle communication a intégré de nouveaux usages liés à l'intelligence artificielle. À la suite de formations dédiées, cinq comptes professionnels ont été déployés afin d'accompagner la production éditoriale, la structuration des contenus et l'optimisation des actions de communication.

→ Tourinsoft et le Réseau Départemental d'Informations Touristiques

La mise en réseau des offices de tourisme évolue en fonction des besoins et attentes de chacun. La base de données départementale est utilisée par les 15 offices du territoire pour alimenter leur site internet, répondre aux demandes des touristes, des locaux....

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

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

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

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

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, accompagnement sur un projet, demande de modification ou ajout de champs...).

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

• Dossiers traités :

GRC 2.0 : Modification du nom des utilisateurs (pour l'envoi des carnets de voyage), ajout des BIT ou points d'info attaché à chaque OTI, accompagnement sur la mise en place (PC et tablette), création de nouveaux modèles (courriers et mails), mise en place des statistiques...

Syndications v3 :

Accompagnement passage v1>v3, échange avec les agences quand nécessaire, Création de nouvelles syndications pour alimenter Cirkwi en français, anglais et espagnol (ITI et POI), Création de syndications v3 pour alimenter DataTourisme. Alignement des hébergements.

Traduction Deepl : Traduction automatique via Deepl d'une sélection de champs en anglais et en espagnol sur la totalité des offres touristiques.

La donnée au service de l'expérience voyageur : Le réseau départemental s'appuie sur Tourinsoft pour centraliser et harmoniser l'offre touristique. Cette approche mutualisée permet de renforcer le réseau en privilégiant :

La coopération : Une mutualisation efficace entre les Offices de Tourisme et le CDT pour une information unifiée.

Une qualité maîtrisée : Le CDT supervise la saisie via des règles de validation, compensant les éventuels écarts liés à la gestion partagée.

Une réactivité : La stabilité des taux de réponse témoigne de l'implication constante des acteurs de terrain et des prestataires.

Et l'enjeu majeur : Garantir une information pertinente pour transformer l'attractivité du territoire en résultats concrets



La Haute Garonne : Une dynamique touristique forte avec des offres touristiques réparties de manière assez équilibrée :

Ces données peuvent être complétées en présentant la distribution proportionnelle des offres touristiques entre les différentes structures. Elle met en évidence une concentration de l'offre chez deux acteurs majeurs face à un réseau local très diversifié.

Répartition des offres par structure

- LAURAGAIS TOURISME
- OT CAGIRE GARONNE SALAT
- OT DE TOULOUSE
- OT DES HAUTS TOLOSANS
- OT DU MURETAIN
- OT INTERCOMMUNAL CŒUR DE GARONNE
- OT PYRENEES 31
- SICOVAL
- OT AUX SOURCES DU CANAL DU MIDI
- OT DESTINATION COMMINGES PYRENEES
- OT DES COTEAUX DU GIROU
- OT DU BASSIN AUTERIVAIN
- OT DU VIGNOBLE DE FRONTON
- OT INTERCOMMUNAL DU VOLVESTRE
- OT VAL'AIGO



• Les partenariats

L'année 2025 a été marquée par une forte mobilisation partenariale, tant au niveau national qu'international

Trois Contrats de Destination (2023–2025) se sont achevés :

- **Le Contrat de Destination Canal du Midi**, porté par VNF et le CRTL, avec des campagnes de communication digitale sur plusieurs marchés européens.
- **Le Contrat de Destination Toulouse**, mené avec l'Aéroport Toulouse-Blagnac, l'Agence d'Attractivité Toulouse Métropole et le CRTL, comprenant des actions presse et B2B sur de nombreux marchés internationaux.
- **Le Contrat de Destination Pyrénées**, piloté par l'Agence des Pyrénées, avec des actions nationales et espagnoles.

Le Canal des 2 Mers à Vélo a poursuivi ses actions sous pilotage CD31/CDT31, malgré un budget réduit, avec notamment le maintien du site internet.

Un plan d'actions commun avec l'Agence d'Attractivité de Toulouse Métropole a permis de déployer de nombreuses opérations : accueils presse et influenceurs, publications dans des médias nationaux (M le Monde, Courrier International, Escapade magazine, campagnes digitales avec SNCF Connect, présence sur des salons professionnels et développement de projets structurants comme une brochure vélo commune en projet.

À l'international, des actions ciblées ont été conduites sur des marchés prioritaires tels que l'Espagne, la Scandinavie, l'Allemagne, la Belgique, la Suisse, les États-Unis, l'Italie et le Portugal, combinant relations presse, campagnes média et opérations B2B.



• Actions en lien avec les Offices de Tourisme et les partenaires

→ Bourse d'Échanges

La bourse d'échanges de printemps s'est tenue le 13 mai à la salle du Tamtam à Nailloux, rassemblant offices de tourisme, parcs de loisirs et prestataires d'activités du territoire. Ce temps fort professionnel a permis aux participants d'échanger leur documentation touristique tout en découvrant les richesses locales à travers un programme immersif. La journée a été ponctuée par une visite guidée et patrimoniale de la bastide de Montgeard, une visite du Moulin à 6 Ailes incluant un atelier pain, ainsi que des dégustations et des rencontres avec des producteurs locaux au Comptoir d'Isatis. Les participants ont également pu découvrir le Village des Marques, renforçant ainsi leur connaissance de l'offre touristique et économique du territoire.

Au total, près d'une centaine de participants ont été accueillis.



En 2025, Haute-Garonne Tourisme a maintenu sa visibilité auprès du grand public et des professionnels à travers sa présence sur plusieurs salons et événements.

Dates	Nom	Lieu	Public
13 - 14 janvier	Partir en France	Paris	Presse
1er - 2 février	La roue tourne	Roques	Grand Public
7 - 9 mars	OCC'YGENE - Salon Tourisme, Randonnées et Loisirs	Toulouse	Grand Public
20 - 22 mars	Opération de street-marketing	Barcelone	Grand Public
11 avril	Salon de la chasse	Saint-Gaudens	Grand Public
15 mai	Opération Occitanie restaurants du CSE Airbus	Blagnac	Grand Public
16, 19 et 20 juillet	Tour de France	Toulouse / Luchon / Muret	Grand Public
20 - 21 septembre	Journées du Boulonnais	Boulogne/Gesse	Grand Public
22 septembre	Workshop France Outdoor	Stuttgart (Allemagne)	Pro
28 septembre	10 ans RNR Confluence Garonne-Ariège	Lacroix-Falgarde	Grand Public
30 sept - 2 octobre	Workshop Destination Occitanie	Paris	Pro
4 - 6 novembre	Heavent	Paris	Pro
25 - 30 novembre	Festival Pyrénicimes	Pibrac	Grand Public
12 - 14 décembre	Marché Gourmand d'Occitanie	Toulouse	Grand Public

En 2025, Haute-Garonne Tourisme a maintenu sa visibilité auprès du grand public et des professionnels à travers sa présence sur plusieurs salons et événements. Cette année encore, nous avons donné la priorité aux événements locaux pour valoriser les séjours de proximité mais également du loisir. Les événements retenus sont la plupart du temps en lien avec les activités de pleine nature et la mobilité douce, le développement durable, la gastronomie et les circuits courts. Les opérations sont souvent conduites en collaboration avec nos partenaires (service agro-écologie du CD31, Agence d'Attractivité de Toulouse Métropole...). Nous associons également les acteurs touristiques – offices de tourisme et prestataires privés – afin de promouvoir la destination dans toute sa diversité, en mettant en valeur ses territoires et leurs atouts.

→ Grande Traversée de la Haute-Garonne : un événement structurant au service de la promotion du territoire

La Grande Traversée de la Haute-Garonne (GTHG) s'est affirmée en 2025 comme un événement structurant au service de la promotion touristique du département et des activités de pleine nature. Conçue comme une expérience itinérante, immersive et collective, elle dépasse le cadre d'un simple événement sportif pour incarner une véritable vision de séjour, valorisant les paysages, le patrimoine, les villages et la diversité des activités de pleine nature sur l'ensemble du territoire.

Un format innovant favorisant l'itinérance et la génération de nuitées

Organisée sur 5 jours, du 27 juin au 1^{er} juillet, la GTHG était un raid multisport accessible et inclusif, rassemblant 120 participants aux profils variés (locaux et extérieurs au département, pratiquants réguliers, clubs, entreprises, toutes générations confondues). Ce format s'est révélé être l'un des principaux leviers d'attractivité de l'événement et a permis de contribuer à l'objectif de génération de nuitées touristiques, en cohérence avec les valeurs du tourisme durable portées par Haute-Garonne Tourisme.

Un levier de valorisation territoriale à l'échelle départementale

Sur le plan territorial, la GTHG a permis de donner à voir une Haute-Garonne unifiée et attractive, dépassant les logiques de territoires grâce à la cohérence de son itinéraire et à son approche transversale. L'événement a renforcé le positionnement du Comité Départemental du Tourisme comme acteur fédérateur, capable de mobiliser et de faire coopérer collectivités, offices de tourisme, communes, communautés de communes et acteurs privés. Le soutien du Conseil départemental, notamment à travers l'appui logistique de ses services, a constitué un maillon essentiel de la réussite de cette première édition.

Des retombées économiques et touristiques significatives

Les retombées territoriales observées sont particulièrement encourageantes. La majorité des participants a profité de sa venue pour consommer localement (restauration, commerces, produits du terroir, hébergements). Par ailleurs, près de 100 % des participants envisagent de revenir en Haute-Garonne pour un futur séjour. Les villages d'arrivée, les bivouacs, les animations locales et les rencontres avec les habitants ont largement contribué à créer une ambiance conviviale et fédératrice, fortement plébiscitée par les participants.

Une stratégie de communication efficace et un rayonnement renforcé

La stratégie de communication multicanale déployée (réseaux sociaux, e-mailings ciblés, phoning, relations presse, présence sur salons) a permis d'assurer un rayonnement notable de l'événement. La forte visibilité sur les réseaux sociaux, associée à une couverture médiatique locale, a renforcé la notoriété de la GTHG.

Un projet fédérateur et structurant pour Haute-Garonne Tourisme

En interne, la GTHG a également joué un rôle structurant pour Haute-Garonne Tourisme en renforçant la cohésion des équipes.

En quelques chiffres :

- 5 jours de traversée de Revel Saint-Ferréol à Boutx - Le Mourtis
- 120 participants
- 52 communes traversées
- 2 formules d'inscription : à la journée 64 €/pers ou sur 5 jours 269€/pers
- 10 activités (VTT - Canoë - Biathlon Laser - Paddle - Tir à l'Arc - Course d'Orientation - Quiz - Spéléologie - Escalade - Trail) réparties sur les différentes étapes avec animations et réceptions en soirée organisées par les mairies des étapes



→ Haute-Garonne Tourisme : organisme de formation

Dans la continuité de son engagement en faveur de la professionnalisation des acteurs touristiques du territoire, le CDT a déployé un programme annuel de formations. Celui-ci a porté à la fois sur des thématiques liées au tourisme durable/responsable et sur des sujets répondant aux besoins exprimés par les prestataires et les offices de tourisme. Les inscriptions demeurent accessibles tout au long de l'année via le site professionnel de Haute-Garonne Tourisme.

Le renouvellement de notre certification Qualiopi a eu lieu en Janvier 2025.

Le fonctionnement est toujours le même :

- 50% du coût de la formation pris en charge par le CDT pour chaque participant
- 50% à la charge du participant

En quelques chiffres :

148 personnes formées en 2025

21 sessions de formation dont :

- 9 ateliers Instagram
- 1 atelier Facebook
- 3 formations IA
- 1 formation LinkedIn
- 1 conférence Repenser son offre sous l'angle de l'expérience client

-1 formation Canva

-1 formation Sites Touristiques & activités de loisirs : Les leviers pour développer ses ventes sur le web

-1 formation Initiation tourisme durable

-1 formation Produire des contenus responsables

-1 formation Concevoir des séjours bas-carbone

-1 formation Accueillir des publics en situation de handicap

9 sur 10 de taux de satisfaction

• Conclusion et perspectives

L'année 2025 confirme le rôle stratégique du pôle communication dans le rayonnement et l'attractivité de la Haute-Garonne. Les actions menées ont permis de renforcer la visibilité du territoire, de soutenir les filières touristiques et d'accompagner les grandes orientations de l'établissement.

Les perspectives pour 2026 s'inscrivent dans la continuité de cette dynamique, avec la poursuite d'améliorations de nos sites web, l'intégration de l'Intelligence Artificielle pour créer et développer des contenus responsables et expérientiels, renforcé par des outils numériques et collaboratifs au service de la performance collective.

RSE



Tourinsoft : Allégement des serveurs de la base de données départementale : Action de suppression des Fêtes et Manifestations supprimées par les utilisateurs.

Promo/Communication : Mise en avant des offres touristiques proches du visiteur avec une gestion de la géolocalisation du visiteur du site web, Rationalisation du nombre de posts sur les réseaux sociaux, Réduction des éditions en papier, diminution des impacts d'envoi postal, Privilégier les voyages en train pour les accueils de journalistes, déplacements, Privilégier les acteurs locaux pour l'organisation de buffets/cocktails

Bourse d'échanges : Un traiteur local et cuisinant avec des produits frais a fait le repas, Une visite du moulin avec fabrication de pains a été proposée aux participants

Formations : Dématérialisation des documents administratifs, Programmation de formations en lien avec la RSE

Service Loisirs Accueil

Rapport d'activité



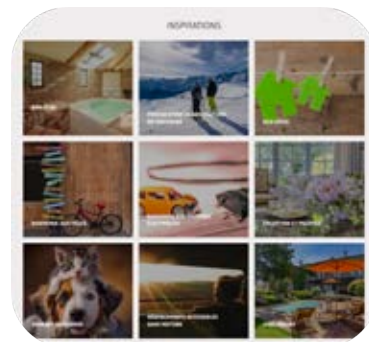
Haute-Garonne Tourisme exerce une activité commerciale de location d'hébergements, de vente de séjours et d'activités touristiques par le biais de son Service Loisirs Accueil, centrale de réservation départementale.

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

Cette centrale est également l'Agence de Réservation officielle des Gîtes de France Haute-Garonne (convention de partenariat)

Deux points de vente sont à disposition du public

- Espace Tourisme - 14 rue Bayard à Toulouse
- Site Internet départemental de réservation, resa.hautegaronnnetourisme.com
- Sites Internet de la marque Gîtes de France (départemental et national)



• ACTIVITE GENERALE 2025 - Année commerciale 2025 : 22/12/2024 au /12/2025

Activité commerciale « Clientèle individuelle »

Nombre de dossiers	Volume d'affaire
3 504	2 683 940 €

Le comparatif avec l'année 2024 montre une progression des résultats du volume d'affaires de 18 %

Rappels :

- Année 2024 : 3025 dossiers 2 264 778 euros de volume d'affaires
- Année 2023 : 2503 dossiers 1 902 105 euros de volume d'affaires
- Année 2022 : 2774 dossiers 1 848 715 euros de volume d'affaires
- Année 2021 : 2554 dossiers 1 698 440 euros de volume d'affaires
- Année 2020 : 2 056 dossiers, 1 476 820 euros de volume d'affaires
- Année 2019 : 3 042 dossiers, 1 842 428 euros de volume d'affaires

(3 années ont été nécessaires pour revenir à des résultats équivalents à ceux de 2019, année de référence avant la pandémie Covid. Depuis le volume d'affaires augmente chaque année.)

• LA CENTRALE DE RESERVATION & SON OFFRE

L'offre de la centrale de réservation correspond à :

→ l'hébergement

- Maisons et/ou appartements
- Des chambres d'hôtes
- Labels Gîtes de France (95%) et Clévacances (5%)
- Petite hôtellerie rurale



→ des activités à plus petite échelle

- Forfaits de ski à tarifs préférentiels
- Journées d'activités pleine nature : raquettes à neige, chiens de traîneau, randonnée...
- Séjours thématiques : thermoludique, gastronomique, insolite



• L'ANNÉE 2025 À LA LOUPE

→ Les points forts de l'année 2025

- Une augmentation de l'offre commercialisée, liée au recrutement 2025 d'hébergements Gîtes de France qui étaient en location directe et qui sont passés en gestion par l'agence de réservation : un suivi personnalisé de ces nouveaux propriétaires a été nécessaire afin de les accompagner dans cette nouvelle gestion.
- Le développement de notre distribution en ligne, avec de nouveaux canaux comme Abritel ou HomeToGo et Holidu.
- L'impact positif des campagnes de communication des 70 ans de Gîtes de France, qui ont renforcé la visibilité et favorisé le «early booking »

→ Focus sur la saison hiver - mi décembre 2024 au 30 mars 2025

Le volume d'affaire global sur les vacances d'hiver progresse de 20%.

Une demande accrue pour les séjours en montagne : les importantes chutes de neige dès le mois de décembre ont incité les adeptes des sports d'hiver à anticiper leur réservation.

Les hébergements Gîtes de France situés à proximité des stations de ski ont bénéficié de cette dynamique.

En parallèle, la centrale de réservation a développé et commercialisé des courts séjours thématiques qui ont été apprécié auprès notamment du CSE d'Airbus

- Expérience chien de traîneau avec un hébergement en hôtel 2 étoiles au Mourtis.
- Escapade à Luchon incluant une séance au nouveau centre thermoludique avec un hôtel 4 étoiles.

Une forte présence de la clientèle de proximité

Les réservations issues de la zone C (Toulouse) représentent 55% du volume d'affaires, confirmant l'importance de la clientèle de proximité du bassin toulousain.

Toutefois, les réservations provenant des zones A (Bordeaux) et B (Nantes, Rennes) restent significatives.



→ Focus sur la vente de forfaits de ski

Haute-Garonne Tourisme est maintenant identifié comme un point de billetterie de référence proposant des tarifs préférentiels pour les stations de la Haute-Garonne.

Plus de 1 400 forfaits vendus : 1028 forfaits Superbagnères – 92 forfaits Mourtis – 281 forfaits Peyragudes

La station de Superbagnères concentre la majorité des ventes, portée par les aménagements de la destination, notamment la crémaillère express et le centre thermoludique aux Thermes de Luchon.

Les estivaliers ont répondu présents, le bilan de l'été est positif, avec des résultats en hausse de 23%

- Malgré l'inflation, les vacanciers ont maintenu leur départ en vacances, parfois au prix de sacrifices budgétaires, à la recherche de repos, de déconnexion et d'expériences authentiques.
- La campagne séduit pour son calme et son authenticité, à l'écart du tourisme de masse.
- Les Pyrénées attirent par leur fraîcheur, les activités de montagne
- Le Tour de France a dynamisé les réservations en juillet
- La mise en place dès le mois de mai de promotions sur les sites Web offrant moins 10 ou moins 12% sur des hébergements Gîtes de France pas ou peu loués pour l'été a été appréciée par notre clientèle avec la concrétisation de plus de 70 réservations. Cette promotion a été financée par la commission sur les ventes de la centrale de réservation qui est offerte au client.
- Les campagnes de communication « Google Ads » avec la Fédération Nationale des Gîtes de France sur la destination Haute-Garonne ont apporté la concrétisation de 385 réservations.
- La continuité durant l'été d'une clientèle « pro » qui nous a contacté pour des déplacements professionnels (SNCF, hôpitaux, boîtes d'intérim, sociétés dans le bâtiment ou les télécommunications) contribue aux bons résultats
- A plus petite échelle, des séjours hôteliers thématiques ont séduit les visiteurs en été : Hôtel 4★ en Comminges avec repas gastronomique - Hôtel 3★ + activités thermoludiques à Luchon - Hôtel 4★ à Luchon avec suggestion de randonnée en montagne.
- La période de canicule a freiné certaines escapades spontanées de dernière minute alors que les incendies du département voisin de l'Aude n'ont entraîné aucune demande d'annulation dans notre département.

• 2025 en chiffres

→ Prix moyen du dossier de réservation : 766€ en 2025 (748€ en 2024)

- Le prix moyen du dossier progresse car les tarifs des séjours ont augmenté

→ Internet : 62 %

- Cette part progresse de 5 points par rapport à 2024. Le site national des Gîtes de France représente le plus gros apporteur d'affaires et l'ouverture des distributeurs (Aritel, HomeTogo et Holidu) renforce cette progression.
- Cette activité internet nécessite un travail conséquent en « back office » pour la centrale de réservation : paramétrage, mise à jour des données, gestion des nombreux mails générés, suivi des paiements

→ Centrale d'appels : 38 %

→ Durées de séjour :

- 7 jours (33 %)
- 3 à 6 jours (26 %) (+3 points par rapport à 2024)
- 8 jours et plus (23 %)
- 0 à 2 jours (18 %) (+1 point par rapport à 2024)

Même si la part des séjours 7 jours reste majoritaire, nous constatons une augmentation progressive des courts séjours d'année en année.

→ Clientèle française : 90%

- La fréquentation est dominée par une clientèle française et locale.
- Elle vient essentiellement d'Occitanie (dont majoritairement la Haute-Garonne) mais aussi beaucoup d'Ile-de-France (Paris, Yvelines, Val de Marne), des départements de l'ouest de la France (Gironde, Loire Atlantique, Pyrénées Atlantiques, Charente Maritimes) et des Hauts de France (Nord et Pas de Calais).

→ Clientèle étrangère : 10%

- Top 5 de la clientèle touristique étrangère : 1er Belgique – 2ème Angleterre – 3ème Espagne – 4ème Allemagne – 5ème Pays Bas

• TAXE DE SÉJOUR

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

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

La centrale de réservation a reversé aux communautés de communes concernées un montant total de : 70 485 €.

Ce chiffre est en hausse en raison de l'augmentation du volume d'affaires, mais aussi depuis l'instauration, au 1er janvier 2024, d'une taxe régionale supplémentaire de 34 % en Occitanie (pour LGV grande vitesse).

REVERSEMENT DE LA TAXE EN DÉTAIL

- CC Pyrénées Haut-Garonnaises = 18 966 €
- CC Toulouse Métropole = 15 373 €
- CC des Terres du Lauragais = 9 104€
- CC Muretain Aglo = 8 874 €
- CC Cœur et Coteaux du Comminges = 4 168 €
- CC Cagire Garonne Salat = 3 944 €
- CC Aux Sources du Canal du Midi = 3 464 €
- CC du Sicoval = 2 825 €
- CC Hauts Tolosans = 2 802 €
- CC Val 'Aïgo = 965 €

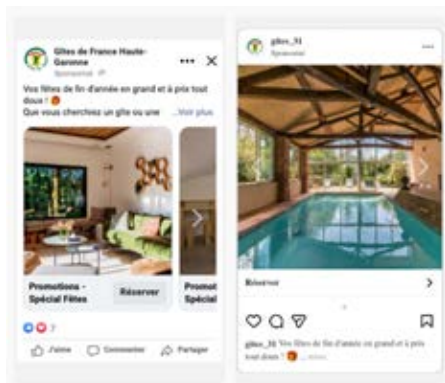


• DEVELOPPEMENT DIGITAL

Bilan des Campagnes Commerciales 2025 : une année charnière

En 2025, nous avons marqué une accélération majeure de notre stratégie digitale avec le plus grand nombre de campagnes commerciales jamais menées.

Cette multiplication d'actions nous a permis de mettre en avant divers types de produits : hébergements en promotion, grands gîtes, gîtes avec cheminée, forfaits de ski, activités Hiver...



Nous avons capté une audience massive à des coûts extrêmement bas :

- Records d'efficacité : des coûts par clic (CPC) tombant à 0,02€ pour les promotions d'été et de la Toussaint.
- Puissance hivernale : plus de 16 200 clics générés en seulement 10 jours en décembre (Ski et Activités) avec un CPC de 0,05€.
- Engagement : un taux de clic (CTR) de 2,5 %, prouvant la pertinence de nos offres auprès de la cible Occitanie.

Cet effort soutenu a permis de recruter près de 1 000 nouveaux abonnés (Facebook et Instagram confondus) en fin d'année, renforçant notre base de fidélisation pour l'avenir.

• PARTENARIAT AIRBUS

En collaboration avec le Comité Régional du Tourisme et des loisirs, 2 brochures dématérialisées (une pour la saison automne/hiver et une autre pour la saison printemps/été) regroupant des offres touristiques en Occitanie ont été réalisées avec des séjours dans chaque département.



Ces brochures ont été diffusées auprès de l'ensemble des salariés de l'entreprise Airbus.

Le service de réservation a mis en place des séjours spécifiques répondant au cahier des charges : Ce sont des séjours thématiques et packagés incluant des hébergements hôteliers avec des prestations incluses : de la gastronomie ou du thermoludisme ou des activités de pleine nature (chiens de traineau ou visite de ferme...)

Les résultats sont en progression avec plus de 120 clients qui ont séjourné dans notre destination Haute-Garonne.

• DEVELOPPEMENT DE LA DISTRIBUTION INTERNATIONALE



Depuis la fin de l'année 2023, la centrale de réservation utilise le logiciel ITEA. Le « chanel manager » du PMS nous a permis le développement de partenariats avec des plateformes extérieures comme Abritel, HomeTogo et Holidu.

Ces canaux de distribution ont représenté 8 % des ventes réalisées en 2025, contribuant ainsi à renforcer la visibilité des hébergements Gîtes de France de la Haute-Garonne.

Des tests avec la plateforme Booking ont également été étudiés et analysés avec la perspective d'un développement progressif en 2026.

RSE



Valorisation d'une offre responsable

Nous avons fait évoluer les thématiques du site de réservation en ligne en mettant tout particulièrement en avant :

- Les séjours en éco-gîtes
- La sélection « Bienvenue à Vélo », favorisant les mobilités douces

Promotion des mobilités durables

Depuis 2025, nos newsletters commerciales intègrent systématiquement des solutions de déplacement éco-responsables : covoiturage, voitures en libre-service et train.

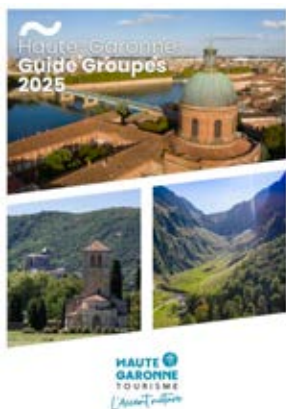
Congrès Séminaire groupe

Rapport d'activité



• Groupes Loisirs Adultes et Scolaires

→ Le Guide Groupes en images



→ Le **guide groupes loisirs adultes** est édité en format papier (300 exemplaires). Il est diffusé via plusieurs canaux :

- L'envoi d'une newsletter pour annoncer sa parution pour ensuite un envoi postal à la demande et accompagné de la carte touristique de la Haute-Garonne.
- La parution sur le site internet de Haute-Garonne Tourisme – onglet « Espace Groupes / Affaires », « Groupes Loisirs Adultes », « Consultez notre catalogue groupes 2026 »
- La diffusion sur nos 3 espaces accueil : Les Olivétains – Le Comptoir du Lauragais – L'espace Tourisme rue Bayard.
- La diffusion lors des salons professionnels.

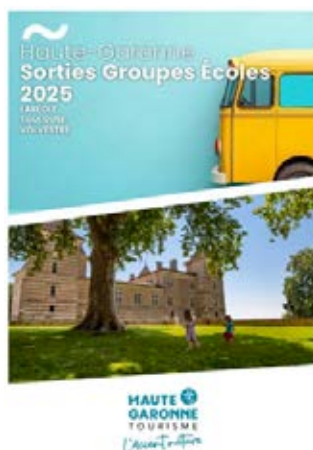
Le guide groupes loisirs adultes comprend à la fois des programmes d'excursions à la journée sur St-Bertrand-de-Comminges – Le Canal du Midi – ou les villes et villages de Luchon, Toulouse ou Martres-Tolosane.

Mais le catalogue propose aussi des séjours de 2 à 4 jours sur des thématiques tel que l'espace et l'aviation ou bien le Moyen-Age ou des secteurs géographiques comme le Comminges.

→ Le **guide groupes loisirs scolaires** est proposé uniquement sous format numérique.

Il se compose de 4 éditions :

- Pour les écoles, 3 éditions par zone géographiques
 - Le Canal du Midi et le Pays Lauragais
 - Laréole, Toulouse et le Volvestre
 - Pyrénées, Saint-Bertrand-de-Comminges / Valcabrère



- Pour les collèges, une édition pour toute la Haute-Garonne
- Il est diffusé via plusieurs canaux :
- L'envoi de newsletters pour annoncer sa parution pour ensuite un envoi des fiches produits personnalisé.
 - La parution sur le site internet de Haute-Garonne Tourisme – onglet « Espace Groupes / Affaires », « Groupes Loisirs Scolaires », « Nos brochures groupes scolaires »

→ Les actions de promotion & commercialisation

→ Les participations aux salons groupes pour les professionnels

- **Workshop du Sud de la France au château de Haute-Serre dans le Lot – le jeudi 13 février 2025 :**
- Le Workshop Destination Groupes – Sud de la France a ouvert l'année 2025 des rencontres professionnelles pour Haute-Garonne Tourisme.
- Organisé au Château de Haute-Serre à Cahors, il a réuni 10 destinations touristiques spécialisées dans l'accueil des groupes. Les experts du réseau du club groupes ADN Tourisme ont présenté les nouveautés touristiques 2025, des idées de circuits groupes, d'excursions organisées et de séjours clé en main.
- Grâce à des rendez-vous personnalisés, les participants ont pu concevoir des programmes de voyages de groupes sur mesure, dans un cadre convivial favorisant les échanges professionnels.



- **Workshop Destination Occitanie et Eductour – le dimanche 23 et le lundi 24 mars 2025**
- Le dimanche 23 mars Haute-Garonne Tourisme en collaboration avec le CRTL a organisé un éductour à la découverte du Porc noir de Bigorre à la ferme de Mathieu Solle puis après un déjeuner à l'Auberge Champêtre, l'après-midi était dédié à la découverte du village de Rieux-Volvestre. 10 Agences de voyages ou TO ont participé à cette journée.
- Le lundi 24 mars, la journée était dédiée au Workshop avec des rendez-vous programmé en ligne sur la plateforme de réservation.



- **Workshop National Destination Groupes à Paris – le mercredi 1^{er} octobre 2025**

Temps fort de l'année, le Workshop National Destination Groupes a rassemblé l'ensemble des destinations touristiques du réseau ADN Tourisme à Paris.

Cette journée était entièrement consacrée à la présentation de l'offre touristique groupes 2026 : circuits sur mesure, séjours culturels, excursions thématiques et nouvelles expériences dédiées aux groupes. Les participants ont pu échanger directement avec les experts des territoires afin de construire leurs futurs projets de voyages organisés.

→ Les newsletters groupes de notre fichier

Le travail d'actualisation et de qualification de notre fichier groupes réalisé tout au long de l'année, nous permet de mieux cibler notre clientèle et ainsi d'obtenir de meilleurs résultats.

- **Le fichier groupes adultes**

Il se compose d'un fichier client et prospect développé autour de 2 cibles principales :

- Les professionnels du tourisme (Agence de voyages, TO et Autocaristes) qui représentent environ 500 contacts.
- Les associations et clubs. Il faut aussi rajouter la cible amicale, CSE et CCAS et qui représentent environ 1 700 contacts.

Les taux d'ouverture étaient de 25% pour les professionnels du tourisme et de 34% pour les associations/clubs

- **Le fichier groupes scolaires**

Il se compose d'un fichier client et prospect d'environ 600 contacts et avec un taux d'ouverture d'environ 28%.



→ L'activité groupes en quelques chiffres

→ Les chiffres pour chaque clientèle

• L'activité groupes scolaires

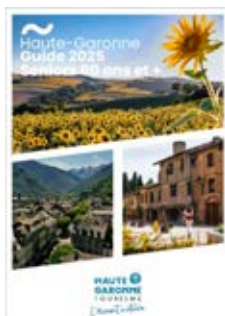
	2024	2025
Chiffre d'affaires scolaires	11 960 €	16 677 €
Nombre de groupes	29 groupes (1495 personnes)	35 groupes (1701 personnes)
CA reversé aux prestataires	6 685 €	9 640 €

• L'activité groupes adultes

	2024	2025
Chiffre d'affaires adultes	72 495 €	47 380
Nombre de groupes	19 groupes (2 séjours)	24 groupes (1 séjour)
CA reversé aux prestataires	58 943 €	39 002 €

• Groupes Séniors 60 ans et plus - Saison 2025

→ La raison d'être des journées séniors



La loi du 28 décembre 2015 relative à l'adaptation de la société au vieillissement a pour objectif de renforcer la prévention de la perte d'autonomie des personnes âgées. Elle prévoit notamment la mise en place, dans chaque département, d'une Conférence des Financeurs de la Prévention de la Perte d'Autonomie (CFPPA) dont la mission est de définir une stratégie coordonnée de prévention de la perte d'autonomie et d'élaborer un programme coordonné de financement d'actions individuelles et collectives de prévention.

Dans ce cadre, la Conférence des Financeurs de la Prévention de la Perte d'Autonomie de la Haute-Garonne lance 2 appels à initiatives (AAI) destinés à apporter un soutien financier à des actions de prévention qui pourraient être mises en œuvre à compter de chaque année :

- 1 AAI relatif aux actions de prévention en faveur des personnes âgées de 60 ans et plus vivant à domicile
- 1 AAI relatif aux actions de prévention en faveur des aidants

- Depuis 2018, Haute-Garonne Tourisme répond à l'appel à initiatives de la Conférence des Financeurs de la Prévention de la Perte d'Autonomie de la Haute-Garonne (CFPPA 31 – 1 AAI), relatif aux actions de prévention en faveur des personnes âgées de 60 ans et plus.
- Dans ce cadre nous organisons des journées à l'attention d'un public sénior sur l'ensemble du département de la Haute-Garonne sur la base d'un effectif de 25 personnes.
- Ces journées (transport, déjeuner et visites touristiques) sont entièrement prises en charge via la Conférence des Financeurs de la Prévention de la Perte d'Autonomie de la Haute-Garonne et réalisées par Haute-Garonne Tourisme en collaboration avec les acteurs touristiques.

→ Période de mise en place des actions

Pour la saison 2025, le programme de mise en place des actions continue à privilégier les 2 périodes de l'année les plus adaptées à ce public :

- Le choix du printemps et de l'automne et ainsi ne pas subir les risques de canicules,
- Des jours de semaine (plutôt le mardi ou le jeudi), pour éviter les flux touristiques importants des week-ends.
- Des prestataires touristiques plus disponibles et adaptés aux besoins de ce public.

→ Focus saison 2025 – Groupes séniors 60 ans et plus

- 19 journées programmées pour 475 participants, avec une répartition par catégorie analysée (sexe, niveau d'autonomie, tranche d'âge)

Nombre de participants			Niveau d'autonomie estimé		Nombre de participants par tranche d'âge			
Hommes	Femmes	Total	GIR 1 à 4	GIR 5 - 6 ou non GIRés	60 - 69 ans	70 - 79 ans	80 - 89 ans	90 ans et +
136	339	475	9	466	126	175	151	23

- 6 territoires ciblés pour découvrir la destination Haute-Garonne : Comminges – Coteaux du Girou – Hauts-Tolosans – Lauragais – Pays Toulousain - Volvestre,
- 33 900 € reversés aux partenaires touristiques (transporteur, restaurateur, site de visite). C'est une retombée directe pour l'économie locale de chaque territoire.

• Le service congrès

L'année 2025 a été marquée par une activité globalement stable portée par la réalisation de différentes actions.

L'activité du service Affaires s'est articulée autour des missions organisationnelles telles que l'élaboration de devis, la rédaction de contrats et de conventions, ainsi que la gestion administrative et comptable associée, incluant le suivi des budgets, le contrôle des factures et le règlement des prestataires.

Elle implique également la coordination des prestataires, la planification logistique et le suivi opérationnel pour garantir le bon déroulement des événements.

La mise en place d'un formulaire de réservation en ligne facilite les inscriptions et optimise la gestion administrative et financière des participants.

- 02/25, 04/25, 11/25 – Académie de l'Air et de l'Espace, transferts de 400 personnes.
Interventions logistiques à plusieurs temps forts de l'année pour des événements institutionnels de l'Académie.
- 03/25 – CNASS (Comité National d'action Sociale) 72 personnes hébergement, restauration, location de salle, paniers gourmands.
Organisation d'un rendez-vous professionnel à caractère institutionnel.
- 05/25 – Semaine des Cultures urbaines
Contribution à la réservation de chambre pour les artistes.
- 05/25 – Tridem Pharma transfert, hébergement et activité pour une journée de team building pour une soixantaine de personnes.
- 06–07/25 – La Grande Traversée, gestion des inscriptions d'un événement sportif pour un volume d'affaires de 19 000€
- 06/25 – Rencontres des contrôleurs de gestion, gestion des inscriptions, de l'hébergement, gestion des espaces, accueil in situ, visites, traiteur, soirée pour 120 participants.
- 07/25 – Agence des Chemins de Saint-Jacques 40 personnes
Participation à un événement institutionnel lié à la valorisation des itinéraires culturels.
- 10/25 – Jazz sur son 31
Contribution à la réservation de l'hébergement d'un festival culturel d'envergure départementale
- 11/25 – Journées des Justes (LICRA)
Aide à la gestion des inscriptions avec mise à disposition d'un formulaire en ligne et de l'hébergement.
- 12/25 – Soutien à l'organisation de la journée du Personnel, Transfert.

Dans ce contexte des actions transversales ont été menées.

La réalisation de devis et le démarchage des clients tels que Altimann, le groupe de vélo Murcia et le séminaire des agents immobiliers permettent de développer l'activité et de mieux cerner leurs besoins. Les propositions non concrétisées contribuent à assurer l'activité future et la préparation des offres à venir.

Salons Heavent et Oxygène

Présence sur des salons professionnels pour développer le réseau, acquérir de nouvelles connaissances sur le secteur, et représenter le service auprès de partenaires et clients potentiels.

Actions de fond

Elles optimisent la visibilité auprès des prospects qui assure un contact régulier pour une conversion en opportunité commerciale.

Pour les séminaires

- Exploitation d'une base d'environ 800 contacts qualifiés (salons professionnels, événements B2B, fichiers entreprises)
- 6 campagnes d'emailing (CSE et Séminaires / MICE)
- Animation régulière de LinkedIn sur la période estivale (mise en avant de sites séminaires, puis du catalogue)

Pour les Congrès

- Qualification de plus de 500 organisateurs,
- Création de supports dédiés,
- Mailing, phoning et relances.

Appel d'Offre

- Nous avons répondu à deux appels d'offre : fond Oxygène et Biotheray Days lequel a été remporté pour l'année 2026.

Etat et perspective financière

Le chiffre d'affaires s'élève à 61 000€ traduisant une capacité du service à maintenir son niveau d'activité dans un contexte concurrentiel et exigeant. L'activité repose sur une diversification des prestations : transfert de personnes, hébergement et restauration, gestion des inscriptions, coordination logistique et accompagnement administratif. Cette diversité limite la dépendance à un seul type d'événement et contribue à la stabilité financière observée sur l'exercice.

Les événements d'envergure génèrent des volumes significatifs tandis que les manifestations de taille intermédiaires assurent une récurrence d'activité tout au long de l'année.

Les actions commerciales et prospection représentent un investissement stratégique, tout comme les opportunités d'appels d'offre qui sécurisent partiellement le chiffre d'affaires futur. Il faut accentuer un développement commercial structuré pour être dans un contexte favorable à une augmentation progressive des revenus. Capitaliser sur la diversification des prestations, valoriser les références institutionnelles, Exploiter les outils numériques existant (réseaux et site internet) et transformer la visibilité sur les salons professionnels.

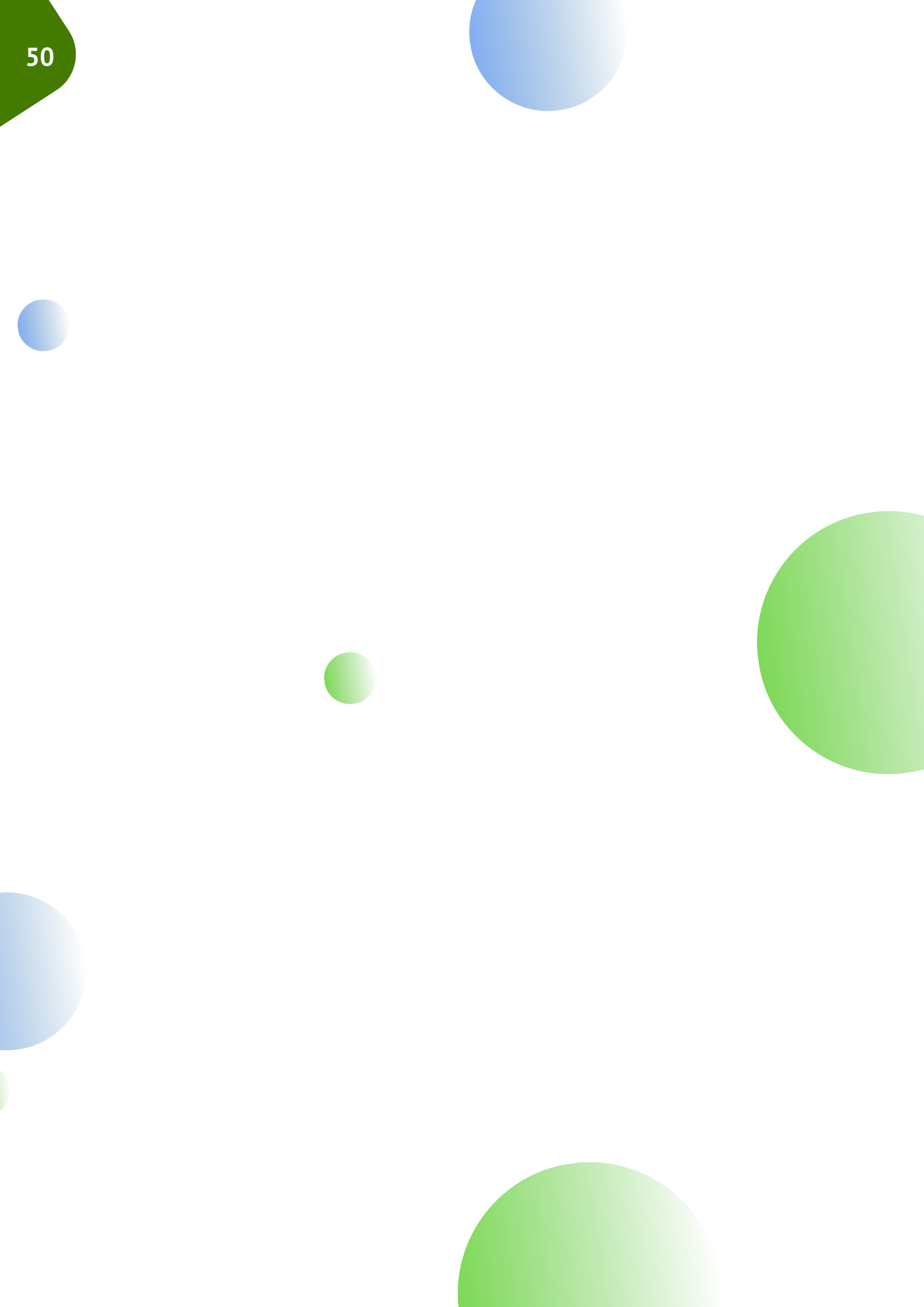


RSE



Ce dispositif s'inscrit dans une politique publique structurée de prévention de la perte d'autonomie, mobilisant des financements coordonnés pour soutenir des actions collectives à destination des seniors, en cohérence avec les enjeux de vieillissement actif et d'inclusion sociale.

Ces journées illustrent un modèle territorial responsable alliant accessibilité, bien-être des bénéficiaires et mobilisation d'acteurs locaux, tout en optimisant l'impact social et environnemental (choix des périodes, gestion des flux, partenariats locaux)



Espace Tourisme

Rapport d'activité



• Espace Tourisme Haute-Garonne

- Promouvoir la destination
- Accueillir, renseigner et accompagner
- Prescrire et vendre (billetterie, forfaits de ski, topoguides)
- Missions administratives (gestion de la documentation...)

Horaires :

- lundi au vendredi 9h-17h30 /samedi 10h-16h

En 2025, l'Espace Tourisme enregistre une diminution de la fréquentation de 5 %, soit environ 4 300 contacts utiles*. Cette évolution s'explique par un contexte national et international marqué par de fortes instabilités, ayant impacté les dynamiques de déplacement et les pratiques touristiques.

Dans ce cadre économique, climatique et politique incertain, l'Espace Tourisme Haute-Garonne a néanmoins maintenu son rôle d'accueil de proximité, de conseil personnalisé et d'accompagnement des publics tout au long de l'année.

Malgré ce recul global, certains indicateurs demeurent positifs :

- La saison hivernale reste dynamique, avec une progression de +1,5 %, confirmant l'attractivité des offres neige et montagne
- Le second trimestre concentre l'essentiel de la baisse annuelle et pénalise la fréquentation globale.

*contact utile correspond à toute demande ayant fait l'objet d'une réponse personnalisée.

→ Modes et origines des contacts

Evolution des contacts



La répartition des contacts reste globalement stable sur les canaux traditionnels :

- Guichet : 39 % des contacts utiles.
- Téléphone : 54,1 % des contacts utiles.
- Web / courriel / courrier : 6,1 % des contacts utiles.

Les échanges en présentiel et par téléphone demeurent prédominants. En revanche, les demandes effectuées par voie numérique enregistrent une baisse marquée de -37 %, traduisant une préférence affirmée pour le contact humain.

→ Origines des contacts

73 % des demandes touristiques émanent de Haut-Garonnais.

88 % de français dont 80 % Occitanie 6.7 % le Grand Est 11.9 % Le Grand Ouest et 4,5% Ile de France.

12 % d'étrangers principalement européens à l'exception des visiteurs canadiens en progression pour la troisième année consécutive et en lien direct avec la desserte aérienne.

→ Comportement du visiteur

L'année 2025 confirme une évolution des attentes des publics dans un contexte de forte digitalisation et d'incertitude globale.

Les visiteurs expriment une recherche accrue de rassurance, privilégiant les échanges directs avec des professionnels de la destination. Le guichet et le téléphone restent les canaux privilégiés pour :

- Obtenir des conseils fiables,
- Sécuriser les choix de séjour,
- Adapter les projets touristiques aux contraintes budgétaires et climatiques.

→ Qualification de la demande

Destinations

- 76 % concernent le département de la Haute-Garonne (hors Métropole)
- 21 % concernent la Métropole
- 3 % concernent la région Occitanie

→ Types de demandes



En 2025, les visiteurs privilégient les escapades en campagne et en montagne, tout en adaptant leurs choix face à l'inflation, à l'instabilité internationale et aux enjeux climatiques. Ces facteurs conduisent à une attention accrue portée aux budgets et à l'accessibilité des offres.

Les demandes se concentrent principalement sur les loisirs de plein air, les sites patrimoniaux et naturels, ainsi que sur les événements gratuits ou à tarifs modérés. L'intérêt pour l'hébergement, notamment les campings, reste soutenu. Par ailleurs, les recherches d'informations liées à la mobilité départementale (transports en commun, covoiturage, recharge électrique) poursuivent leur progression.

→ Types de demandes selon les périodes

- Janvier à mars : +1,5 %

La période hivernale bénéficie de conditions météorologiques favorables en janvier. Les demandes portent principalement sur :

- Les forfaits de ski à tarifs préférentiels
- Les activités neige
- Les séjours familiaux et entre amis

En période hivernale, l'Espace Tourisme propose des forfaits de ski à tarifs préférentiels pour les stations haut-garonnaises, générant de nombreuses sollicitations sur les modalités d'achat et les activités complémentaires. Les opérations « bons plans forfaits » ont principalement attiré un public haut-garonnais, tout en séduisant également des visiteurs extérieurs à la région Occitanie, notamment de Paris, Bordeaux et Nantes.

- Avril à Juin : -19%

La baisse des contacts utiles, marquée en avril (-31 %) en raison de conditions météorologiques défavorables, n'a pas été compensée en mai et juin.

En revanche, cette période confirme :

- une forte progression des demandes liées aux loisirs de pleine nature, en particulier à l'itinérance douce (randonnées pédestres et cyclables).
- l'intérêt pour le patrimoine reste soutenu, avec le Château de Laréole comme site de référence, mais les modalités d'ouverture ont généré une insatisfaction importante du public, révélant un décalage entre l'offre actuelle et les attentes des visiteurs.
- l'augmentation des demandes de classement des meublés de tourisme souligne une meilleure appropriation par les propriétaires des enjeux et avantages fiscaux liés à ce dispositif.

- juillet-août-septembre : -1%

La fréquentation estivale reste quasi stable (- 1%) sur les 3 mois. Le contexte politique français a fortement pesé sur cette période.

Le mois d'août a débuté de manière encourageante. La tendance à la baisse s'est accentuée après le long week-end du 15 août. Cette baisse significative de mi-août à fin septembre est due en grande partie à l'incertitude de la période (politique, économique et sociale).

Les principales demandes touristiques de cet été incluent :

- Lieux de baignade : avec les fortes chaleurs, il y a eu une augmentation notable des demandes concernant les lacs, les bases de loisirs et les activités nautiques.
- Randonnées : les visiteurs ont cherché activement des idées de randonnées, même pendant les périodes de fortes chaleurs, dans les zones rurales et montagneuses du département.
- Mobilité : on a observé une progression des demandes, tant de la part des habitants de la Haute-Garonne que des touristes, concernant les moyens de transport comme les transports en commun et le covoiturage.
- Le Festival jazz sur son 31 : l'Espace Tourisme est le seul point de vente- guichet du Festival Jazz sur son 31. Les demandes de réservation ont augmenté (téléphonique et guichet).
- Absence Festival 31 Notes d'été : la programmation biannuelle de ce festival a impacté le volume de contact de l'Espace Tourisme puisque Haute-Garonne tourisme gère les inscriptions pour près de 100 visites touristiques et il est surtout le point d'information principal de ce festival.

- Octobre à décembre : -1.5%

La fréquentation est faible en début de période, avant une reprise à partir de mi-décembre avec :

- Les premières chutes de neige,
- L'ouverture des stations de ski,
- La mise en vente des forfaits à tarifs réduits.

La préparation des vacances d'automne et de Noël génère une demande stable autour des sorties familiales, les randonnées, les visites patrimoniales et les hébergements. Cette anticipation des séjours, dans un contexte de fragilité climatique des stations de ski, conduit une majorité de visiteurs à adapter leurs projets en amont, en privilégiant des activités alternatives telles que la randonnée ou les visites culturelles. Très souvent la concrétisation de ces activités se fait une fois les personnes sur place.

RSE



Sensibilisation à un tourisme responsable

Sensibiliser les visiteurs aux pratiques écoresponsables et favoriser une fréquentation plus équilibrée du territoire.

Promotion de la mobilité douce

Favoriser la mobilité durable en mettant en avant les déplacements à vélo ou en train.

Des offres de slow tourisme et des balades guidées à vélo sont également proposées



Les Olivétains

Rapport d'activité



• FREQUENTATION

→ Evolution et chiffres clés

Fréquentation des Olivétains	2025	2024	%
Clientèle française	28 056	23 246	+ 21 %
Clientèle étrangère	6 367	4 099	+ 55 %
Total	35 524	27 345	+ 30 %

Fréquentation des monuments	2025	2024	%
Cathédrale Ste Marie	24 780	25 480	- 2.7 %
Basilique St Just	11 450	12 789	- 10 %

La fréquentation des Olivétains progresse fortement en 2025, avec 35 524 visiteurs, soit une hausse de 30 % par rapport à 2024.

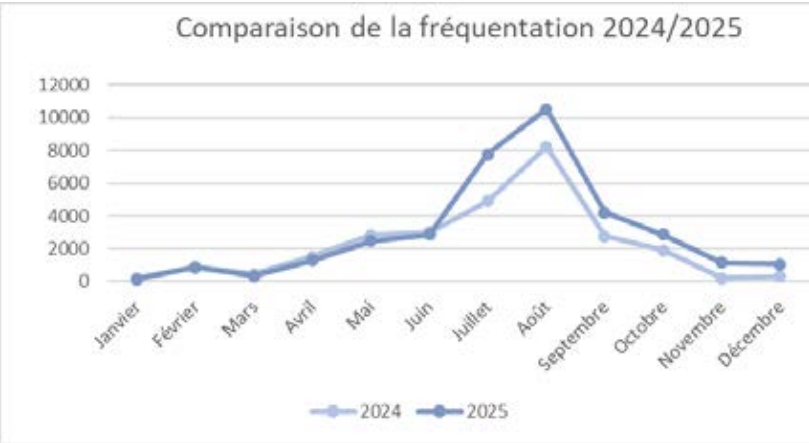
Cette évolution s'explique principalement par deux facteurs structurants :

- La réouverture du site sur une plage annuelle élargie
- L'intégration de la billetterie de la cathédrale au sein du bâtiment des Olivétains à compter du 10 juillet 2025.

Cependant le nombre d'entrées payantes sur les deux monuments (basilique et cathédrale) est en léger repli, en lien avec les problématiques économiques actuelles.

→ Clientèle française

Les visiteurs issus de la région Occitanie représentent 51 % de la fréquentation, confirmant une attractivité locale stable. Sans évolution majeure par rapport aux années précédentes, la façade Atlantique (20 %) et la région Île-de-France (9 %) constituent les deux autres bassins de provenance les plus représentés.



→ Clientèle étrangère

La clientèle française reste majoritaire avec 80 % des visiteurs, mais la fréquentation internationale connaît une dynamique particulièrement marquée en 2025. La clientèle espagnole demeure la plus fidèle (11 % des visiteurs totaux), suivie des Britanniques, des Allemands et du Benelux



Les plus fortes progressions concernent :

- les visiteurs italiens (+190 %)
- les visiteurs belges (+60 %)
- les visiteurs espagnols (+59 %)

Les clientèles extra-européennes sont également en nette progression :

- États-Unis : +244 % (niveau équivalent à la clientèle belge),
- Canada : +70 %,
- Australie : +77 %, avec une présence encore occasionnelle mais significative.

L'ouverture de la ligne Montréal-Toulouse bénéficie à l'ensemble des sites touristiques régionaux.

La période de juin à octobre, avec un effet de traîne de plus en plus marqué en septembre et octobre, concentre l'essentiel de la fréquentation étrangère.

→ Profil et comportements de visite

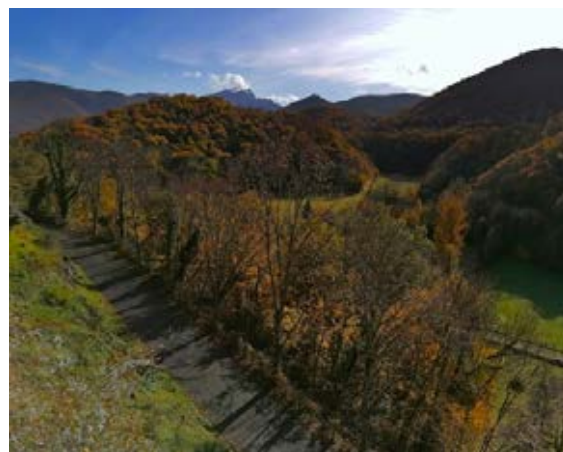
La fréquentation repose sur une diversité de profils, avec une prédominance des visites en couple (30%), suivies des visiteurs en familles (25 %) et des groupes d'amis (25 %). Les groupes organisés représentent 13 % de la fréquentation.

En période estivale, la clientèle est majoritairement constituée de visiteurs en itinérance touristique. Une part significative séjourne en gîtes ou chambres d'hôtes du territoire.

En intersaison, la fréquentation est davantage portée par une clientèle de proximité, principalement toulousaine et des départements limitrophes, venue en excursion ou pour de courts séjours

Les attentes sont très majoritairement centrées sur la découverte patrimoniale, les demandes relatives aux sites et monuments représentant de loin le premier motif de renseignement, avec près de 10 000 sollicitations. Cette prédominance confirme le rôle structurant de la cathédrale, de la basilique et plus largement du patrimoine monumental dans les motivations de visite.

Les manifestations culturelles génèrent elles aussi, un volume significatif de demandes, traduisant l'intérêt du public pour une programmation événementielle diversifiée associée au monument.



Les visiteurs sollicitent largement nos services pour des renseignements pratiques (3 440 demandes), traduisant des attentes fortes en matière d'accueil, d'orientation et d'organisation de la visite.

Par ailleurs, les attentes concernant la randonnée, le vélo et plus largement la référence aux Pyrénées confirment l'ancrage du site dans une logique de tourisme de pleine nature, intégré à son environnement territorial.

Si l'usage des mobilités douces et des transports en commun progresse, la géographie particulière de St-Bertrand et Valcabrère demeure problématique en matière d'accessibilité, en particulier durant les épisodes caniculaires. Le système de navette mis en place est partiellement connu et utilisé.

• ACTIONS COMMERCIALES

→ Librairie et boutique

Le chiffre d'affaires de la boutique est en hausse de 5 % avec un chiffre d'affaires de 69 957€ sur l'ensemble de l'année. Il s'agit d'une bonne année en terme commercial pour notre point de vente. La présence de la billetterie à partir de juillet – et l'augmentation de fréquentation qui en a résulté – a permis de compenser la fermeture au public durant la période hivernale.

28 504€ ont été reversés aux exposants en 2025 (+15%).

	2025	2024	%
CA librairie boutique	69 957 €	66 708 €	+ 4.9 %



→ Service groupes et visites guidées

	2025	2024	%
Nb de groupes	65	77	- 12.1 %
Nb de clients	2 117	2 195	- 3.6 %
Volume d'Affaires en € TTC	28 859	27 113	+ 6.4 %
Marge en € HT	8 427	7 232	+ 16 %
Reversement prestataires en €	18 747	19 114	- 1.9 %

Bien que le nombre de groupes accueillis soit en légère baisse (effectif de guide réduit), le nombre total de clients groupes est finalement presque équivalent à celui de 2024.

En conséquence, on note une hausse du volume d'affaires de 6,4%. L'augmentation de nos tarifs de visite a eu aussi une incidence positive sur la marge réalisée.

Sur l'ensemble de la saison, l'accompagnement des groupes a été assuré par un seul guide titulaire. Nous avons eu recours – très ponctuellement – à des prestataires extérieurs pour certaines visites. Leurs disponibilités limitées, leur tarifs élevés, et leurs restrictions quant à la capacité des groupes (généralement 35 participants max) sont un frein à la généralisation de ce principe. Un système de mutualisation et de formation est en cours qui va permettre de mettre en place une équipe de guidage renforcée.

- 20% des groupes ont pris un repas sur le site
- La proportion tend à augmenter (la réouverture du restaurant Chez Simone à l'année permet de satisfaire les demandes de groupe en toute saison).
- 10 200 € ont été reversés aux restaurateurs sur l'année 2025
- Les groupes reçus sont principalement des seniors originaires d'Occitanie (85% des prestations)

→ Classement des meublés de tourisme et reclassements Gîtes de France

Depuis sa certification le 23 mai 2016, renouvelée le 27 août 2021, le Comité Départemental du Tourisme s'est imposé comme l'un des organismes de référence pour le classement des meublés de tourisme en Haute-Garonne, tant auprès :

- des collectivités,
- des Offices de Tourisme
- que des particuliers

Chaque année, le Comité Départemental du Tourisme se doit :

- d'une part de répondre aux demandes de classement de nouveaux loueurs en meublés situés en Haute-Garonne
- d'autre part d'assurer le renouvellement du classement des meublés de tourisme dont le classement est arrivé à échéance (au-delà de 5 ans)



Haute-Garonne Tourisme/Olivétains est également en charge des classements « Meublé de Tourisme » et « Gîtes de France » du sud du département, permettant de maîtriser la production et la connaissance des prestataires.

Cette année :

- 144 classements en Meublés de Tourisme
- Gîtes de France : 4 reclassements
- Double classement Meublé de tourisme + Gîtes de France : 2

• OPÉRATIONS DE PROMOTION ET COMMUNICATION

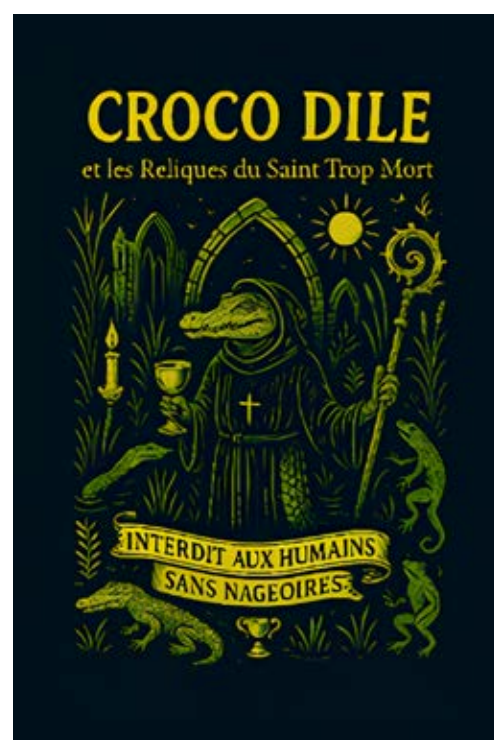
→ Calendrier des animations

Expositions

- 8 mai au 25 janvier : Exposition temporaire « Lucien Vieillard dans son atelier » Fosse aux Ours (cf 3.)
- 27 mai au 30 septembre : Exposition temporaire « A l'intérieur du rocher. Prologue Excavation » Chapelle des Olivétains (cf 3.)
- 22 août 17h30 : Conférence « A l'intérieur du rocher » par les artistes Théophile Seyrig et Edouard Decam – Salle des Olivétains
- 20 septembre 11h : Visite de l'exposition « A l'intérieur du rocher » par les artistes Edouard Decamp et Théophile Seyrig - Chapelle des Olivétains

Jeux de pistes et animations familles / enfants

- 18 octobre - 3 novembre : jeu de piste d'Halloween
- 1 juin - 30 septembre jeu de piste « Le mystère de la coquille »



→ Randonnée Nature

4 Randos ont été organisées de mai à novembre, encadrées par le CDRP et un club local du territoire concerné. 110 marcheurs ont pu découvrir divers sentiers autour de Cintegabelle, Montgeard, Marignac et Pibrac.



→ Expositions de la saison

- **Lucien Vieillard dans son atelier fosse aux Ours des Olivétains**
8 mai - 31 décembre



- L'exposition présente une vision renouvelée de la collection de Lucien Vieillard - don au Conseil départemental en 2019 - en regard de son dernier atelier toulousain.

- **À l'intérieur du rocher - Prologue – Excavation Chapelle des Olivétains**
27 mai - 30 septembre



- « Imaginons un écho de l'espace au temps, une résonance existe en observant une roche, le marbre », Carte blanche à Edouard Decam et Théophile Seyrig, artistes. Leur propos : associer un fonds archéologique à son lieu de provenance, fabriquer des empreintes qui capturent le temps, exposer une roche qui capte la lumière.
- Cette exposition est réalisée en partenariat avec la Chapelle Saint-Jacques, Centre d'art contemporain de Saint-Gaudens et La Capella, centre d'art de Barcelone.

Château de Laréole

Rapport d'activité



• La Saison 2025 en quelques mots

- Un contexte budgétaire inédit pour le site du château de Laréole qui n'a pas permis d'effectuer de recrutements de personnels saisonniers à l'identique des saisons passées,
- L'ensemble des espaces habituels (salles du château, salle vieillard, salon de thé) fermés au public en accès libre à l'exception du parc et de la cour du château,
- Des visites guidées qui perdurent et qui restent mais uniquement sur réservation préalable sur notre site internet,
- Une clôture de la saison lors des Journées Européennes du Patrimoine les samedi 20 et dimanche 21 septembre,
- Le développement de la clientèle scolaire durant les mois de mai et juin. Le château de Laréole est devenu un lieu de visite incontournable pour les établissements scolaires avec plus de 900 élèves reçus de mi-mai à fin juin.

• Période d'ouverture : du mardi 8 juillet au jeudi 28 août

Pour la saison 2025 du château de Laréole, le programme d'ouverture au public dans un difficile contexte budgétaire s'établit selon un format inédit :

- Les horaires d'ouverture du site au public de 8h30 à 17h,
- Un site en accès libre (parc du château et cour intérieure) du mardi au dimanche et assuré par les jardiniers du château de Laréole,
- Des visites guidées gratuites proposées sur réservation préalable les mardis et jeudis de l'été.

• Focus visites saison 2025

- 3 visites guidées proposées les mardis et jeudis aux horaires de 10h30 / 13h30 / 15h, soit un total de 48 visites effectuées,
- 213 personnes en visite au mois de juillet et 438 personnes au mois d'août soit un total de 651 personnes durant l'été,
- 14 établissements scolaires reçus pour environ 900 élèves.



Maison de la Haute-Garonne Comptoir du Lauragais

Rapport d'activité



La boutique de produits locaux « Le Comptoir du Lauragais », entièrement restructurée en 2022, dispose de 250 m² de surface de vente et s'ouvre sur un parvis extérieur pouvant accueillir des animations. On y trouve les produits du terroir, un espace Tourisme, la presse et une offre de petite restauration.



48 casiers en libre-service, installés à l'extérieur de la boutique, permettent aux visiteurs d'accéder 24h/24 à une sélection de produits présents en boutique.

Deux distributeurs de boissons chaudes sont également disponibles 24h/24 dans cette zone.



Un local à vélos de 20 m², situé à l'arrière de la boutique permet de répondre aux exigences du label « Accueil Vélo » en offrant aux usagers un lieu pour entretenir leur vélo.

Un conteneur aménagé propose de la petite restauration en saison. Installé face à la boutique, il fonctionne d'Avril à Octobre. Ce service est assuré par le restaurant La Dinée de Port-Lauragais avec qui le CDT31 a conclu une convention.



Enfin, un espace Découverte de 130 m², situé à une centaine de mètres de la boutique, présente au travers de dispositifs scénographiques interactifs et de vidéos, les thématiques incontournables du Lauragais dont le Canal du Midi, le pastel, les moulins et la gastronomie. L'entrée est libre et gratuite et la visite peut se faire en toute autonomie.

La boutique et l'espace Découverte de Port-Lauragais sont ouverts toute l'année, 7 jours/ 7, avec des horaires variables en fonction de la saison.



Ils sont labellisés « Accueil vélo » et « Tourisme&Handicap » pour les 4 déficiences (auditive, mentale, motrice et visuelle), labels renouvelés en 2023.

Ils bénéficient également du Label AFNOR « Engagé RSE » niveau 1 étoile, obtenu par Haute-Garonne Tourisme en 2023 dans le cadre de son engagement en faveur d'un tourisme durable et responsable.

• **LES TENDANCES GENERALES 2025**

2025 est une année correcte avec une fréquentation du site stable et une activité commerciale en très légère augmentation.

Le chiffre d'affaires total HT 2025, toutes activités confondues, s'élève à 901 118 €, en hausse de + 1.65 % vs 2024.

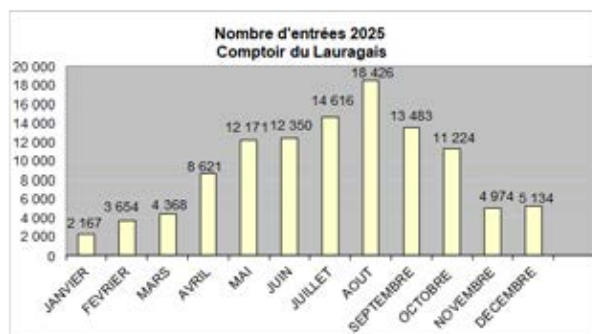
Après les fortes hausses du chiffre d'affaires constatées depuis 2022, année de restructuration et de modernisation du site, l'activité se stabilise en 2025, limitée par les contraintes budgétaires (pas de recrutement, pas d'élargissement d'horaires d'ouverture ou de créations de nouveaux services possibles) et par un contexte économique et social national compliqué.

La promotion et valorisation du territoire au travers de ses atouts touristiques, de son patrimoine et de ses savoir-faire restent toujours appréciées par nos visiteurs, comme en témoignent nos enquêtes de satisfaction et la fidélisation croissante de notre clientèle.

• BILAN ACTIVITES « COMPTOIR DU LAURAGAIS » : Boutique - Espace Tourisme et Espace Découverte

• Fréquentation 2025

→ Fréquentation Boutique "Comptoir du Lauragais"



En 2025, le Comptoir du Lauragais totalise 111 188 entrées, ainsi réparties sur l'année.

La fréquentation du Comptoir du Lauragais 2025 reste stable par rapport à 2024 (+0.2%).

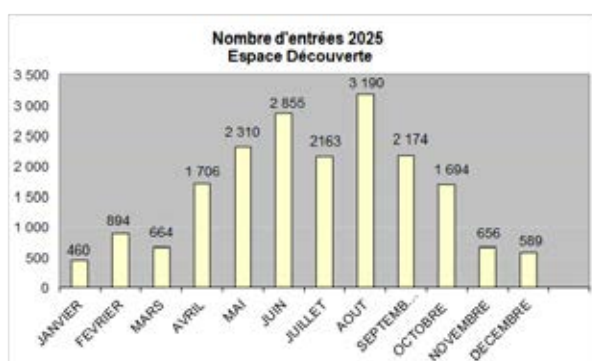
→ Fréquentation Espace Découverte du Lauragais



Il n'y a pas d'accueil physique au sein de ce site : les entrées sont libres et gratuites et les dispositifs scénographiques interactifs présents permettent de découvrir l'exposition en toute autonomie. Les visiteurs peuvent approfondir les sujets abordés grâce aux QR codes disponibles.

Des visites guidées payantes sont organisées dans le cadre d'accueil de groupes, sur réservation. En 2025, 7 groupes (224 participants) ont été accueillis pour un chiffre d'affaires HT de 520 €.

Des visites guidées gratuites ont aussi été proposées pour 2 groupes scolaires (52 élèves) à l'occasion des journées du patrimoine du 19 septembre et aux individuels à l'occasion de nos marchés de producteurs.



L'exposition a accueilli 19 355 visiteurs en 2025

La fréquentation 2025 est en baisse de - 5,2% vs 2024.





L'espace Tourisme est situé au sein de la boutique et propose beaucoup de documentations en libre diffusion.

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

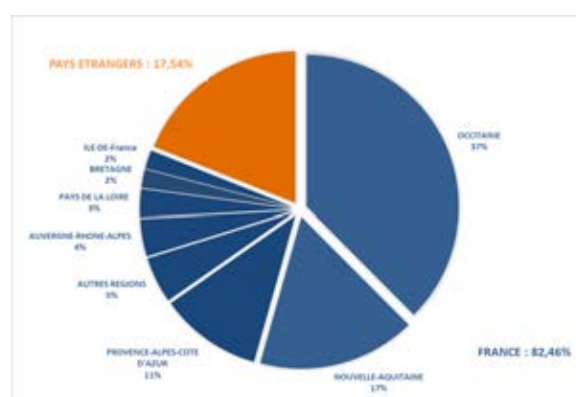
En 2025, 952 visiteurs se sont informés et 1 669 demandes ont été traitées.

Le canal du Midi reste toujours le thème le plus abordé (locations de vélos, de bateaux, activités, patrimoine...).

A noter : Nous avons créé un jeu quiz gratuit permettant une découverte ludique de Port-Lauragais. Proposés depuis août 2025, 59 jeux ont été distribués en 2025.

→ Origine géographique des visiteurs en 2025

- 72,8% de nos visiteurs sont venus à Port-Lauragais via l'autoroute, 12,5% via la route et 14,7% via le canal du Midi et sa piste cyclable.
- Les touristes étrangers représentent 17,54 % de nos visiteurs : ils sont majoritairement espagnols, belges et suisses. On note cette année une proportion non négligeable de visiteurs canadiens, américains et indonésiens.



• ACTIVITE COMMERCIALE DU COMPTOIR DU LAURAGAIS

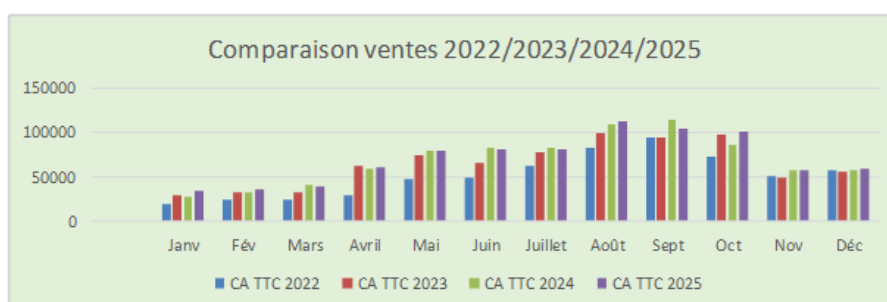
• Les ventes de la boutique 2025

→ Le montant des ventes 2025

La boutique réalise 844 656 € TTC de vente dont 11 025 € via les casiers libre-service. Les ventes 2025 sont en hausse de + 1,8 % vs 2024.

Après les forts taux de croissance des ventes observés en 2022 (+27%), 2023 (+26%) et dans une moindre mesure en 2024 (+7.6%), l'activité commerciale s'est stabilisée en 2025, limitée par nos contraintes budgétaires (pas de recrutement, pas d'élargissement d'horaires d'ouverture possible).

Août, Septembre et Octobre ont franchi le seuil symbolique des 100 000 € de ventes mensuelles. Comme constaté depuis plusieurs années, septembre et octobre enregistrent des ventes supérieures à juillet.



Focus sur les ventes de produits locaux :

Les produits du terroir représentent 90% des ventes de la boutique et ont généré un chiffre d'affaires HT de 698 060 € en 2025.

Ces produits sont gérés en dépôt/vente grâce à des conventions de partenariat conclues avec des producteurs, artisans et prestataires locaux (choisis dans un rayon de 80 kms autour de Port-Lauragais).

Le montant global reversé à nos exposants dans ce cadre constitue une donnée mesurable des retombées sur l'économie locale. Il est de 583 970 € HT pour 2025.

→ Les autres indicateurs commerciaux de la boutique 2025

- Nombre de clients : 31 848 tickets de caisse comptabilisés, en hausse de + 2,2% vs 2024.
- La valeur moyenne du ticket de caisse : 26,52 € TTC, en légère baisse de - 0,4 % vs 2024.
- Le taux de captation de la boutique (Ratio nombre de clients / nombre d'entrées) : 28.64% en légère progression vs 2024 (+0.57 point).

• Les ventes du conteneur et des distributeurs de boissons chaudes 2025

· Le conteneur aménagé : il est géré par le restaurant « La Dinée » qui y propose une offre de petite restauration saisonnière, d'avril à octobre. Il réalise un chiffre d'affaires HT 2025 de 95 917 €, soit une marge nette HT pour le Comptoir du Lauragais de 7 665 €, en léger recul de - 2% vs 2024.

· Les deux distributeurs de boissons chaudes : ils sont exploités par l'entreprise locale « Paus'Délices » avec laquelle le Comptoir du Lauragais a conclu une convention.

Les ventes de boissons chaudes génèrent une marge HT de 8 477 € pour 2025, en nette baisse de -10% vs 2024.

• Les actions et animations commerciales 2025

→ Les cartes de fidélité

On dénombre 2 108 cartes à fin 2025 avec 189 cartes créées sur l'année.

84 clients ont bénéficié des 5% de réduction « fidélité » obtenue après un cumul de 200 € d'achat, pour un chiffre d'affaires de 7 736 € (panier moyen de 92,10 €). C'est 9,9% de plus qu'en 2024. La fidélisation de notre clientèle progresse d'année en année.

A noter : Une gestion informatisée de ces cartes de fidélité a été mise en place fin 2025.

Opération Été 2025

Un e-mailing réalisé auprès des clients titulaires d'une carte de fidélité offrait un bon de réduction de 5% utilisable du 1^{er} juin au 30 septembre 2025. 59 clients ont utilisé ce bon, pour un chiffre d'affaires TTC de 4 778 € (soit un panier moyen de 80,98 €), en hausse de +66% vs 2024.

Opération Noël 2025

Un second e-mailing du même type a été fait en fin d'année avec un bon de réduction utilisable du 10 novembre 2025 au 10 janvier 2026.

58 clients ont utilisé ce bon, pour un chiffre d'affaires TTC de 6 278 € (soit un panier moyen de 108,24 €), en hausse de +51% vs 2024.

→ Les bons de réduction 5%

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

54 bons de réduction ont été utilisés en 2025 (+35% vs 2024) générant un chiffre d'affaires TTC de 2 996 € (soit un panier moyen de 55,48 €).



• Les animations estivales

- La quatrième édition des **petits marchés de l'été** organisée les samedis 14 juin et 13 septembre 2025, sur le parvis, devant la boutique.

Une quinzaine de partenaires, exposant habituellement en boutique ou invités pour l'occasion, ont ainsi vendu leurs produits en circuit-court et animé leur stand avec des dégustations, démonstrations de fabrication...



Des animations gratuites autour du canal du Midi ont aussi été proposées : mini croisières commentées sur le canal et visites guidées de notre Espace Découverte.

Nouveauté cette année : proposition d'un jeu quiz gratuit avec une petite récompense pour les gagnants



- Des dégustations gratuites de produits locaux

ont été offertes en boutique, tous les vendredis, du 18 juillet au 22 août 2025, soit 6 journées au total.

• RENCONTRES ET ACTIONS AVEC LES PRESTATAIRES TOURISTIQUES DU TERRITOIRE

- Participations aux Commissions Tourisme du PETR Pays Lauragais pour la mise en œuvre de projets structurants pour le territoire avec notamment, le réseau des moulins de Pays et le Canalathlon.
- Collaborations au Comité Technique du GAL Terroir Lauragais pour l'évaluation de projets éligibles aux subventions Européennes Leader.

· Le Comptoir du Lauragais participe à des opérations de rencontres et d'échanges avec les prestataires touristiques locaux. Pour 2025, on notera :

- Le 8 avril, 6° Rencontres Tourisme en Terres du Lauragais organisées par l'OTI à Nailloux

- Le 29 Avril, Bourse d'échanges du Pays Lauragais à Salles sur l'Hers

- Le 13 mai, Bourse d'échanges du CDT Haute-Garonne, à Nailloux

-Le 4 Novembre, Eductour du Pays Lauragais à Vallègue et Nailloux sur le territoire des Terres du Lauragais

- Le 13 novembre, Eductour organisé par le Pays Lauragais, à Brousse dans le cadre du réseau des moulins de Pays.

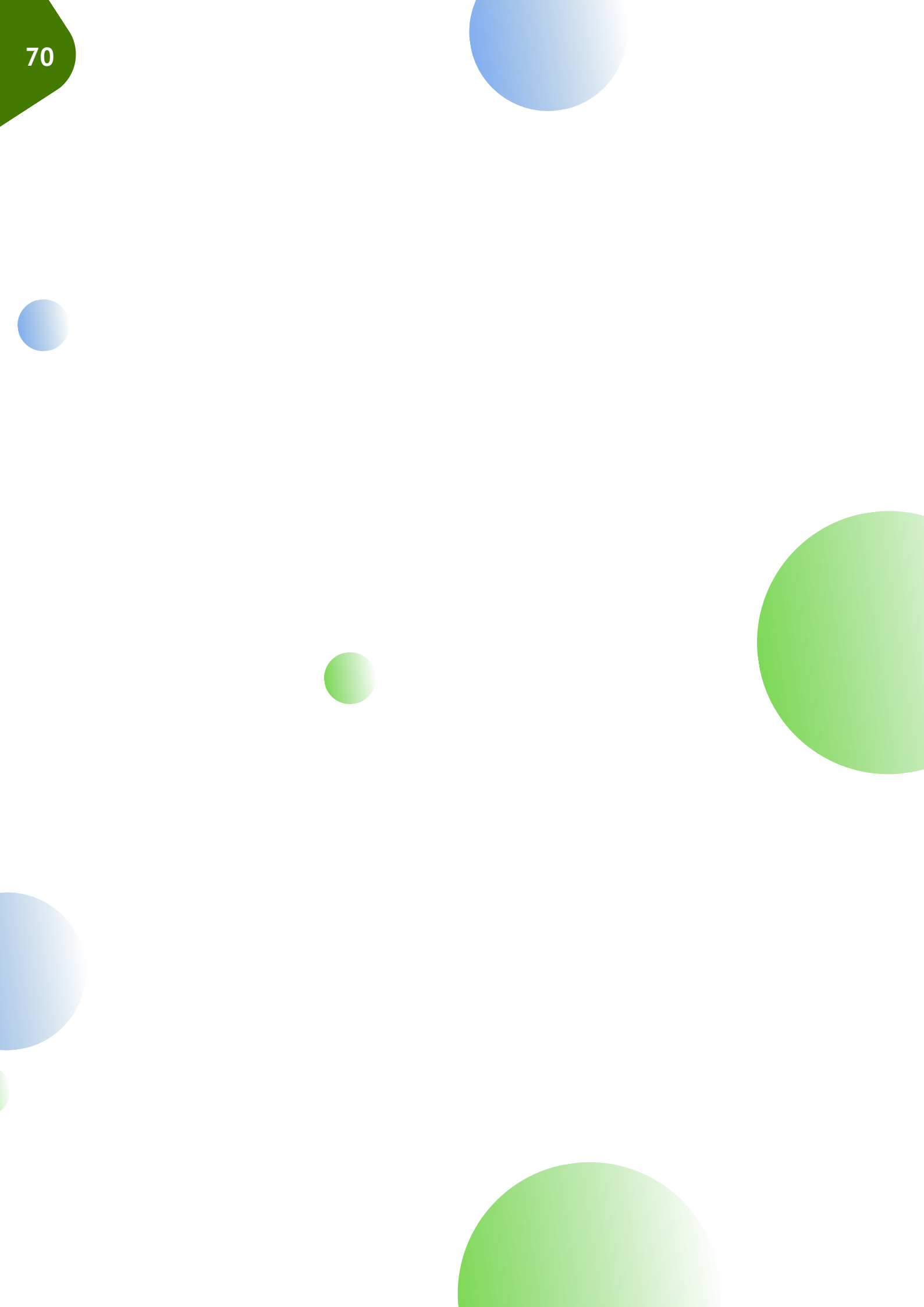


RSE



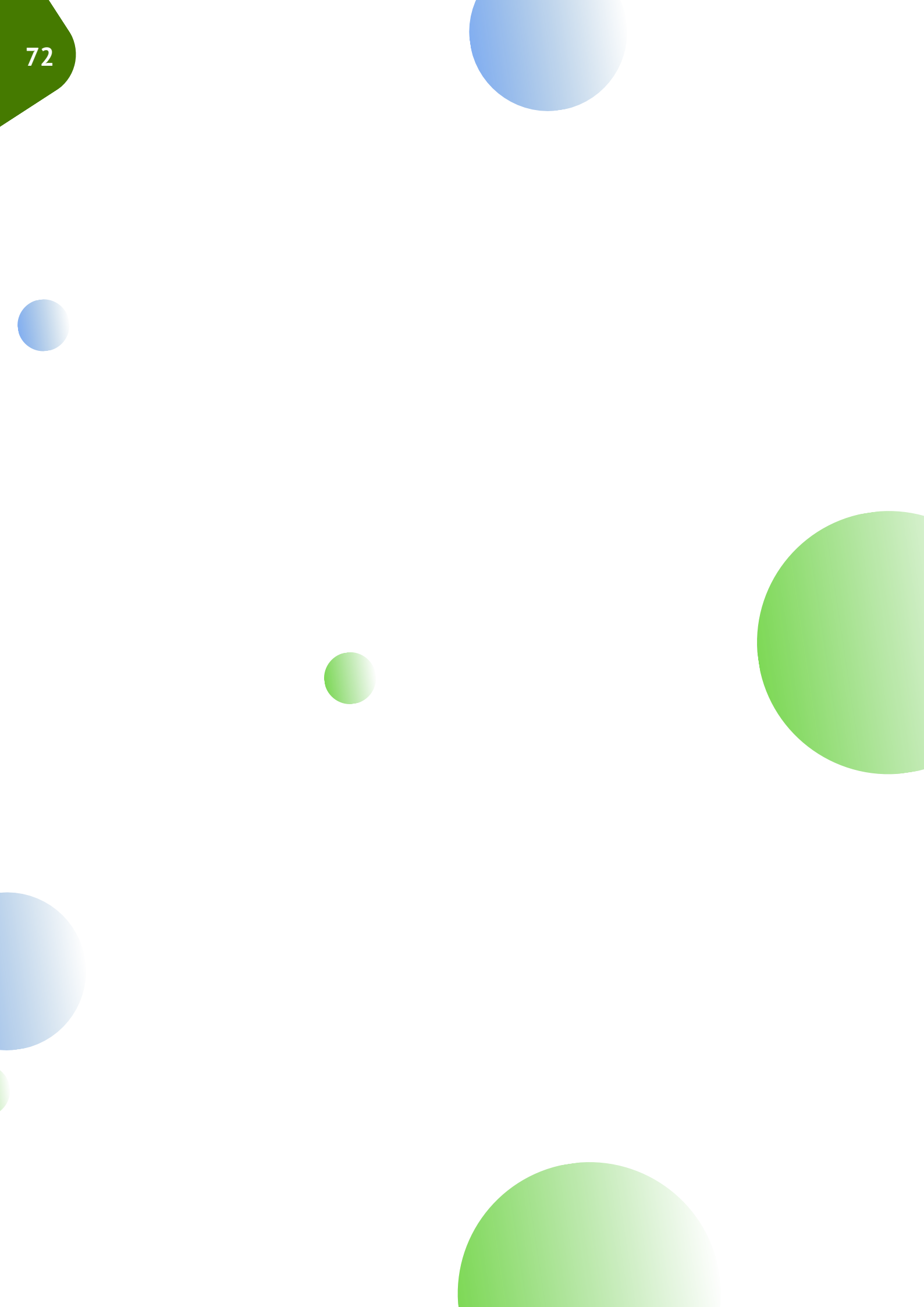
En complément des ventes réalisées tout au long de l'année à la boutique du Comptoir du Lauragais, organisation de 2 marchés de producteurs locaux les samedis 14 juin et 13 septembre 2025, sur le parvis : mise en avant des acteurs du territoire et ventes en circuit-court.







POLE
PRODUCTION



Villes et Villages Fleuris

Rapport d'activité



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 de l'accueil des touristes dans notre département.

La remise des prix a eu lieu le 10 mars 2026 à 14 h30 au Conseil départemental de la Haute-Garonne.

→ 61 communes ont participées

→ 19 communes labellisées au niveau national

- 1 commune obtient le Grand Prix Départemental (commune qui sera présentée pour la 1ère fleur)
- 6 communes obtiennent le 1er prix
- 7 communes obtiennent le 2ème prix
- 5 communes obtiennent le 3ème prix
- 5 communes obtiennent un prix d'encouragement
- 7 communes obtiennent un prix de 1ère participation
- 5 communes obtiennent un prix spécial
- 3 jardiniers primés

→ Présentation nationale

Labarthe-sur-Lèze a obtenu 2 fleurs + prix du cadre de vie

→ 19 Communes labellisées en Haute-Garonne

1 fleur : Cugnaux, Génos, Luscan, Martres-Tolosane, Pibrac et Saint-Orens-de-Gameville

2 fleurs : Carbonne, Frouzins, Labarthe-sur-Lèze, Montberon, Muret, Portet-sur-Garonne et Saint Gaudens

3 fleurs : Bagnères-de-Luchon, Balma, Blagnac, Colomiers et Tournefeuille

4 Fleurs : Toulouse



RSE



Cadeaux : arbres fruitiers cette année cerisiers et pommiers : Les variétés qui vous sont remises ce jour sont des variétés issues des programmes de recherche de INRAe et distribuées par un réseau de 13 pépiniéristes français agréés.

Le programmes de l'INRAe sont tous orientés sur une recherche de résistance naturelle aux bioagresseurs des arbres fruitiers.

Destination d'Excellence

Rapport d'activité



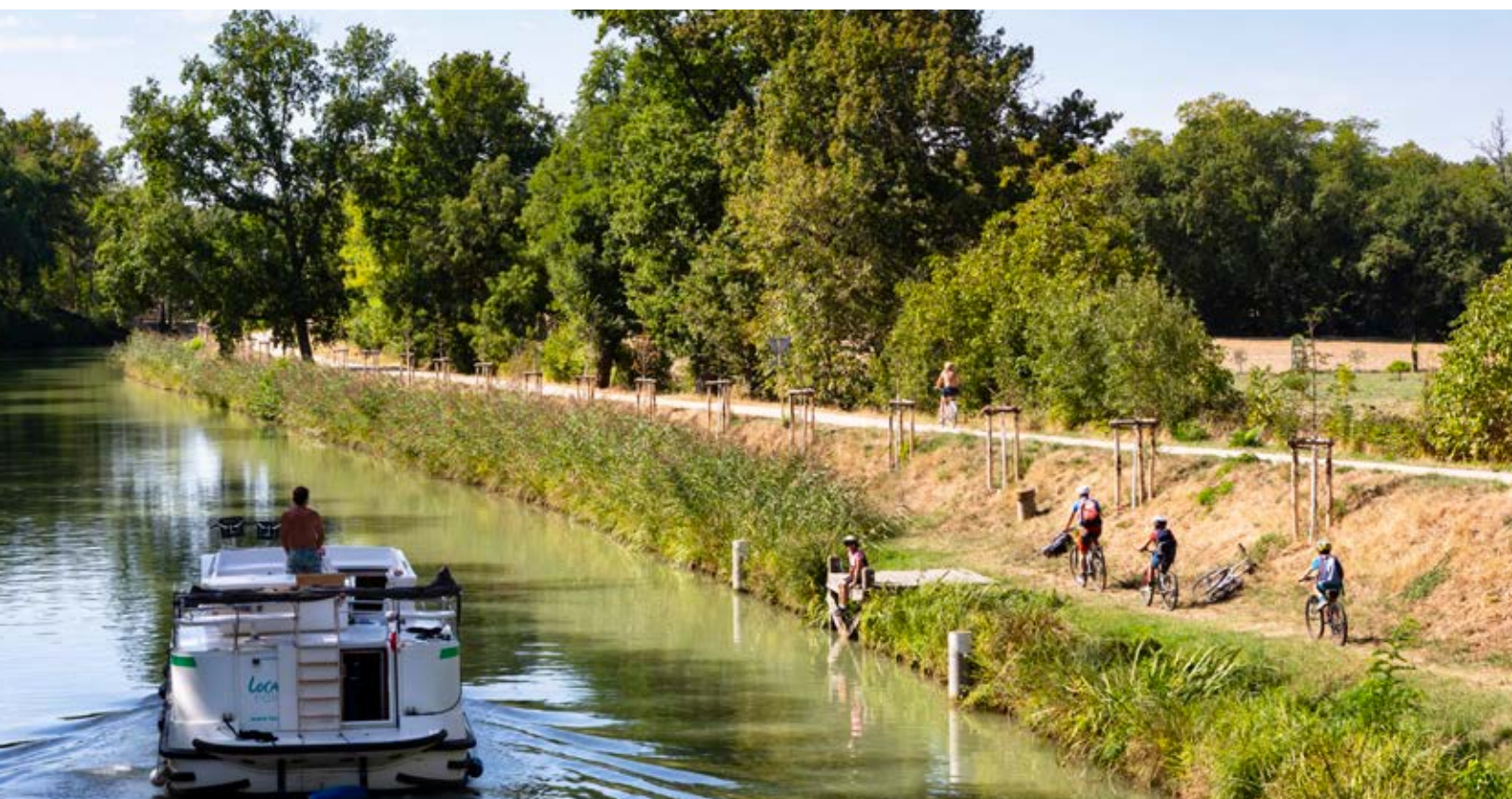
Haute-Garonne Tourisme est engagé aux côtés du Comité Régional du Tourisme et des Loisirs dans la démarche Qualité Tourisme / Qualité Tourisme Occitanie Sud de France. La marque certifie le professionnalisme et l'excellence des professionnels qui s'engagent. Elle permet la mise en réseau de prestataires touristiques, autour de critères de qualité communs (définis dans un référentiel et évalués à travers un audit) qui améliorent la satisfaction client et permettent aussi de se démarquer face à la concurrence.

Pour rappel, en 2024, Qualité Tourisme / Qualité Tourisme Occitanie Sud de France dans laquelle est engagé Haute-Garonne Tourisme est devenue « Destination d'Excellence » avec des modifications de fond et des frais de dossier réduits de moitié (de 150 à 75 euros) pour encourager les candidatures.

Cette marque permet à ses adhérents de bénéficier d'une meilleure visibilité auprès des touristes et de bénéficier des différents supports de communication.

A ce jour, depuis le lancement de la démarche en Haute-Garonne (2019), plusieurs structures ont participé à ces ateliers qui ont conduit plusieurs d'entre elles à bénéficier de la marque « Destination d'excellence ». Au 31 décembre 2025, le nombre de labellisés n'était pas définitif du fait d'une difficulté à affiner leur nombre en ceux qui étaient toujours Qualité Tourisme et qui sont en cours de labellisation DEX.

En 2025, 3 Offices de Tourisme du département ont été labellisés Destination d'Excellence - Toulouse Team, Lauragais Tourisme et l'Office de Tourisme Pyrénées 31.



Tourisme & Handicap

Rapport d'activité



Tourisme et handicap constitue aujourd'hui un enjeu majeur pour le développement d'une offre touristique inclusive en Haute-Garonne, permettant à chacun – quels que soient ses besoins spécifiques – d'accéder aux loisirs, à la culture et aux séjours dans des conditions d'accueil adaptées et sécurisées.

La marque nationale Tourisme & Handicap vise à garantir un accueil de qualité pour les personnes en situation de handicap moteur, visuel, auditif ou mental, grâce à des équipements adaptés et à une sensibilisation des professionnels. Elle repose sur un cahier des charges national exigeant portant à la fois sur l'accessibilité des lieux, la qualité de l'information fournie et l'accompagnement des visiteurs tout au long de leur expérience touristique.

Cette démarche concerne un large panel d'acteurs touristiques : hébergements, sites culturels et de loisirs, offices de tourisme, restaurants et équipements de pleine nature. Elle permet d'identifier clairement les établissements engagés dans une politique d'accessibilité, offrant ainsi aux clientèles concernées une information fiable, lisible et homogène à l'échelle nationale.

En 2025, la dynamique autour du tourisme accessible s'est renforcée avec une évolution des critères d'évaluation, visant à mieux prendre en compte les usages réels des visiteurs et à simplifier les procédures pour les professionnels tout en maintenant un haut niveau d'exigence qualitative. L'accent a notamment été mis sur l'accessibilité de l'information numérique, la formation des équipes d'accueil et l'amélioration du parcours client dans sa globalité.

L'engagement dans la marque Tourisme & Handicap permet aux structures labellisées de valoriser concrètement leurs investissements en matière d'accessibilité et d'inclusion, tout en bénéficiant d'une meilleure visibilité auprès des publics concernés et des prescripteurs touristiques spécialisés. Cette reconnaissance contribue également à renforcer l'attractivité globale de la destination Haute-Garonne, en affirmant son positionnement comme territoire accueillant pour tous.

Au 31 décembre 2025, une cinquantaine de structures haut-garonnaises sont engagées dans la démarche, couvrant des secteurs variés tels que l'hébergement touristique, les sites patrimoniaux, les équipements culturels et les offices de tourisme. Cette progression témoigne d'une prise de conscience croissante des acteurs locaux quant aux enjeux d'accessibilité universelle et d'amélioration continue de la qualité d'accueil.

Haute-Garonne Tourisme accompagne les professionnels souhaitant s'inscrire dans cette démarche à travers un appui technique, des conseils personnalisés et un suivi des audits nécessaires à l'obtention ou au renouvellement de la marque. Plusieurs structures sont actuellement en cours d'accompagnement ou d'évaluation, traduisant une dynamique positive sur l'ensemble du territoire départemental, avec une attention particulière portée aux zones rurales et aux sites de pleine nature.

Le développement du tourisme accessible participe ainsi pleinement à une stratégie touristique durable et responsable, conciliant inclusion sociale, qualité d'accueil et diversification des clientèles, tout en renforçant l'image d'une destination ouverte, attentive et engagée.

Accueil Vélo

Rapport d'activité



Accueil vélo est une marque nationale qui garantit un accueil et des services dans les établissements qui disposent d'équipements adaptés aux cyclistes (abri vélo sécurisé, kit de réparation...) pour une cotisation de 250€ pour 3 ans d'engagement.

Accueil Vélo permet d'offrir aux clientèles cyclistes une marque unique simple et lisible sur l'ensemble des territoires disposant d'itinéraires cyclables touristiques, jalonnés et respectueux du cahier des charges national des véloroutes et boucles cyclables. Sont concernés : les hébergeurs, sites touristiques, loueurs et/ou réparateurs de vélos, offices de tourisme, restaurants.

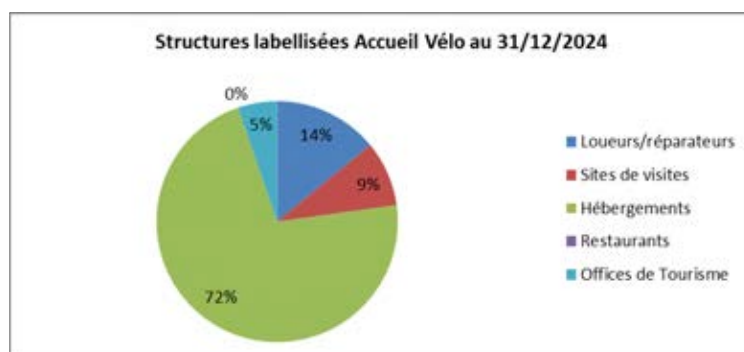
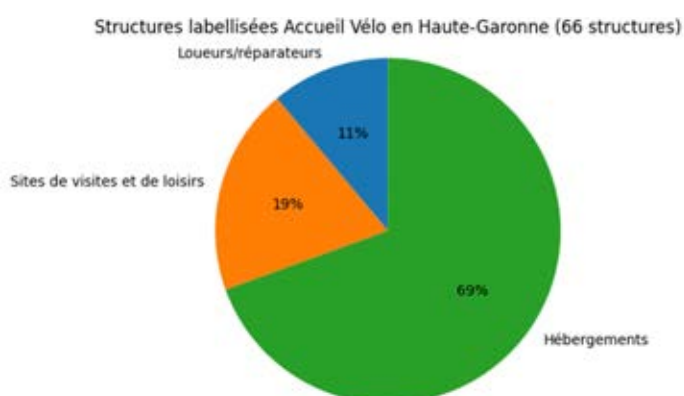
En 2025, France vélo Tourisme a finalisé la nouvelle critérisation de la Marque Accueil vélo :

La limite des 5 km a été supprimée pour permettre un maillage plus large, avec trois conditions cumulatives : proximité d'une offre vélo, respect des critères de base et des critères thématiques. FVT refond sa plateforme pour intégrer de nouveaux itinéraires, visant un écosystème de "France à Vélo" prêt pour juillet 2025.

Les grilles de critères et de renouvellement ont été allégées.

Accueil Vélo permet, pour les acteurs qui s'engagent, une meilleure visibilité et une valorisation des efforts réalisés en matière d'équipements et de services adaptés pour l'accueil de cyclistes. Au 31 décembre 2025, 66 structures ont le label en Haute-Garonne parmi lesquelles : 8 professionnels du vélo (loueurs/réparateurs), 14 sites de visites et de loisirs dont un port, 50 sites d'hébergement.

Haute-Garonne Tourisme apporte un accompagnement aux prestataires et aux offices de tourisme qui souhaitent s'engager dans cette voie : 4 OTI (dont antennes) ont rejoint le réseaux et 5 ont été contrôlées dans le cadre du maintien de la marque. 17 nouvelles demandes sont en cours d'audit du fait notamment de l'élargissement des critères, particulièrement dans le sud du département.



Stations Vertes

Rapport d'activité



Haute-Garonne Tourisme est engagé depuis 2018 aux côtés de la Fédération Nationale des Stations Vertes dans une démarche écotouristique. Grâce à la détermination et au travail mené en partenariat avec les communes et la Fédération Nationale des Stations Vertes (1er label d'écotourisme de France) la Haute-Garonne compte désormais 13 stations vertes.

Station Verte vise à renforcer l'attractivité d'un territoire ayant un engagement pour un tourisme durable, avec un tourisme plus doux en lien avec la nature et une mise en avant des attraits naturels, des caractéristiques locales, des initiatives durables et écologiques.

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

La Commune de Caraman finalise son dossier pour rejoindre le réseau en 2026.



Agence Gîtes de France

Rapport d'activité



L'association départementale « Gîtes de France Haute-Garonne » contribue au développement économique et à l'aménagement du territoire, principalement en milieu rural, en agréant et en qualifiant une offre d'hébergements touristiques chez l'habitant, en accord avec :

- d'une part avec les engagements pris dans le Contrat de Marque avec la « Fédération Nationale des Gîtes de France et du Tourisme Vert »
- d'autre part avec la stratégie et les objectifs fixés par le Comité Départemental du Tourisme de la Haute-Garonne

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

• GOUVERNANCE ET ORGANISATION

→ Les instances institutionnelles de l'Association

L'Assemblée générale ordinaire 2024 s'est tenue le 31 Mai 2025 au Domaine de la Ménardière à Bérat. Ont été réélus lors de cette Assemblée 1/3 des membres actifs qui représentent les propriétaires au sein du Conseil d'administration (Sylvie DA SILVA et François GUIGNARD).

Composition du Conseil d'administration

Président : Loïc GOJARD, Conseiller Départemental

Deux Vice-Présidentes : Roselyne ARTIGUES, Conseillère Départementale
Anne BLANQUET, propriétaire (2 gîtes à Lamasquère)

Trésorier : Joseph MONTAUT, propriétaire (1 gîte à Ciadoux)

Secrétaire : Brigitte LE BRIS, propriétaire (3 chambres d'hôtes à Palaminy)

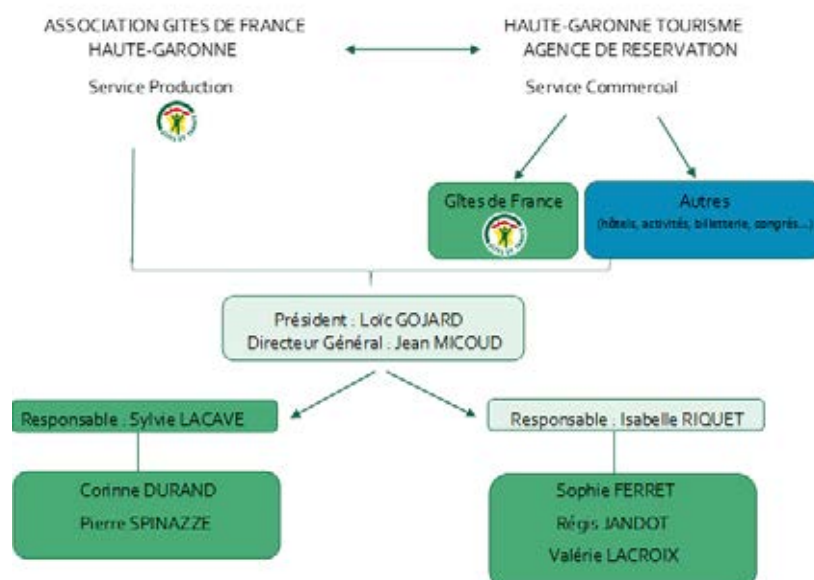
Administrateurs-propriétaires :

- Marc BOURRET (1 gîte à Bonrepos-Riquet)
- Sylvie DA SILVA (1 gîte à Sabonnères)
- François GUIGNARD (1 gîte à Poucharramet)
- Frédéric LAFFITTE (2 gîtes à Vieille-Toulouse)

3 réunions du Conseil d'administration en 2025

Nota : les statuts et le règlement intérieur de l'association figurent dans les documents consultables par les adhérents sur leur Bureau Propriétaire Itea. Sont également mis à disposition les rapports d'activité de l'association.

→ L'organisation



• PRODUCTION - PARC D'HEBERGEMENTS AU 01/01/2026



415 hébergements (dont 9 multi-présentations) pour **352** propriétaires

Rappel : les multi-présentations sont des hébergements présents plusieurs fois sur nos sites soit :

- parce qu'ils fonctionnent en gîte ou en chambre(s) d'hôtes sur des périodes distinctes
- parce qu'ils sont proposés avec 2 capacités d'accueil différentes
- parce qu'ils regroupent deux gîtes mitoyens pour en faire un grand



369 gîtes
(dont 8 insolites)
(dont 21 City Break)

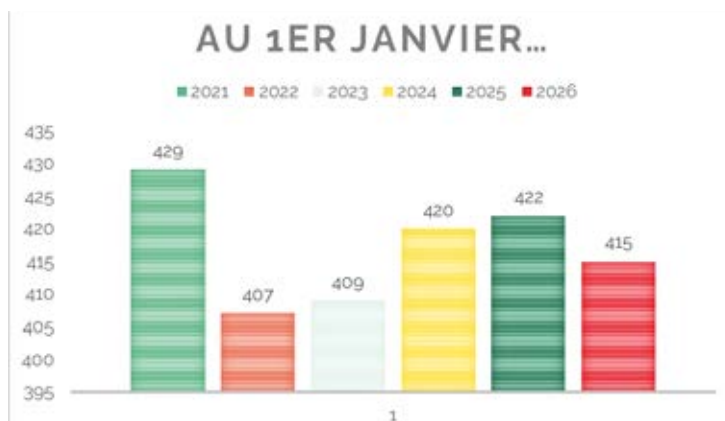


35 maisons d'hôtes
(dont 2 insolites)
(98 chambres)



11 gîtes de groupes /d'étape

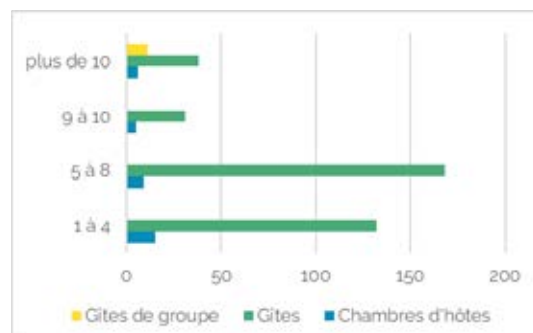
→ Evolution quantitative du parc sur les 6 dernières années



→ Répartition qualitative de l'offre



→ Répartition par capacité d'accueil



Rappel : au 1^{er} janvier 2025, en application de la décision prise par les instances fédérales, tous les hébergements ont été tenus de contractualiser avec l'agence de réservation Gîtes de France®, en planning partagé (85.53% du parc) ou en exclusivité (14.47% du parc).

Seuls 6 gîtes de groupe, en raison de leur particularité, conservent pour le moment la possibilité de louer directement, sans intermédiaire.

→ Suivi qualité

Les reclassements

En 2025, dans le cadre du suivi-qualité de la Marque, 46 hébergements ont été reclassés en épis, soit 9.80% du parc (obligation de reclassement tous les 5 ans pour les gîtes et tous les 4 ans pour les maisons d'hôtes et les gîtes de groupe) :

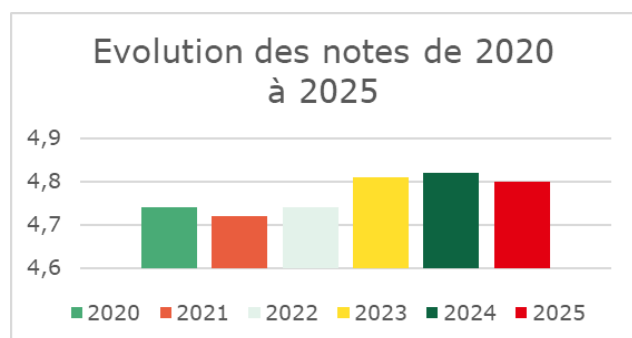


2025 est l'année où nous étions tenus de revoir les hébergements visités en 2020, alors que sévissait le pic de pandémie de COVID. Le petit nombre de visites s'explique par l'arrêt des agréments et des reclassements pendant les périodes de confinement de 2020.

→ Les instances institutionnelles de l'Association



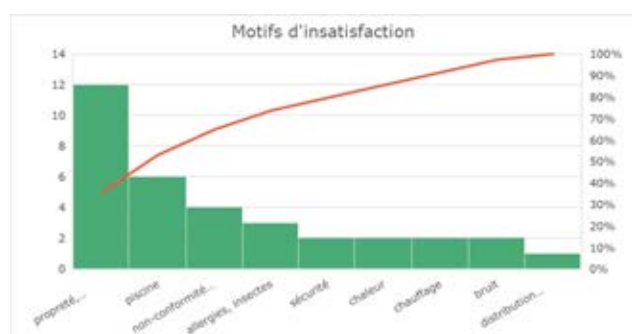
- 364 hébergements ont été notés au moins 1 fois en 2025



Notes globales des avis	
Moyenne (diffusés)	4.8 / 5
★★★★★	83% (1364 avis)
★★★★☆	14% (229 avis)
★★★☆☆	2% (36 avis)
★★☆☆☆	0% (6 avis)
★☆☆☆☆	0% (2 avis)
sans note	0% (0 avis)

- La satisfaction des clients reste au rendez-vous en 2025 malgré un petit infléchissement

→ Les réclamations



La très large majorité de nos hébergements donnent entière satisfaction à la clientèle mais nous avons dû ouvrir 24 dossiers de réclamations cet été, dont 10 ont fait l'objet de visites sur place de la part de l'équipe production. Tous étaient au moins en partie fondés.

Les conséquences ont été l'exclusion de 2 propriétaires, le non-renouvellement de 5 hébergements (dont 1 après avertissement), le déclassement d'un hébergement.

A l'heure où le contexte économique se durcit, nous devons tous nous souvenir que Gîtes de France® est une marque de qualité que nous nous engageons collectivement à respecter. Le sacrifice financier consenti par nos clients pour partir en vacances nous oblige. L'accueil étant inscrit dans notre ADN, le manque d'implication de certaines conciergeries ou mandataires doit nous contraindre à la vigilance.

→ Porteurs de projet

Nous sommes plusieurs fois par semaine interpellés par des porteurs de projet qui désirent des informations sur Gîtes de France® et notre fonctionnement :

- qu'ils connaissent notre marque de réputation,
- qu'ils soient eux-mêmes clients,
- qu'ils soient conseillés par un propriétaire ou un partenaire (Haute-Garonne Tourisme, Office de Tourisme, Chambre d'Agriculture...),
- qu'ils aient rempli un formulaire en ligne sur le site Internet national ou départemental,
- qu'ils aient vu l'une de nos publications sur Instagram ou Facebook.

En 2025 :



136 projets

- **16** visites-conseil
- **87** premiers rendez-vous réalisés au bureau, en visio ou par téléphone

► Le nombre de porteurs de projet a sensiblement chuté en 2025, probablement en raison d'une fiscalité peu incitative (l'abattement pour charges pour les revenus locatifs déclarés en micro-BIC a baissé de 71% à 50% dans la Loi de Finances 2025). Cependant, nous avons renforcé notre accompagnement auprès de nos prospects et augmenté le nombre de RDV par rapport à 2024.

→ Développement du parc



61 nouveaux hébergements ont été agréés dont 3 visites suivies d'abandons



54 propriétaires ont rejoint Gîtes de France Haute-Garonne

► L'année 2025 a vu un léger ralentissement des agréments (après une année 2024 exceptionnelle), constaté également dans une majorité de départements.



71 hébergements n'ont pas renouvelé leur adhésion en 2026 ou demandé à la suspendre

► L'année 2025 a été placée sous le signe des festivités autour de l'anniversaire des 70 ans de la marque Gîtes de France® : exposition itinérante et édition d'un livre « Ailleurs... en France » en collaboration avec l'agence de photographes Only France, pique-nique géant réunissant tous les propriétaires du réseau le 18 mai 2025, jeux-concours etc

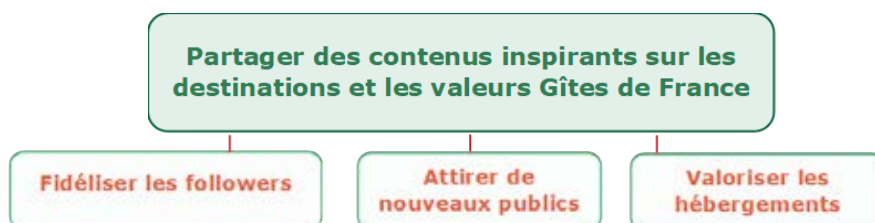


► L'année a commencé en fanfare avec les résultats du sondage d'OpinionWay : Gîtes de France® est déclarée marque préférée des français dans la catégorie « location d'hébergements entre particuliers », et prend la 1^{ère} place du podium devant Airbnb et Booking.com !

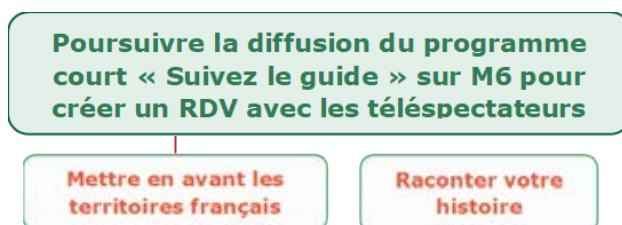
→ Campagne de marque nationale

Elle s'est déclinée tout au long de l'année sur des supports variés, cherchant à multiplier les cibles.

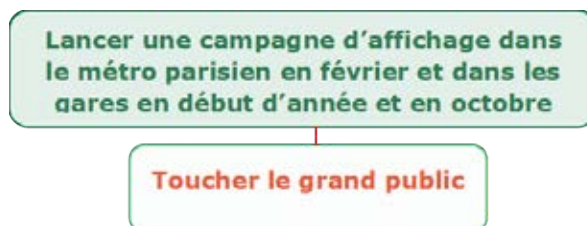
Les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest)



La télévision



L'affichage



La radio



Tisser un partenariat avec Le Guide Ultime en proposant des contenus modernes (vidéo hébergements insolites avec chasse au trésor – jeu-

Elargir notre rayonnement auprès d'une audience jeune et connectée

→ Promotion départementale

Actions menées conjointement avec Haute-Garonne Tourisme



► Gîtes de France Haute-Garonne a aussi été invité à participer au Salon Occ'ygène de Toulouse au mois de mars 2025, sur le stand de Haute-Garonne Tourisme

• INTERNET ET RESEAUX SOCIAUX

→ Réseaux sociaux départementaux



- Rejoignez-nous sur [gites31](#)
- 3 177 abonnés au 01/01/2026



- Rejoignez-nous sur [gites_31](#)
- 2 564 followers au 01/01/2026

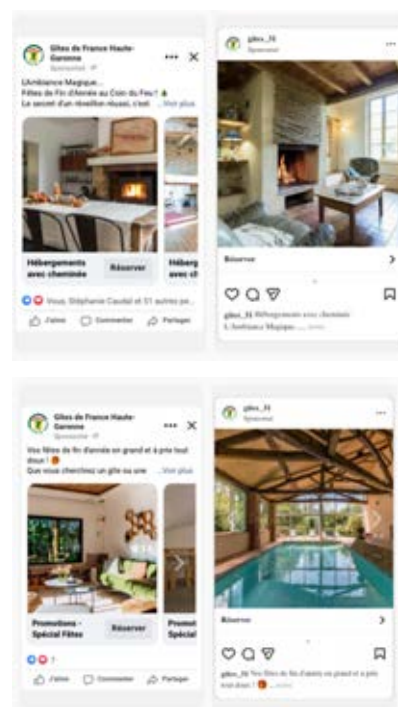
En 2025, nous avons marqué une accélération majeure dans notre stratégie digitale avec le plus grand nombre de campagnes commerciales jamais menées (trafic + acquisition) grâce au budget communication de Haute-Garonne Tourisme. Cette multiplication d'actions nous a permis de mettre en avant divers types de produits : hébergements en promotion, grands gîtes, haut-de-gamme, gîtes avec cheminée...

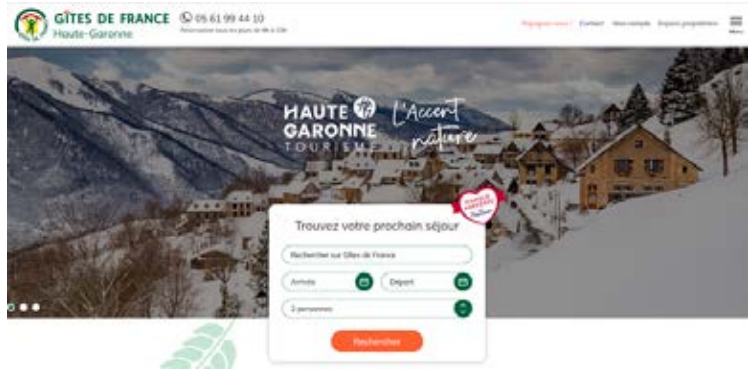
► Nous avons capté une audience massive à des coûts extrêmement bas :

Records d'efficacité : des coûts par clic (CPC) tombant à 0,02€ pour les promotions d'été et de la Toussaint.

Engagement : un taux de clic (CTR) de 2,5 %, prouvant la pertinence de nos offres auprès de la cible Occitanie qui s'est montrée la plus réceptive.

► Deux campagnes d'acquisition ont permis de recruter plus de 1 500 nouveaux abonnés (Facebook et Instagram confondus) en fin d'année, renforçant notre base de fidélisation pour l'avenir.

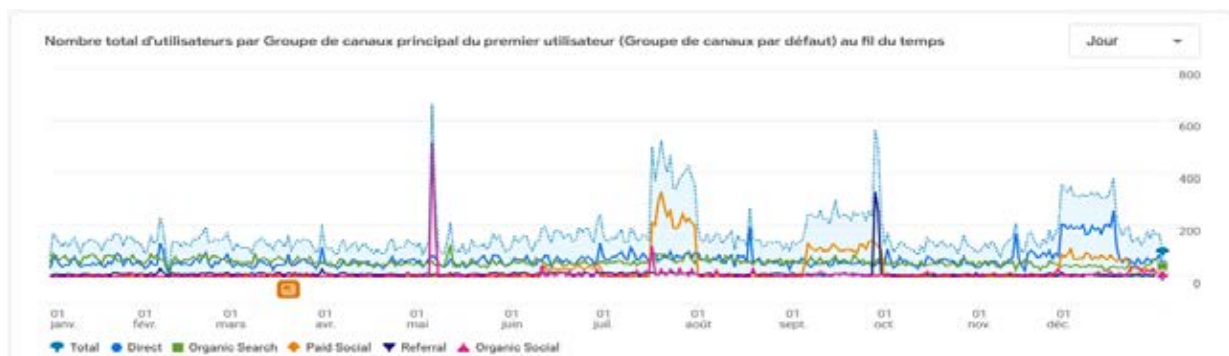




www.gites-de-france-31.com

- Nouvelle présentation des territoires du Département avec la mise en parallèle de la carte interactives et des différentes régions touristiques
- Création de la rubrique « On en parle » avec la mise en avant de nos actualités, et notamment la création d'un **blog** à l'attention de la clientèle
- Travail de référencement de chaque rubrique avec la rédaction d'un texte de présentation reprenant une liste de mots-clés
- Modification selon le calendrier des Offres du moment et des Idées Séjour

La fréquentation du site en quelques chiffres



- 45K d'utilisateurs en 2025 (contre 26K en 2024), prouvant l'efficacité des campagnes menées sur les réseaux sociaux pour augmenter le trafic du site. On note d'ailleurs que, sur l'année, les connexions se font majoritairement en direct sur notre site (Cf. la courbe bleue sur le graphique : 17K contre 15K par le moteur de recherche Google et 7K par les campagnes payantes sur les réseaux sociaux). Il s'agit de la conséquence directe des efforts réalisés sur les réseaux sociaux pour valoriser notre site
- La sponsoring des publications Facebook booste le trafic en juillet, en septembre, et en décembre dans une moindre mesure (en orange sur le graphique)
- Les campagnes Facebook parviennent à mettre le projecteur sur la Toussaint, les promotions mais aussi le haut-de-gamme et les hébergements avec cheminée en fin d'année
- Les pics du 6 mai et du 28 septembre sont des anomalies
- Le site départemental a généré un volume d'affaires de 138 323€ sur l'année

→ Site de marque

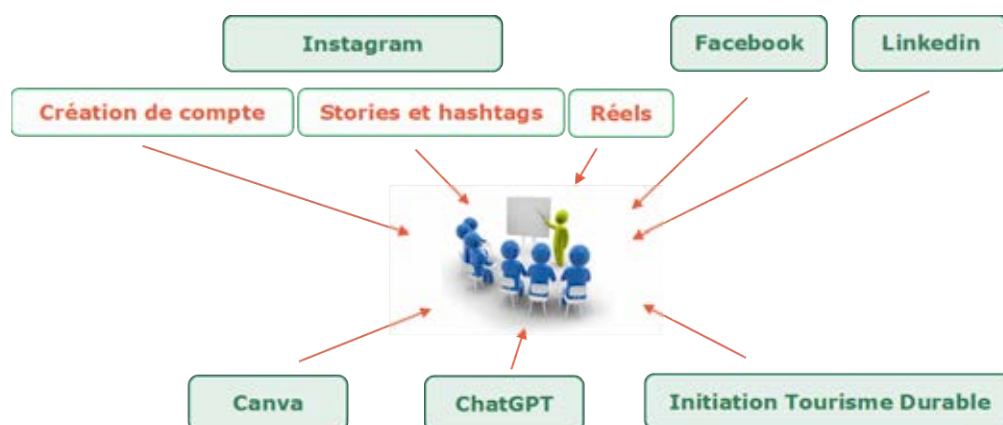
- Investissement de 3 500€ (dont 3 000€ financés par Haute-Garonne Tourisme) pour le référencement payant (SEA) des pages Haute-Garonne sur le site de marque
- 40% des ventes réalisées depuis le site de marque proviennent des campagnes SEA menées pour notre compte par l'équipe fédérale



www.gites-de-france.com

• ANIMATION

→ Les ateliers co-organisés avec Haute-Garonne Tourisme



- Ce sont 18 ateliers auxquels les propriétaires Gîtes de France ont participé en 2025.

→ Les ateliers proposés en interne



- En groupe ou en individuels, les nouveaux propriétaires ont tous été formés par l'équipe production à l'utilisation de leur Bureau Propriétaire, et certains d'entre eux au Livret d'Accueil Numérique.

→ Les webinaires



- Afin de permettre au plus grand nombre de participer et d'avoir accès à l'information, nous avons proposé des webinaires « capsules » d'1/2 heure pendant la pause-déjeuner ou en fin de journée sur des sujets divers
- La faible participation nous a poussés à réfléchir à de nouvelles formules pour 2026

► A la demande des propriétaires et conformément à notre plan d'actions 2025, nous avons mis en place 3 educ'tours à l'automne, en collaboration avec les Office de Tourisme de ces territoires. Ce sont 50 propriétaires qui ont participé à ces moments d'échange, de découverte et de convivialité.

Hauts-Tolosans	Cœur de Garonne	Frontonnais
Visite guidée du château de Laréole Dégustation « 3 Petits Canards Gras », pique-nique et visite du gîte de Menoun à Thil Visite des chambres d'hôtes et séance d'automassage en réflexologie plantaire à La Caminade à Lévignac	Course d'orientation dans Martres-Tolosane Atelier faïence à Terre d'Avenir Repas à la Guérite du Village Visite des chambres d'hôtes des Pesques à Palaminy	Atelier olfactif à la Maison des Vins de Fronton Dégustation et visite du chai au Domaine Roumagnac à Villematier Buffet et visite du gîte de La Bordasse à Villematier

→ Le concours photo national



► 5 propriétaires se sont prêtés au jeu avec de belles et originales idées de cadeau d'accueil. C'est la Haute-Garonne qui a remporté le concours au plan national et nous en sommes très fiers : bravo à Nuanchawee de Lavalette !

→ Le pique-nique géant

Nous avons mis en place l'événement national consistant à regrouper pour les 70 ans de Gîtes de France nos propriétaires autour d'un pique-nique partagé le Dimanche 18 Mai 2025. L'occasion de tenir notre Assemblée générale ordinaire au Domaine de la Ménardièrre à Bérat et de profiter du soleil et du parc arboré pour un apéritif et un déjeuner champêtre ! Les producteurs de Bienvenue à la Ferme étaient présents pour un marché fermier et une animation avec tour du village en calèche !

→ Le challenge « Mets tes baskets »



Pour la 2^{ème} année, nous avons sollicité les équipes Gîtes de France® et les propriétaires haut-garonnais pour marcher au profit de l'association ELA dans le cadre du challenge d'entreprise solidaire « Mets tes baskets ». Nous tenons à remercier les 24 participants à ce défi collectif et à féliciter la gagnante du département qui a cumulé 137 390 pas en 1 semaine : Catherine Déjean, classée en 8^{ème} position au niveau national !

• PARTENARIATS

→ L'Union Régionale Gîtes de France®

- ▶ Conférence de presse conjointe entre le Comité Régional du Tourisme et l'Union régionale Gîtes de France® Occitanie (nombreuses retombées)
- ▶ Fonds Occ'ygée (mécénat) pour l'offre de séjours à des familles en difficulté via le Secours Populaire
- ▶ Webinaires animés à l'automne auprès de l'ensemble des propriétaires Gîtes de France® d'Occitanie (3 dates et 131 inscrits) sur les avenants de qualification éco-responsables : Ecogîte, Ecogestes, Panda, et Biodiversité
- ▶ Villes et Villages Fleuris : participation des administrateurs aux juries régionaux et prix du village le plus éco-responsable parrainé par Gîtes de France® Occitanie (dotation de 1 000€)
- ▶ Formation des collaborateurs : journée d'échanges et d'harmonisation de nos pratiques de classement dans l'Aveyron avec nos collègues du Gers et de l'Aveyron (grilles gîte et chambres d'hôtes)
- ▶ Réunions statutaires : tenue de 3 Conseils d'administration (dont 1 en présentiel à Montauban et 2 en visio-conférence) et d'1 Assemblée générale à Rodez

→ La Chambre d'Agriculture

- ▶ Visites conjointes sur le terrain (visites-conseil chez des agriculteurs)

→ CER France Haute-Garonne

- ▶ Reprise de la journée « fiscalité » aimée par Jacques Artis, après quelques années d'interruption post-COVID, pour décrypter les nouveautés apportées par la Loi de Finances 2025 (loi Le Meur...)

RSE

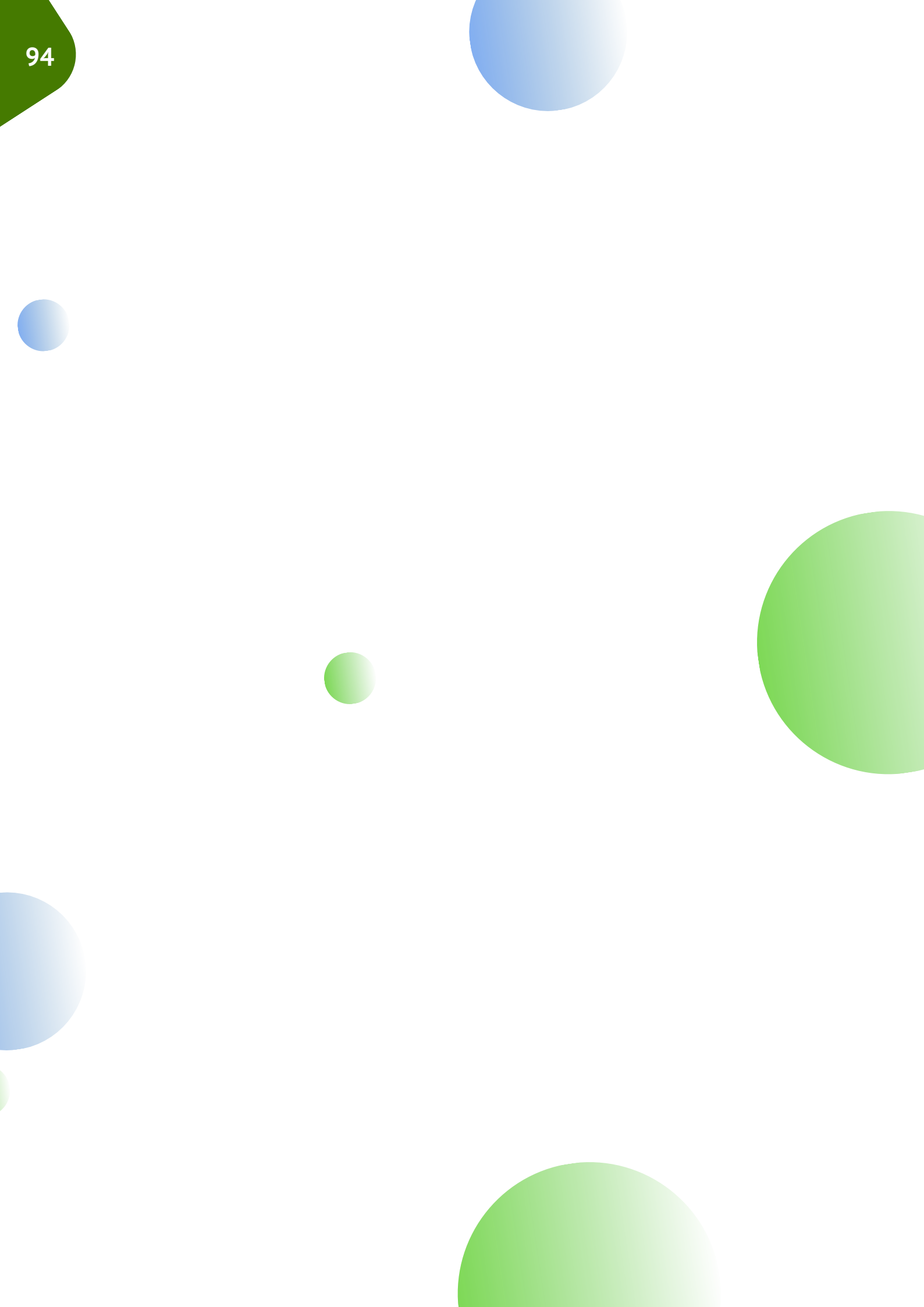


Le déploiement des avenants de qualification éco-responsables de la marque

Nous avons organisé plusieurs webinaires afin de présenter les critères de qualification des avenants Ecogestes et Biodiversité à nos propriétaires afin de les inciter à s'auto-évaluer et à qualifier leurs hébergements. A ce jour, nous comptons 31 hébergements « Ecogestes » et 7 hébergements « Biodiversité ».

La pérennisation d'une démarche collective solidaire au profit d'ELA

Nous avons pour la 2ème année consécutive participé au challenge d'entreprise « Mets tes Baskets » au profit de l'association ELA qui collecte des fonds pour lutter contre les leucodystrophies. Equipes techniques et propriétaires (24 personnes au total) ont marché et cumulé en 1 semaine 137 390 pas au nom de Gîtes de France® Haute-Garonne !



Meublés de Tourisme

Rapport d'activité



Le classement « meublés de tourisme » est une démarche nationale et volontaire qui qualifie la location saisonnière. Il est délivré à la suite d'une visite de contrôle de l'hébergement par un organisme certifié. C'est l'Arrêté du 24/11/2021 modifiant l'Arrêté du 2/08/2010 qui instaure les normes et la procédure de classement des meublés de tourisme.



Depuis sa certification le 23 mai 2016, renouvelée le 27 août 2021, le Comité Départemental du Tourisme s'est imposé comme l'un des organismes de référence pour le classement des meublés de tourisme en Haute-Garonne, tant auprès :

- des collectivités,
- des Offices de Tourisme
- que des particuliers.

Le classement des meublés de tourisme est facultatif pour le loueur. S'il en fait la demande, il doit au préalable effectuer une Déclaration en Mairie de son bien. Le référentiel de classement (133 critères) fonctionne selon un système à points avec des critères obligatoires et des critères « à la carte » et permet de déterminer le niveau de confort des meublés, entre 1 et 5 étoiles. Il est valable 5 ans.

Le classement présente certains avantages pour le loueur :

- il simplifie le calcul de la taxe de séjour (définie en fonction du nombre d'étoiles attribuées)
- il permet de bénéficier d'avantages fiscaux
- il permet également aux loueurs de prétendre à des charges sociales réduites
- il autorise la candidature à des labels nationaux tels que Tourisme & Handicap, Vignoble et Découverte ou Accueil Vélo
- il permet d'être référencé dans le cadre d'actions mises en œuvre par le Comité Départemental du Tourisme et/ou les Offices de Tourisme de la Haute-Garonne.

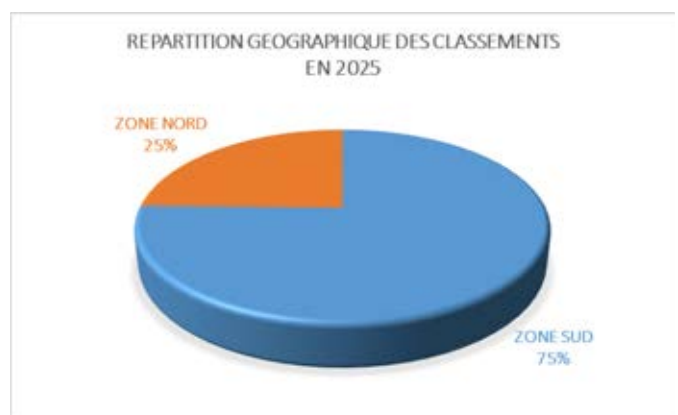
Chaque année, le Comité Départemental du Tourisme doit :

- d'une part répondre aux demandes de classement de nouveaux loueurs en meublés situés en Haute-Garonne
- d'autre part assurer le renouvellement du classement des meublés de tourisme dont le classement est arrivé à échéance (après 5 ans)

Pour les propriétaires déclarant leurs revenus locatifs en micro-BIC, la loi LE MEUR, votée le 19/11/2024, a diminué pour les revenus 2025 l'abattement pour charges de 71% à 50% pour les meublés classés, et de 50% à 30% pour les meublés non classés.

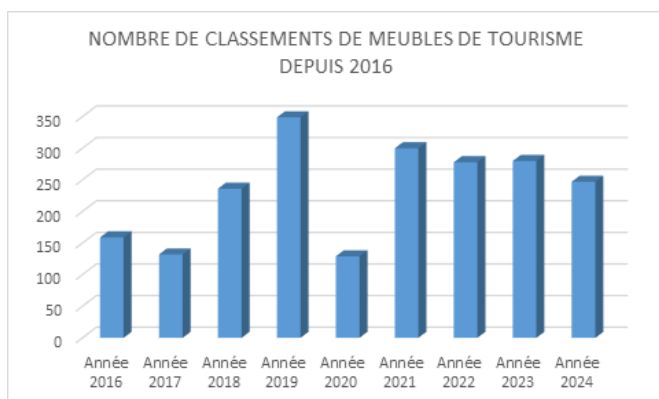
En 2025, le Comité Départemental du Tourisme a procédé au classement de 215 meublés de tourisme (contre 249 en 2024), ainsi répartis :

La répartition géographique de ces classements montre que la zone Sud du Département, avec notamment la station de Bagnères-de-Luchon, reste de loin la plus dynamique avec $\frac{3}{4}$ des classements réalisés. En 2024, les classements dans la zone Sud avaient représenté 71% du total des visites, soit 4 points de moins.



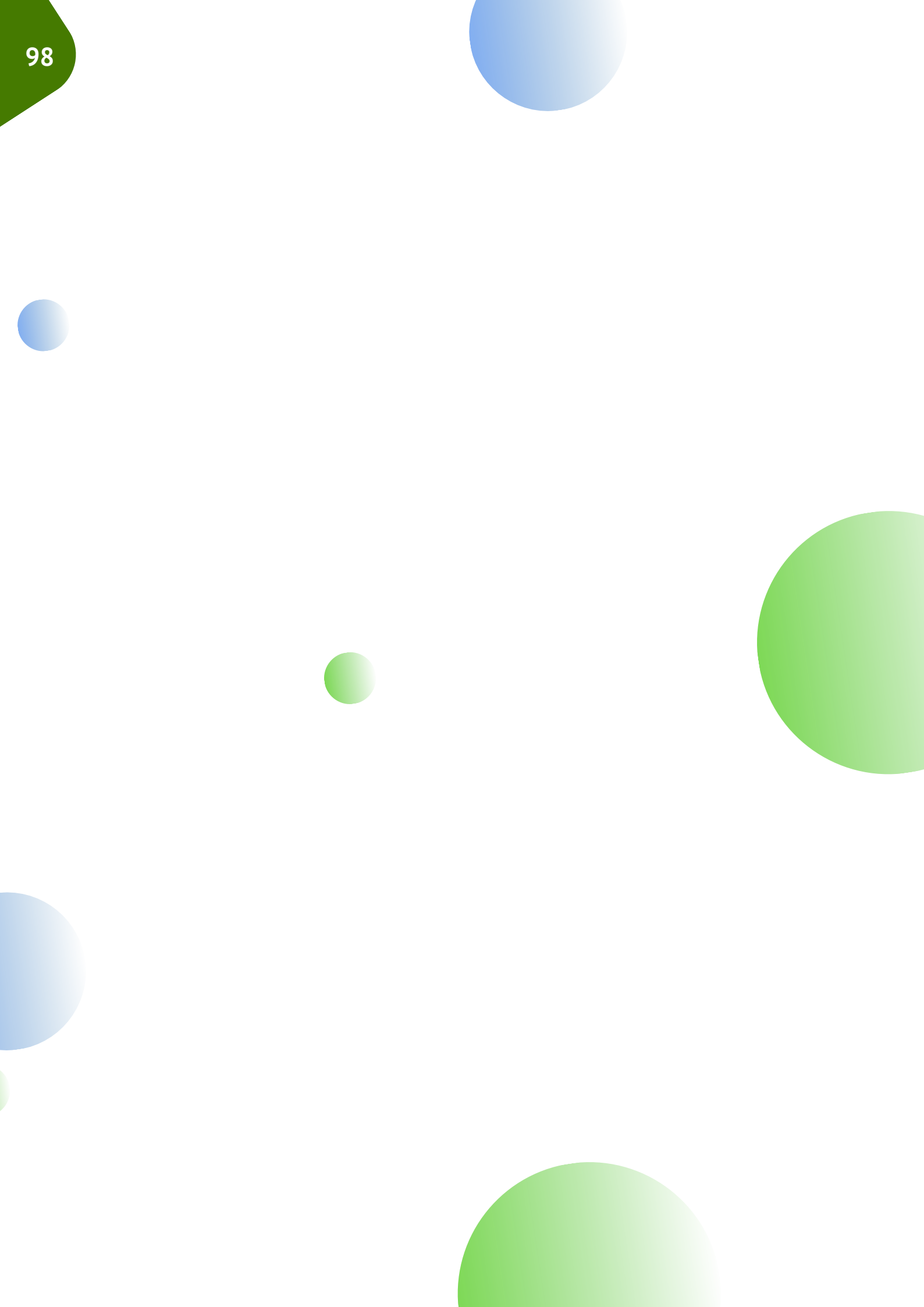
Au 31/12/2025, ce sont 2 327 meublés qui ont été classés par le Comité Départemental du Tourisme, depuis sa certification mi-2016.

La diminution du nombre de meublés classés peut être directement reliée à une fiscalité de moins en moins incitative, qui pousse les propriétaires à vendre ou à louer à l'année.



Il est à noter que le nombre de reclassements est très minoritaire par rapport au nombre de 1ers classements réalisés (72 contre 143 en 2025), ce qui tend à prouver que la « durée de vie » d'un meublé de tourisme est assez courte (charges pesantes, contraintes de l'accueil etc).

Sur 129 meublés classés en 2020, 44 % n'ont pas sollicité de reclassement en 2025.



Hébergement Pêche

Rapport d'activité

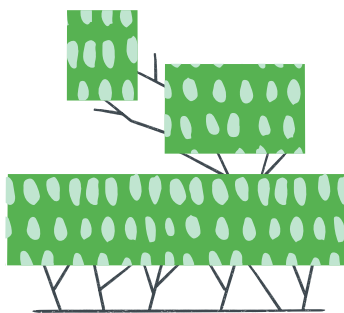


Hébergement Pêche est une qualification délivrée gratuitement par la Fédération Départementale de Pêche et de Protection du Milieu Aquatique de la Haute-Garonne (FDAAPPMA) sur la base d'un référentiel national. L'adhésion au label est gratuite pour 5 ans.

C'est la garantie pour le client pêcheur de prestations spécifiques et adaptées au loisir pêche mais aussi une qualité de confort pour toute la famille.

Haute-Garonne Tourisme assure le déploiement de cette qualification en partenariat avec la FDAAPPMA dans l'objectif de développer un tourisme plus responsable et d'augmenter sur les ailes de saison le taux d'occupation des hébergements concernés. Une visite de suivi de l'ensemble des hébergements a été initiée en 2023 et s'est poursuivie en 2024.

Au 31 décembre 2025, 36 structures sont titulaires de la qualification, dont : 26 meublés, 6 chambres d'hôtes, 2 campings, 2 hébergements de groupe



Accueil Chemin Saint-Jacques de Compostelle

Rapport d'activité



Haute-Garonne Tourisme s'est engagé en 2021 aux côtés de l'Agence Française des Chemins de Compostelle (AFCC) pour assurer le déploiement de la charte des Chemins de Compostelle.

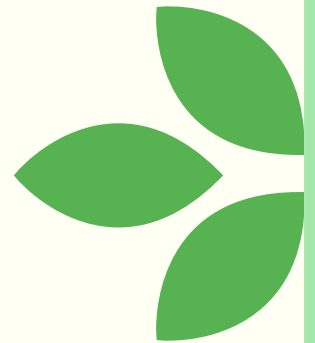
En 2025, 9 départements déploient cette charte sur leur territoire : l'Aude, l'Ariège, l'Aveyron, la Gironde, la Haute-Garonne, les Hautes-Pyrénées, l'Hérault, le Lot et le Tarn-et-Garonne.

Le réseau Accueil sur les chemins de Compostelle porte les valeurs de solidarité, hospitalité, tolérance, humanisme, respect des autres et des ressources, échange et convivialité, une recherche de sens, de spiritualité et une volonté de se ressourcer au contact de la nature tout en voyageant de manière plus responsable. Ces chemins sont parcourus chaque année par des milliers de personnes.

Parmi les actions de communication, on notera la présence du label sur le site internet du CDT où les structures qualifiées sont identifiées et une présence dans le fil d'actualités et dans le dossier de presse.

Au 31 décembre 2025, avec 3 nouvelles entrées et aucune sortie du label, 22 structures adhèrent à cette charte en Haute-Garonne.

Notes





HAUTE-GARONNE TOURISME

ESPACE TOURISME

14 rue de Bayard – 31000 Toulouse (métro Jeanne d'Arc, ligne B)

05 61 99 44 00 ou **05 61 99 44 10** (réservation)

LE COMPTOIR DU LAURAGAIS

Port-Lauragais
à Avignonet-Lauragais
05 61 81 69 46

LES OLIVÉTAINS

à Saint-Bertrand-de-Comminges
05 61 95 44 44

CHÂTEAU DE LARÉOLE

05 61 06 33 58

hautegaronnnetourisme.com



Partagez vos expériences **#TourismeHG** et suivez-nous **@tourismehg**

