

# Office de Tourisme des Pyrénées Ariégeoises

## Assemblée Générale Extraordinaire & Assemblée Générale

Vendredi 1<sup>er</sup> juillet 2022 – 16h  
salle de cinéma Tarascon-sur-Ariège  
procès-verbal

53 partenaires adhérents présents 32 excusés avec pouvoir représentés.  
Feuilles de présences ci-jointes.

Assistaient en outre à cette assemblée générale : M Walther (KPMG), M Baron (SECAR), Alain Toméo (Agence de Développement Touristique d'Ariège Pyrénées), ainsi qu'une grande partie du personnel de l'office de tourisme (Lorda Bonet, Gisèle Lacassin, Marie-Jo Perry, Aurélia Durrieu, Charlène Brunet, Isabelle Romero, Sylvie Ferrer, Sylvia Freyche, Yannick Riout, Céline Perpère, Claire Sanchez, Christophe Jacquart, David Debacker, Patrice Malatray, Sylvie Couderc et Agnès Morange, ainsi que les saisonniers Jérôme Marcaillou, Isabelle Claustre, Majorie Saint Ignan, Léane Rabier, Quentin Raison, Julien Olive, Jean Magnard et Maxime Dagrassa).

Xavier Fuentes, Président de l'Office de Tourisme et Sylvie Couderc, Directrice, remercient les personnes présentes et ouvrent la séance.

Le quorum nécessaire, fixé à 10% du nombre d'adhérents en référence à l'article 20 des statuts de l'Office de Tourisme des Pyrénées Ariégeoises, est atteint.

Remerciement à Alain Sutra, maire de Tarascon-sur-Ariège, pour l'accueil dans cette salle, à Alain Toméo, président de l'Agence de Développement Touristique d'Ariège Pyrénées (ADT), à M Walther (KPMG) et M Baron (SECAR) ainsi qu'à toute l'équipe de l'office de tourisme.

### Ordre du jour Assemblée Générale Extraordinaire

#### 1. Modification des statuts

Modification de statuts pour intégrer les possibilités de visio-conférence pour les différentes réunions de l'association : conseil d'administration, assemblée générale et assemblée générale extraordinaire.

*Voir slides 2 à 5 – document de présentation en pièce jointe.*

**Vote : approuvé à l'unanimité**

Clôture de l'assemblée générale extraordinaire et ouverture de l'assemblée générale.

### Ordre du jour Assemblée Générale

- 1- Rapport moral
- 2- Rapport financier 2021 et renouvellement de mandat commissaire aux comptes
- 3- Compte-rendu d'activités 2021 et Plan d'actions 2022
- 4- Budget 2022
- 5- Cotisations 2023
- 6- Questions diverses

## 1- Rapport moral :

HIVER 2020/2021

Une saison amputée par le Covid-19 !

Le début de saison est marqué par le second confinement national dont l'objectif est de contrôler la deuxième vague de l'épidémie Covid-19.

Le 24 novembre, le Président de la République annonce la fermeture des remontées mécaniques pour les vacances de fin d'année. Les quelques réservations engagées sont annulées. La mobilisation de professionnels et élus de montagne début décembre n'y change rien. Les conditions météo et l'enneigement sont très favorables à une saison d'hiver en montagne. Cela profite aux espaces nordiques très plébiscités.

En Janvier, le gouvernement annonce que les remontées mécaniques restent fermées pour la saison. Les sites de visites, restaurants...peuvent espérer ouvrir courant avril (ça sera plutôt mai !). Un couvre-feu est mis en place à 18h. Les villages vacances restent fermés. Activité groupe réduite à néant (notamment les scolaires). Quelques français viennent prendre l'air de nos montagnes...

Les vacances d'hiver sont impactées par la situation sanitaire. Baisse de fréquentation des hébergements de l'ordre de -70% comparé à l'an passé. On observe l'arrivée de nouvelles clientèles à la recherche d'une expérience montagne sans remontées mécaniques...l'image du ski nordique est redorée !

L'activité touristique est très faible en mars-avril avec un troisième confinement jusqu'au 3 mai (autorisation de sortie dans un rayon de 10 km...). Pas d'arrivée de curistes en mars, les thermes sont fermés. Dans ce contexte particulier, la fréquentation à l'office de tourisme des Pyrénées Ariégeoises est en hausse (nouvelles clientèles et besoin d'info à jour !). Notre bassin de clientèle est principalement de proximité. La part des clientèles étrangères est quasi nulle. Les demandes concernant les activités ski (espaces nordiques et raquettes à neige) et la randonnée sont majoritaires. La perte de retombées économiques sur les territoires de montagne est estimée à -70% selon l'enquête d'Atout France et de l'Association Nationale des Maires de Stations de Montagne.

Les hébergeurs des Pyrénées Ariégeoises enregistrent une baisse de fréquentation en lien direct avec la crise sanitaire. 532 222 nuitées enregistrées sur la Communauté de Communes de la Haute Ariège (-29,1%).

ETE 2021

Saison estivale 2021 qui retrouve une allure « classique » avec une hausse d'activité comparé aux années 2020 (fortement impactée par la crise sanitaire) et 2019.

Cependant, une saison marquée par des ouvertures tardives d'un ensemble d'établissements, le difficile retour des curistes aux thermes, la mise en place d'un pass sanitaire en plein mois d'août pour les bars, restaurants et sites de visites/loisirs, des événements annulés ou reportés, des difficultés de recrutement de saisonniers...

La fréquentation aux différents points informations de l'Office de Tourisme des Pyrénées Ariégeoises est en hausse.

Les personnes sont renseignées via nos accueils « guichet », téléphoniques mais pour une grande part, via le numérique. Notre bassin de clientèle reste incontestablement celui de la région Occitanie. La part de la clientèle étrangère est en baisse, comme les dernières saisons.

Résultats corrects pour les différents sites touristiques. Comme ailleurs, la consommation reste maîtrisée. La diversité des activités de loisirs proposée est appréciée par nos clientèles. Le thermalisme habituellement conséquent dans notre activité touristique estivale, est en souffrance au vu du contexte sanitaire, avec un retour « normal » pas envisagé avant 2024.

1 102 860 nuitées enregistrées (mai à octobre) sur la Communauté de Communes de la Haute Ariège :

Augmentation des nuitées touristiques +13.2% par rapport à la saison été 2020.

Pas de remarque.

*Voir slides 8 – document de présentation en pièce jointe.*

## **2- Rapport financier 2021**

Le rapport financier des Pyrénées Ariégeoises est présenté par M Gilles Walther, expert-comptable KPMG. M Mathias Baron, commissaire aux comptes de la SECAR, certifie que les comptes présentés sont sincères et réguliers au 31 décembre 2021.

Comme les années précédentes, M Baron présente la continuité des conventions réglementées : prestations gratuites par la Communauté de Communes de la Haute Ariège, les communes d'Ax-les-Thermes, Les Cabannes, Tarascon-sur-Ariège et Quérigut. La mise à disposition des locaux à Ax, Luzenac, Bonascre et Les Cabannes. Ces prestations sont évaluées en 2021 à 19 800€. La Communauté de Communes de la Haute Ariège a confié à l'Office de Tourisme le service public d'accueil et d'information dans l'intérêt du tourisme local, le montant reçu en 2021 est de 736 511€. La Communauté de Communes du Pays de Tarascon a également confié à l'Office de Tourisme cette mission, le montant reçu en 2021 est de 169 363€.

L'association doit procéder au renouvellement du mandat du commissaire aux comptes.

*Voir slides 9 à 16 - document de présentation en pièce jointe.*

**Vote : approuvé à l'unanimité**

## **3- Compte-rendu d'activités 2021 et plan d'actions 2022**

Sylvie Couderc propose un échange avec les différents coordinateurs de pôles.

### **3.1 Conseil en séjour et qualité – Aurélia Durrieu**

*Sylvie : suite à son départ à la retraite, tu as remplacé Nicole Leplus, c'est ça ?*

Aurélia : Nicole a coordonné le pôle conseil séjour jusqu'en mars 2021. J'ai pris mes fonctions à partir de juin.

*Sylvie : cela représente quoi la fréquentation à l'office de tourisme ?*

Aurélia : en 2021, 34 000 contacts comptabilisés, soit 76 000 visiteurs sur les différents point d'accueil.

*Sylvie : un mot sur le Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information voté en 2019, où en est-on ?*

Aurélia : nous continuons de faire évoluer nos points information ainsi que nos formes d'accueil selon l'état d'avancement de ce SADI.

En 2022, les efforts vont se porter sur les Relais d'Informations Touristiques (RIT) via un état des lieux et un renforcement en relation avec le pôle Partenariat.

*Sylvie : quels sont les différents formats d'accueil que l'office de tourisme met en place ?*

Aurélia : les accueils « classiques » tels que l'accueil « guichet » et téléphonique mais également l'accueil numérique avec différents outils : mail, Messenger et la montée en puissance de l'utilisation de l'outil Roadbook permettant d'envoyer à nos visiteurs des informations ciblées et à jour (sorte de mini-site internet personnalisé). Nous reprenons aussi les accueils hors les murs, mis en pause depuis deux ans (crise sanitaire).

*Sylvie : un calendrier de saisonnalité est mis en place depuis 2 ans, à quoi servent les journées de fermeture en basse saison ?*

Aurélia : nous devons toujours renforcer notre connaissance de l'offre du territoire en programmant des journées où l'équipe part à la rencontre de nos partenaires et effectue de petites randonnées ou se rend au départ de certaines randonnées. Nous essayons aussi de voir les nouveautés avant les saisons... cela représente une dizaine de journées dans l'année.

*Sylvie : les demandes d'accueil évoluent, y-a-t-il besoin de se renouveler dans l'aménagement de nos points informations ?*

Aurélia : certains de nos accueils sont vieillissants et ne correspondent plus au fonctionnement actuel. L'aménagement du point information de Vicdessos en 2021 nous a permis d'organiser l'espace selon les nouveaux besoins d'accueil (espace wifi, carte de randonnées murale, espace boutique, espace enfants, borne numérique mobile...).

*Sylvie : est-ce que les conseillers en séjour sont toujours sur le même point d'accueil ?*

Aurélia : le personnel est en rotation sur la basse saison entre Ax et Tarascon pour développer nos connaissances du territoire tout en renforçant la dynamique d'équipe.

*Sylvie : a-t-on des services de ventes à l'office de tourisme ?*

Aurélia : effectivement, ces services font partis des nouvelles formes d'accueil dans les offices de tourisme où nous sommes en mesure de vendre certaines prestations à l'issue d'un conseil avisé tel que les visites (ville d'Ax en petit train, grottes de Niaux Bédeilhac et Lombrives, Parc de la Préhistoire...) ou autres activités...

*Sylvie : on a vu dans le bilan financier que les permanents sont moins nombreux qu'en 2018, des renforts sont recrutés, comment cela se passe, est-ce que les saisonniers deviennent des perles rares ?*

Aurélia : nous renforçons le pôle conseil en séjour avec un saisonnier en hiver et 5 en été (présents dans la salle !). comme beaucoup de professionnels du tourisme, nous constatons une baisse du nombre de candidatures... Sylvie Ferrer m'aide dans la gestion des plannings.

*Sylvie : 2021 a été marqué par le renouvellement de la Marque Qualité Tourisme, ce n'est pas un indicateur client mais qu'est-ce que cela apporte pour l'Office de Tourisme ?*

Aurélia : la Marque qualité Tourisme est un outil de professionnalisation et facilitateur. Cela permet d'assurer une amélioration en continue des services rendus à nos visiteurs et nos prestataires grâce à des indicateurs.

*Sylvie : une nouvelle téléphonie a été mise en place avec un seul numéro pour le grand public, voit-on une amélioration ?*

Aurélia : la modernisation de notre système de gestion des appels en octobre 2021 permet d'optimiser et mieux répartir les appels sur nos différents points informations. Environ 30% d'appels perdus en moins par rapport à l'ancien système.

*Sylvie : là encore, l'obtention du classement catégorie 1 de l'office de tourisme ne change rien pour le client, mais pour nous, quels avantages ?*

Aurélia : continuer à former l'équipe aux techniques d'accueil afin de proposer des services de qualité à nos visiteurs : amélioration en continue avec formations internes, programme d'audits mystères et webinaires Qualité proposés par le Conseil Régional du Tourisme et des Loisirs Occitanie (CRTL).

*Sylvie : est-ce que des prestataires peuvent avoir des labels de qualification ? À qui doivent-ils s'adresser ?*

Aurélia : certains de nos partenaires ont la marque Qualité Tourisme, comme l'Akrobranch d'Orlu par exemple. L'office de tourisme peut accompagner les partenaires dans des démarches qualité et labels comme Ax 3 Domaines qui s'engage dans le label Famille plus.

*Sylvie : est-ce que nous pouvons prétendre à l'accueil vélo aussi ?*

Aurélia : c'est en cours pour certains points informations.

*Sylvie : que mettons-nous en place pour maintenir un service de qualité et conserver la Marque ?*

Aurélia : nous devons intégrer un bilan annuel dans un des Conseils d'Administrations en faisant le point sur les indicateurs et objectifs.

Pas de remarque.

*Voir slide 19 - document de présentation en pièce jointe.*

### **3.2 Partenariat – Christophe Jacquart**

*Sylvie : Tu as remplacé Hilda Bidondo en 2021, c'est ça ?*

Christophe : oui, j'ai réellement pris la suite de Hilda à l'automne.

*Sylvie : nous sommes associatifs et soumis à l'application de cotisation, histoire que tout le tissu professionnel touristique contribue, qu'avons-nous mis en place pour faciliter l'adhésion en 2021 ?*

Christophe : les objectifs 2021 ont été de simplifier la grille de cotisations jugée trop complexe.

La commission cotisations s'est réunie en septembre 2021 pour valider une grille intégrant quatre fourchettes maximum de tarifs par catégorie avec une variable en fonction de la taille de la structure.

En 2021, les partenaires et adhérents représentaient 430 structures pour un montant de 54 651€.

*Sylvie : qui sont les professionnels que nous prospectons ? Tout le monde peut adhérer ?*

Christophe : notre association est ouverte à tous types de professionnels, aussi bien les restaurateurs, hébergeurs, prestataires d'activités, commerçants...

*Sylvie : est-ce qu'il y a une cible particulière en 2022 que nous souhaitons faire rentrer dans le réseau ?*

Christophe : notre objectif pour 2022 est « mieux se connaître pour mieux se prescrire ». Nous ciblons les artisans et commerçants peu représentés jusqu'à maintenant au sein de l'association, le lien entre leurs activités et le tourisme est pourtant évident.

*Sylvie : quels sont les types d'actions que nous mettons en place ?*

Christophe : des temps d'échanges sont proposés afin d'informer et sensibiliser nos futurs partenaires concernant les missions et services de l'office. Nous faisons également intervenir des spécialistes dans divers domaines (expert-comptable, banques, Ariège Initiative...).

*Sylvie : quelles sont les motivations pour adhérer à notre association ?*

Christophe : l'idée est de bénéficier de la force d'un réseau d'acteurs. Le territoire des Pyrénées Ariégeoises est vaste, apprenons à nous connaître pour mieux nous recommander. L'office de tourisme apporte une visibilité supplémentaire. Cette année, un annuaire des partenaires a été créé en version papier (pour les adhérents au 1<sup>er</sup> trimestre 2022) avec une mise à jour en version numérique pour les adhésions en cours d'année. L'objectif est de faciliter nos échanges. La diffusion des informations touristiques auprès du réseau d'acteurs via l'espace pro et des newsletter fait également partie des avantages de notre association.

*Sylvie : est-ce qu'il y a une date limite pour adhérer ? Comment articule-t-on une adhésion annuelle avec un territoire touristique qui a une double saisonnalité ?*

Christophe : les partenaires peuvent rejoindre l'association tout au long de l'année avec un calcul du montant de l'adhésion au prorata. Dans l'idéal, nous recueillons les renouvellements de partenariats à la suite des assemblées générales où le montant des cotisations est soumis au vote des membres de l'association.

*Sylvie : tant que nos locaux ne sont pas aménagés, cela ne permet pas un grand développement des boutiques, quels produits trouvons-nous et quelles sont les nouveautés ? Avons-nous mis en place une charte ? Comment vous gérez-cela avec Céline, via un logiciel ?*

Christophe : nos espaces boutiques sont effectivement limités car non pensés pour cet objectif. Le client reçu à l'office est au cœur de toutes nos actions, comme le stipule la charte « boutique » en

ligne sur le site de l'office de tourisme. Les produits présents se rapportent à la finalité première de l'office de tourisme qui est de mettre en avant son territoire. Nous vendons des livres, topoguides, cartes... dont la vente est la finalité d'un conseil en séjour abouti. Les produits reflètent un savoir-faire artisanal et industriel (poterie, couteaux, pierre à aiguiser...), l'agro-tourisme et les productions locales. Notre attention se porte également sur le fonctionnement de l'économie locale. Nous travaillons ensemble avec Céline au moyen d'un outil numérique de gestion des ventes avec prise en compte des stocks nous facilitant la gestion depuis cette année.

Pas de remarque.

*Voir slide 20 - document de présentation en pièce jointe.*

### **3.3 Communication – Sylvie Couderc**

Nous avons 3 types de communication :

- La communication orientée Grand Public
- La communication auprès de nos partenaires
- La communication commerciale du service groupe

Nous avons des communications complémentaires avec les différents acteurs, celles de nos professionnels, celles de l'Agence de Développement Touristique de l'Ariège (ADT), celles de la Région Occitanie ou de l'Agence des Pyrénées.

Si l'ADT de l'Ariège axe son travail de promotion pour aller chercher les touristes, la nôtre « Grand Public » est plus concentrée sur la communication une fois sur place.

Avec la mise en place de la taxe de séjour additionnelle départementale, des actions de communication supplémentaires sont portées par l'ADT en relation avec les offices de tourisme.

Concernant les éditions :

- une ligne d'éditions Magazine hiver, Magazine été très complète.
- une ligne d'éditions Hébergement en bout de vie, seulement 2000 exemplaires imprimés cette année. Le rapport coût et temps de travail n'est plus efficace notamment avec la mise en place des carnets de voyage numériques. 2023 mériterait de consacrer ce budget à l'amélioration du référencement de notre site web sur l'hébergement.
- Un programme des animations hebdomadaires où Sylvie rappelle 3 règles importantes, laborieux travail de Yannick :
  1. La date limite des envois au mercredi soir et non au jeudi : temps nécessaire à la saisie et réalisation de l'agenda du site internet. Au-delà de cet envoi, la prestation n'est pas incluse.
  2. Une info c'est une image ou affiche, une date, un horaire, un contenu, un prix, un contact, l'affiche en JPG impérativement.
  3. seuls les événements datés/programmés précisément avec des horaires sont mis en avant, les activités qui durent à la journée et répétées dans la semaine ne sont pas incluses dans le détail journée, les prestataires d'activités étant rappelés en bas du document.

Concernant la presse : Encart publicitaire ou relations presse mis en place par le club des offices de tourisme des stations Thermales.

Concernant le numérique, Isabelle va évoquer le sujet du travail sur la donnée et sur les réseaux sociaux.

La communication commerciale sera évoquée par Gisou.

Pas de remarque.

*Voir slides 21 - document de présentation en pièce jointe.*

### **3.4 Numérique – Isabelle Romero**

*Sylvie : quand les prestataires nous communiquent des informations par des données nous en faisons quoi et c'est utiliser comment ? Est-ce important ?*

Isabelle : oui, ces informations sont importantes pour une donnée à jour et qualifiée. Elles sont saisies dans une base de données partagée au niveau du département et de la région Occitanie, elles alimentent notre site internet et nos bornes numériques.

*Sylvie : souvent on dit, les réseaux sociaux, c'est simple, une publication et c'est fait, qu'en penses-tu ? Charlène et David vont me tirer les oreilles !*

Isabelle : cela demande à Charlène et David un temps de préparation et de rédaction de contenu en adéquation avec un planning éditorial annuel. Nous diffusons les manifestations sur Facebook, des photos sur Instagram ainsi que des vidéos thématiques trimestrielles mettant en avant le territoire : nos partenaires, des randonnées...

*Sylvie : Messenger, c'est un tchat ? Est-ce que cela nous demande d'apprendre une nouvelle forme de réponses ?*

Isabelle : Messenger est un tchat qui permet de répondre pendant nos heures d'ouverture à des questions instantanées de la part des internautes. Nous y répondons sur un ton amical et spontané.

*Sylvie : on dit que les jeunes touristes sont plus attentifs aux avis consommateurs qu'aux classifications « traditionnelles » de type étoiles ? qu'en penses-tu ? Que fait l'office de tourisme pour ces nouvelles générations ?*

Isabelle : ces avis permettent de se faire une meilleure opinion de l'offre. Cela reflète des expériences uniques vécues par nos visiteurs. La solution Fairquest (plateforme d'avis) a été déployée sur notre site internet et permet d'afficher une note globale provenant des autres plateformes d'avis comme Google, Tripadvisor, Airbnb, Booking...

*Sylvie : Google My Business, est-ce vraiment l'incontournable ? Que mettons-nous en place ? « L'opération Commando » avec l'ADT09 en date du 30 juin est passée mais les prestataires peuvent-ils toujours nous contacter ?*

Isabelle : la fiche Google est pratique, concise et facile à gérer. Elle permet une meilleure visibilité sur internet. Nos partenaires peuvent toujours me contacter pour les accompagner dans son optimisation.

*Sylvie : le Roadbook, carnet de voyage numérique, cela consiste en quoi réellement ?*

Isabelle : c'est un carnet de voyage personnalisé que l'on envoie à notre clientèle par mail ou SMS et qui s'actualise en continu via notre base de données.

*Sylvie : pour reprendre le vocabulaire des geeks numériques, nous allons changer, avec l'ADT09 et les autres offices de tourisme de l'Ariège, de logiciel de Data Constellation vers Apidae et cela*



*implique un changement de « CMS » ? En français, cela veut dire quoi ? C'est un gros chantier d'automne, non ?*

Isabelle : nous changeons de système d'informations touristiques et de système de contenu sur notre site internet. Ce changement va permettre d'administrer notre site internet sans l'intermédiaire de notre agence web.

Pas de remarque.

*Voir slide 22 - document de présentation en pièce jointe.*

### **3.5 Commercialisation : groupe et place de marché – Sylvia Freyche et Giselle Lacassin**

*Sylvie : côté clientèle individuelle, quelle différence entre une centrale de réservation et une place de marché ?*

Sylvia : la place de marché est une plateforme de réservation en ligne. Elle permet d'améliorer la possibilité de réserver des prestations sur les sites de l'office de tourisme, ADT et station Ax 3 Domaines.

*Sylvie : quand on dit que la place de marché est plutôt un outil de professionnalisation avant la réalisation de chiffre d'affaire, est-ce vrai ?*

Sylvia : oui, tout à fait.

*Sylvie : est-ce que toute activité peut-être vendue en ligne par ce système ?*

Sylvia : oui actuellement il y a 135 professionnels connectés dont 105 hébergement (locations de vacances, campings, résidences de tourisme, hôtels, chambres d'hôtes, villages vacances et refuge) et 30 activités et sites de visites (forfaits ski, location de matériel ski, grottes, canyon, patrimoine, bien être et activité « ciel »). L'outil est parfois incompatible avec certains déjà mis en place par des professionnels mais c'est très rare et on tente de trouver des solutions !

*Sylvie : comment fait-on si on est intéressé par ce produit ?*

Sylvia : je suis disponible pour accompagner les partenaires intéressés.

*Sylvie : côté clientèle groupe, on a entendu toute à l'heure les difficultés des groupes en 2021, peux-tu nous en dire plus ?*

Gisou : comme pour tout le monde, peu de réservation sur 2021 notamment les scolaires, en raison de l'épidémie de covid. Seulement 5 dossiers pour un chiffre d'affaire de 8 771€. Le congrès Ludovia représente pour 2021, 80 719.74€.

*Sylvie : L'ADT09 a également un service groupe, comment travailles-tu avec eux ?*

Gisou : nous travaillons en partenariat, la gestion des dossiers se fait via le logiciel Tourbiz. Le but étant d'optimiser et de partager la base de données fournisseurs.

*Sylvie : tout le monde sait que ta spécialité est le public scolaires, quelles sont rapidement tes actions et ton ressenti sur cette cible en 2022 ?*

Gisou : à ce jour, 19 dossiers de réalisés pour un chiffre d'affaire de 112 597 € (hors Ludovia qui aura lieu du 22 au 25 Août 2022 sur Ax). Une timide reprise après covid malgré quelques annulations. Les actions commerciales sont la mise à jour de la brochure scolaire avec un mailing prévu en octobre auprès de 1 400 écoles.

*Sylvie : le pôle Commercial n'a plus de coordinateur avec le départ d'Aurélia, comment vous vous êtes organisées avec Sylvia ? C'est toi qui reprends Ludovia cette année ?*

Gisou : nous travaillons en binôme avec Sylvia, concernant Ludovia, Claire a du temps de travail dédié pour l'assister. L'embauche de Fanny Rippling en partage avec la SAVASEM sur un quart temps à l'office de tourisme. Un lien très utile et précieux que ce soit pour les groupes en séjour ski ou pour les demandes à l'accueil.

*Sylvie : faisons-nous des opérations de type salon ? Est-ce que c'est toujours d'actualité ?*

Gisou : comme en 2021, nous participons au salon « What a trip » sur Montpellier en septembre, salon axé sur la randonnée et le vélo.

Pas de remarque.

*Voir slide 23 - document de présentation en pièce jointe.*

### **3.6 Observatoire et vie de l'association – Agnès Morange**

*Sylvie : la question détestable, cela sert à quoi d'avoir un service observatoire à l'office ?*

Agnès : un observatoire sert à prendre une photographie de l'activité touristique à un moment donné. On prend la température et on peut comparer à différentes échelles de temps. La conjecture permet de connaître la tendance sur l'état des réservations chez un panel d'hébergeurs représentatif du territoire avec une projection à quinze jours. Même si tout le monde est conscient de la dernière minute, on peut quand même comparer l'état des réservations au même moment de l'année passée. La conjoncture fait un point sur l'activité du mois écoulé avec le ressenti des professionnels. Un observatoire sert à se situer, à se donner des repères.

*Sylvie : est-ce qu'il y a une mutualisation des données avec le département, la région, le national ou par filière ?*

Agnès : l'idée est d'interroger les professionnels du tourisme une seule fois et de se partager les informations afin d'éviter aux prestataires de passer leur temps à répondre à des questionnaires !

*Sylvie : je sais que tu fais partie de la commission nationale sur le tourisme durable à ADN Tourisme (notre nouvelle fédération), qu'est-ce que cela apporte ?*

Agnès : cette commission est composée de membres d'ADN Tourisme, des Comités Départementaux du Tourisme ou ADT ainsi que des offices de tourisme. L'idée est de partager les actions menées à différentes échelles territoriales, d'échanger des idées de projet, de se nourrir de tout ça pour impulser des actions sur notre territoire.

*Sylvie : c'est essentiellement toi qui nourrit l'espace pro-pyrenees-ariegeoises.com d'informations, est-ce utile ? utilisé ?*

Agnès : les articles publiés régulièrement permettent de répondre aux demandes des porteurs de projets ou de certains professionnels qui souhaitent faire évoluer leur activité en étudiant les données

de l'observatoire. On y lit également des publications sur la vie de l'association, les projets touristiques, la qualité...

*Sylvie : tu écris régulièrement des News à nos partenaires, ne faut-il pas leur rappeler de vérifier leurs courriers indésirables et de rendre légitime notre courrier ?*

Agnès : toutes ces informations envoyées en masse sont parfois bloquées par certains serveurs, c'est assez compliqué de tout vérifier. On s'aperçoit que ça arrive dans les courriers indésirables pour quelques-uns de nos partenaires.

*Sylvie : as-tu vu une progression sur la vie de l'association depuis ton arrivée à l'office ?*

Agnès : ça fait dix ans que je travaille au sein de l'office de tourisme et le nombre de conseils d'administration et de bureau a bien augmenté, avec des administrateurs actifs, présents, dans le partage, les échanges et la participation.

*Sylvie : en quoi c'est important que les acteurs touristiques s'impliquent dans l'asso ?*

Agnès : les professionnels ont l'habitude de se rencontrer par corps de métier, l'office de tourisme est la structure qui permet de rassembler tous les professionnels en lien avec ce domaine d'activité, aussi bien les restaurateurs, les commerçants, les hébergeurs, les prestataires d'activités, les sites de visites...le territoire est vaste, l'office peut mettre du lien entre les professionnels de secteurs géographiques éloignés, qu'ils soient dans le Donezan ou à Auzat !

*Sylvie : est-ce que vous faites des réunions sur les différents secteurs ?*

Agnès : les réunions type assemblée générale alternent entre Tarascon et Ax, les conseils d'administration et bureaux se déroulent un peu partout. Le dernier conseil d'administration a eu lieu à Val-de-Sos afin de proposer aux administrateurs de visiter le point information aménagé dans ce village récemment. Le dernier bureau était à Le Pla où les personnes présentes ont pu découvrir Le Sapin Rouge, la cristallerie, l'étang de Quérigut ou aller à la rencontre des moines qui fabriquent leur célèbre fromage au monastère...

Pas de remarque.

*Voir slides 24 et 25 - document de présentation en pièce jointe.*

### **3.7 Missions spécifiques – Sylvie Couderc**

Nos statuts ont la particularité de définir des missions dites régaliennes mais également des missions spécifiques avec des financements particuliers par les collectivités versés, si réalisation.

Patrimoine : plus de financement spécifique en 2021, le service de la CCHA est structuré.

Donezan : 2021 – 2022, un budget à part permettant la création et mise en avant de l'offre.

Pays de Tarascon : opération « Deep time » à Lombrives.

Ax-les-Thermes : rénovation de l'hébergement touristique Atout France.

Luzenac : visite carrière de talc de Trimouns. Fermée en 2021, toujours en attente pour 2022, la carrière se visitera assurément en 2023 dans la cadre des Vallées Ingénieuses.

Pas de remarque.

*Voir slide 26 - document de présentation en pièce jointe.*

### **3.8 Administratif – ressources humaines – Marie-Jo Perry**

*Sylvie : depuis la fusion, il y a eu un travail sur nos différents fournisseurs, est-ce que tu peux m'en dire plus sur les différents appels d'offres réalisés ?*

Marie-Jo : copieurs, matériel informatique, contrat de maintenance, harmonisation forfait internet...la fusion remet à plat tous ces contrats, ça n'est pas la partie la plus rigolote mais Patrice est là pour me seconder !

*Sylvie : tu fais toute la compta et la paye Marie-Jo, n'est-ce pas ? Est-ce que tu arrives à suivre tous ces changements sociaux ? Es-tu accompagnée ?*

Marie-Jo : c'est vrai qu'il y a beaucoup de changements mais heureusement l'office de tourisme est accompagné par le bureau KPMG avec leur expertise en comptabilité.

*Sylvie : 2021 et 2022, beaucoup de changement au niveau RH ? Cela entraîne quoi ?*

Marie-Jo : des enchaînements de fin de contrat, début de contrat, déclarations administratives...

*Sylvie : est-ce que nous reprenons des stagiaires ?*

Marie-Jo : nous accueillons un stagiaire de plus de 3 mois par an, actuellement Chloé qui travaille sur la thématique des camping-caristes, qui a une rétribution. Les autres stagiaires accueillis sont présents pour des périodes de moins de trois mois, des étudiants en tourisme (BTS ou Accueil Relation Client...). Nous préférons accueillir un seul stagiaire à la fois pour le confort et la qualité du stage avec un étudiant sur Ax et un sur Tarascon. Les périodes privilégiées correspondent aux moyennes saisons où le public est présent et où les conseillers en séjours sont disponibles pour accompagner convenablement les stagiaires.

Pas de remarque.

En therme de direction, Sylvie rajoute que l'office de tourisme est présent dans de nombreux comités de pilotages sur des projets, diverses commissions institutionnelles et représente les offices de tourisme au conseil d'administration de l'ADT09. Elle assure également beaucoup de relations publiques sur tout le périmètre des Pyrénées Ariégeoises.

Pas de remarque.

*Voir slide 27 - document de présentation en pièce jointe.*

**Vote : approuvé à l'unanimité**

## **4- Budget 2022**

Sylvie précise que le budget a été présenté en avril 2022 au conseil d'administration. Il est construit selon les objectifs de l'année : renforcer le numérique par la création d'un pôle et le partenariat, tout en continuant nos actions.

Il s'agit de présenter un plan de fonctionnement mais également une 2<sup>nd</sup>e tranche d'investissements dans le plan 2021/2023.

#### Recettes 2022

- Un prévisionnel en baisse pour les subventions par rapport à 2021 mais Fond l'Occal en moins,
- Taxe de séjour indiquée en recettes mais avec des dépenses en face portées par le plan de communication supplémentaire,
- Prévisionnel de partenariat qui ne retrouve pas encore le niveau 2020 à 78 000 €, mais qui devrait être mieux que celui prévu fin mars,
- Une commercialisation groupe encore fragile et une carrière de talc avec des visites en stand-by,
- Une boutique qui retrouve un niveau normal boosté par les Monopoly les années précédentes,
- Des prestations de services en diminution qui se concentrent essentiellement sur l'accompagnement à la qualification de l'hébergement touristique à Ax,
- Des produits divers aujourd'hui surestimés avec l'arrêt du contrat de Julien.

#### Dépenses 2022

- Des projets touristiques autour des supports « Rando » et de la qualité notamment accueil vélo,
- Masse salariale qui représentait 854 862€ en 2020
- Des services extérieurs qui se maintiennent avec le loyer de Vicdessos en plus,
- Des frais de gestion en hausse (électricité, chauffage, hébergement et maintenance logiciel),
- Des frais de communication en hausse malgré les baisses des coûts d'éditions mais surtout par la prise en charge de la nouvelle base de donnée, avant, c'était totalement pris en charge par l'ADT09,
- Commercialisation dans la continuité,
- Déplacements et vie de l'association, des frais prévus à la hausse,

Un budget qui s'équilibre par l'excédent de l'année de 2021.

Pas de remarque.

*Voir slides 28 à 30 - document de présentation en pièce jointe*

**Vote : approuvé à l'unanimité**

### 5- Cotisations 2023

Pas de remarque.

*Voir slides 31 à 35 - document de présentation en pièce jointe.*

**Vote : approuvé à l'unanimité**

## 6- Questions diverses

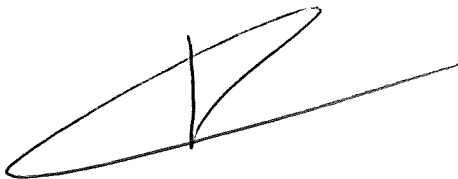
Pas de questions diverses.

*Voir slide 36 - document de présentation en pièce jointe.*

Xavier remercie toutes les personnes présentes, il remercie sincèrement Sylvie Couderc et toute l'équipe pour leur rigueur et professionnalisme, il remercie les présidents des deux communautés de communes pour leur appui et leur confiance et la collaboration permanente de l'ADT. La séance se clôture et la soirée se poursuit avec l'anniversaire de Pyrénées FM ainsi que le lancement de la saison été 2022 !

Ax-les-Thermes le 19 août 2022

Le Président  
Xavier Fuentes

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'X' followed by a horizontal line extending to the right.

Le secrétaire  
Christophe Lhez

A handwritten signature in black ink, featuring a stylized 'C' and 'L' intertwined.