



Rapport d'activités 2022

Les chiffres-clés 2022 de la fréquentation touristique

NUITEES TOURISTIQUES



220 millions

Nombre de nuitées touristiques pour l'année
En hausse de 6% par rapport à 2019



66%

Poids des nuitées françaises
Identique à 2019



55%

Poids des nuitées pendant les vacances
scolaires



1,7 million de nuitées

Nombre maximum de nuitées journalières
enregistré les 6 et 13 août



0,2 million de nuitées

Nombre minimum de nuitées journalières
enregistré mi-janvier



+8%

Record de progression des nuitées françaises
enregistré sur la campagne entre 2022 et
2019



+13% et +11%

Records de progression des nuitées
étrangères enregistrés sur le littoral et
Montpellier Métropole entre 2022 et 2019



+36%

Hausse des nuits louées dans le locatif en
plateforme entre 2022 et 2019 (Airbnb, Vrbo)



+9%

Record de progression des nuitées françaises
dans l'hôtellerie de plein air entre les saisons
2022 et 2019

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

Sources : FluxVision Tourisme/Orange Business, AIRDNA, INSEE

2022 a été marqué par une très belle saison touristique. Le niveau de fréquentation a rattrapé, voire dépassé 2019, notre année de référence jusqu'à présent. Les défis qui

sont désormais devant nous, ne sont pas tant de retrouver nos visiteurs que de construire le tourisme de demain. Celui-ci doit désormais faire preuve d'adaptabilité pour répondre aux enjeux climatiques, environnementaux et sociétaux.

En 2022, le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs est plus que jamais engagé pour développer l'attractivité de l'Occitanie en tant que destination responsable. Le lancement du concept de l'Occitanie Rail Tour - qui verra sa mise en œuvre en 2023 - en est un exemple ; tout comme le travail autour des labélisations ou encore la mise en place du partenariat avec l'Ademe.

C'est donc avec beaucoup de plaisir que je vous présente dans ce document les très nombreuses actions mises en place tout au long de l'année par le Comité régional du tourisme et des loisirs.

Veille permanente sur l'activité touristique et les souhaits des clientèles, opérations marketing et d'accompagnements des filières et clubs, conception et déploiement de la communication et de la promotion, démarches de sensibilisation et d'accompagnement, suivi administratif et financier sont autant de sujets sur lesquels les équipes du CRTL interviennent. Ces actions sont menées au quotidien, avec une ligne de conduite ancrée dans les valeurs du CRTL, celles de la co-construction, du travail collectif et partagé.

Grâce à l'engagement de tous les acteurs, le tourisme en Occitanie est un élément fort et essentiel de l'attractivité de notre région. La poursuite et l'accélération de notre positionnement, notamment, en matière de mobilités douces, et décarbonées, permettra à notre destination d'être innovante, résolument tournée vers le tourisme de demain plus inclusif et respectueux.

Je vous remercie toutes et tous pour votre engagement pour faire de l'Occitanie, la destination du tourisme positif. Vous pouvez compter sur ma pleine et entière mobilisation.

Vincent GAREL
Président du Comité Régional
du Tourisme et des Loisirs



Sommaire

Les chiffres-clés 2022 de la fréquentation touristique en Occitanie	4
Les faits majeurs 2022	5
Les récompenses du CRTL Occitanie pour ses actions 2022	6
Les comptes 2022 du Comité Régional du Tourisme et des Loisirs Occitanie	8
Pôle Ressources	10
Les alternants prennent la parole	12
Pôle 3D Information, Observation, Professionnalisation et Innovation	14
Pôle Qualité & Transition	20
Pôle Marketing & Attractivité	26
Pôle Communication & Rayonnement	32
Parcs Naturels d'Occitanie	38
Fond Occ'Ygène : les Mécènes Fondateurs du Fonds du tourisme et des loisirs en Occitanie	39

Les faits majeurs 2022

Janvier

Accueil au CRTL du Pôle Qualité et Transition en poste jusque-là à l'agence AD'OCC.

Février

Le CRTL est distingué aux Travel d'or dans la catégorie « destination française ». Une récompense qui valorise tout le travail engagé en faveur du tourisme durable en Occitanie.

Mars

Recrutement d'une chargée de mission mobilité avec le soutien de l'ADEME, afin de favoriser le développement d'une mobilité décarbonée et douce en faveur de tous les publics.

Avril

Annonce des résultats par l'association Terragir du label Pavillon bleu lié à la propreté des eaux de baignades (plages) et des ports : l'Occitanie, 1ère région française en nombre de sites labélisés.

Mai

Recrutement d'un chargé de mission « événements sportifs » afin d'accompagner les 57 sites labélisés « Terre de Jeux » pour l'accueil d'équipes nationales en préparation des Jeux olympiques de Paris 2024.

Juin

Le CRTL reçoit le 1er « Trophées Horizons » décernés par ATD (Acteurs du Tourisme Durable) avec le soutien de l'ADEME, du ministère des Affaires Étrangères et de l'Echo Touristique, qui récompense les plus belles initiatives engagées dans le tourisme durable. Le CRTL, est lauréat 2022, pour le dispositif « Occ'Ygène » valorisant le tourisme de proximité.

Juillet

Tournée des sites touristiques par Vincent Garel, Président du CRTL Occitanie.

Août

Un mois exceptionnel en termes de fréquentation, notamment sur le littoral qui bat tous ses records.

Septembre

Le CRTL réunit tous les acteurs de la commercialisation afin de présenter les conclusions d'une vaste enquête sur ce sujet toujours sensible, et présente sa feuille de route pour les 3 prochaines années.

Octobre

Les Convergences Touristiques 2023, organisées par le CRTL à La Grande Motte, réunissent 900 personnes. Un record pour cette 4ème édition qui aura vu plus de 30 partenaires et entreprises tenir un stand pendant cet événement

Novembre

Les Assises Régionales Cadre de Vie et la remise des Prix « Villes et Villages Fleuris » à Carcassonne autour de 220 participants : 71 communes labélisées en Occitanie et l'occasion de remettre le prix de « l'Occitalité » à Lasséran & Association « Lou Rigaou et ses amis (Gers).

Décembre

1er challenge « Open Innovation » coorganisés par l'ADEME et le CRTL. Ce Challenge fait le lien avec le travail que le CRTL Occitanie engage avec les territoires, OT, ADT, RT sur les achats responsables dans les boutiques de sites touristiques dans le cadre de la RSE.



Le CRTL récompensé pour son action

LA DESTINATION OCCITANIE SUD DE FRANCE RÉCOMPENSÉE PAR UN TRAVEL D'OR™

Organisé à Paris en avril 2022 par Eventiz Media Group, la traditionnelle soirée des Travel d'Or™ a permis à la destination Occitanie Sud de France de recevoir un « Travel d'Or » dans la catégorie « destination ».

Remis en main propre, à Toulouse, au Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie (CRTL), ce trophée a récompensé la politique et les actions volontaristes de l'institution en matière de tourisme responsable et raisonné.

Cette année, la 13ème édition de remise des Travel d'Or™ a récompensé les sites de voyages préférés des internautes français en décernant 13 trophées (10 prix du public et 3 prix du jury) 2 qui mettent en lumière la vitalité du secteur touristique en France tout en saluant les compétences et la créativité des personnalités et organismes de la filière.

Nominée aux côtés de La Réunion, l'Agence Savoie Mont Blanc, Tourisme Bretagne et la Corse, la destination Occitanie Sud de France a remporté la majorité des suffrages de 216 000 internautes, l'élisant « meilleure destination française ». C'est à l'occasion de l'Assemblée Générale annuelle du CRTL que Jean-Pierre Mas, Président des Entreprises du Voyage et Christian Delon, Président d'Eventiz Media Group, ont remis à Vincent Garel, Président du CRTL, le prestigieux trophée en soulignant qu'au travers de la destination Occitanie Sud de France, c'est le CRTL qui a été récompensé, eu égard à ses engagements en faveur d'un tourisme raisonné et toujours plus responsable.



Trophées Horizons

L'OCCITANIE REMARQUÉE ET DISTINGUÉE AUX 1^{ERS} TROPHÉES HORIZONS

Récompenser des initiatives dans chaque secteur et activité répondant aux enjeux majeurs du tourisme durable, tel est l'objectif des Trophées Horizons. Ce concours organisé par l'association ATD (Acteurs du Tourisme Durable) avec le soutien de l'ADEME, du ministère des Affaires étrangères et de l'Echo touristique récompense les initiatives les plus remarquables dans 12 catégories allant de la maîtrise de l'énergie à l'alimentation durable en passant par la question des mobilités ou du tourisme pour tous.

La finalité est simple : inspirer le changement dans le secteur du tourisme, contribuer au déploiement de projets à impact positif, et donner une large tribune aux enjeux de la transition du tourisme.

La catégorie de l'année de cette première édition concernait le tourisme de proximité. En toute logique, le CRTL Occitanie et le réseau régional liO y présentaient une action phare de la stratégie de développement touristique régionale autour de la carte Occ'Ygène et des billets de train à 1€.

Une initiative inspirante et innovante que n'a pas manqué de remarquer le jury composé de représentants d'instances nationales du tourisme, récompensant ainsi deux solutions favorisant l'accès aux loisirs pour le plus grand nombre et en particulier pour les habitants d'Occitanie les plus modestes.

Occ'Ygène, c'est quoi ?

L'objet de ce dispositif entièrement dématérialisé, lancé en 2020 à la sortie du confinement, est de favoriser l'accès aux loisirs selon un principe de réductions et/ou de monétisation permettant de régler directement avec la carte auprès des structures partenaires (la monétisation s'applique pour les foyers dont le quotient familial était inférieur à 1 000 €).

En 2022, **28 000** cartes ont ainsi été délivrées.

Les billets à 1€, comment ça marche ?

Avec cette mesure phare de la politique régionale en matière de transports, la Région agit pour protéger le pouvoir d'achat de ses habitants, réduire l'impact environnemental des transports et favoriser la mobilité, qui constitue la base du tourisme et du voyage. Proposée toute l'année sur l'ensemble des trains, pour les jeunes en été, et tous les premiers week-ends de chaque mois, cette tarification permet en effet à des habitants de pratiquer des activités de loisirs qu'ils n'auraient pas pratiquées autrement.

4 chiffres à retenir

Plus de **65 000** cartes Occ'Ygène diffusées depuis la création du dispositif Occ'Ygène

10 000 familles aidées chaque année

436 000 billets à 1€ pour tous les publics vendus durant les week-ends de juin à septembre

577 300 billets pour les jeunes de moins de 26 ans écoulés du 14 juillet au 15 août



Lauréats des Trophées Horizons 2022, le dispositif Occ'Ygène a remporté le prix « Tourisme de proximité ».



Les comptes 2022 du Comité Régional du Tourisme et des Loisirs Occitanie

COMPTE DE RESULTAT (En k€)	31/12/2022	31/12/2021	Var°
Production vendue, services	2 042	1 558	31%
Subvention d'exploitation	8 972	9 994	-10%
Cotisations	142	126	13%
Reprises amortiss, dépréc. et prov.	524	112	370%
Autres produits	65	3	
Total des produits d'exploitation	11 745	11 792	0%
Autres achats et charges externes	6 225	6 331	-2%
Impôts, taxes et assimilés	546	507	8%
Salaires et charges sociales	5 555	4 730	17%
Dotations aux amortiss, dépréc.	303	198	53%
Dotations aux provisions	0	219	-100%
Autres charges	31	26	18%
Total des charges d'exploitation	12 659	12 011	5%
Report ressources non utilisées (Fds dédiés n-1)	532	479	11%
Report en Fonds dédiés	-81	-308	-74%
Résultat d'exploitation	-464	-48	859%
Résultat financier	-5	-2	172%
Résultat exception.	193	111	75%
BENEFICE OU PERTE	-275	61	

Compte de Résultat (en K€)

CHIFFRES CLÉS

5,137 millions

C'est le montant total des dépenses actions engagées par le CRTL et ses partenaires.

1,9 million

c'est le montant du co-financement des actions 2022

Soit :

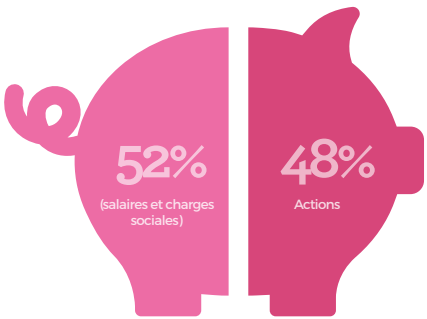
37% du montant total des dépenses du plan d'actions 2022 sont cofinancées par nos partenaires publics (ADT/OT/Parcs) et privés (entreprises)

C'est 75% de plus par rapport à 2021

BILAN (En k€)	31/12/2022	31/12/2021	Var°
Bilan Actif			
Immob. incorporelles	438	516	-15%
Immob. corporelles	409	195	110%
Immob. financières	133	136	-2%
Clients	724	811	-11%
Autres créances	5 126	6 802	-25%
Disponibilités	454	414	10%
Charges const. d'avance	356	306	17%
Total Actif	7 640	9 180	-17%
Bilan Passif			
Fonds associatifs	1 583	1 857	-15%
Subvention d'investiss.t	422	642	-34%
Fonds dédiés	391	842	-54%
Provisions Risq & Chges	1 398	1 865	-25%
Dettes financières	791	853	-7%
Fournisseurs	1 296	1 401	-7%
Dettes soc. & fisc.	1 361	1 131	20%
Autres dettes	249	182	36%
Produits const. d'avance	150	408	-63%
Total Passif	7 640	9 180	-17%

Bilan (en K€)

Budget CRTL 2022



10 692 008 €*

CHARGES
(SALAIRES ET CHARGES SOCIALES)

5 555 011 €



ACTIONS

5 136 997 €

*Hors MAD

ACTIONS
5 136 997 €

RÉPARTITION DÉPENSES ACTIONS 2022

PÔLE 3D
826 701 €
+
PÔLE QUALITÉ-TRANSITION
200 889 €
+
PÔLE MARKETING
1 481 563 €
+
PÔLE COMMUNICATION **
2 269 852 €
+
EVÈNEMENTS GOUVERNANCE
44 572 €
+
CARTE OCCYGENE : MONÉTISATION
313 420 €

MONTANTS COFINACEMENT ACTIONS PARTENARIALES

PÔLE 3D
265 305 €
+
QUALITÉ-TRANSITION
134 853 €
+
PÔLE MARKETING
632 676 €
+
PÔLE COMMUNICATION
548 358 €
+
EVÈNEMENTS GOUVERNANCE
0 €
+
CARTE OCCYGENE : MONÉTISATION
314 656 €
=
TOTAL COFINACEMENT ACTION
1 895 848 €

**Actions ouvertes dans la plupart des cas à des partenariats

Pôle Ressources

L'essentiel de 2022

- Effectif : gestion de 24 arrivées (CDI, CDD, alternants) et 19 départs (fins de contrats, départs à la retraite...), accueil de 6 stagiaires ;
- 28 formations organisées pour 69 salariés (cf. bilan du plan de formation interne).
- Gestion de 3015 factures et avoirs fournisseurs, 2086 factures et avoirs clients, 924 bulletins de salaires : +22% de pièces administratives et comptables à traiter par rapport à 2021 ;

LES DATES CLÉS

1^{er} janvier 2022

Intégration au sein du CRTL de 5 salariés de l'agence AD'OCC chargés de la mission Qualité Tourisme et du thermalisme ;

Mars/Avril 2022

Élection et installation du nouveau CSE ;

Juillet 2022

Accueil d'une nouvelle agence (après Occitanie Films) dans les locaux du site de Toulouse : l'Agence des Pyrénées.

QUELQUES ÉLÉMENTS SUR L'ACTIVITÉ DU PÔLE RESSOURCES

- Poursuite de la dématérialisation des procédures administratives, comptables et budgétaires ;
- Participation, en lien avec le pôle

Qualité et Transition, à la création de la e-boutique, et suivi comptable (526 factures et avoirs générés sur la e-boutique) ;

- Forte implication dans la démarche RSE du CRTL : copilotage du groupe de travail, gestion de l'appel d'offres pour l'accompagnement du CRTL vers l'obtention d'une labellisation RSE en 2023, réalisation d'actions RSE ;
- Gestion et suivi du télétravail suite à sa pérennisation dans le cadre d'une charte dédiée ;
- Mise en place d'un Compte Epargne Temps.

ACCORDS SIGNÉS / CHARTES :

- 12/07/2022 : V4 de la charte télétravail permettant un second lieu de télétravail, un accès au bout de 3 mois d'ancienneté, un accès ouvert aux alternants, et avec un ajustement du nombre de jours de télétravail au nombre de jours de travail hebdomadaires.

VIE STATUTAIRE DU CRTL

Conseil d'Administration du 6 janvier 2022 : élection du bureau du CRTLO, élection du Président Vincent GAREL.

BILAN DE FORMATION 2022

TYPES DE FORMATIONS DISPENSÉES AU CRTL (EN % DU CUMUL DES HEURES)

Communication écrite	1%
Juridique, réglementation	2%
Communication orale	2%
Communication digitale RS	4%
Démarche de progrès	5%
Efficacité professionnelle	6%
Mode projet	8%
Management	10%
Animations de réunions	11%
Bureautique, logiciels métiers	24%
Tourisme durable RSE	27%

FOCUS

Chiffres-clés 2022

28 formations

+ 4 formations obligatoires
(Sauveteur-Secouriste au Travail, Evacuation Incendie, CSE)

69 salariés formés, soit 92% des effectifs *. 173 stagiaires

325 heures de formation dispensées

Un cumul d'environ **1340** heures de formation suivies

Budget total : **37 000 € ****

* Hors apprentis, CDD, longues absences ; y compris Direction et MAD
** Y compris enveloppe conventionnelle Afdas de 6000€ ; hors formations suivies sur le PRF pour une valeur de 2 100 €

Bilan social

PHOTOGRAPHIE RH DU CRTLO AU 31/12/2022

73 salariés
présents au 31/12/ 2022 dont 3 salariés
mis à disposition par La Région
Occitanie.

70,31
Effectif moyen 2022 en ETP (hors
alternants)

31 salariés
présents sur le site de Montpellier, 44
sur le site
de Toulouse

52 femmes
et **23** hommes

49 ans
Moyenne d'âge

18 ans
Ancienneté moyenne

11 réunions CSE

Les alternants prennent la parole

Lola D'ISARN DE VILLEFORT

Quels étaient tes objectifs en intégrant le CRTL Occitanie ?

A ce moment de mon parcours scolaire, j'avais déjà plusieurs expériences dans le tourisme au niveau départemental et local, il me semblait important de comprendre le tourisme à échelon régional et d'avoir une vision globale de cet écosystème.

Quelles étaient tes fonctions au CRTL ?

En assistance polyvalente des chargés de missions filières, au sein du pôle marketing, j'ai participé et contribué à la mise en place des plans d'actions marketing. J'ai été accueillie avec enthousiasme dans l'équipe ; après un parcours d'intégration à la découverte du CRTLO, et avec l'accompagnement de mes managers et mes collègues, j'ai pu rapidement être opérationnelle. De la participation à la rédaction de plans d'actions, en passant par la co-animation d'un collectif d'acteurs du tourisme, jusqu'à la coordination d'événementiels en lien avec nos partenaires, j'en ai vu de toutes les couleurs !

Le TOP 3 des missions que tu as adorées au CRTL Occitanie ?

- L'animation et le suivi du collectif des 21 porteurs de destinations viticoles de l'Occitanie, à travers notamment la coordination régionale du label Vignobles & Découvertes et la valorisation des prestataires labellisés, en BtoB et BtoC.

- La coordination et l'animation d'un collectif institutionnel autour de la création d'un film promotionnel pour promouvoir le Canal du Midi. J'ai suivi l'équipe de tournage sur le terrain, pour s'assurer du bon déroulé des prises de vues et de la valorisation des spots touristiques retenus pour le film.

- L'organisation et la promotion régionale autour de l'événement national «Le Fascinant Week-end Vignobles & Découvertes», pour la visibilité des destinations œnotouristiques d'Occitanie.

Quelles compétences as-tu développées pendant ton alternance ?

L'autonomie et la rigueur, le langage institutionnel, l'animation d'un collectif, des compétences rédactionnelles, la capacité de synthèse, la communication interne et externe, la rédaction de plan d'actions... et des valeurs humaines et professionnelles qui me sont très bénéfiques aujourd'hui.

Et la suite après l'expérience CRTL ? Où en es-tu de ton parcours pro ?

Grâce à cette riche expérience et à l'assurance acquise au sein du CRTLO en tant que professionnelle du tourisme affirmée, je suis aujourd'hui Chargée de mission œnotourisme à Gironde Tourisme. J'anime le réseau des quelques 900 structures labellisés Vignobles & Découvertes.

Le conseil en + que tu donnerais à un étudiant en stage ou en alternance ?

La curiosité, l'écoute et l'ouverture aux autres ! Toujours aller au-delà de ce que l'on nous demande, et cultiver la transversalité avec les autres services pour réussir collectivement. C'est la clé pour bien comprendre, cerner le sens et les enjeux des missions confiées, analyser avec pertinence, et être force de proposition !

Camille PÉRISSE

Faire parler la data : de nouvelles compétences pour le CRTL

Formé à l'Isthia (Master TIC ADTT à Foix) il rejoint le Pôle 3D, au sein du service Ingénierie de la data, en qualité de data-scientist. A l'ère du numérique et du « big data », j'ai eu la chance de me découvrir une passion pour la donnée et son traitement, en particulier la data-visualisation et la cartographie numérique. Dans un contexte où le tourisme et les territoires doivent répondre à de nouveaux enjeux sur lesquels la technologie a un grand rôle à jouer, j'espère pouvoir contribuer à l'innovation et la progression du « tourisme de demain » via la création d'outils d'aide à la décision et tableaux de bord mis à disposition des OGD d'Occitanie.

Matthias RUIZ

Master 2 « Marketing Vente parcours innovation et territoire » à l'Institut Montpellier Management

Ma motivation

« Pour moi les questions de développement durable (0 déchet, limiter la consommation en CO2 etc...) doivent être forcément connues et approuvées chez les différentes parties prenantes en lien avec le tourisme dans nos territoires pour aller vers un monde meilleur avec l'idée première de modifier nos consommations et nos manières de vivre ».

Guillaume PAYEN

Quels étaient tes objectifs en intégrant le CRTL Occitanie ?

N'ayant pas commencé mes études par un parcours « tourisme », j'ai voulu à partir de ma licence 3 développer mes compétences et connaissances dans ce secteur en me créant une expérience dans différents échelons d'OGD : Office de Tourisme, Agence Départementale de Tourisme et naturellement un Comité Régional du Tourisme. Avec pour objectif de comprendre finement l'organisation du tourisme sur un territoire et la répartition de cette compétence à travers le prisme de multiples acteurs.

Quelles sont tes fonctions au CRTL Occitanie ?

Après avoir rejoint l'équipe Social Média, je participe à la mise en place de la stratégie de communication, marketing et éditoriale sur les différents réseaux sociaux. Notamment par la mise en place de nouveaux formats et plateformes comme TikTok, Facebook et Instagram reels, YouTube Shorts... S'en suit un travail d'animation et de modération.

J'effectue également une veille des influenceurs régionaux, nationaux et internationaux en vue de tisser des partenariats.

Ce que j'attends de l'alternance

«Du point de vue de mon alternance j'aimerais apporter ma pierre à l'édifice pour emmener, grâce à différentes missions auxquels je participe dans le pôle Qualité & Transition, les collectivités et territoires d'Occitanie dans une démarche durable dans le but de devenir «territoire résilient».



Quelles compétences as-tu développées au CRTL ?

Étant déjà très autonome, le CRTL m'a permis de développer ma rigueur et organisation grâce aux méthodes de travail mises en place, me permettant d'être plus efficace dans les différents travaux que j'entreprends.

Où en es-tu de ton parcours pro ?

J'ai eu la chance de poursuivre mon aventure au CRTL Occitanie à la suite de mon stage de fin d'études et l'obtention de mon master, en qualité de Community Manager et Corporate Blogueur. Je poursuis également mon activité de Blogueur / influenceur / photographe indépendant commencée il y a presque 7 ans.

Le conseil en + que tu donnerais à un étudiant en stage ou en alternance ?

Ne pas céder à la facilité, choisir une entreprise où les missions qui sont confiées nous animent et permettent de progresser dans son domaine. Rester curieux et ouvert.

Pôle 3D Information, Observation, Professionnalisation et Innovation

L'essentiel de 2022

Mettre la data et l'expertise du pôle 3D au service des chantiers prioritaires du CRTL, des professionnels et de la transformation du tourisme

- Enrichir et qualifier les connaissances relatives à l'économie touristique
- Mettre en œuvre et partager des outils de diffusion et d'analyse plus performants
- Favoriser la montée en capacités des acteurs
- Faire émerger une communauté autour de l'innovation

Se former Agir Innover
Mobilités Se situer
Comprendre
Durable Évoluer Anticiper
Piloter 360° Transition
Décider Gouvernance
Collectif Prospective
Se repositionner Sobriété
Entreprendre

HUB D'INFORMATION TOURISTIQUE ET RÉSEAU RÉGIONAL D'INFORMATION TOURISTIQUE

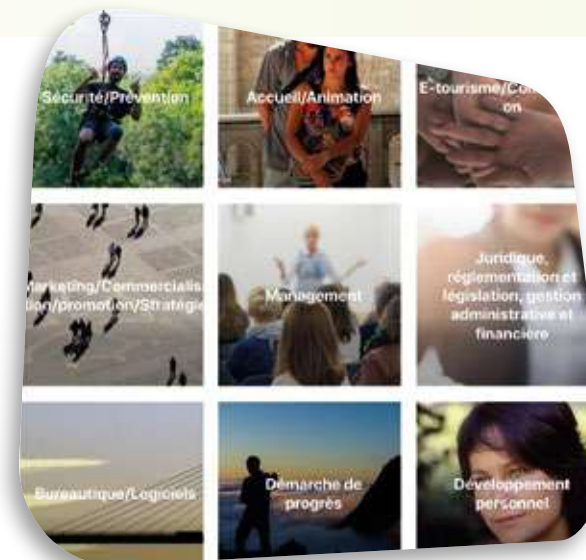
► **135 000** Ois (Objets d'Information) de données touristiques mutualisées auprès des partenaires et plus de 60 000 d'entre elles publiées sur les sites Grand Public et Pro du CRTL.

► **600 000** médias associés à l'offre touristique dans le HIT (Hub d'Information Touristique), 9 000 Ois, 200Mo de datas et 4Go de médias mis à jour quotidiennement.

► **75%** du développement informatique réalisé par les équipes du CRTL, soit 300 jours/homme investis en 2022.

► Près de **35** personnes des ADT/CDT, de la Région ou partenaires, ont été formés sur le Hub d'Information Touristique en 2022.

► **300** demandes de professionnels adressées en 2022 au CRTL et traitées par le pôle 3D pour améliorer leur visibilité sur nos sites Internet (référencement, modifications...).



PROGRAMME RÉGIONAL DE FORMATION

► **11** thématiques.

► **60** sessions de formation de 1 à 5 jours.

► **6 à 15** participants par session.

► **500** stagiaires formés par an soit ¼ salariés des OGD d'Occitanie.

► Formations payantes et éligibles à la prise en charge sur les fonds formation entreprises ou collectif AFDAS (OPCO OGD) pour les contributeurs.

► En 2022 (comme les années précédentes) activité à l'équilibre (hors RH).

ATELIERS PROS

► **3 050** entreprises (uniques) ont bénéficié des ateliers en ligne du CRTL (live ou replay).

► **2/3** ont participé à 1 ou plusieurs sessions en live, 1/3 ont visionné 1 ou plusieurs replays.

► La moyenne des participants au live est de **128** entreprises par atelier.



« TÊTES CHERCHEUSES »

► Webinaires : **2 500** visionnages en replay.

► Podcast : **600** écoutes dont 400 pour la collection métiers.

► **22** parcours d'étudiants d'Occitanie à l'honneur dans le Hors-série étudiants d'Occitanie de la Revue Espaces



ÉVÈNEMENTS PROS

► Convergences 2022 - La Grande Motte : près de **800** participants !

► Rencontres Tourisme Universités **230** participants, 433 replays en 2022.

► Journées APN 2022 : **250** participants 1261 visionnages en replay.



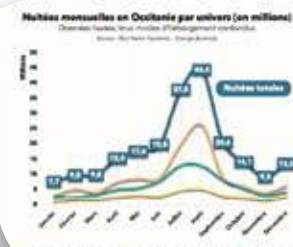
OBSERVATION DE L'ACTIVITÉ

► **18 000** professionnels invités à répondre à l'enquête de conjoncture collective pendant la saison et plus de 3 000 réponses en moyenne analysées chaque mois

► Analyse de la voix des clients :

► Plus de **6 000** établissements suivis et près de 700 000 avis clients collectés en 2022 avec l'outil Fairquest

► **850Mo** de données, 60 zones d'observation pour un total de 4 380 fichiers = le volume de data Flux Vision reçu tous les 2 mois



Focus

Enquête Carte Occ'ygène

Enquête en ligne auprès des détenteurs de la Carte Occ'Ygène. Réalisée du 10 novembre au 19 décembre 2022 en collaboration avec le Pôle Marketing & Attractivité.

Objectifs

- Connaître le profil des détenteurs de la carte Occ'Ygène
- Identifier les attentes des clientèles : motifs de satisfaction et d'insatisfaction, activités souhaitées
- Mesurer l'utilisation de la carte Occ'Ygène
- Déterminer les motivations et les comportements des utilisateurs en matière de pratique de loisirs

Échantillon :

- 2 193 répondants dont 61% sont des détenteurs de la Carte Occ'Ygène Famille Plus
- Les 3/4 de ces utilisateurs ont découvert une activité jamais pratiquée auparavant grâce au dispositif, et la quasi-totalité (98 %) a découvert une nouvelle activité à faire en famille.
- Sans la monétisation de la carte, 73 % des répondants n'auraient pas consommé les prestations de loisirs à de fait, la quasi-totalité des répondants Famille + pensent renouveler leur carte cette année (96 % ; + 2 pts par rapport à l'année précédente)

Des résultats qui confirment que la Carte Occ'Ygène Famille Plus est un réel levier qui permet aux familles les plus défavorisées d'accéder aux loisirs.



Zooms

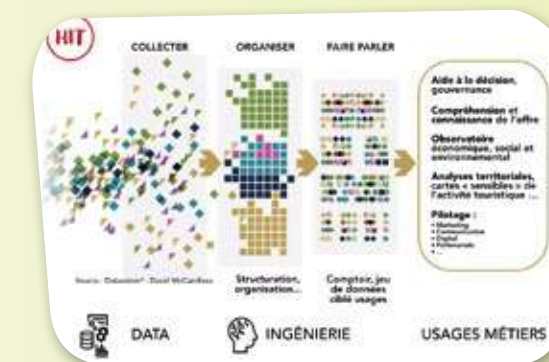
S'appuyer sur de nouvelles compétences et des outils plus performants pour « construire et partager un récit » en phase avec le contexte et une nouvelle vision de l'activité touristique.



ACCOMPAGNER L'ÉMERGENCE DE « L'OCCITANIE RAIL TOUR »

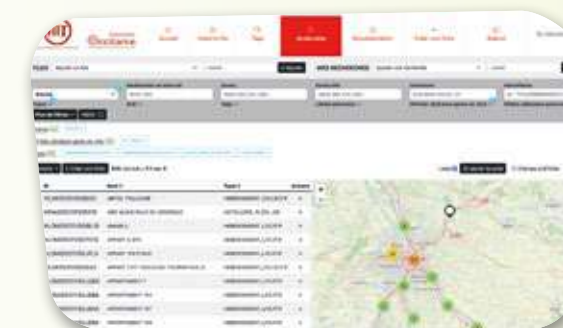
- Donner à voir l'offre accessible en mobilités moins carbonées en mobilisant des données concrètes et factuelles.
- Connecter les datas, les compétences et les outils pour répondre aux besoins.
- Alimenter les futurs outils d'information du CRTL à ORT le site (préfiguration).

LES BASES DU HIT : LA DATA AU SERVICE DE LA DÉCISION



LES FONDEMENTS DE LA PLATEFORME DE DATA-ANALYSE DU CRTL

- Interconnecter les outils de :
- Connaissance de l'Offre Touristique (HIT - Hub d'Information Touristique)
 - Datavisualisation (Développements spécifiques)
 - Cartographie (QCIS).



NOUVEAUTÉS 2022

Professionnalisation, les ateliers pros 2022

Un contexte qui impose d'adapter, voire de repenser l'action des OGD en matière de professionnalisation des acteurs.

- La crise sanitaire, le réchauffement climatique, les canicules, l'inflation, la crise énergétique, le contexte sociétal rendent indispensable une approche nouvelle en matière de :

- > Stratégies marketing et commerciales
- > D'accueil clientèle
- > De services d'expériences touristiques proposés

- Un marché de l'emploi touristique en forte tension : difficultés de recrutement et de fidélisation du personnel, tensions sur les emplois saisonniers,

- Tout un pan de l'économie touristique (petites entreprises, hôtes-résidents, nouveaux acteurs...) sont exclus des fonds mutualisés pour le financement des formations et nécessitent une approche différenciée,

- Difficultés de cibler et toucher l'ensemble des parties prenantes de l'écosystème touristique,

- Une organisation de la formation atomisée et peu lisible (multiplication des organismes, restriction des financements et des ressources liées à la formation),

- La formation digitale qui devient un média de commercialisation et de marketing pour les éditeurs de solutions (à qui se fier ?).

Le CRTL entend se positionner comme une « porte d'entrée » de la montée en compétences pour TOUS les acteurs touristiques.



FOCUS

Les ateliers pros

3 050

entreprises (uniques) ont participé aux 12 ateliers en ligne proposés par le CRTL (live ou replay)

2/3

ont participé à 1 ou plusieurs sessions en live, 1/3 ont visionné 1 ou plusieurs replays.

128

entreprises, c'est la moyenne des participants au live atelier.
Illustration : Screenshot_AtelierCommercialisation.jpg

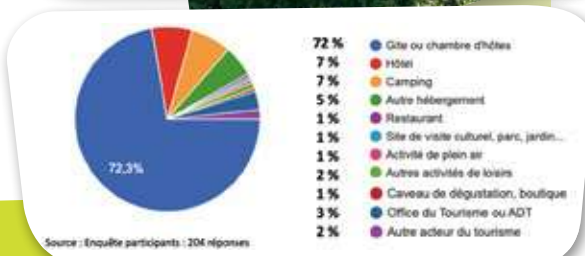
3 grandes thématiques :

- > Ateliers visibilité web
- > Ateliers commercialisation
- > Ateliers performance (RSE, qualité de l'offre, RH...)

Les ateliers ciblent les entreprises, ils sont gratuits et ouverts à tous les participants.
Illustration : ateliersPros_part.jpg

Un nouveau format en 2023

les tutoriels vidéo de 30 minutes, avec interviews et témoignages : Sujets très concrets : Installation de bornes de recharge électriques ; Comparatifs des meilleurs outils de gestion synchronisé des réservations ; Optimiser les photos avec un smartphone ; S'équiper en photovoltaïque ...



Améliorer les capacités des parties-prenantes du tourisme dans le contexte de la transformation des modèles de l'économie touristique

ENRICHIR ET QUALIFIER LES CONNAISSANCES RELATIVES À L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE

- Collecter et enrichir les données relatives à l'offre touristique
- Enrichir les données relatives aux impacts de l'activité touristique dans les domaines de l'économie, de l'environnement et du social
- Enrichir les connaissances sur les clientèles et les tendances de consommation
- Ouvrir le champ des données à la mobilité en lien avec l'activité touristique
- Maintenir la plateforme de mutualisation des données

ÉQUIPES OBS - HIT



METTRE EN ŒUVRE ET PARTAGER DES OUTILS DE DIFFUSION ET D'ANALYSE PLUS PERFORMANTS

- Proposer des analyses (enquêtes, atlas, bilans, notes...)
- Produire des jeux de données pour alimenter les usages définis
- Développer de nouvelles fonctionnalités du HIT et des applicatifs spécifiques (reporting dynamique, dataviz...)
- Définir et gérer les process de diffusion des données (CGU)

ÉQUIPES HIT - OBS



FAVORISER LA MONTÉE EN COMPÉTENCES DES ACTEURS

- Mettre en œuvre une offre de formation adaptée pour les OGD
- Proposer des outils de sensibilisation et de professionnalisation (produits en interne ou non) pour les différents publics
- Contribuer à l'organisation des événements professionnels du CRTL (Convergences, journées APN...)

ÉQUIPES PRO - HIT - OBS



FAIRE ÉMERGER UNE COMMUNAUTÉ AUTOUR DE L'INNOVATION

- Animer des réseaux et clusters pros
- Organiser des actions / événements dédiés à l'innovation dans le tourisme

ÉQUIPES PRO - HIT - OBS



Pôle Qualité & transition

Le pôle Qualité & Transition amène les entreprises et les destinations à améliorer la qualité de service et aller vers un tourisme responsable d'une manière efficiente.

L'essentiel de 2022

- Universités du Tourisme Durable en Occitanie, événement majeur du Tourisme Durable en France
- Maintien de la première place en France sur les labellisés Qualité Tourisme™ (Occitanie Sud de France) et Pavillon Bleu
- Lancement de la stratégie autour des mobilités touristiques et structuration d'un plan d'actions sur 3 ans avec l'ADEME et la Région Occitanie.
- Imbrication «Qualité entreprises» et «Qualité Offices de Tourisme» pour générer des effets multiplicateurs réciproques

LES DATES CLÉS

6 et 7 octobre 2022

Universités du Tourisme Durable à Montpellier

18 et 19 octobre 2022

Ateliers Qualité, Durable et Mobilités aux Convergences Touristiques

29 novembre 2022

Séminaire Régional Destination pour Tous à Toulouse

01 décembre 2022

Assises Régionales Cadre de Vie et Remise des Prix Villes et Villages Fleuris à Carcassonne

LES CHIFFRES CLÉS

- **400** participants aux Universités du Tourisme Durable
- **380** personnes formées au Tourisme Durable en 2021 et 2022
- **1er** rang en France pour les labellisés Qualité Tourisme et Pavillon Bleu
- **1448** labellisés Qualité Tourisme Occitanie Sud de France
- **412** entreprises accompagnées dans le management de la qualité
- **220** labellisées Villes et Villages fleuris
- **122** labellisés Pavillon Bleu
- **62** Offices de Tourisme accompagnés sur la qualité d'accueil et l'écoute clients
- **106** participants aux 3 événements «Destination pour Tous»



HÔTEL SAINT C



Poursuivre la transition écologique des entreprises et territoires dans le cadre de la stratégie du CRTL Occitanie en matière de tourisme durable en faveur d'une destination en pleine transition.

Le CRTL Occitanie s'est engagé dès 2020 dans un vaste programme opérationnel de tourisme responsable. En tout 33 actions prioritaires ont été déployées dans le but de faciliter la transition des territoires et des prestataires vers un tourisme plus responsable.

L'enjeu est de structurer et déployer une dynamique de transition durable, en engageant les Organismes Gestionnaires des Destinations (OGD) comme acteurs dans la transition. En 2022 cette action de structuration a été poursuivie en étroite collaboration avec l'ADEME et toutes les parties prenantes.

FORMER LES ACTEURS ET PARTENAIRES SUR LE TOURISME DURABLE

Dans le but de s'approprier le tourisme durable et de devenir acteur sur son territoire, plusieurs formations de 2 à 5 jours, ainsi que des journées de conseil RSE, ont été proposées aux OGD. En 2021/2022, 106 personnes ont été formées dans le cadre du Plan Régional de Formation. 274 personnes ont suivi l'appui conseil RSE AFDAS et ont été suivies par la chargée de mission Tourisme durable du CRTL.

DÉVELOPPER UN CENTRE DE RESSOURCES SUR LE TOURISME DURABLE

Construit en concertation avec les OGD et les partenaires, la conception du centre de ressources a bien avancé en 2022. 40 fiches sur différents aspects et thématiques du tourisme durable ont été créées.

ENGAGER UNE OPÉRATION COLLECTIVE D'AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL POUR LES HÔTELS

Le CRT s'est associé à l'ADEME pour accompagner les hôteliers en milieu urbain vers l'affichage environnemental sur trois ans. But : réduire les coûts d'exploitation et diminuer les impacts environnementaux (carbone, énergie, eau, produits biologiques et écolabellisés). En 2022, une large diffusion a été organisée, en lien avec les ADT et OT concernés, ainsi que les clubs hôteliers de Toulouse, de Montpellier et l'UMIH. 26 hôtels ont manifesté leur intérêt pour rentrer dans ce dispositif et les premiers accompagnements ont commencé.

UNIVERSITÉS DU TOURISME DURABLE EN 2022 À MONTPELLIER

La 8ème édition des Universités du Tourisme Durable à Montpellier ont permis à 400 acteurs du tourisme de la France entière de se retrouver autour de la thématique : «Affronter les paradoxes : transition ou rupture ?». Les replays des conférences, la synthèse en images et les podcasts enregistrés ce jour-là sont disponibles sur le site pro du CRTL (<https://pro.tourisme-occitanie.com/veille-economique/suivi-de-l-activite/informations/les-universites-du-tourisme-durable-2022-sont-ouvertes/>).

En savoir plus : Sophie PIRKIN, chargée de mission tourisme durable - sophie.pirkin@crtoccitanie.fr

Engager un chantier de valorisation et de mise en marché des entreprises engagées dans le tourisme durable

La transition s'envisage progressivement, tant les changements profonds sont à opérer au sein des entreprises. Un fort besoin de sensibilisation et d'orientation a émergé, notamment en termes d'intégration du développement durable en entreprise. « Où j'en suis ? Quelles sont mes priorités ? Qui sont mes parties prenantes ? Sur quoi est-ce que je peux capitaliser d'ores et déjà dans mon entreprise ? Qui et quoi peut m'aider dans ma progression ? »

METTRE LE PIED À L'ÉTRIÉ DE LA RSE : « MES PREMIERS PAS VERS LA RSE »

2022 a permis de développer une action et un outil pour aider les entreprises à démarrer une démarche RSE pertinente et savoir où elles en sont. Cette action permettra aux entreprises

de se poser les bonnes questions quant à son impact sur la société et l'environnement, ses priorités par rapport aux 7 champs d'application de la RSE et ses parties prenantes. La mise en œuvre est prévue courant 2023.

PROGRESSER DANS SA TRANSITION À TRAVERS LA « QUALITÉ DE VIE ET L'ORGANISATION DU TRAVAIL »

Le CRTL a signé fin 2022 un partenariat avec l'ARACT (Agence Régionale pour l'amélioration des conditions de travail), dans le but d'aider les entreprises dans leur transition, en appui sur la qualité et l'organisation du travail. Une action focalisée sur Travail et Transition écologique sera menée en 2023 en partenariat avec l'ARACT.

En savoir plus : Isabel VAZQUEZ, chargée de mission qualité et transition des entreprises isabel.vazquez@crtoccitanie.fr



Contribuer de manière active à la réduction des externalités négatives par des actions d'amélioration et de promotion des mobilités touristiques décarbonnées

Le transport représente 77% des externalités du tourisme (source ADEME). Dès lors, comment réduire les offres « polluantes » ? Bannir la voiture thermique et les avions ? Privilégier les alternatives de mobilités durables en train, en car, en vélo ? Il s'agira de faire en sorte que les mobilités et toutes les possibilités qui sont offertes aux touristes de planifier, d'arriver et de circuler soient intégrées dans les offres, les services et la production touristique.

PLAN D'ACTION DES MOBILITÉS TOURISTIQUES ÉTABLI AUTOUR DE 5 ACTIONS CLÉS

Élaboré et validé en décembre 2022, le plan d'action du CRTL autour des mobilités durables 2022-2025 a été élaboré avec l'ADEME et la Région Occitanie autour de 5 actions alliant développement, mise en réseau et promotion. Un focus particulier sera donné dès 2023 à la «gestion du dernier kilomètre» par les acteurs du tourisme, ainsi que la transition vers des « Offices du tourisme et des mobilités ».

BENCHMARK DES ACTEURS ET SOLUTIONS DE MOBILITÉS & CARTOGRAPHIE DES ACTEURS

Qui fait quoi et quelles solutions et bonnes pratiques en termes de mobilités touristiques ? Une multitude d'acteurs publics et privés, régionaux ou nationaux, ont réfléchi, expérimenté et mise en œuvre des solutions innovantes. Le benchmark et la cartographie des acteurs, regroupent désormais plus d'une soixante-dizaine de références.

En savoir plus : Anaïs SAINT AUBAIN, chargée de mission mobilités touristiques anaïs.saintaubain@crtoccitanie.fr



Rester acteur de la qualification de l'accueil des entreprises et s'investir dans des labels de territoires en lien avec la transition

C'est l'ensemble des facteurs de qualité qui conditionne le succès d'une destination à devenir durable. Ainsi, «dire ce qu'on fait et faire ce qu'on dit» prend tout son sens, mais offre également d'importants challenges à toutes les parties prenantes : ceux d'un niveau d'excellence vérifié, certifié, avec un engagement fort auprès des consommateurs. L'accent est mis sur la progression des entreprises, des offices de tourisme et des communes.

UN OUTIL DE QUALIFICATION POUR LES ENTREPRISES : QUALITÉ TOURISME OCCITANIE SUD DE FRANCE

Le CRTL Occitanie est impliqué aux côtés de l'État et de la Région Occitanie sur la labellisation Qualité TourismeTM d'entreprises touristiques dans 11 filières touristiques de l'hébergement, de la restauration et d'activités touristiques, culturelles, sportives et oenotouristiques. Une entreprise obtient simultanément les niveaux national et régional de labellisation pour 5 ans. L'Occitanie a conservé en 2022 le premier rang des labellisés Qualité TourismeTM en France.

SENSIBILISER À LA LABELLISATION

En 2022, une nouvelle méthodologie de mobilisation, sensibilisation et prescription collective de la démarche qualité via les Offices de Tourisme, a pu être testée et ajustée. Chaque Office de Tourisme mobilise 3 entreprises minimum pour une sensibilisation approfondie sur le label. Une hotline permet ensuite aux entreprises d'être aiguillées et informées individuellement.

PRÉPARER À LA LABELLISATION

120 entreprises ont été préparées à la labellisation au cours de 17 ateliers collectifs en 2022. Les bases du management de la qualité y sont abordées, ainsi qu'une autoévaluation assistée en lien avec les référentiels qualité.

AUDITER ET LABELLISER

En 2022, 236 entreprises ont été auditées par un auditeur externe, missionné par le CRTL. Parmi elles, 154 ont renouvelé leur labellisation pour 5 ans - 82 nouveaux ont été audités. L'auditeur vient vérifier, en tant que client mystère, la totalité de la prestation. Il suit un référentiel qui retrace tout le parcours client, débrieфе avec le chef d'entreprise sur ces forces et points d'amélioration, puis émet un rapport écrit avec un plan d'amélioration. Les entreprises ayant 85% ou plus de taux de réussite sont présentées à la commission régionale, puis nationale de labellisation.

PROGRESSER SUR LE MANAGEMENT DE LA QUALITÉ ET LA TRANSITION

209 entreprises ont été suivies à mi-parcours, c'est à dire au bout de 2,5 ans de labellisation pour une vérification qualité obligatoire dans le cadre du Plan Qualité Tourisme national. L'accent est mis sur l'écoute clients et la résolution de difficultés éventuelles qui y sont liées. En 2022, les entreprises ont eu la possibilité de suivre 7 webinaires pour progresser sur des thématiques en lien avec la RSE, la commercialisation responsable et le management. 100 entreprises ont bénéficié d'un reportage photo, leur procurant 20 photos de qualité professionnelle. Le CRTL a ainsi intégré 2000 images nouvelles dans sa photothèque.

En savoir plus : Valérie RUELLE, Guillaume PETIOT & Isabel VAZQUEZ, chargés de mission qualité qualite.tourisme@crtoccitanie.fr



UN OUTIL DE QUALIFICATION POUR LES OFFICES DE TOURISME

QUALITÉ TOURISME

Acteurs incontournables d'animation et de structuration dans les territoires, 62 Offices de Tourisme ont été accompagnés par le CRTL dans le cadre de la marque Qualité Tourisme. Outil de structuration, de mobilisation des équipes, d'amélioration de la satisfaction, les Offices de Tourisme l'utilisent notamment comme aide aux projets.

PROGRESSER PAR L'ÉCOUTE CLIENT

Le CRTL a conventionné en 2022 avec deux Ecoles de Formation supérieure : l'Institut Limeyrac et Grand Sud. Des étudiants en Master 1 et 2 ont été formés par le CRTL pour réaliser un audit mystère de suivi de l'écoute client à distance auprès de 38 Offices de tourisme. En complément, 42 Offices de Tourisme ont bénéficié d'auditeurs issus du réseau régional (responsables qualité, conseillers en séjour, community manager, directeurs d'OT). En tout 80 audits ont ainsi été réalisés.

S'AMÉLIORER EN CONTINU

10 Webinaires en lien avec les référentiels Qualité, 2 Eductours sur les boutiques responsables, un suivi de 36 audits à blanc, démarches administratives ou audits effectifs ont été réalisés en 2022 auprès des relais territoriaux et/ou des Offices de Tourisme.

3 OUTILS DE QUALIFICATION ET DE TRANSITION POUR LES COMMUNES ET PORTS

VILLES & VILLAGES FLEURIS

L'amélioration de la qualité de vie des habitants et des visiteurs est au centre de ce label qui s'inscrit dans la transition durable des communes. Il agit de progresser sur la végétalisation, le cadre de vie, la biodiversité. En 2022, 6 conventions de partenariat ont été renouvelées avec des organismes experts, tel que les CAUE Gers et Ariège, La Fredon, Hortis, les lycées agricoles d'Auzeville et Castelnau-d'Aud. En tout 76 communes ont été auditées. Parmi elles, 27 ont progressé et ont été récompensées à l'occasion des Assises du Cadre de Vie et la Remise des Prix 2022, organisées par le CRTL le 1er décembre à Carcassonne autour du thème de l'attractivité.



PAVILLON BLEU

Avec 122 labellisés, l'Occitanie est au premier rang des régions engagées dans ce label. Un partenariat avec Terragir a été renouvelé en 2022 et de nouvelles pistes de progression ont été étudiées pour une application en 2023 : Instants Pavillon Bleu avec éductour et partage d'expériences. Le webinaire de sensibilisation a été réalisé en 2022, permettant aux communes d'avoir toutes les informations pratiques pour leur renouvellement.

DESTINATION POUR TOUS (DPT)

Il s'agit d'une marque qui distingue des territoires garantissant une offre cohérente et globale accessible : des sites, des activités touristiques, des services de la vie quotidienne et de l'ensemble de la chaîne de déplacement sur le périmètre concerné. Elle participe de manière efficiente à la transition durable des destinations.

En 2022 le CRTL a organisé 3 moments d'échanges et de progression à travers un éductour dans le Val d'Azun ou encore un séminaire dédié à Toulouse, rassemblant en tout plus de 100 participants qui ont partagé leurs approches et se sont enrichis mutuellement. Actuellement 4 destinations sont labellisées DPT et 7 destinations sont en préparation de labellisation.

En savoir plus : Véronique MERCADIER, chargée de mission qualité et transition des Offices de Tourisme & Référente Qualité Destination (VVF, PB, QT) veronique.mercadier@crtoccitanie.fr
Marion SAINT-MARTIN, chargée de mission accessibilité / DPT marion.saint-martin@crtoccitanie.fr

Pôle Marketing & Attractivité

L'action marketing du CRTL Occitanie s'est concentrée en 2022 autour de 5 axes prioritaires

FAVORISER LA MISE EN MARCHÉ AUPRÈS DES VOYAGISTES ET DES PRESCRIPTEURS

Au travers le plan d'actions BtoB mené en 2022, le CRTL Occitanie a accompagné la commercialisation et la distribution des entreprises touristiques régionales auprès des prescripteurs, sur les marchés français, européens et longs-courriers. Le Japon et l'Australie, marchés concernés par la Coupe du Monde de Rugby 2023, ont fait l'objet d'actions spécifiques en vue de l'accueil de l'événement en France : présentations exclusives de l'Occitanie sous l'angle rugby, éductours thématiques à destination... Le CRTL Occitanie a participé et organisé des opérations de mise en relation des entreprises touristiques avec les distributeurs nationaux et internationaux (aide à la mise en marché, formations à la destination, démarchages, workshops, éductours, événements exclusifs Occitanie, newsletters), notamment l'événement Destination Occitanie, destiné au tourisme de groupe.

CHIFFRES CLÉS

- ▶ **1 170** voyageurs rencontrés et formés sur l'ensemble des marchés prioritaires ou des marchés ayant une connexion directe avec l'Occitanie.
- ▶ **28** workshops en présence du CRTL Occitanie et ses partenaires.
- ▶ **202** prescripteurs accueillis en éductours en Occitanie, avec la collaboration des partenaires départementaux et locaux.



DÉVELOPPER LE TOURISME DE PROXIMITÉ ET LES LOISIRS POUR TOUS AVEC LA CARTE OCC'YGÈNE

Forte de ses deux premières années d'expérience, la carte Occ'Ygène a poursuivi et intensifié ses actions en faveur du développement de l'activité touristique et des loisirs à destination des habitants d'Occitanie. Favoriser la consommation de loisirs pour le plus grand nombre, dont les plus modestes, et générer du chiffre d'affaires chez les prestataires de la région restent les maîtres mots de ce dispositif.

CHIFFRES CLÉS

- ▶ **65 000** cartes commandées depuis sa création
- ▶ **49%** de cartes actives sont des cartes Jeune et 46 % des cartes Famille
- ▶ **302** prestataires partenaires actifs
- ▶ **10 200** cartes Famille+ monétisées
- ▶ **314 000 €** reversés aux prestataires partenaires
- ▶ **682 000** Pages vues. Page Occ'Ygène, N°1 des pages vues sur voyage-occitanie.com

IMPULSER LA CROISSANCE DES FILIÈRES PRIORITAIRES

Le CRTL Occitanie a développé une dynamique partenariale forte en associant et engageant ADTs, CDTs, réseaux professionnels volontaires dans la construction et le co-financement des plans d'actions dédiés aux filières prioritaires, telles que les activités de Pleine Nature avec un plan d'actions spécifique « vélo », le tourisme des jeunes, le thermalisme, l'agritourisme et l'oénotourisme. Parmi les actions menées : **campagnes de communication et marketing online et offline** assurant notoriété de la destination sous l'angle filières et **conversion** visant à générer du trafic qualifié en faveur des opérateurs partenaires, **accueils de presse et influenceurs**, participations à des événements phares des filières (Salon Thermalies, Salon Régat, Occitanie fête la qualité...), **création de contenus** (missions photos thermalisme et oénotourisme). Le CRTL a été à l'initiative, pour la 3ème édition, du **Fascinant Week-End en Occitanie**, du 13 au 16 octobre, l'événement dédié à la valorisation de l'oénotourisme auprès des clientèles de proximité.

Des journées professionnelles ont été organisées par le CRTL, réunissant les acteurs des filières :
• **Journées Partenariales des Activités de pleine nature à Millau sur le thème** : « Activités de pleine nature : Quels chemins pour l'Occitanie ? » les 15 & 16 mars 2022
• **Rencontres Destinations Saveurs Occitanie** : journée de séminaire entre institutionnels, professionnels et têtes de réseaux de l'agritourisme afin d'échanger autour des enjeux de la filière et d'imaginer collectivement des pistes de développement stratégiques le 7 avril 2022.

Le CRTL Occitanie est également impliqué dans des projets transrégionaux, notamment au travers les **comités d'itinéraires vélo/VTT et randonnée pédestre** : GTMC, Méditerranée à vélo (EV8), ViaRhôna (EV17), véloroutes inscrites au schéma national (V80, 81, 82, 84, 86, 87), chemin de Compostelle,

CHIFFRES CLÉS 2022

- ▶ **5** campagnes mix media lancées au bénéfice des filières
- ▶ **64 271 000** impressions des publications, annonces et éléments de communication des campagnes
- ▶ **154 000** clics dirigeant vers les offres des partenaires dans le cadre des campagnes de conversion
- ▶ Plus de **350** participants aux journées professionnelles organisées par le CRTL
- ▶ Plus de **170** animations proposées lors du Fascinant Week-end en Occitanie par 19 destinations labellisées Vignobles & Découvertes



FÉDÉRER LES ENTREPRISES ET ACCOMPAGNER LEUR MISE EN MARCHÉ AU SEIN DES CLUBS D'ENTREPRISES

Au travers des clubs d'entreprises, le CRTL Occitanie se positionne au plus près de la réalité des besoins des professionnels. Co-construction des plans d'actions, opérations de communication et marketing collectives, événementiels dédiés, cycles relationnels ciblés... traduisent la dynamique des clubs CRTLO : **Club Bien être, Club APN – Trail, Club Business et Cercle Prestige.**

CHIFFRES CLÉS

► **240**

adhérents aux clubs d'entreprises CRTLO

► **26**

campagnes « clubs » lancées au bénéfice des adhérents, sur des supports online et offline,

► **23 110 000**

impressions des publications, annonces et éléments de communication des campagnes

► **220 000**

clics dirigeant vers les offres des partenaires dans le cadre des campagnes de conversion

► **14**

opérations (salons, workshops) valorisant la destination Occitanie et les membres des clubs

DÉPLOYER LA STRATÉGIE DE GESTION DE LA RELATION CLIENT (GRC)

Après un deuxième semestre 2021 consacré à déployer les premières actions de GRC sur la collecte de nouveaux contacts (cf. rapport d'activités 2021, p. 61), l'année 2022 a permis de déployer à plus large échelle et via de nouveaux leviers des **actions de collecte, d'animation, et de connaissance des clientèles** pour le CRTL Occitanie et les ADTs engagés dans la stratégie de GRC partagée depuis 2020.

CHIFFRES CLÉS

► **166 600**

contacts qualifiés dans la base GRC BtoC du CRTL en déc. 2022 (+ 117 500 nouveaux contacts en un an)

► **1 959 800**

destinataires touchés en un an par les newsletters et emailings du CRTL (1 285 290 pour les actions communes CRTL et ADTs en 6 mois)

► **153 400**

contacts qualifiés collectés en 1 an, dont 95 750 pour les ADTs dans le cadre de la stratégie partagée

► **0,20 €**

c'est le coût moyen d'acquisition d'un contact optin qualifié pour le CRTL et ses partenaires sur les opérations menées conjointement



Zooms



L'action BtoB en préparation de la Coupe du Monde de Rugby 2023

A l'approche de cet événement d'envergure mondiale, le CRTL Occitanie a renforcé son action sur certains marchés, et mis en avant le positionnement rugby de la destination au travers des opérations BtoB.

AUSTRALIE ET NOUVELLE-ZELANDE

> **Workshop France** (du 5 au 9 septembre)

Organisé par Atout France Australie

- Partenaires présents : OT de Nîmes

- 3 Workshops :

- Sydney : RDV pré-programmés inversés + table ronde avec les TO

- Melbourne : 200 voyageurs présents

- Auckland : 150 voyageurs présents

Destination Occitanie, le workshop BtoB dédié au tourisme de groupe

> **Destination Occitanie 2022** (du 12 au 14 mars), à Toulouse,

Dédié au Tourisme de groupe

• 8 Prétours en région les 12 et 13 mars : Aude & Ariège, Tarn et Garonne & Lot, Lozère & Aveyron,

Hautes Pyrénées & Gers, Tarn & Haute Garonne, Pyrénées Orientales, Gard, et un dédié à Toulouse pour le réseau DMC Alliance : 70 voyageurs participants (TO, grossistes, autocaristes, agences de voyages, réceptifs)

• Workshop le 14 mars aux Espaces Vanel regroupant 88 voyageurs, 17 CE, 11 associations de nouveaux arrivants

• Exposants : 89 prestataires touristiques de l'Occitanie

• 2 catalogues exposants et visiteurs qualifiés, distribués aux participants.

1 169 rendez-vous planifiés, soit 18 rendez-vous en moyenne par participant.

JAPON

> **Workshop Sakidori** (du 20 et 24 juin) organisé par Atout France Japon à Tokyo et Osaka

- Partenaires présents : OT de Toulouse et Nîmes

- Un workshop TO avec 25 RDV pré-programmés

- Un workshop presse avec 14 RDV journalistes

- Un séminaire formation spécial Occitanie avec présence de 52 TO

- 3 journées de démarchage à Tokyo puis Osaka

- 2 dîners de travail : 1 avec la direction de Tobu Top Tour Japon et 1 avec l'équipe de vente et la direction générale de WAS, affréteur de l'avion Tokyo/Toulouse en 2019.

> **Accueils de voyageurs japonais** en partenariat avec Atout France Japon et les partenaires locaux à destination :

- Agence Tobu Top Tour représentant officiel Japon pour la CMR 23 (mai 2022)

- Directeur de la division sport de JTB représentant officiel Japon pour la CMR 23 (juin 2022)

- JTB, Tobu Top Tour et Nippon Travel : éducteur en région + participation au match France/Japon (novembre 2022)

- 22 commerciaux de JTB : repérage Toulouse + participation au match France/Japon (novembre 2022)

- Accueil du Directeur de HIS et MIKI : repérage Toulouse + participation au match France/Japon (novembre 2022).



Zooms

Booster les actions presse pour valoriser le thermalisme en Occitanie

Dans le cadre du plan d'actions mutualisé avec les partenaires de la filière thermalisme, la Fédération Thermale d'Occitanie et des départements engagés, l'accent a été mis sur le développement des relations presse en 2022, via un dossier de presse Thermalisme & Bien être, et 5 accueils de presse en stations.

RETOMBÉES :

> **Midi-libre** : retombées presse écrite et en ligne suite CP, audience 22 000 000 de vues / mois

* **Magic Maman** sur les cures dédiées à l'endométriose de la station Luz-Saint-Sauveur, audience 3 300 000 visiteurs uniques / mois

* **Les grandes traditions santé** sur la mini-cure Slow Nature de la station de La-Preste-les-Bains

* **Rose Magazine** : envoi info sur Molitg, Avène et Luz sur cures Post cancer sein (parution hiver), diffusion 180 000 exemplaires

* **Figaro Santé** à Amélie-les-Bains sur la cure Slow nature, diffusion 80 000 exemplaires

* **Marie Claire** Midi-Pyrénées à Barbotan, sur la cure Post cancer sein, audience 151 000 lecteurs

* **Plantes & Santé** à Molitg, sur la cure Post covid, audience 229 770 lecteurs

* **Top Santé** à Bagnères de Bigorre, sur la cure Post covid, audience 6 684 000 lecteurs

* **Figaro Midi-Pyrénées** à Avène-les-Bains, sur la cure Sensitive

Le vélo en Occitanie... ça roule !

La dynamique partenariale **autour de la filière vélo avec les 10 ADTs partenaires a permis la mise en place d'un plan d'action de promotion communication** dédié en 2022 : Lancement d'un jeu concours autour du Tour de France, campagnes digitales de valorisation des circuits vélo, VTT et itinéraires vélo, présence mutualisée sur le salon Roc d'Azur à Fréjus et sur le Festival « What a Trip » à Montpellier.

LES CHIFFRES CLÉS

► **+ de 6 millions** d'impressions sur nos campagnes vélo, VTT sur les réseaux sociaux

► **+ de 60 600** visites qualifiées sur nos parcours vélo, VTT

► **+ de 16 000** adresses optin qualifiées collectées

► **+ de 2 000** cartes vélo, VTT distribuées auprès de clientèles spécialisées

Les classes découvertes en Occitanie, tout un programme !

Une enquête a été menée conjointement par le CRTL Occitanie et l'UNAT Occitanie dans le cadre de leurs actions en faveur des séjours pour la jeunesse.

Les objectifs ?

- Approfondir la connaissance des pratiques et des attentes des enseignants en matière d'organisation de classes découvertes
- Mieux cerner les besoins et les freins auxquels sont confrontés les enseignants lors de l'organisation de voyages scolaires
- Proposer des offres adaptées en termes de séjours, d'accompagnement et de communication.

LES CHIFFRES CLÉS

Enquête classes découvertes en Occitanie (324 répondants, 64% originaires d'Occitanie, 60% enseignants de primaire) :

► **91%** des enseignants jugent que les classes découvertes sont importantes dans la réalisation du programme scolaire.

► **60%** des enseignants organisent un voyage (ou sortie) scolaire en 2023.

► **2/3** des enseignants organisent leur sortie scolaire en France (et 80% d'entre eux partiront en Occitanie).

► **61%** des séjours se déroulent entre avril et juillet.

► La durée moyenne des séjours est de **4 jours**.

► Le budget moyen par jour et par élève est **71,25€**.

► **62%** des enseignants choisissent de réserver l'hébergement en direct.

► **45%** des classes reviennent au même endroit d'une année sur l'autre.

► **35%** soit une majorité des enseignants se renseignent sur internet pour organiser leurs séjours.

► **60%** des répondants déclarent une méconnaissance de l'offre de classes découvertes en Occitanie.

► Les principaux freins à l'organisation de classes découverte : le coût de l'hébergement, le coût du transport, la complexité des démarches administratives.

Sur la base des enseignements de cette enquête, un plan d'actions dédié au plus près des attentes des enseignants et des opérateurs sera établi par le groupe de travail réunissant CRTL Occitanie, Région Occitanie, représentants de l'Éducation Nationale, l'UNAT et des représentants des opérateurs de séjours.

La Gestion de la Relation Client, nouveau cap en 2022 !

En 2022, les actions de collecte ont été multipliées, afin de développer la base contacts du CRTL Occitanie et des ADTs partenaires :

• **Collecte CRTL** : 6 jeux - Tour de France (avril-mai), Foire de Printemps (avril), Sud de France fête la qualité (juin), Littoral (sept.), Rugby (sept.) et Fascinant WE (oct.), 1 opération Facebook leads, 1 opération de co-registation. Résultats : **+77 335 contacts qualifiés**.

• **Collecte partagée CRTL/ADTs** : 4 jeux « Gagnez un Fabuleux Voyage en Occitanie » (1 jeu par saison). Résultats : **153 400 contacts qualifiés collectés en 1 an dont 95 750 pour les ADT**.

Les actions d'animation ont pris un nouvel élan en 2022 :

• **Cycle relationnel CRTL** :

> 3 newsletters grand public : une newsletter Tourisme mensuelle en deux versions régionale et nationale, une newsletter Trail trimestrielle lancée en mars 2022, et une newsletter Thermalisme bimestrielle lancée en novembre 2022. **Nombre total d'abonnés : 159 900**.

Nombre total de destinataires = 1 613 500, ouvriers = 385 800 (23,9%), cliqueurs = 40 110 (10,3% de réactivité).

> 9 emailings bien-être ciblés (2ème semestre) :

œnotourisme, bien-être cyclotourisme, belles adresses, etc. **Nombre total de destinataires = 346 300, ouvriers = 92 265 (26%), cliqueurs = 8760 (9,4% de réactivité).**

• **Animation partagée CRTL / ADTs** :

> Dispositif : 1 email régional trimestriel renvoyant sur le site de chaque ADT + 1 email de chaque ADT renvoyant sur le site du CRTL.

> Résultats : emailing cyclotourisme = 853 949 destinataires touchés, taux d'ouverture de 15%, taux de réactivité de 5,7%. Emailings agri-œnotourisme = 431 347 destinataires touchés, taux d'ouverture = 23%, taux de réactivité = 15%. + de 1 200 000 personnes atteintes en 2 emailings.



Pôle Communication & Rayonnement

EN 2022, LA COMMUNICATION EN FAVEUR DE LA DESTINATION OCCITANIE SUD DE FRANCE S'EST ORIENTÉE VERS UN TOURISME PORTEUR DE SENS.

Dans un esprit partenarial et collaboratif, elle a eu pour objectif de mutualiser les moyens afin d'offrir une visibilité régionale, nationale et internationale aux territoires, construisant ainsi l'image multi-facettes de la destination Occitanie Sud de France.

La communication portée par le CRTL :

- A été encore plus partenariale avec les ADT, CDT, OT, acteurs privés et publics...
- S'est articulée autour des marques infrarégionales (PACT*) et des Contrats de Destination
- S'est appuyée sur les réseaux sociaux et leurs nouveaux modes d'utilisation
- S'est attachée à laisser la parole à des journalistes, influenceurs, habitants, touristes...

En phase avec les enjeux de tourisme durable, ces différents dispositifs de communication ont ciblé :

- Les clientèles de proximité, avec les habitants d'Occitanie et ceux des régions limitrophes,
- Les clientèles européennes prioritaires (marchés anglais, allemand, belge, espagnol et néerlandais)
- Les clientèles d'opportunité (Afrique du Sud, Australie, Japon, Nouvelle-Zélande), en lien avec la Coupe du Monde de Rugby).

(*) Plans d'Actions Concertés de Territoires

UN POSITIONNEMENT GRADUEL : DE L'OCCITALITÉ À L'OCCITANIE RAIL TOUR

Depuis quatre ans, le CRTL affine le positionnement de la destination Occitanie Sud de France autour d'un tourisme plus responsable et plus respectueux des territoires traversés et des habitants qui y vivent. Les valeurs d'Occitalité, mêlant rencontres, partages, convivialité, diversité et

responsabilité, ont complété l'univers du voyage, et tout particulièrement celui qui fait grandir. De ce concept, sont nés les Fabuleux Voyages. En 2022, le CRTL a ajouté une nouvelle brique à ce positionnement, en amorçant un nouveau concept de communication autour du Voyage en Train.

UNE COMMUNICATION PARTENARIALE EN FAVEUR DES DESTINATIONS

Autour de ses quatre univers de destination (mer, montagne, campagne et ville), ses pépites patrimoniales, ses sites naturels préservés, son histoire et sa culture, l'Occitanie dispose d'une offre touristique exceptionnelle incarnée dans les Fabuleux Voyages ; des expériences à découvrir désormais en train et en mobilités douces.

Au-delà de la valorisation de la marque ombrelle, Occitanie Sud de France, le CRTL coordonne des actions de communication au niveau régional, national et international pour le compte des Contrats de Destination et des Plans d'Actions Concertés des Territoires. Il agit en qualité de maître d'œuvre pour le déploiement de dispositifs adaptés et ciblés, tout en faisant le lien entre les partenaires institutionnels ou privés et les opérateurs (ATF, agences, influenceurs...). Ce financement croisé, couplé à un travail collaboratif, bénéficie directement aux territoires.

LES CONTRATS DE DESTINATION

Signés lors des Convergences Touristiques, à La Grande Motte en octobre 2022, les Contrats de Destination offrent un cadre de communication à huit destinations de notoriété internationale : littoral d'Occitanie, Lourdes, Toulouse, Montpellier, Pyrénées, canal du Midi, vallée de la Dordogne et Lot Aveyron Lozère, sur le thème des Activités de Pleine Nature.

Cette volonté de travailler la marque Occitanie au travers des destinations ayant une réalité client tant au niveau national qu'international trouve un écho dans les dispositifs Atout France proposant un contrat sur 3 ans signé entre l'État, les CRT et les acteurs locaux institutionnels et privés pour accompagner une destination sur le long terme.

PACT ET PARCS NATURELS

Le CRTL a accompagné les marques de territoire à forte notoriété touristique autour de Plans d'Actions Concertés de Territoires (PACT) en faveur de :

- L'Aubrac
- Sud-Ouest
- Gorges du Tarn
- Cévennes (créé fin 2022).

Après la phase de définition du positionnement de ces destinations qui pour certaines dépassent les limites administratives de la région Occitanie, le CRTL a coordonné :

- Des accueils d'influenceurs chargés de produire du contenu, utilisé sur les réseaux sociaux, mais aussi en cinéma (en année 2023)
- Des jeux concours saisonniers permettant aux internautes de gagner des séjours dans les territoires
- La participation à des salons grand public
- La réalisation de reportages-photos hébergés sur la photothèque du CRTL et partagés avec l'ensemble des partenaires...

Le CRTL coordonne les actions de valorisation des 11 parcs régionaux et nationaux au travers de jeux concours organisés sur les réseaux sociaux.

Basés sur une coopération financière équilibrée entre le CRTL et les différents partenaires, les dispositifs Contrats de Destinations, PACT et Parcs permettent de mutualiser les moyens et d'agir sur les marchés et auprès de cibles définies en concertation pour une meilleure visibilité des destinations.

UNE COMMUNICATION MULTI- CANAL « SUR LA ROUTE DES FABULEUX VOYAGES »

Le Fabuleux Voyage est une offre de séjour touristique inédit, insolite, itinérant... qui illustre le positionnement de l'Occitanie en faveur d'un tourisme plus responsable et plus inclusif. Il est la concrétisation d'une vision d'un tourisme plus slow et plus accessible, en utilisant tous les leviers de la mobilité et tout particulièrement autour du voyage en train.

PRODUCTION DE NOUVEAUX ÉPISODES

Pour la saison 3 des Fabuleux Voyages, le CRTL a privilégié la production de mini-vidéos (1' et 1'30) avec 6 nouveaux épisodes « Sur la Route des Fabuleux Voyages » orientés tourisme durable et responsable en allant à la rencontre des acteurs du territoire : un berger et un accompagnateur handisport VTT dans les Pyrénées, une productrice de fromage Pélardon



Littoral d'Occitanie

Afin de développer la notoriété et la fréquentation touristique du littoral, le CRTL, en collaboration avec les stations du littoral et les quatre départements de l'arc méditerranéen, a piloté une campagne de communication digitale en deux vagues (mai/juin et septembre/octobre/mi-novembre) sur les réseaux sociaux avec un premier test sur TikTok. L'objectif principal de notoriété de cette campagne a été pleinement rempli avec un total de 27 millions d'impressions, 19,1 millions de vues de vidéos et 13 170 pages vues sur la page d'atterrissage dédiée au littoral occitanie-mediterranee.com. Parallèlement, le CRTL a accueilli les influenceurs toulousains, @michmichenvadrouille, pour découvrir le littoral en voilier depuis Le Grau du Roi jusqu'à Port Vendres.

Installer
le concept
d'Occitalité

Capitaliser
sur les atouts
de la destination

Fédérer
l'ensemble des
acteurs du
tourisme régional

Engager
les habitant(e)s
de la région

Préempter
l'univers
du voyage

Adopter
des comporte-
ments éco-
responsables

Développer
les Fabuleux
Voyages

Découvrir
l'Occitanie
en train.

dans les Cévennes, un couple d'hôtes proposant un voyage à impact positif dans l'Hérault, le conducteur du train des Fenouillèdes dans le Pays Cathare, de jeunes festivaliers sur le littoral audois...

Complétés par trois films sur le canal du Midi, l'œnotourisme et les chemins de Saint Jacques, ces nouveaux programmes courts sont venus étoffer la collection des 20 précédents « Sur la route des Fabuleux Voyages ».

A l'occasion de cette campagne le premier film « Occitanie Rail Tour » proposant une offre de tarification préférentielle avec le dispositif + = 0 destinée aux jeunes, a été produit.

UN DISPOSITIF DE COMMUNICATION 360°

- **Campagne TV** France 3 Occitanie et Auvergne Rhône Alpes

- Du 20 au 30 juin
- Du 1er au 10 septembre

- **Médiatisation digitale et sociale** en 3 temps renvoyant vers la page d'atterrissage voyage-occitanie.com et la chaîne YouTube de la destination

- Du 23 mai au 3 juin : médiatisation des teasers Tourisme Durable / œnotourisme / vélo
- Du 7 juin au 5 juillet : médiatisation des nouveaux Fabuleux Voyages au travers de 5 teasers par une campagne sociale et digitale
- Du 15 juin au 7 juillet : médiatisation du teaser Occitanie Rail Tour.

- **Campagne d'affichage dans les gares** de Montpellier Saint Roch et de Toulouse Matabiau

- Du 15 au 30 juin 2022
- Du 13 au 31 juillet 2022

Performances : 328.629 spots de 10» diffusés au global, soit 4.396.000 occasions de voir le message

- **Campagne d'affichage dans les trains liO** sur l'ensemble du réseau régional

- Du 21 juin au 21 septembre 2022

- **Influence** avec Le Fabuleux Voyage à la voile du Grau du Roi à Collioure sur 7 jours.

- **Partenariat avec la plateforme média Loopsider** pour valoriser les engagements de la destination Occitanie Sud de France en faveur d'un tourisme plus juste et plus durable, notamment au travers du voyage en train et des valeurs qu'il véhicule :

- Dans les eaux du Golfe du Lion à Argelès sur Mer dans les Pyrénées-Orientales
- Dans les grottes du roquefort à Roquefort- sur-Soulzon en Aveyron
- Avec les abeilles toulousaines à Toulouse en Haute-Garonne
- Sur la route des étoiles, à dos d'âne dans les Cévennes au Vigan dans le Gard.

- **Partenariat avec les éditions Michelin** pour la réalisation d'une première édition d'un guide touristique dédié à l'itinérance en train pour découvrir l'Occitanie.

- **Espace Occitanie Rail Tour sur le site voyage-occitanie.com**, présentant une cinquantaine d'étapes pour emprunter tout ou partie du circuit avec un TOP 10 des activités à découvrir à moins de 40 minutes de la gare, une sélection d'hébergements de 3 à 5 étoiles à proximité immédiate ainsi que les coordonnées des Offices de Tourisme et des gares.

COUPE DU MONDE DE RUGBY

En 2022, le CRTL a anticipé sur l'organisation de la Coupe du Monde de Rugby en France et, tout spécialement en Occitanie, pour conduire des actions de communication sur les marchés lointains (Afrique du Sud / Australie / Japon / Nouvelle-Zélande) dont les équipes nationales sont engagées dans la compétition ainsi que sur les marchés de proximité.

En partenariat avec l'Agence d'Attractivité de Toulouse, le CRTL a développé une stratégie de communication :

- BtoB en direction des tour-opérateurs, agences de voyages, fédérations et associations sportives...
- BtoC en direction des clientèles susceptibles de venir en France pour assister aux matchs ; des familles accompagnant leur joueur, désireuses de découvrir la région... au travers d'un jeu-concours, de campagnes d'influence, des campagnes digitales sur les Réseaux Sociaux, programmation atterrissant sur des pages dédiées en anglais et japonais.

L'équipe nationale du Japon, qui jouera deux rencontres à Toulouse, a établi son camp de base dans la région toulousaine. Perpignan accueillera les rugbymen du Portugal et Montpellier sera le camp de base des joueurs des Iles Samoa.



LES ÉDITIONS DU CRTL

Editions professionnelles annuelles : Informer et accompagner les socio-professionnels sur les actions du CRTL

- Rapport d'activités du CRTL, édité à 1 000 ex présentant l'activité des pôles opérationnels du CRTL pour l'année passée.

- Plan d'actions annuel, édité à 1 000 ex présentant le plan d'action des pôles du CRTL.

- Mémento du Tourisme en Occitanie-Chiffres clés, édité à 1000 ex présentant l'ensemble des chiffres-clés du tourisme en Occitanie.

- Panorama de presse nationale et internationale, édité à 800 ex, présentant les principaux articles parus sur la destination faisant suite à un accueil ou une assistance technique.

Editions Grand Public

- Carte touristique Occitanie, éditée à 100 000 ex.

- 4 cartes agri-œnotouristique, circuits découverte par bassins viticoles, éditées en 12 400 ex.

- Brochure Thermalisme, éditée à 1 000 ex.

- 4 cartes Parcours et circuits : Vélo, VTT, Eaux-vives et Randonnées pédestres, éditées à 40 000 ex. Diffusion en encartage auprès des abonnés de magazines spécialisés : Vélo Vert et Carnets d'Aventure.

- Guide Vert Michelin des 41 Grands Sites d'Occitanie, édité à 8 000 ex et vendus en kiosque par Michelin.

- Guide Michelin Voyages en train en Occitanie, édité et diffusé par le CRTL à 5 000 ex.

OPTIMISATION DE LA STRATÉGIE ÉDITORIALE DES SITES INTERNET

Les travaux d'optimisation et d'enrichissement du site internet www.voyage-occitanie.com et de ses versions linguistiques, ont été poursuivis en 2002 afin de rendre les landing pages plus attractives et augmenter la notoriété des destinations tout en valorisant les thématiques prioritaires (tourisme durable, mobilité, loisirs ...).

LES FABULEUX VOYAGES

Cette collection, qui compte aujourd'hui 68 Fabuleux Voyages, a été complétée sur les thématiques du voyage en train et de l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite, ainsi qu'à l'offre de loisirs au gré des saisons.

L'OCCITANIE RAIL TOUR

Une cartographie augmentée a été développée autour du tracé des lignes liO Train, les gares-étapes, ainsi que l'offre touristique associée à proximité des gares (hébergements, patrimoine culturel, activités, Fabuleux Voyages au départ des gares-étapes). Cette page, mise en ligne le 1er juin 2022, a atteint les 96 000 vues, portée par un fort trafic sur la cartographie elle-même.

LES « DESTINATIONS PHARES »

Elles présentent l'ensemble des territoires de l'Occitanie valorisés dans le cadre des Contrats de Destination ou des PACT. Certaines de ces pages (Canal du Midi, Parcs naturels, Occitanie Méditerranée) permettent l'atterrissage de campagnes de communication pilotées par le CRTL et sont traduites en plusieurs langues en fonction des marchés ciblés.

LA COUPE DU MONDE DE RUGBY 2023

Dès le printemps 2022, une rubrique a été créée pour annoncer la RWC 2023 en France et positionner l'Occitanie, berceau du rugby, comme région d'accueil. Cet espace dédié a été traduit en anglais et en japonais afin d'abriter un jeu-concours organisé à la fin de l'été 2022, permettant à 6 personnes résidant en Nouvelle-Zélande, Afrique du Sud et Japon de gagner un séjour en Occitanie au moment de la Coupe du Monde.



AUDIENCE SITES GRAND PUBLIC

• Plus de 3,1 millions de visites (+23% par rapport à 2021) et près de 5,5 millions de pages vues (-6%) dont près d'1,6 million pour les fiches descriptives des entreprises touristiques de la région.

• La qualité du référencement naturel du site voyage-occitanie.com le place parmi les 3 premiers sites de CRT en 2022 (palmarès Cybercité). Il a permis d'attirer plus d'1,1 million d'utilisateurs, représentant 38% de l'audience ; les campagnes de communication quant à elles ont généré 12% des visites.

LES NOUVEAUTÉS 2022 SITE PRO

En 2022, l'audience du site Pro s'établit à 106 050 pages vues et 52 400 visites. Le site pro retrouve en 2022 un niveau d'audience d'avant Covid, avec des visites en hausse de 49% en moyenne par rapport à 2019. Parmi les principales évolutions, 3 rubriques ont été mises en avant dans le nouveau menu Engagements prioritaires : le label Qualité Tourisme Occitanie Sud de France, le tourisme durable et le tourisme accessible.

Parallèlement à une réorganisation de la rubrique Veille économique (via la revue de presse Scoop it), de nouvelles pages à propos de la mise en place des Contrats de Destinations, les PACT, la présentation des chiffres clés pour les clientèles étrangères ou les engagements RSE du CRTL, ont été créées.

FOCUS

44

e-newsletters "Liaisons" ont été envoyées chaque

60 000

destinataires. Leur impact sur la fréquentation du site Pro est notable. Le taux d'ouverture de l'e-newsletter de liaison s'établit en moyenne à 35% (+12 points par rapport à 2021), atteignant 40% en août et en octobre. 88 500 clics totaux ont été enregistrés (-12%).

UNE COMMUNICATION ENGAGÉE ET RESPONSABLE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

La ligne éditoriale incitant le voyageur à adopter une attitude éco-responsable a été développée et représente 35% des publications de l'année 2022, avec notamment l'intégration de l'Occitanie Rail Tour afin d'attribuer le voyage en train à la destination Occitanie.

Les réseaux sociaux se sont engagés dans le développement durable également, par l'utilisation de formats peu énergivores, par le ciblage des campagnes, et en proposant des contenus accessibles aux personnes souffrant d'une déficience visuelle.

En 2022, le renforcement de l'équipe Social Media (+1 personne) a permis la création d'images (photos/vidéos) propres au CRTL. L'utilisation de contenus tendances et l'amplification des collaborations a généré la création d'un réseau avec les influenceurs.

FOCUS

Audience Réseaux Sociaux :

L'Occitanie se classe en **17^{ÈME}** position des 600 destinations du classement We Like Travel et 8ème des régions (DomTom inclus)

310K

d'abonnés (+6,9% vs 2021), 110M impressions (vs 45M en 2021 soit +145%), sur Facebook et Instagram 1,26M d'interactions (vs 9,8K en 2021 soit +33%).

UN COMBO PERFORMANT : PRESSE & INFLUENCE

PRESSE « TOURISME » NATIONALE ET INTERNATIONALE

L'ensemble des opérations de communication conduites en France et à l'étranger est renforcé par des relations soutenues avec la presse et les influenceurs au travers d'accueils en région, de démarchages de rédaction et de participation à des workshops presse sur les marchés prioritaires.

Des actions presse et auprès des influenceurs sont menées tout au long de l'année en lien direct avec les 13 ADT et les OT de Toulouse et Montpellier. Certaines actions presse sont menées conjointement avec les autres pôles du CRTL et notamment avec les filières et les clubs du pôle marketing : activités de pleine nature, agritourisme, œnotourisme, tourisme des jeunes, thermalisme et bien-être, cercle prestige ...

Les opérations avec les influenceurs se sont multipliées ces 3 dernières années et offrent une très belle visibilité sur les réseaux sociaux ce qui permet de créer de l'engagement autour du tourisme régional. En 2022, une soixantaine de blogueurs français, espagnols, néerlandais, canadiens et japonais a été accueillie en Occitanie. Ces publications ont généré près de 4 000 000 impressions (vues) sur les profils respectifs des influenceurs pour un total de 1 041 posts. Ces contenus ont, eux-mêmes, été abondés par la communauté du CRTL (environ 300 000 abonnés) via différents partages réguliers de stories et des publications faites en « collaboration ».

FOCUS

Participation à **11** workshops presse en France et à l'étranger, soit près de 200 journalistes rencontrés

162

journalistes et blogueurs accueillis (hors juillet et août)

87

voyages de presse et/ou blogtrips

+ DE 100

demandes d'assistance technique (Daily Telegraph, le routard.com, France Magazine, Geo Saison, le Figaro, le Sunday Times, Détours en France, Frankrijk... ainsi que pour la presse régionale (La Dépêche du Midi, Métropolitain, Dis-Leur, France 3 Occitanie, In Toulouse, AirLife...)

17

dossiers de presse « tourisme » : Nouveautés 2022, Nautisme, Tour de France, Canal du Midi, Trail, Thalasso/Thermalisme/thermoludisme, Rugby

291

articles parus suite aux accueils pour près de 3 000 000€ de contre-valeur publicitaire

Plusieurs émissions TV tournées en Occitanie ont attiré près de **20** millions de téléspectateurs avec notamment Télématin ou Échappées Belles pour la France, Joseph Rosendo's Travelscope pour les U.S.A, Le Beau Vélo de Ravel pour la Belgique, ou encore Vascos en el Mundo en Espagne.

Canada
6 journalistes et blogueurs

USA
4 journalistes

Norvège
1 journaliste

Pays-Bas
8 journalistes et blogueurs

Belgique
16 journalistes

Grande-Bretagne
4 journalistes

France
1 journaliste et 43 blogueurs

Espagne
15 journalistes

Marchés prioritaires
Marchés secondaires
Marchés lointains

Suède
5 journalistes

Danemark
3 journalistes

Allemagne
6 journalistes et blogueurs

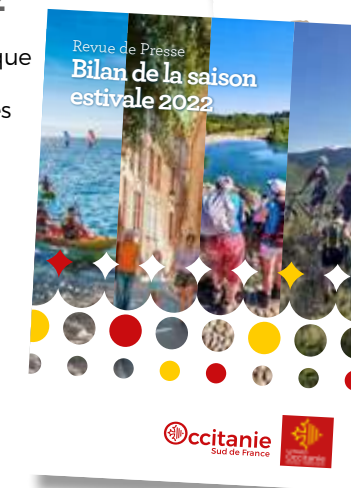
Autriche
5 journalistes

Italie
6 journalistes

Japon
9 journalistes

PRESSE CORPORATE EN 2022

- 4 dossiers de presse sur l'économie touristique
- Les contrats de destination
- La conjoncture d'avant-saison et les mesures d'accompagnement
- Le bilan de saison
- Le tourisme d'affaires
- 32 communiqués de presse
- 4 conférences de presse :
- Thermalisme : le 20 janvier
- Contrats de Destinations : le 11 mars
- Lancement de saison : le 8 juin
- Bilan de saison : le 5 septembre



Parcs Naturels d'Occitanie

Un tiers de la surface terrestre de la région, 3 univers de consommation touristique, campagne, montagne et mer, un panel de biodiversité, faune et flore, exceptionnel, une richesse de patrimoines naturels, paysagers, bâtis, culturels... c'est ce que représente l'ensemble des 11 parcs naturels d'Occitanie, 8 parcs Naturels Régionaux, 2 parcs Nationaux et un parc Naturel Marin.

LANCEMENT D'UN PROGRAMME OPÉRATIONNEL DE MISE EN TOURISME RESPONSABLE DE CES ESPACES NATURELS SENSIBLES

2022 a été l'année de finalisation du partenariat et d'engagement de l'ensemble de ce réseau autour d'une feuille de route coconstruite, décrivant des plans d'actions dont la mise en œuvre est prévue jusqu'en 2024.

Les chantiers à mener durant 3 ans s'organisent autour de 6 grands axes et autant de défis :

- Marketing, visant à mettre en avant l'offre spécifique, identitaire et de haute qualité des parcs naturels de la région,
- Mobilité, en se positionnant comme territoires d'expérimentation de solutions,

- Positionnement à affirmer en termes d'engagement responsable, associant visiteurs, professionnels et territoires,
- Communication visant à développer la notoriété de cet ensemble de territoires, en lui donnant une visibilité à l'échelle régionale et une image positivée
- Solidarisation de toutes les parties prenantes de ce réseau pour créer un effet « collection » entre les destinations concernées et un renvoi des visiteurs de l'une à l'autre
- Montée en puissance de la lisibilité des messages communs à tous les parcs et d'une meilleure différenciation sur les supports de communication digitaux.

DIRECTRICE DE PROJET
Sophie MERCIER
sophie.mercier@crtoccitanie.fr

INSTALLATION DE GROUPES DE TRAVAIL THÉMATIQUES

Des groupes de travail pluridisciplinaires ont été créés dès le 2ème semestre 2022 pour mener ces travaux sur la base du volontariat. Leurs résultats seront finalisés et mis en œuvre courant 2023

DESIGN DE L'OFFRE
Définition d'un cadre de référence pour la sélection et le design d'offres typées par parc d'Occitanie

PROMESSE-CLIENT
Formulation du concept stratégique des parcs naturels en promesse-client à destination de ses visiteurs

COMMUNICATION
Renouvellement de la campagne de notoriété pour les parcs naturels en vue de la conception à termes d'une campagne régionale intégrant les messages à adresser au grand public

MOBILITÉ
Recensement et diffusion de l'offre de services et transports sur les territoires de ces espaces naturels sensibles souvent enclavés

CONTENUS WEB
Réalisation d'une charte éditoriale partagée visant à faire monter en charge la visibilité des parcs sur les supports web régionaux et locaux.



Ils sont à l'origine du fond de mécénat OCC'YGENE





Destination
Occitanie
 Comité Régional du Tourisme et des Loisirs

voyage-occitanie.com

SITE DE MONTPELLIER (SIÈGE)
 64, rue Alcyone • CS 79507
 F • 34960 Montpellier Cedex 2

SITE DE TOULOUSE
 15, rue Rivals • CS 78543
 F • 31685 Toulouse Cedex 6



#VoyageOccitanie