

TOURISME

Chiffres & tendances 2021 / 2022

Office de Tourisme Intercommunal Moissac - Terres des Confluences



01 l'office de tourisme intercommunal



la Stratégie autour de 4 axes

Développer le conseil éclairé

- 1- pour mieux informer et faire du « sur mesure »
- 2- pour faire consommer mieux, pour transformer un excursionniste en séjournant, pour faire rayonner sur le territoire, pour fidéliser
- 3- pour engendrer plus de recettes

Développer le numérique

- 1- pour répondre à la mutation numérique
- 2- pour la conquête de nouveaux publics
- 3- pour mieux conseiller et répondre aux attentes des clients
- 4- pour mailler le territoire

Développer la touristicité

- 1- pour renforcer le travail collaboratif avec nos partenaires
- 2- pour augmenter la qualité de l'offre
- 3- pour être à l'écoute de la mutation du marché

Développer l'attractivité & l'autofinancement

- 1- pour proposer de nouvelles thématiques et répondre aux attentes des clients
- 2- pour montrer notre « force de proposition » et notre capacité d'adaptation
- 3- pour développer les marges de manœuvre

le Programme les Actions

Marque Qualité Tourisme, démarche de progrès

Accueil / Déménagement de l'OTI
accompagnement PETR Adefpat

Connaître, caractériser, qualifier l'offre et la « réenchanter », Eductour terrain.
Renforcer la prescription et la force de vente des CS

Aller aux flux des visiteurs / SADI
Poursuivre les actions « hors les murs »
Partenariats Relais d'Information Touristique
Présentoir support documents dans les Mairies

Animation du **réseau des Ambassadeurs**

Déploiement de la BDD APIDAE
Apitour, Edit Yourself, place de marché Elloha

Animation webapp « les Chuchoteurs »
actions de communication

Site Internet & Réseaux sociaux
Stratégie Numérique agence Quatrys
Mises à jour, intégration de nouvelles fonctionnalités.

Déploiement des outils numériques suite au diagnostic de la stratégie numérique

Animation du maillage numérique
Wifi territorial, internet de séjour

Services et conseils partenaires socioprofessionnels : ateliers, outils de communication numérique, outil de calcul de la taxe de séjour ...
Faire de chaque partenaire un relais d'accueil

Poursuivre la mise à jour et la qualification de l'offre des prestataires :
mâj BDD qualification de l'offre

Promotion de la destination :
- Grands Sites d'Occitanie/Sud de France
- **Refonte des Editions, Agence de communication Vent d'Autan**
- Promotion & Salons
grand public, micro-marché, ...

Développer l'offre de produits pour la cible « individuelle » : **Pass tourisme ; visites à thèmes**
Repositionner le Service Réceptif suite à la crise

Développer l'axe « sport - bien être » et déployer l'**offre d'itinérance** (randonnées, cyclo, ...)

Poursuivre le déploiement de la boutique mise en avant des produits locaux

Développer la prescription / force de vente des CS

Accompagner les socioprofessionnels pour la collecte de la Taxe de Séjour

Services Internes Ressources Humaines - Travail en mode collaboratif - mode projets
formations internes et externes, outils de management par la qualité

EN RÉSUMÉ, L'ORGANISME INSTITUTIONNEL DE TOURISME, C'EST POUR SON TERRITOIRE ET SA COLLECTIVITÉ :



1 UN RÉFÉRENT
DE PROXIMITÉ



2 UN PARTENAIRE
DE CONFIANCE



3 UN APORTEUR
D'AFFAIRES



4 UN STIMULATEUR
DE CROISSANCE



5 UN DÉVELOPPEUR
DE PROJETS



6 UNE VITRINE
DU TERRITOIRE
EN FRANCE ET À L'ÉTRANGER



7 UN GÉNÉRATEUR
ET RÉGULATEUR DE FLUX



8 UN ACCÉLÉRATEUR
D'INNOVATION



LES 5 FONDAMENTAUX

de la relation entre l'organisme institutionnel du tourisme et sa collectivité

À l'origine de la création de l'organisme institutionnel de tourisme, il y a une collectivité qui décide de ses missions, de son statut et des moyens qui lui sont confiés.

1. UNE ENTENTE PRIMORDIALE : le binôme présidence / Direction

Dans la relation d'un organisme institutionnel de tourisme avec sa collectivité, **UNE RESPONSABILITÉ PARTICULIÈRE** repose sur le bon fonctionnement du binôme

DIRECTION

PRÉSIDENCE

Une **COLLABORATION PRIMORDIALE**, le/la Président(e) se doit d'être acteur de la stratégie et porte-parole des actions de l'organisme institutionnel de tourisme auprès des élu(e)s et des socio-professionnels.



2. LA FORME JURIDIQUE : un choix stratégique

Le statut juridique de l'organisme institutionnel de tourisme est déterminé par sa collectivité de tutelle.

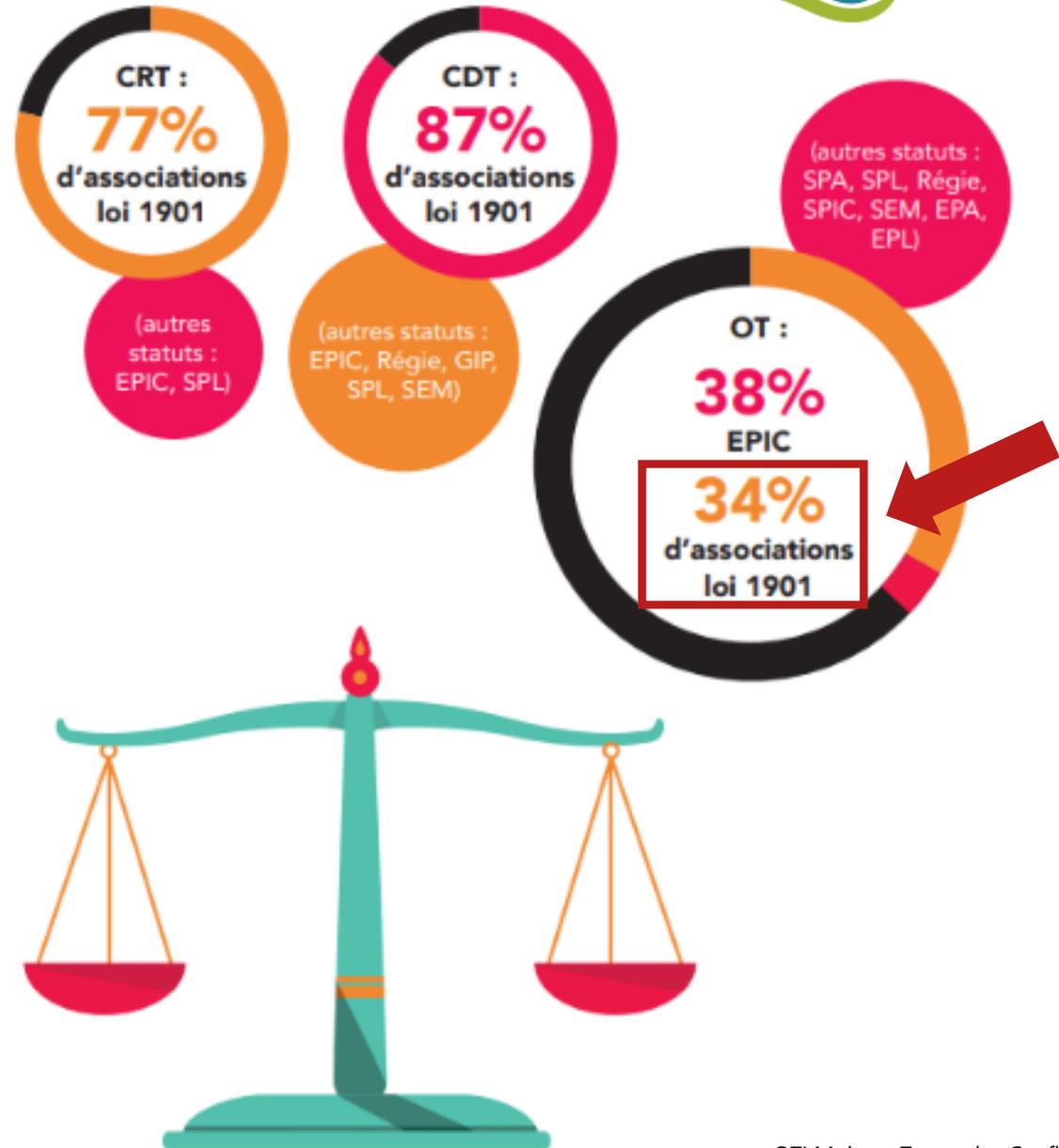
Dans ce choix, celle-ci doit tenir compte de la nature des missions déployées par l'organisme, du mode de gestion choisi et des moyens confiés à la structure.

EN GESTION PUBLIQUE :

- ▶ Etablissement Public à Caractère Industriel et Commercial (EPIC)
- ▶ Régie gérant un SPIC (Service Public Industriel et Commercial) ou un SPA (Service Public Administratif)
- ▶ une SPL (Société Publique Locale).

EN GESTION PRIVÉE :

- ▶ Association loi 1901
- ▶ SEML (Société d'Economie Mixte Locale)



3. LA CONVENTION D'OBJECTIFS ET DE MOYENS : un outil au service de la gouvernance



OFFICE DE TOURISME
MOISSAC-TERRES DES CONFLUENCES

Les **OBJECTIFS** et les **MOYENS** consacrés aux missions de l'organisme institutionnel de tourisme sont définis par une **CONVENTION d'OBJECTIFS** passée avec la collectivité territoriale dont dépend l'organisme institutionnel de tourisme.

I – OBJET DE LA CONVENTION

La présente convention a pour objet :

- De définir le contenu des missions de service public déléguées par la CC Terres des Confluences à l'office de tourisme ;
- De fixer les objectifs à atteindre par l'office de tourisme dans le cadre de ses missions,
- De définir les moyens consacrés par la CC Terres des Confluences à la mise en œuvre des missions ;
- De déterminer les modalités de suivi des actions mises en œuvre par l'office de tourisme.



PREAMBULE

En tant qu'autorité organisatrice du service public touristique sur son territoire et conformément aux articles L133-1 et suivants du Code du tourisme, la CC Terres des Confluences a institué sous forme associative, un office de tourisme communautaire « Office de Tourisme Intercommunal MOISSAC – TERRES DES CONFLUENCES » par délibération en date du 24 janvier 2017, créé à partir des structures touristiques préexistantes (Office de tourisme de Castelsarrasin, Office de tourisme de Moissac et Office de tourisme de Saint Nicolas de la Grave) ;

4. LE SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE : stratégie et programme d'actions

LE SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

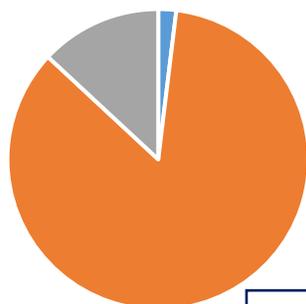
définit les actions à mener en matière
de tourisme pour les années à venir.



Il donne à l'ensemble des acteurs
d'une destination une **LISIBILITÉ**
DU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE
souhaité et des actions à mener.

5. LES SOURCES DE FINANCEMENT : bonne maîtrise et diversification

Les recettes de subventions ne sont plus l'unique source de fonctionnement d'un organisme institutionnel. Aujourd'hui, plus que jamais, l'organisme institutionnel de tourisme diversifie ses **SOURCES de FINANCEMENT** : partenariats, production et commercialisation, gestion d'équipement, taxe de séjour.

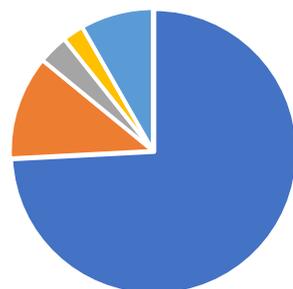


RECETTES 2022

- VENTES DE PRODUITS FINIS, PRESTATIONS DE SERVICES
- SUBVENTIONS DEMANDEES
- AUTRES PRODUITS

Répartition des recettes année référence 2019

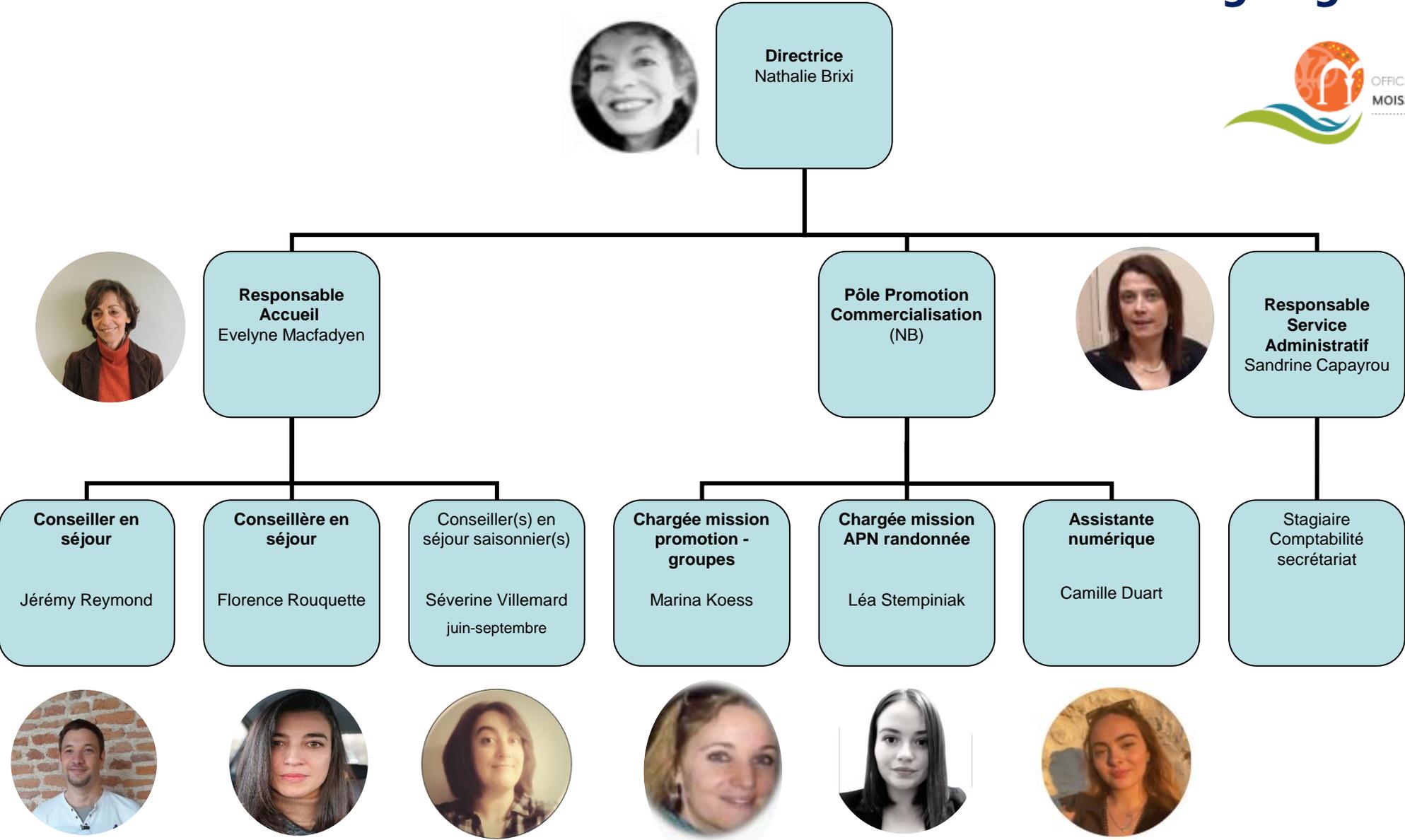
- A: SUBVENTION TUTELLE
- B: TAXE DE SEJOUR
- C: REVENUS DE L'ACTIVITE COMMERCIALE
- D: AUTRES SUBVENTIONS
- E: VALORISATION DES INVISIBLES
- H: AUTRES RESSOURCES



DEPENSES Actions 2022

- ACCUEIL
- NUMERIQUE
- COMMUNICATION/PROMOTION/SOCIAUX PRO
- RECEPTIF ET GROUPES
- GRANDS SITES D'OCCITANIE
- ATTRACTIVITE/ITINERANCE
- GESTION
- FRAIS GENERAUX
- IMPREVUS

Organigramme 2022



02 focus sur le territoire, les tendances, & les chiffres clés



LE TOURISME EN FRANCE, C'EST ...



8% du PIB

(soit plus que l'industrie, l'automobile, l'énergie ou l'agriculture)



ET **35%** **DU PIB**
JUSQU'À de certains territoires



+ DE 5000 **ÉTABLISSEMENTS**
détenteurs de la marque **Qualité Tourisme®**

85.000 KM
D'ITINÉRAIRES
de promenade et de randonnée



TOUS LES CHEMINS

MÈNENT

ICI!



OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL
MOISSAC-TERRES DES CONFLUENCES
1, boulevard de Brienne • 82200 Moissac
Tél. : 05 32 09 69 36
accueil@tourisme-moissacconfluences.fr
www.tourisme-moissac-terresdesconfluences.fr

- GR65 - Chemin de S' Jacques de Compostelle
- Vélo voie verte du canal des 2 mers (Canal latéral à la Garonne)
- Office de Tourisme & Relais d'Information Touristique
- Abbaye Saint-Pierre, cloître et abbatielle (Classé au Patrimoine Mondial de l'UNESCO)
- Grands Sites Occitanie
- Classés plus beaux villages de France
- Patrimoine
- Point de vue
- Port
- Pigeonnier
- Musée
- Puits
- Artisans d'art
- Station Verte
- Vergers
- Château privé
- Gastronomie
- Base de Loisirs & piscines
- Eglise
- Château d'eau peint
- Moulin
- Lavoir

Chiffres clés en 2021

- ❖ 2 091 = capacité d'hébergement de la zone géographique TDC
- ❖ 56 000 € montant taxe de séjour 2021
- ❖ 14 977 visiteurs OTI « dans » et « hors les murs »

L'OTI...

- ❖ Classé en Catégorie 1
- ❖ Marqué Qualité Tourisme
- ❖ Label Accueil Vélo



Chiffres clés en 2019

Moissac - Terres des Confluences - les cibles

Pèlerins et marcheurs



Le Chemin de Saint Jacques, un atout majeur
(+16.500 marcheurs/an)

Cyclotouristes



La Vélo Voie Verte, autre atout majeur
(+96.000 passages/an)

Plaisanciers



Le Canal des 2 Mers, colonne vertébrale
(4.000 bateaux en navigation)

Excursionnistes



Le cloître de Moissac, site touristique emblématique
(62.000 visiteurs/an)

56 063 €
reversion taxe de séjour 2021
Estimation des nuitées
sur le territoire TDC 2021
à partir de la taxe de séjour collectée
75 000/ 80 000 nuitées

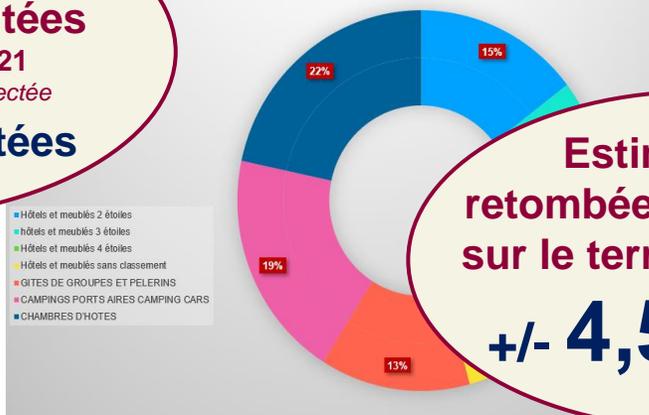
56€
par nuit
et par personne
c'est la dépense journalière
moyenne d'un touriste
français en Occitanie
(trajet compris).



de dépense moyenne par jour pour un touriste français selon l'enquête régionale 2019 sur les comportements, la satisfaction et les dépenses des visiteurs en Occitanie (47€ hors trajet). Cette dépense moyenne se situe à 72€ par jour en hébergement marchand (62€ hors trajet) et 43€ en hébergement non marchand (33€ hors trajet).

Source : CRTL Occitanie

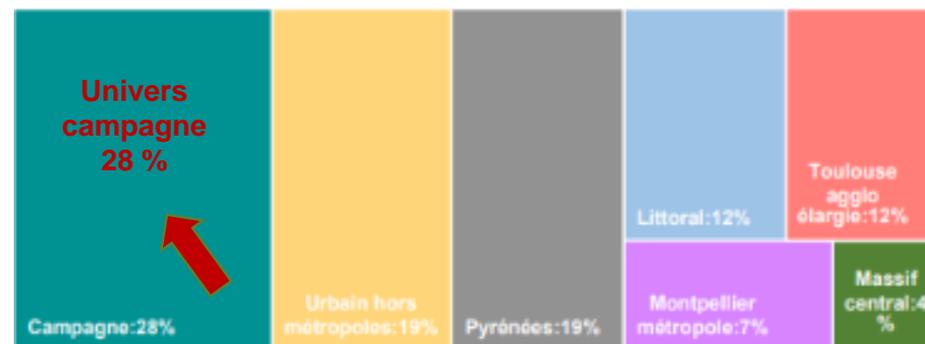
Répartition estimative de la fréquentation des nuitées en pourcentage par catégorie d'hébergements sur Terres des Confluences



Estimation des retombées économiques sur le territoire TDC 2021
+/- 4,5 millions €

Tendances & Conjoncture

Occitanie - Vacances d'hiver 2022 -
Répartition des nuitées touristiques globales par univers
(Source : FluxVision)



OTI
chiffres

Réceptif 2022 au 19/05/22
- 44 groupes confirmés
- 18 groupes en option

	Fréquentation 2021	Fréquentation 2022	Évolution %	Français 2021	Français 2022	Etrangers 2021	Etrangers 2022
JANVIER	157	253	+ 61,1%	152	246	5	7
FEVRIER	318	500	+ 57,2%	315	486	3	14
MARS	259	550	+ 112,4%	255	499	4	51
AVRIL	298	1056	+ 254,4%	235	875	3	181

	Site internet 2021 sessions	Site internet 2022 sessions	Site internet 2021 pages vues	Site internet 2022 pages vues
	2 379	2 397	6 855	4 683
	3267	2 675	7 315	6 408
	1459	2 519	3 059	5 528
	838	1 991	1 767	4 104

2022	CIRKWI consultations	CIRKWI téléch. GPX	CIRKWI PDF
JANVIER	224	24	41
FEVRIER	315	32	55
MARS	126	4	2
AVRIL	195	18	46



Réseaux Sociaux
FACEBOOK Moissac - TDC
janvier-avril 2022
3 983 amis 54 posts

Tendances & Conjoncture 2021

Nuitées touristiques

457K

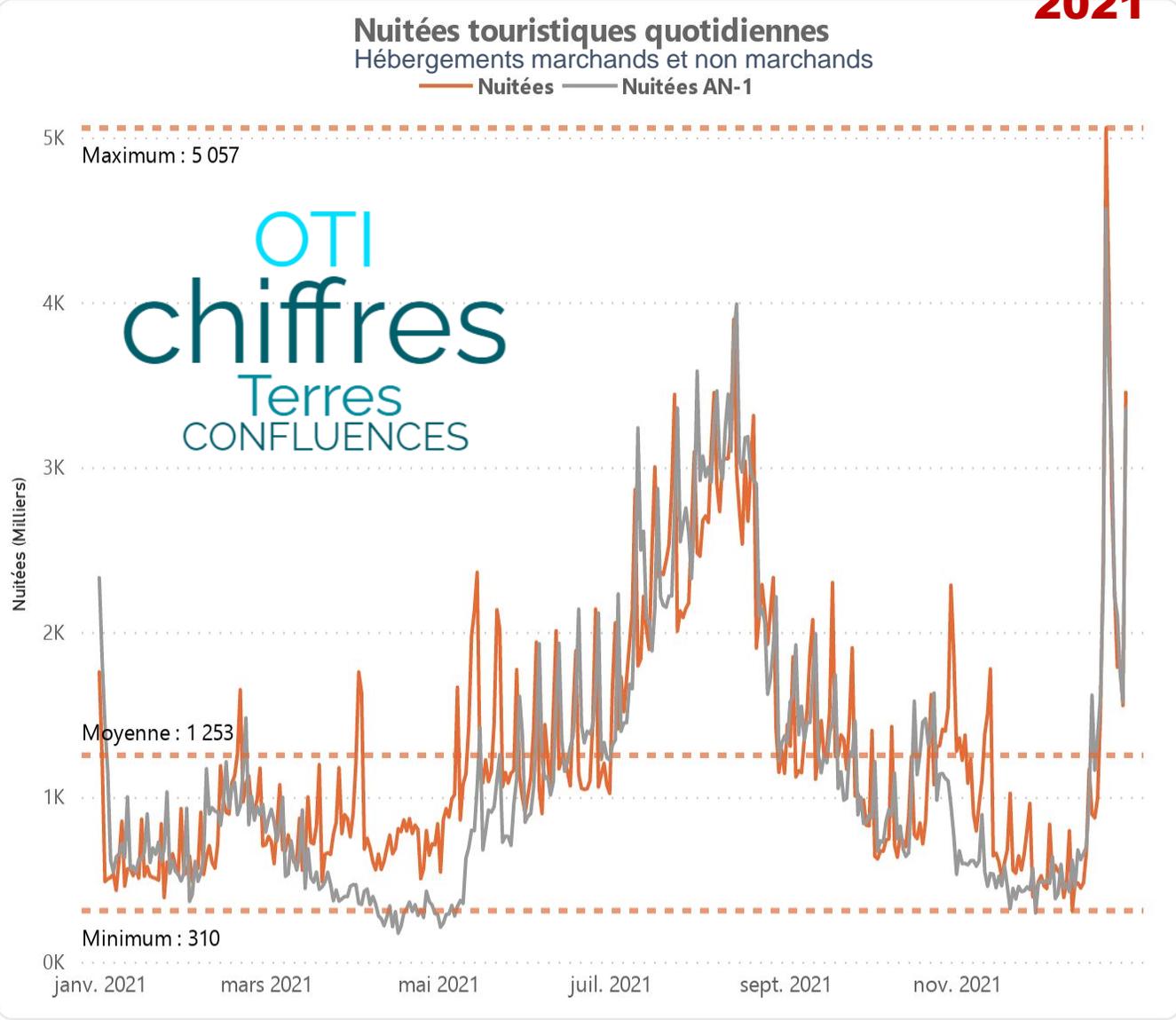
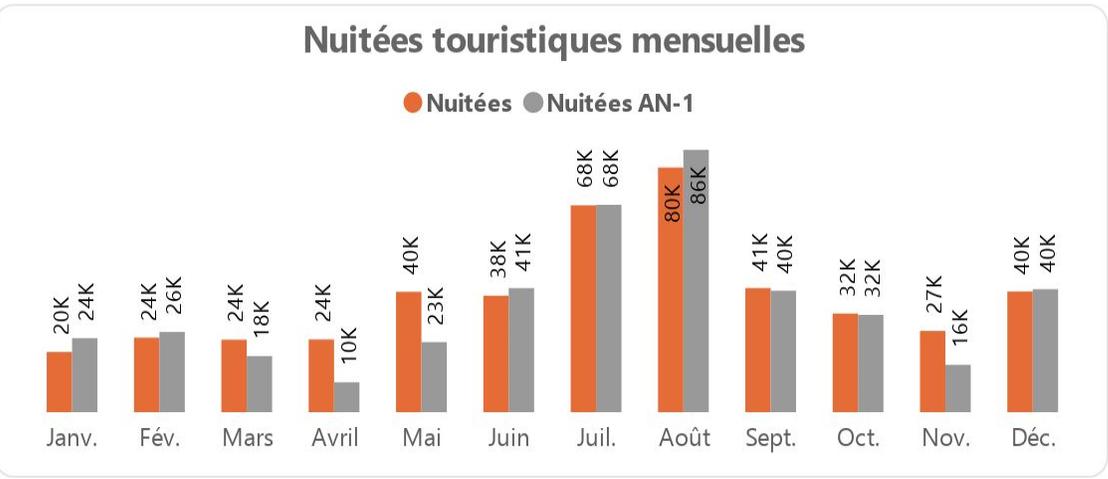
Moyenne par jour

1K

Evolution AN-1

7,74 %
% évolution

32 849
Différence



70%



des Français prévoient de partir en vacances et/ou week-end au cours du printemps 2022 (d'avril à juin)

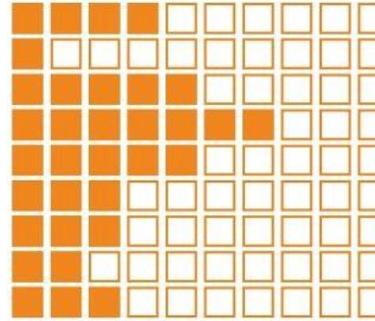
2,2 séjours entre avril et juin

10,6 jours en moyenne hors de leur domicile

jours en moyenne hors de leur domicile

PRINTEMPS 2022 (d'avril à juin) : LES FRANÇAIS PRENNENT LA CLÉ DES CHAMPS

20% des Français* n'ont pas prévu de partir au printemps, parce que...



- ...la situation sanitaire est encore trop instable
- ...le contexte géopolitique est trop instable
- ...le prix du carburant est trop élevé
- ...ils ne sont pas sûrs d'en avoir les moyens financiers
- ...ils n'en éprouvent pas le besoin, sont bien chez eux
- ...ils ont prévu de partir à une autre période
- ...ils veulent être présents pour les élections
- ...ils n'ont pas de congés à cette période
- ...pour des raisons personnelles

0%

50%

* Et 10% des Français ne savent pas encore s'ils partiront au cours du printemps

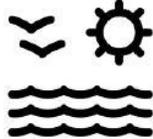
Intentions de séjour



89% séjours en France

35%

séjours à la mer



29%



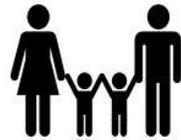
9%



24%

42%

séjours en famille



37% séjours en couple



11%



10%

29%



à l'hôtel



chez les parents et amis

23%

16%



en location



en camping

9%

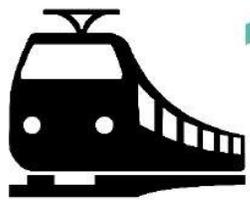
71%

des Français prévoient de partir en vacances cet été



34%

Parmi eux, 34% ne savent pas encore où ils partiront.



14%

séjours réalisés par train, 63% en voiture

Enquête réalisée auprès de 4 013 Français représentatifs de la population Française du 24 au 29 mars 2022
ADN Tourisme et 13 CRT Métropolitains

ADN
Tourisme

Pour tous, les vacances doivent être synonyme de plaisir et notamment de plaisir personnel

Prendre le temps

S'évader

Sortir du quotidien

Se détendre

Se faire plaisir

Se relaxer

Profiter

Se ressourcer

Lâcher prise

Prendre du temps pour soi



En vacances on prend le temps avec tout le monde, pour soi. C'est se poser, ne pas tout le temps regarder sa montre. Famille

C'est une vraie détente, on ne se soucie de rien, on peut visiter dans le séjour mais c'est pas la priorité c'est surtout de se détendre sans se poser de question pas de nettoyage, pas de cuisine à faire – Famille

Pour moi, les vacances c'est la détente, le farniente, le repos, la décompression – Actif

Tendances & Comportements des visiteurs



Convergences Touristiques 2022
du 8 au 10 novembre 2021 La Grande Motte

L'exploration des différents types de vacances a permis de confirmer un certain nombre de besoins « génériques » s'organisant autour de 8 grandes thématiques



**Détente
& Relaxation**



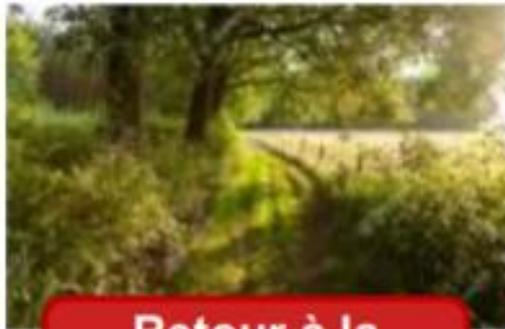
**Confort
& Bien-être**



**Dépassement
& Déconnexion**



**Découverte &
Enrichissement**



**Retour à la
Nature**



**Convivialité &
Partage**



**Sport &
Sensations**



**Divertissement
& Loisirs**

5 grandes facettes de vacanciers avec des besoins & attentes spécifiques

- Les vacanciers ont chacun **plusieurs facettes**. Ils peuvent **passer de l'une à l'autre** selon leurs envies du moment, le type de vacances qu'ils désirent, la période de l'année, leurs accompagnants...



Les Farniente



**Vacances ,
J'oublie tout !**



Les Hyperactifs



**Un planning
rempli pour
découvrir et se
divertir**



Les Sportifs



**Se reposer
mentalement,
S'activer
physiquement**



Les Explorateurs



**Une ouverture
vers un monde
inconnu**



Les Casaniers



**Le confort de la
routine**



OFFICE DE TOURISME
MOISSAC-TERRES DES CONFLUENCES



NOTRE
ENGAGEMENT



MOISSAC
LAUZERTE
AUVILLAR

Le Moulin de la Théoule, Un Moulin sacré

Ce Moulin, a été construit entre 1480 et 1520 sur la rive droite de la Gimone, par les moines cisterciens de l'Abbaye de Belleperche. Dépendance de la prestigieuse abbaye, il servait à moudre la farine de Belleperche, qui possédait un vaste territoire agricole de 8000 hectares. Ce moulin est unique car contrairement aux moulins médiévaux construits en bois, celui-ci est en brique et présente une architecture fortifiée.

Il possède deux tours échauguettes en encorbellement et trois meurtrières.

Photo Elsa & Cyril 2021