

Office de Tourisme des Pyrénées Ariégeoises

Assemblée Générale

Jeudi 11 juillet 2024 – 17h
Parc de la Préhistoire
09400 Tarascon-sur-Ariège

procès-verbal

92 partenaires adhérents dont 48 excusés avec pouvoir représentés.
Feuilles de présences ci-jointes.

Assistaient en outre à cette assemblée générale : M Walther (KPMG), M Baron (SECAR) ainsi qu'une grande partie du personnel de l'office de tourisme (Lorda Bonet, Isabelle Claustre, Sylvie Couderc, Aurélia Durrieu, Agnès Fernandes, Christophe Jacquart, Gisèle Lacassin, Jean Magnard, Niels Magnard, Patrice Malatray, Jérôme Marcaillou, Léa Montagne, Agnès Morange, Céline Perpère, Quentin Raison et Yannick Riout).

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.

Ordre du jour

Introduction

- 1- **Rapport moral**
- 2- **Rapport financier 2023**
- 3- **Compte-rendu d'activités 2023 et Plan d'actions 2024**
- 4- **Budget 2024**
- 5- **Cotisations 2025**
- 6- **Questions diverses**

Introduction

Remerciement au SESTA pour l'accueil au Parc de la Préhistoire, à Philippe Pujol et Alain Naudy, présidents des communautés de communes du Pays de Tarascon et de la Haute Ariège, à M Walther (KPMG) et M Baron (SECAR), à tous les membres du conseil d'administration et du bureau, ainsi qu'à toute l'équipe de l'office de tourisme.

La date du 11 juillet, proche de l'arrivée du Tour de France au Plateau de Beille, n'est pas des plus aisée pour les prestataires touristiques, c'est entendu mais les calendriers législatifs ont décalé la date initialement envisagée.

Voir slide 3 – document de présentation en pièce jointe

1 Rapport moral

L'année 2023 en image. Projection du film « Un an avec l'office de tourisme » réalisé par Clément Laguerre.

Quelques éléments de l'HIVER 2022 – 2023 (source observatoire OTPA)

L'activité touristique de cet hiver 2022/2023 dans les Pyrénées Ariégeoises est correcte au vu du contexte peu engageant : neige capricieuse, conjoncture sociale et économique défavorable, calendrier scolaires désavantageux.

La destination est attractive par la diversité des activités présentes et pas uniquement pour sa skiabilité. Le taux de conversion est de 62%, c'est la relation entre les nuitées et les journées ski. C'est un taux moins élevé en comparaison avec d'autres destinations hiver.

Cela révèle que nos visiteurs viennent dans les Pyrénées Ariégeoises pour profiter de la montagne et de ses multiples activités même si le ski reste incontournable (Les Arcs = 84%, Gourette = 89%).

Le saupoudrage de neige en novembre 2022 est encourageant mais ne permet pas l'exploitation des stations de ski. Bien que le calendrier avec Noël et le jour de l'An un dimanche ne soit pas propice, l'activité touristique de décembre est tout de même correcte. La neige manque, les stations sont au ralenti, la clientèle d'excursionnistes est peu présente.

Janvier 2023 est divisé en deux avec une première quinzaine morose sans neige où les stations ont dû fermer.

Cette saison 2023 s'annonçait encourageante en termes de réservations en avant saison, cependant la neige a manqué en fin d'année, ce qui n'a pas entraîné les réservations pour la suite. C'est la première fois qu'Ax 3 Domaines ferme totalement la station en cours d'hiver (entre le 3 et le 17 janvier).

L'activité est boostée avec l'arrivée de la neige aux alentours du 17 janvier.

La météo et l'enneigement sont favorables à l'activité touristique en février.

Mars est mitigé avec une activité qui s'essouffle par le manque de neige.

Baisse des nuitées touristiques -0.4% par rapport l'hiver 2021-2022

896 058 nuitées enregistrées sur la Communauté de Communes de la Haute Ariège tous types d'hébergements confondus.

L'activité thermale démarre timidement. Le contexte socio-économique est peu engageant: grèves contre la réforme des retraites, inflation, déficit de la ressource en eau...

En avril, le week-end de Pâques ensoleillé est propice aux courts séjours.

La saison estivale se met déjà en place avec l'ouverture des sites de visites et activités loisirs. On remarque le retour confirmé de l'activité groupes pour ce printemps.

À noter l'incendie au Plateau de Beille ravageant 55% du bâtiment inauguré en début d'année. Dans ce contexte, la fréquentation à l'office de tourisme des Pyrénées Ariégeoises est en hausse. Notre bassin de clientèle est principalement de proximité. Les clientèles étrangères sont de retour. Les demandes « activités ski (ski de piste, espaces nordiques et raquettes à neige) et randonnée » sont majoritaires à l'Office.

Quelques éléments de l'ETE 2023 (source observatoire OTPA)

La saison estivale 2023 est satisfaisante avec une légère hausse de nuitées observée comparé à 2022 et une fréquentation supérieure à 2019.

Augmentation des nuitées touristiques +1.6% par rapport à la saison été 2022 même volume des nuitées touristiques sur le cœur de saison (juillet-août).

1 232 952 nuitées enregistrées (mai à octobre) sur la Communauté de Communes de la Haute Ariège.

Les Pyrénées Ariégeoises suivent les tendances au niveau de l'ensemble des massifs de montagne : On note que cet été, les français ont confirmé leur engouement pour la montagne.

- Une avant-saison plutôt dynamique (longs week-ends mai)
- L'été est la saison qui permet de conquérir de nouveaux clients en montagne
- Une activité thermale qui ne retrouve pas son niveau « d'avant covid » sur Ax-les-Thermes
- 2023, l'année la plus chaude en France depuis 1900 selon Météo France avec 20% de pluie en moins et au moins 8 mois de sécheresse. La ressource en eau devient un enjeu majeur.

Saison estivale 2023 satisfaisante.

La saison estivale est plus fréquentée et génère davantage de nuitées sur le territoire comparé à l'hiver.

À noter :

- Contexte météo variable qui influence l'activité touristique
- Une consommation « en berne »
- Le retour des clientèles étrangères
- Des difficultés de recrutement de saisonniers...

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

Fréquentation correcte pour les différents sites touristiques. Comme ailleurs, la consommation est à la baisse.

La diversité des activités de loisirs proposée est appréciée par nos clientèles.

Le thermalisme habituellement conséquent dans notre activité touristique estivale, ne retrouve pas encore son niveau d'avant « Covid ».

Quelques éléments de l'HIVER 2023 – 2024 (source observatoire OTPA)

La Haute Ariège observée par G2A Consulting offre 42 865 lits dont 6185 lits professionnels (14%), 5 385 lits de particuliers à particuliers (12%) et 31 295 lits non commercialisés (73%)

L'Hiver 2023 – 2024 représente 903 265 nuitées sur la Haute Ariège, + 7207 nuitées que l'hiver précédent.

Décembre 2023

Les conditions météorologiques et l'enneigement ne sont pas propices aux activités neige. Les stations de ski Ax 3 Domaines et Beille ouvrent le 20 décembre. Ascou, Goulier, Le Chioula et Mijanès reportent leur ouverture. On note la présence des espagnols lors de l'Immaculada et sur les pistes de Beille, car la neige manque sur l'ensemble du massif pyrénéen. La semaine de Noël est plus dynamique que celle du Nouvel An, ce qui n'est pas habituel, mais lié au calendrier. G2A Consulting observe davantage de nuitées et excursionnistes comparé à l'an passé. Au vu de la situation, la consommation est correcte avec des dépenses pour les activités hors ski où les professionnels s'adaptent. Les restaurateurs et commerçants semblent satisfaits. Les fréquentations dans les quelques sites touristiques sont correctes. Les perspectives sont peu encourageantes avec un état

des réservations en dessous de l'an passé, à date chez nos hébergeurs, notamment pour les vacances d'hiver à venir

Janvier 2024 est un mois mitigé en termes d'activité touristique avec une situation inverse à 2023. La neige tombée le dernier week-end des vacances permet aux stations du Chioula, Ascou, Mijanès et Goulier d'ouvrir.

Le week-end du 13 et 14 est très dynamique. L'activité touristique s'essouffle assez rapidement avec soleil et températures très douces. Le Chioula ferme le 21 janvier. Ax 3 Domaines et Beille maintiennent un produit neige de qualité en comparaison aux stations du massif pyrénéen, ce qui attire des clientèles inhabituelles.

La consommation semble satisfaisante avec les animations "classiques" (épiphanie...) et une soirée au complet pour le concert du 27 janvier à Ax-les-Thermes.

G2 A Consulting observe davantage de nuitées et excursionnistes que l'an passé. À noter les manifestations des agriculteurs et diverses grèves qui ne sont pas favorables à l'activité touristique. L'état des réservations à venir est en-dessous de celui comparé à la même date l'an passé.

Février 2024

Météo et enneigement moins favorables à l'activité touristique comparé à février 2023. Le nombre de touristes est en baisse (en nuitées touristiques) et le territoire accueille moins d'excursionnistes que l'an passé, notamment les "skirail". Beille et Ax 3 Domaines fonctionnent en moyenne à 65%, Mijanès et Goulier ferment en début de mois tandis que Le Chioula est fermé depuis le 21 janvier et réouvre le 29 février. Globalement, le ressenti des professionnels semble satisfaisant. Les animations, la diversité des activités et l'accueil sur le territoire sont appréciés. Mars s'annonce plus calme mais avec un niveau de réservation plus élevé que l'année dernière.

Mars 2024

L'activité touristique de ce mois est correcte. L'activité ski s'essouffle avec la fermeture de l'ensemble des stations. Les activités liées au thermalisme et pêche prennent le "relais". Le nombre de nuitées est en hausse mais le territoire accueille moins d'excursionnistes comparé à mars 2023. Les sites de visites et loisirs ouverts sont satisfaits de leur fréquentation. La consommation des clientèles semble correcte. Les professionnels expriment leur satisfaction. 1 jour 3 Mois marqué par : le calendrier des vacances scolaires plus favorable cette année le week-end de Pâques avec la présence de clientèle espagnole.

La saison estivale 2024 s'annonce plutôt bien avec un niveau de réservation en avance (au 28 juin 2024) par rapport à 2023 en Haute Ariège (source G2A Consulting).

[Pas de remarque.](#)

Voir slides 4 à 6 – document de présentation en pièce jointe.

2 Rapport financier 2023

Le rapport financier des Pyrénées Ariégeoises est présenté par M Walther, expert-comptable KPMG. M Baron, commissaire aux comptes de la SECAR, certifie que les comptes présentés sont sincères et réguliers au 31 décembre 2023.

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 2023 à 27 000€. 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 2023 est de 738 462€. La Communauté de Communes du Pays de Tarascon a également confié à l’Office de Tourisme cette mission, le montant reçu en 2023 est de 167 503€.

Pas de remarque.

Voir document annexe « Présentation KPMG AG »

Vote : approuvé à l’unanimité

3 Compte rendu d’activités 2023 et plan d’actions 2024

Sylvie Couderc appelle Aurélia, coordinatrice conseil séjour et qualité, Christophe, coordinateur partenariat, Gisèle pour la commercialisation et Agnès, coordinatrice observatoire du tourisme et vie de l’association, à la rejoindre pour une table ronde. Isabelle Roméro, coordinatrice numérique, Sylvia pour la commercialisation et Marie-Jo, coordinatrice administration, étant absentes pour congés.

1. Conseil en séjour et Qualité

Sylvie : Aurélia, tu indiques une fréquentation de 55 000 personnes en 2023, c’est proche du nombre de visiteurs du Parc de la préhistoire, en fait ? Quelle est la tendance par rapport à 2022 ?

Aurélia : 25 833 contacts, soit 55 483 personnes accueillies au guichet tous points informations confondus soit - 8,9 % par rapport à N-1. 8 344 demandes téléphoniques soit -13% par rapport à N-1. 1 423 emails – 438 demandes Messenger.

Sylvie : Qu’est-ce qu’un « accueil hors les murs » ?

Aurélia : il s’agit d’aller donner des conseils en séjour en dehors de nos points d’informations : 27 pots d’accueil, 3 points informations déportés, 6 présences avec stand et 4 « relation publique ».

Sylvie : La digitalisation est de plus en plus présente partout et évidemment dans l’Office de Tourisme, c’est quoi un RoadBook ?

Aurélia : le Roadbook est un carnet de voyage numérique personnalisé. Les clients peuvent les recevoir par mail ou sms. Cet outil, d’abord utilisé en accueil téléphonique, est de plus en plus envoyé en « front office ».

Sylvie : On a vu dans le film des belles images de sortie en équipe, elles sont organisées à quelle période ? Quel intérêt d’aller sur le terrain ?

Aurélia : des journées de réunions d’équipe et d’éducteurs sur la basse saison pendant les journées de fermeture au public les mardis et les jeudis permettent d’affiner nos connaissances sur l’offre touristique du territoire. 10 ont été programmées en 2023.

Sylvie : Le métier d’accueil est géré par des « conseillers en séjour », pourquoi cette appellation ?

Aurélia : l'agent d'accueil donne toutes les informations touristiques alors que le conseiller en séjour va cibler ses conseils selon les centres d'intérêts de chaque clientèle touristique. Il s'agit de conseils personnalisés.

Sylvie : *Pourquoi des travaux dans nos points informations si nous les occupons moins ?*

Aurélia : la rénovation et la modernisation de ces accueils sont nécessaires car ils sont vieillissants et moins adaptés aux nouveaux outils d'accueil.

Sylvie : *Tu évoques la mise en place d'une nouvelle Stratégie d'Accueil et de Diffusion de l'Informations dit « le SADI », ce schéma date de 2019, pourquoi le faire évoluer dans les années à venir ?*

Aurélia : ce schéma a déjà 5 ans et le contexte a bien évolué depuis, notamment celui lié au budget !

Sylvie : *Aurélia, La « marque Qualité tourisme » n'est pas un élément déclencheur de séjour, à quoi cela sert ?*

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

Sylvie : *Les Tests mystères, c'est dans ce cadre ?*

Aurélia : il y a deux périodes de tests selon les saisons. Ces tests sont programmés via le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs.

Sylvie : *Un questionnaire de satisfaction existe dans l'OTPA ?*

Aurélia : oui mais la mesure de la satisfaction de nos services est également visible sur Google via la note de 4.34/5 ainsi que sur le site internet de l'office où 56 avis déposés donnent la moyenne globale de 8.62/10.

Sylvie : *A quoi sert le manuel nouvel entrant ?*

Aurélia : ce guide est la présentation de l'office de tourisme. On y trouve les caractéristiques principales du territoire ainsi que toutes les informations sur l'organisation interne : fonctionnement, services, pôles, administratif, vie de l'association... puis les rôles et missions des conseillers en séjour. Il est destiné à tout « nouvel entrant », saisonnier, stagiaire...

Sylvie : *Nous sommes prêts pour le renouvellement de la Marque Qualité Tourisme en début d'année 2025 ?*

Aurélia : Qualité Tourisme qui devient Destination d'Excellence et dont le référentiel évolue un peu. Nous devons être prêts pour un audit complet début 2025 et des audits mystères courant été.

Sylvie : *Des avis remontent sur notre site internet laissés par nos clients, mais il y a également des notes. Elles sont calculées pour les prestataires commercialisés par la place de marché en faisant une moyenne de note Google, TripAdvisor etc.... et l'office investit sur des licences pour que les autres produits hors place de marché aient également cette notation. C'est encore une application technique Fairquest, Est-ce que l'avis est un critère repéré par nos clients ? Les prestataires ont-ils intérêt à suivre leurs avis même si c'est parfois difficile ?*

Aurélia : aujourd'hui, nous n'avons pas le choix, surtout quand on travaille dans le domaine du tourisme ! C'est un suivi nécessaire où les réponses sont importantes quelque soit l'avis du client.

Sylvie : *le point info de Tarascon vient d'obtenir le label Accueil Vélo, cela veut dire quoi ? La labellisation sur les autres points infos envisagés ?*

Aurélia : nous sommes en mesure d'apporter des conseils et services à la clientèle vélo (kit de réparation, conseil de circuits, recharge de batterie, casiers...). L'objectif est l'obtention du label également à Les Cabannes et Vicdessos mais l'office est en attente de la réalisation de travaux par les mairies (mise en place d'arceaux).

Aurélia remercie tous les conseillers en séjour.

Pas de remarque.

Voir slides 9 à 11 - document de présentation en pièce jointe.

2. Partenariat

Sylvie : *Christophe en 2023, j'ai entendu 510 partenaires, j'ai également entendu 579, peux-tu éclaircir ces chiffres ?*

Christophe : nous avons 510 partenaires dont certains ont une multi activité, ce qui représente 579 offres touristiques. 39% sont des hébergeurs, 19% sont commerçants, artisans, ou prestataires de services, 11% sont restaurateurs et 16% représentent les associations, mairies et comité des fêtes.

Sylvie : *Quelles sont les corps de métier récemment invités à être partenaire de l'Office de Tourisme ?*

Christophe : en 2023, nous sommes allés vers les artisans et en 2024, nous allons à la rencontre des producteurs de terroir dans l'idée de valoriser le circuit court et local. Les touristes sont de plus en plus en demande.

Sylvie : *Comment as-tu traduit la stratégie de notre président de « combler le fossé entre les prestataires et l'Office de tourisme » ?*

Christophe : via l'organisation de soirées de rencontres, bourse aux dépliants, lancement de saison où la participation est importante et nous permet de mieux nous connaître tout en développant notre réseau.

Sylvie : *Encore une fois la digitalisation s'est invitée dans ton pôle, quel impact ou quels impacts ?*

Christophe : cette première utilisation de l'outil est clairement à améliorer pour le renouvellement des adhésions et aussi le paiement. Les paramétrages ont été très longs à mettre en place, nous avons « essuyé les plâtres » en quelque sorte. Le calendrier a été retardé ce qui a freiné les mises à jour des informations dans notre base de données.

Sylvie : *Des évolutions envisagées ?*

Christophe : il semble nécessaire que nous ayons la main sur l'outil afin de pouvoir paramétrer directement ce dont nous avons besoin. Le paiement en ligne permettrait également un gain de temps.

Sylvie : *Quels sont les supports à disposition des néo partenaires ?*

Christophe : nous mettons à disposition « Le réseau des acteurs du développement touristique » en version numérique. Ce guide présente le tourisme dans les Pyrénées Ariégeoises et les arguments pour devenir partenaire. Nous avons également « L'annuaire des partenaires » dont l'objectif est de renforcer la prescription entre membres du réseau. Il est également en version numérique pour faciliter l'actualisation.

Sylvie : *Christophe, tu es aidé au développement de la boutique par Céline. Peut-on parler de véritable boutique ? Comment cela se passe avec les commerces locaux ?*

Christophe : les locaux de l'office de tourisme n'ont pas été conçus et ne sont pas aménagés comme de véritables boutiques. Les articles à la vente doivent répondre à un certain nombre de critères notamment celui de ne pas chercher la concurrence avec les commerces locaux. L'idée est de compléter nos conseils en séjour par de la vente par un topoguide de randonnées par exemple. Mais aussi de mettre en avant certains produits d'artisans d'art ou producteurs, comme récemment la laine de la Ferme de Berbescou...

Sylvie : *Céline, quels sont les produits les plus vendus ? Y a-t-il une nouvelle gamme de produits que tu voudrais me décrire ?*

Céline : il s'agit des topoguides de randonnées, ce qui est cohérent puisque c'est la première demande des visiteurs à l'office de tourisme. La toute nouvelle gamme de produits à la boutique correspond à des sculptures de talc provenant de la carrière de Trimouns. Il s'agit notamment d'animaux que l'artiste humaniste Abdellkader Boufarit installé à Foix, façonne depuis plus de vingt ans.

Pas de remarque.

Voir slide 12 - document de présentation en pièce jointe.

3. Administratif – Ressources humaines

Sylvie lit les notes préparées par Marie-Jo, coordinatrice du pôle administratif, en congés à ce jour.

- 2023 :
 - Démission de David (Donezan)
 - Congés maternité Coralie et Julie
 - Embauche en CDI d'Isabelle Claustre
 - Embauche contrat d'apprentissage Clotilde, licence professionnelle NTIC appliquée au tourisme
 - Recrutement prévu pour le label Famille Plus effectué par la Savasem. Report en 2024.
 - Poursuite CDD saisonniers été et hiver
 - Contrôle URSSAF sur les années 2021 et 2022 : redressement portant principalement sur le calcul de la taxe d'apprentissage
- 2024 :
 - Evolution vers un logiciel gérant les appels à cotisations et la facturation
 - Congés parental de Coralie et Julie
 - Renforts saisons.

Pas de remarque.

Voir slide 13 - document de présentation en pièce jointe.

4. Communication

Sylvie :

« Un plan de communication assez classique en 2023, je mettrai l'accent sur 4 opérations :

- la vidéo que nous vous avons partagé,
- Un partenariat avec le guide Officiel du Thermalisme, site web spécifique au monde du thermalisme où nous faisons remonter de l'information de notre base de données : logement, visite, agenda. Résultat peu probant, opération stoppée en 2024
- Une campagne nationale « ville d'eau et de bien-être » par Atout France sur 2 ans a permis la mise en avant de notre station de tourisme classée Ax-les-Thermes.
- La participation au plan d'actions mutualisées de communication de notre Agence de Développement Touristique de l'Ariège financée par la taxe de séjour départementale.
- Le sous-main randonnée réalisé dans un 1^{er} temps pour nos actions commerciales mettant en avant des itinéraires balisés et entretenus par nos communautés de communes.

Pour 2024, le numérique a pris son essor avec une base de données APIDAE (encore un mot technique) que je qualifierai de « presque propre ». Cela nous a permis de travailler sur nos supports numériques : carnets de voyage, bornes, site internet. Un coup de fouet sur les itinéraires de randonnée qui est notre 1^{ère} demande grâce au travail de Quentin.

Avec une meilleure maîtrise de la base de données et la possibilité d'avoir la main sur le site web, nous pourrions envisager dans l'avenir d'avoir en plus d'entrées par thèmes, des entrées par secteur...

Dernièrement, nous proposons à nos partenaires de disposer d'un chevalet dans leur accueil avec un QR code qui renvoie sur notre site internet.

Nous avons également mis en place un nouveau format de programme des animations. Yannick avait jusqu'à présent la lourde tâche de saisir une animation de 1 à 3 fois, maintenant tout part de la base de données, *Yannick peux-tu expliquer les derniers outils mis en place ?* »

Yannick : L'office de tourisme vous propose une nouvelle façon de communiquer toutes vos animations, manifestations, événements sur le territoire des Pyrénées Ariégeoises. Il s'agit de promouvoir tous les événements sur les différents supports de communication à l'aide d'un formulaire en ligne, avec toutes les informations pratiques (titre, dates, horaires, descriptifs, tarifs, lieux, contacts, photos, affiche en format JPG et si programme détaillé, le rajouter « dans Multimédias » en format PDF...).

- nous vous invitons à transmettre vos informations au plus tard le mercredi de chaque semaine,
- utiliser les majuscules uniquement pour la 1^{ère} lettre du nom de l'évènement et des noms propres, mais ne pas écrire des mots entiers en majuscules,
- avant d'être publiées, les informations concernant votre événement seront modérées et ne seront donc pas publiées instantanément sur les supports numériques,
- l'Office de Tourisme se réserve le droit de modifier les textes communiqués en vue d'une harmonisation de l'agenda du territoire.

Pas de remarque.

Voir slide 14 - document de présentation en pièce jointe.

5. Numérique

Sylvie : « Le numérique prend de plus en plus de place au sein de l'office de tourisme, c'est donc une batterie d'outils qui tombent aussi en panne d'où le besoin pour Isabelle Roméro de prendre quelques jours de congés avant la saison ! Isabelle Claustre, peux-tu me rappeler, nous sommes présents sur Facebook et Instagram ? »

Isabelle Claustre : sur Insta #pyreneesariegeoises, nous avons 9 352 abonnés avec une progression de 1 558 en 2023-2024. La couverture est de 356 000. La page Facebook Pyrénées Ariégeoises compte 10 228 abonnés dont une progression de 2841 en 2023-2024. La couverture est de 821 100.

Sylvie : *J'entends parfois qu'un post sur les réseaux sociaux, c'est vite fait et toi tu me dis que c'est chronophage ? Tu peux m'expliquer ?*

Isabelle Claustre : les actions menées respectent un calendrier éditorial avec des posts préparés en amont. La création de rubriques et l'album des animations ont été mis en place et également respectés. Sur Insta, nous publions des photos, partageons des photos en story, collaborons avec d'autres profils et créons des réels. Il y a les cadeaux du lundi, le relais de publication Facebook, les posts id activité, id balade et id rando. Sur Facebook, on publie tous les mercredis les coups de projecteurs avec la mise en avant de bonnes pratiques, d'informations généralistes ou de nos adhérents. Les bonnes idées de l'OT sont publiées les jeudis avec des relais de concours ou bons plans, post de préventions et mobilité douce. Les vendredis, samedis et dimanches sont dédiés aux id activités, id balades ou id rando.

Sylvie : *Quel intérêt ont nos partenaires à reprendre le #hashtag Pyrénées Ariégeoises ?*

Isabelle Claustre : cela permet d'accroître la visibilité du territoire auprès des internautes. On permet à de nouvelles personnes de découvrir nos entreprises en augmentant notre audience. Plus nos posts contiennent des « hashtag » plus nous renforçons la présence des Pyrénées Ariégeoises et des professionnels sur les réseaux.

Sylvie : *Nous avons été piraté en juin, c'était quoi ? c'est vraiment des Russes ? Quel impact ?*

Isabelle Claustre : Durant le mois de juin nous avons eu des soucis de piratages, grâce aux publications déjà programmées cela ne s'est pas trop vu mais a eu des incidences sur les acquisitions de nouveaux followers. Dans une certaine mesure nous en avons également perdus.

Sur cette période nous avons perdu 96 followers sur Facebook et le black out d'Instagram signale une perte de 9 393 qui pour la plupart, se sont réabonnées.

Sylvie : « J'appuierai la qualité du travail quotidien d'Isabelle Roméro en tant qu'administratrice de la base de données APIDAE mais également tous les référents de données qui essaient de les enrichir du mieux possible : Sylvie, Lorda, Jean, Sylvia, Céline, les Agnès, Patrice, Isabelle, Claire, Christophe, Aurélia et Yannick.

Je rappelle à nos partenaires l'importance d'avoir sa fiche Google My Business à jour et Isabelle Roméro est là pour vous accompagner ».

Pas de remarque.

Voir slide 15 - document de présentation en pièce jointe.

6. Commercialisation : groupe et place de marché

Sylvie : *En l'absence de Sylvia, qui est notre référente hébergement de l'office de tourisme mais également référente de la place de marché mise en place par l'ADT dont l'objectif prioritaire est la professionnalisation de nos acteurs. En effet, la COVID a impacté notre mode de consommation avec la réservation en ligne et peu d'opérateurs ariégeois étaient équipés. L'ADT investit tous les ans pour permettre à nos opérateurs de se mettre en marché. Gisèle, la place de marché, c'est 316 produits, il n'y a que de l'hébergement ?*

Gisèle : 83% sont des hébergements, 16% des visites et activités, 1% de la billetterie.

Sylvie : *Où trouve-t-on la place de marché ?*

Gisèle : elle est présente sur le site internet de l'ADT, celui de l'office de tourisme et celui du prestataire, où se réalise le chiffre d'affaire le plus important.

Sylvie : *Pourquoi ce nom de place de marché ? Est-ce qu'il y a commission sur les ventes ?*

Gisèle : c'est le circuit court moderne qui met en lien directement le client avec le prestataire. Il n'y a aucune commission.

Sylvie : *Cela coûte combien l'outil pour notre partenaire en moyenne ?*

Gisèle : il faut compter 120€ mais cela ne concerne pas les partenaires ayant déjà un outil de réservation en ligne qu'il faut mettre en passerelle...

Sylvie : *Passons à la partie groupe du service commercial. Les groupes scolaires, ta spécialité, c'est reparti depuis l'épisode 2020 ?*

Gisèle : la tendance est à la hausse mais nous n'avons pas retrouvé le niveau d'avant covid.

Sylvie : *Le chiffre d'affaires est encourageant pour 2024 ?*

Gisèle : à ce jour, le CA est de 143 382€, donc supérieur à celui de 2023.

Sylvie : *Claire et Fanny t'aident sur quelles missions ?*

Gisèle : Claire est sur la partie séminaires, notamment Ludovia tandis que Fanny est spécialisée sur les séjours hiver, notamment avec Ax 3 Domaines.

Sylvie : *Avec les travaux à Ax-les-Thermes, Ludovia, tu peux rappeler l'objectif de cet événement ? ça se prépare bien ?*

Gisèle : Ludovia est un congrès sur le numérique dans l'Éducation Nationale qui a lieu depuis plus de vingt ans dans cette ville, fin août. Tout est mis en œuvre entre la mairie, l'office de tourisme et Ludovia afin que le congrès se déroule au mieux !

Sylvie : *Je note des actions sur les salons, je m'interroge de savoir si c'est toujours d'actualités ?*

Gisèle : nous sommes présents sur trois événements :

- Le salon Occy'gène (tourisme de loisirs et outdoor) sur Toulouse début mars
- What a Trip (festival international du film de voyage et d'aventure) à Montpellier fin septembre

- La Fira d'Andorre fin octobre.

Pas de remarque.

Voir slides 16 et 17 - document de présentation en pièce jointe.

7. Observatoire et vie de l'association

Sylvie : *Agnès, un observatoire office de tourisme, ADT, régional, national, pour les stations thermales complétés par l'analyse du cabinet G2A Consulting en Haute Ariège, il y en a des analyses ? Tu peux m'éclairer sur l'utilité de tout ça ?*

Agnès : toutes ces observations sont menées à des échelles différentes et nous apportent des repères avec des données complémentaires. A quoi sert un observatoire ?

- Evaluer régulièrement le poids du tourisme
- Assurer une veille sur les tendances, les évolutions, les perspectives d'avenir
- Aider et accompagner les entreprises, les partenaires, les porteurs de projet, les élus, les bureaux d'études...
- Contribuer à la prise de décisions, grâce aux analyses produites.

Sylvie : *Un peu de vocabulaire, note de conjoncture et note de conjuncture, tu fais quoi en fait ?*

Agnès : les conjonctures donnent des prévisions, des tendances à venir, tandis que les conjonctures sont des éléments sur une période écoulée.

Sylvie : *On a besoin de statistiques, mais je sais que nos outils changent, tu peux évoquer les statistiques Google son évolution et l'impact de la RGPD ?*

Agnès : en juillet 2023, Google a changé l'outil d'analyse statistiques des sites internet en prenant en compte la réglementation concernant le respect des données personnelles. Nous sommes passés de Google Analytics où tous les internautes étaient « tracés » à GA4 où seuls les internautes autorisant les cookies permettent le recueil de données.

Sylvie : *Notre outil statistique est différent des autres offices de tourisme de l'Ariège, est-ce que cela a un impact sur la mutualisation ?*

Agnès : tu évoques l'outil statistiques interne aux offices permettant le recueil de contacts, type de demandes, provenance...chacun applique ses choix, il n'y a pas de mutualisation de ce côté.

Sylvie : *Est-ce que notre association a une vie active Agnès ?*

Agnès : la vie de l'association est plutôt active avec des administrateurs très impliqués, notamment les membres du bureau (une réunion par mois en dehors des périodes de hautes saison !

Sylvie : *Je lis que de nombreuses newsletters sont envoyées à nos partenaires, as-tu un niveau de résultat sur les ouvertures ?*

Agnès : l'outil utilisé nous permet de voir que le taux d'ouverture des informations envoyées dépassent les 50%, ce qui est très satisfaisant, même si on constate parfois que certains partenaires les reçoivent dans leurs courriers indésirables...

Sylvie : *Du coup, nous avons deux sites internet, un pour le grand public et un pour nos partenaires, c'est ça ? On y trouve quoi dans celui pour les pros ?*

Agnès : l'espace pros contient toutes les publications concernant la vie de l'association (procès-verbaux des conseils d'administration et assemblées générales), le partenariat (cotisations, soirées de rencontres des partenaires...), la qualité (dates des formations, présentation des labels...), l'observation touristique (les bilans, études...), l'ouverture des points informations...et une rubrique toute récente sur le développement durable où se trouvent les travaux et réflexion de la commission.

Pas de remarque.

Voir slides 18 et 19 - document de présentation en pièce jointe.

8. Missions spécifiques

Budgétairement, il y a une ligne « projets communs », par exemple la Qualité ou l'Accueil Vélo, où chaque collectivité finance l'opération selon un ratio préalablement défini.

Les missions spécifiques sont directement souhaitées par nos collectivités ou l'une d'entre-elles, pour lesquelles nous recevons un financement spécifique en recettes.

En 2024, l'accompagnement des prestataires autour d'Ax-les-Thermes sur le label Famille Plus, dont Marion Cottin sera présente jusqu'à la fin août pour cette mission, suivi par le service Qualité.

Pas de remarque.

Voir slides 9 à 20 - document de présentation en pièce jointe.

Vote : approuvé à l'unanimité

4 Budget prévisionnel 2024

Après le résultat du bilan 2023, avec des collectivités locales au budget serré, nous avons dû revoir nos ambitions de projets et travailler sur une version 2 du budget, en 2 semaines, s'appuyant sur des économies significatives face à des charges qui augmentent.

Niveau d'inflation 2023 : +4,9% s'ajoutant à celui de 2022 de + 5,2% au niveau national.

Fonctionnement – recettes

Un accompagnement du Conseil Départemental 09 maintenu, une exception quasiment nationale. Des subventions de fonctionnement de nos collectivités pour la Haute Ariège qui était de 731 772€ en 2023 et 167 503€ pour le Pays de Tarascon.

Un soutien au projet par des subventions spécifiques.

Vu que 2023 nous a permis de toucher un reliquat de la taxe de séjour départementale non consommé par le plan de communication mutualisé de 28 382 €, nous projetons au plus bas 24 000 € en 2024.

Un jeu d'écriture pour la partie commerciale puisque 8 000€ de Ludovia sont versés en subventions par la CCHA en 2024, c'est pour cela que l'on retrouve un prévisionnel de 10 000 € au lieu de 18 000 € mais on est sur le même niveau attendu.

La boutique en 2023 : 28 000€, on garde le même cap et les aides du poste d'apprentissage (Clotilde) en produits divers.

Voir slide 21 - document de présentation en pièce jointe

Fonctionnement – dépenses

Des projets touristiques revus, se positionnant sur le label Accueil Vélo, la Qualité Tourisme, la numérisation de la randonnée et le label Famille Plus Ax. Ces dépenses ont des subventions en face versées.

Deux lignes de dépenses sur lesquelles on pouvait agir : le social et la communication.

870 986€ était le social en 2023 (2024 : moins de saisonniers et gel des évolutions)

Services extérieurs de 49 446€ en 2023, anticipation sur le budget photocopie en hausse.

Impôt et taxe 40 990€ en 2023, le nouveau calcul de la taxe d'apprentissage sur l'ensemble des salariés (Urssaf)

La boutique révèle une marge attendue d'environ 11 000€

La communication 76 677€ en 2023 avec une part éditions de 44 725€ supprimés en 2024

Pour la commercialisation, même opérations mais à un coût inférieur car le salon de Toulouse a été pris en 2024 sur le budget taxe de séjour départementale mutualisée.

Des frais pros revus et une ligne vie de l'association maintenue, 34 000€ en 2023.

En divers, inférieur à 2023, contrôle Urssaf 4 968€ pas tous les ans !

Investissements

Chaque communauté de communes nous accompagne pour l'amélioration de nos points informations. Vu les travaux dans Ax-les-Thermes actuellement, il nous tarde que le projet de rénovation de notre accueil avance.

Pas de remarque.

Voir slides 21 à 24 - document de présentation en pièce jointe.

Vote : approuvé à l'unanimité

5 cotisations 2025

Qui peut être cotisant ?

- Toute activité liée au tourisme directement ou indirectement (membre sympathisant)
- Toute activité dans le périmètre de la Haute Ariège, du Pays de Tarascon et des communes de proximité (la prestation doit enrichir l'offre locale)
- Toute activité, laïque, déclarée, justifiant de carte professionnelle, d'inscription ou de diplôme...
- Meublés de tourisme déclarés et labellisés ou classés (pack services offert la 1^{ère} année du label Ax Qualité Confort)
- Les professionnels de la santé ne sont pas sollicités pour adhérer
- L'adhésion est redevable pour chaque entité juridique.

La cotisation se compose de l'adhésion permettant le vote à l'Assemblée générale et un pack de prestations de services.

Ce pack de services s'organise autour de 4 actions : la visibilité, la force d'un réseau, l'accompagnement des prestataires et la mise à disposition d'informations pour une qualité d'accueil.

Pour la visibilité :

- Données que vous nous fournissez sur le web :
 - www.pyrenees-ariegeoises.com (362 531 visiteurs / an => ≈ 1 000 visiteurs/jour 2022)
 - site de l'ADT 09
 - site du CRTL Occitanie
 - communiquées en données DATA Tourisme
- Intégrer votre donnée dans un environnement et lier les données touristiques entre-elles pour rendre la vôtre plus visible
- Rendre vos données visibles sur nos 10 bornes interactives (11 000 utilisateurs/an 2022)
- Rendre visible la destination sur la communauté de 19 000 Followers sur les réseaux sociaux #pyreneesariegeoises (*Facebook 10 129 – Instagram 9 323*)
- Rendre visible votre offre dans nos conseils en séjour personnalisés (env. 55 000 visiteurs accueillis/an) et via nos carnets de voyage numériques ou Roadbook (+ de 1 000 carnets de voyage envoyés en back office)
- Services de billetterie pour sites ou événementiels

La force d'un réseau

« mieux se connaître pour mieux se prescrire »

- Deux évènementiels par an de lancement de saison
- Deux soirées avec accueil des nouveaux partenaires
- Une demi-journée de bourses aux échanges avant l'été
- Un annuaire des adhérents
- Un espace pro « ressource » en ligne
- Des informations mensuelles via des newsletters 80 publications en 2023

Composition pack de services : L'accompagnement des prestataires

- Valorisation de vos infos touristiques sur notre base de données avec la remontée de votre e-réputation
- Des outils et formations pour votre commercialisation : place de marché et service groupe
- Accompagnement Google My Business
- Classement hébergements et permanence tous les 1ers samedis du mois
- Diffusion des observations touristiques

Composition pack de services : Mise à disposition d'informations

Pour une qualité d'accueil

- Livraison de cartes touristiques et chevalets QR code renvoyant vers le site internet de l'office de tourisme
- Envoi hebdomadaire du programme des animations

Voir slides 25 à 29 - document de présentation en pièce jointe.

Historique de nos cotisations depuis la fusion :

- A la fusion des OT, la proposition de cotisations a été alignée sur l'association ayant les plus élevées. En contrepartie, pas d'augmentation pendant trois ans 2018 = 2019 = 2020 => puis idem en 2021 (post covid)
- 2022, mise en place des fourchettes de cotisation par catégorie en vue de faciliter le calcul et d'être en capacité de donner un tarif immédiatement => impact minime sur les montants.
- 2023, vote à l'assemblée générale d'augmenter le montant de l'adhésion de 5€ (30€ → 35€)
- 2024, il est proposé aux membres d'augmenter à 40€ d'adhésion et une augmentation de la prestation de services avec une cotisation plancher à 131€ (sauf associations...)

Voir slide 25 - document de présentation en pièce jointe.

Présentation de la Grille des cotisations 2025 : rajouts de fourchettes surlignés en jaune sur le tableau lié à l'évolution des offres touristiques.

- regroupement pros,
- hôtels arrivée Mercure à Ax,
- hébergement insolite hors camping.

Pas de remarque.

Voir slides 31 à 33 - document de présentation en pièce jointe.

Vote : contre = 0, abstention = 7 et pour = 85. Les montants des cotisations sont approuvés à la majorité.

6 Questions diverses

Remarques :

Un certain nombre d'adhérents n'approuvent pas la baisse des ouvertures des point informations, notamment à Vicdessos où le rôle de l'office est un peu « social », tout comme le choix de ne plus éditer de brochures papier. Certains offices de tourisme continuent d'en éditer mais les font payer.

C'est peut-être une solution à envisager ?

L'augmentation des cotisations peut être un frein, notamment pour les petites associations qui ont-elles-mêmes leur budget contraint...

Pour cette catégorie d'adhérent, l'augmentation est de seulement 5€.

Comment aller chercher les personnes qui n'entrent pas dans les offices de tourisme ? Des solutions existent pour recueillir leurs contacts (mail ou téléphone) et leur transmettre des informations en amont, pendant et après leurs séjours.

Actuellement, l'office de tourisme se concentre sur la diffusion des informations pendant le séjour des clientèles. L'ADT agit auprès des prospects.

Remerciement pour le travail de mise en réseau des professionnels du tourisme via l'office.


Regret que le travail mené par la commission « développement durable » ne soit pas évoquée pendant cette assemblée générale.

Le président a prévu d'en parler pendant son discours de lancement de la saison d'été qui va s'enchaîner au Bouquetin, restaurant du Parc de la Préhistoire.

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'accueil au restaurant du Parc de la Préhistoire « Le Bouquetin », pour le lancement de la saison été 2024 !

Ax-les-Thermes le 15 août 2024

Le Président
Xavier Fuentes



Le secrétaire
Christophe Lhez

