



# BILAN D'ACTIVITÉS

Office de Tourisme Intercommunal  
2020



# SOMMAIRE

1. Compléter et mettre à jour les éditions touristiques
2. **Fédérer les professionnels du tourisme et construire un réseau d'ambassadeurs**
3. Améliorer la qualité d'accueil et renforcer nos actions d'animation du territoire
4. **Conforter le positionnement marketing de l'OT et établir une nouvelle stratégie digitale**
5. Accroître les résultats des services commerciaux pour augmenter la part d'autofinancement de l'OT
6. **Participer activement aux projets menés à l'échelle du Pays Lauragais**
7. Travailler en étroit partenariat avec la Communauté de Communes Terres du Lauragais à l'application de la stratégie de développement touristique

2020  
COVID-19

L'année 2020 aura été marquée par la circulation du virus Covid-19. Les mesures sanitaires, les restrictions de circulation, les fermetures administratives, les interdictions de rassemblements (...) auront eu un impact important sur le plan d'actions 2020. Une adaptation a été nécessaire.



Réalisé



En cours /  
incomplet



LÉGENDE Non réalisé

# 1. Compléter et mettre à jour les éditions touristiques en adéquation avec le territoire de compétences de l'OT



Réédition du guide découverte en améliorant la visibilité de l'offre hébergement et restauration



Réédition et traduction des flyers destinés à valoriser les principaux sites d'attractivité du territoire  
Extension de la collection

- Moulin à 6 Ailes
- Loubens-Lauragais

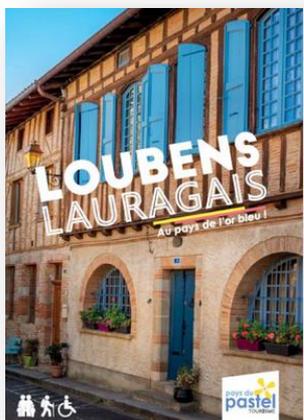


Création d'une nouvelle carte des itinéraires de randonnée de l'intercommunalité, intégrant les 4 nouveaux PR du secteur nord  
*(report labellisation boucle Del Blat al Molin)*

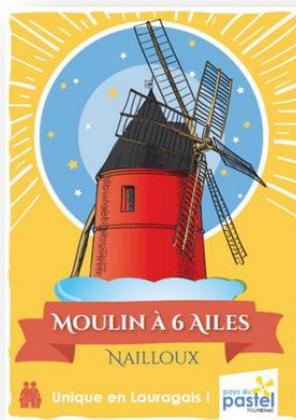
Ajustement des quantités éditées  
Adaptation de la traduction du guide en priorisant l'anglais seulement



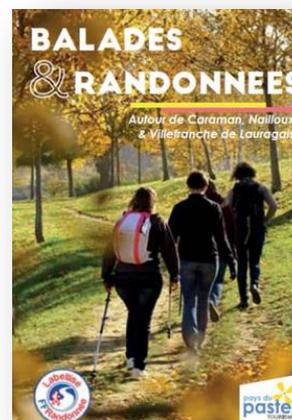
3500 ex



500 ex



1000 ex



4000 ex

# 5

Poursuite des visites des nouveaux prestataires de l'intercommunalité (1<sup>er</sup> trimestre)



nouveaux prestataires rencontrés



# 57

Mise à jour du guide du partenaire 2020



partenaires engagés

Révision des services offerts aux partenaires pour 2021 – nouvelles opportunités :

- Niveau classique
- Niveau Premium
- Amélioration visibilité
- Meilleure intégration des territoires voisins



# 11

accompagnements personnalisés

- site internet, Facebook, logiciels bureautique, outils Google, communication visuelle



Lien permanent avec tous les professionnels du tourisme

- Mailing envoyés régulièrement – suivi / veille actus Covid-19
- 1 visioconférence organisé pour préparer la reprise d'activité – échanges / conseils
- Echanges réguliers par mail ou téléphone
- Edition de fiches conseils : Bien communiquer / Adapter son offre commerciale / Mettre en place un protocole sanitaire

Partenaires :

- 3h gratuites d'accompagnement personnalisé pour compenser les ateliers numériques non réalisables

3<sup>ème</sup> édition Rencontres du Tourisme non réalisable

## 2. Fédérer les professionnels du tourisme et construire un réseau d'ambassadeurs



✓ **Nouvelle rubrique « Covid-19 »**  
Partages d'infos en lien avec l'évolution de la crise sanitaire (arrêtés / décrets / protocoles) + fiches conseils

✓ **Meilleurs indicateurs 2020 vs 2019**  
augmentation du nombre de pages par sessions (1,73 à 2,11) ; allongement du temps de visite par session (1:30 à 2:20) ; plus de pages vues (1155 contre 974)...



Bascule à mi-novembre sur le nouvel Espace Pro dédié > reprise des infos



Animation du site web pro



Mise à jour du kit d'accueil « clé en main »  
foire aux questions, listes d'informations, documentation...

5000  
sets de tables  
actualisés



Kit complet de l'hébergement touristique – report 2021



Ré-activation du groupe **Facebook pro**

Nouvel intérêt de cet outil en cette période de crise / besoin d'échanges

Création d'un **Webdoc**

Répertoire des offres, prestataires et activités adaptées pour « Voyager en toute sérénité »



# 3. Améliorer la qualité d'accueil et renforcer nos actions d'animation du territoire

**Audit Documentaire**  
Février 2020 **97,6 %**

**Visite Mystère**  
Juillet 2020 **95,58 %**



**Renouvellement de la marque**  
**Qualité Tourisme™**



+ 2 nouveaux prestataires labellisés

Rest. Mont Relais Gaillard

Camping Les Aillos

**Organisation de nouvelles manifestations sur l'intercommunalité et soutien aux événements structurants du territoire**

**Animation de points d'accueil hors les murs tout au long de l'année à l'occasion d'événements structurants**

**5** dates  
**4** communes  
**120** contacts

ANNULATION ET ADAPTATION DES MANIFESTATIONS ET VISITES

COVID-19



Réflexion sur la fréquence d'envoi et le contenu de la newsletter

Bon taux ouverture  
Intérêts : webdoc-Randos-animations  
Nouvelle charte fin d'année

# 4. Conforter le positionnement marketing de l'OT et établir une nouvelle stratégie digitale

Accompagnement dans la définition du positionnement marketing de l'OT sur la destination et développement de sa stratégie digitale autour de la marque Lauragais Tourisme



Mise en ligne 17/11/20

Site administrable en interne

Mise à jour des outils de communication liés

6 819 utilisateurs uniques  
2:23 min par session  
5+ pages par session  
45 139 pages vues  
(17/11 au 31/12/2020)



Un positionnement affirmé de la destination



Un outil moderne pour une communication ciblée



Une nouvelle charte graphique forte

Poursuivre la présence de l'OT sur les réseaux sociaux et dans la presse locale



2 articles blogs

22 articles de presse

3 interviews radio

1 émission TV

1 encart publicitaire



3 extraits du dossier de presse 2020



**4101** fans (+19%)



**1008** abonnés (+38%)

# 5. Accroître les résultats des services commerciaux pour augmenter la part d'autofinancement de l'OT



✘

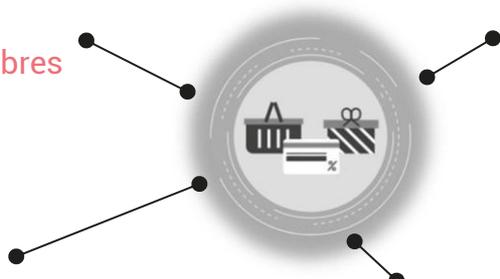
Indicateurs commerciaux	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Evolution 2020/2019
Chiffre d'affaires*	189 301 €	198 463 €	208 498 €	210 159 €	209 710 €	218 706 €	192 996,97 €	-12%
Panier moyen	22,18 €	23,34 €	23,04 €	23,81 €	25,41 €	24,88 €	19,11	-25%
Indice de vente	3,09	3,27	3,07	3,22	3,81	3,65	2,68	-28%



Développement du programme de fidélité et organisation d'opérations commerciales innovantes et génératrices de CA

**+197**  
nouveaux membres

**77**  
remises anniversaire



**2**  
Opérations fidélité

**64**  
remises fidélité



**715** fans (+6%)



Taux de satisfaction visites mystères **31,6%**  
(6 dans l'année)

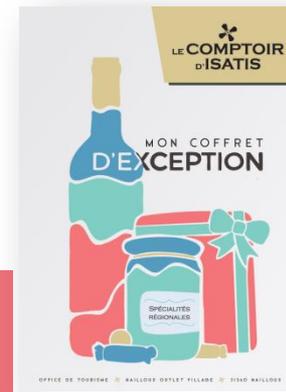


VENTES  
AUX PROFESSIONNELS  
& AUX COLLECTIVITÉS

- ✓ Nouveau flyer
- ✓ Offre annuelle

**CA : 26 350 €**  
(+36,5%)

**COVID-19**  
solution pour de nouvelles collectivités



- Fermeture administrative mi-mars à juin + novembre 2020
- Possibilité d'animations / dégustations réduites
- Gestion du flux limité + Nouvel aménagement des espaces

# 5. Accroître les résultats des services commerciaux pour augmenter la part d'autofinancement de l'OT

✘ CA global **21 110 €** (-54%)  
dont Marge globale **8 834 €** (-39%)

Part groupes : CA = 4 775 € (-70%) ; Marge : 3 064 € (-74%)

- Groupes
- Visites guidées individuels
- Billetterie
- Services aux prestataires



Programmer 1 à 2 newsletters annuelles adaptées aux différentes cibles de clientèle

Meilleur référencement de l'offre sur le web et les outils de l'accueil

Promouvoir de façon originale l'offre groupes ✘

Promotion et/ou commercialisation de l'offre groupes via des partenaires institutionnels et privés



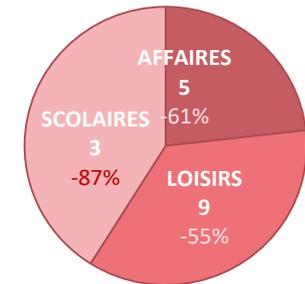
Mise à jour des brochures pas de réimpression en 2020 (stock 2019)

Développer une nouvelle offre de services à la clientèle individuelle

Préparer la révision de la grille tarifaire 2022

Renforcer la promotion des prestataires touristiques proposant une offre groupe

<https://www.lauragais-tourisme.fr/groupes/>



# 17

Groupes accueillis (-70%)

- Confinement durant les périodes propice aux groupes
- Annulation de toutes les sorties scolaires
- Restrictions sur les déplacements et les rassemblements pendant plusieurs mois
- Formations en présentiel fortement réduit (impact location de salle)

# 6. Participer activement aux projets menés à l'échelle du Pays Lauragais

Suivi des porteurs de projet du territoire sélectionnés pour prétendre à l'obtention du label « Bistrots de Pays »

La Source à Caignac



Promotion du label « Bistrots de Pays »  
Rando-Bistrot 26/09



Diffuser des outils de communication



Jeu-Concours Facebook



Participer activement aux actions évènementielles portées par le Pays Lauragais



Suivi de la mise en place des « Apéros de Pays » et labellisation du Comptoir d'Isatis



Renouvellement de la photothèque

COVID-19



Fin des outils communs :  
Application mobile & Page Facebook



Réflexion en cours au sein du PETR pour la nouvelle communication commune sur le volet tourisme



Migration de la marque Lauragais Tourisme et du site web [www.lauragais-tourisme.fr](http://www.lauragais-tourisme.fr)

# 7. Travailler en étroit partenariat avec la Communauté de Communes Terres du Lauragais à l'application de la stratégie de développement touristique



**Respirez, c'est la campagne !**

Revenons aux **choses simples** qui nous procurent un bonheur à la fois simple et immense, comme sentir la terre argileuse coller aux semelles sur les **chemins de randonnées**, flâner sur un **sentier autour d'un lac** reflétant un ciel bleu et relaxant, ou glisser sa main entre les épis dorés de blés en une belle fin de journée d'été !

Mise en avant des APN

Déconfinement

Webdoc

CARTE DES BALADES & RANDOS



**Promotion des nouveaux sentiers de randonnées du secteur nord**

Le Castrum de Caraman  
La Boucle du Dagour  
La Boucle des 2 Châteaux

Carte de randonnées mise à jour  
(4 000 exemplaires)

## TAXE DE SÉJOUR

Maîtrise de la plateforme

Reversement important de AirBnB

Veille juridique + évolution loi finances

# 45 300 €

Montant collecté en 2020 (-4%)

### Suivi des porteurs de projets touristiques publics et privés

- Maison de Renneville
- Minoterie de Gardouch
- Hébergement haut de gamme Rieumajou
- Château de Roquefoulet
- Station de pompage et moulin Le Faget
- APN M. Phelep
- Autres hébergements

> Mise en place des projets retardés avec la situation covid

COVID-19

✘ Soutenir les actions touristiques sensibles au développement durable

Améliorer la communication sur les actions de l'OTI auprès des communes

