Pyrénées Méditerranée
Office de tourisme intercommunal

RAPPORT ACTIVITES

2023

Accusé de réception en préfecture
066-200043602-20240624-DL2024-0176-DE
Date de télétransmission : 26/06/2024
Date de réception préfecture : 26/06/2024

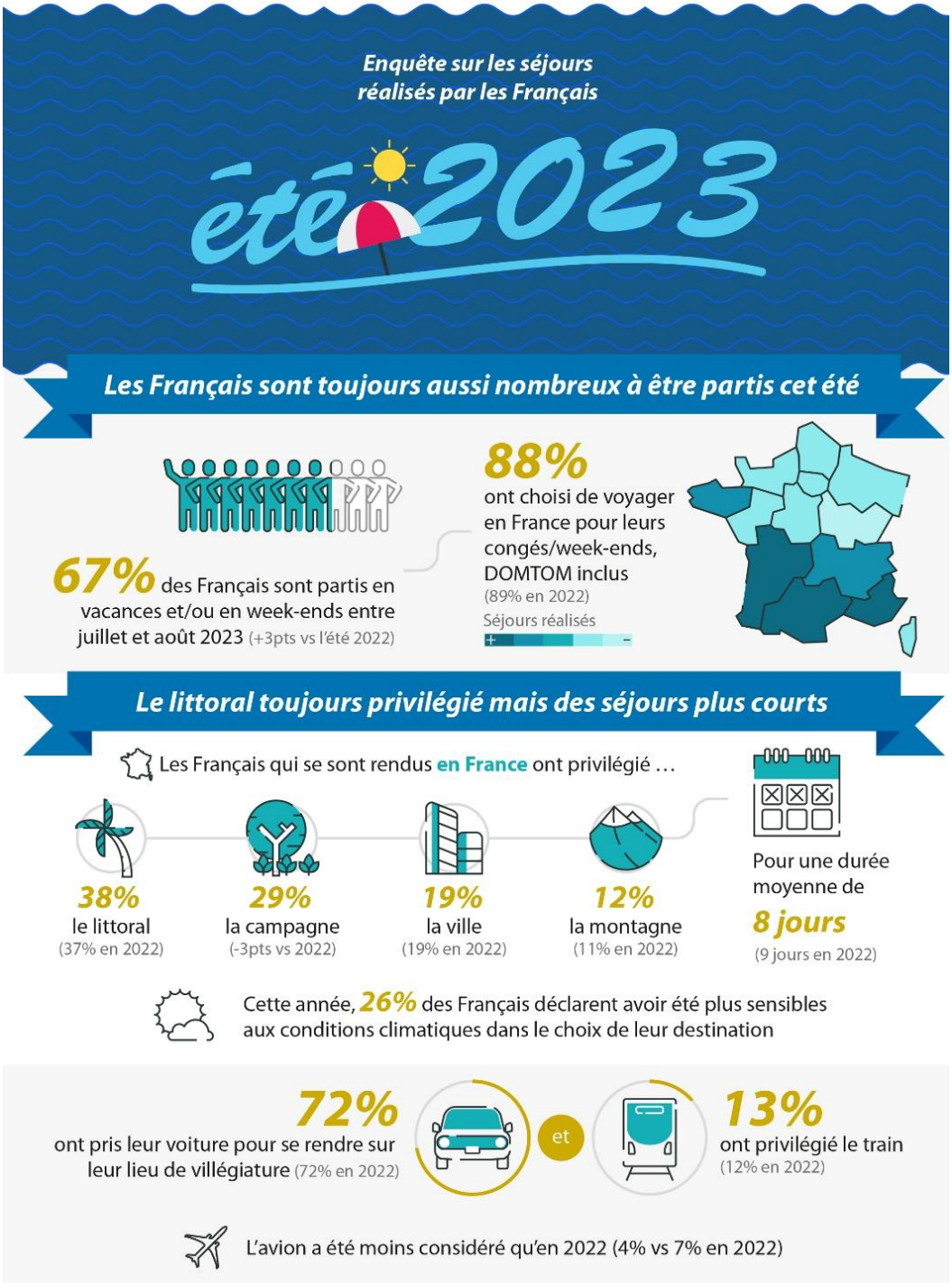
Table des matières

Données touristiques 2023 3
Contexte 3
National 3
Régional 5
LOCAL 6
FREQUENTATION 2023 7
Evolution de l'Offre en hébergements 8
A. Compte rendu des activités 9
A.1. Accueil 9
Dans les bureaux 9
Accueil hors les murs 11
Autres accueils 11
De qualité 12
A.2 Information 15
TOURINSOFT 15
Impressions écrites 15
Sites internet 15
A.3 Communication 18
Nouveautés 2023 18
Réseaux sociaux 18
Emission Carte au Trésor grâce à l'OMT d'Argelès sur Mer 19
Partenariat ADT66 19
A.4 Promotion 20
Participation au Salon Occ'ygene , 1ere édition avec l'ADT66 et Banyuls sur Mer 20
Contrat de destination Littoral 20
A.5 Animation 21
Destination patrimoine 21
Destination sportive 23
Destination gourmande 23
Destination Mar i Munt 24
A.6 Coordination des acteurs 25
A.7 Commercialisation 25
B. EPIC 27
B.1 Ressources humaines 27
B.2 - Budget 32
Actions récurrentes sur la comptabilité de l'EPIC en 2023 32
ACTIONS réalisées pour l'optimisation de la taxe de séjour : 35

Données touristiques 2023

Contexte

National



61% ont séjourné en hébergement marchand.

Parmi eux

20% ont choisi une location (gîte, meublé, location de particulier à particulier) (21% en 2022)

14% ont préféré l'hôtel (15% en 2022)

14% se sont rendus en camping (14% en 2022)

Parmi ceux qui ne sont pas partis…

40% n'avaient pas les moyens financiers (+3pts vs 2022)

19% pour des raisons personnelles (20% en 2022)

18% ont prévu de prendre des congés à une autre période de l'année (19% en 2022)

17% n'en éprouvaient pas le besoin, ils sont bien chez eux (18% en 2022)

12% à cause du prix trop élevé du carburant (-5pts vs 2022)

En projectif, des intentions de départ en septembre et octobre encourageantes

48% des Français projettent de partir en septembre (+6pts vs 2022)

35% en octobre (+5pts vs 2022)

32% pendant les vacances de la Toussaint (31% en 2022)

…principalement pour des week-end ou des courts séjours

L'étude « Baromètre des intentions de départ des Français pour l'été 2023 » réalisée pour Atout France, ADN Tourisme et les 11 Comités Régionaux du Tourisme métropolitains

Cette étude a été réalisée auprès **d'un échantillon de 3003 personnes**, représentatif de la **population française âgée de 18 ans et plus**. L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

Questionnaire autoadministré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

Régional

Synthèse de l'activité touristique annuelle

2023

Janvier – Février – Mars

Saison d'hiver. Une meilleure saison hivernale qu'en 2022, mais encore perturbée par le manque de neige. La fréquentation des hébergements collectifs touristiques (hôtels et résidences de tourisme) reste en-deça du niveau 2019 (- 8%), en particulier pour les clientèles françaises. La faiblesse de l'enneignement, proche des minima de la période 1959-2020, explique en partie le recul de la fréquentation dans les stations de ski.

Avril

Inflation. En avril, la progression des prix à la consommation est estimée à + 5,9% sur un an, impactant logiquement les comportements touristiques des Français.

Mai – Juin

Avant-saison estivale. La séquence des vacances et des ponts de printemps, dont le calendrier est favorable aux escapades touristiques (deux week-ends supplémentaires avec un lundi férié, par exemple), génère une fréquentation importante en Occitanie, similaire à celle de 2022 (+ 2%).

Juillet – Août

Eté. Un cœur de saison sous le signe d'une certaine stabilité par rapport à 2022, avec de fortes disparités : la fréquentation progresse à Lourdes, dans le Massif central et les Pyrénées mais diminue sur le littoral. Des vagues de chaleur intenses ont lieu en août.

Septembre

Septembre. La France connaît son mois le plus chaud jamais enregistré. 46% des professionnels du tourisme occitan disent avoir vu un impact des événements climatiques de l'été sur leur activité.

Coupe du Monde de Rugby. En septembre, la Région bénéficie d'une progression de 6% de ses nuitées touristiques, en lien avec la croissance notable des nuitées internationales (+ 14%) due à l'accueil de 4 matchs à Toulouse.

Octobre – Novembre – Décembre

Fin d'année. En 2023, les vacances de Noël ont débuté plus tardivement qu'en 2022, induisant un décalage d'une partie des nuitées sur 2024. Par ailleurs, l'enneigement déficitaire en décembre sur les massifs d'Occitanie a contraint certaines stations à repousser leurs dates d'ouvertures.

Sources : Flux Vision Tourisme – Orange Business / Insee / Agence des Pyrénées / G2A
Enquête de conjoncture auprès des professionnels en partenariat avec les ADT/CDT

CRTL Occitanie – Observatoire – 2023

Après plus de deux années fortement impactées par la crise de la Covid-19 et les restrictions sanitaires, la fréquentation touristique semble se stabiliser par rapport à 2022 (+ 1%).

<u>222 millions de nuitées touristiques, tous modes d'hébergement confondus :</u>
64% de clientèles françaises, 36% de clientèles étrangères
37% des nuitées concentrées sur la période estivale (juillet-août)

<u>Fréquentation dans les modes d'hébergement marchands 2023</u>
15,6 millions de nuitées dans l'hôtellerie (+ 2% vs. 2022)
28,7 millions de nuitées dans l'hôtellerie de plein air (+ 3% vs. 2022)
10,9 millions dans les autres hébergements collectifs touristiques (résidences hôtelières de tourisme, villages-vacances, auberges de jeunesse, etc.) (- 4% vs. 2022)
11,3 millions de nuits* dans le locatif en plateforme (Airbnb et Abritel)
**Les données du locatif en plateforme portent sur des nuits et non pas des nuitées : le nombre de personnes présentes pour chaque nuit louée n'est pas disponible. Sources : Insee / AirDNA*

Chiffres G2A sur le littoral

Après une fréquentation exceptionnelle sur le littoral occitan l'année dernière, la saison 2023 a été marquée par de nombreux éléments conjoncturels plus défavorables : inflation, sécheresse, incendies… Dans ce contexte, le taux d'occupation moyen des destinations du panel G2A Littoral occitan enregistre un recul de -1.3pt sur la période comprise entre les vacances d'avril et les vacances de Toussaint. Ce chiffre cache toutefois des disparités importantes selon les périodes mais aussi les catégories d'hébergements.

L'avant-saison affiche un bilan contrasté avec de bons niveaux de fréquentation lors des vacances d'avril (+3.9pts) mais un mois de juin qui a souffert du manque de pont cette année. Sur le cœur de saison (juillet et août), les résultats sont également en baisse avec -3,5 pts d'occupation. Seule la semaine du 26/08 se démarque (+5.5pts) en lien avec un calendrier scolaire plus favorable cette saison (rentrée le 4/09). Le mois de septembre est, quant à lui, encore cette année en hausse de fréquentation (+0.4pt) grâce à un été indien qui se prolonge, rendant l'arrière-saison de plus en plus attractive.

LOCAL

- Inflation avec hausse des carburants
- Ponts du mois de Mai favorable pour un long week-end mais en période de notre zone de vacances (22avril- 9 mai)
- Incendie à Cerbere le 16 avril 2023
- Sécheresse annoncée dès mars avec une forte médiatisation et une inquiétude préfectorale
- Communication compliquée autour de l'eau avec la problématique des piscines, limitant les réservations dans l'arrière-pays
- Difficulté de trouver des saisonniers
- PLEINE SAISON : baignade interdite autour du 10 août sur Paulilles, incendie à St André

Vue de l'équipe

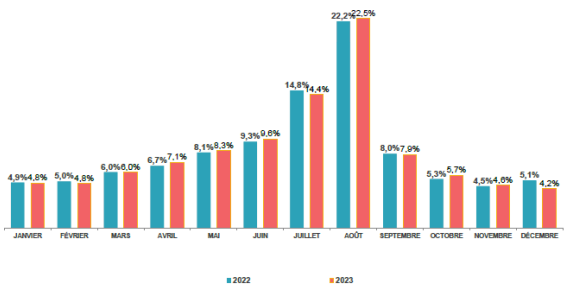
- Les TOPS : L'obtention de la marque Qualité Tourisme, les nombreuses animations et les aménagements dans plusieurs bureaux.
- Les FLOPS : Incendies et problèmes liés au dérèglement climatique, transports et de nombreux aménagements restent à entreprendre dans les bureaux.

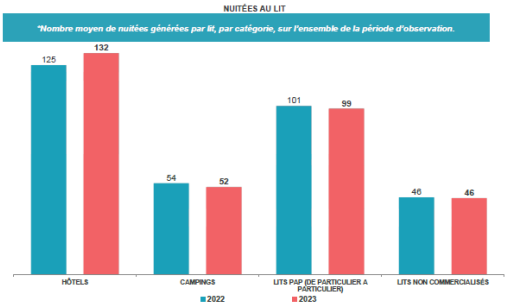
FREQUENTATION 2023

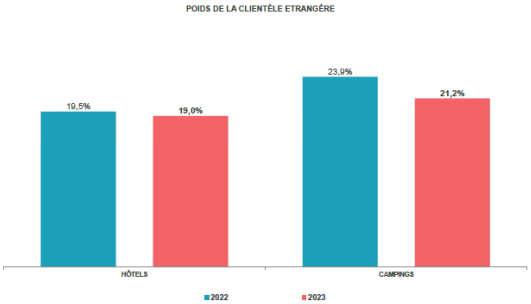
	LE STOCK – NOMBRE DE LITS 2022	2023	EVOLUTION N/N-1 (en nb lits)	EVOLUTION N/N-1 (en %)	LES PERFORMANCES – TAUX DE REMPLISSAGE 2022	2023	EVOLUTION N/N-1 (en pts)	LES RÉSULTATS – NOMBRE DE NUITÉES 2022	2023	EVOLUTION N/N-1 (en nb de nuitées)	EVOLUTION N/N-1 (en %)	PART D'ETRANGERS 2022	2023	EVOLUTION N/N-1 (en pts)
HÔTELS	578	578	0	0,0%	34,4%	36,4%	2,0	72 419	76 525	4 106	5,7%	19,5%	19,0%	-0,5
CAMPINGS	5 948	5 960	12	0,2%	14,9%	14,3%	-0,6	323 667	311 029	-12 639	-3,9%	23,9%	21,2%	-2,7
LITS PRO	7 356	7 326	-30	-0,4%	17,3%	16,6%	-0,7	464 264	443 258	-21 006	-4,5%	20,1%	18,3%	-1,8
LITS PAP (DE PARTICULIER A PARTICULIER)	5 909	6 205	296	5,0%	27,7%	27,6%	-0,1	595 916	615 131	19 215	3,2%			
LITS NON COMMERCIALISÉS	18 090	17 824	-266	-1,5%	12,6%	12,4%	-0,2	833 021	812 511	-20 509	-2,5%			
LITS ENQUÊTÉS	2022	2023	EVOLUTION (en nb lits)	EVOLUTION (en %)	2022	2023	EVOLUTION (en pts)	2022	2023	EVOLUTION (en nb de nuitées)	EVOLUTION (en %)			
FRÉQUENTATION GLOBALE	31 670	31 670	0	0,0%	16,4%	16,2%	-0,2	1 893 200	1 870 900	-22 300	-1,2%			
DONT LITS FERMÉS	315	315	0	0,0%										

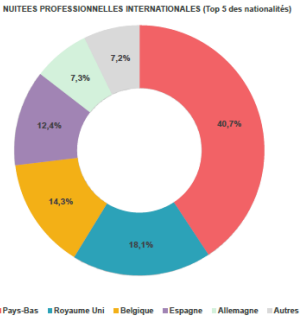
** OCCUPATIONS PROPRIETAIRES INCLUSES*

TAUX DE RÉPONSE	2022	2023
	88%	89%





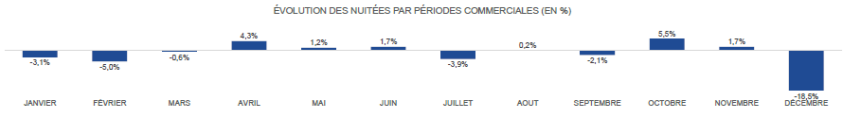


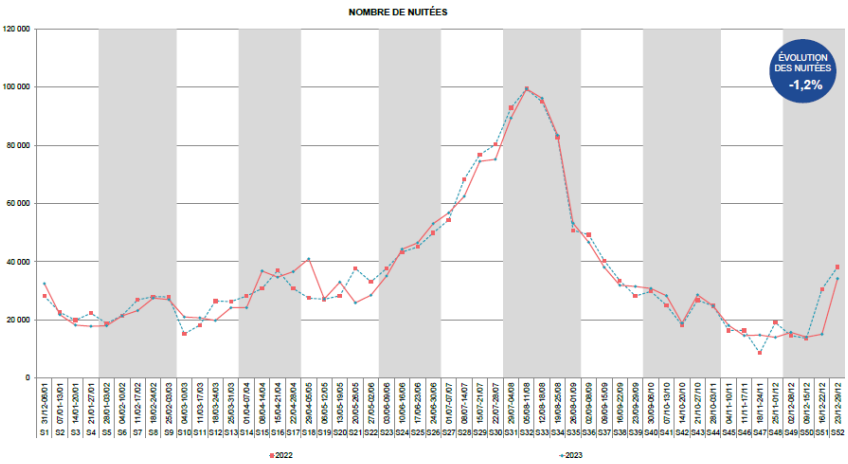


Date & N° sem.	TAUX DE REMPLISSAGE % 2022	2023	NUITÉES 2022	2023	EVO % N/N-1
31/12-06/01 S01 - Janvier	13%	15%	28 200	32 500	15,2%
07/01-13/01 S02	10%	10%	22 600	21 800	-3,5%
14/01-20/01 S03	9%	8%	19 900	18 200	-8,5%
21/01-27/01 S04	10%	8%	22 300	17 800	-20,2%
28/01-03/02 S05	8%	8%	18 800	18 000	-4,3%
04/02-10/02 S06 - Février	10%	10%	21 500	21 400	-0,5%
11/02-17/02 S07	12%	10%	26 900	23 200	-13,8%
18/02-24/02 S08	13%	12%	28 000	27 500	-1,8%
25/02-03/03 S09	13%	12%	27 900	27 000	-3,2%
04/03-10/03 S10 - Mars	7%	9%	15 200	21 000	38,2%
11/03-17/03 S11	8%	9%	18 200	20 700	13,7%
18/03-24/03 S12	12%	9%	26 500	19 800	-25,3%
25/03-31/03 S13	12%	11%	26 300	24 200	-8,0%
01/04-07/04 S14 - Avril	13%	11%	28 200	24 200	-14,2%
08/04-14/04 S15	14%	17%	30 800	36 600	18,9%
15/04-21/04 S16	17%	16%	37 000	34 700	-6,2%
22/04-28/04 S17	14%	17%	30 800	36 600	18,9%
29/04-05/05 S18 - Mai	12%	18%	27 500	41 000	49,1%
06/05-12/05 S19	12%	12%	27 100	27 200	0,4%
13/05-19/05 S20	13%	15%	28 300	33 000	16,6%
20/05-26/05 S21	17%	12%	37 700	25 900	-31,3%
27/05-02/06 S22	15%	13%	33 100	28 500	-13,9%
03/06-09/06 S23 - Juin	17%	15%	37 700	35 100	-6,9%
10/06-16/06 S24	20%	20%	43 300	44 300	2,3%
17/06-23/06 S25	20%	21%	45 100	46 500	3,1%
24/06-30/06 S26	23%	24%	49 900	53 100	6,4%
01/07-07/07 S27 - Juillet	25%	26%	54 400	56 800	4,4%
08/07-14/07 S28	31%	28%	68 400	62 500	-8,6%
15/07-21/07 S29	35%	34%	76 800	74 500	-3,0%
22/07-28/07 S30	36%	34%	80 300	75 200	-6,4%
29/07-04/08 S31 - Août	42%	40%	92 900	89 400	-3,8%
05/08-11/08 S32	45%	45%	99 400	99 400	0,0%
12/08-18/08 S33	43%	43%	95 000	96 200	1,3%
19/08-25/08 S34	37%	38%	82 800	83 500	0,8%
26/08-01/09 S35	23%	24%	50 800	53 200	4,7%
02/09-08/09 S36 - Septembre	22%	21%	49 300	46 700	-5,3%
09/09-15/09 S37	18%	17%	40 400	38 100	-5,7%
16/09-22/09 S38	15%	14%	33 500	31 900	-4,8%
23/09-29/09 S39	13%	14%	28 200	31 500	11,7%
30/09-06/10 S40 - Octobre	13%	14%	29 800	30 800	3,4%
07/10-13/10 S41	11%	13%	25 000	28 300	13,2%
14/10-20/10 S42	8%	9%	18 200	18 900	3,8%
21/10-27/10 S43	12%	13%	26 800	28 600	6,7%
28/10-03/11 S44	11%	11%	24 800	24 800	0,0%
04/11-10/11 S45 - Novembre	7%	8%	16 400	18 100	10,4%
11/11-17/11 S46	7%	7%	16 400	14 600	-11,0%
18/11-24/11 S47	4%	7%	8 600	14 800	72,1%
25/11-01/12 S48	9%	6%	19 100	14 000	-26,7%
02/12-08/12 S49 - Décembre	7%	7%	14 600	15 700	7,5%
09/12-15/12 S50	6%	6%	13 700	14 100	2,9%
16/12-22/12 S51	14%	7%	30 600	15 100	-50,7%
23/12-29/12 S52	17%	15%	38 200	34 200	-10,5%
TOTAL	16,4%	16,2%	1 893 200	1 870 900	-1,2%

FRÉQUENTATION GLOBALE : LITS PRO + PAP + NON COMMERCIALISÉS

NOMBRE DE LITS	31 670	31 670	0,0%
NUITEES AU LIT	60	59	-1,2%
TAUX DE REMPLISSAGE	16,4%	16,2%	-0,2 pt(s)

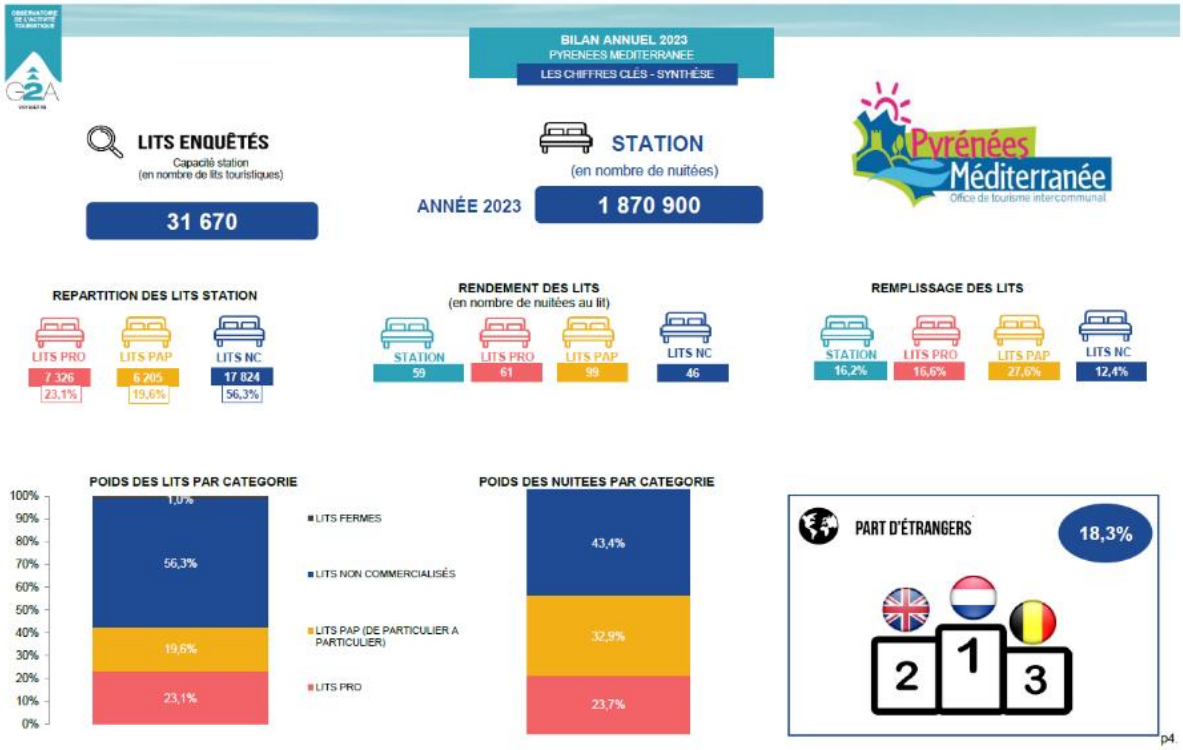


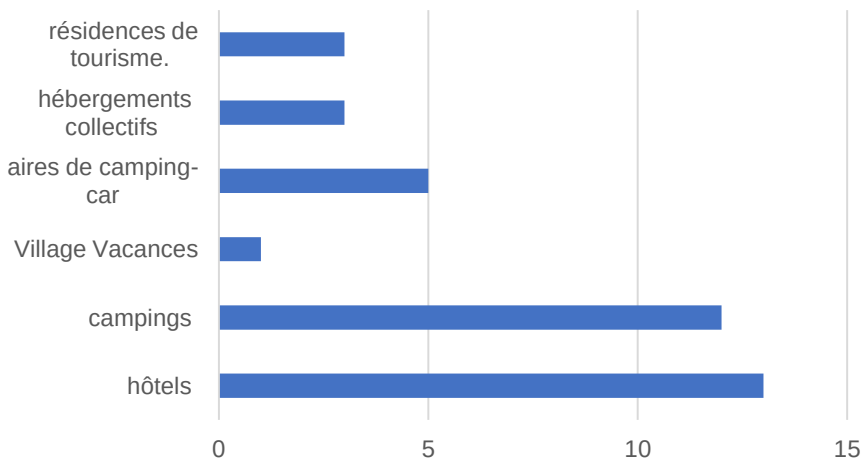


Aide à la lecture :
Pour cette année 2023, la station PYRENEES MEDITERRANEE enregistre 1 870 900 nuitées pro + pâp + non commercialisées sur l'ensemble de la période.
La semaine 32 est le pic de la saison avec un volume de 99 400 nuitées. En moyenne, un lit station réalise 59 nuitées sur l'ensemble de la saison.
A date, la station PYRENEES MEDITERRANEE enregistre une baisse de fréquentation de -1,2% (soit -22 300 nuitées) par rapport à l'année 2022.

Evolution de l'Offre en hébergements

- 978 hébergements en 2023 contre 903 hébergements inscrits dans le Système d'Information Touristique départemental) dont 63 chambres d'hôtes (établissements et pas nombre de chambres)
- Parc en pleine croissance avec de nombreuses déclarations d'ouverture de meublés reçues en pleine saison estivale ;
- Renouvellement et modernisation du parc avec l'arrivée de « beaux » biens
- Nombreuses résidences principales louées sur juillet/août (certains propriétaires nomment l'inflation pour justifier leur souhait de louer leur résidence principale).



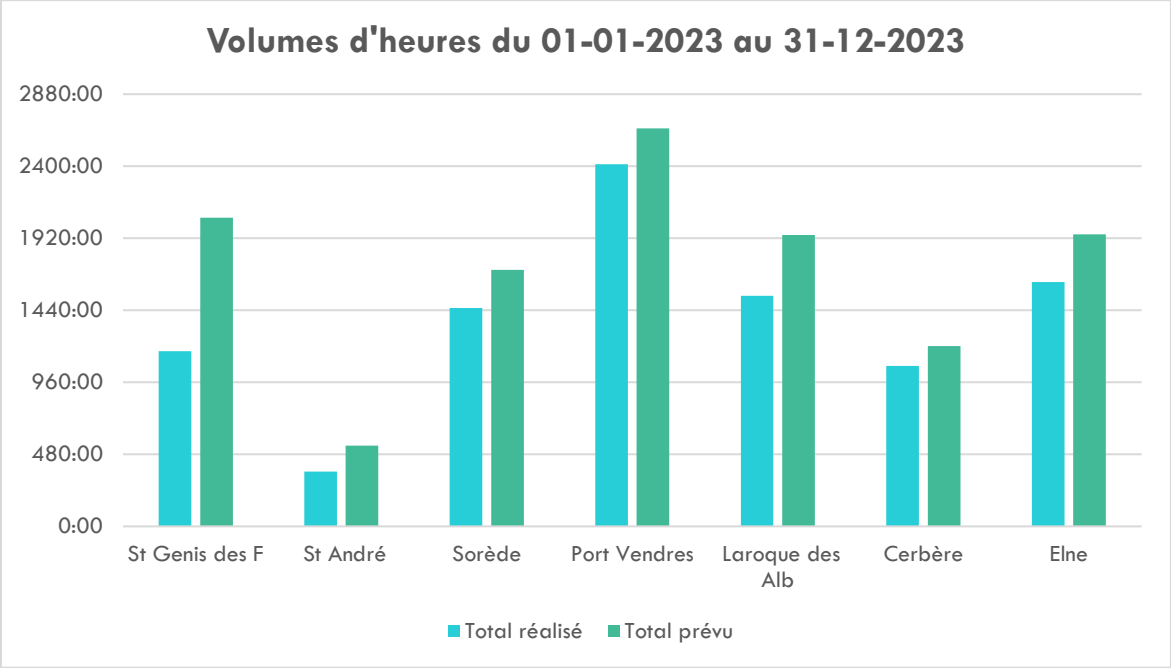


PARC MEUBLES	
NC	620
1 étoile	25
2 étoiles	92
3 étoiles	159
4 étoiles	58
5 étoiles	1

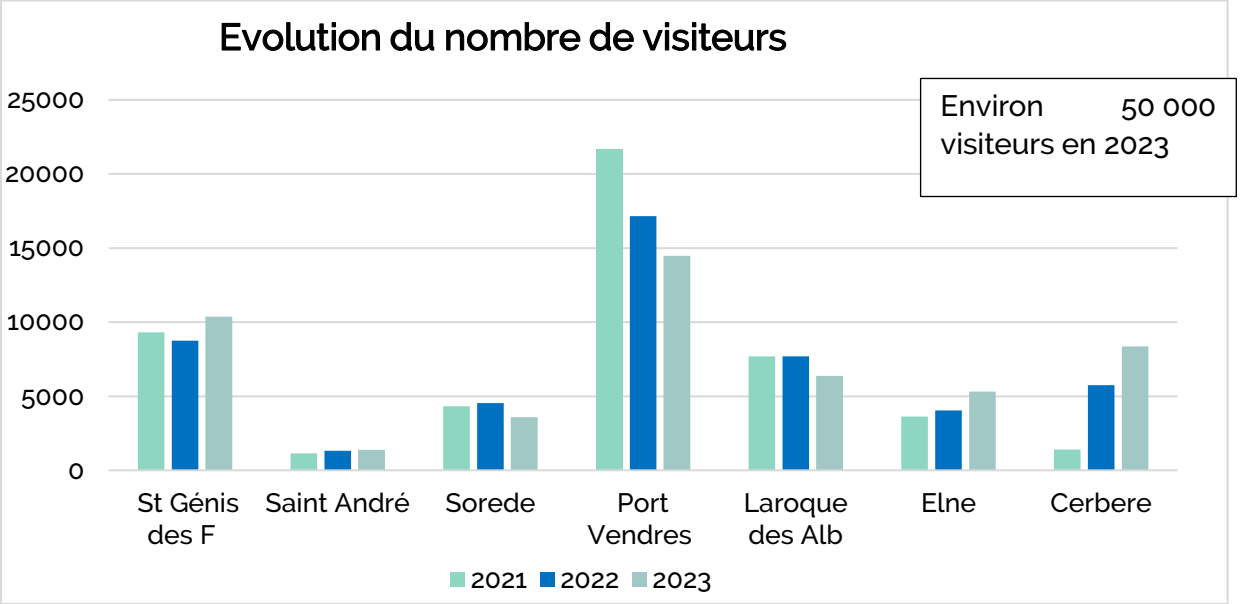
A. Compte rendu des activités

A.1. Accueil

Dans les bureaux



Les bureaux de Sorede, Saint André et cerbere sont ouverts des vacances de Pâques aux vacances de Toussaint.



- Fréquentation plus étalée sur l'année par rapport à 2018 (2018 : 40% des visiteurs sur Port Vendres se concentraient sur juillet/ août contre 35% cette année).
- Cerbere connait une très forte augmentation depuis 2017 et là encore, seulement la moitié des visiteurs se concentre sur juillet/août.

- Fréquentation étrangère en stagnation

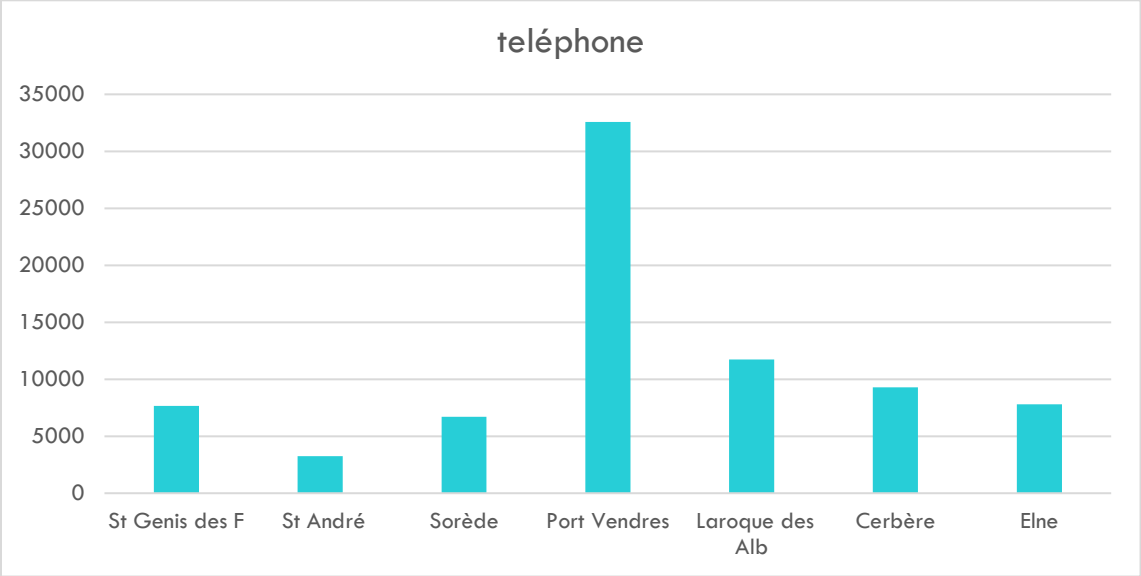
Nouveauté 2023 : Borne tactile au BIT de Laroque des Albères :

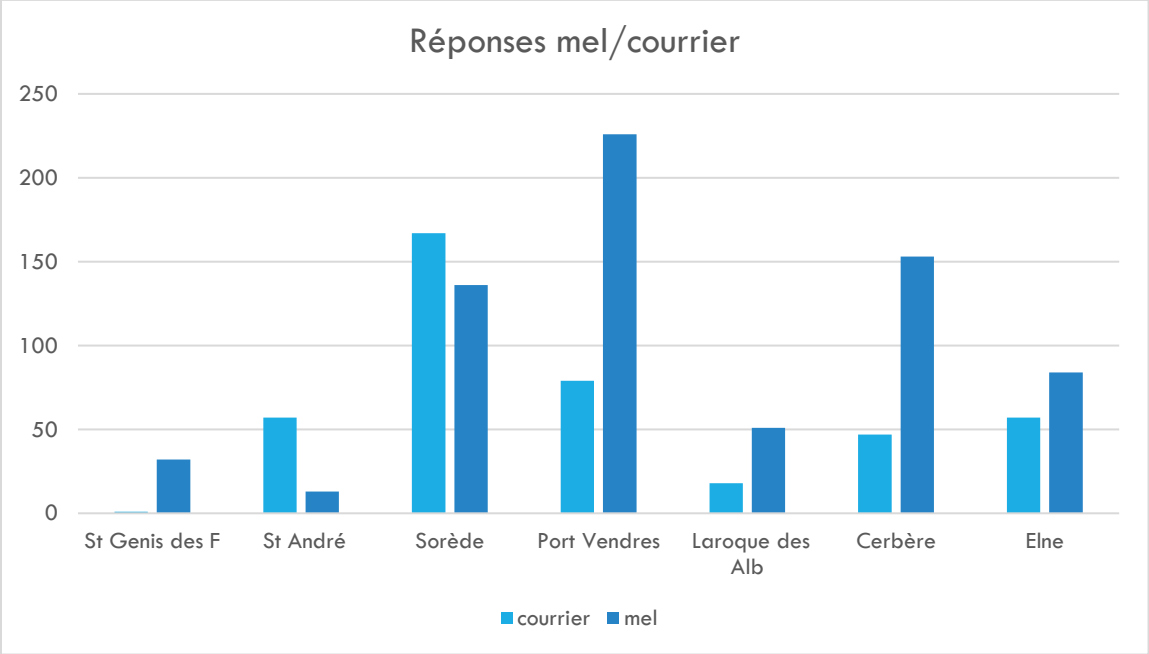
811 consultations et 434 envois de docs par la borne en 3 mois

⇨ Amélioration de l'accueil tout en diminuant les impressions de dépliants

Près de 6 000 connexions wifi

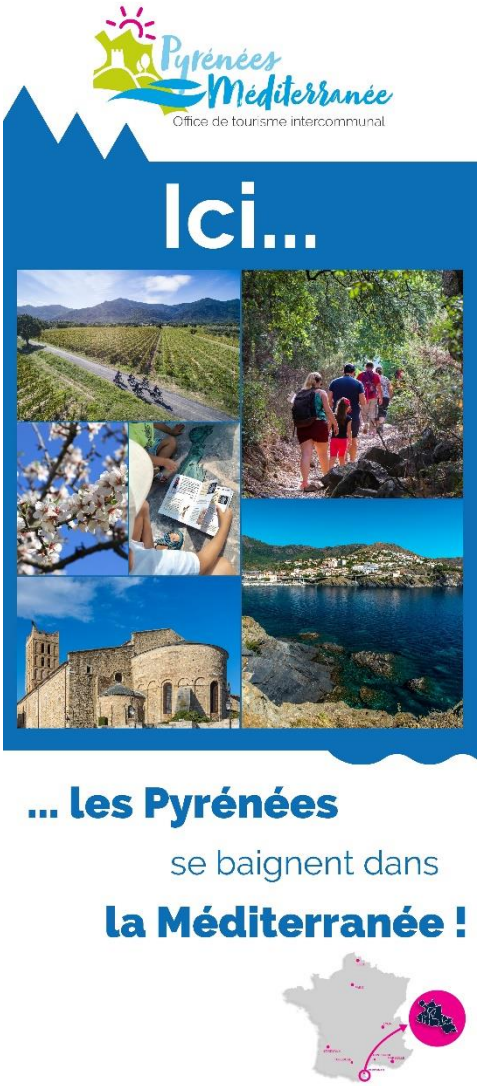
Nb de réponses téléphone	111 466
Nb de réponses courrier	1 363
Nb de réponses mel	984





TCHAT : + 60 % DEPUIS 2020

Augmentation chaque année qui s'explique d'une part par l'utilisation croissante de cet outil mais à ce jour aucune réservation à ce jour et d'autre part par une meilleure visibilité de notre site Internet



Accueil hors les murs

- Pas de Visio cette année encore même si les hébergeurs apprécient ce mode d'accueil pour leur clientèle en amont du séjour

- Près de 1 400 personnes renseignées lors des 41 RDV dans les 6 campings volontaires,
- + 11% de fréquentation en plus par rapport à 2022

- Près de 2000 passagers accueillis sur 7 bateaux de croisières dont 3 en haute saison (600 passagers le 17 juillet sur Port Vendres)

Autres accueils

- Soirées gourmandes : présence intéressante à Bages mais sinon peu de plus-value pour la présence physique de l'OTI pendant ces moments. Les visiteurs connaissent déjà l'oTI et ses outils. Les ambassadeurs du tri de la CC ACVI sont aussi présents durant cette action pour sensibiliser le public.

- Apéritifs vignerons : la plupart des vignerons connaissent le territoire. Peu d'intérêt d'être

De qualité

Synthèse du Rapport d'évaluation

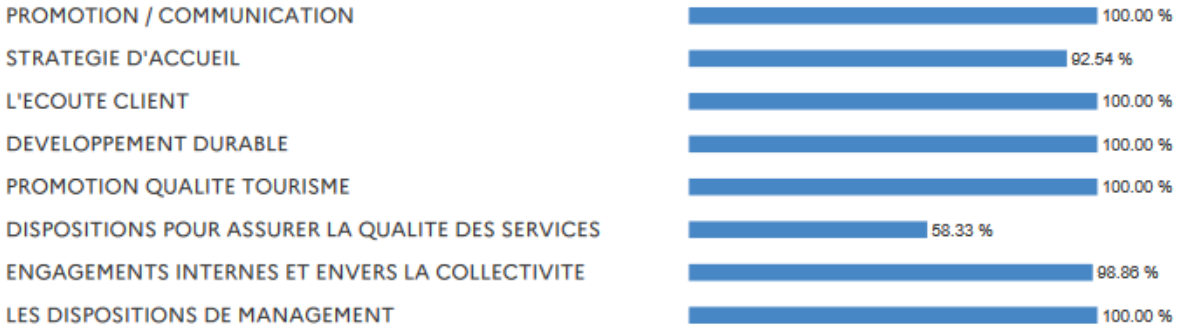
OTI PYRENEES MEDITERRANEE
(DOCID:qt130591)
s.baudet@tourisme-etcetera.fr
Filière : Office de tourisme
Date de l'évaluation : 23/01/2023

Résultat QT : 93.56 %

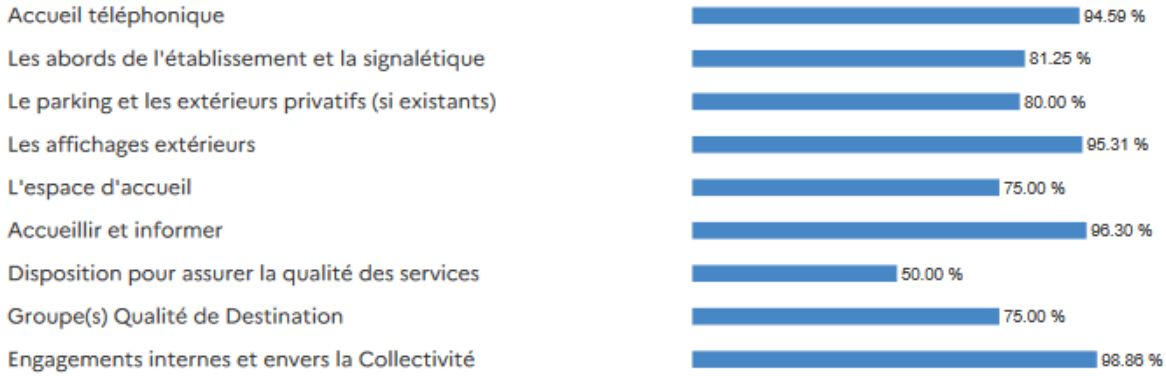
Votre établissement respecte les critères obligatoires de l'écoute client
Avec quelques efforts vous pourriez atteindre un taux de conformité de 95,99 %

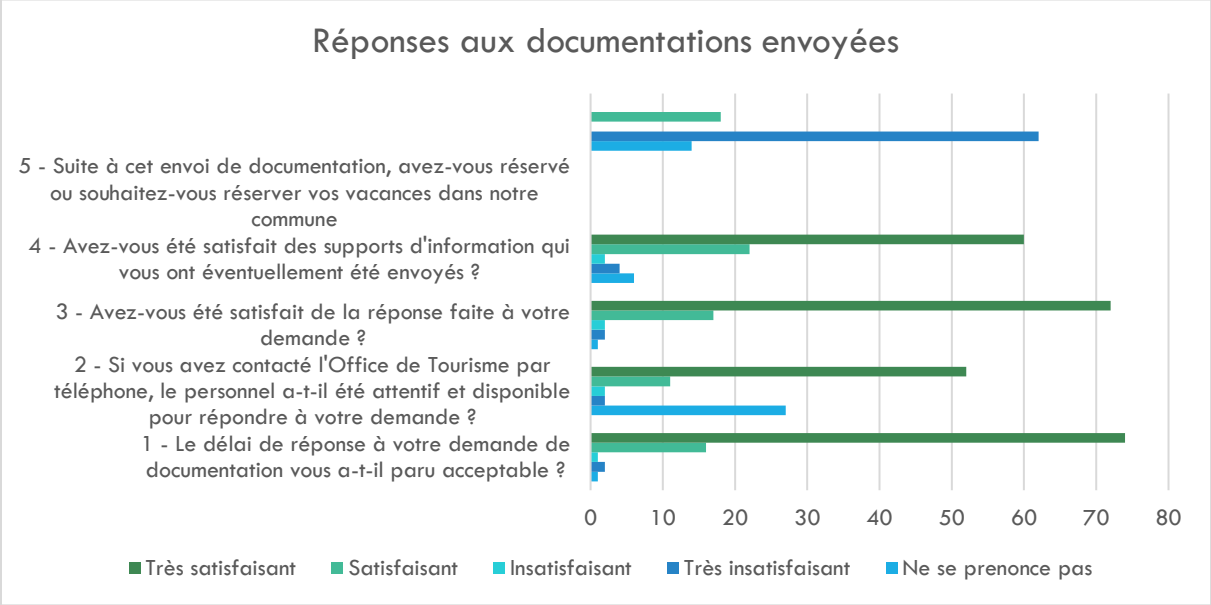
Taux de conformité

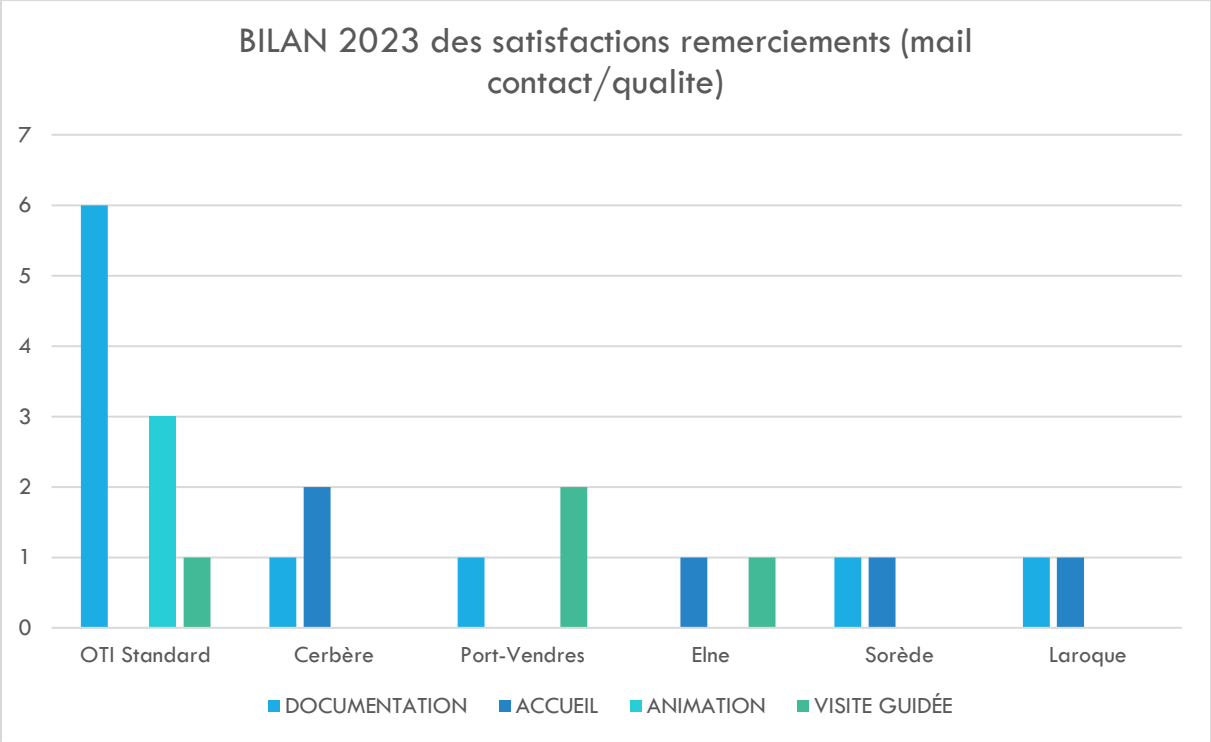
Taux de conformité par séquence détaillée



Les points à améliorer







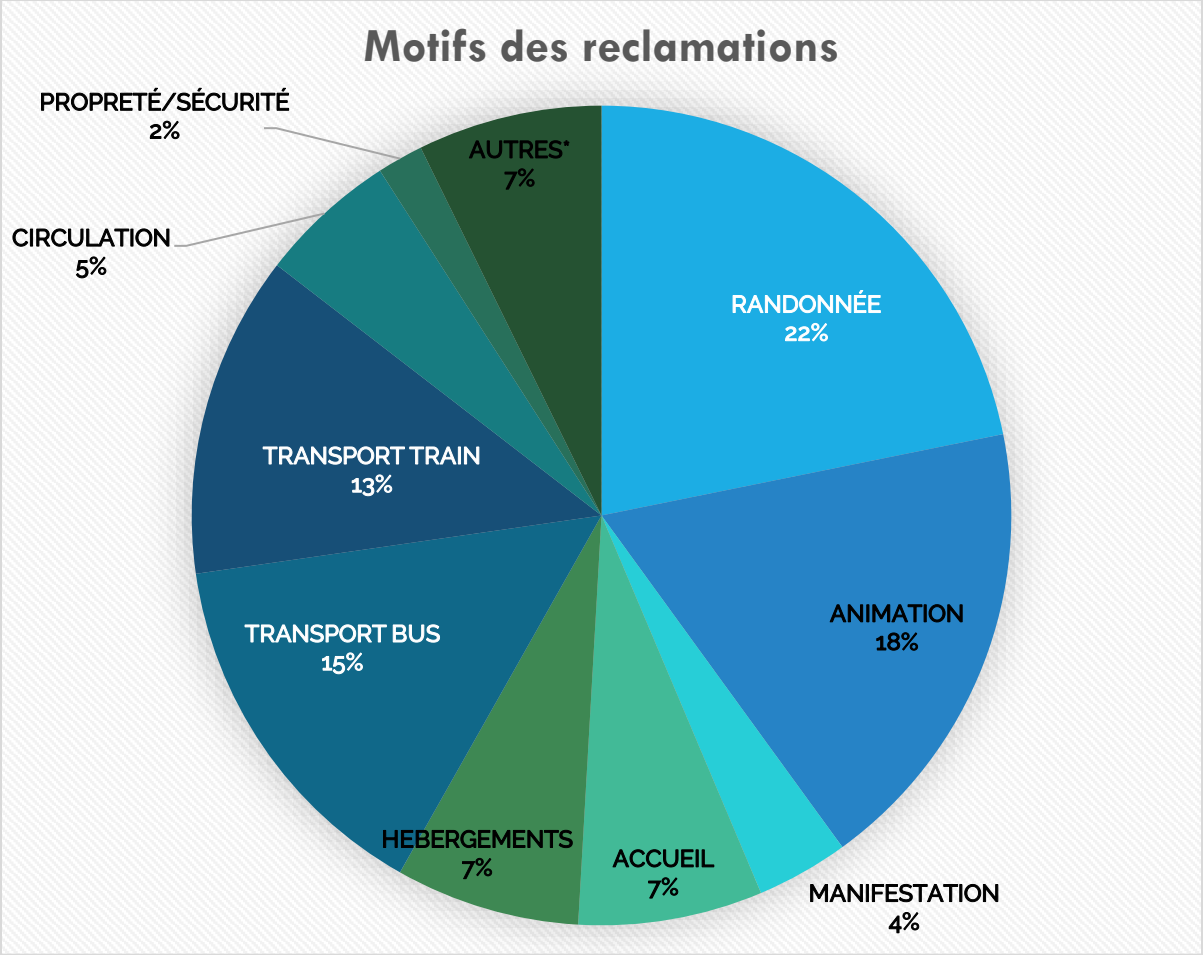
Avis remontés depuis Google

Avis 2023	ST ANDRÉ	ST GÉNIS	CERBÈRE	ELNE	SORÈDE	LAROQUE	PORT-VENDRES
Nombre	0	0	5	6	7	9	11
Note/5	4,8	3,5	4,3	4,3	4,5	4,6	3,9
Commentaires négatifs	0	0	**1** accueil en Langue étrangère	0	0	0	**1** ouverture tardive de l'accueil

Sur l'année 2023, 55 réclamations ont été enregistrées

Malgré une saison comparable à celle de l'an passé, le nombre de réclamations a diminué par deux.

Uniquement 11 fiches réclamations ont été complétées aux comptoirs des BIT dont 7 en juillet/août. Les autres réclamations ont été réalisées via le mail ou le Tchat OTI



A.2 Information

TOURINSOFT

Le Système d'Information Touristique mutualisé avec l'ensemble des offices de tourisme et le département recensent tous les objets touristiques (hôtels, restaurants, patrimoine, fêtes et manifestations, etc) ainsi que les demandes écrites et orales. Tous ces objets touristiques sont traduits en interne. Cet outil permet de renseigner les personnes aux comptoirs ou lors des accueils hors des murs, salons, etc. En 2023, l'outil a évolué avec une nouvelle version de la gestion d'accueil (Gestion Relation Client). Toute l'équipe a été formée tout au long de l'avant saison par l'ADT66.

Impressions écrites

- En 2023, le guide de la destination qui met en avant toutes les activités et les productions locales a été mis à jour et traduit en 5 langues ;
- Le guide groupes
- Le guide des loisirs

Sites internet

tourisme-pyrenees-mediterranee.com

Mise en ligne le 26 juillet 2022, le site internet de la destination continue sa progression. Un dysfonctionnement sur OVH a fait perdre beaucoup de référencement au printemps, Aussi, une nouvelle version du système d'analyse (GA4), rend difficile l'étude de la fréquentation du site et notamment les comparaisons avec l'année 2022.

Au total, ce sont près de 56 000 utilisateurs qui se sont connectés à notre site en 2023.

Rechercher... Lignes par page :

	Chemin de la pa...sse de l'écran	Vues	Utilisateurs	Vues par utilisateur	Durée d'engagement moyenne
		192 776 100 % du total	56 068 100 % du total	3,44 Égal à la moyenne	1 min 40 s Égal à la moyenne
1	/	33 746	9 482	3,56	1 min 09 s
2	/blog/temps-fort/semaine-mar-i-munt-de-printemps-2023/	5 875	3 699	1,59	28 s
3	/explorer/aux-alentours/le-perthus-la-jonquera/	5 762	4 812	1,20	24 s
4	/agenda-et-evenements/tout-lagenda/	4 720	2 075	2,27	54 s
5	/sejourner/locations-saisonnieres/	3 318	770	4,31	2 min 09 s
6	/bouger/randonnees/le-sentier-littoral/	3 267	2 074	1,58	1 min 11 s
7	/explorer/les-villages-incontournables/elne/	3 255	2 333	1,40	54 s
8	/explorer/les-villages-incontournables/	2 009	1 152	1,74	36 s
9	/agenda-et-evenements/	1 771	934	1,90	29 s
10	/explorer/les-villages-incontournables/laroque-des-alberes/	1 620	1 043	1,55	1 min 13 s

- La page de la semaine Mar i Munt de printemps est la plus consultée. Cette page permet entre autres d'effectuer les réservations en ligne sur notre boutique.
- Beaucoup de consultations de notre page sur Le Perthus/La Jonquera.. Mais qui ne crée pas de visites derrière sur les pages de notre destination
- Les pages des villages sont de + en + consultées.
- 11 articles blogs publiés en 2023 sur les thématiques suivantes : gastronomie, développement durable, activités/animations, patrimoine/traditions.

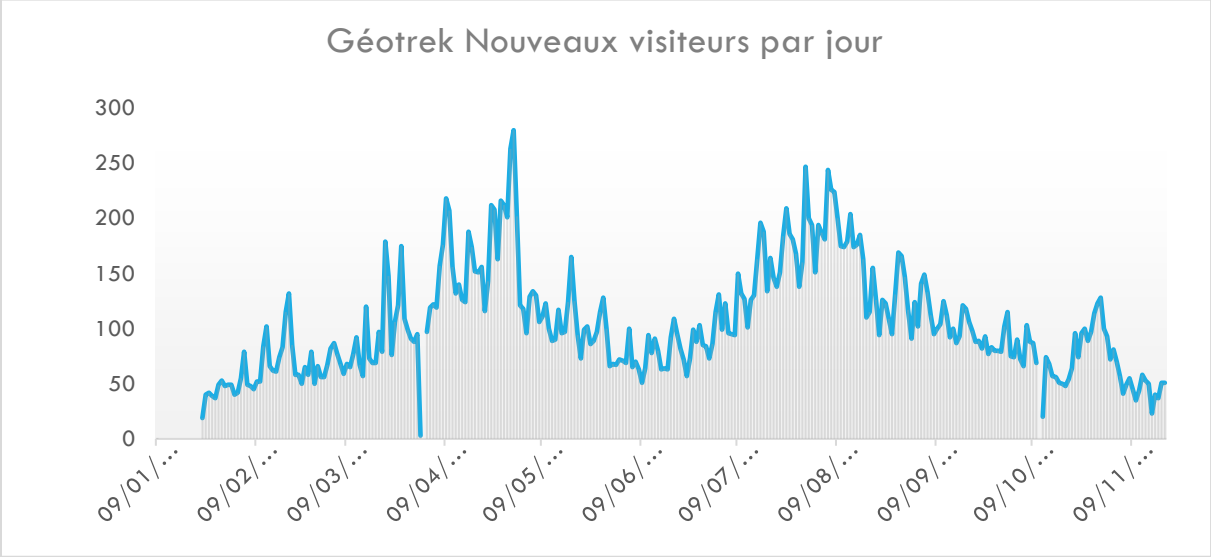
Nouveauté 2023, l'espace pro

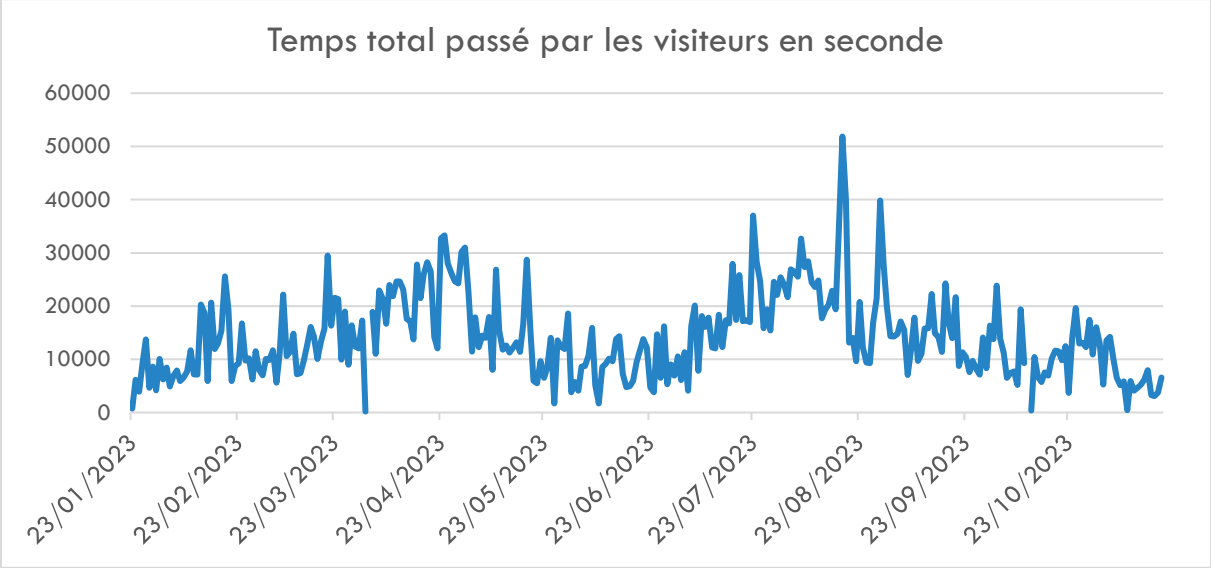
L'espace pro permet de regrouper des informations utiles pour les pros du territoire : données de fréquentation G2A, conseils pour les hébergeurs, newsletters, lien vers Qualité tourisme, Nouveaux Territoires (logiciel de la taxe de séjour). Cet espace a été consulté plus de 1600 fois.

/espace-pro/ Lignes par page : 10 Accéder à

	Chemin de la pa...sse de l'écran	Page de destina...îne de requête	Vues	Utilisateurs	Vues par utilisateur	Durée d'engagement moyenne
			1 671 0,87 % du total	255 0,45 % du total	6,55 + 90,59 % par rapport à la moyenne	2 min 51 s + 70,81 % par rapport à la moyenne
1	/espace-pro/	/	375	116	3,23	1 min 09 s
2	/espace-pro/observatoire-de-loffice-de-tourisme/	/	97	25	3,88	1 min 48 s
3	/espace-pro/vous-etes-proprietaire-dun-hebergement/	/	97	28	3,46	1 min 04 s
4	/espace-pro/vos-supports-de-communication/	/	77	16	4,81	56 s
5	/espace-pro/	/espace-pro/	62	28	2,21	1 min 01 s
6	/espace-pro/vous-etes-proprietaire-dun-hebergement/votre-lettre-dinformation/	/	51	9	5,67	2 min 40 s
7	/espace-pro/rapport-dactivite/	/	45	15	3,00	39 s
8	/espace-pro/observatoire-de-loffice-de-tourisme/	/espace-pro/observatoire-de-loffice-de-tourisme/	36	25	1,44	24 s
9	/	/espace-pro/	32	12	2,67	1 min 01 s
10	/espace-pro/enregistrer-votre-structure-aupres-de-loffice-de-tourisme/	/	30	20	1,50	1 min 06 s

GEOTREK PyMed devient une WEBAPP





- 115 000 pages ouvertes
- 31 497 nouveaux visiteurs
- Temps moyen : 1 min30
- La mise en place de cette nouvelle version a suscité de nombreux dysfonctionnements avec un délai de réaction long de la part d'Open IG notamment sur des dénivelés complétement faux et des cartes illisibles
- Réactivité très forte avec le service entretien lors des incendies l'intégration par exemple des arrêtés municipaux limitant l'accès et la notification de fermeture de sentiers.

Nouveauté 2023 : l'application n'existe plus,
le site a évolué avec la technologie PWA, permettant de l'utiliser comme une appli, directement depuis le site Internet (plus besoin de charger l'appli).

A.3 Communication

Bourse d'échange départementale et diffusion de la documentation des pros aux autres OT du département

Nouveautés 2023

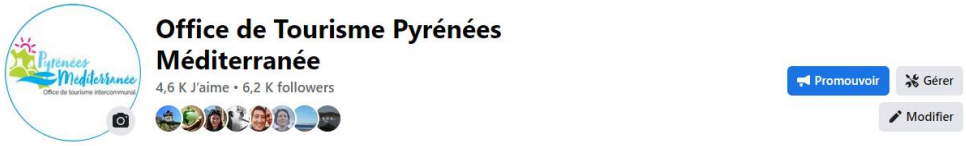
Compte tenu de l'été 2022 et de la sécheresse dès le Printemps, un travail en interne a été mené pour sensibiliser les touristes d'une part au problème de l'eau et d'autre part pour accompagner les visiteurs dans la canicule en les invitant dans des endroits frais. Le recensement a été mené auprès des mairies, sites et des échanges avec le service médiathèques pour proposer des activités adaptées.

Action en partenariat avec l'ADT 66 et les Offices du département
Accueil de bloggeurs avec mise à jour du programme proposé par l'ADT pour s'adapter aux horaires des mairies, demande d'autorisation de drones auprès des mairies

Journal Télévisé de 13h sur France 2 diffusé le 8 juin : reportage sur le tourisme durable pour valoriser le tourisme responsable

Réseaux sociaux

Une page Facebook : communauté : 13.7 K J'aime • 7 K followers



Une page Instagram : communauté : 4.3 K Followers

Une chaîne Youtube)

Témoignages sur la Retirada
Lien avec les semaines Mar I munt avec Cinémaginaire
Une page LinkedIn récente et en cours de développement

Emission Carte au Trésor grâce à l'OMT d'Argelès sur Mer

Convention de partenariat avec l'OMT d'Argelès sur Mer
Avant l'été, accompagnement de la production pour identifier les énigmes et tournage en septembre

Action intéressante pour

- mobiliser les acteurs du territoire dont les communes
- avoir un autre regard extérieur sur la destination

Partenariat ADT66

- Accueil de journalistes

REISHONGER Bestemmingen Thema's

De Euro Vélo 8: dorpen, erfgoed en bergen

De Euro Velo 8 is één van de Europese lange afstands fietsroutes. Deze route gaat rond de Middellandse Zee, van Cadiz naar Athene, met nog een paar losse stukjes vervolg in Turkije en op Cyprus. De etappe van Barcelona naar Beziers voert door de Albères. Hij voert onder meer langs Le Perthus, een plek op de grens tussen Spanje en Frankrijk, niet ver vanaf waar Hannibal met zijn olifanten de Pyreneeën overstak.

A.4 Promotion

Participation au Salon Occ'ygene , 1ere édition avec l'ADT66 et Banyuls sur Mer

- 10 000 visiteurs présents sur ce nouveau salon à Toulouse pour 183 professionnels du tourisme,
- 85% des pros très satisfaits.

- Présence de l'Office de tourisme sur le stand de l'ADT avec banque partagée avec la station de Banyuls sur Mer
- Cout Stand mutualisé avec ADT et banque partagée : 2 000€
- 2 agents sur place sur 3 jours (hébergement chez de la famille)
- Environ 200/250 personnes touchées par jour. Bonne fréquentation du salon et contacts de qualité. Nous avons pu observer des retours (personnes venues sur le territoire suite au salon, retour de pros qui ont eu des contacts suite au salon).
- Peu d'intérêt pour le job dating sans offre avec possibilité d'hébergement
- Expérience intéressante sur le volet gourmand pour présenter nos producteurs

Contrat de destination Littoral

Rappel de la philosophie des Contrats de Destination

1 - Une démarche collective pour promouvoir la destination France

2 - Une démarche conjointe ATF / CRTL permettant de promouvoir l'Occitanie au travers du Contrat de Destination

3 - En Occitanie, une valorisation de la destination à l'international au travers de ses marques infras

4 - Une participation financière du CRTL déclenchant la participation d'Atout France

5 - Une mutualisation des budgets pour un meilleur ROI

6 – Une co-construction des plans d'action avec toutes les parties prenantes

7 - Le développement durable au cœur des réflexions

8 - L'ouverture progressivedu Contrat de Destination aux partenaires privés et publics pour une meilleure appropriation de la marque par tous les acteurs

Littoral

Une mer active et sécurisée qui se décline en différentes tonalités d'ambiances, d'univers et d'arrière-pays.

Objectifs à atteindre :

- Développer les ailes de saisons auprès des clientèles européennes
- Repositionner l'image du littoral face à la concurrence

33 Partenaires signataires

- 4 ADT / 19 OT du littoral / aéroports / Ligue de voile / UVPO
- 2 Clubs Croisières

Marchés initiaux inscrits dans le Contrat de Destination

- En notoriété : Espagne / Belgique / Allemagne / Italie / Scandinavie
- En conversion : UK / PaysBas / Luxembourg / Suisse / Danemark

Montants mutualisés (hors ATOUT France) : 338 200€ TTC

Campagnes exclusivement digitales -Printemps et Automne sur 5 thématiques sur les marchés UK/Irlande- Belgique-Allemagne-Suisse-Grande Bretagne
=> Dans l'ensemble, les résultats sont supérieurs aux attentes avec un CPV ("coût par vue) faible et de bons engagements sur les annonces.
Facebook est plus performant qu'Instagram, ce qui est conforme à la répartition âge (groupe d'âges 55 /64 et 65 + encore très réactifs sur Fb).

- Performance du message Culturel sur les 2 medias les plus performants
- Le Marché francophone est plus mature.

Montant OTI : 3 000€

A.5 Animation

Destination patrimoine

- Alimentation de la base de données (SIT) de l'offre patrimoniale et recensement des acteurs qui œuvrent dans ce domaine sur le territoire
- Journée pro à Palau del Vidre : en plus de la présentation des outils de l'OTI, visite des verriers, de Rando chariot et de l'église - près de 50 participants-

Nouveautés 2023

- Création et réalisation des visites guidées en amont et après la haute saison touristique
- Personnes contre 197 en 2022 durant les visites guidées avec des horaires adaptés pendant la saison estivale (CA = 1325 €)
- Mise en place de visites guidées adaptées au Bicentenaire de Port Vendres
- Randonnée Retirada à Cerbère et de podcasts (33 pers)

- Nouveau parcours sur GEOTREK Retirade sur Montesquieu les Albères
- Nouveaux parcours BALUDIK en partenariat avec la licence Pro de Guides conférenciers sur St André, St Genis, Bages + 1 parcours éphémère Palau
- Vidéo de visite virtuelle à l'intérieur du phare Cap Béar pour compléter les visites guidées organisées depuis 3 ans

Soutien au Bicentenaire de Port Vendres

- Communication/Promotion :
- Création d'un « Temps fort » sur la page d'accueil du site sur le site Internet avec mises à jour régulières à partir d'avril 2023
- 24 publications sur Facebook depuis le 18/04 ; 3 publications sur LINKEDIN
- Présentation de l'évènement chaque semaine lors des accueils hors des murs (Elne, Laroque des Albères, Palau del Vidre, Cerbere) et lors des rallyes rando à Laroque des Albères (263 participants)

=>Travail mené avec le service de la Mairie qui a très bien fonctionné sur la communication.

- Ouverture du BIT le samedi et dimanche non STOP
- Près de 150 participants aux visites guidées : Beaucoup de personnes se sont présentées directement au lieu de départ de la VG sans avoir réservé. Public à majorité port-vendrais, pas mal de demandes de reconduire cette VG.

- 3 622 billets vendus au total pour un Chiffre d'affaires de 26 016€

Au total, 2 275 billets vendus WEB pour un CA de 15 960€ et 1 347 billets aux comptoirs
Remarque : les ventes se sont faites au dernier moment même sur Internet (74,7% des ventes se sont faites sur les 1, 2 et 3 septembre).
64% des personnes qui ont acheté le billet dimanche provenaient du département. A noter, 2% du 31/4% du 11 et 2% étrangers.

- <u>Accompagnement de l'association Escale Port Vendres</u>

Mise à disposition du matériel : Fourniture imprimante, routeur (Internet), ordinateurs, logiciel WE LOGIN,

Destination sportive

- Suivi et mise à jour des itinéraires, points d'intérêts dans GEOTREK
- Intégration des circuits dans l'application CIRKWI et Outdoor Active (coût : 1 800 en partenariat avec les offices de tourisme)
- Poursuite du soutien presse au Swim Run avec les stations classées (3 600€)
- Diffusion de la carte rando très appréciée comme document d'appel : 5 000€
- Soutien technique et financier (1 000€) pour le 1er trail du Chateau d'Ultrera (Sorède)
- Environ 100 guides du sentier du littoral vendus dans les boutiques de l'OTI

Rallyes rando : 4 dates, 263 participants pour 375€ de CA

Toujours en progression, le rallye plaît toujours autant aux touristes comme aux locaux. Cette année, le rallye s'est adapté aux conditions climatiques, avec un parcours adapté à la canicule et aux risques incendie.
Le rallye reste un prétexte pour mettre en avant les sites et événements du territoire et faire passer des messages de préservation de nos richesses : cette année 2023, le Bicentenaire de PV a été à l'honneur et des messages pour préserver notre ressource en eau ont été transmis… toujours dans la bonne humeur.

Destination gourmande

- Accompagnement de l'Association « Saveurs des Albères » technique et financier (coût : 7000€ comprenant le nouveau logo, la communication et la musique lors des soirées gourmandes)
- Organisation d'ateliers chez les producteurs lors des semaines Mar i Munt
- Partenariat avec Semaine du Roussillon, France Bleu

Les Soirées gourmandes

- Mauvaise météo à Montesquieu et Laroque et beaucoup de soucis avec les communes qui n'ont pas pu organiser l'installation comme convenu
- Bonne diffusion et nombre suffisant de flyers et affiches commandés
- Pas assez de producteurs à Bages, et aucun vigneron !

Œnotourisme

- Suivi et mise en œuvre du parcours oenotouristique du Mas Reig géré par la CC ACVI au final
- Organisation des apéritifs vignerons dans les Albères et sur la Côte 247 participants contre 381 en 2022/ Démarrage très tardif avec beaucoup d'annulations en début de saison
- 25 participants au Fascinant week-end

Destination Mar i Munt

Semaine Mar i Munt d'Automne

Aux vacances d'**automne**, profitez d'une semaine mer et montagne ! L'Office de tourisme Pyrénées Méditerranée vous a concocté un programme avec un gran choix d'activités sportives, nature et culturelles pour...

Le Printemps Mar i Munt

...des Albères et s'émerveiller de la beauté de la Méditerranée depuis la Côte Vermeille. Découvrez la toute nouvelle édition printanière de la Semaine **Mar** i **Munt**, désormais rebaptisée... ..."LE PRINTEMPS...

Cible : Locale et régionale / vacanciers toutes zones
Public : familial mais aussi sportif et curieux
Ces semaines d'activités, en dehors de la saison estivale, sont les moments privilégiés pour faire la promotion, communication de la destination auprès des habitants, excursionnistes et touristes de proximité.
4ieme édition pour la semaine d'Automne, les acteurs privés, associatifs, les communes sont de plus en plus nombreuses à proposer des animations pendant ces périodes de vacances.

Au total 45 activités proposées (22 aux printemps, 23 à l'automne) pour une fréquentation supérieure à 500 personnes.
Toujours de bons retours de ces semaines d'activité, moments d'échanges avec les habitants,
Partenaires : Assos, Médiathèques, Prestataires d'activités, Producteurs locaux, Artisanat… diverses randonnées pédestres et équestres, Balades en Kayak, baptême de plongée, Randonnée mémoire, Visite du patrimoine maritime, Défi Selfies

Campagnes de communication

Printemps (5 000€)	l'Automne (9 000€)
Outdoor Active/Elle mag/Independant et Méteo Francee (interstitiels)/France Bleu/publis sponsorisées sur Facebook - editon de flyers distribués sur place et pendant le salon Occ'ygene à Toulouse - Affiches dans les villages - newsletters auprès des pros	Elle mag/France Bleu/Indépendant/France Bleu/réseaux sociaux Nin's guide Newsletters auprès des pros Création d'articles de blogs, de pages dédiées sur le site

Des demandes ont été faites de la part de touristes qui arrivent en dehors de notre zone et qui souhaiteraient aussi avoir des activités pendant leurs vacances.

A.6 Coordination des acteurs

- Rencontre annuelle pro avant la saison
- Diffusion de la doc des pros dans les 7 bureaux et sur demande et lors de la bourse d'échanges départementale
- Diffusion du guide de la destination avec une rubrique « A faire »
- Présence de tous les pros sur le Site Internet de l'OTI avec mise en avant des pros labélisés QT, Accueil Vélos, Vignobles et Découvertes et partenaires du Comptoir des loisirs

Pour mémoire, chaque responsable de filières a des actions récurrentes annuelles identifiées définies dans les fiches de poste :

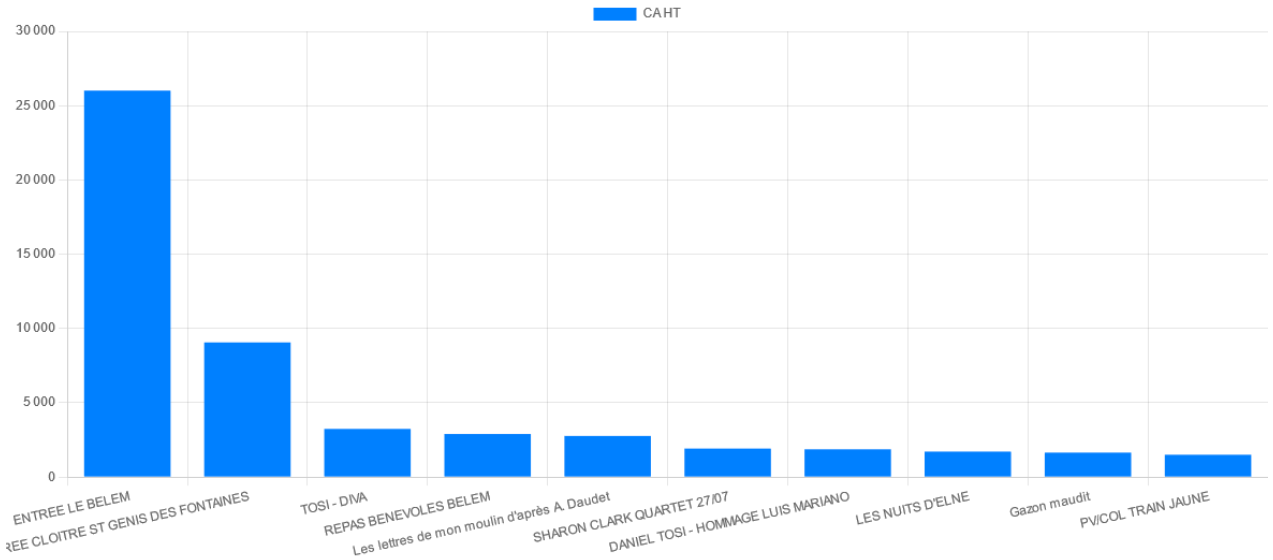
- Mise à jour des données dans le SIT (Tourinsoft 66)
- Envoi de newsletters dont les statistiques de fréquentation en temps réel (obs G2A), les infos du moment, etc
- Informations disponibles sur le site Pro à la référente Site Internet
- Envoi mensuel et par semaine en été de l'ensemble des animations
- Accompagnements porteurs de projet

A.7 Commercialisation

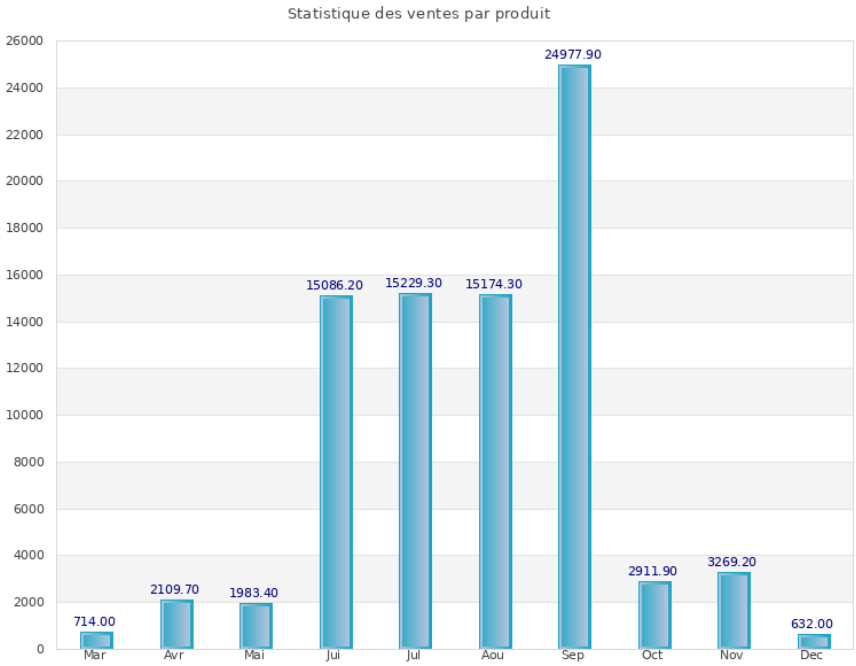
- Optimisation du process de commercialisation en EPIC selon les attentes des prestataires et du comptable public
- Intégration des produits dans la boutique
- Développement de l'argumentaire vente aux comptoirs et en ligne
- Développer des partenariats avec d'autres offices de tourisme
- Facturer les prestataires
- Actualisation des outils suite à la modification de la TVA (tickets de caisse/marge…)

ACTIONS pour nos partenaires « Comptoirs des loisirs »

- Réunion en hiver 2023 pour faire le point
- Convention avec les prestataires
- Mise en avant sur le site Internet, réseaux sociaux et actions de communication
- Mise en avant dans les 7 bureaux d'information avec un espace dédié spécifique
- Possibilités de transmettre des vidéos pour diffusion sur la chaine You Tube de l'OTI et sur les écrans SCREEN SOFT
- Eductours avant saison
- Création du guide du partenaire recensant les actions de l'OTI, les services apportés

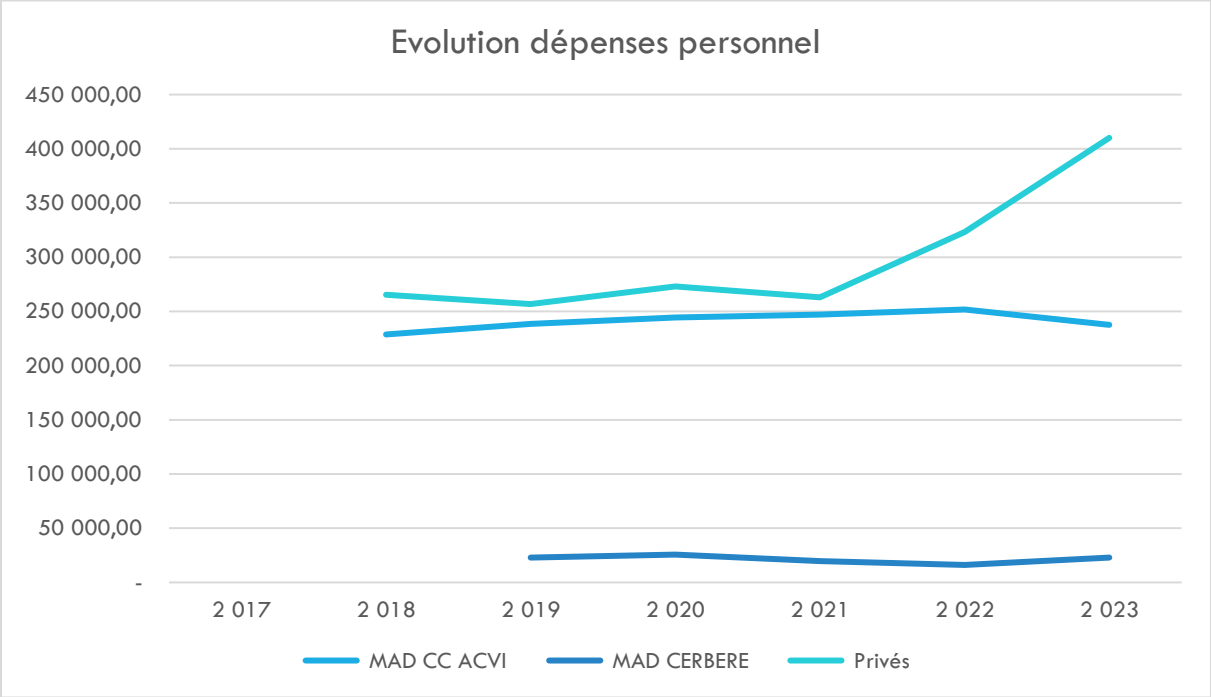


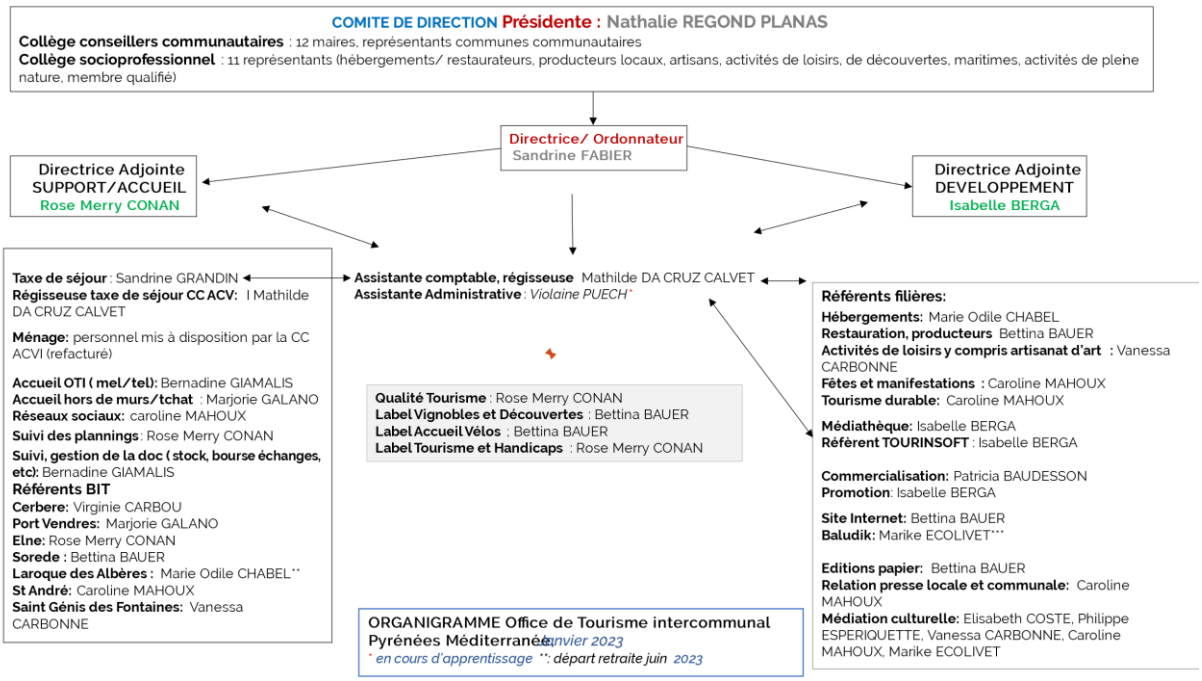
74 020 € de billetteries
7 767€ en boutique



B. EPIC

B.1 Ressources humaines





20,22 ETP en 2023

En 2023,

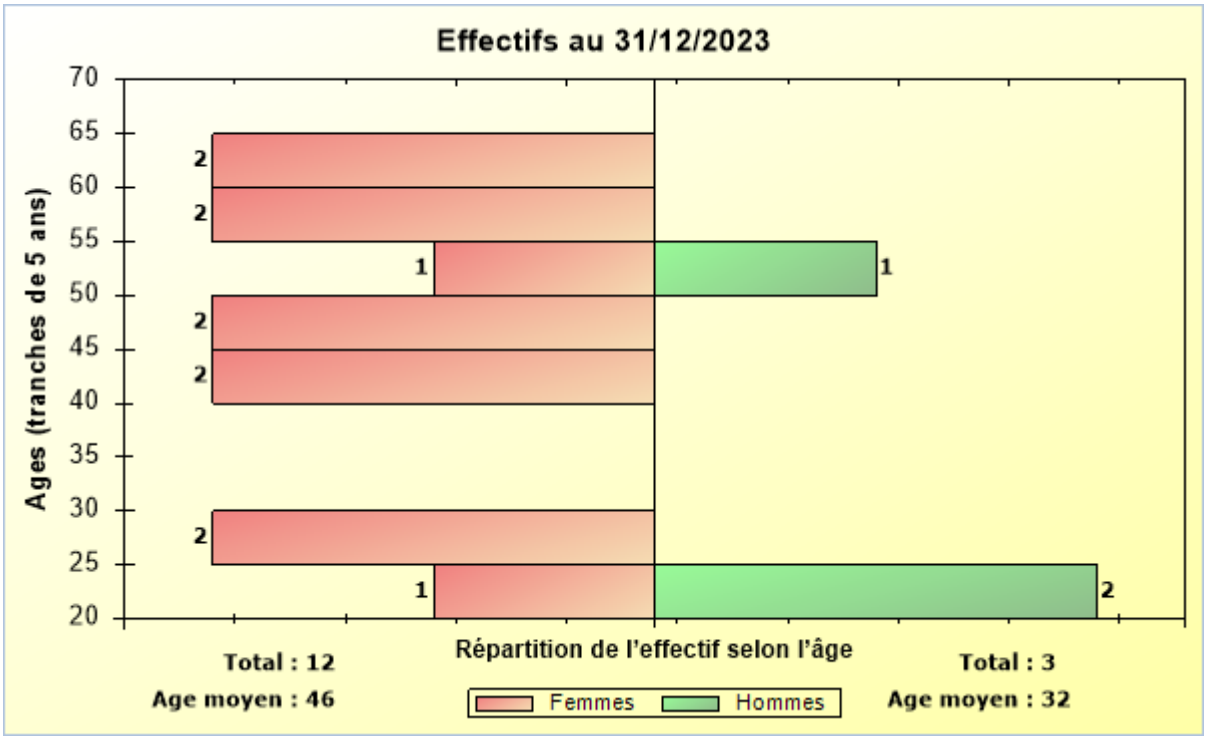
- Départ à la retraite d'une salariée publique remplacée par une salariée de droit privé soumis à la convention collective ;
- Arrêt maladie longue durée
- Création d'un poste DAF à compter de septembre

- DONNEES SUR LES AGENTS PRIVES !

Nombre de journées d'absences au 31/12/2023			
Catégorie	Jours travaillés théoriques	Jours d'absences	Taux d'absentéisme (%)
Total	3 440.00	248.00	7.21

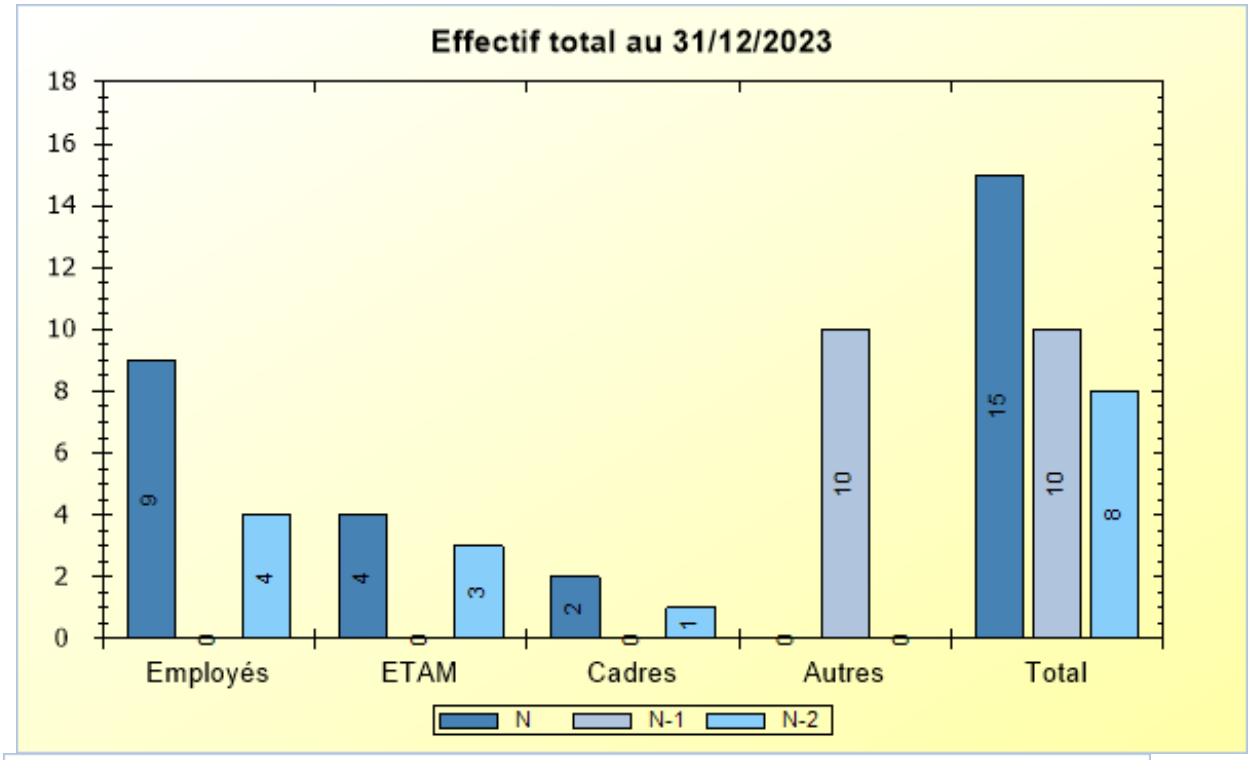
Nombre de journées d'absences pour MALADIE au 31/12/2023			
Catégorie	Jours travaillés théoriques	Jours d'absences	Taux d'absentéisme (%)
Total	3 440.00	244.00	7.09

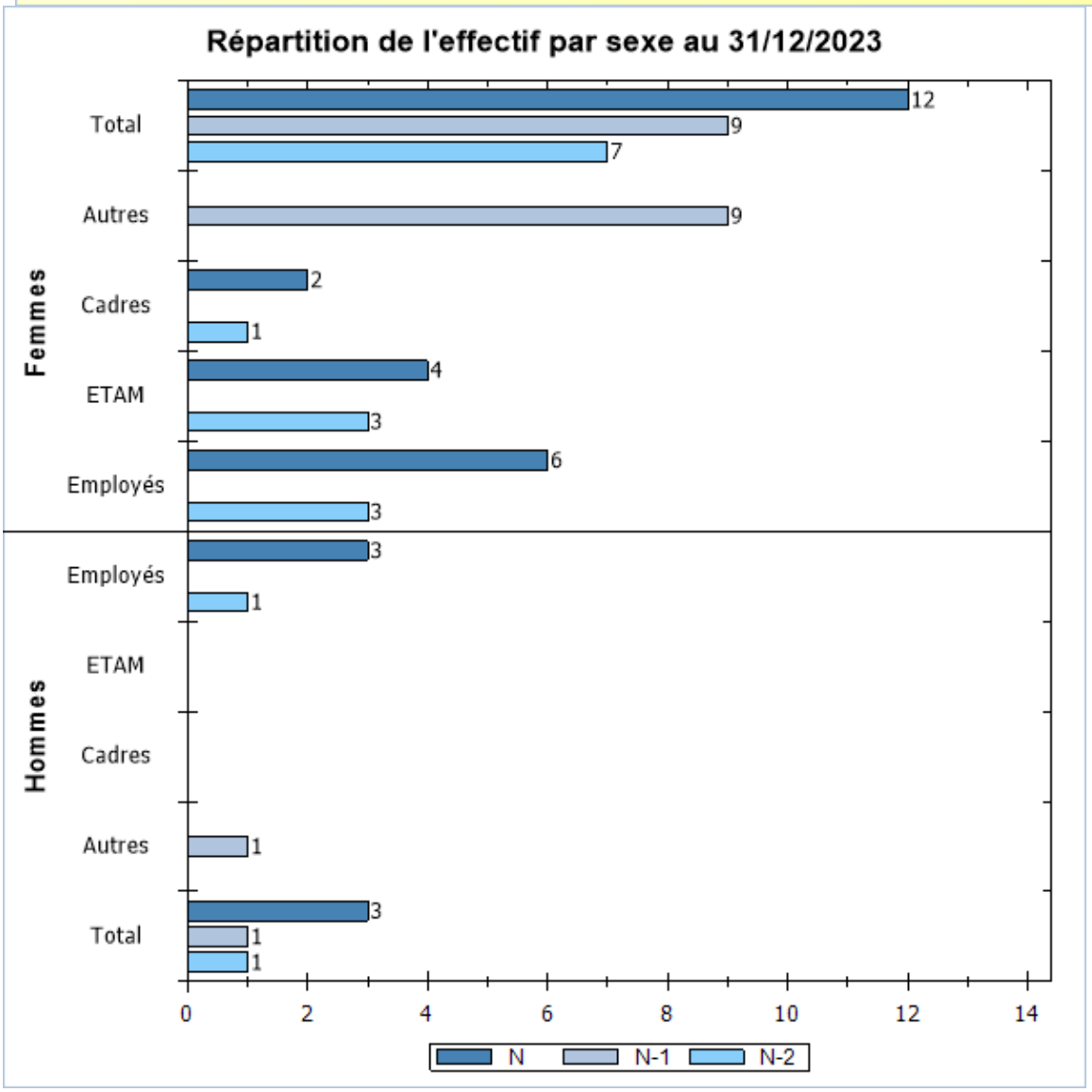
Répartition des absences pour MALADIE selon leur durée au 31/12/2023					
Catégorie	Moins de 3 jours	Entre 3 et 7 jours	Entre 8 et 30 jours	Entre 31 et 90 jours	Plus de 90 jours
Total	2	5	10	1	

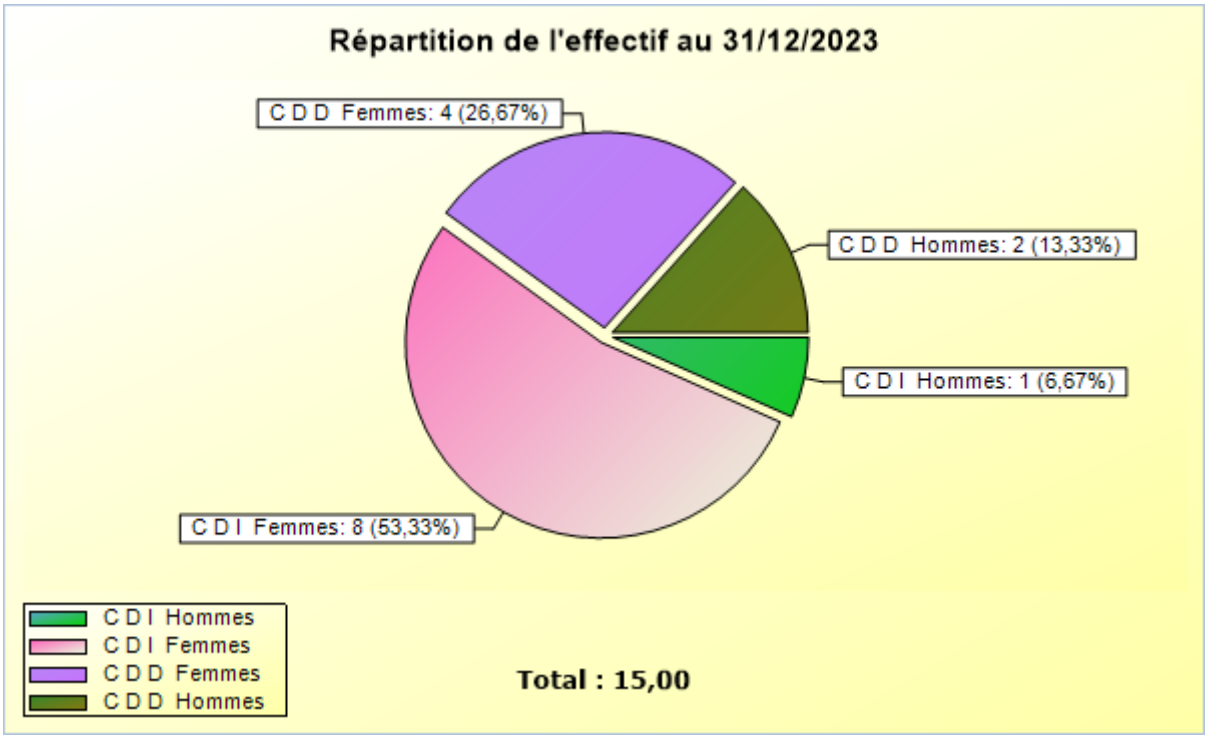


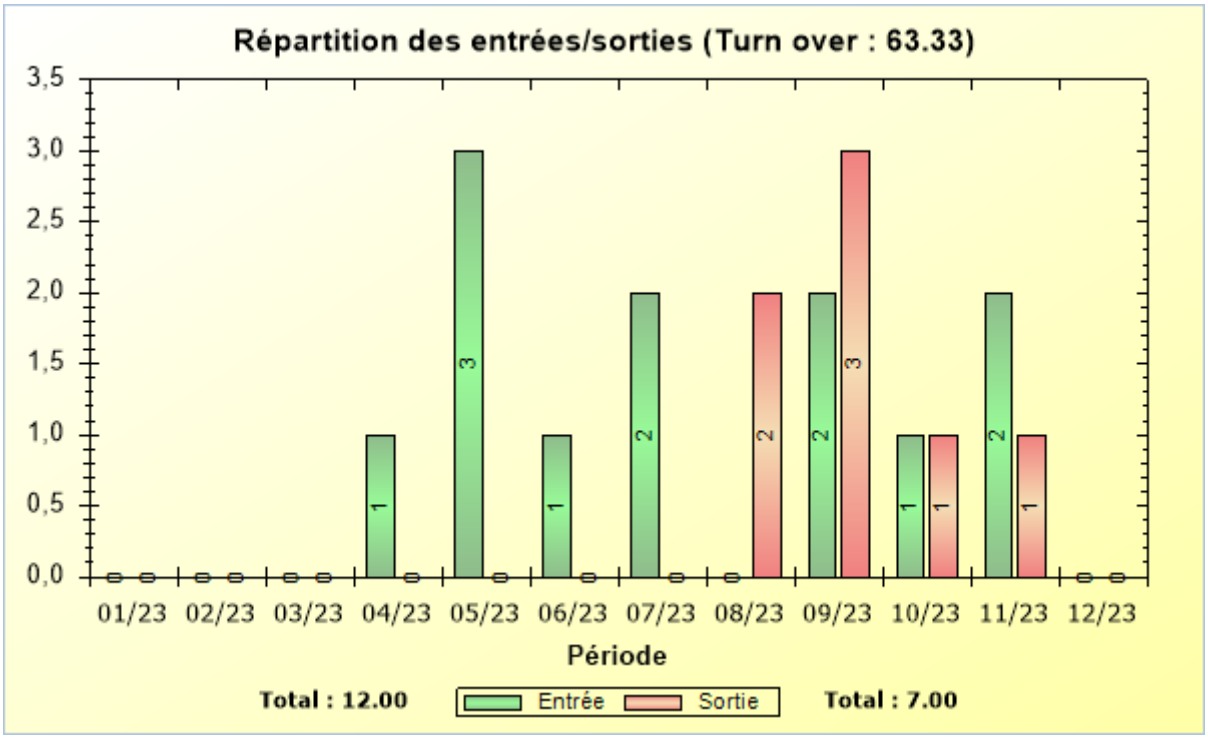
-

Répartition de l'effectif par sexe au 31/12/2023									
Catégorie	F	H	Total	CDI F	CDI H	Total	CDD F	CDD H	Total
Total	12	3	15	8	1	9	4	2	6

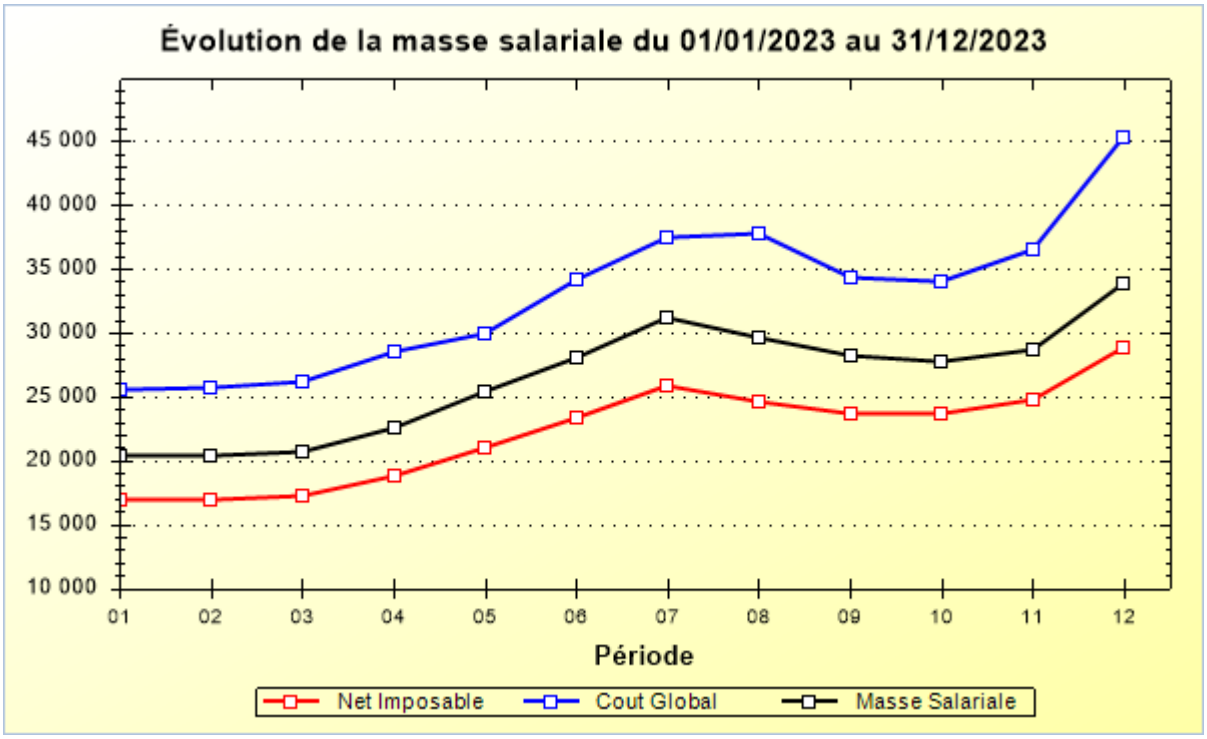

Effectif total au 31/12/2023
18
16
14
12
10
8
6
4
2
0
9
0
4
4
0
3
2
0
1
0
10
0
15
10
8
Employés
ETAM
Cadres
Autres
Total
N
N-1
N-2


Répartition de l'effectif par sexe au 31/12/2023
Femmes
Total
12
9
7
Autres
9
Cadres
2
1
ETAM
4
3
Employés
6
3
Hommes
Employés
3
1
ETAM
Cadres
Autres
1
Total
3
1
1
0
2
4
6
8
10
12
14
N
N-1
N-2


Répartition de l'effectif au 31/12/2023
C D D Femmes: 4 (26,67%)
C D D Hommes: 2 (13,33%)
C D I Hommes: 1 (6,67%)
C D I Femmes: 8 (53,33%)
C D I Hommes
C D I Femmes
C D D Femmes
C D D Hommes
Total : 15,00


Répartition des entrées/sorties (Turn over : 63.33)
3,5
3,0
2,5
2,0
1,5
1,0
0,5
0,0
01/23 02/23 03/23 04/23 05/23 06/23 07/23 08/23 09/23 10/23 11/23 12/23
Période
Total : 12.00
Entrée
Sortie
Total : 7.00

Répartition selon la classification des métiers du 01/01/2023 au 31/12/2023					
Classification des métiers	Effectif total moyen	Hommes	Femmes	Salaire moyen	Salaire moyen mensuel
N/A	1.90	0.33	1.57	13 190.23	1 099.19
Employé échelon 1.1	2.33	0.33	2.00	19 470.32	1 622.53
Employé échelon 1.2	4.67	1.00	3.67	20 473.42	1 706.12
Employé échelon 1.2	0.25		0.25	21 129.12	1 760.76
Employé échelon 1.3	0.34		0.34	24 290.33	2 024.19
TAM échelon 2.1	2.49		2.49	25 433.33	2 119.44
TAM échelon 2.2	0.67		0.67	23 584.63	1 965.39
Cadre échelon 3.1	0.17		0.17	35 637.00	2 969.75
Cadre échelon 3.3	1.00		1.00	52 167.77	4 347.31
Total général	13.82	1.66	12.16	21 992.90	1 832.74



B.2 - Budget

Actions récurrentes sur la comptabilité de l'EPIC en 2023

1) Paiement des titres et mandats via le logiciel mis à disposition par la CC ACVI NEMAUSIC
2) Suivi des dépenses, recettes sur Helios en relation avec la trésorerie publique et ACTIFS Conseil
3) Accompagnement du suivi comptable par ACTIFS CONSEILS
4) Remplacement du cabinet social ACTIFS CONSEILS
5) Suivi des factures commercialisation avec le logiciel WE LOGIN
6) Réalisation du budget, compte administratif et délibérations afférentes
7) Embauche d'une responsable des affaires administratives et financières

Bilan 2023

	COMPTE ADMINISTRATIF 2023	
	RESULTATS BRUTS 2023 :	
	EXPLOITATION	
	Total des mandats (dépenses)	965 604,86 €
	Total des titres (recettes)	1 086 169,82 €
A	**Différence**	**120 564,96 €**
	INVESTISSEMENT	
	Total des mandats (dépenses)	19 899,32 €
	Total des titres (recettes)	68 370,87 €
A'	**Différence**	**48 471,55 €**
	RESULTATS REPORTES 2022 (inscrits au budget 2023)	
	Fonctionnement	
B	002-Excédents	193 122,83 €
	Investissement	
B'	001-Solde d'exécution d'investissement (D)	- 44 084,50 €
	1068-Excédents de fonctionnement capitalisés (R)	44 084,50 €
	RESULTAT CUMULE	
	Fonctionnement **C = A + B**	**313 687,79 €**
D	Investissement **D = A' + B'**	**4 387,05 €**

A INSCRIRE AU BUDGET 2024			
002 - R	**Excédents de fonctionnement**		**313 687,79 €**
001 - R	**Excédent d'investissement**		**4 387,05 €**
1068 - R	**Excédents de fonctionnement capitalisés**		

La section de fonctionnement est exécutée pour un montant de :

- 965 604.86 € en dépen
- 1 086 169.82 € en rece

⇨ Excédent de fonctionnement de 120 564.96 € en 2023.

Le report en section de fonctionnement de l'exercice 2022 d'un montant cumulé de 193 122.83 € avec l'excédent de l'exercice 2023 génère un excédent de fonctionnement cumulé de 318 074 84 €.

La section d'investissement est exécutée pour un montant de :

- 19 899.32 € en dépe
- 68 370.87€ en recett

⇨ Excédent de fonctionnement de 48 471.55 €. en 2023.

Le report en section d'investissement de l'exercice 2022 d'un montant cumulé déficitaire de 44 084.50 € nous laisse un résultat cumulé positif pour l'exercice 2023 de 4 387.05 que nous retrouverons au Budget Primitif 2024 en recette d'investissement au 001

Analyse des dépenses sur l'exercice 2023

Chapitre 011 – fonctionnement/charges à caractère général – (28,04 % des dépenses réelles de fonctionnement).

Il comprend les charges afférentes à l'énergie, les frais de communication, les contrats de maintenance et prestations de services, les différents achats de petit matériel d'entretien courant, les fournitures administratives, les produits d'entretien, l'alimentation, l'assurance, les honoraires, les maintenances …

Ce chapitre s'élève à 270 783,88 € de dépenses (BP : 375 967.46€), avec une évolution de + 1,39 % par rapport à 2022.

Chapitre 012 – fonctionnement/Charges de personnel – (69.44 % des dépenses réelles de fonctionnement).

Il représente une charge de 670 529,68 € (BP : 671 300€), soit une hausse de +13.46 % par rapport à 2022.

Ce chapitre regroupe l'ensemble des dépenses du personnel.

L'augmentation des charges de personnel se justifie par le recours à du personnel extérieur pour remplacer un salarié en maladie, mais compensé par les remboursements de sécurité sociale, avec un excédent de versement de : 15 858 € de la taxe sur les salaires remboursés sur la nature 7588,

En réalité ce poste de dépense s'élève à 617 585.52 € soit une réelle augmentation de 4.5% justifié par un remplacement d'un contrat privé à la place d'un contrat public (plus de charges), de 2 apprentis supplémentaires et un poste de responsable des finances (2 mois).

Chapitre 21 –Investissement/ Immobilisations corporelles – (100% des dépenses réelles d'investissement)

Ce poste s'élève à 19 899.32 €.

2181– Installation générales- agencements pour 11 214.69 € :

- Climatisation du BIT de Laroque des Albères et Cerbère

- Store vénitien BIT de Port-Vendres

- Moteurs grilles Port-Vendres
- Ordinateurs portables (erreur d'imputation)

2183– Matériel de bureau et informatique pour 4 907.34 €
Notamment Renouvellement d'écrans pour les BIT, claviers, souris, ordinateurs

2184– Mobilier pour 3 777.29 €
(Chaises bureau ergonomique pour les services, Meubles de rangement, Réfrigérateur pour le BIT de Cerbère, Micro-onde pour le BIT de Cerbère)

Analyse des recettes sur l'exercice 2023

Les recettes de la section de fonctionnement s'élèvent à 1 086 169.82 € contre 907 315.19€ en 2022 soit une augmentation de 19.71%.

Le chapitre 013 – Atténuations de charges – (3.41% des recettes réelles de fonctionnement).
Ce poste s'élève à 37 086.16 €, contre 14 090.80 € en 2022.
Il s'agit des remboursements par la CPAM des indemnités journalières des salariés en arrêt maladie, des aides apprentis et du solde du fonds européen pour l'application Geotrek PyMed (subvention FEADER)

La section d'investissement s'élève à 68 370.87 € en recettes, à noter qu'il n'y a pas de restes à réaliser

Le chapitre 10– Dotations, fonds divers et réserves– (64.47% des recettes réelles d'investissement).
1068– Excédents de fonctionnement capitalisés pour 5 188.40 €

Le chapitre 040– Opérations d'ordre– (35.53% des recettes réelles d'investissement)
Ce poste s'élève à 24 286.37 €. Il s'agit des amortissements

Le chapitre 70 – Produits services, domaine et ventes – (4.02% des recettes réelles de fonctionnement).
Ce poste s'élève à 43 712.90€, contre 34 327.52€ en 2022 soit une augmentation de 27.34% s'expliquant par une augmentation des ventes dans les différents BIT.
C'est ici, que nous retrouvons tous les produits des services notamment : les visites guidées de Port Vendres, le mémorial Retirada ou encore d'Elne, et de tous les objets vendus dans nos BIT.
Nous retrouvons également la billetterie vendue pour compte de tiers.

- 706– Redevances à caractère culturel pour 951.00 € correspondant aux ventes de groupe de randonnées
- 707– Autres marchandises pour 42 761.90 €

Dans le cadre de la convention d'Objectifs et de moyens, l'Office de tourisme s'est vu confier la mise en place, le suivi de la taxe de séjour pour le compte de la CC ACVI.

ACTIONS réalisées pour l'optimisation de la taxe de séjour :

- Analyse et proposition d'une nouvelle délibération comprenant la TS régionale votée par le conseil de communauté à effet au 1er janvier 2024
- Accompagnement des hébergeurs dans la collecte de la taxe de séjour
- Mise en œuvre de la procédure rédigé par l'OTI pour le compte de la CC ACVI
- Accompagnement par Nouveaux Territoires pour la mise en place d'un process pour intégrer l'ensemble des hébergeurs du territoire
- Formation du personnel de l'OTI pour la prise en main et le suivi de la TS
- Collecte de l'ensemble des hébergeurs, relance et rapprochement des données des plateformes numériques dans l'outil de suivi
- Accompagnement dans le classement des hébergements

Bilan 2023 :

Objectif atteint vis-à-vis de la collectivité qui avait inscrit au budget 696 841.80€
Il s'agit notamment du reversement de la taxe de séjour pour 696 841.80€ contre 538 763,17e perçu en 2022 à noter cependant qu'en 2022 la Communauté de Communes n'a pu reverser la totalité de la taxe encaissée à l'OTI, c'est ainsi que 131 702 € ont été mandaté en décembre 2023 et sans rattachement donc non comptabilisé sur l'exercice 2022.
La taxe de séjour 2023 est donc en réalité de 565 139.80€.

Comme à la maison !

2023

Infos utiles !

BIENVENUE ! Nous sommes heureux de vous accueillir,
ici où les Pyrénées se baignent dans la Méditerranée !
Un territoire aux innombrables richesses à découvrir... et à protéger !

Pour vos déchets

La Communauté de Communes Albères Côte Vermeille Illibéris se charge de la collecte des déchets ménagers (bac marron) et des déchets recyclables (bac jaunes)

- Les Jours de collecte sont consultables sur le site www.ccacvi.com

Ensemble économisons l'eau

Pensez à ne pas perdre vos réflexes pendant vos vacances !

Je prends une douche courte plutôt qu'un bain : **- 115 L**

Je ne mets pas en route le lave vaisselle "pour 2 assiettes"

Je ne fais pas couler l'eau inutilement

Je lave ma voiture dans l'un des centres équipés du recyclage d'eau

L'Office de tourisme à votre écoute !

Balades, animations, loisirs, infos pratiques...

04 48 98 00 08

Pyrénées Méditerranée

ALBÈRES CÔTE VERMEILLE ILLIBÉRIS Communauté de Communes

RÉGIE DES EAUX Albères Côte Vermeille Illibéris