

# Evaluation de l'action du CRTL Occitanie par les socio-professionnels

Enquête en ligne – Janvier 2022

CRTL Occitanie



# Objectifs de l'enquête

Evaluer l'action du CRTL Occitanie en 2021 auprès des **acteurs de l'économie touristique** sur les points suivants :

- Les actions conduites en 2021
- Les attentes en termes de missions et de services
- Les attentes en termes de formation
- L'appréciation globale de l'action du CRTLO
- L'évaluation du dispositif carte Occ'Ygène pour les répondants concernés

**1 enquête en ligne** réalisée pour le compte du CRTL Occitanie auprès de l'ensemble des acteurs du tourisme d'Occitanie (fichiers du CRTLO).

**937 réponses**

**Remarque** : un peu moins de répondants qu'en 2020 (1 019). Cette baisse du nombre de répondants peut s'expliquer de plusieurs manières :

- lancement de l'enquête pendant les vacances de Noël, à une date peu propice.
- un questionnaire beaucoup plus long qu'en 2020 (+50%), ce qui a favorisé les abandons en cours de saisie.



**20 décembre**

Envoi des enquêtes

**6 février**

Fin de la consultation

**24 février**

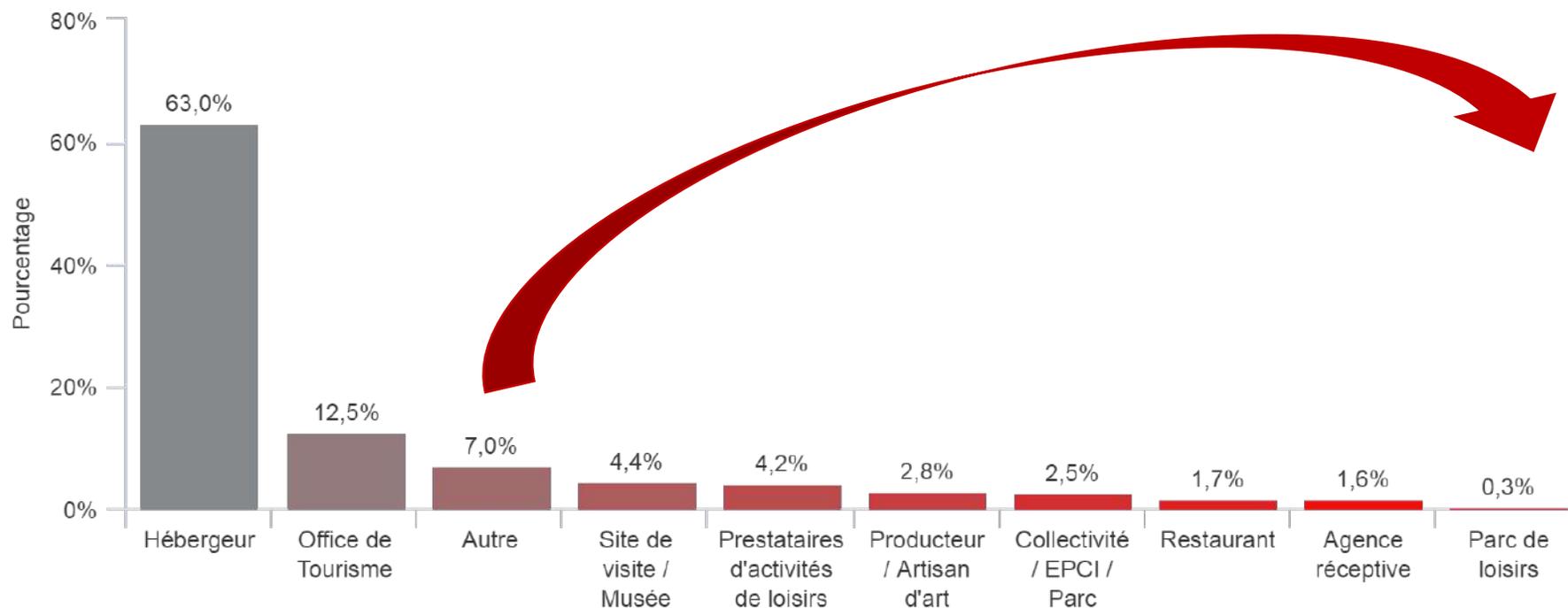
Restitution des résultats

# Le profil des répondants

Enquête en ligne auprès des socio-professionnels – Janvier 2022

# Profil des répondants - Secteurs d'activité

Quel est votre secteur d'activité ?

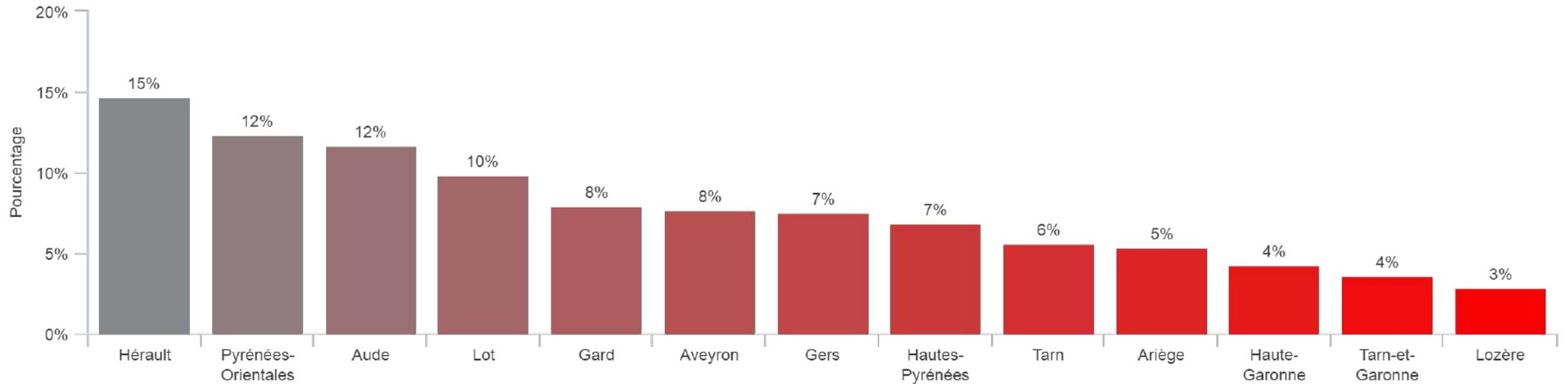


Si 'Autre' précisez :



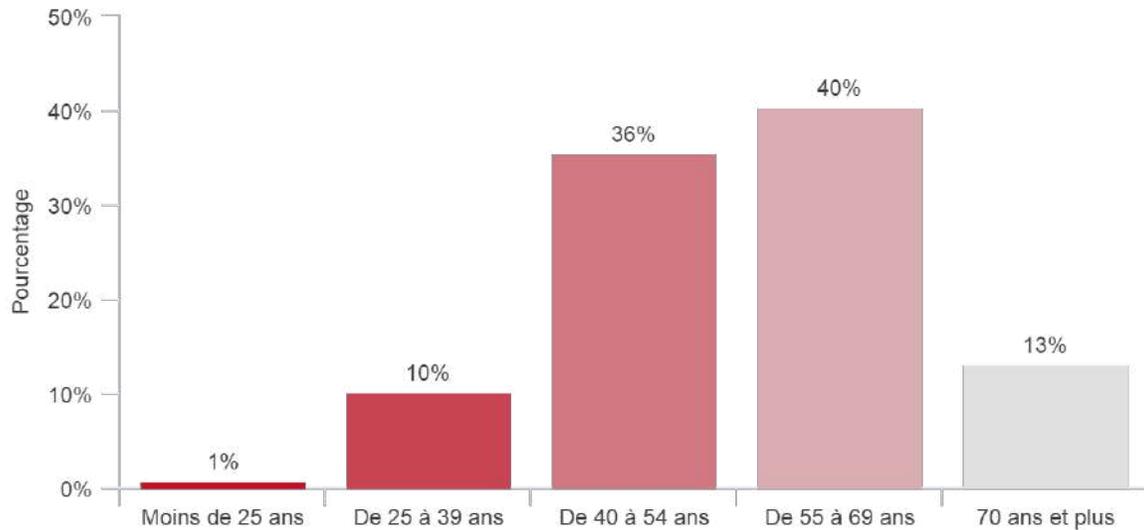
# Profil des répondants – Origine géographique

Votre département :

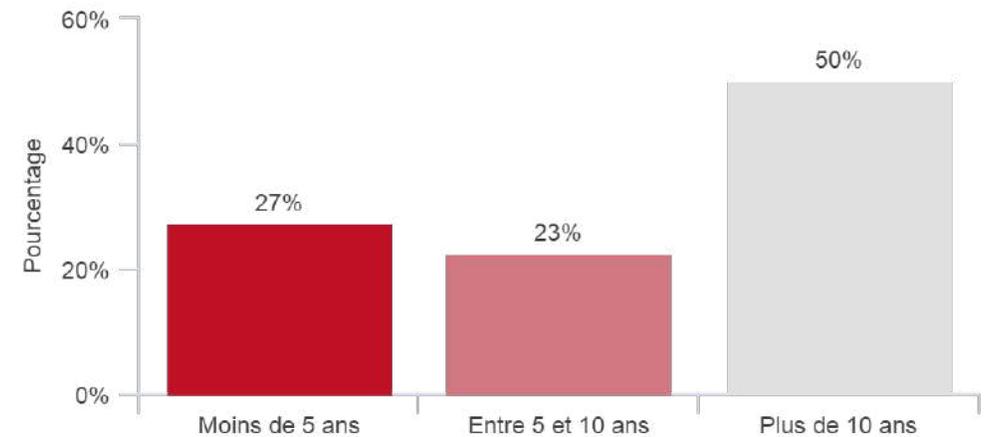


# Profil des répondants – Age et durée d'activité

Votre tranche d'âge :



Vous exercez votre activité depuis :

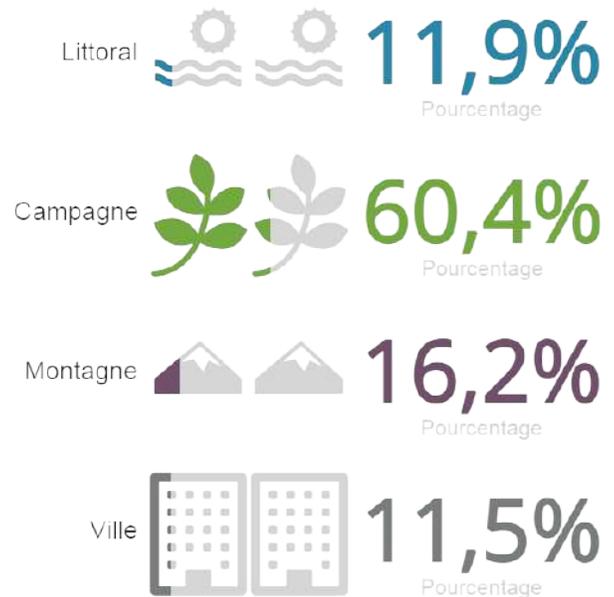


Remarque : même profil de répondants qu'en 2020.

# Profil des répondants – Lieu d'activité

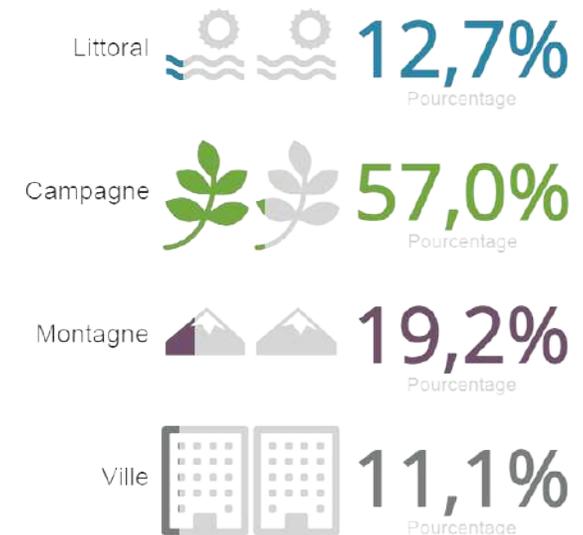
## Pourcentage 2021

Votre lieu d'activité :



## Rappel Pourcentage 2020

Votre lieu d'activité :

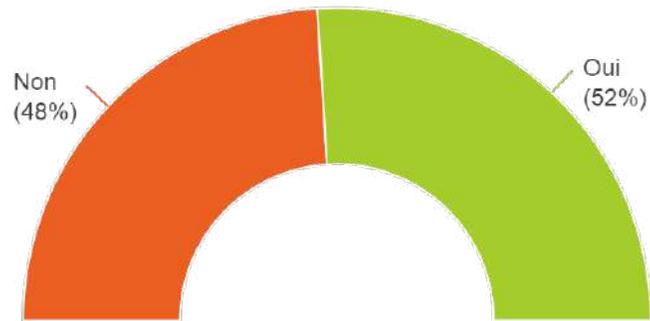


# L'expérience du CRTL Occitanie

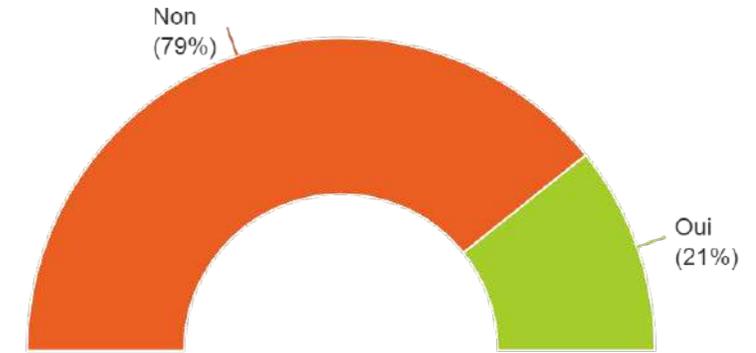
Enquête en ligne auprès des socio-professionnels – Janvier 2022

# Le niveau d'engagement des répondants

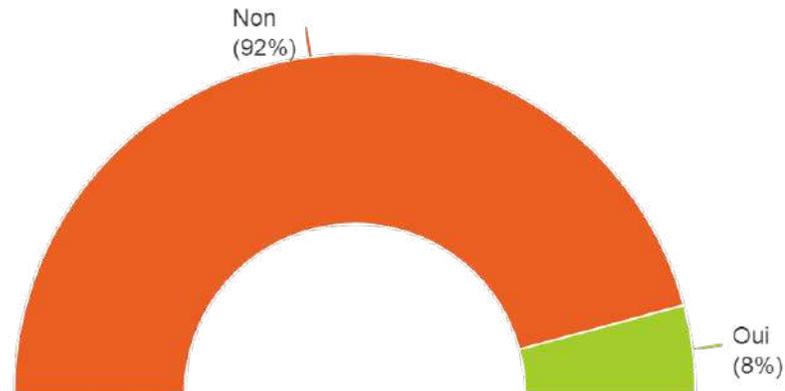
Etes-vous adhérent(e) du CRTL Occitanie ?



Etes-vous membre d'un club du CRTL Occitanie ?



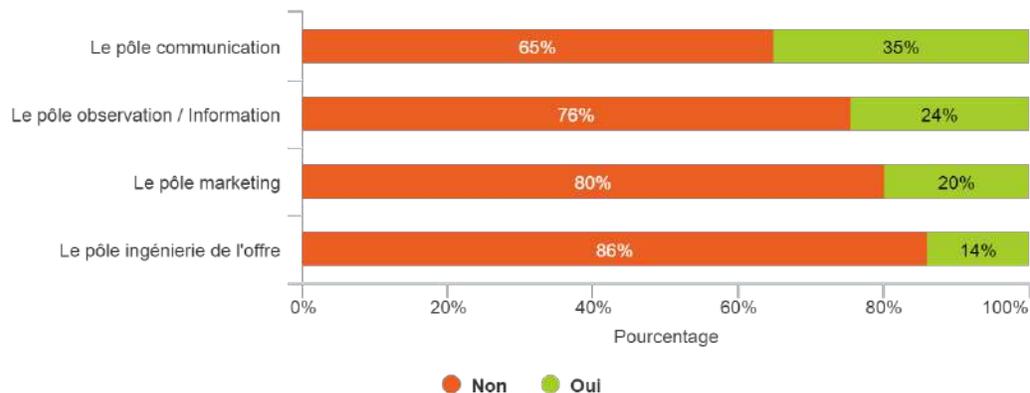
Etes-vous partenaire de la carte OCC'ygène ?



# Les contacts avec les services du CRTLO

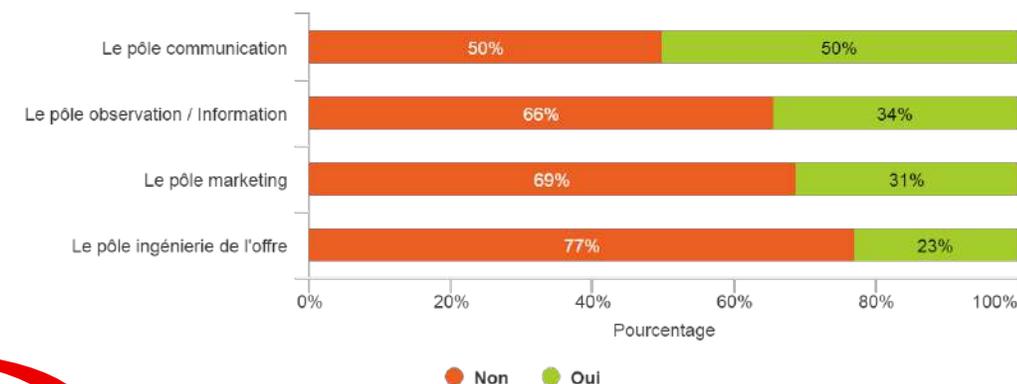
## Année 2021

En 2021, avez-vous eu au moins 1 contact avec les services du CRTLO Occitanie suivants :



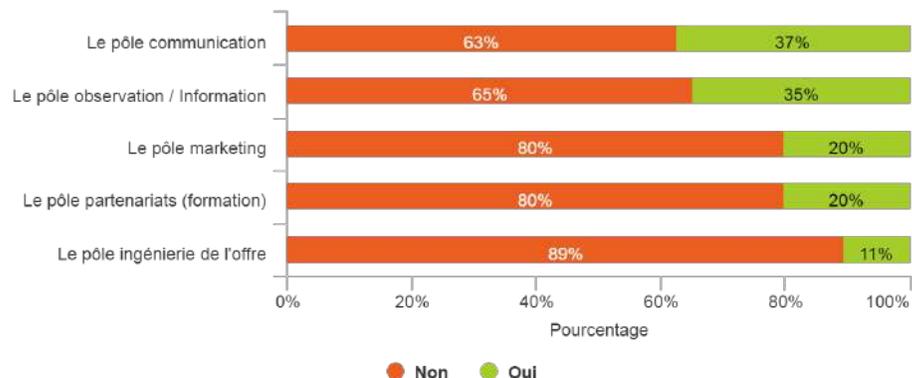
## Zoom sur les adhérents 2021

En 2021, avez-vous eu au moins 1 contact avec les services du CRTLO Occitanie suivants :



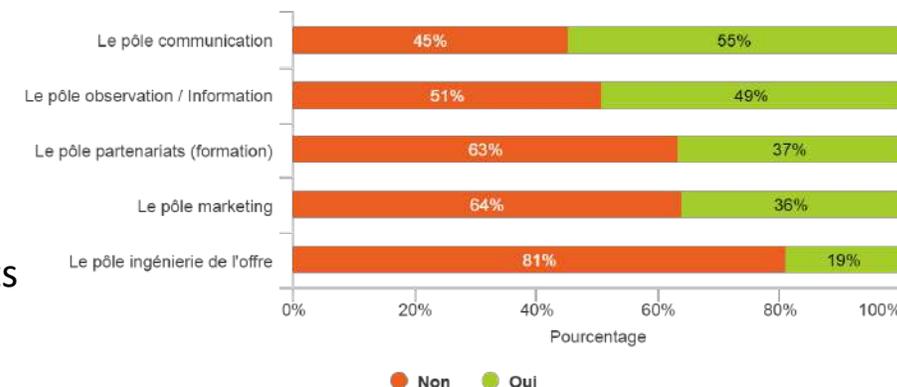
## Rappel 2020

Avez-vous au moins 1 contact par an avec les services du CRTLO Occitanie suivants :



## Zoom sur les adhérents 2020

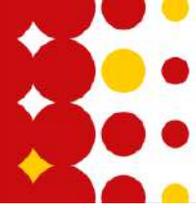
Avez-vous au moins 1 contact par an avec les services du CRTLO Occitanie suivants :



Globalement, des contacts en progression en 2021.

# L'évaluation des actions 2021

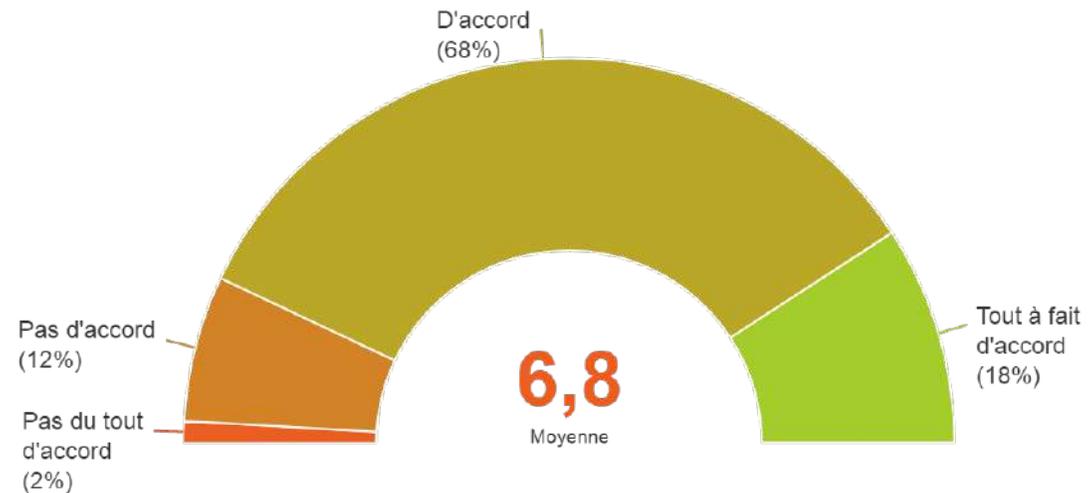
Enquête en ligne auprès des socio-professionnels – Janvier 2022



# Evaluation des priorités

## Des répondants favorables à la mutualisation des actions

En 2021, le CRTL Occitanie a donné la priorité à des actions collectives avec les ADTs et les OT d'Occitanie. Etes-vous d'accord avec cette approche ?

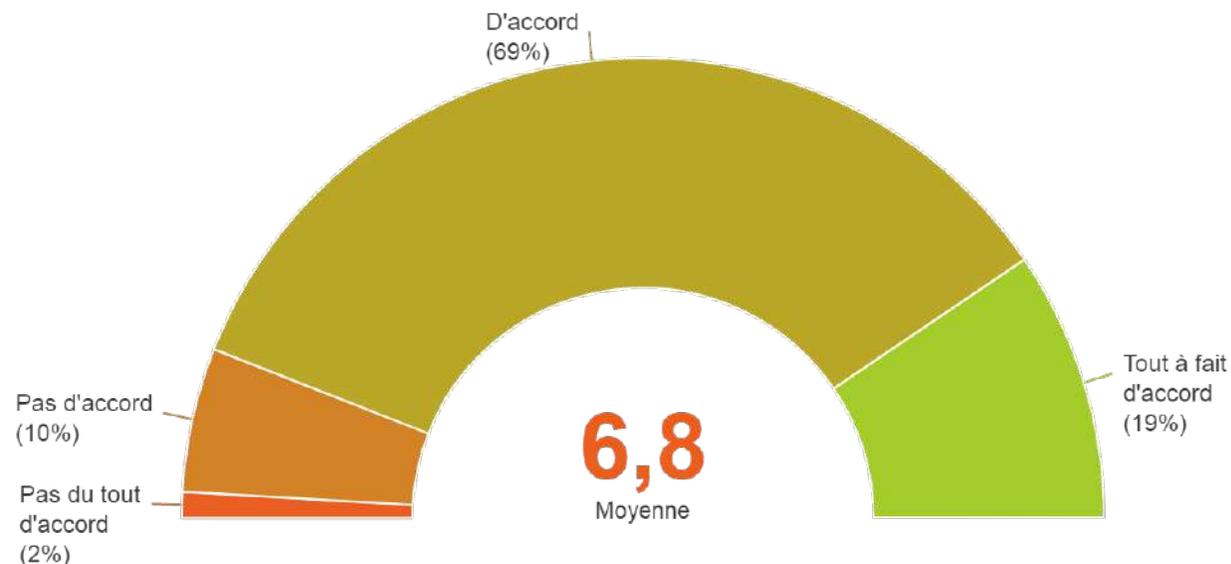


86% des répondants sont d'accord ou tout à fait d'accord sur la priorité accordée aux actions collectives avec les ADT et les OT d'Occitanie.

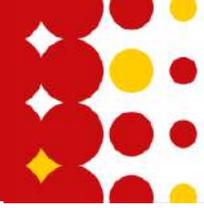
# Evaluation des priorités

Des répondants qui soutiennent les actions de communication dédiées aux destinations infrarégionales

Dans sa stratégie de communication 2021, le CRTL Occitanie a partagé ses moyens entre une communication dédiée à l'Occitanie et une communication dédiée aux destinations infrarégionales (ex : littoral, Pyrénées, Aubrac, Sud-ouest...). Etes-vous d'accord avec cette approche ?



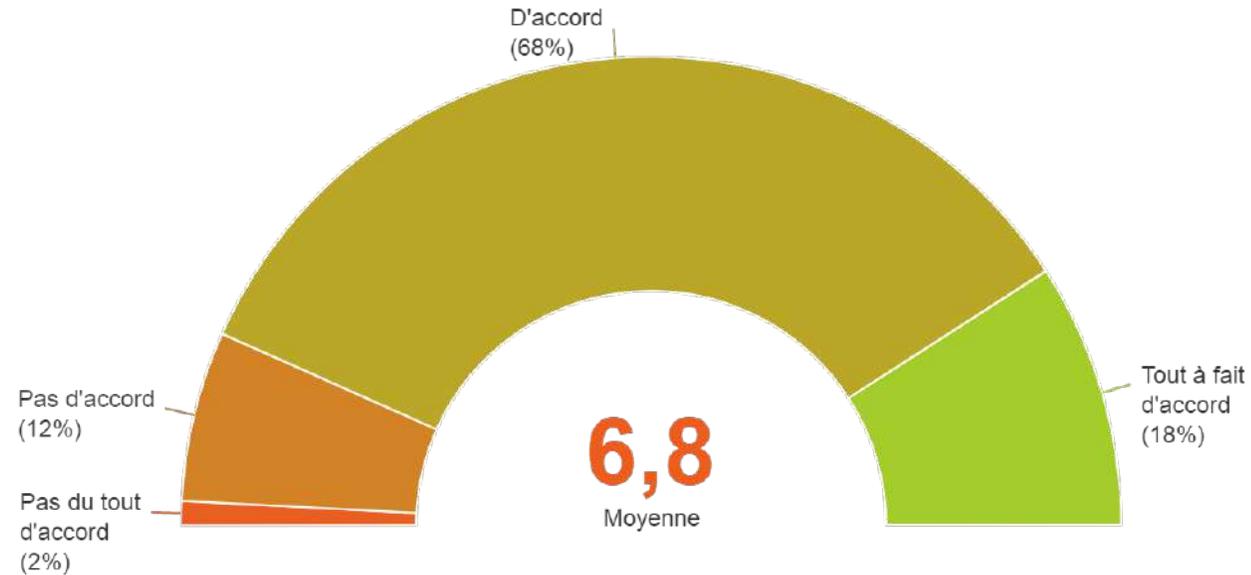
**88% des répondants sont d'accord ou tout à fait d'accord** pour qu'une partie des actions de communication du CRTL Occitanie soit dédiée aux destinations infrarégionales.



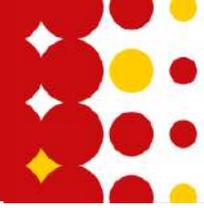
# Evaluation des priorités

## Des répondants qui soutiennent une approche par filières

Dans sa stratégie de communication et de marketing 2021, le CRTL Occitanie a privilégié une approche par filières (ex : thermalisme, sports de nature, oeno-tourisme, tourisme d'affaires...). Etes-vous d'accord avec cette approche ?



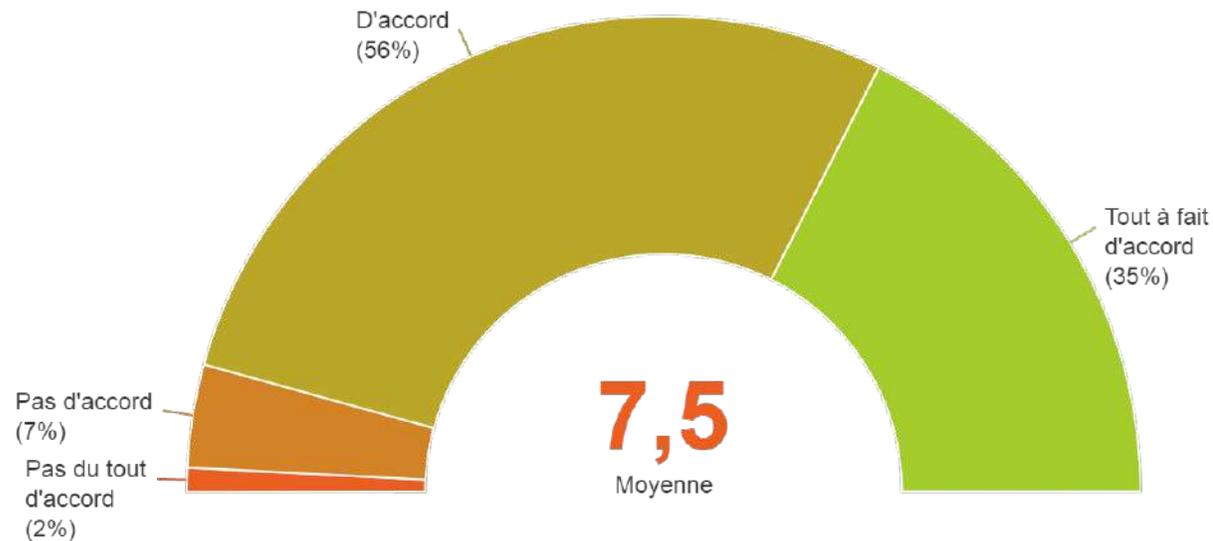
**86% des répondants sont d'accord ou tout à fait d'accord** pour privilégier une approche par filière dans la stratégie de communication et de marketing du CRTL Occitanie.



# Evaluation des priorités

## Une priorité accordée au marché français

En 2021, le CRTL Occitanie a priorisé le marché français par rapport aux marchés étrangers. Etes-vous d'accord avec cette orientation ?



### Les + d'accord :

- Les répondants exerçant sur le littoral 94% (dont 45% tout à fait d'accord)



### Les - d'accord :

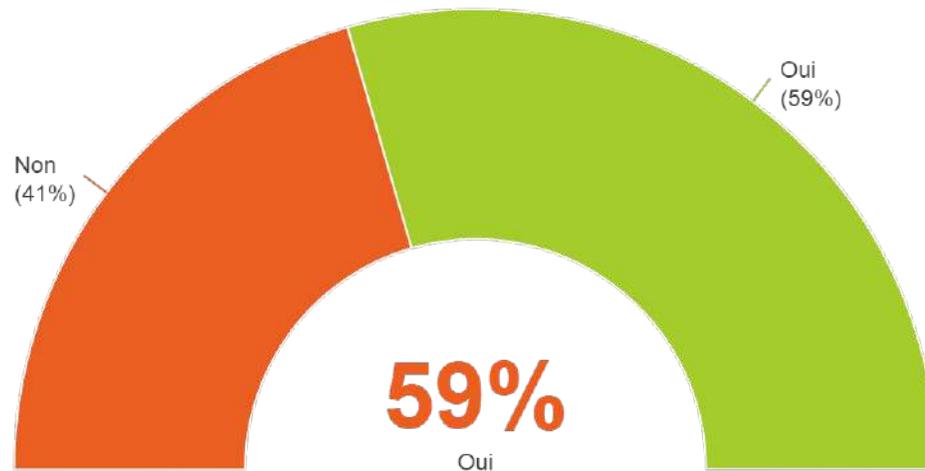
- Les répondants exerçant une activité en milieu urbain 80% (20% pas d'accord)



**91% des répondants sont d'accord ou tout à fait d'accord** pour que le CRTL Occitanie priorise le marché français par rapport aux marchés étrangers. Plus d'1/3 des répondants (35%) sont tout à fait d'accord.

# Une stratégie de tourisme durable qui commence à être connue

En 2021, le CRTL Occitanie a engagé une stratégie de tourisme durable. En avez-vous pris connaissance ?



## Ceux qui la connaissent plus :

- Les OT 83% de oui
- Les adhérents 73% de oui
- Les membres d'un club 71% de oui
- Les partenaires OCC'ygène 78% de oui



## Ceux qui la connaissent moins :

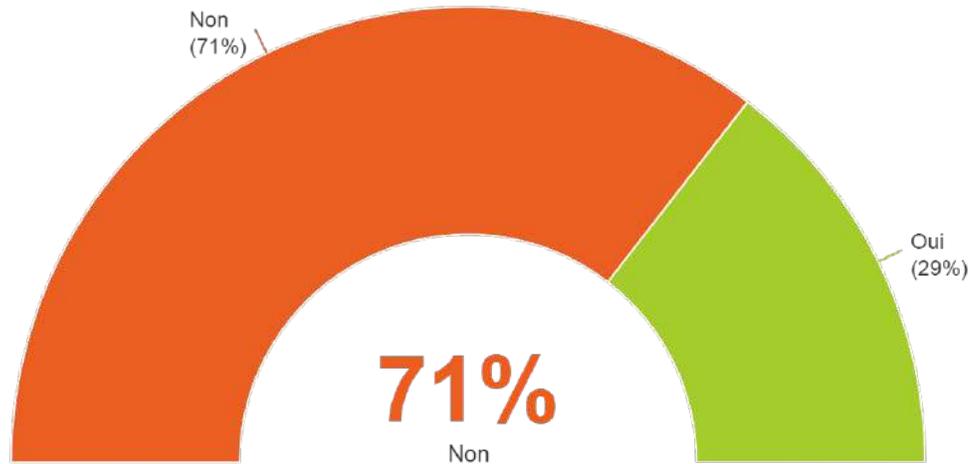
- Les gîtes 49% de oui
- Les non adhérents 44% de oui



- Une large majorité de répondants ont pris connaissance de la stratégie de tourisme durable engagée par le CRTL Occitanie.

# Participation au plan de formation

En 2021, le CRTL Occitanie a mis en place un plan de formation ouvert à tous sous la forme de webinaires.  
Y avez-vous participé ?



## Ceux qui ont le plus participé :

- Les OT 73% de oui
- Les partenaires OCC'ygène 58% de oui
- Les adhérents 40% de oui
- Membres club 48% de oui



## Ceux qui ont le moins participé :

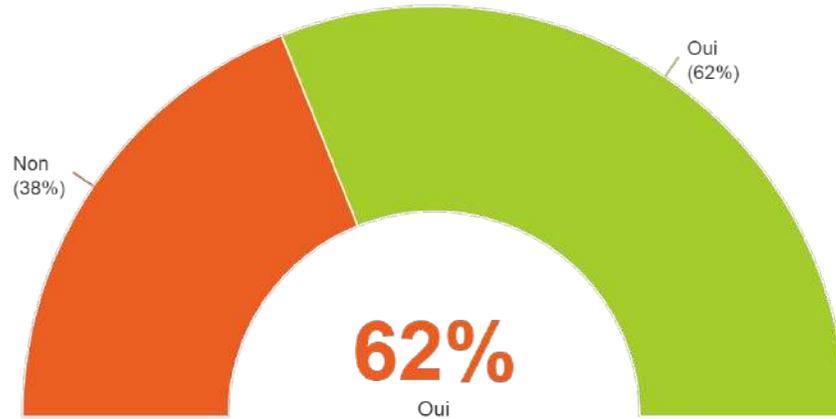
- Les gîtes 90% de non



Seulement 29% des répondants à l'enquête ont participé à des webinaires proposés dans le cadre du plan de formation. Un faible score à relativiser étant donné le nombre relativement important de propriétaires de gîtes ayant répondu à l'enquête, moins concernés par des besoins de formation.

# Les billets de train à 1 euro, plutôt un atout pour la fréquentation touristique...

Pour la deuxième année consécutive, la Région Occitanie a favorisé la mobilité pour tous en proposant des billets de train à 1 euro (2,1 millions de billets émis) Est-ce que cette mesure concourt selon vous à une meilleure fréquentation touristique de l'Occitanie ?



Les + d'accord :

- Les prestataires activités de loisirs 80% de oui
- Les OT 77% de oui



Les – d'accord :

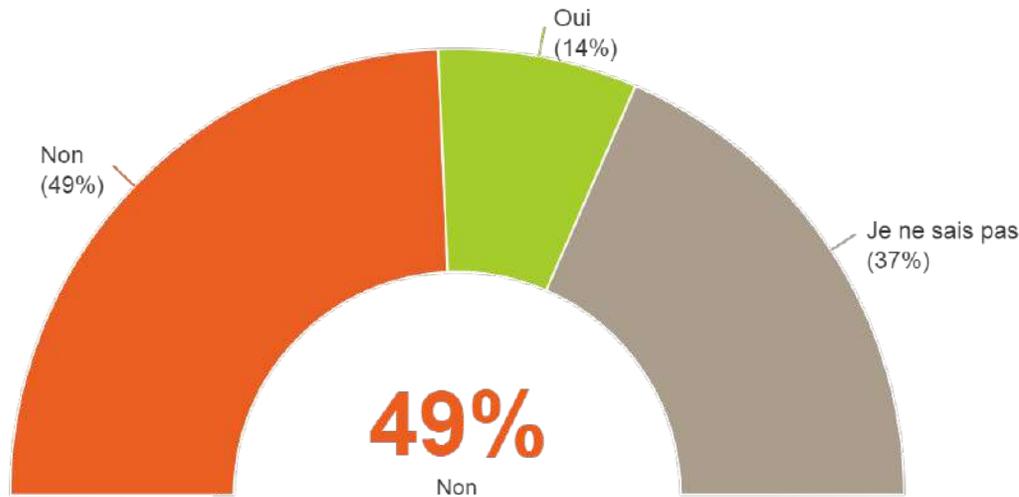
- Les hébergeurs 55% de oui



Pas loin des 2/3 des répondants estiment que les billets de train à 1 euro de la Région concourent à une meilleure fréquentation touristique de l'Occitanie.

# ... mais dont les bénéfiques ont du mal à être évalués localement

Est-ce que votre entreprise / votre territoire a bénéficié de ces flux touristiques ?



Zoom sur les OT :

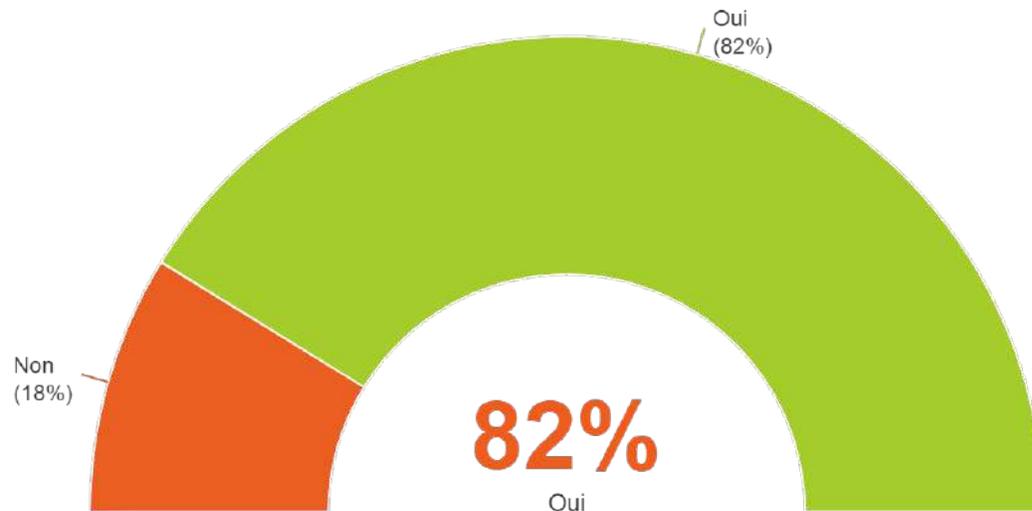
Est-ce que votre entreprise / votre territoire a bénéficié de ces flux touristiques ?



Des résultats relativement homogènes selon les profils de répondants, mais plus nuancés pour les offices de tourisme.

# Une image qui s'est améliorée en 2021

Pensez-vous que l'image de la destination Occitanie s'est améliorée en 2021 ?



## Les + d'accord :

- Les adhérents 87% de oui
- Les membres d'un club 88% de oui
- Les OT 87% de oui



## Les – d'accord :

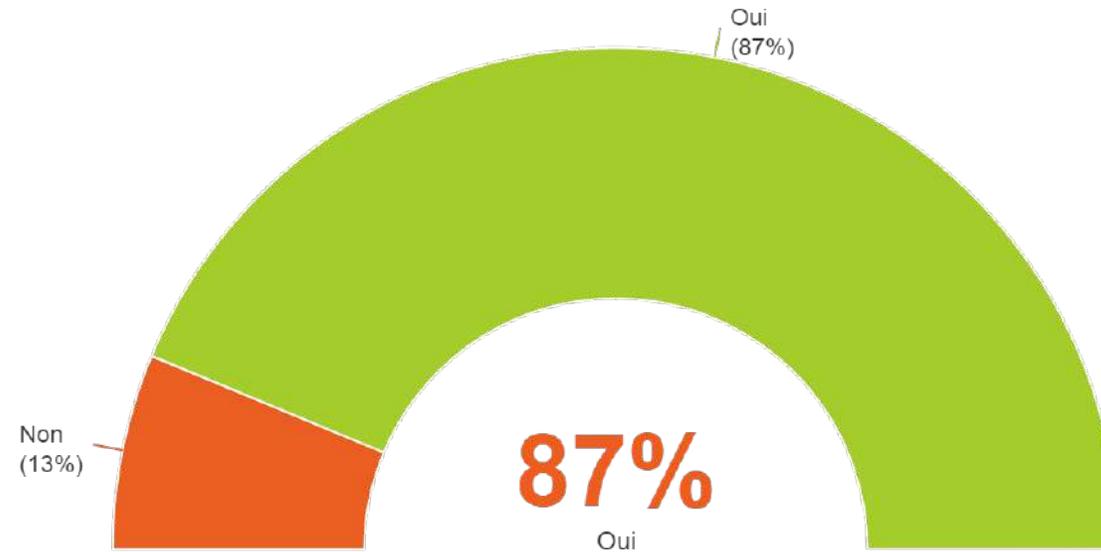
- Les acteurs touristiques exerçant sur le littoral 76% de oui (à nuancer toutefois car sous-représentés dans l'enquête)



Une image qui s'est améliorée en 2021 pour 82% des répondants.

# Une attractivité sur le marché français renforcée par le contexte de crise

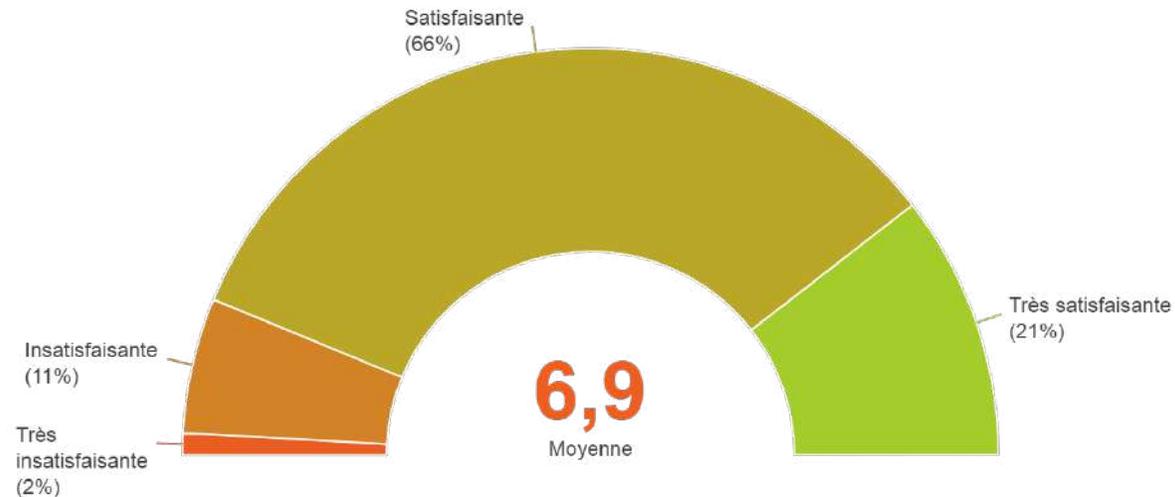
Selon vous, la crise a-t-elle renforcé l'attractivité de l'Occitanie sur le marché français ?



Des résultats homogènes selon les profils de répondants.

# Fréquentation touristique : une performance satisfaisante

A la fin de l'année 2021, la fréquentation touristique de l'Occitanie aura atteint 90% de sa fréquentation d'avant crise (2019). Comment évaluez-vous cette performance ?



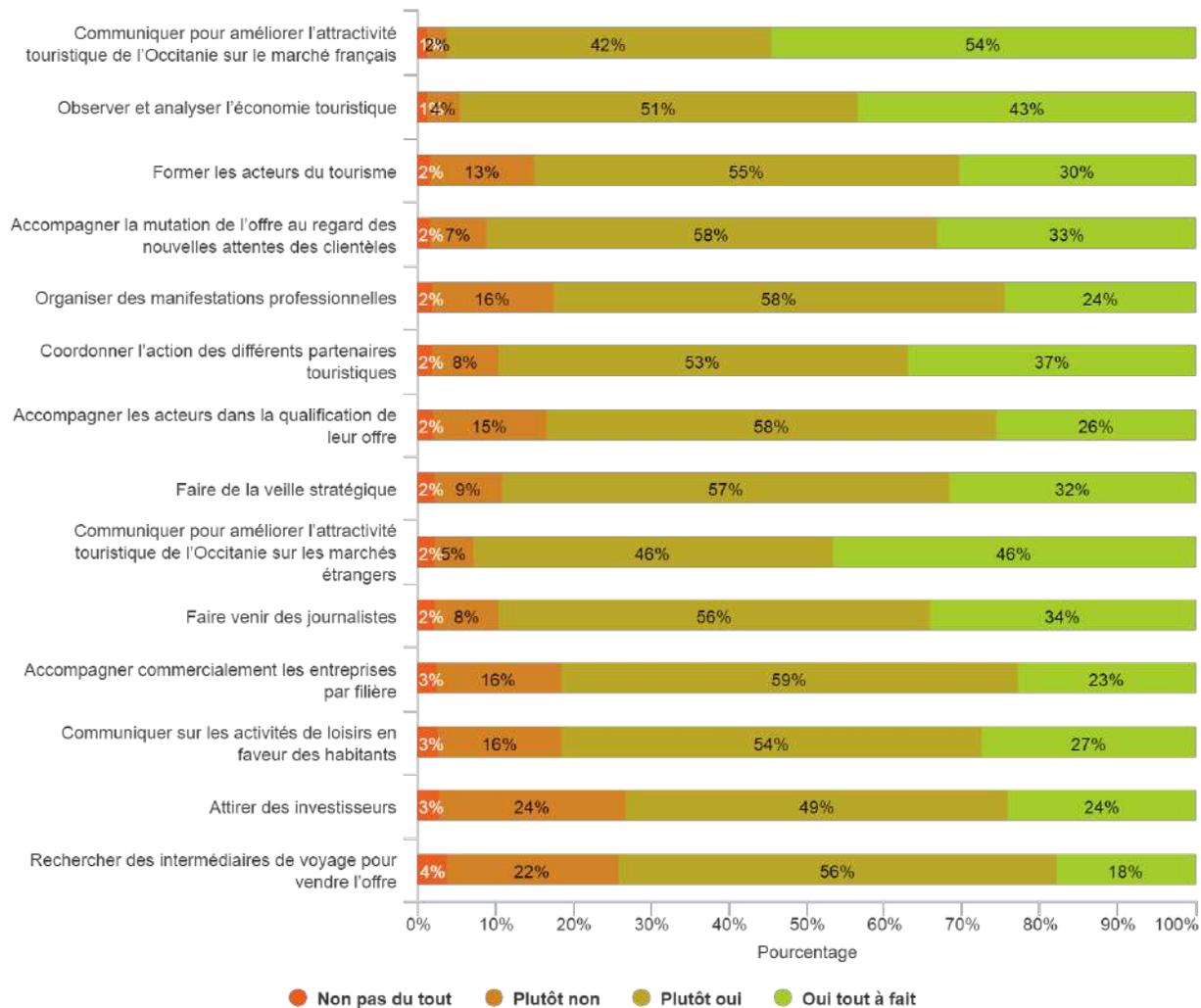
- 87% des répondants sont satisfaits ou très satisfaits de l'évolution de la de fréquentation touristique observée en 2021 par rapport à celle de 2019, avant la crise sanitaire.
- Des résultats relativement homogènes selon les profils de répondants.

# Les attentes en termes de missions et de services

Enquête en ligne auprès des socio-professionnels – Janvier 2022

# Les missions prioritaires du CRTLO selon les répondants

Pour vous, le CRTLO est un acteur prioritaire pour engager les missions suivantes...

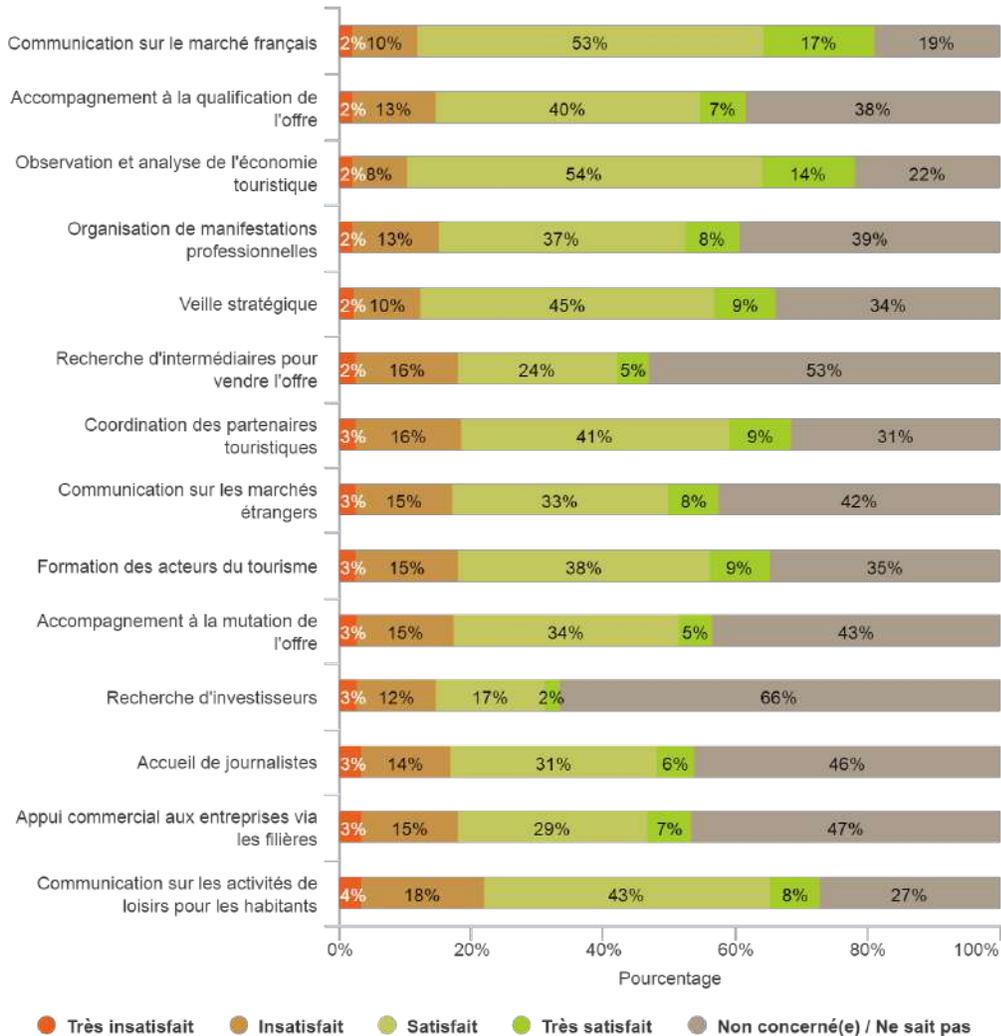


Pour vous, le CRTLO est un acteur prioritaire pour engager les missions suivantes...



# Evaluation globale des missions du CRTLO

Quel est votre niveau de satisfaction vis-à-vis du CRTL Occitanie concernant les missions suivantes ?



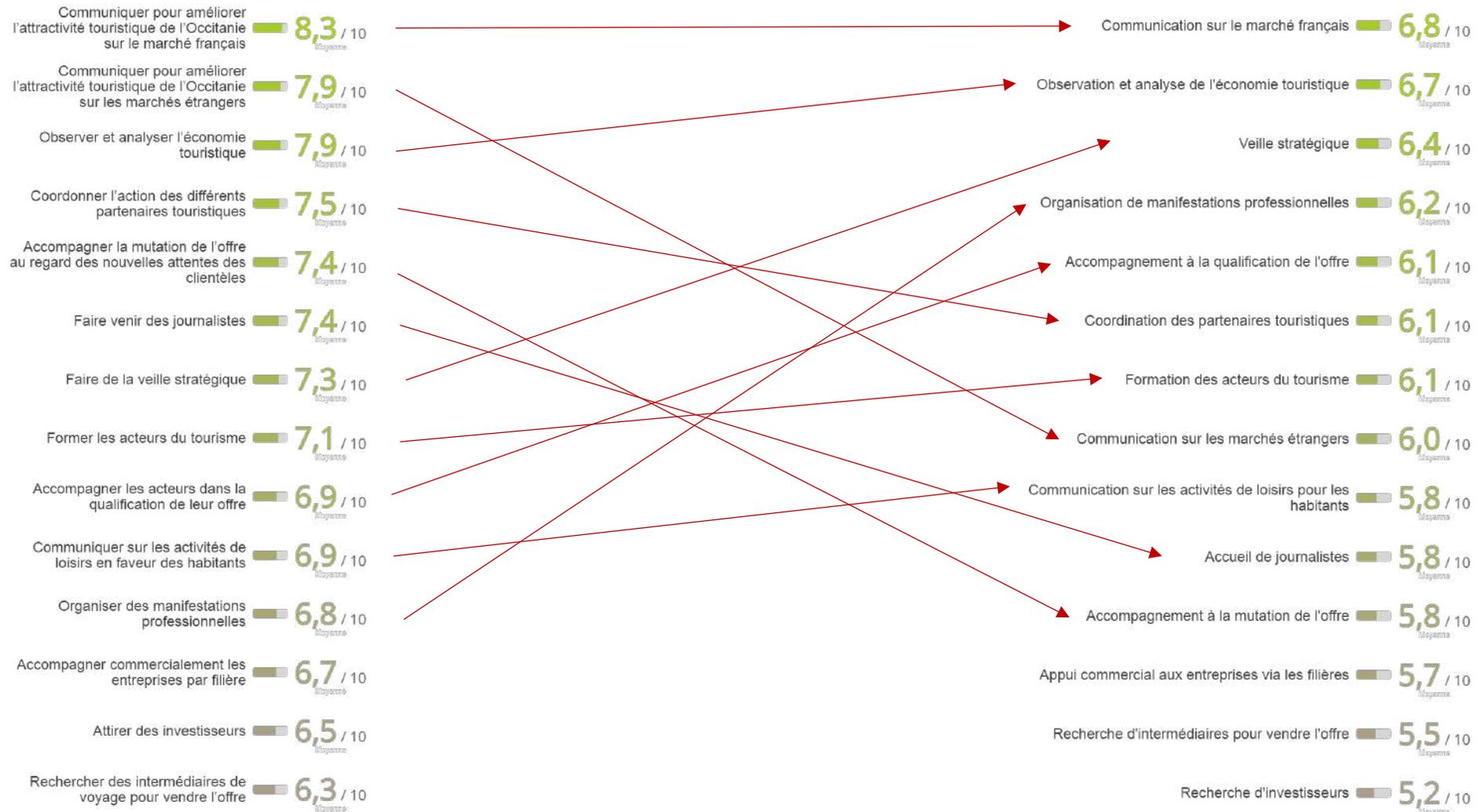
Quel est votre niveau de satisfaction vis-à-vis du CRTL Occitanie concernant les missions suivantes ?



# Comparaison missions prioritaires / évaluation

Pour vous, le CRTLO est un acteur prioritaire pour engager les missions suivantes...

Quel est votre niveau de satisfaction vis-à-vis du CRTL Occitanie concernant les missions suivantes ?



# Comparaison missions prioritaires / évaluation

Pour vous, le CRTLO est un acteur prioritaire pour engager les missions suivantes...

Quel est votre niveau de satisfaction vis-à-vis du CRTL Occitanie concernant les missions suivantes ?



# Satisfaction missions

Quel est votre niveau de satisfaction vis-à-vis du CRTL Occitanie concernant les missions suivantes ?



2021

Quel est votre niveau de satisfaction vis-à-vis du CRTL Occitanie concernant les missions suivantes ?



2020

Effet post-crise ?

# Evaluation priorités

Pour vous, le CRTLO est un acteur prioritaire pour engager les missions suivantes...



La plus forte progression

La plus forte progression

Légère baisse. Effet post-crise ?

2021

2020

Pour vous, le CRTLO est un acteur prioritaire pour engager les missions suivantes...

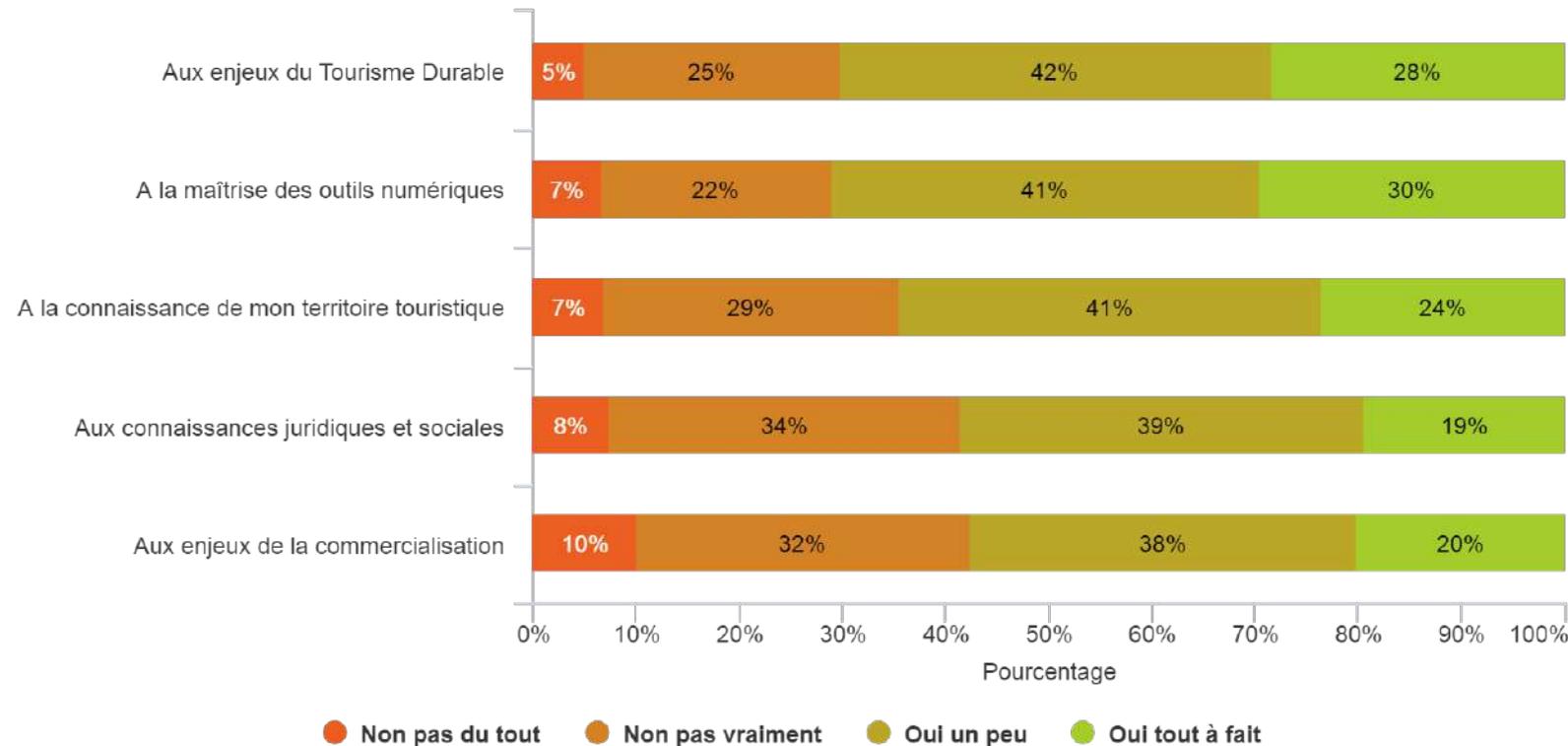


# Les attentes en termes de formation

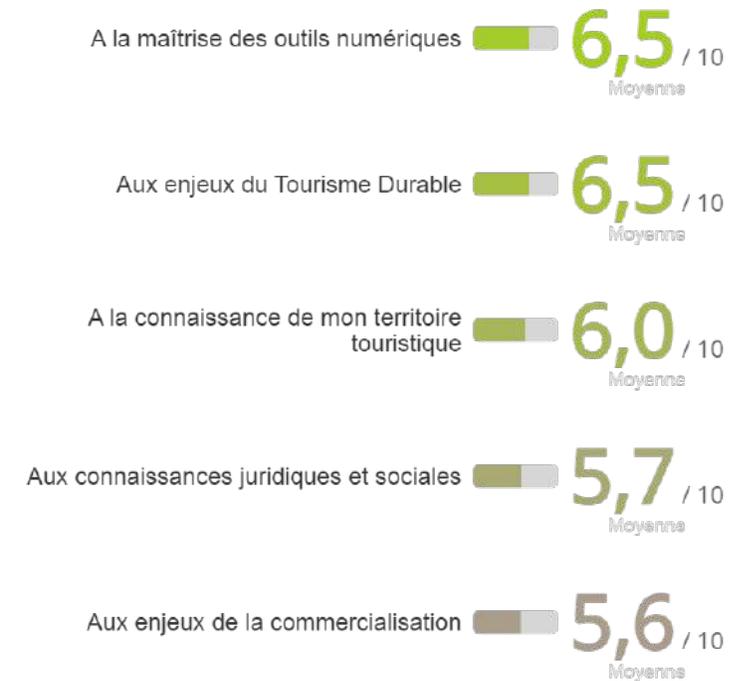
Enquête en ligne auprès des socio-professionnels – Janvier 2022

# Les besoins en formation pour 2022

En 2022, j'ai des besoins en formation liés...



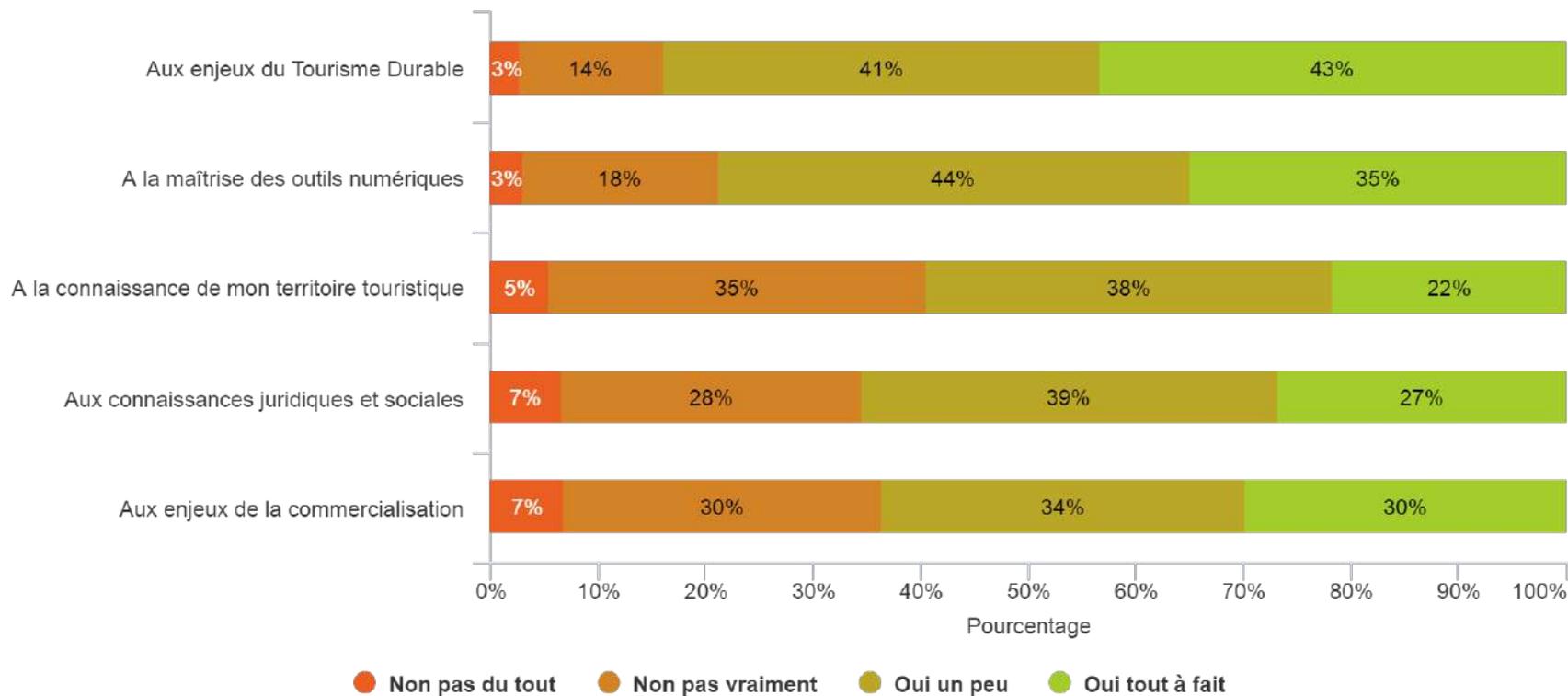
En 2022, j'ai des besoins en formation liés...



# Les besoins en formation pour 2022

## Zoom sur les OT

En 2022, j'ai des besoins en formation liés...



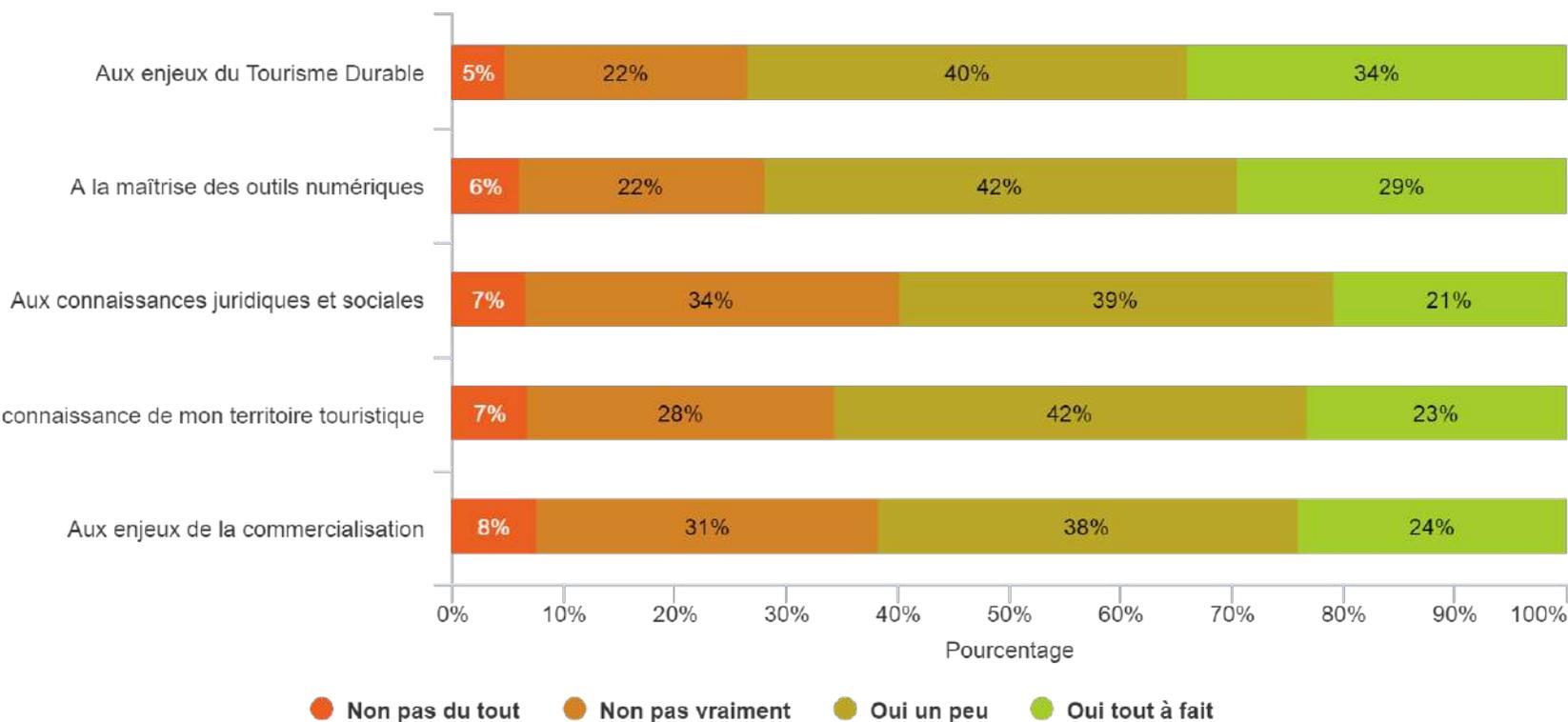
En 2022, j'ai des besoins en formation liés...



# Les besoins en formation pour 2022

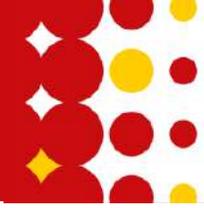
## Zoom sur les adhérents

En 2022, j'ai des besoins en formation liés...



En 2022, j'ai des besoins en formation liés...





# Les besoins en formation pour 2022

## Suggestions / Commentaires

Avez-vous d'autres suggestions de formations ?

Rechercher... 

“ Favoriser les activités touristiques tous azimut. Intégrer les visites de châteaux et forêts. Favoriser le canyoning en rivière et les promenades équestres. ”

“ outils numériques oui! Heureusement que nous avons déjà eu beaucoup de formations sur notre territoire avec l'Entente et les ambassadeurs des Causses et des Cévennes! et la CCI d'Alès! ”

“ Optimisation commerciale , développer des offres produits, accompagnement à la vente de produits packagés ”

“ oui Le but est d'être à l'aise sur tous les plans afin de monter l'agence réceptive sereinement et que ca soit viable. Merci à vous ”

“ Développer la mise en réseau des partenaires ”

“ Le Château de Vissec est en attente de tout soutien !!! <http://vissec.free.fr> ”

“ gestion du temps et organisation des managers intermediaires ”

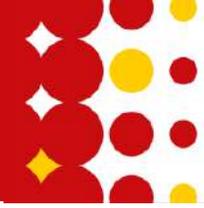
“ Comment valoriser mon hébergement? Déco photos..video ”

“ Améliorer son référencement ”

“ Langues étrangères ”

« 1 2 3 4 »

Afficher les items 1 - 10 de 32



# Les besoins en formation pour 2022

## Suggestions / Commentaires

Avez-vous d'autres suggestions de formations ?

Rechercher... 

“ Non ”

“ Partenariat entré acteurs locaux ”

“ Réfléchir à une action du CRTL auprès de la jeunesse (collège; Lycée ?) pour une découverte de la région Occitanie et pour un apprentissage à être et devenir un "touriste durable et responsable". ”

“ très intéressée par des formations sur les outils numériques mais pas à distance et donc en présentiel. ”

“ Slow tourisme, critères, filières, revendeurs ”

“ Comment s'en sortir sans Google et autres GAFA ? Comment parler écologie sans appeler cela développement durable ?(vide de sens actuellement) et travailler avec le réseau Accueil Paysan !! Pas de greenwashing ! ”

“ j'ai perdu du temps et de l'argent pour rien du tout  
le propriétaire doit tout faire et les offices de tourisme quasiment rien ”

“ Liaison avec les acteurs de mêmes activités sur les territoires proches et/ou similaires ”

“ Très difficile à suivre quand le réseau internet fonctionne mal ”

“ Comment encourager les institutionnels à coopérer avec les associations. ”

# Les besoins en formation pour 2022

## Suggestions / Commentaires

Avez-vous d'autres suggestions de formations ?



“ non ”

“ Je ne pense pas avoir besoin de formations pour la location de ma maison pendant 3 mois de l'année. Mais je voudrais pouvoir m'y retrouver dans tous vos mails. Qui êtes vous vraiment. Juste un office du tourisme qui propose aux gens français ou étrangers ma location tout simplement. ”

“ démarche qualité  
formation territoire  
technique de vente/commerciale ”

“ non ”

“ Accompagnement dans un projet oenotouristique. ”

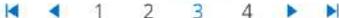
“ Non ”

“ Le CRTL devrait lui même participer à une formation aux connaissances sociales !!! ”

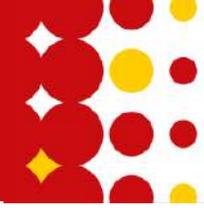
“ Production et commercialisation de séjours packages ”

“ Relations presse ”

“ QGIS/logiciels et outils de cartographie ”



Afficher les items 21 - 30 de 32



# Les besoins en formation pour 2022

## Suggestions / Commentaires

Avez-vous d'autres suggestions de formations ?

Rechercher...



“ Comprendre le fonctionnement des "différentes couches " qui de près ou de loin on les compétences pour le "tourisme sur un territoire.  
Collaboration pertinente entre public et privé en matière touristique à l'échelle d'un territoire : Gagnant ou Perdant ? ”

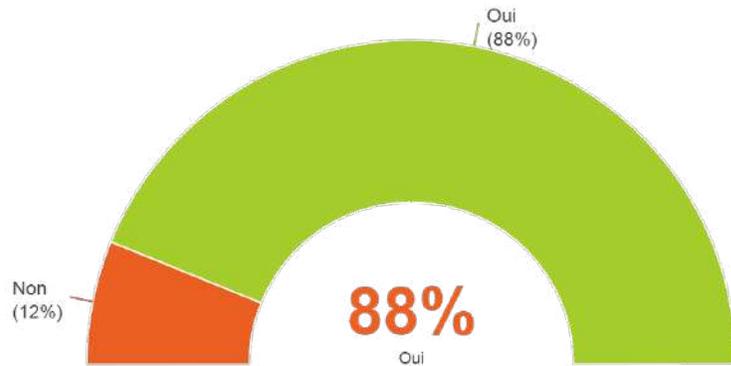
“ FORMATION SUR DU HARD SKILLS : PRISE PHOTO, RESSEAU SOCIAUX PAR NIVEAU ”

# L'appréciation globale

Enquête en ligne auprès des socio-professionnels – Janvier 2022

2021

Globalement, êtes-vous satisfait(e) de l'action du CRTL Occitanie ?



**Les plus satisfaits :**

- Les OT : 95%
- Les membres club CRTL Occitanie : 93% de oui
- Les partenaires carte Occ'ygène : 92% de oui
- Les adhérents CRTL Occitanie : 91% de oui

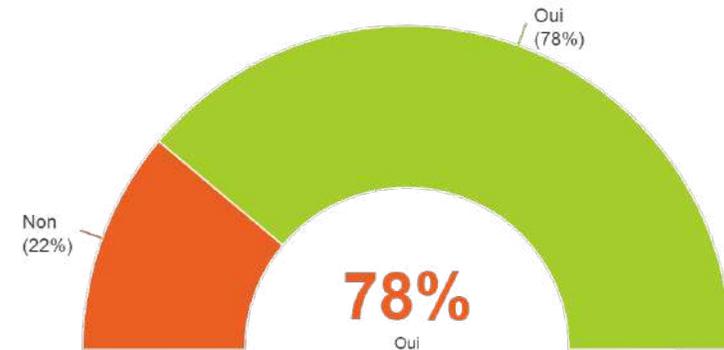


**Les plus nuancés :**

- Les non adhérents : 83% de oui

Rappel 2020

Globalement, êtes-vous satisfait(e) de l'action du CRTL Occitanie ?



**Les plus satisfaits :**

- Les partenaires carte OCC'ygène : 92% de oui
- Les membres club CRTL Occitanie : 91% de oui
- Les adhérents CFRTL Occitanie : 87% de oui



**Les plus nuancés :**

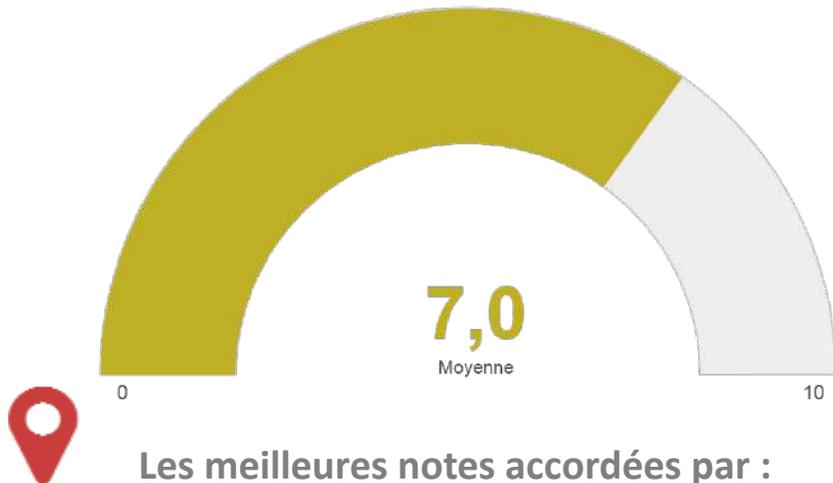
- Les non adhérents : 71% de oui



**Une nette progression de la satisfaction entre 2020 et 2021 (+10 points).**

2021

Comment évaluez-vous l'action globale du CRTL Occitanie ?



Les meilleures notes accordées par :

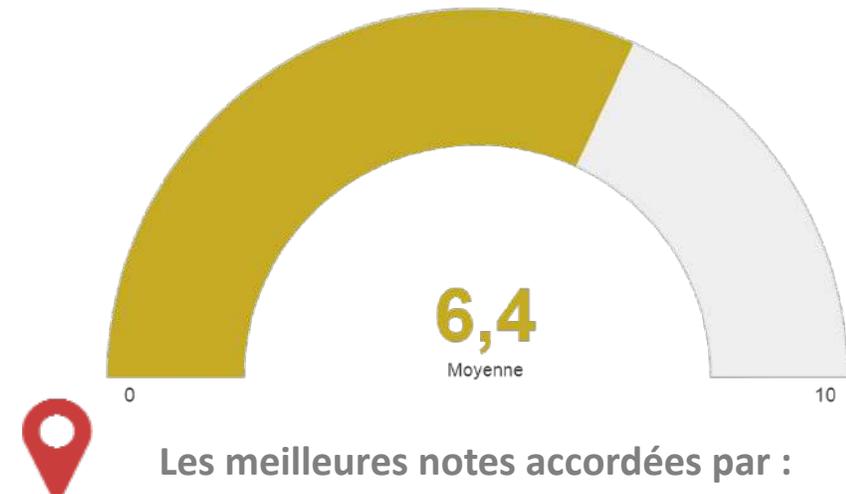
- Les membres club CRTL Occitanie : 7,5
- Les partenaires carte OCC'ygène : 7,3
- Les adhérents CRTL Occitanie : 7,2

La moins bonne note accordée par :

- Les non adhérents : 6,7

Rappel 2020

Comment évaluez-vous l'action globale du CRTL Occitanie ?



Les meilleures notes accordées par :

- Les membres club CRTL Occitanie : 7,1
- Les partenaires carte OCC'ygène : 7,0
- Les adhérents CRTL Occitanie : 6,9

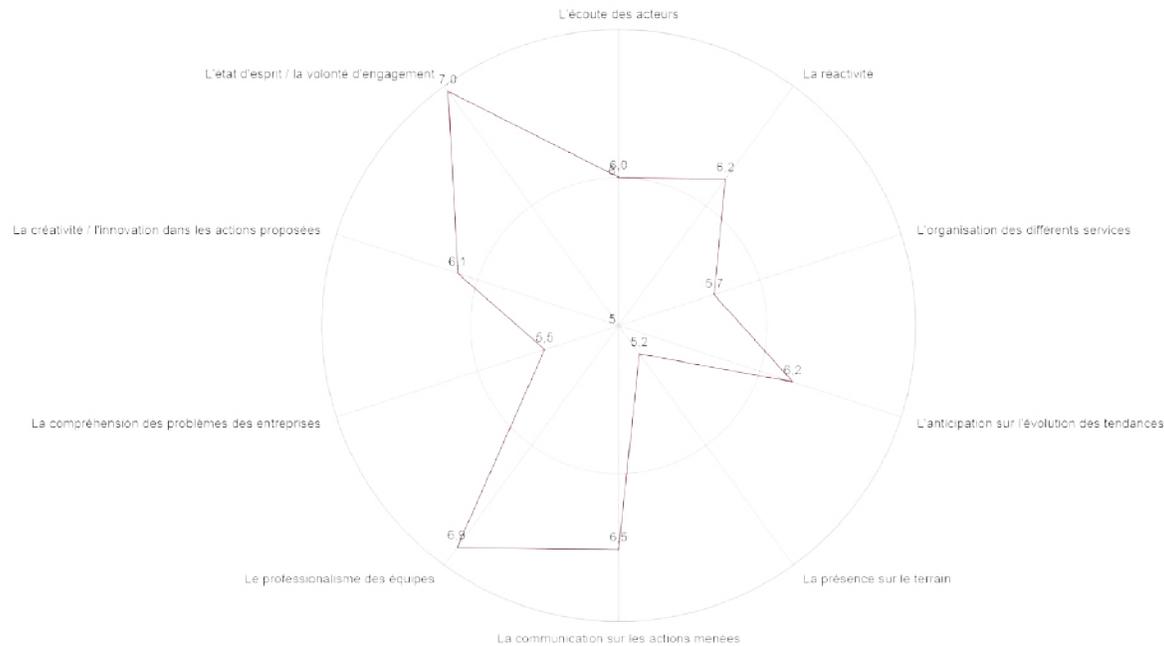
La moins bonne note accordée par :

- Les non adhérents : 6,0

►► Une moyenne de 7/10, en progression de 0,6 point par rapport à 2020.

## 2021

Comment évaluez-vous le CRT sur les points suivants :



## Rappel 2020

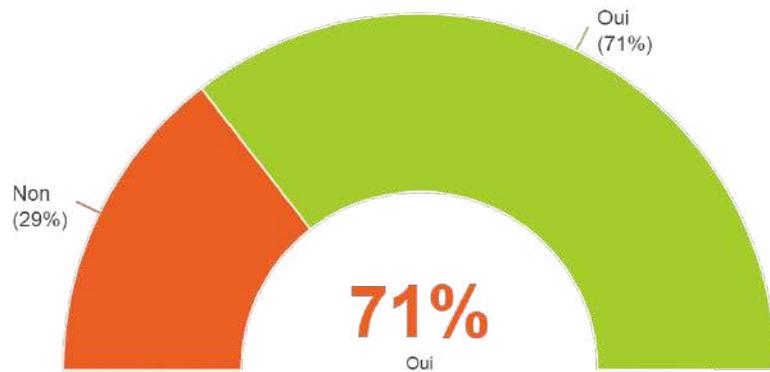
Comment évaluez-vous le CRT sur les points suivants :



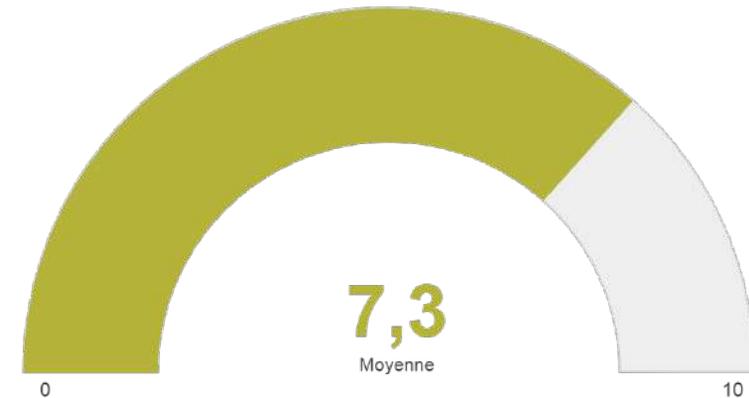
Un score en progression sur tous les plans. La progression la plus forte au niveau de l'écoute des acteurs, l'anticipation sur l'évolution des tendances et l'état d'esprits / la volonté d'engagement (+0,7 point).

# Evaluation de la newsletter

Lisez-vous notre newsletter LIAISONS ?



Si oui, quelle note sur 10 lui donnez-vous ?



**Les lecteurs les plus assidus :**

- Les OT : 83% de oui
- Les partenaires carte Occ'ygène : 75% de oui
- Les adhérents CRTL Occitanie : 77% de oui



**Les lecteurs les moins nombreux :**

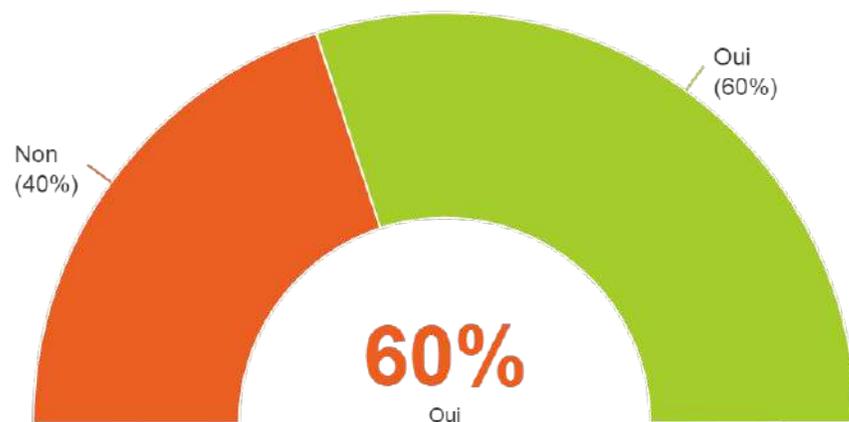
- Les non adhérents 64% de oui



Une note relativement homogène : pas de différence selon le profil des répondants.

# Evaluation du niveau d'information sur l'action CRT

Globalement, avez-vous suffisamment d'informations sur l'action du CRTL Occitanie ?



**Les plus satisfaits :**

- Les OT : 81% de oui
- Les partenaires carte Occ'ygène : 73% de oui
- Les adhérents CRTL Occitanie : 69% de oui
- Les membres club CRTL Occitanie : 68% de oui

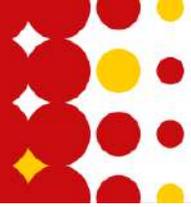


**Les plus nuancés :**

- Les non adhérents 50% de oui



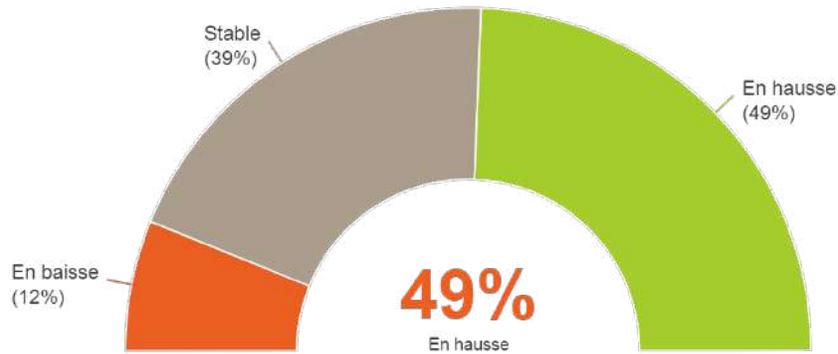
Une large majorité des socio-professionnels ayant répondu à l'enquête estiment avoir suffisamment d'information sur l'action du CRTL Occitanie



# Perspectives 2022 – Activité 2021

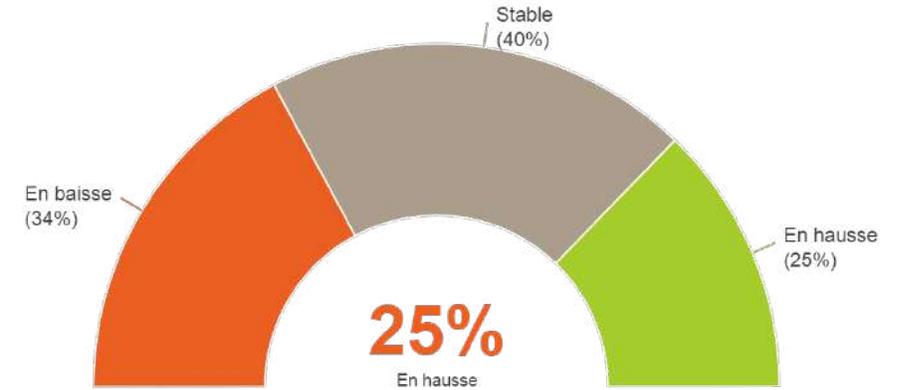
## Par rapport à 2020

Sur l'année 2021, comment situez-vous votre niveau d'activité par rapport à 2020 ?

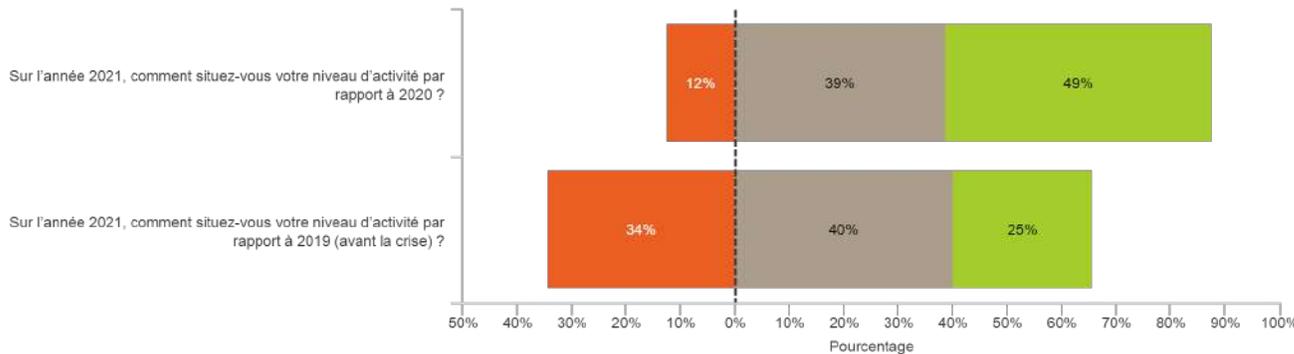


## Par rapport à 2019

Sur l'année 2021, comment situez-vous votre niveau d'activité par rapport à 2019 (avant la crise) ?



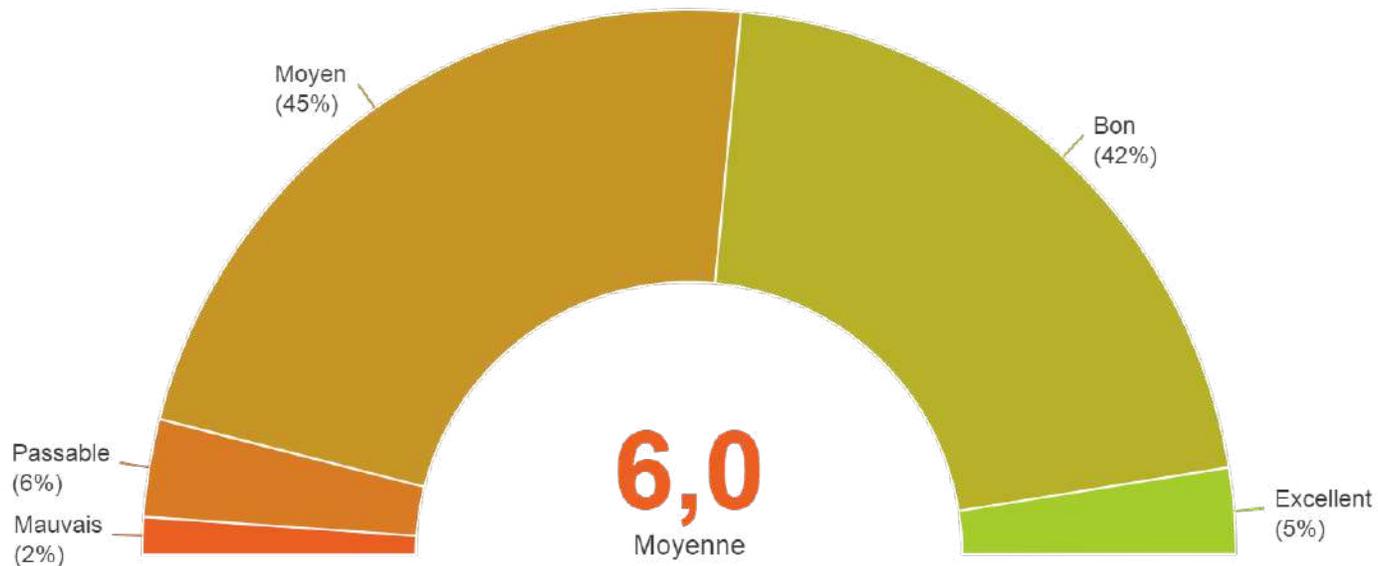
Analyse accolée



- Près de la moitié des répondants (49%) ont un niveau d'activité en hausse par rapport à 2020
- Un peu plus d'un tiers des répondants (34%) sont en baisse en 2021 par rapport à 2019 (avant la crise). C'est notamment le cas de 51% des répondants dont l'activité est situé en ville et de 70% des agences réceptives ayant répondu à l'enquête.

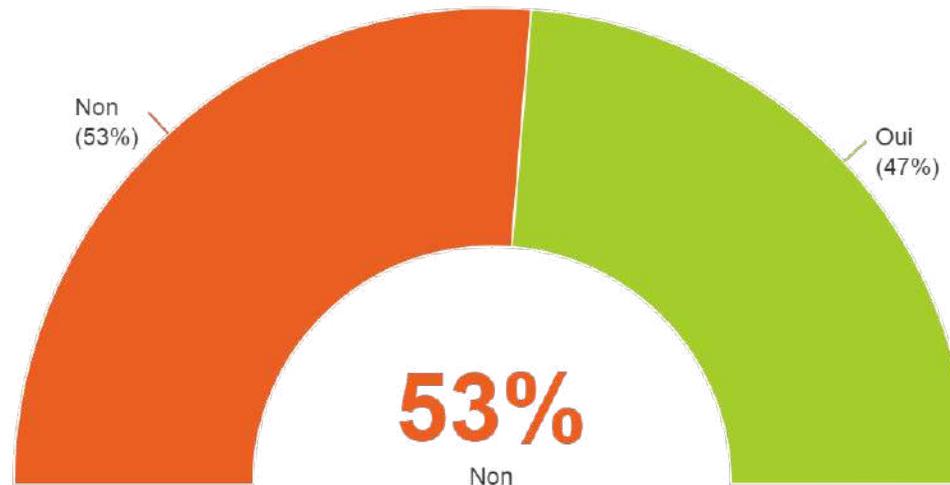
# Perspectives 2022 – Niveau de confiance

Quel est votre niveau de confiance pour 2022 ?



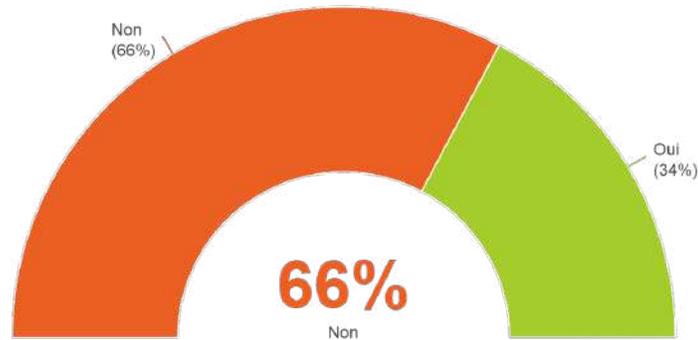
Un niveau de confiance relativement mesuré pour l'année 2022.  
Des réponses homogènes selon les profils de répondants.

Avez-vous prévu des investissements en 2022 ?

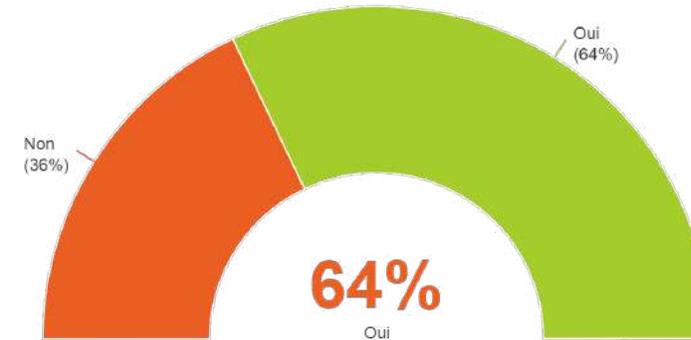


- Un niveau de confiance moyen qui influe logiquement sur les perspectives d'investissement. Plus de la moitié des répondants n'en prévoient pas en 2022.
- Seuls les répondants du secteur de l'hôtellerie de plein air prévoient majoritairement de faire des investissements dans leur structure (76% de oui).

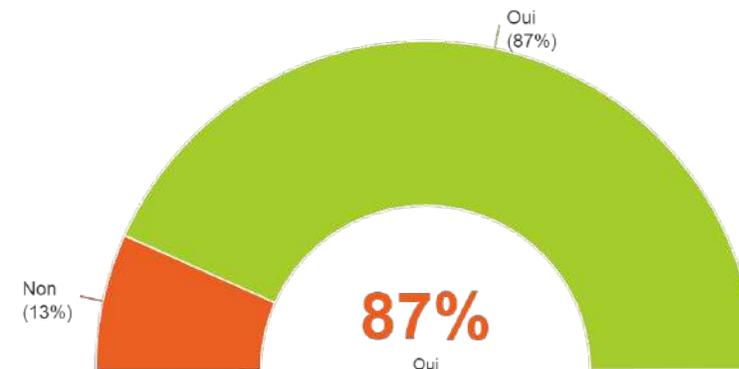
Avez-vous prévu de recruter un ou plusieurs salarié(s) en 2022 ?



Craignez-vous de rencontrer des difficultés pour recruter ?

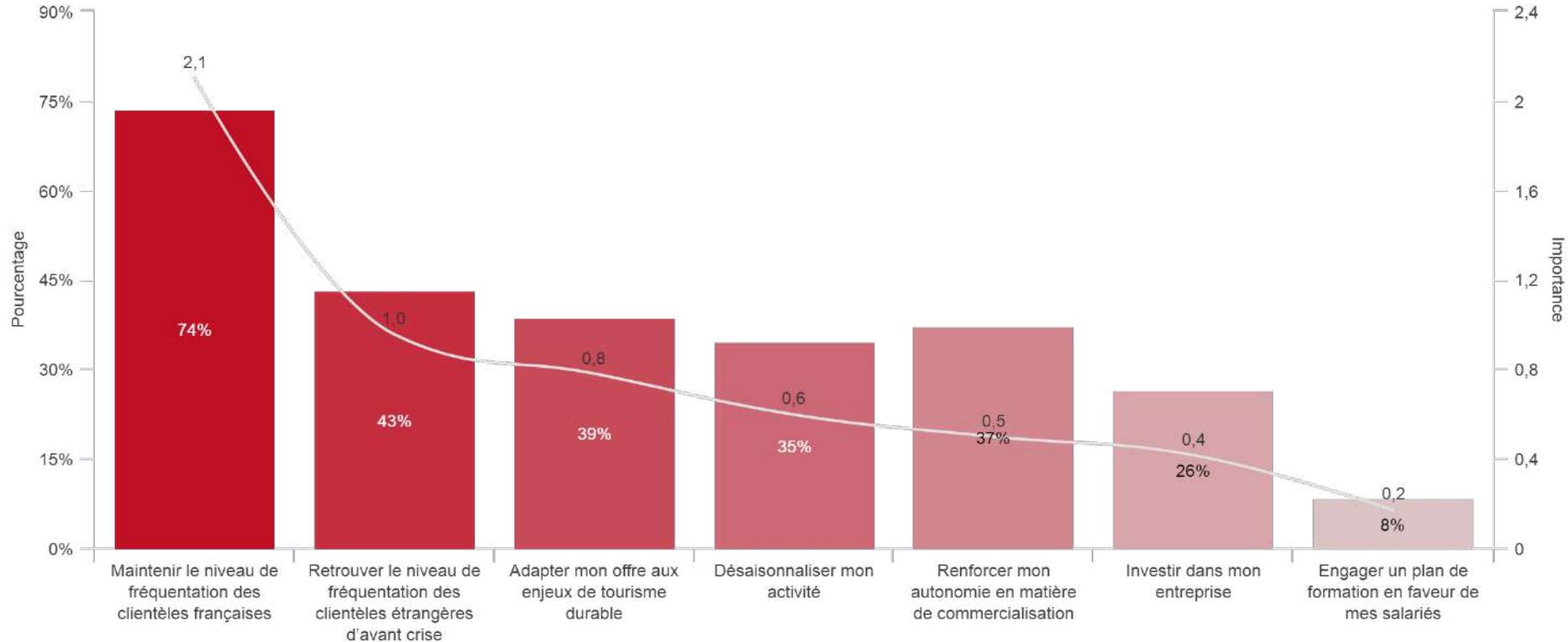


Souhaitez-vous que le CRTL Occitanie engage des actions de promotion/ communication en faveur de l'emploi dans le tourisme en Occitanie (ex : site internet dédié, campagne de communication...)?



- Seulement 1/3 des répondants envisagent de recruter en 2022 et 64% d'entre eux craignent de rencontrer des difficultés pour recruter.
- Cette tendance s'inverse pour les secteurs de l'hôtellerie et de l'hôtellerie de plein air qui envisagent à 73% et 70% de recruter. Ces derniers sont également plus nombreux à craindre des difficultés de recrutement (80% contre 64% pour la totalité des répondants concernés).
- Dans ce contexte, des actions en faveur de l'emploi dans le tourisme en Occitanie sont souhaitées à 87%.

## Quelles sont vos 3 priorités pour 2022 ?



- La priorité principale, loin devant les autres : **maintenir le niveau de fréquentation des clientèles françaises.**
- Puis, **retrouver les clientèles étrangères** et **s'adapter aux enjeux du tourisme durable.**

# Extraits des commentaires et suggestions

“ Bravo pour votre dynamisme face à la crise. Merci pour vos engagements.”

“ Etre davantage à l’écoute des acteurs PRIVÉS du terrain et pas juste des représentants institutionnels (OT et CDT). Moins de politique et plus de pratique quoi.”

“ Un bilan sur le site web CRTLO : fréquentation, performances...”

“ Bannir les salons, manifestations et actions qui génèrent un bilan carbone trop négatif”

“ Une communication plus claire sur ce que le CRTL peut faire. On a parfois du mal à comprendre si les formations sont accessibles, si on peut solliciter les services du CRTL, qui contacter sur quel sujet entre CDT et CRTL...”

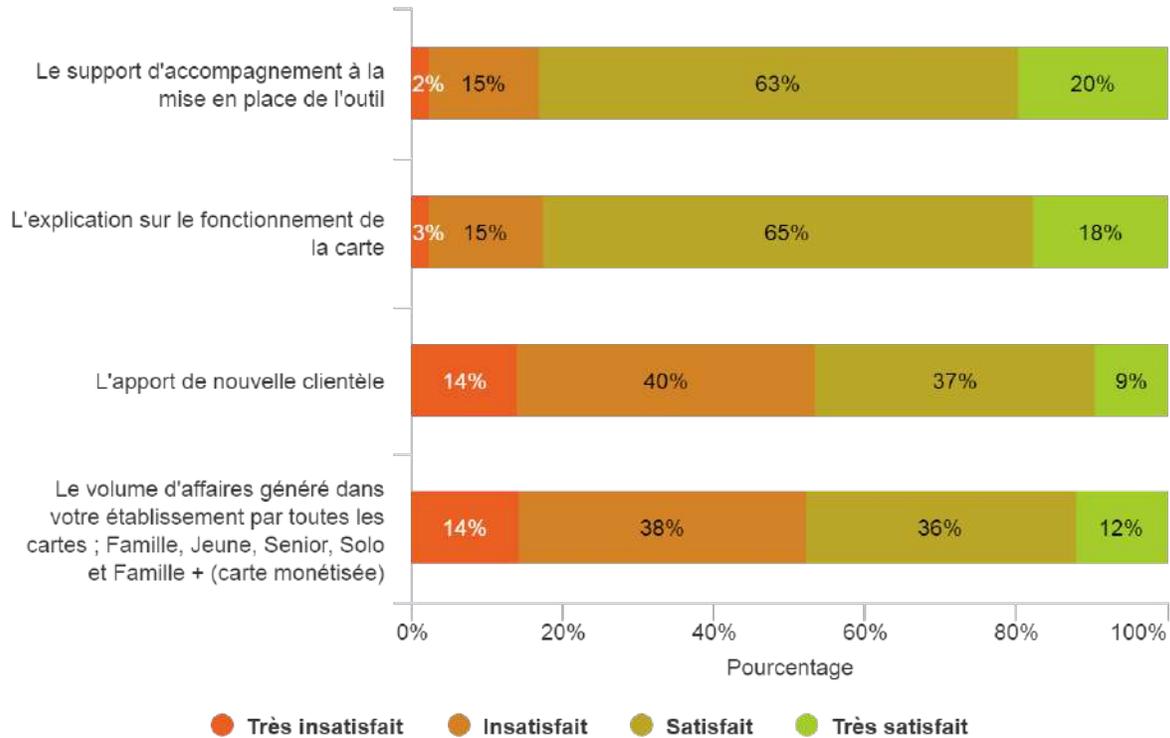
“ Besoin de soutien pour nous aider à continuer à développer nos activités en montant en gamme.”

# L'évaluation du dispositif carte Occ'Ygène

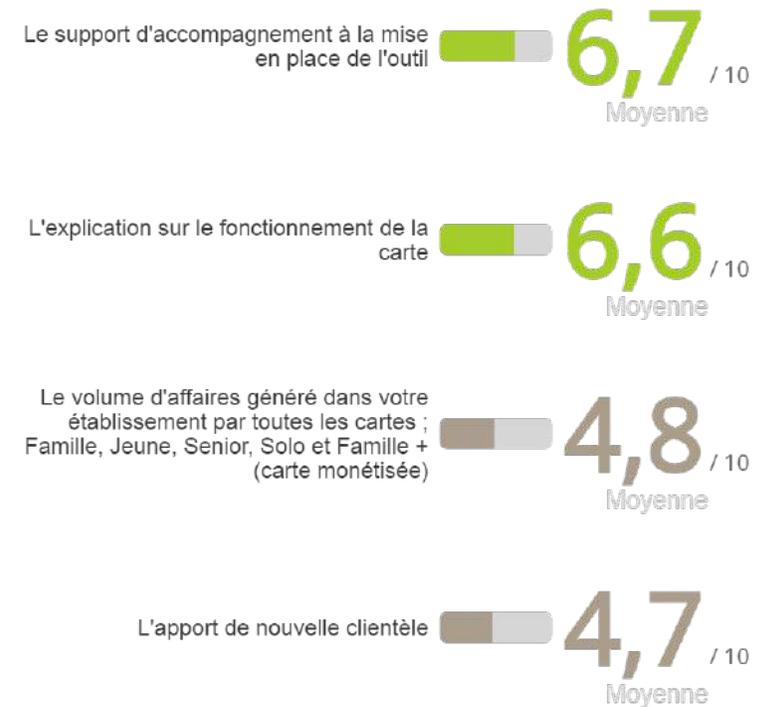
Enquête en ligne auprès des socio-professionnels – Janvier 2022

# Dispositif Occ'Ygène

Quel est votre niveau de satisfaction du dispositif Occ'Ygène sur les points suivants...

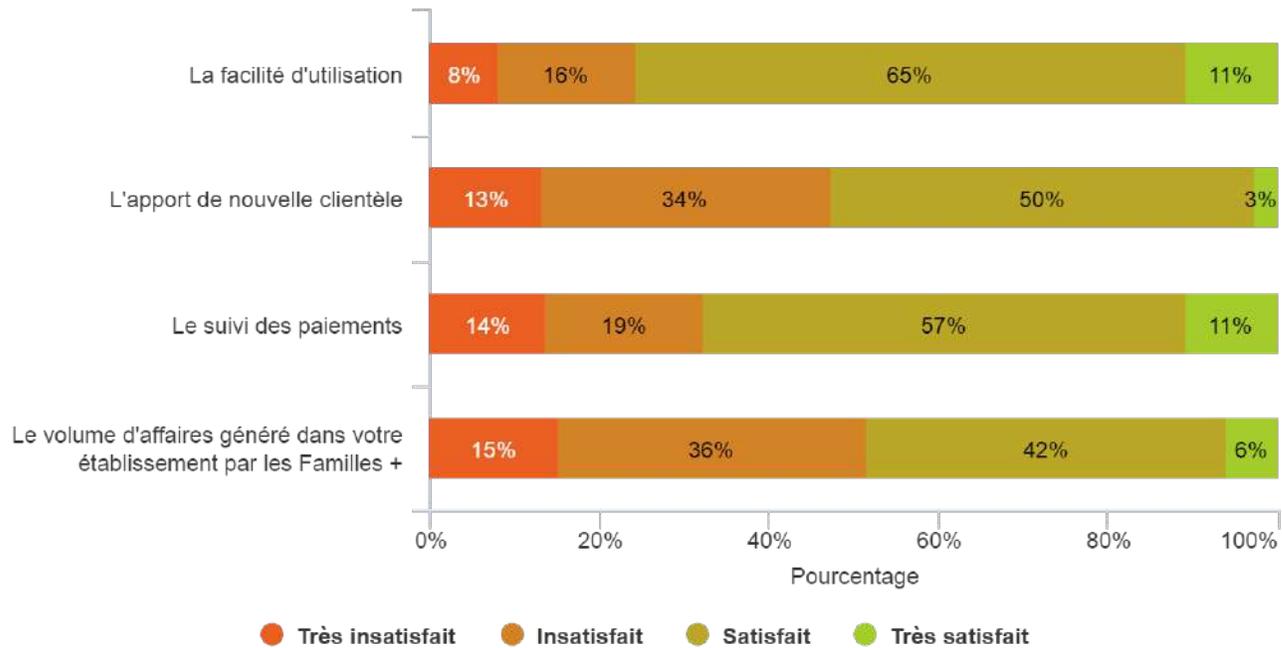


Quel est votre niveau de satisfaction du dispositif Occ'Ygène sur les points suivants...



# Carte famille monétisée

Quel est votre niveau de satisfaction de la CARTE FAMILLE MONETISEE par la Région sur les points suivants...

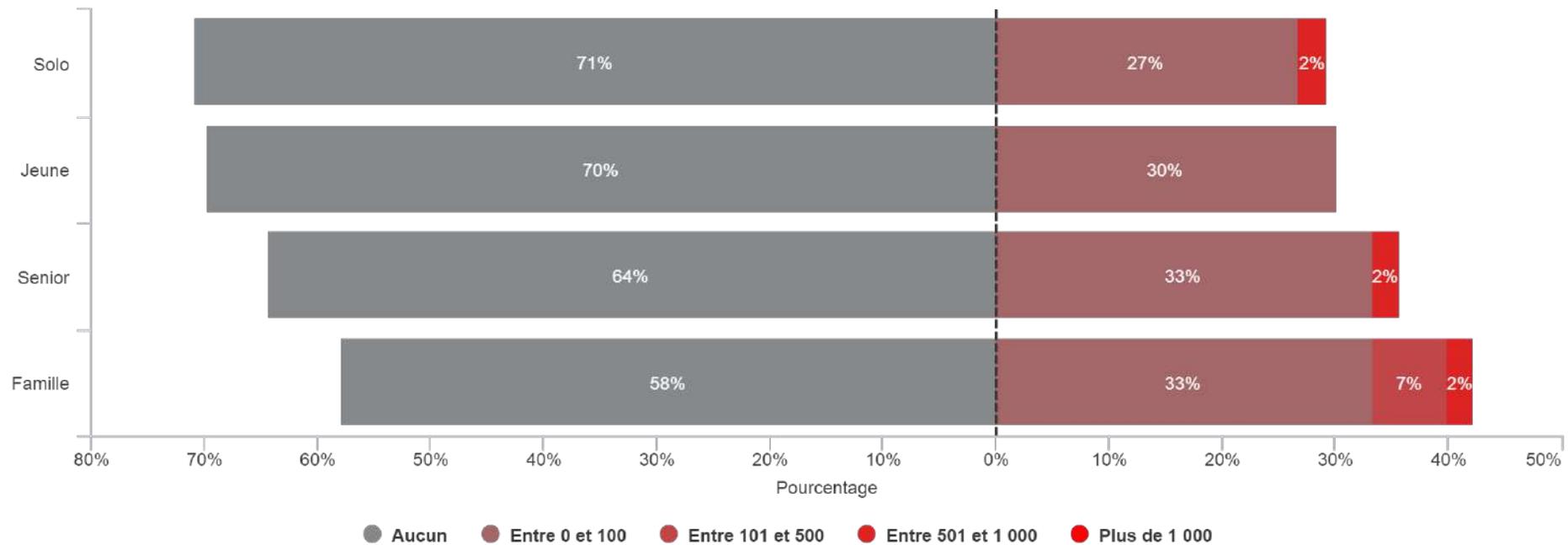


Quel est votre niveau de satisfaction de la CARTE FAMILLE MONETISEE par la Région sur les points suivants...



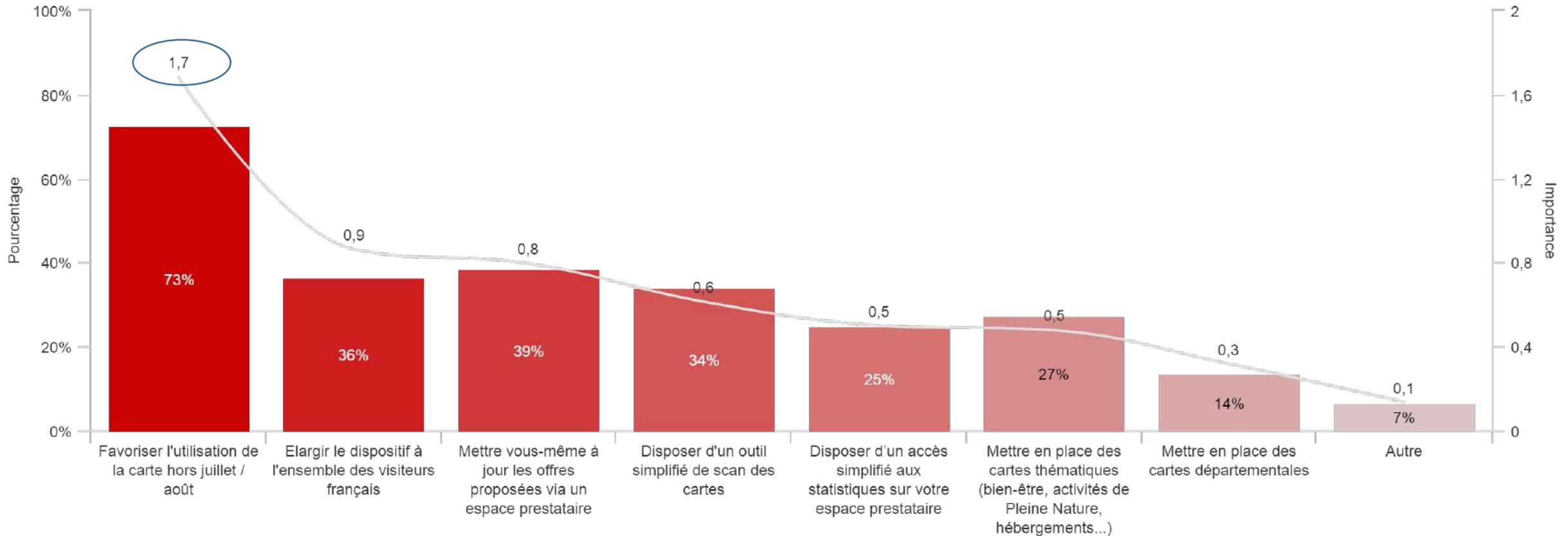
# Dispositif Occ'Ygène – Nombre de passages autres modèles de cartes

Concernant les autres modèles de cartes (Famille sans monétisation, Jeunes, Solo, Senior) combien de passages estimez-vous avoir enregistré dans votre établissement depuis leur mise place ?



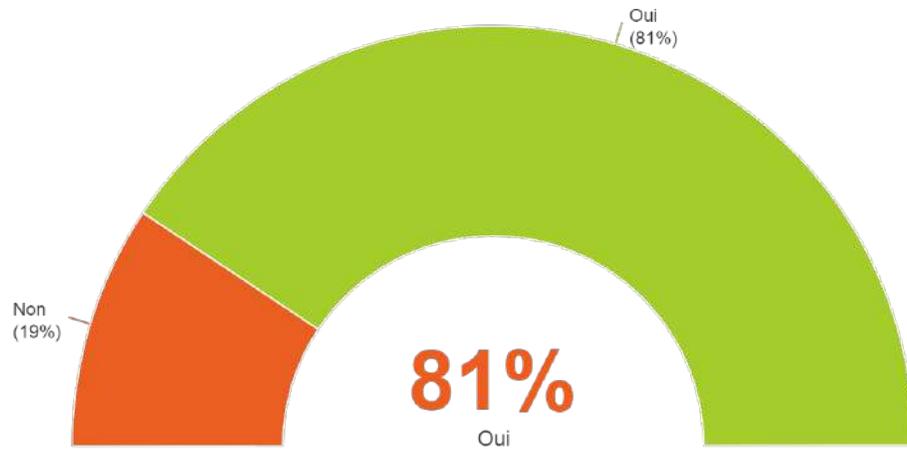
# Dispositif Occ'Ygène – Evolutions souhaitées

Quelles sont les 3 évolutions prioritaires que vous souhaiteriez voir apporter à la carte Occ'Ygène ?



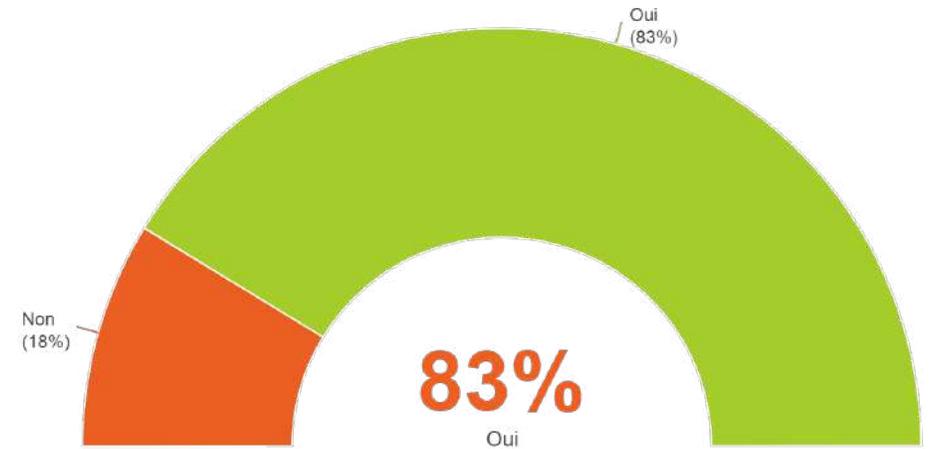
2021

Recommanderiez-vous à des professionnels du tourisme de votre réseau d'être partenaire de la carte Occ'Ygène ?



Rappel 2020

Recommanderiez-vous à des professionnels du tourisme de votre réseau d'être partenaire de la carte Occ'Ygène ?



Un très bon score malgré un léger tassement par rapport à 2020.



Février 2022

Comité Régional du Tourisme et des Loisirs Occitanie