



Rapport d'activités

Office de
tourisme
intercommunal

2021

SOMMAIRE

Bilan touristique.....	p2
Carte d'identité de l'Office de tourisme	p8
Bilan financier	p9
Composition de l'équipe	p13
Mission accueil	p16
Mission promotion/communication.....	p 19
Mission développement de l'Offre	p23
Mission accompagnement et professionnalisation des acteurs.....	p26
Mission commercialisation	p29

Bilan touristique 2021

Le contexte international

En 2021, le tourisme mondial a progressé de 4 % par rapport à 2020 (415 millions contre 400 millions). Cependant, les arrivées de touristes internationaux (visiteurs qui passent la nuit) sont restées inférieures de 72 % à celles de 2019, l'année d'avant la pandémie, d'après les estimations de l'OMT.

Ces chiffres s'inscrivent dans le prolongement d'une année 2020 qui aura été marquée par une chute de 73 % des arrivées internationales.

Le rythme du redressement demeure lent et inégal d'une région du monde à une autre en raison des différences en ce qui concerne les restrictions sur la mobilité, les taux de vaccination et les niveaux de confiance des voyageurs.

Ce sont l'Europe et les Amériques qui enregistrent en 2021 les plus forts résultats par rapport à 2020 (+19 % et +17 % respectivement), tout en restant dans les deux cas inférieurs de 63 % aux niveaux d'avant la pandémie.

Le contexte national

la fréquentation touristique du 1er semestre 2021 a été affectée par :

- des nouvelles mesures sanitaires dont le confinement du 3 avril au 2 mai 2021 intégrant les vacances de Pâques, 9 juin date de fin des restrictions de déplacement en Europe pour les touristes vaccinés, protocoles sanitaires évolutifs (levée progressive du couvre-feu et du port du masque en extérieur, réouverture tardive des terrasses, etc...).
- le calendrier réduisant les départs au mois de mai, les 1er mai et 08 mai tombant un samedi et donc limitant les courts-séjours en avant-saison.

Les nuitées françaises favorisent largement la reprise de la fréquentation touristique en Occitanie.

En 2021, leur volume progresse de 4% par rapport à 2019, en particulier les nuitées des clientèles extrarégionales (hors habitants d'Occitanie).

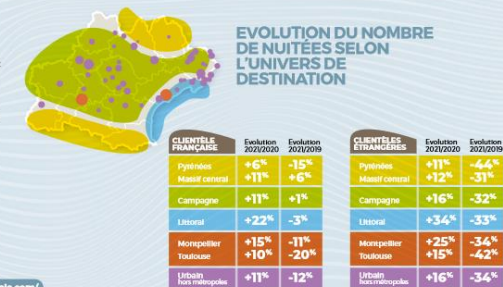
Le poids des clientèles françaises se renforce (75% des nuitées totales contre 64% en 2019) en lien avec le retour très partiel des clientèles étrangères (-38%).

Cette année a été portée par la fréquentation des mois de juillet-août affichant de nouveau une évolution positive (+10% par rapport à 2019) et représentant 39% des nuitées touristiques annuelles.

Avec deux confinements sur les printemps 2020 et 2021, le 1er semestre 2021 réussit toutefois à atteindre deux tiers de sa fréquentation de 2019 (-32%).

• L'arrière-saison 2021 enregistre des records de fréquentation sur certains univers par rapport à 2019 notamment durant les vacances de la Toussaint.

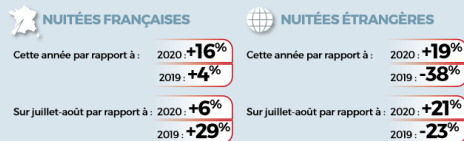
Les chiffres-clés de l'économie touristique régionale



Pour suivre nos publications : <https://pro.tourisme-occitanie.com/>

Sources : FluxVision Tourisme - INSEE - DCE - Atout France - Base de données territoriale CRTI

Les chiffres-clés de l'année 2021 en Occitanie

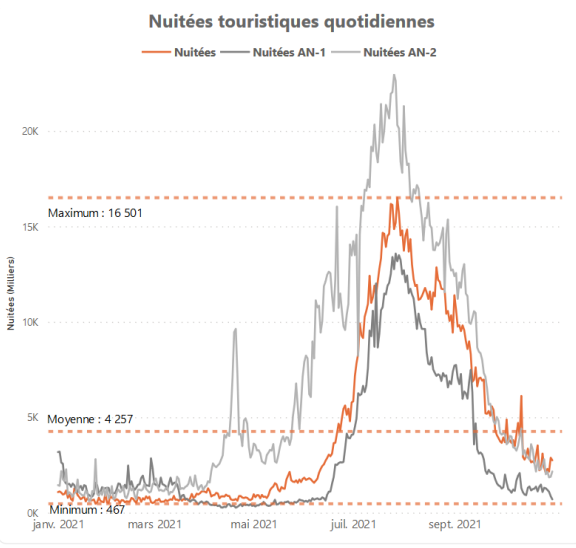
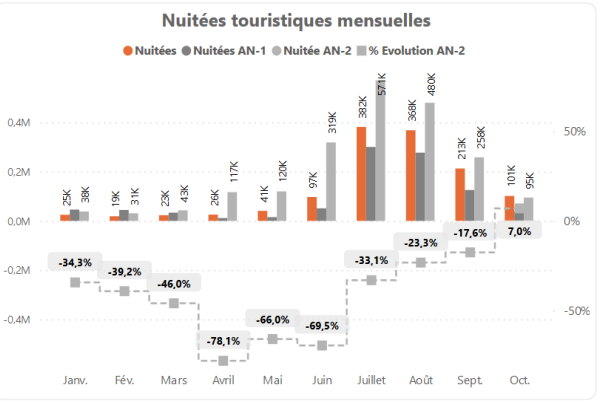


Pour suivre nos publications : <https://pro.tourisme-occitanie.com/>

Sources : FluxVision Tourisme - AIRDNA - INSEE - Enquête de conjoncture

Répartition des nuitées touristiques (toutes catégories confondues et origines)

Nuitées touristiques	Moyenne par jour	Evolution AN-1	Evolution AN-2
1 294K	4K	37,04% % évolution	-37,48% % évolution
		349 728 Différence	-775 583 Différence



La clientèle néerlandaise se démarque nettement en enregistrant 25% des nuitées totales étrangères sur le territoire GSO Collioure en Côte Vermeille, suivie de la Belgique (24,7%) et des allemands (20%)

Répartition des nuitées par pays d'origine des touristes (principales clientèles)

Pays origine	%Nuitée	% Evol. AN-1	% Evol. AN-2
Pays-Bas	25,0%	30,7% ▲	-19,0% ▼
Belgique	24,7%	58,6% ▲	2,6% ▲
Allemagne	20,0%	36,0% ▲	-48,6% ▼
Espagne	13,9%	29,1% ▲	-25,1% ▼
Royaume-Uni	9,1%	2,4% ▲	-70,5% ▼
Suisse	6,0%	46,7% ▲	11,9% ▲
Italie	1,3%	30,5% ▲	-38,3% ▼
Total	100,0%	34,9%	-33,6%

Collioure en Côte Vermeille

visitdata

Département émetteur	Part nuitées	% Evolution AN-1	% Evolution AN-2
Pyrénées-Orientales	8,7%	2,0% ▲	-5,9% ▼
Haute-Garonne	7,5%	23,6% ▲	16,5% ▲
Nord	4,6%	21,4% ▲	7,8% ▲
Pas-de-Calais	2,6%	25,2% ▲	8,3% ▲
Seine-et-Marne	2,5%	17,1% ▲	2,9% ▲
Rhône	2,5%	21,8% ▲	13,3% ▲
Paris	2,3%	8,1% ▲	22,0% ▲
Essonne	2,2%	14,5% ▲	6,9% ▲
Bouches-du-Rhône	2,2%	31,3% ▲	9,3% ▲
Seine-Maritime	2,2%	23,5% ▲	-1,8% ▼
Gironde	2,1%	31,6% ▲	19,9% ▲
Seine-Saint-Denis	2,1%	11,3% ▲	19,1% ▲
Hérault	2,1%	22,5% ▲	7,0% ▲
Total	100,0%	19,8%	4,3%

Parmi les départements français d'origine, le top 5 est composé de 2 départements d'Occitanie : Pyrénées-Orientales et la Haute-Garonne. Ainsi près de 8.7% des nuitées totales enregistrées dans le GSO Collioure en Côte Vermeille sont issues de touristes des P.O

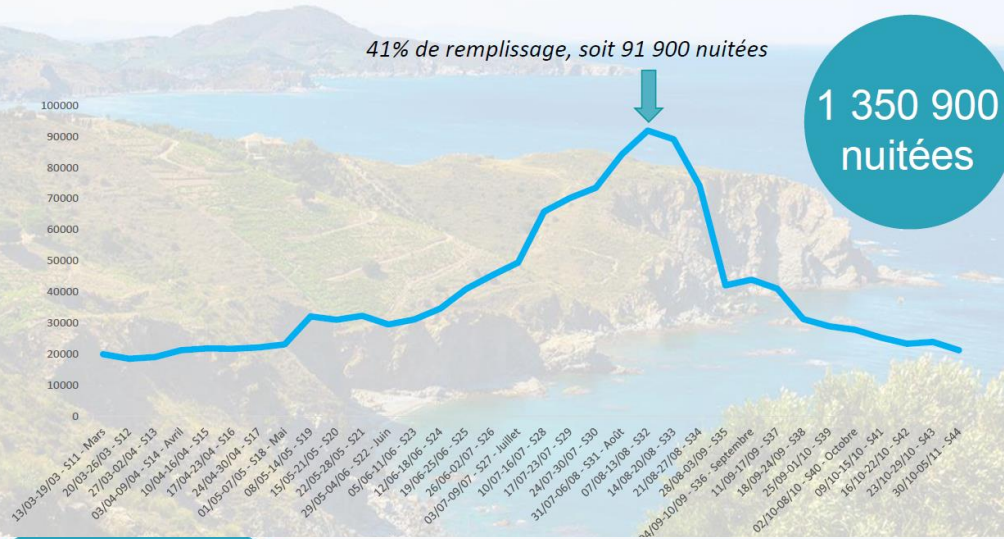


COLLIOURE EN CÔTE VERMEILLE PAYS CATALAN

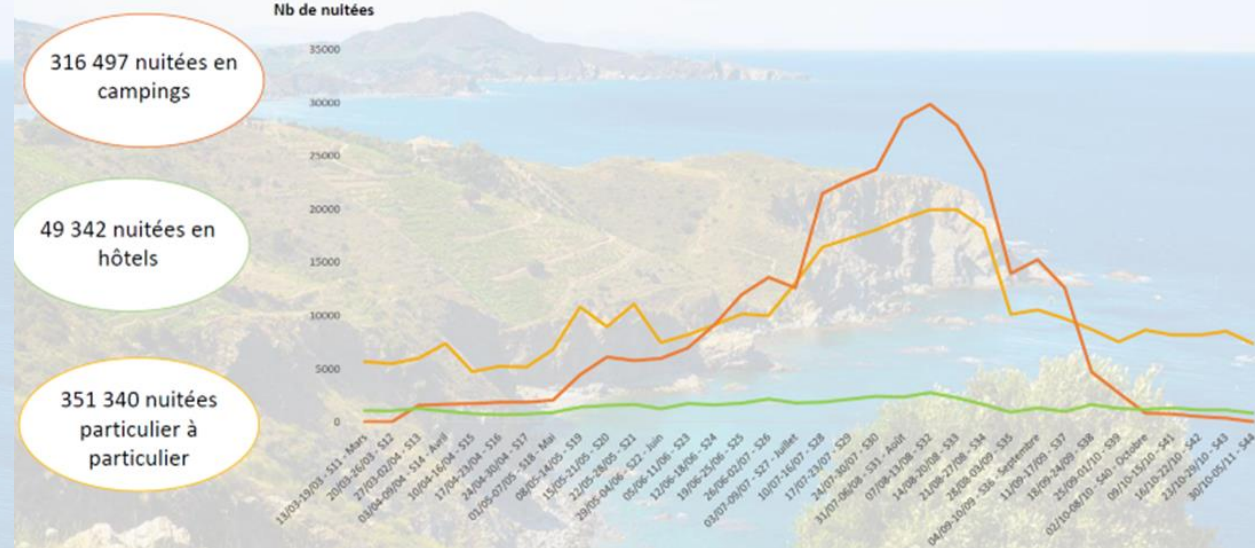
Données FluxVision Orange - Année 2019 - 2020 - 2021 Nuitées tous modes d'hébergements confondus (marchands et non marchands)

visitdata

FREQUENTATION ESTIVALE GLOBALE



FREQUENTATION ESTIVALE PAR CATEGORIE



Part des étrangers des lits pro 11,4%

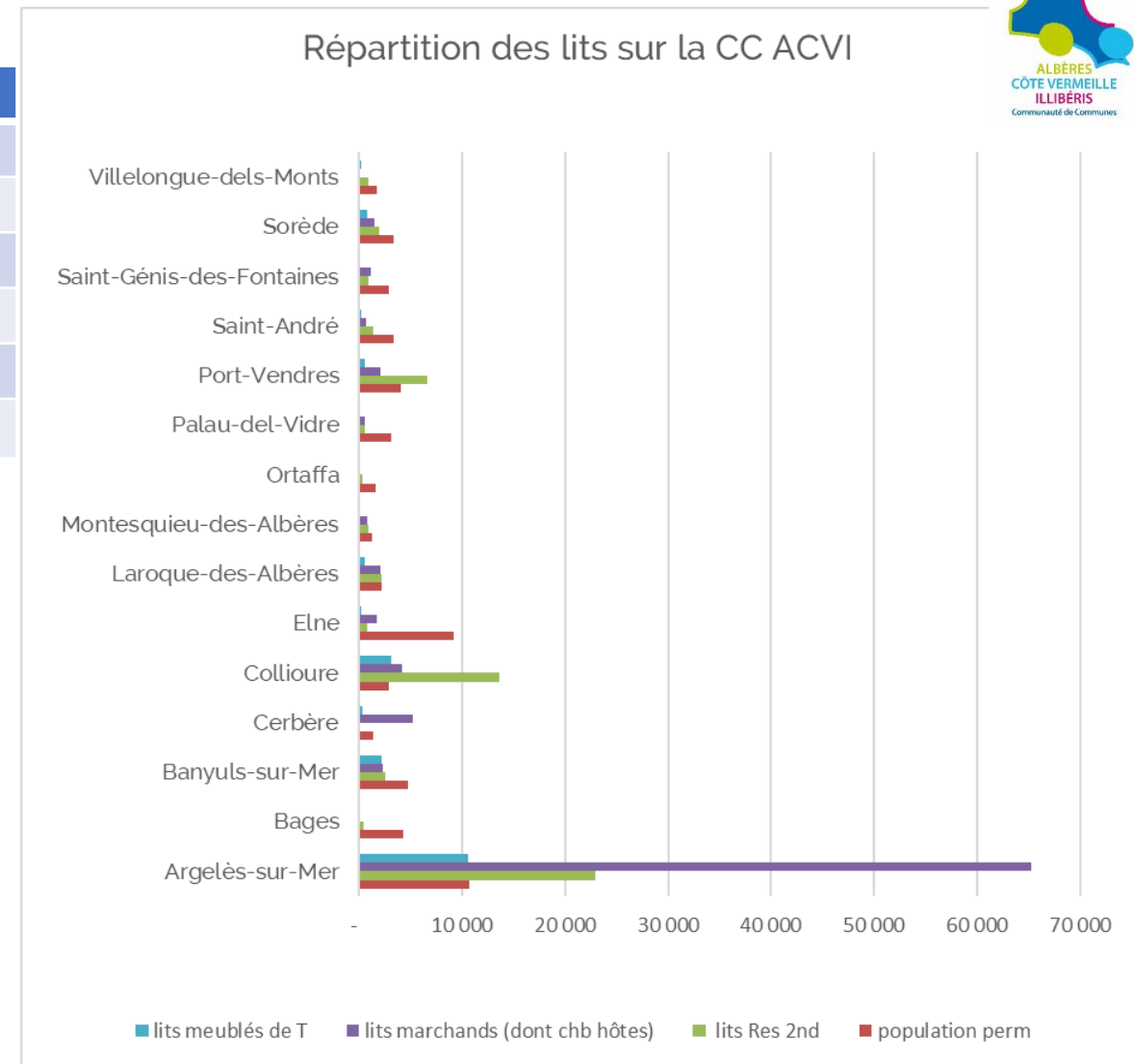
NATIONALITE	NUITEES	POIDS
PAYS -BAS	26 573	6,4%
BELGIQUE	9 785	2,4%
ALLEMAGNE	4 046	1,0%
ROYAUME-UNI	2 889	0,7%

Avec 15,4% de part étrangères sur le GSO, On retrouve la même répartition des clientèles étrangères sur le territoire Pyrénées Méditerranée.

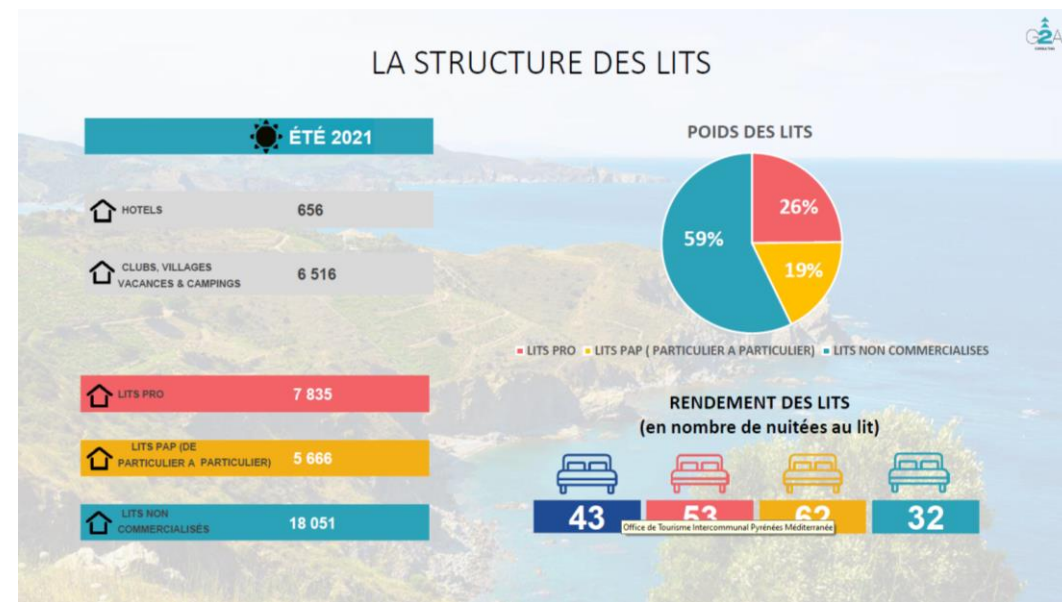
Offre hébergements sur le territoire



Source: G2A	CAPACITE LITS
Lits professionnels	7 781 lits
Secteur locatif : (Agences immobilières + résidences de tourisme)	583 lits
Hôtels + Club & villages vacances	682 lits
Campings	6 516 lits
Lits particuliers à particuliers	5 666 lits
Lits non commercialisés (Rés 2 nd aires)	18 105 lits



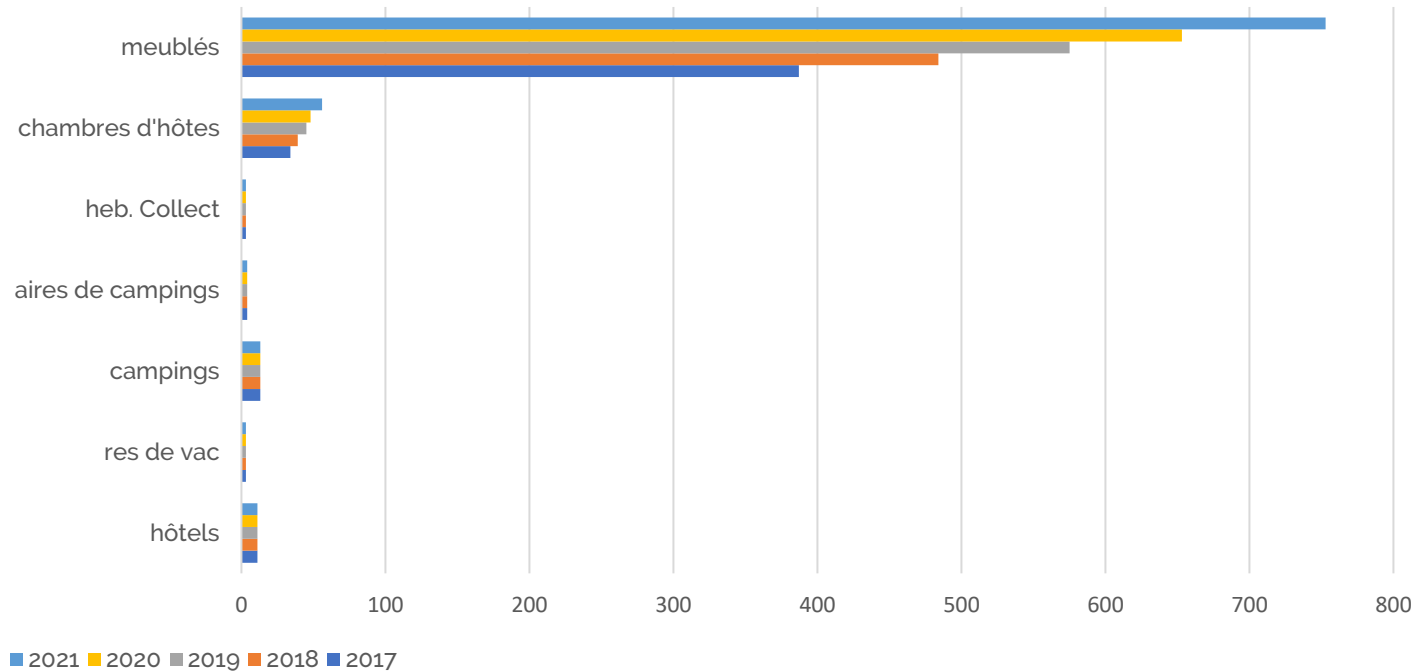
Capacité OTI:
31 652 lits



Le secteur du locatif en plateforme (Airbnb, Abritel/Homeaway, ...) a considérablement modifié le paysage touristique dans le monde, et en Occitanie. Le locatif en plateforme représente aujourd'hui près de 250 000 références en Occitanie et 1 million de lits (inexistant, il y a 10 ans), ce qui, modifie considérablement l'offre touristique. (Source : AIRDNA - 2021- locatif en plateforme sur Airbnb et Abritel/Homeaway)

L'Occitanie est au 1er rang pour l'offre de résidences secondaires : environ 500 000 résidences secondaires dont 1 sur 10 appartient à un propriétaire étranger, soit 16% de l'offre nationale

Evolution de l'offre hébergements OTI PyMed



Même constat qu'au niveau régional, le nombre de meublés de tourisme a pratiquement doublé sur notre territoire entre 2017 et 2021.

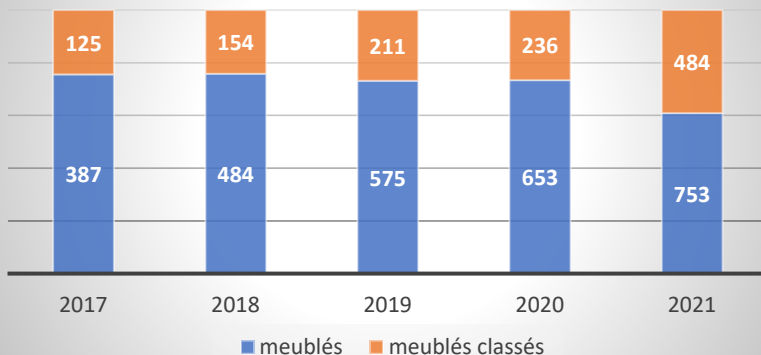
Grâce au travail mené par la référente hébergement de l'OTI, à savoir visiter et accompagner les propriétaires, appuyé par une taxe de séjour incitative pour le classement, malgré une très forte augmentation du nombre de meublés de tourisme, le taux de meublés **classés** est largement supérieur à celui enregistré en 2017

Actions 2021

- Suivi de formations par webinaires
- Envoi de newsletters, visites et suivi classement, labélisation, aide à la collecte de la TS
- Travail sur la nouvelle délibération prise par la CC ACVI en juillet 2021 sur le montant de la taxe de séjour
- Appui dans la candidature de la CC ACVI « AMI pour les résidences de tourisme »
- Suivi de réunions sur le changement d'usage mais pas assez de temps pour définir et conseiller les communes et la CC AVI. Sujet pourtant important sur le territoire.

Une réflexion devra être menée sur 2022 pour anticiper le départ en retraite de la chargée du suivi hébergements en 2023.

Evolution des meublés

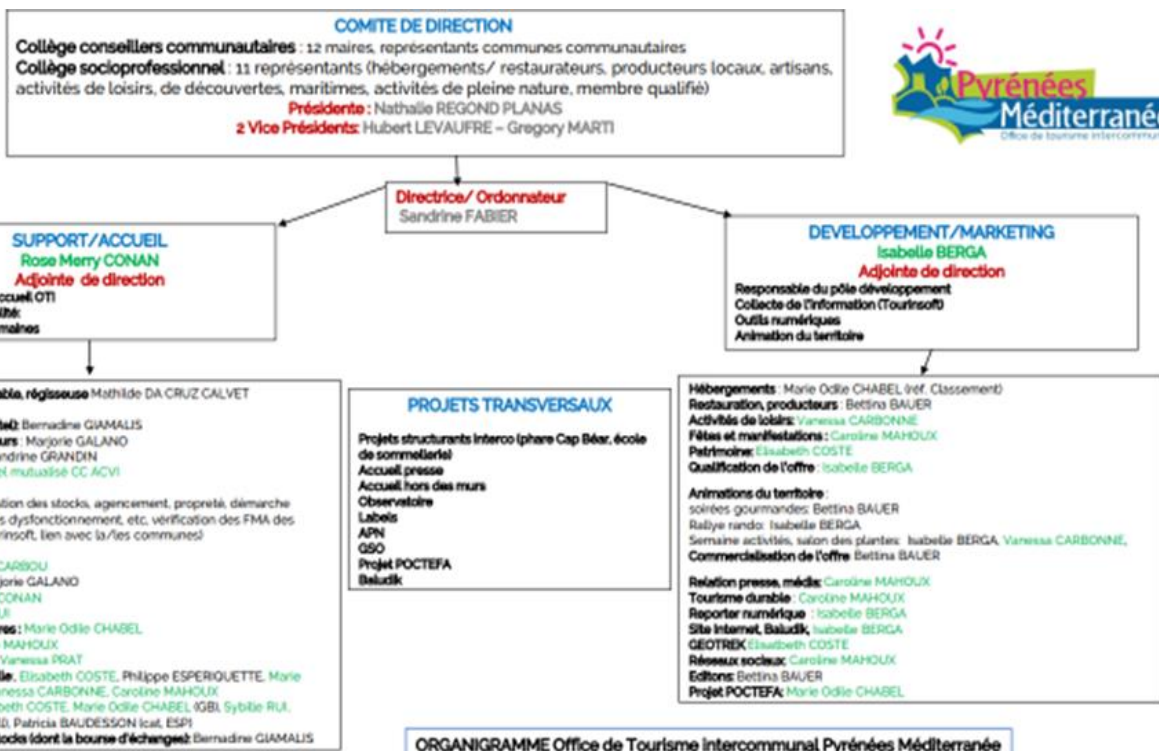


64% des meublés référencés dans TOURINSOFT, à partir des déclarations CERFA transmis par les mairies (obligatoire pour ouvrir à la location un meublé) sont classés.

2ième catégorie, Opérateur de Voyage
Statut EPIC, Comptabilité M4

STRATEGIE (défini au CODIR 2020)

- Investir dans les outils numériques interactifs pour la promotion de la destination
- Promouvoir un tourisme durable ;
- Créer l'événement, qui invente des expériences à partager ;
- Offrir des séjours à la carte personnalisés, composé de conseillers en séjour humains et virtuel ;
- Rassembler tous les acteurs du territoire pour créer une synergie et une appropriation des choix politiques définis par la collectivité.



- Animateur du Grand Site Occitanie « Collioure en Côte Vermeille »
- Suivi des projets touristiques pour le compte de la CC ACVI

1 organisation autour de 2 pôles:

- support-accueil
- développement-diffusion et en mode "projets" pour développer l'outil OTI et accompagner les socio pros, les collectivités

En 2021, 5 Comités de direction ont été organisés

En 2021, la situation sanitaire est toujours préoccupante, engendrant toujours un incertitude avec les risques suivants:

- Moins de fréquentation étrangère, en particulier sur les ailes de saison
- Moins de personnes dans les BIT et donc moins de chiffre d'affaires
- saison sans possibilité de réaliser les animations au Printemps et à l'automne

Montant de la CLECT qui n'évolue pas avec des missions intercommunales supplémentaires: gestion future du Mas Reig et visites sur Le Cap Béar, animation GSO et déploiement des filières APN

Exercice 2021 satisfaisant sur le plan comptable

EXECUTION DU BUDGET

		DEPENSES		RECETTES		SOLDE D'EXECUTION (1)	
REALISATIONS DE L'EXERCICE (mandats et titres)	Section d'exploitation	A	711 314,34	G	958 123,63	G-A	246 809,29
	Section d'investissement	B	20 208,35	H	13 662,07	H-B	-6 546,28
			+		+		

Aides à l'apprentissage prolongées jusqu'à juin 2022

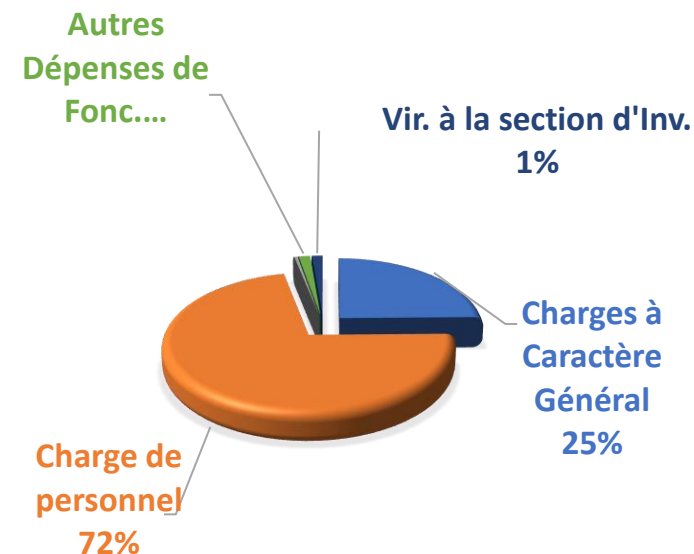
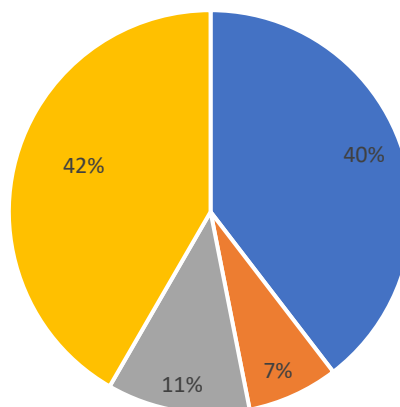
Coût de fonctionnement à la hausse

- Inflation : fluide, fournitures administratives
- Charges du personnel: valeur du point, monter en compétence de l'équipe, allègement URSAFF sur 2021
- Location de logiciels (Site Internet, G2A, We Login, logiciel gestion du temps)

Besoin d'investissements et de moyens humains pour répondre à la Démarche Qualité dans le but d'être classé 1^{ère} catégorie

Répartition Investissement

- Installations générales, agencements, aménagements divers¹
- Matériel de bureau et matériel informatique
- Mobilier
- Concessions et droits similaires, brevets, licences, marques, procédés, droits et valeurs similaires



23 000€ du budget consacré à l'investissement

Sur 2021, les dépenses en investissement ont porté sur:

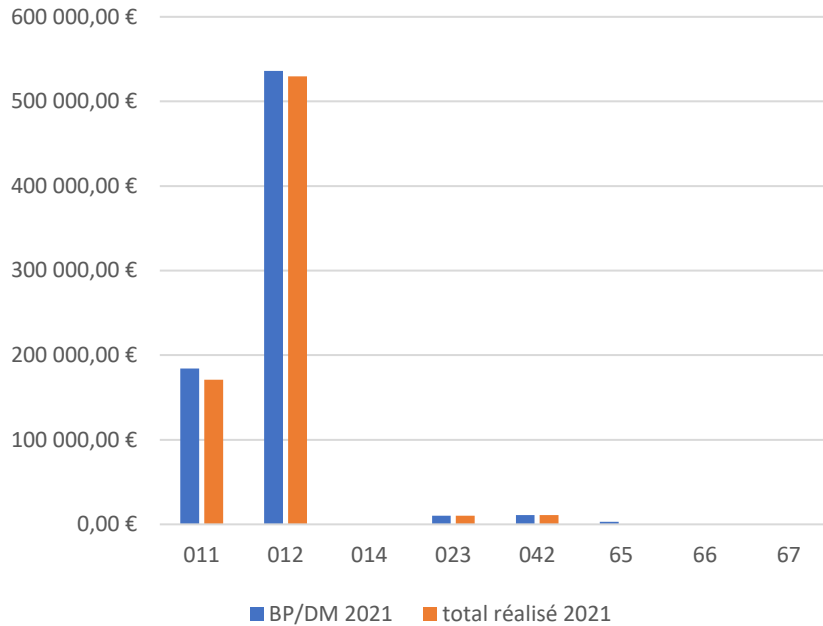
- La rénovation bâtiments:
- La climatisation/chauffage/chasse d'eau

La promotion et l'obtention de la marque Qualité Tourisme:

- Ordinateurs
- logiciel caisse multi sites
- acompte nouveau Site WEB

Résultat Investissement 2021 : - 6 546,28€

Dépenses de fonctionnement 2021



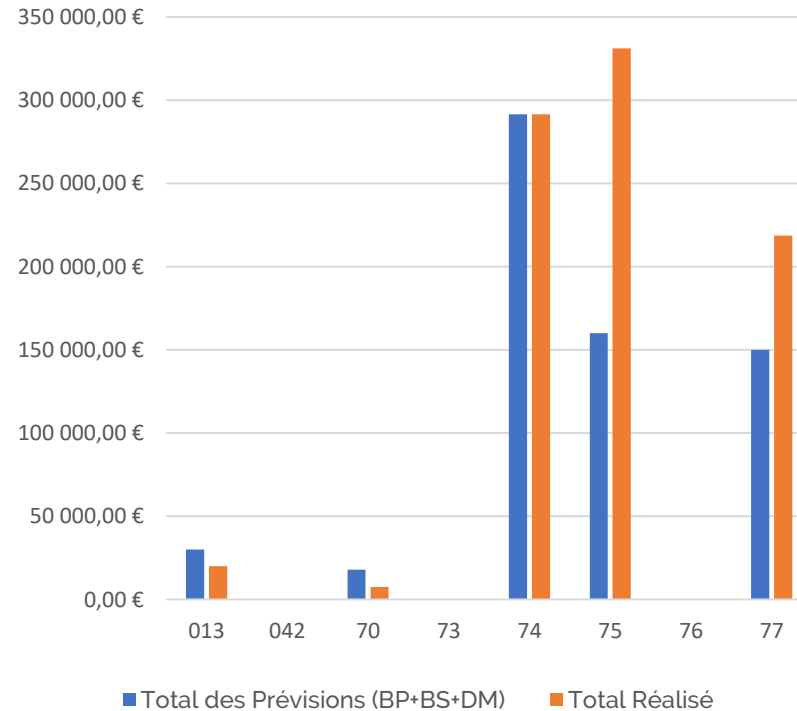
7% de dépenses au chap 11 n'a pas été réalisé par rapport au prévisionnel (- 13 177,47€):

- 6 310€ sur le poste Achats de marchandises
- 7 446,65€ sur le poste Foires et expositions

C'est surtout l'allègements de charges qui a fait diminuer les dépenses de l'OTI : 12% n'ont pas été consommées au chapitre 12 (-66 549,31€):

Cotisation URSAFF non supporté: 32 796,00 €
Salaires ext et interne : 36 000€ budgétisé non consommé

Recettes de fonctionnement



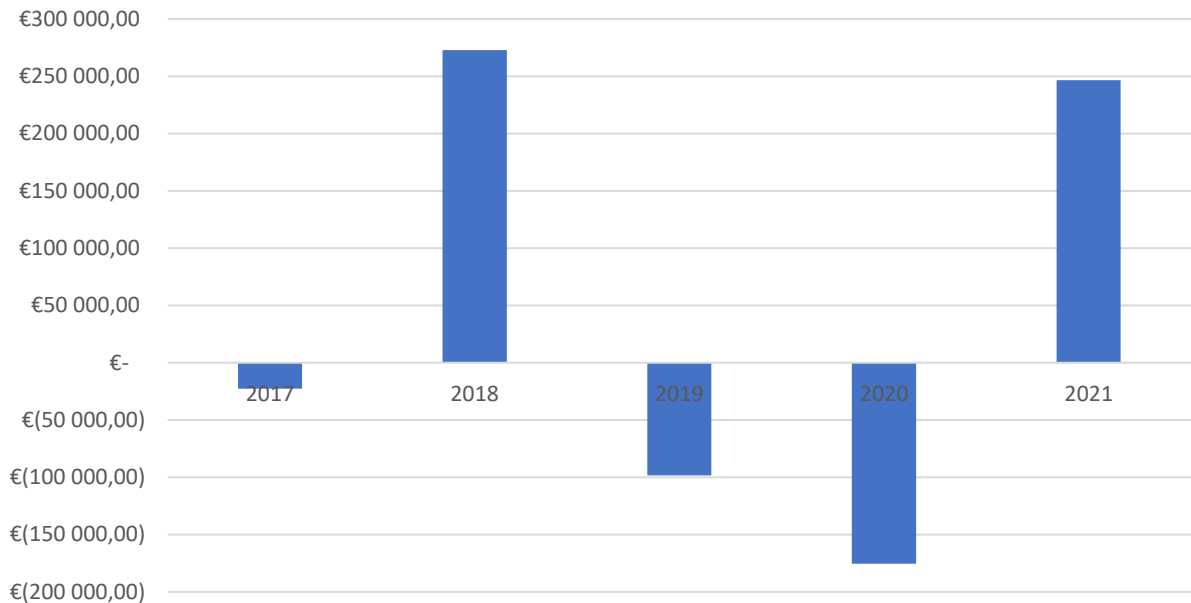
Excédent de recettes de fonctionnement qui s'explique par:

- l'encaissement de la TS supérieur au prévisionnel (+ 258 784,79€) : 70 000€ ont été encaissé en janvier 2022 sur le compte 2021
- l'aide exceptionnelle de l'Etat (68 615,00€)

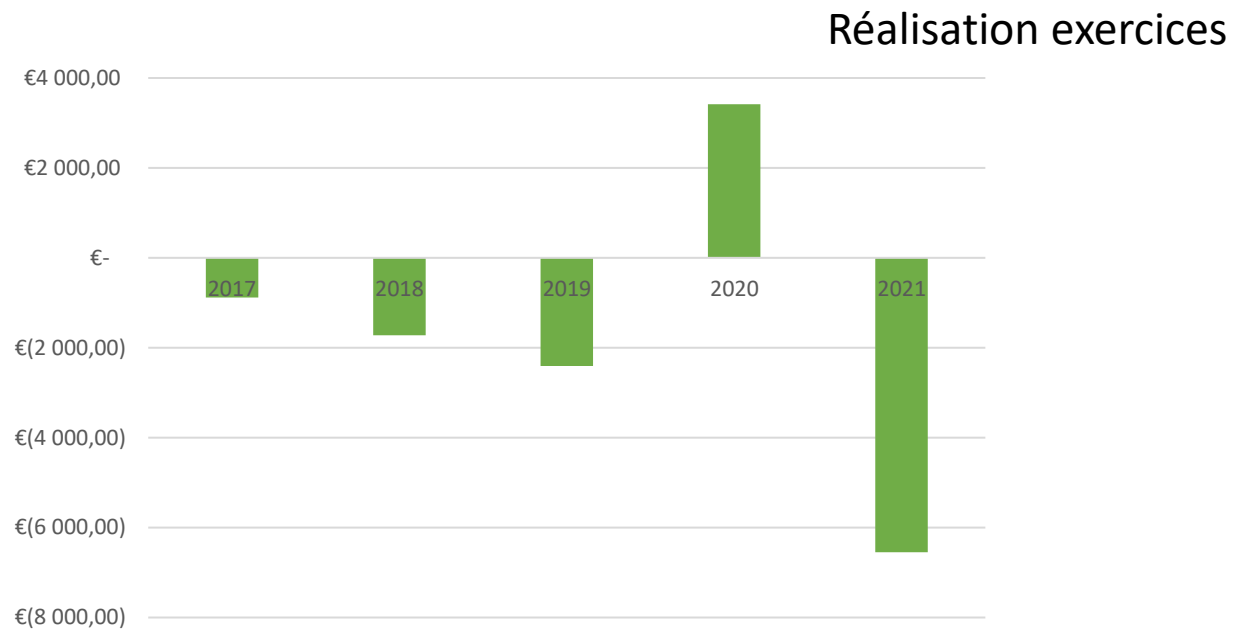
Report d'excédent de 2020 : + 34 000€

Résultat d'exploitation: + 271 936,57 €

Excédent exceptionnel du au contexte sanitaire COVID (moins de charges, aide exceptionnelle de l'Etat) et à une meilleure collecte de la taxe de séjour

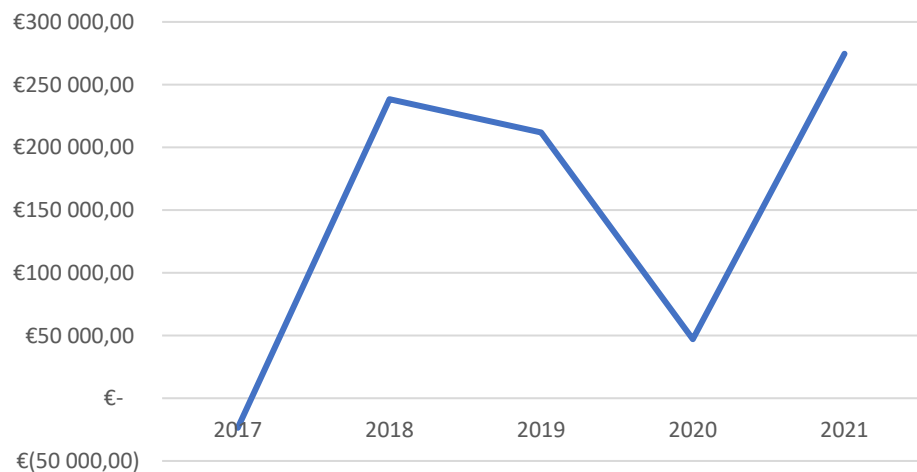


Réalisation exercices en fonctionnement (mandats et titres)



Réalisation exercices Investissements (mandats et titres)

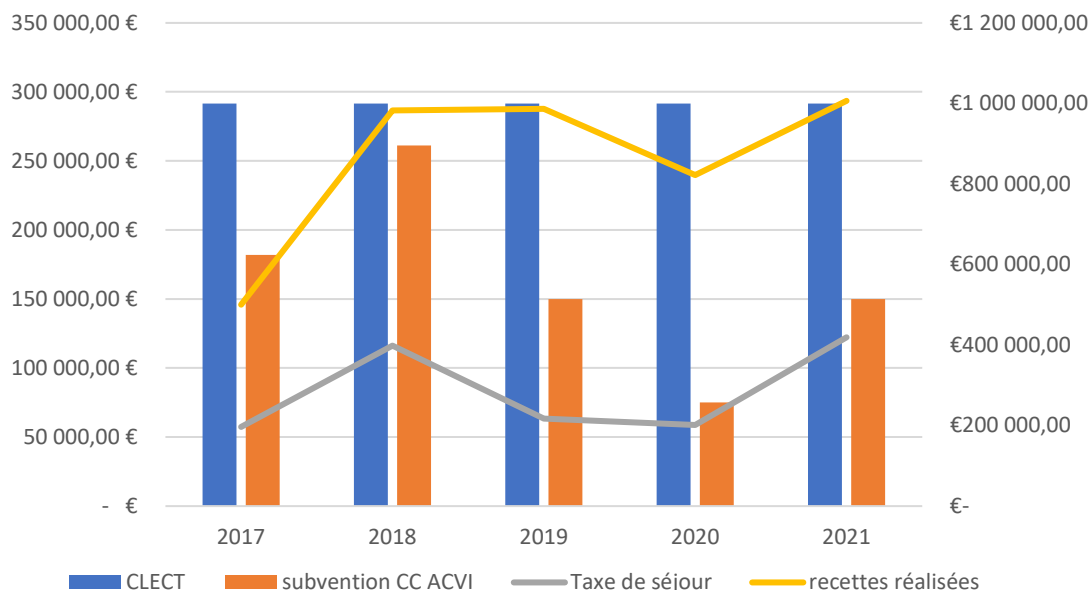
Solde d'exécution



Crée en 2017, l'Office de tourisme intercommunal connaît des exercices très hétérogènes malgré des actions/missions, en particulier la masse salariale, similaires d'une année sur l'autre.

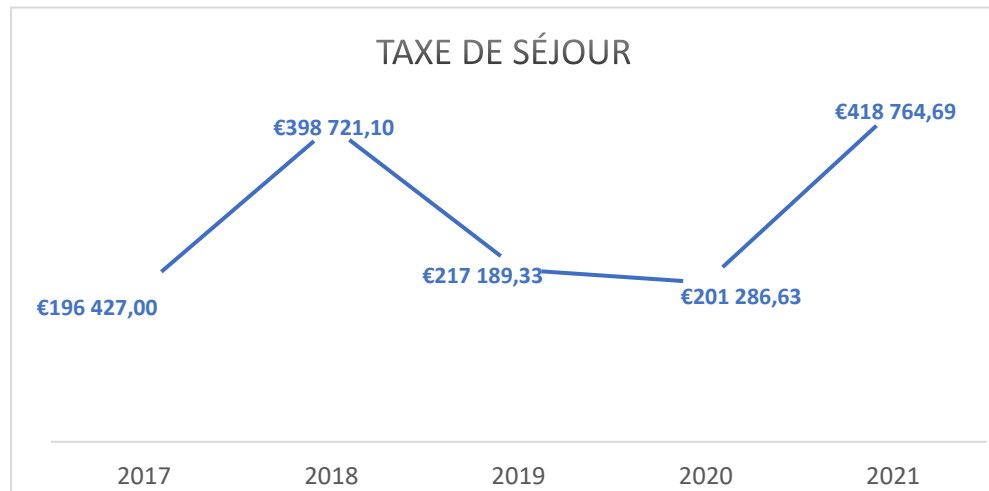
Ces différences s'expliquent pas des recettes différentes (taxe de séjour, intégration de le l'EPIC de Port Vendres) et l'impacts du COVID.

Evolution des recettes



2018	Intégration des encarts pub des brochures de PV
2019	Intégration des résultats de l'EPIC OT Port Vendres
2020	Baisse de la subvention exceptionnelle au vu du résultat 2019 et des besoins de l'EPIC
2021	Mise en place du logiciel de caisse pour les bureaux pour être en conformité et donc pouvoir développer la vente
2022	Maintien du montant collecté 2019 pour la TS, année de référence (sous réserve du contexte international) et pour la commercialisation en boutique/Web OTI (nouveaux outils et études pour les projets structurants)

ZOOM: taxe de séjour



- 2017: Montant défini de la CLECT (somme des déclarations des communes qui collectaient) : 196 052€
- 2018: mise en œuvre de la TS sur les 12 communes. OTI en charge de la collecte de TS pour la CC ACVI avec régie suivie par le personnel de l'OTI
- 2019: Collecte des plateformes pour le compte de la CC ACVI
- 1^{er} janv 2022 / Augmentation de la TS en délibération juillet 2021 pour effet
Coût logiciel : 4 320€ ttc/an

Attention, hausse en 2021 car intégration du paiement des plateformes au mois de janvier 2022

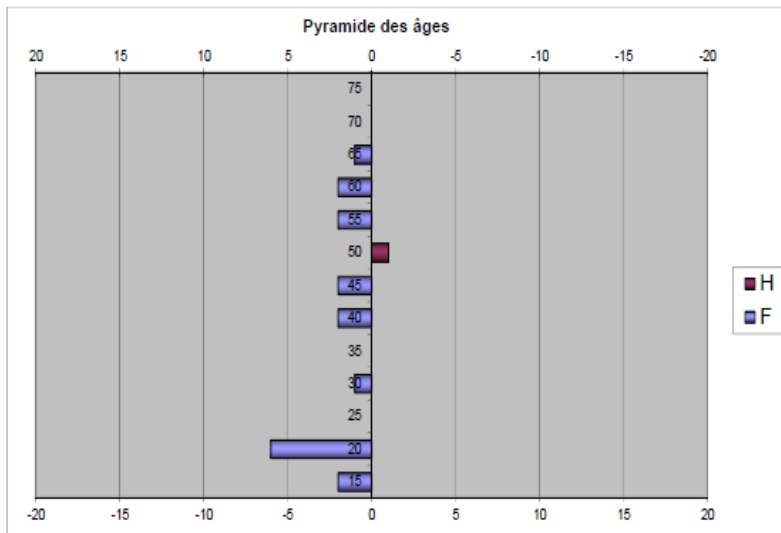
Composition de l'équipe

18 étudiants de tous horizons en formation de courte, moyenne et/ou longue durée ont apporté leur savoir-faire et savoir être. Ils ont permis de renforcer l'équipe d'accueil ; ils se sont intégrés à l'équipe titulaire et ont assuré auprès des visiteurs un service de qualité.

Actions 2021

- VAE d'un conseiller en séjour qui a obtenu son diplôme « guide conférencier » (obtention du diplôme en septembre)
- Remplacement de la guide conférencière/conseiller en séjour sur ELNE par une conseillère en séjour, commerciale en contrat aidé, trilingue
- Formation management sur les entretiens pros pour les 2 responsables de pôle
- Participation au programme de formations de la Région
- Formations sur les logiciels métiers: Tourinsoft, WE LOGIN
- 1 stagiaire guide conférencier de mars à septembre (puis contrat CDD) sur le Cap Béar

REPARTITION DE L'EFFECTIF PAR DUREE DE CONTRAT				
	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021	Variation
Déterminée	13	13	11	-15,38%
Indéterminée	7	7	10	42,86%
Total	20	20	21	5,00%

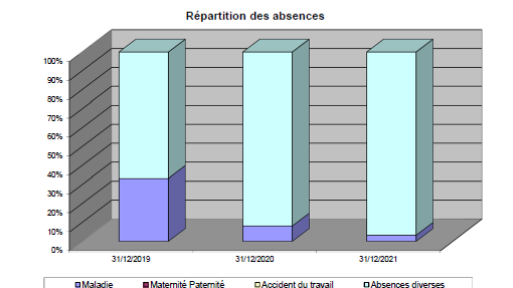
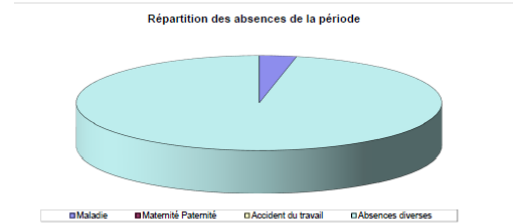


Permanents

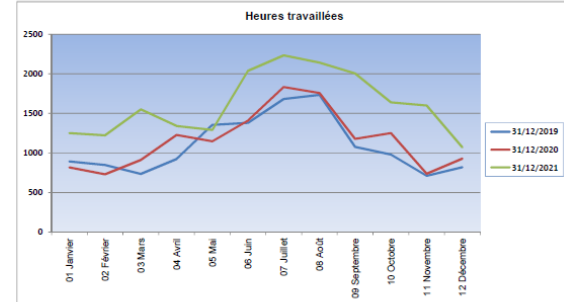
4,81ETP de droit publics (6 pers)
7,56 ETP de droit privé (9 pers)

2 saisonniers (2 mois/ 4 mois)
2 stagiaires 5 mois en MASTER 2
1 apprentie en licence puis 2 apprenties en MASTER 1
1 apprentie en BTS

SENES (Nb Heures)				
	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021	Variation
ladie	775	231	83	-84,07%
ternité Paternité	0	0	0	
ident du travail	0	0	0	
ences diverses	1 554	2 599	2 454	-5,61%



MASSE SALARIALE				
	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021	Variation
Total brut	206 517	201 638	247 053	22,52%
Charges patronales	69 297	65 416	94 330	-1,66%
Coût entreprise	276 514	269 177	311 680	16,21%
Taux de charges patronales	29,00%	30,44%	20,02%	
Heures indemnisées	14 691	15 465	21 605	39,43%
Heures travaillées	13 137	13 927	19 362	39,17%
Coût horaire moyen	18,77	17,31	14,43	-16,65%



EVOLUTION MASSE SALARIALE	
Salaires bruts N / salaires bruts N-1	22,52%

EVOLUTION CHARGES PATRONALES	
Ch patronales N / ch patronales N-1	-1,66%

MEILLEURS SALAIRES	
	31/12/2021
DIRECTEUR (TRICE)	49 622
AGENT ADMINISTRATIF	28 101
AGENT D ACCUEIL	22 515
AGENT D ACCUEIL	21 443
AGENT D ACCUEIL	20 991

La Marque Qualité Tourisme, un gage de confiance et de référencement

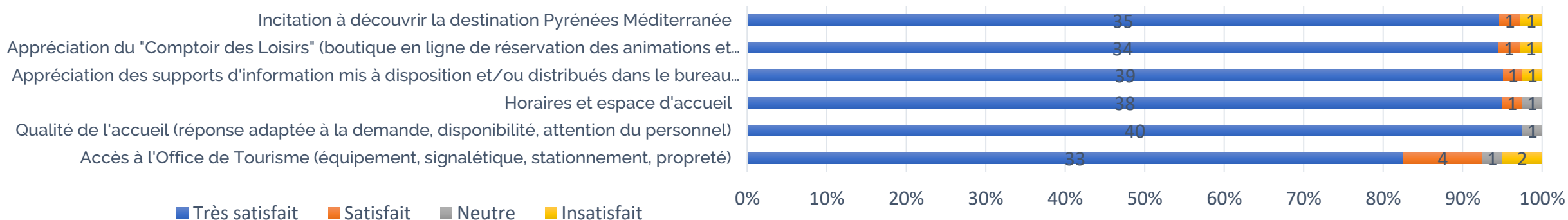


Afin de toujours mieux recevoir la clientèle et améliorer la qualité des prestations touristiques en territoire Pyrénées Méditerranée, l'OTI se prépare à l'audit pour obtenir la marque Qualité Tourisme:

- Environnement extérieur et intérieur (Affichage-Aménagement des accueil – Espace Boutique)
- Écoute Client
- Formation SADI
- Formation du personnel : 6 référents des BIT ont participé en mars dernier à la formation Tourisme et Handicap au Boulou
- Les 20 conseillers en séjour ont participé à une dizaine d'Éductours (Banyuls-Musée de Céret-Maternité Suisse-Cloître d'Elne – Maison Carrère à Bages – Ville d'Ortaffa-Plongée Cap Cerbère – Les Verriers de St André – Palau del Vidre - Cloître de St Génis)

NOM DE L'EDUCTOUR	THEMATIQUE	DATE
EDUCTOUR BANYULS BIODIVERSARIUM	Jardin botanique + Aquarium	10 & 11/05/21 de 9h30 à 17h
EDUCTOUR CAP BEAR	2 VISITES GUIDEES GM et phare Marike	6 & 8/09/21
EDUCTOUR RIVESALTES	Les couleurs de l'Exil "Josep" de Bartoli	16/11/21 de 13h30 à 17h30
2 èmes RENCONTRES DE L'OTI ELNE	BALUDIK ELNE/VG Musée/cloître/Maternité	mars-21
EDUCTOUR RETIRADA	Rando Retirada Cerbère	nov-21
EDUCTOUR Port-Vendres	Micro-Folies	2021

Satisfaction globale des visiteurs de l'OTI Pyrénées Méditerranée



NOM	Diplôme préparé	FORMATION	CONDITIONS DE STAGE	
			Période	Lieu/BIT affecté
CRUZADO Emilie	Licence TAFF Tourisme	IAE Perpignan	1/09/20 au 30/08/21	LAROQUE-DES-ALBÈRES
BIER Loriane	BTS TOURISME	Lycée Perpignan	1/09/20 au 31/08/22	ELNE PORT-VENDRES - SORÈDE
COSTE Evelyne	Titre professionnel CATL (Chargé d'Accueil Touristique et de Loisirs)	GRETA Perpignan	15 au 27/02/21	LAROQUE-DES-ALBÈRES
BROC Christel	Titre professionnel CATL (Chargé d'Accueil Touristique et de Loisirs)	GRETA Perpignan	15 au 22/02/21	LAROQUE-DES-ALBÈRES
POURRAIN Hélène	MASTER Tourisme	ISTHIA -Université de Toulouse	2/03 au 31/08/21	ELNE
RABOU Élisabeth	MASTER Tourisme	ISTHIA -Université de Toulouse	2/03 au 31/08/21	SORÈDE LAROQUE-DES-ALBÈRES
DUREISSEIX Alban	BTS TOURISME	CNED Grenoble	15/03 au 9/04/21	ELNE
TIXADOR Sophie	DUT GEA	IUT Perpignan	15/04 au 28/05/21	ELNE
BILLARD Anne	BTS TOURISME	Lycée de Toulouse	3/05 au 25/06/21	SORÈDE LAROQUE-DES-ALBÈRES
ALBA Charène	Titre professionnel CATL (Chargé d'Accueil Touristique et de Loisirs)	AFPA Perpignan	10 au 28/05/21	ELNE
DAUCE Jacqueline	Titre professionnel CATL (Chargé d'Accueil Touristique et de Loisirs)	AFPA Perpignan	10 au 28/05/21	PORT-VENDRES
ECOLIVET Marika	Licence Pro Guide Conférencier	Université de Perpignan	2/06 au 15/09/21	PORT-VENDRES
MARTINEZ Rachel	MASTER 1 Histoire Civilisations Patrimoine	Université de Perpignan	7 au 20/06/21	ELNE SAINT-ANDRÉ
DAUCE Jacqueline	Titre professionnel CATL (Chargé d'Accueil Touristique et de Loisirs)	AFPA Perpignan	5 au 23/07/21	PORT-VENDRES
¹ / ₆ QUENOT Diane	Titre professionnel CATL (Chargé d'Accueil Touristique et de Loisirs)	AFPA Perpignan	5 au 23/07/21	ELNE
¹ / ₇ CRUZADO Emilie	Master 1 tourisme	Université de Perpignan	1/09/21 au 31/08/22	LAROQUE-DES-ALBÈRES SORÈDE
FABER Ana	Master 1 Tourisme	Université de Perpignan	1/09/21 au 31/08/22	PORT-VENDRES CERBÈRE

LES STAGIAIRES, Une valeur ajoutée

L'accueil d'un stagiaire est une réelle opportunité: porteur de nouvelles compétences, il a un regard neuf et contribue à l'amélioration de notre stratégie d'accueil.

L'étudiant en stage apporte un nouveau dynamisme. une vision différente des méthodes de travail appliquées.

En 2021, l'OTI a donné l'opportunité à plusieurs étudiants et alternants d'expérimenter la gestion de la relation d'accueil clientèle nos 7 BIT.

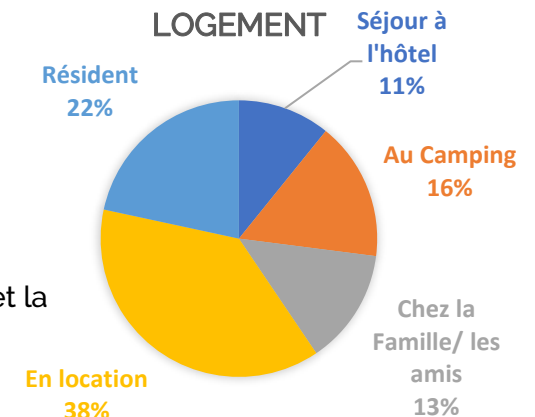
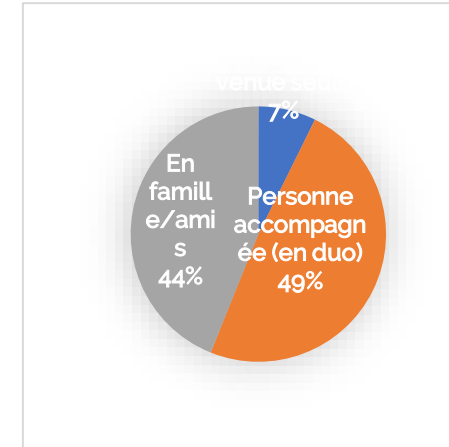
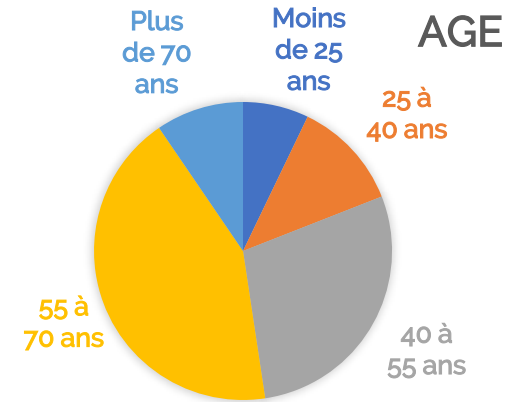
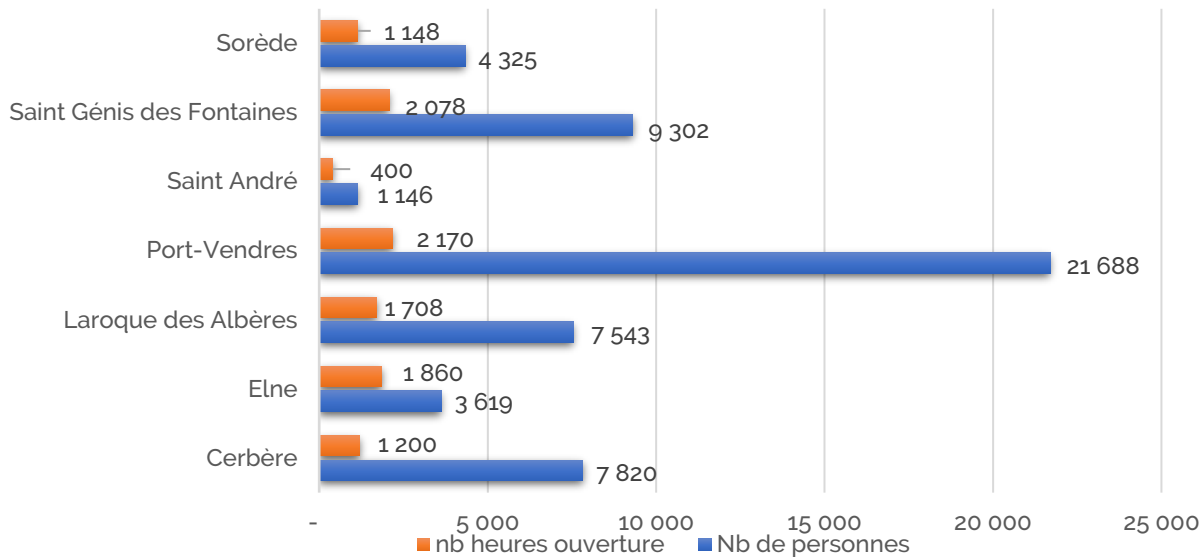
Certains ont organisé des missions plus spécifiques toujours tournées vers une amélioration de nos prestations d'accueil : création de flyers, d'affiches, de vidéos, de photos reportage, enquête de satisfaction, de circuits ou des ateliers et animations à destination des familles..

1 étudiante sur le développement du cyclotourisme: Master 2, stage 5mois

1 étudiante pour le développement de l'oenotourisme, Master 2 , stage 5 mois

+ 11 000h d'ouverture au public pour 55 500 personnes accueillies dans les 7 bureaux d'information touristiques
 La moitié des visiteurs sont passés aux Bureaux de Cerbère et Port Vendres,
 soit 5 personnes accueillies par heure d'ouverture au public

Répartition de l'accueil



L'Office de tourisme a réalisé quotidiennement, et en continu, le conseil en séjour auprès des visiteurs. Dans la continuité des préconisations définies par le gouvernement dans le cadre de la PANDEMIE, l'Office de tourisme a ajusté l'accueil des publics et la gestion des flux afin de proposer une prise en charge individuelle de chaque client lui proposant de la sorte un conseil personnalisé suivant ses besoins.

Lancement de l'Accueil hors des murs

Dans le but de créer de l'expérience et dans un souci de renseigner le visiteur sur des lieux fréquentés, l'OTI s'est lancé en 2021 dans le conseil personnalisé au travers d'animations et en proposant aux hébergeurs des rendez vous à leurs clients en amont de leurs séjours

- Participation aux pots d'accueil de la Voile d'Or
- Visio en amont du séjour avec les Gîtes de France sur Laroque des Albères (test)
- La formation SADI devrait nous aider à parfaire un plan d'actions sur 2022.

L'OTI PyMed a missionné une stagiaire pour développer le l'oenotourisme sur le territoire pour structurer cette filière.

Le label Vignoble et découverte a été validé pour l'ensemble des BIT.

L'OTI s'est associé au programme Epiemed, interreg POCTEFA en 2020. Ce dernier a pour but d'intégrer des stratégies de développement pour rallier les différents territoires des Pyrénées, que se soit côté Français ou Espagnol. Le projet se fonde sur les principes de tourisme durable en l'alliant au tourisme transfrontalier. L'objectif principal du projet est la création et la promotion d'expériences touristiques transfrontalières et durables sur le territoire EPIEMED.

Le stage d'Helena a consisté à mettre à jour la liste des vigneron, les animations dont le fascinant Week-end et suivre le projet oenotouristique du Mas Reig. Son rapport de stage est riche d'enseignements en particulier sur le benchmarking réalisé.

Apéritifs vigneron (1ière année): action commune avec les OMT de Banyuls sur Mer et Collioure

la rencontre avec le vigneron est la première chose recherchée par les oenotouristes. L'office de tourisme de Banyuls a mis en place ces apéritifs depuis 3 ans. L'OTI PyMed et l'OMT de Collioure se sont joints à cette animation pour créer les apéritifs vigneron de la Côte Vermeille.

- Environ 15 apéritifs organisés sur l'année 2021 pour 174 participants (CA: 815€)
- 6 domaines ont participé et 2 autres intéressés pour les apéritifs,
- 1 domaine en plus pour le fascinant WEEK END

NB: Lancement pendant la pandémie ne facilitant pas la communication (PASS sanitaire, nb limité qui a évolué tout au long de la saison, etc, ...)



Marchés festifs de producteurs de terroir, à partir de 18h30
Entrée libre

7er juillet	Palau-del-Verde
8 juillet	Laroque-des-Albères
15 juillet	Saint-André
22 juillet	Montségur-des-Albères
29 juillet	Laroque-des-Albères
5 août	Villalongue-dels-Monts
12 août	Bages
19 août	Saint-Genès-des-Fontaines
26 août	Sorède



Soirées gourmandes

Depuis + 10 ans à Laroque des Albères et depuis 2017, des marchés gourmands sont organisés dans les villages volontaires de l'Albère et l'Ilibéris. Le principe est de proposer une soirée festive avec des producteurs locaux pour faire découvrir le terroir. En 2021, pour s'adapter à la crise sanitaire, 8 soirées gourmandes classiques, 2 soirées ciné gourmandes et 1 ciné vigneron à Peyrefitte ont été réalisées.

Très chronophage pour l'OTI PyMed, cette action s'éloigne du champ d'action des missions attendues d'un office de tourisme, voir devient contre productive. En effet, sur 2021, l'équipe a du gérer des conflits entre stands, changer au dernier moment des producteurs, organiser des soirées gourmandes dans des villages où les producteurs/marchands ne se retrouvent pas dans leurs Chiffre d'affaires.

Si cette action très appréciée dans les Albères, par les touristes et les producteurs n'est pas remise en cause, elle doit être organisé différemment pour une meilleure répartition des rôles.



En 2021, l'office de tourisme s'est doté d'une carte touristique du territoire intégré dans le guide de séjour et a refondu sa carte rando pour mettre en valeur la diversité des randonnées pédestres à faire sur le territoire (en cours d'inscription au PDIPR)

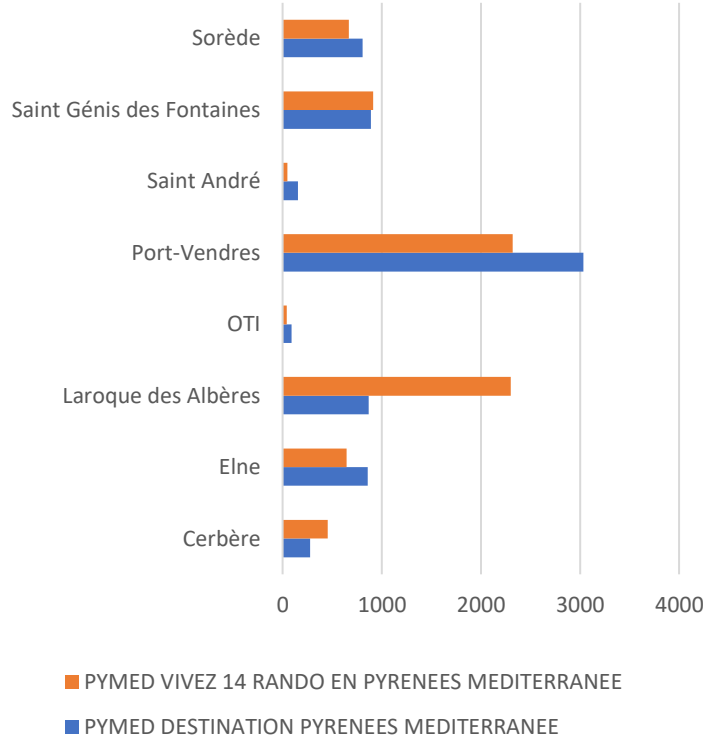
Diffusion

- Plus de 8 500 guides de séjour (10 000 ex imprimés)
- Plus de 9 000 cartes randos (17 000 ex imprimés)
- 1 500 cartes « criques et plages » (8 000 ex imprimés)

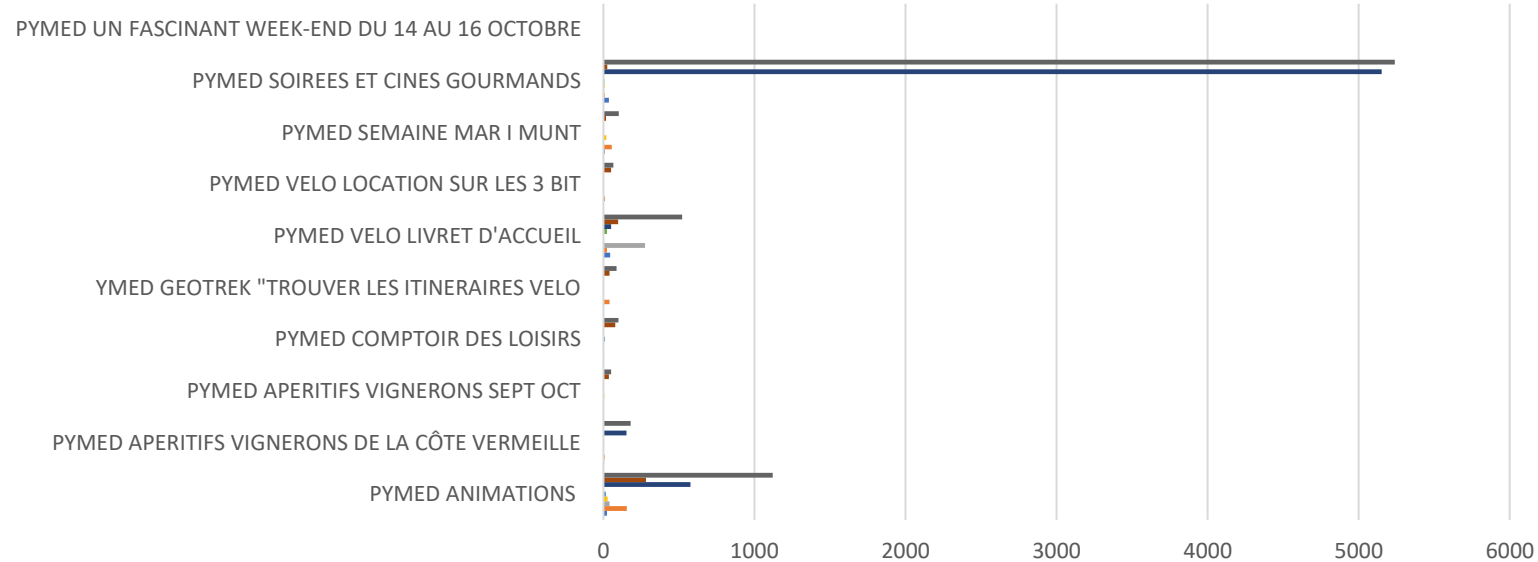
Autre diffusion

Collecte, réalisation des livrets fêtes et manifestations mensuel puis chaque semaine en juillet/août diffusé à la presse locale et à l'ensemble des hébergeurs, offices de tourisme

Documents distribués ou envoyés



Documentation imprimée sur demande



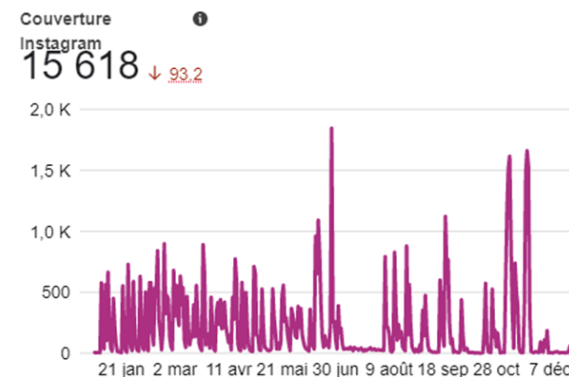
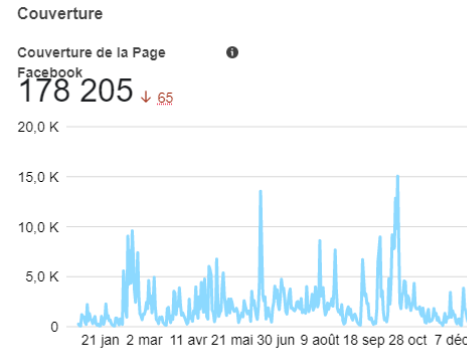
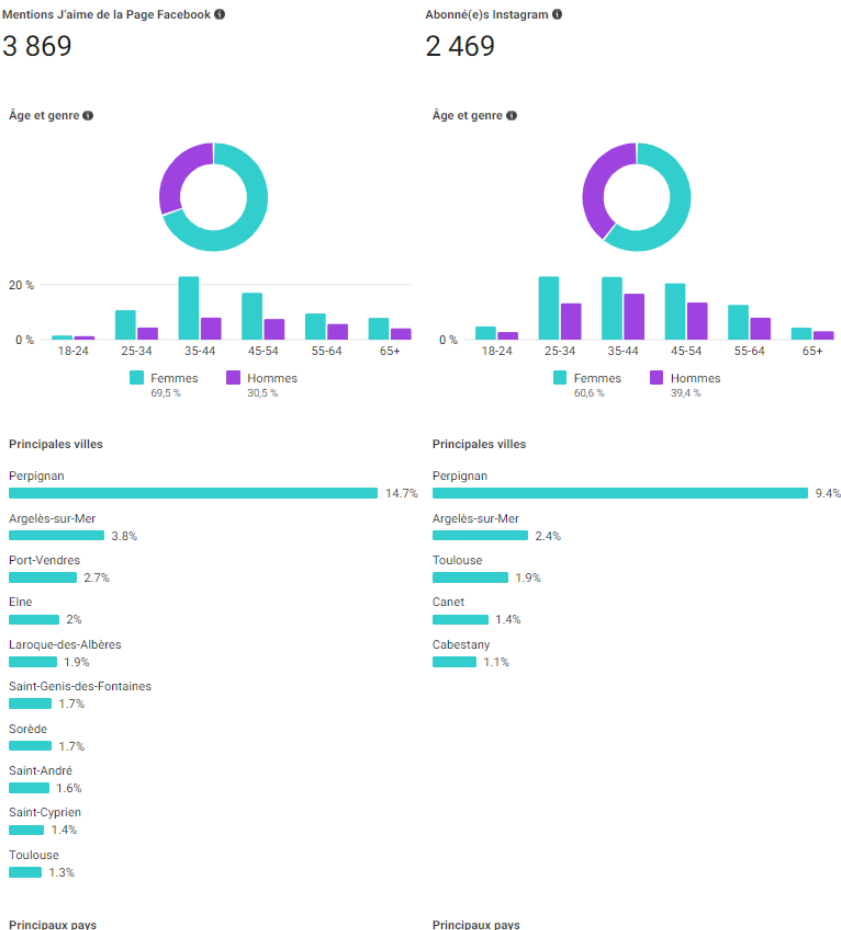
ORGANISATION en interne

1 personne dédiée aux Réseaux sociaux

En plus de ces mission d'accueil à St André, ses animations pour les Nin's, la personne référente organise le planning et rédige les contenus des publications visé par la Direction qui réalise également des publications par nécessité et complémentarité.

=> Chaque Responsable de filière et chaque conseiller en séjour en animation :

- prennent des photos, vidéos, rédigent un texte qui sont soumis à la direction;
- font remonter via l'outil TRELLO ses suggestions comme les animations des villages, les initiatives locales.



ACTIONS 2021

- Création de la chaîne Youtube mais pas de médiathèques indispensable pour développer le service
- Réalisation de vidéos sur les métiers de la pêche par une conseillère en séjour et une stagiaire pour le montage avec l'appui du Parc Marin pour le prêt et le contenu des interviews
- Reportage sur les hébergeurs accueil vélos par une stagiaire;
- Création du cahier des charges pour le nouveau site Internet avec l'appui d'une stagiaire et le service informatique, consultation et signature du contrat;
- Suivi des outils numériques: hot spot WiFi dans nos 7 bureaux, Site Internet, GEOTREK PyMed, facebook et développement d'Instagramm,
- Mise à jour des fiches Tourinsoft, des pdf des dépliants et du SIT

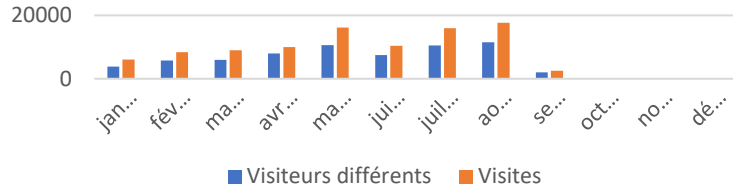
Beaucoup de contenus pour un résultat en baisse par rapport à 2020; Pas de connexion lors des stories. 3 869 fans exclusivement Français (92,8%/ 1,5% Belgique et 1,3% Espagne) et en majorité d'Occitanie.

Pour mémoire, Ninon, stagiaire en communication avait développé les réseaux sociaux en été 2020 et avait travaillé sur le cahier des charges d'un site Internet. sur 2021, l'apprentie de l'IDEM est partie au bout d'un mois pour 1 agence de communication.

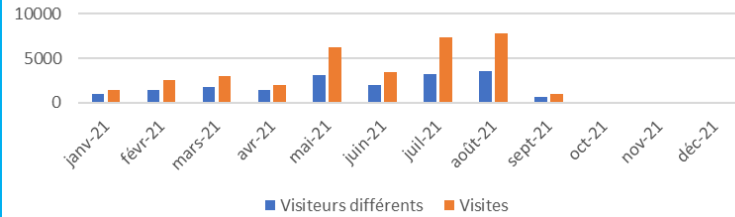
Manque de temps agent pour mettre en place une communication digitale de qualité malgré l'implication de l'équipe, en particulier la personne référente.



Fréquentation Site Geotrek Rando 2021



Fréquentation Appli Mobile 07/09/2021



83 807 visiteurs
131 211 visites
1 624 343 pages ouvertes

+51% (2020)
+31% (2020)
+62,4% (2020)

STATISTIQUES BALUDI K



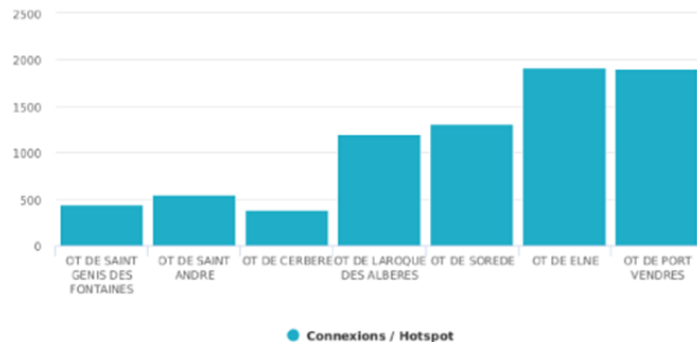
	téléchargements,	taux de complétude	note moyenne /5
A la découverte de Banyuls, cité lumineuse et artistique	346	46,61%	4,33/5
Sur Les Pas des Gardiens, Cap Béar	34	50%	
L'île perdue de Port-Vendres	174	54,20%	4,57
Elné, à pas contés : Entre légendes et vérité	221	50,40%	4,8
Palau-del-Vidre, le palais du Verre	272	55%	4,27
Rallye-enquête	118	31,20%	5
Sorède, un voyage dans le temps inachevé	341	63,80%	4,6
Cerbère, l'extraordinaire ville frontière	219	71%	4,75

L'Office de tourisme développe les communes dans l'approche touristique durable de qualité

Global : 2 060 téléchargements, 56,71% de taux de complétude et une note moyenne de 4,60/5.

L'office de tourisme dispose de 7 hot spots pour faciliter l'accès à l'information digitale sur le territoire

Nombre de connexions par hotspot
Source: Wifi



7 716 connexions ont été enregistrés en 2021 : le hot spot d'Elné est le plus utilisé (1 916 connexions). Google pour le domaine et Mobile Android pour l'équipement arrivent en tête des exploitations. 82% des utilisateurs sont français.

Remarque: les agents de l'OTI se connectent également à ce WIFI. Une communication plus importante pourrait être déployée pour les visiteurs à condition de disposer de lieux d'accueils suffisamment grands et aménagés pour recevoir un public qui resterait plus longtemps en front office.

L'organisation actuelle de l'OTI ne permet pas de définir en interne un plan de promotion avec des moyens alloués ni de disposer d'une agence de presse. Cette mission n'étant pas développée dans les offices de tourisme municipaux avant 2017, aucune personne ne peut-être dédiée totalement à cette mission dans l'organisation actuelle de l'OTI.

Cependant, pour cibler à la fois les habitants et les touristes régionaux, l'OTI PyMed a utilisé l'animation « Semaine Mar I Munt » en Automne pour faire de la promotion sur les ailes de saison en direction des familles:

- Création d'une vidéo pour la Semaine Mar I Munt avec l'appui de la chargée de communication de la CC ACVI
- Travail avec « L'agence » pour la mise en avant de la Semaine Mar I Munt d(automne (coût:11 320€ TTC)

Les autres actions de promotion 2021 sont des accompagnements à des stratégies supra intercommunale:

- Participation stand "vélo" dans le cadre de la Fête du Tour de France à Céret avec le Pays Pyrénées Méditerranée
- Participation à la promotion digitale Expédia dans le cadre du collectif « destinations littorales d'Occitanie »
- Accueil presse journaliste National Geographic avec l'OMT de Collioure et de Banyuls sur Mer avec la participation de l'association de Randonnées de Banyuls sur Mer et le prestataire Horizons Kayak
- Accompagnement dans la mise en place du reportage photo/vidéo autour de l'itinéraire cyclable La Méditerranée à Vélo avec l'ADT 66
- Accompagnement d'actions communication dans le cadre de « Grand Site Occitanie »

Suivi et appui des accueils presse réalisé par l'ADT 66

22/01 au 26/01	MAGAZINE ESPRIT D'ICI - DE LA COTE VERMEILLE AUX PYRENEES CATALANES	
21/05	Magazine SAVEURS Magazine ESPRIT D'ICI	52 762 exemplaires / mensuel (distribution en kiosques et en numérique) Audience : 197 000 lecteurs Ciblage : Femme / 25-49 ans / Actifs, CSP++ / Voyageuse / Epicurienne / Prescriptrice sur la gastronomie 61.713 exemplaires DFP – DSH 2019-2020 - Lectorat : Femme, 35-54 ans, CSP+, paris-province, Epicuriens, Locavores
22/07 au 25 /07	Jordi Martinez	Blog MIL VIATGES
27/07 au 31/07	Felix Lorenzo	Supplément "DESTINOS" de EL PERIÓDICO DE CATALUNYA et aussi pour le webzine (magazine tourisme sur le web) TOPVIAJES
09/09 au 13/09	2 journalistes néerlandais	Supports : ACSI / Freelife / Eurocampings.
30/09 au 04/10	6 personnes, (4 journalistes + 2 attachées de presse)	BAZAR MAG / Romane Henkinbrant MEDIAHUIS / Arno Van Haverbeke SENIORENNET / Miet Waes LA LIBRE BELGIQUE / Vincent Goffinet + Jessy Van Den Rym et May-Britt Verhoeven / 2 Attachées de presse Belgique/Pays Bas

Analyse globale de la Semaine Mar I Munt 2021



Evaluation de la Semaine Mar I Munt 2021

- Imaginé pour créer de la communication à minima régionale, elle a avant tout renforcé et affiné l'image en interne et à l'échelle intercommunale de l'office de tourisme, au service des habitants
- Action qui plait aux partenaires qui doit être travaillée avant la saison estivale pour diffuser au maximum en haute saison pour compléter la clientèle locale présente en 2021.
- Action qui assoit les outils mis en place: grâce à l'observatoire, possibilité de connaître la fréquentation et l'évolution du taux de réservation dans l'hébergement marchand
- Action qui doit être confortée pour développer un tourisme sur l'année avec l'ensemble des partenaires publics et privés (maintien des séances cinés, ateliers en intérieur) pour le public local, centres de loisirs et touristes. Cible: familles

Outils numériques pour la promotion de la destination	Promotion d'un tourisme durable	Evénement, expériences à partager	Un OTI qui offre des séjours à la carte personnalisés	Rassemble tous les acteurs du territoire pour créer une synergie
Vidéos WE LOGIN Site Internet trop compliqué et pas adapté Réseaux sociaux	Habitants clientèle de proximité Développement du tourisme sur l'année Développer les résidences secondaires Ambassadeurs	Histoire autour de la destination Aller plus loin dans l'expérience sportive Renforcer le volet contes et légendes sur le territoire	Programme très diversifié Réservation possible de chez soi grâce à la boutique en ligne	Plus de partenariats avec des acteurs différents sur cette année Développer le partenariat avec les producteurs, renforcer les partenariats existants

Semaine des plantes au Printemps en lien avec le salon des plantes organisé par la CC ACVI programmé mais pas réalisé pour cause de COVID

Depuis plusieurs années, l'habitant ne joue plus le même rôle dans la découverte d'une destination. Dans un premier temps, le développement des plateformes collaboratives lui a permis de devenir un acteur de l'offre touristique et économique de son territoire. Désormais, son rôle va beaucoup plus loin. Intégré dans les politiques de développement touristiques et stratégies de mise en désir des territoires, il est au centre des regards et revêt différentes facettes en devenant à la fois une cible, un objet d'intérêt touristique, un auteur et accompagnateur d'offres plus authentiques. Son implication est également indispensable pour limiter les conflits liés au surtourisme..

C'est dans cet esprit que l'Office de tourisme a mis en place le développement et la commercialisation de son offre. L'habitant est la cible privilégiée de l'action à l'OTI. La formation dispensée par l'intermédiaire du CRTL a aider à mieux cibler ses actions et doit être conforté dans les années à venir.

En 201, L'office de tourisme a confectionné les mercredis pour les Nin's en créant des animations sur le site de Saint André. Le manque de personnel limite le développement de cette action qui répondrait pourtant à une demande forte locale et qui serait un levier pour développer la culture de nos jeunes du territoire et faire connaître le comptoir des loisirs, « l'office de tourisme pour les locaux ».

Le comité de direction a souhaité favoriser la découverte du territoire via l'Office de tourisme pour les centres de loisirs. Un prix attractif avec une animation sur mesure est proposée aux écoles et centres de loisirs du territoire.

En2021, l'équipe s'est mobilisée pour répondre à des lycéens curieux de connaître la Retirade. Ce type de prestation, comme le développement de l'offre pour les groupes en dehors des vacances pourrait être développée à condition d'un renfort au sein de l'équipe.



Désignation	Quantité	C.A.
Rallye Laroque Tarif Adulte Le 10/08/2021 de 09H00 à 18H00	36	108,00
Rallye Laroque Tarif Enfants (- 18 ans) Le 10/08/2021 de 09H00 à 18H00	24	0,00
Rallye rando Laroque Tarif Adulte Le 11/07/2021 de 09H00 à 18H00	34	102,00
Rallye rando Laroque Tarif Enfants (- 18 ans) Le 11/07/2021 de 09H00 à 18H00	36	0,00
Rallye Laroque Tarif Adulte Le 24/08/2021 de 09H00 à 18H00	24	72,00
Rallye Laroque Tarif Enfants (- 18 ans) Le 24/08/2021 de 09H00 à 18H00	15	0,00
Rallye rando Laroque Tarif Adulte Le 27/07/2021 de 09H00 à 18H00	24	72,00
Rallye rando Laroque Tarif Enfants (- 18 ans) Le 27/07/2021 de 09H00 à 18H00	30	0,00
	223	354,00

Les visites guidées à l'Office de tourisme intercommunal

Comme chaque année, l'office de tourisme a organisé des visites guidées en haute saison: les chiffres de fréquentation sont en baisse par rapport à 2021. Pourtant, l'office de tourisme s'est renforcé en se dotant d'une stagiaire, devenue salariée ensuite, guide conférencière et en formant un membre de l'équipe sur les nouvelles pratiques de guidages (VAE obtenu en septembre).

Comme l'an passé, l'association PASTOR a conventionné avec l'OTI PyMed pour la réalisation de randonnées accompagnées très appréciés des visiteurs (179 billets contre 184 en 2020).

En 2021, les actions de développement sur cette filière ont été nombreuses et encourageantes:

- Création de parcours BALUDIKS en partenariat avec l'UPVD: l'office de tourisme conventionne avec l'Université sur des projets de médiation culturelles. A l'issue de ce projet tutoré, une étudiante a souhaité réaliser son stage de 5 mois pour proposer des visites guidées sur le Cap Béar. Au vu de son implication et du projet intercommunal, son stage s'est transformé en CDD.
- Des visites guidées pour les groupes et centres de loisirs en hausse mériteraient d'être approfondies. Une délibération précise que les centres de loisirs, les écoles peuvent bénéficier du savoir faire de l'Oti pour organiser des journées découverte du territoire.

Code	Quantité	C.A.
Phare CAP BEAR	67	330
Port Vendres	28	130
PV-MACKINTOSH	10	46
Rallyes-01	223	354
Visites ELNE	11	40
Visites familles LAROQUE	30	85
Visites St André	7	20
Total visites guidées	376	1005

Une autre initiative portée par l'équipe a commencé à se mettre en place sur la Côte Vermeille et devrait aboutir en 2022 sur la réalisation de parcours de mémoire.

Suite à une demande d'un groupe de lycéens sur Toulouse, l'Office de tourisme, en partenariat avec le Président de l'association Banyuls Rando, a monté une randonnée accompagnée sur Cerbère sur la Retirada. Ce travail d'opportunité a conduit la commission patrimoine à développer en 2022 le tourisme de mémoire sur le territoire communautaire. Cela nécessite un travail de recherche, de mise en réseau qui pourrait être, dans un premier temps, une mission à confier à un groupe d'étudiants de l'UPVD.



L'Office de Tourisme intercommunal Pyrénées Méditerranée a proposé durant l'été 2021, une visite guidée exclusive du cap Béar. Destinée à un public familial, l'objectif de cette visite est de valoriser son patrimoine remarquable, c'est à dire :

- son phare, qui malgré son intérieur inaccessible, étonne et émerveille de par son architecture singulière. Des sujets tels que le fonctionnement scientifique de la lentille Fresnel et son rayonnement mondial sont abordés, le tout en immersion dans la riche histoire des phares et du métier de gardien.
- les vestiges de la Seconde Guerre mondiale qui nous assurent un voyage à travers le temps lors d'une déambulation entre les différents types d'ouvrages, à la découverte du quotidien des soldats, de leur relation avec les locaux, mais surtout du Mur de la Méditerranée, trop souvent méconnu.

L'enquête de satisfaction réalisée lors des visites a fait ressortir deux difficultés majeures que la CC ACVI doit prendre en compte dans son aménagement futur:

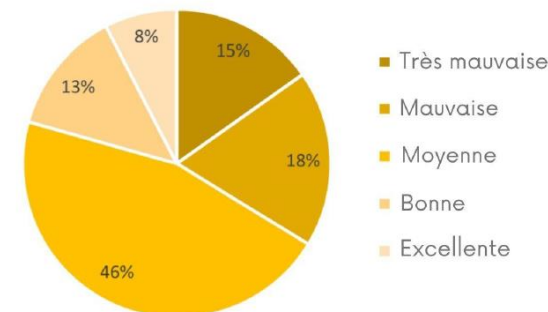
- L'accès au site, avec une route dangereuse. Le produit « location VAE et visite » n'a pas du tout fonctionné et s'est même révélé dangereux compte tenu du nombre de voitures qui circulent sur cette route sinueuse avec de nombreux angles morts.
- L'impossibilité de pénétrer dans le phare. Sans forcément monter jusqu'au sommet, les personnes souhaitent voir l'intérieur du phare.

Un rapport de stage a été réalisé à l'issue de la mission pour aider la collectivité à avancer sur ce projet d'aménagement majeur.

La route représente un frein et un sujet d'angoisse, en témoignent les retours des enquêtes de satisfaction :

La quasi-totalité des personnes ayant répondu à l'enquête de satisfaction désire entrer à l'intérieur du phare, et nombreuses sont celles qui m'ont fait part de leur déception à la fin de la visite, pourtant jugée très instructive et complète : *“avoir la possibilité de voir l'intérieur constituerait une plus-value non négligeable et ajouterait encore plus de charme au site et à la visite”.*

La route/l'accessibilité



« C'est quand même audacieux d'envoyer une jeune guide sur un site pas aménagé, sale, pour faire une visite d'un phare sans avoir l'autorisation d'y pénétrer ! »

Enfin, la visite guidée du Cap Béar a été appréciée lors de la journée nationale des phares en octobre dernier

L'évolution des besoins et des attentes des visiteurs amène les acteurs du tourisme à devoir s'adapter à une nouvelle demande. C'est en proposant une offre touristique de qualité supérieure que nous pourrions renforcer l'attractivité et développer un tourisme durable.

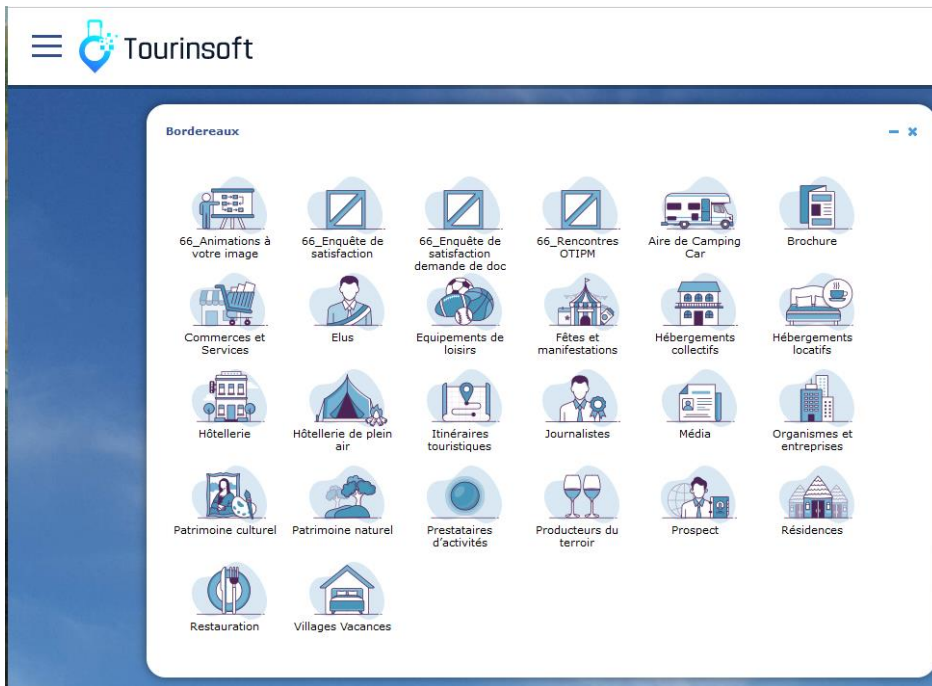
Pour cela, l'office de tourisme s'est organisé avec un accompagnement par filière avec des référents identifiés dans l'organigramme (et fiches de poste) qui sont garants de la saisie de la donnée texte et photos qui remontent dans la DATA TOURISME.

Une journée rencontre à Ene avec possibilité de visiter les monuments a été organisée avec l'ADT et d'autres partenaires pour sensibiliser à la labélisation des activités.

Les visites d'hébergements et les newsletters envoyés aux pros facilitent les échanges. Le taux d'ouverture est encourageant.

En 2021, l'Oti a conventionné avec des prestataires privés, publics et associatifs pour commercialiser et mettre en avant l'offre.

Enfin, l'office de tourisme s'est doté d'un observatoire, en partenariat avec l'office de tourisme de Collioure pour transmettre les prévisions de la saison à l'ensemble des professionnels et créer de nouveaux liens professionnels.



Durant l'hiver, chaque référent de filière met à jour l'ensemble des données présentes dans le SIT départemental Tourinsoft (Système d'Information Touristique), base de données qui alimente la plupart des sites des collectivités et des institutionnels.

Durant cette basse saison, en plus de mener à bien les projets structurants de l'OTI, les conseillers en séjour traduisent ces fiches en Allemand, catalan, espagnol, anglais pour préparer le retour des clientèles étrangères sur le territoire.

1. Filière pêche

Actions

- Suivi de la démarche de la CCI
- Echanges avec le Parc Marin
- Echanges avec les pêcheurs

Réalisation

Réalisation de portraits de pêcheurs diffusé sur la chaine youtube de l'OTI:
<https://www.youtube.com/watch?v=iAMRMHidWFE>

+ 2000 vues de ces portraits et retours des pêcheurs, partenaire Parc très positifs
 6538 pers touchées par Fb

Meilleure connaissance des conseillers en séjours sur cette filière et volonté des pêcheurs, du personnel du port de poursuivre ce travail de lien avec l'OTI

2. Déploiement de la filière oenotouristique

Actions

- Développement du label Vignoble et découverte
- Fascinant week-end
- Suivi du projet du Mas Reig
- Mise en place des apéritifs vigneron

Moyens mis en œuvre

- Responsable de la filière restauration/producteurs : Bettina BAUER
- Responsable filière hébergements, suivi des labels et accompagnement filières producteurs: Marie Odile CHABEL
- Marjorie GALANO pour le suivi et participation aux apéritifs vigneron
- Stagiaire 5 mois, Master tourisme, Helena POURRAIN pour la création des apéritifs vigneron, du Fascinant week-end, du recensement des viticulteurs et du Suivi du projet du Mas Reig

Evaluation

Projet parcours Mas Reig: travail avec le maitre d'œuvre sur le contenu de la visite et modèle économique. Objectif: ouverture du site pour octobre 2022 avec 1 personne à temps plein pour développer et commercialiser les produits oenotouristiques

Label vignoble et découvertes: recensement des viticulteurs réalisé/ newsletters de sensibilisation/ mise en relation avec la Fédé Tourisme de Terroir. Pb: coût du label (300€ pour 3ans et adhésion à la fédération

volonté de poursuivre ce travail de lien avec l'OTI par les vigneron

3. Suivi de la filière producteurs et restauration

-Accompagnement de la CC ACVI dans la mise en place de la carte My Cardora... relance des prestataires, publications sur la page fb lors d'événements type « fête des mères »

Mise à jour de l'ensemble des producteurs, restaurateurs, commerces de bouche dans la base de données Tourinsoft (base de données en open data départementales en lien avec la DATA tourisme, données nationales

Pour accompagner la réalisation de l'Euro Vélo 8 par le département et développer le tourisme hors saison, l'office de tourisme a embauché une stagiaire pendant 5 mois pour mettre en tourisme la filière vélo.

Ses missions étaient les suivantes:

- Développer la location de vélo sur les 3 BIT (Port-Vendres-Erne –Laroque-des-Albères) : installation des locations vélos, rédaction des conventions, suivi de la location, bilan ; création de boucles vélo au départ d'Erne et de Port-Vendres pour développer une offre vélo
- Suivre l'animation vélo : inauguration espace cycloport autour du Tour de France, la fête du vélo,
- Promouvoir: les hébergements labellisés accueil vélo/Communication sur les réseaux sociaux (Publications, photos, vidéos) /Construction de produits vélos.

Son travail, présenté et apprécié par les membres du comité de direction en septembre, a fait remonter les manques sur le territoire et les pistes d'amélioration.

Si les services de première nécessité sont présents sur tout le territoire, (premiers besoins du cyclotouriste), au niveau des équipements, où la sécurité est un atout majeur pour les touristes à vélo, il n'existe pas de consignes ni d'espaces sécurisés publics pour garer les vélos. De plus, en cas de panne vélo, ou de problème quelconque, il existe peu de réparateurs vélos sur le territoire, et aucun point d'auto-réparation n'existe sur le territoire.

Enfin, avec le boom des vélos électriques que vit l'année 2021, les bornes de recharges de vélos électriques doivent se multiplier.

Cependant en Pyrénées Méditerranée, seulement 6 sont majoritairement présentes dans les Albères. Elles ne concernent donc pas le flux touristique de la côte Vermeille.

Les cyclotouristes, dans l'organisation de leur itinéraire, prennent en compte ces critères qui peuvent être décisifs dans leur choix de destination.

Pour finir, la location vélo n'est pas optimale sur le territoire : il existe qu'un seul loueur privé et avant la saison 2021, un seul office de tourisme avait déjà fait de la location vélo.

Le manque d'aménagements limite fortement la volonté privée et force et de constater, que, malgré ce travail, il n'existe toujours pas de projet d'installation de privés sur le territoire Pyrénées Méditerranée.

11 hébergements sont labellisés accueil vélo dont 4 chambres d'hôtes, 6 meublés tourisme ainsi qu'un hôtel.

. 26 randonnées pour le cyclotourisme sont téléchargeables avec l'application gratuite GeoTrek Pymed, permettant répertorier toutes les randonnées en Pyrénées-Méditerranée dont les circuits cycloport qui dépassent le périmètre administratif de la CC ACVI.



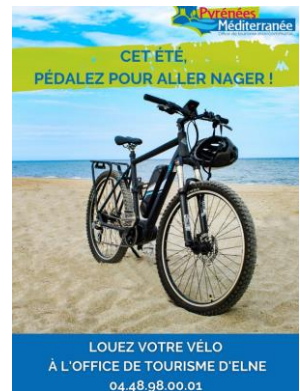
Vivez Mar i Munt* à Vélo !

Tarifs locations 2021

VTT CLASSIQUE		VTC ELECTRIQUE	
DUREE	TARIFS	DUREE	TARIFS
DEMI-JOURNEE	9 €	DEMI-JOURNEE	18 €
13 à 18 ans	7 €	JOURNEE	30 €
JOURNEE	14 €		
13 à 18 ans	12 €		

Venez dès à présent louer votre vélo à l'office de tourisme de LAROQUE-DES-ALBERES !

Informations et réservations au 04 48 98 00 09



La loi du 1er janvier 2018 demande aux commerçants équipés d'une caisse enregistreuse, d'un logiciel de caisse ou d'un système de caisse d'obtenir un certificat de conformité auprès de leur éditeur ou d'un organisme accrédité.

Afin d'homogénéiser et de répondre à la réglementation, l'OTI PyMed s'est doté en 2021 d'un logiciel de caisse centralisé. La régisseuse dispose ainsi d'un outil de contrôle permanent sur les 7 bureaux d'information et peut répondre à tout contrôle.

Une délibération a précisé le commissionnement effectué sur le volet billetterie.

Cet outil dispose d'un outil de vente en ligne avec gestion de la jauge et possibilité de placement, qui en période COVID, a facilité les municipalités pour l'organisation de leurs événements.

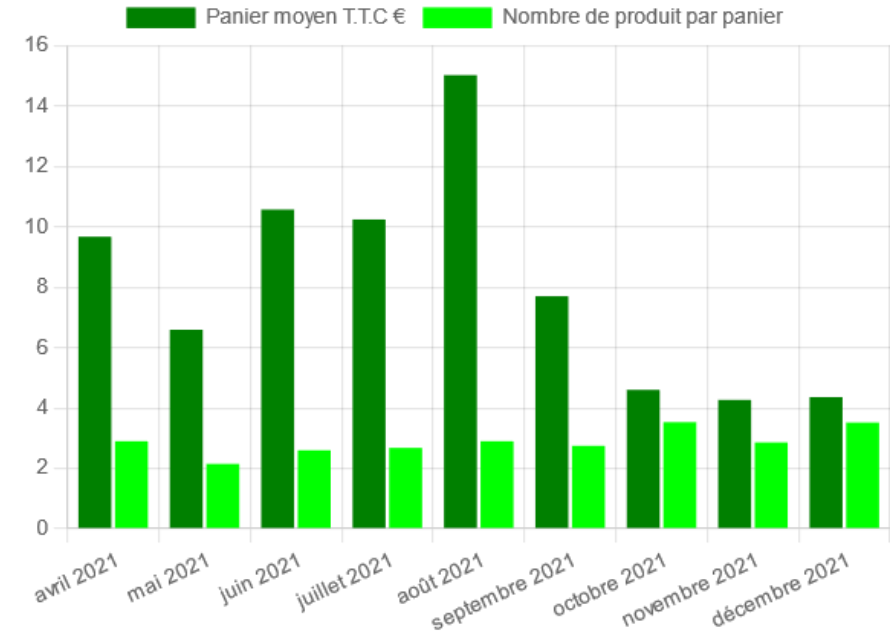
De même, les médiathèques se sont saisis de l'outil pour proposer des animations.

En parallèle, l'OTI s'est doté de TPE pour le paiement en cartes bancaires et a conventionné avec les prestataires, associations, etc.

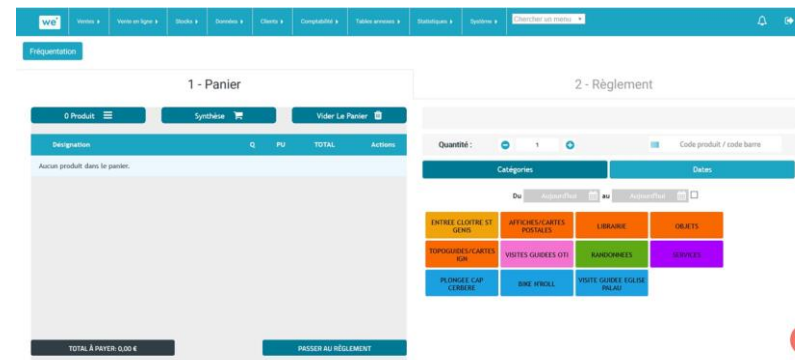
Ce travail nécessite du temps agent pour enregistrer et publier sur la boutique et aux comptoirs. C'est également le personnel de l'OTI qui prévient les organisateurs la veille du nombre de participants.

Enfin, c'est le personnel de l'OTI qui facture et donc rembourse les prestations aux organisateurs.

En 2022, il sera important de comptabiliser le coût agent sur cette nouvelle offre de service.



Magasin	Quantité	C.A. H.T.
LAROQUE DES ALBERES	3 845,00	16 774,35
ELNE	414,00	2 796,90
PORT-VENDRES	494,00	5 634,30
ST GENIS DES FONTAINES	5 539,00	10 715,40
SOREDE	974,00	2 449,61
ST ANDRE	856,00	3 127,91
CERBERE	41,00	154,76
TOTAL DU 01-01-2021 AU 31-12-20	12 163,00	41 653,23



Un travail d'inventaire et de saisi a du être réalisé pour rendre les caisses fonctionnelles pour la saison.

Cet outil va permettre de suivre l'état des ventes des articles présents dans les différents bureaux d'information et de faire un point chaque année sur les orientations à mener sur cette boutique.

Le rôle des résidents dans un territoire touristique



AOC Tourisme &

LE COMPTOIR DES LOISIRS

Choisissez... **Plongée** **Kayak** **Location de vélos**

...nous organisons... **Rallye** **Visites guidées**

Vous profitez ! **Billetterie**

L'Office de Tourisme s'occupe de vous !

COMPTOIR DES LOISIRS

Le comptoir des loisirs est un espace dans les BIT pour valoriser les activités présentes sur le territoire : activités de loisirs, évènements, animations, privées, publiques, associatives.

En se différenciant du terme d'office de tourisme, le but est de faire venir les habitants (ceux qui vivent ici et les résidences secondaires qui souhaitent profiter au maximum de leurs temps libre) dans cet écosystème pour créer une synergie entre pros, associations, collectivités et l'OTI.

Les habitants sont les ambassadeurs de la destination. Au vu du nombre de meublés sur le territoire, cette clientèle est essentielle dans l'économie touristique.

Les études montrent également l'impact des habitants dans la consommation des loisirs dans notre département. Ils reçoivent les parents, amis et deviennent ainsi des prescripteurs et des consommateurs de la destination.

	Quantité	C.A.
CLOITRE-STG-01	3 947,00	6 826,50
MAISON-STA-001	390,00	
Ateliers NINS	63,00	132,00
CLOITRE-ELNE-PASS2sites	49,00	385,00
CLOITRE-ELNE	51,00	199,50
MATERNITE_ELNE-2sites	46,00	
MATERNITE_ELNE	85,00	304,50
LES_NUITSICALES	242,00	2 290,00

	Quantité	C.A.
CLOITRE-STG-01	3 947,00	6 826,50
MAISON-STA-001	390,00	
Ateliers NINS	63,00	132,00
CLOITRE-ELNE-PASS2sites	49,00	385,00
CLOITRE-ELNE	51,00	199,50
MATERNITE_ELNE-2sites	46,00	
MATERNITE_ELNE	85,00	304,50
LES_NUITSICALES	242,00	2 290,00

	Quantité	C.A.
VKAYAKSOIR10/08	10	250,00
FESTIVAL FOLKLORE TAHITI	17	510,00
DANIELTOSI	7	84,00
DANIELTOSI	0	0,00
FRANCOISMOREL	191	2865,00
FRANCOISMOREL	8	80,00
MARIDELMARBONET	103	1545,00
ABOTHEASTANDRE	13	585,00
CHEVALIERDANSE	11	0
FESTIVALSTANDRE	305	2090
THEATREAOUTSTAN	350	5204
Programmation Mediatheque	200	
TOTAL	1 215,00	13 213,00

Le manque de temps et de moyen humain associé à la période COVID a été relevé lors de la réunion bilan WE LOGIN par les prestataires présents. L'équipe n'a pas pu tester les différents produits de la boutique. Néanmoins, cet outil est un bon support pour développer la connaissance auprès des différents public de la richesse et de la diversité de notre offre de loisirs.

C'est la réalisation en équipe des projets Retirada et Contrebandiers et leur aboutissement. C'est aussi la fréquentation qui a repris et la motivation du public. Et Geotrek qui est de plus en plus utilisé.

Mon intégration au sein de l'équipe durant cette première année! Le développement et aboutissement du projet avec les collègues autour du tourisme de Mémoire (Retirada, exil et contrebandiers) et le fait de pouvoir proposer des rando à thème aux particuliers et aux scolaires. On a encore des idées sous le coude pour continuer à développer ce tourisme de Mémoire sur notre territoire.

Welogin et le développement de notre comptoir des loisirs. Encore de la commercialisation à faire avec nos producteurs locaux pour proposer des ateliers, visites etc....

La collaboration avec nos stagiaires Master (Helena, Elisa, Emily et Ana), je trouve cet échange avec les nouvelles générations très intéressant et enrichissant (leurs nouveaux outils informatiques qu'elles partagent et que l'on apprend à utiliser, leur point de vue, certaines techniques etc.....).

Le retour à une certaine normalité au niveau du tourisme après les mois de paralysie totale durant la pandémie.

la mise en place de la randonnée de la retirada, des contrebandiers et exil ont été une source d'enrichissement et de plaisir. Il est intéressant de pouvoir proposer des randonnées sur la mémoire, les gens sont toujours intéressés et touchés. Les demandes ont repris leur bon train et les gens sont heureux de pouvoir venir à nouveau.

Le livret groupe m'a permis de le scinder pour le proposer en guide loisir pour les visites, activités, terroir pour compléter l'offre que nous pouvons proposer.

pour ma part trop de frustrations à gérer (ordinateur, accueil trop bruyant, problèmes avec Tourinsoft, Welogin, Aloa...alors j'ai été un peu (beaucoup) déçu (démoralisé quoi!) Mais je reste confiant pour le futur, avec un nouveau ordi en vue, le nouveau site Internet, les problèmes des logiciels qui sont en train d'être maîtriser, voir résolus. Pour passer au positif: je suis ravie que l'accueil physique est revenu pratiquement normal et que nos animations ont pu être enfin mises en place! je suis très contente déjà avoir rempli mon calendrier d'exposition jusqu'à fin septembre 2022. Afin, pour les traductions ce sont surtout les animations qui m'occupent. Comme il y a tous les jours les nouvelles rentrées sur Tourinsoft, et les nouveaux hébergements qui s'ajoutent.

c'est la réalisation des vidéos pêcheurs et également ma participation aux apéritifs vigneron j'ai adoré !!! ; et la sortie kayak dont cette activité n'est pas faite pour moi !

Ce qui a marqué les agents

Mise en place de Welogin et du comptoir des loisir qui permet de fédérer nos pros.
Réalisation de la carte rando et carte touristique

Le gros chantier du début de l'année a été la mise en place de WELOGIN beaucoup de lourdeur, travail dans l'urgence car déjà la moyenne saison commencée. Gestion de la boutique, inventaire et assurer le réassortiment des 7 BIT.

Dans la mission soirées gourmandes il y a eu de la mésentente entre les artisans. La filière Vélo et Terroir a été mis en lumière et force de proposition avec le travail des 2 étudiantes en Master 2 : Élisa et Hélène très efficaces qui ont apporté leur dynamisme, leurs idées et leurs disponibilités tout le long de la saison.

La création de la e-brochure Restauration OTI et la mise à jour régulière du Livret Accueil Vélo, téléchargeable et imprimable à la demande.

Les formations suivies notamment la rédaction de document socio-pros, e-brochure et tourisme durable ont été d'une aide certaine.

« la mise en place des ateliers ludiques à la Maison de l'art roman qui donnent, au patrimoine de Saint-André et à celui du territoire que l'on approche par la même occasion, une belle ouverture sur le public familial. Grâce à ma mission Communication, je garde un œil sur tout ce qui se fait au sein de l'OTI pour en faire la promotion et je dois avouer que je suis impressionnée par ce que notre petite équipe arrive à faire ! Ce n'est pas toujours facile car il faudrait bien souvent du renfort dans l'effectif... mais toute l'équipe est très motivée et fait son maximum ! Le plus compliqué parfois est d'arriver à tout suivre pour en parler au mieux !

J'apprécie particulièrement la richesse des échanges avec nos nombreux partenaires grâce au Comptoir des loisirs, aux apéritifs vigneron... Nous ne sommes pas une simple institution avec des bureaux d'accueil : nous créons des liens avec les gens d'ici. Et pour finir, je croise les doigts et les orteils pour que ce maudit virus-dont-on-ne-doit-pas-prononcer-le-nom » ou « Vous-savez-quoine refasse pas des siennes et nous permettent de mener à bien nos missions

Suite à la démarche entamée avec Catherine Lecomte, j'ai été agréablement surprise par les développements qui sont issus d'un cheminement qui aurait très bien pu s'avérer stérile. Ce travail a ouvert sur une nouvelle approche de notre mission qui nous met au cœur de l'activité touristique. Cela n'est pas de tout repos, et nous donne des responsabilités supplémentaires. Mais c'est là tout le challenge d'un pari réussi...

Comptoir des loisirs

Découvrir, bouger, réserver !

*On s'occupe de tout
... pour vous !*

Activités



En famille



Visites

