

AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE



VERS UN TOURISME À IMPACT POSITIF, AVEC UNE PARTITION PARTICULIÈRE À JOUER AU SEIN DE L'OCCITANIE!

Didier ALDEBERT, Président délégué de l'ADT 11

Engagée en 2022, la définition de la nouvelle stratégie touristique départementale sera finalisée au premier semestre 2023.

Une forte mobilisation s'est opérée avec une démarche de co-construction articulée autour de :

- 2 enquêtes
- 6 focus groups
- 2 séminaires stratégiques en format COPIL/ COTECH
- 1 World Café
- 25 entretiens qualitatifs

Soit plus de 3 300 contributeurs actifs au projet!

Le premier temps fort de ce travail s'est traduit par la réalisation d'un portrait sensible de l'Aude.

Présenté en juin, ce portrait sensible de l'Aude a révélé avec beaucoup de justesse la diversité des atouts de notre département, mettant en avant la beauté de nos paysages naturels et l'art de vivre audois.

De cette large concertation sont ressortis 4 enjeux prioritaires à prendre en compte :

- Renouveler l'image de l'Aude par un récit sensible
- S'affirmer en jouant collectif
- Proposer une offre reliée à l'identité et l'excellence audoises
- Agir pour un tourisme où les audois ont une place centrale : Un tourisme par et pour les Audois.

Le tourisme est historiquement une filière clé du développement de l'Aude.

En tant que filière structurante, elle donne ton de ce qui se passe en termes de dynamiques, d'innovation et d'image. Elle irrigue et entraine avec elle d'autres secteurs d'activité.

C'est une filière qui a donc un fort impact économique et un rôle de locomotive pour le département. Elle contribue à orienter la nature même du développement du territoire et, à ce titre, a une responsabilité forte au regard des enjeux économiques, sociaux et environnementaux.

Il s'agit d'affronter avec engagement les transitions à l'œuvre pour rester maître de notre développement.

C'est pourquoi le Département de l'Aude acte la nécessité de s'engager pour un tourisme qui régénère le territoire et qui cherche à apporter des contributions positives aux résidents, aux visiteurs et au territoire.

Notre plan d'actions 2023 prend d'ores et déjà en compte les enjeux et le nouveau positionnement stratégique du département, afin de nous engager dès maintenant, sur un nouveau chemin et de poser des bases solides pour l'avenir du tourisme audois!

SOMMAIRE

CHIFFRES CLÉS	5
CHIFFRES CLÉS PILOTER LA STRATÉGIE	9
Déployer les chantiers stratégiques prioritaires	
• Inscrire notre action en accord avec les dynamiques territoriales	11
Observer les flux et comportements de clientèle	12
ASSURER LA QUALITÉ DE L'INFO	13
• Piloter le projet départemental de collecte et de diffusion de données	14
STRUCTURER L'OFFRE ET ANIMER LES FILIÈRES	15
Améliorer l'offre de la destination via les démarches de qualification	
Animer le réseau des Offices de Tourisme	
• Informer et mettre en réseau les acteurs	
• Animer les filières : patrimoines, agri et œnotourisme, nature et outdoor	19
PROMOUVOIR LA DESTINATION	21
Sur les marchés étrangers	
Sur le marché français	
Accompagner nos actions marketing par la création de contenus	24
ASSURER LE BON FONCTIONNEMENT DE L'AGENCE	26
Ressources humaines, financières et gestion documentaire	26



CHIFFRES CLÉS

SUR LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE DANS L'AUDE

Nuitées touristiques - Année 2022 (Source : Flux Vision Tourisme)

21 012 981 de nuitées touristiques dont :

- √ 13 269 809 nuitées françaises
- ✓ 7 743 172 nuitées étrangères.

Nuitées françaises - Année 2022 (Source : Flux Vision Tourisme)

✓ 13,2 millions de nuitées françaises.

TOP 5	Nuitées 2022 (janvier à décembre)
Haute-Garonne	1 602 926
Hérault	677 810
Bouches-du-Rhône	455 241
Rhône	422 957
Nord	367 307

Nuitées étrangères - Année 2022 (Source : Flux Vision Tourisme)

✓ 7,7 millions de nuitées étrangères.

TOP 5	Nuitées étrangères 2022 (janvier à décembre)
Allemagne	1 378 105
Espagne	1 000 306
Belgique	692 104
Pays-Bas	551 421
Royaume-Uni	1 010 824

Nuitées touristiques - Années 2019 / 2022 (Source : Flux Vision Tourisme)

Évolution Nuitées Touristiques					
	2019	2021	2022	Évolution 2019-2022	Évolution 2021-2022
Français	12 873 841	12 663 945	13 269 809	3%	5%
Étrangers	7 734 548	4 572 111	7 743 172	0%	69%
TOTAL	20 608 389	17 236 056	21 012 981	2%	22%

Sites majeurs (Source : CRP Consulting)

- ✓ Cité Médiévale de Carcassonne 2022 : 1 772 170 touristes et excursionnistes
- ✓ Narbonne 2022 : 1 309 585 touristes et excursionnistes.

Sites du Pays Cathare (Source : ADT Aude)

✓ Fréquentation globale des sites du Pays Cathare sur l'année 2022 : 988 865 visiteurs.

Tourisme Fluvial dans l'Aude (Source : Voies navigables de France , 2022)

✓ Fréquentation totale : 29 168 visiteurs sur les 6 écluses.

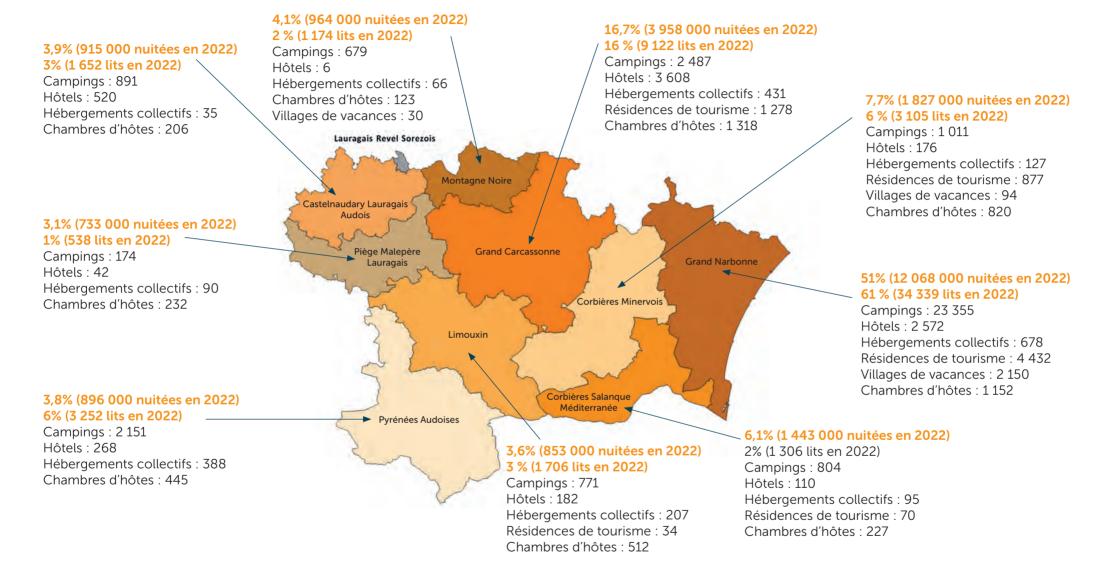
Top 10 des sites de visite et de loisirs (Source : ADT Aude)

	Visiteurs 2019	Visiteurs 2021	Visiteurs 2022	Evol 2021-2022
Château de la cité de Carcassonne	627 351	316 404	537 090	+ 69,1%
Réserve africaine de Sigean	338 050	249 404	373 698	+ 49,8%
Espace de liberté du Grand Narbonne	420 000	173 181	279 469	+ 61,9%
Abbaye de Fontfroide	126 266	93 062	114 742	+ 23,3%
Narbo Via + Horreum + Amphoralis	-	103 585	121 203	+ 17,1%
Espace balnéoludique Gruissan	117 795	63 863	123 679	+ 93,7%
Château de Peyrepertuse	97 596	59 103	60 105	+ 1,7%
Gouffre géant de Cabrespine	71 733	56 517	80 777	+ 42,9%
Château de Quéribus	59 505	53 043	55 510	+ 4,6%
Palais-Musée de Narbonne	54 881	41 553	54 741	+ 31,7%





Hébergements: nuitées et capacité d'accueil en lits marchands (hors meublés) (Source: ADT Aude /SIT)





PILOTER LA STRATÉGIE

- Renouveler l'image de l'Aude par un récit sensible
- S'affirmer en jouant collectif : l'unité plurielle
- Proposer une offre reliée à l'identité et l'excellence audoises
- Agir pour un tourisme où les audois ont une place centrale : Un tourisme par et pour les Audois

DÉPLOYER LES CHANTIERS STRATÉGIQUES PRIORITAIRES

La nouvelle stratégie touristique conforte notre positionnement vers un tourisme à impact positif.

Ce positionnement ambitieux nous engage:

- À miser sur le jeu collectif, ce qui implique d'innover dans les façons de travailler,
- À mettre l'humain et en particulier les audois au centre de la démarche, ce qui implique de nouvelles façons d'aborder le tourisme,
- Chercher l'équilibre plutôt que le volume, ce qui implique la recherche de nouveaux critères de performance,
- D'aligner à la fois notre communication et notre offre sur ce positionnement.

Objectifs

- ✓ Prendre le virage du tourisme à impact positif en envoyant un message fort dès la fin de l'année
- ✓ Amorcer les chantiers structurant pour poser les bases solides de la transition touristique
- ✓ Prendre en compte les 4 enjeux majeurs attendus par les acteurs du tourisme pour chaque action du plan d'actions 2023.



Actions 2023

Il s'agit de déployer nos actions régaliennes d'observation, de gestion de l'information, de promotion, de structuration et de qualification de l'offre, d'animation et de fédération des acteurs en infusant ce programme des chantiers stratégiques prioritaires.

Concrètement, notre plan d'actions devra permettre de :

- Créer la nouvelle marque de destination AUDE
- Déployer cette marque avec l'implication d'ambassadeurs
- Diagnostiquer et faire évoluer notre système d'observation de la filière
- Adapter notre mode de gouvernance pour une mise en œuvre collective des chantiers à mener
- Faire évoluer l'organisation interne de l'ADT pour déployer au mieux la stratégie
- Acculturer l'équipe aux défis à venir pour un tourisme soutenable.



Vers un système d'observation intégrant de nouveaux critères de performance

En s'engageant vers un modèle de tourisme à impact positif, il est essentiel d'élargir le spectre des indicateurs permettant de mesurer la performance du territoire. Ainsi, au-delà des données sur les flux de visiteurs et sur l'évolution de l'offre touristique, le suivi des impacts sur différents enjeux clés, en matière sociale, environnementale, économique devra être défini. Il s'agira également de prendre en compte les habitants dans les publics observés. Ce travail passera par une co-construction de cet observatoire, en s'appuyant sur les nombreuses données déjà collectées par différents acteurs et sur l'ingénierie apportée par le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie.

PILOTER LA STRATÉGIE

- Renouveler l'image de l'Aude par un récit sensible
- X S'affirmer en jouant collectif : l'unité plurielle
- Proposer une offre reliée à l'identité et l'excellence audoises
- Agir pour un tourisme où les audois ont une place centrale : Un tourisme par et pour les Audois

INSCRIRE NOTRE ACTION EN ACCORD AVEC LES DYNAMIQUES TERRITORIALES

Le tourisme est une compétence partagée, qui mobilise les différents échelons territoriaux. L'ADT collabore étroitement avec les Offices de Tourisme du territoire, les deux Parcs Naturels Régionaux. Le Conseil Départemental intervient également fortement pour le développement touristique de l'Aude, que ce soit à travers sa politique patrimoniale (chantiers Acte 2), les travaux d'aménagement et d'entretien des grands itinéraires, le schéma départemental de mobilité, le PDESI, la valorisation des Espaces Naturels Sensibles, la candidature au patrimoine mondial de l'UNESCO "La Cité de Carcassonne et ses châteaux sentinelles de Montagne", sa communication auprès des audois.

Plusieurs plans "Avenir Ingénierie Montagne" sont engagés dans l'Aude, qui viendront accélérer le développement des territoires concernés. Nos grands itinéraires nous engagent à participer activement aux instances de coordination des itinéraires (V80, EV8, GR78, V81, V84...) mais aussi avec des acteurs comme VNF ou l'Agence des Pyrénées.

Enfin, l'Aude, de par sa richesse touristique est fortement concernée par la politique touristique déployée par le CRTLO et la Région. Il s'agira ainsi d'optimiser nos trois contrats de destination (canal du Midi, Pyrénées et littoral) ainsi que le second volet de la politique des Grands Sites Occitanie dont le renouvellement est prévu au premier semestre.

@ Objectifs

- √ Veiller à la cohérence et à la pertinence des actions au sein des dynamiques partenariales
- ✓ Veiller à la visibilité de l'Aude au sein des actions partenariales régionales ou interdépartementales (itinérance)
- ✓ Prendre en compte les attendus du plan d'actions de l'Association Mission Patrimoine Mondial pour lesquels l'ADT est partie prenante
- √ Favoriser la transversalité avec les services du Département.

- Participer activement au déploiement des contrats de destination, sur les volets marketing et observation
- Optimiser la mise en œuvre du second volet de la politique régionale des GSO
- Animer le club des Directeurs d'Office de Tourisme, pour un meilleur partage de bonnes pratiques et une action coordonnée et solidaire à l'échelle départementale, en lien avec les acteurs privés
- Développer nos partenariats avec les PNR.

PILOTER LA STRATÉGIE

Renouveler l'image de l'Aude par un récit sensible

X S'affirmer en jouant collectif : l'unité plurielle

Proposer une offre reliée à l'identité et l'excellence audoises Agir pour un tourisme où les audois ont une place centrale : Un tourisme par et pour les Audois

OBSERVER LES FLUX ET COMPORTEMENTS DES CLIENTÈLES

L'observatoire est un outil d'aide à la décision pour la destination. Il permet d'accompagner l'ADT et les territoires dans l'élaboration de leur stratégie, éclairer les choix et évaluer les actions. Tout au long de l'année, via ses collaborations avec ADN, le CRTLO et les OT, mais aussi les prestataires touristiques, il suit les flux et comportements de clientèles, il veille sur l'évolution de l'offre et la demande. Il amène également des orientations aux porteurs de projets publics et privés.

Objectifs

- ✓ Collecter, observer et analyser les données de fréquentation
- ✓ Accompagner et former le réseau des partenaires
- ✓ S'inscrire dans la dynamique régionale d'observation avec le CRTLO.

D Zoom

Faire évoluer le système d'information en lien avec la nouvelle stratégie Il s'agit de :

- ✓ Réaliser un diagnostic de l'ensemble des outils d'observation disponibles, ainsi que les méthodologies au niveau départemental pour développer un nouveau dispositif avec de nouveaux indicateurs de performance, notamment sur le développement durable et les nouveaux comportements
- ✓ Prendre en compte les attentes de la candidature UNESCO dans ce domaine
- ✓ Renforcer la collaboration avec les groupes de travail du CRTLO pour la mise en place d'indicateurs communs
- ✓ Organiser des groupes de travail avec les parties concernées pour mettre en place les indicateurs clés de la stratégie et organiser les systèmes de collecte et de fiabilisation
- ✓ Constituer un point 0 de la connaissance à travers la conduite d'études pour les indicateurs non disponibles actuellement.

- Qualifier / analyser l'offre touristique
 - ✓ Finaliser l'Atlas du Tourisme
 - ✓ Orienter les Porteurs de Projet lors du premier contact, les orienter, leur fournir les données économiques essentielles.
- Quantifier les flux
 - ✓ Observer la fréquentation touristique et les mobilités infra territoriales, via le dispositif FLUX VISION TOURISME
 - ✓ Collecter, traiter et analyser les données de fréquentation des sites de visites, des sites majeurs, des hébergeurs et des Sites du Pays Cathare.
- Analyser la perception de la clientèle
 - ✓ Animer et déployer le dispositif FairGuest.
- Jouer collectif avec le réseau des partenaires
 - ✓ Participer aux travaux du Club Observatoire du CRTLO, avec les 12 autres ADT sur la conjoncture, dispositif Airdna, Enquête Insee, Enquête conso
 - ✓ Accompagner et former les utilisateurs OT aux déploiements des outils d'observation : FVT, Airdna...
 - ✓ Mettre à disposition les données récoltées et établir les différents bilans.



ASSURER LA QUALITÉ DE L'INFO

Renouveler l'image de l'Aude par un récit sensible

- S'affirmer en jouant collectif : l'unité plurielle
- Proposer une offre reliée à l'identité et l'excellence audoises

Agir pour un tourisme où les audois ont une place centrale : Un tourisme par et pour les Audois

PILOTER LE PROJET DÉPARTEMENTAL DE COLLECTE ET DE DIFFUSION DE DONNÉES

Déployé gratuitement par l'ADT de l'Aude, dès 2008, le Système d'Information Tourinsoft fédère les Offices de Tourisme audois ainsi que d'autres organismes associatifs ou institutionnels autour d'une base de données unique et partagée d'informations touristiques. Associé à une boite à outils logiciels, le SIT permet de proposer des diffusions de données personnalisées aux partenaires de l'Agence ainsi que des outils de gestion de la relation B2B ou B2C

6 Objectifs

- ✓ Animer et consolider le réseau SIT Aude.
- ✓ Optimiser la gestion des relations B2C et B2B,
- ✓ Performer les diffusions de données

Zoom

Le pilotage et l'accompagnement au quotidien :

- ✓ Administrer le Système d'Information Touristique,
- ✓ Suivre et optimiser la qualité des données coproduites par le réseau,
- ✓ Déployer et paramétrer les outils personnalisés auprès des structures participantes,
- ✓ Créer et maintenir les diffusions numériques de données pour l'ADT et ses partenaires (sites web, applis...),
- ✓ Assister, accompagner et former les utilisateurs.



- Affirmer le partenariat territorial : Refonte des conventions de production et diffusion des données en vue d'asseoir la collaboration et d'affirmer les rôles
- Mettre en place un Club Utilisateur : 3 à 4 rendez-vous annuels et techniques des référents SIT du réseau départemental pour partager les pratiques et projets d'évolution
- Améliorer la gestion des prospects : Déploiement du nouveau "Module Accueil" pour une meilleure gestion de la qualification et de la relation client
- Optimiser la gestion des partenaires et/ou des pros : Mise en place de l'outil "Contacts Pros" pour la gestion des contacts et listes de diffusion pros
- Repenser la diffusion de données : Révision de la diffusion vers le site web de promotion de la destination (audetourisme.com) en fonction des nouveaux axes stratégiques
- Participer de la valorisation de l'itinérance en partenariat avec le Conseil Départemental : Interconnecter le SIT avec des outils connexes de gestion et valorisation des itinéraires afin d'améliorer la qualification des itinéraires randos (pédestre, vélo, cheval...).



Renouveler l'image de l'Aude par un récit sensible

- X S'affirmer en jouant collectif : l'unité plurielle
- Proposer une offre reliée à l'identité et l'excellence audoises

Agir pour un tourisme où les audois ont une place centrale : Un tourisme par et pour les Audois

AMÉLIORER L'OFFRE DE LA DESTINATION VIA LES DÉMARCHES DE QUALIFICATION

L'amélioration qualitative de l'offre, passant par une politique de classement et de labellisation active, la mise en réseau ADT/OT et le développement des coopérations en matière de politique qualité est une priorité.

Dans le même temps, la coordination des démarches qualité (territoriales et nationales), la professionnalisation des acteurs, au travers de l'implication sur le territoire des Offices de Tourisme sont au cœur des missions de l'ADT. En 2023, il s'agira de poursuivre les démarches de qualification de l'offre en accompagnant les transitions vers un Tourisme à impact positif.

Objectifs

- ✓ Coordonner les démarches qualité avec la structuration du Territoire, renforçant son attractivité et renouvelant son image
- ✓ Accompagner les professionnels et les Offices de Tourisme sur des démarches qualité coordonnées
- ✓ Accentuer via la qualification, l'animation de réseaux et la thématisation de l'offre
- √ Favoriser les temps de rencontre, d'échange entre acteurs.



Marque Pays Cathare et la démarche Qualité Tourisme sur la filière Tourisme

- Accompagner le déploiement du Label Qualité Tourisme Occitanie à travers le réseau des Marqués Pays Cathare
- Démarrer une nouvelle approche de la Filière Tourisme vers une démarche Ambassadeur.

Label Accueil Vélo

- Coordonner le déploiement de la marque sur les Itinéraires cyclo en lien avec le Schéma Départemental Vélo sur les itinéraires Le Canal des 2 Mers à Vélo et La Méditerranée à Vélo
- Animer le réseau des référents en Office de Tourisme en s'assurant de la construction d'une offre territoriale homogène
- Déployer la marque sur la nouvelle Voie Verte Canal du Midi Montségur.

Charte Nationale Accueil Chemins de Compostelle en France

• Organiser le déploiement de la démarche sur les hébergements, situés sur la Voie Piémont Pyrénéen vers Saint Jacques de Compostelle.



Marque Tourisme & Handicap

- Assurer le déploiement et l'animation de la marque d'Etat
- Animer le réseau des référents en Office de Tourisme en s'assurant de la construction d'une offre territoriale homogène.
- Organiser la Commission Interdépartementale Tourisme & Handicap Ouest Occitanie (Coprésidence : Aude / Pyrénées-Orientales).

Dispositif Chambre d'Hôtes Référence

- Coordonner la démarche de qualification sur la destination en collaboration avec les Offices de Tourisme, en adéquation avec le dispositif national.
- Déployer la qualification Chambre d'Hôte Référence pour assurer le déploiement d'Accueil Vélo et de Vignobles & Découvertes
- En assurer la promotion.

Dispositif Aude fleurie

- Assurer, animer et organiser le concours Aude Fleurie
- Assurer l'interface avec le CRTLO dans le cadre des contrôles règlementaires et des propositions à la 1^{ère} fleur.

Marque Valeur Parc

 Participer au déploiement de la Marque Valeur Parc Naturel Régional pour les deux PNR de l'Aude

Classement des Meublés de Tourisme

- Assurer le classement des meublés de tourisme
- Suivre l'évolution des référentiels et de la procédure
- Mettre à jour le répertoire départemental des meublés de tourisme.

Renouveler l'image de l'Aude par un récit sensible

- S'affirmer en jouant collectif : l'unité plurielle
- Proposer une offre reliée à l'identité et l'excellence audoises

Agir pour un tourisme où les audois ont une place centrale : Un tourisme par et pour les Audois



Renouveler l'image de l'Aude par un récit sensible

S'affirmer en jouant collectif : l'unité plurielle

Proposer une offre reliée à l'identité et l'excellence audoises Agir pour un tourisme où les audois ont une place centrale : Un tourisme par et pour les Audois

ANIMER LE RÉSEAU DES OFFICES DE TOURISME

L'ADT assure son rôle de Relais Territorial départemental des Offices de Tourisme. A ce titre, des réunions dîtes commissions catégorielles OT sont organisées afin d'animer le réseau, coordonner des dispositifs collaboratifs, échanger sur les stratégies et les bonnes pratiques. L'ADT représente ce réseau au niveau régional. Fort de cette position, il assure également l'accompagnement des OT dans leur démarche de qualification et la formation de ses personnels à travers un programme co-construit.

Objectifs

- ✓ Animer le réseau et la collaboration entre OT et ADT
- ✓ Accompagner les OT dans leur processus de classement, de démarche qualité.
- ✓ Fédérer leurs besoins de formation, les soutenir dans leur professionnalisation (PUFD, Ingénierie Qualité)
- ✓ Représenter le réseau des OT auprès du CRTL Occitanie.



Actions 2023

- Animer des rencontres régulières soit en commission catégorielle, soit en réunions thématiques
- Accompagner les OT sur leur démarche de classement et Qualité Tourisme soit directement, soit en proposant la prestation d'un opérateur spécialisé en accompagnement d'ingénierie qualité
- Proposer et coordonner le Plan Unifié de Formation Départemental (PUFD)
- Participer aux réunions et projets à l'échelle régionale
- Assurer l'interface entre l'échelon régional et les territoires infra.

INFORMER ET METTRE EN RÉSEAU LES ACTEURS

Le jeu collectif figure parmi les 4 enjeux prioritaires, issus du diagnostic pour élaborer la stratégie touristique.

La dimension départementale est attendue sur ce point, avec pour objectifs :

- ✓ Favoriser les échanges,
- ✓ Renforcer la connaissance des acteurs et ainsi augmenter la prescription,
- √ Améliorer par conséquent l'offre globale, grâce aux partages d'expériences.



- Mettre en ligne un centre de ressources à disposition des acteurs, via le nouveau site pro
- Diffuser régulièrement la newsletter pro
- Organiser la bourse d'échange de documentation touristique
- Organiser les assises du tourisme audois, en collaboration avec la CCI Aude.

- Renouveler l'image de l'Aude par un récit sensible
- X S'affirmer en jouant collectif : l'unité plurielle
- Proposer une offre reliée à l'identité et l'excellence audoises

Agir pour un tourisme où les audois ont une place centrale : Un tourisme par et pour les Audois

ANIMER LES FILIÈRES

Sources d'attractivité touristique et très identitaires, les filières PATRIMOINES, ITINÉRANCE et AGRI/ŒNOTOURISME participent fortement au développement des territoires et plus globalement à l'économie audoise.

Elles s'inscrivent pleinement dans le tourisme à impact positif.

L'itinérance favorise une diffusion des flux sur l'ensemble du territoire à la découverte des patrimoines dans des conditions respectueuses de l'environnement, la rencontre, la découverte des savoir-faire et des produits locaux, la consommation locale.

FILIÈRE PATRIMOINES ET SAVOIR-FAIRE

© Objectifs

- ✓ Augmenter la notoriété du réseau et la fréquentation des sites
- √ Favoriser/inciter la circulation de site en site
- ✓ Accompagner les sites en matière d'ingénierie commerciale pour leur offre boutique
- ✓ Améliorer la qualité de l'offre/l'accueil dans les sites culturels
- ✓ Accentuer la dynamique de réseau
- ✓ S'inscrire dans une démarche de tourisme positif
- ✓ Améliorer la visibilité des offres de découverte du savoir-faire.

Actions 2023

- Animation du réseau des Sites du Pays Cathare dans le cadre de l'équipe projet Acte II
- Promouvoir le réseau des Sites via les outils du web (payscathare.org), des réseaux sociaux et du print
- Finaliser l'accompagnement boutique des sites
- Amener une expertise aux communes propriétaires de Sites dans l'élaboration de leur stratégie touristique patrimoniale
- Développer des actions de communication événementielles partagées
- Renforcer notre apport en matière d'outils de promotion numérique de l'offre
- S'impliquer dans les dispositifs GSO, OGS, UNESCO
- Accompagner et développer une offre des Patrimoines, élargie aux savoir-faire
- Proposer une offre de produits locaux à diffuser en boutique (aux sites et aux OT).

FILIÈRE AGRITOURISME ET ŒNOTOURISME

© Objectifs

- ✓ Renforcer les interactions de la filière agritourisme avec les autres filières
- ✓ Renforcer le collectif audois pour valoriser cette offre.

- Poursuivre l'accompagnement à la structuration de la filière œnotourisme
- Accompagner la réflexion sur la notion de Marque partagée, associée à l'évolution de la Marque Pays Cathare
- Promouvoir les offres œnotourisme via Vignobles & Découvertes
- Participer aux groupes de travail du CRTLO sur les filières œnotourisme et agritourisme.

FILIÈRE NATURE OUTDOOR

© Objectifs

- ✓ S'impliquer au sein des comités d'itinéraires et groupes de travail
- ✓ Valoriser les grands itinéraires (V80, EV8, V81, GR 36, GR 78 ...) via le storytelling expérientiel et promouvoir le "Développement Durable" des territoires par l'itinérance pédestre, cycliste ou équestre
- ✓ Encourager la mobilité douce, l'intermodalité
- ✓ Accompagner les projets territoriaux structurants (réflexion sur les aménagements, mobilier urbain, services aux usager-touristes, cyclotouristes...).

D Zoom

Développement durable - Tourisme à impact positif

Poursuivre la réflexion pour la mise en œuvre du projet Développement Durable en co-construction avec le CD Aude, les EPCI et partenaires institutionnels.

- ✓ Valider les engagements de l'ADT Aude en matière de Tourisme Durable et Responsable pour inciter aux déplacements doux par l'itinérance pédestre, équestre, ferroviaire ou cyclo (sans voiture), faciliter l'accès à l'information des intermodalités.
- ✓ Valoriser les acteurs du tourisme inscrits dans une démarche ou certification de développement durable.
- ✓ Proposer des expériences nouvelles plus vertueuses en s'appuyant sur les démarches existantes : Promotion des Pôles Natures, de la biodiversité et des paysages remarquables de l'Aude, des 220 sites d'intérêt naturalistes et du programme de découverte de visite éducative ENSemble.

Actions 2023

Itinérance Cyclo

- V80 Canal des 2 Mers à vélo/EV8 La Méditerranée à vélo
 - ✓ Animer et structurer l'offre infra de destination dans le cadre de la coopération des Comités d'Itinéraires le Canal des 2 Mers V80 à Vélo et la Méditerranée à Vélo EV08
 - ✓ Assurer la promotion de l'offre qualifiée sur l'ensemble des supports de communication.

- V81 Véloroute du Piémont Pyrénéen/V84 Passa Païs La Véloccitanie/"Escapade Nature sans voiture", grande boucle Grands Sites de France
 - ✓ Participer aux études et à la construction des itinéraires cyclo en création : véloroute du Piémont Pyrénéen (V81), Passa Païs (V84) et Projet "Escapade Nature sans voiture"
 - ✓ Développer la phase de communication du projet "Escapade Nature sans Voiture".
- Voie Verte Bram-Montségur
 - ✓ Coanimer et structurer l'offre destination dans le cadre de la coopération du Comité d'itinéraire.

Itinérance pédestre

- Sentier de Grande Randonnée Pédestre GR 367 Le Sentier Cathare
 - ✓ Capitaliser les actions promotionnelles de l'itinéraire autour du lancement du 1^{er} Topoguide FFRP Le Sentier Cathare, Sentier de Grande Randonnée Pédestre de la destination.
- GR 78 Voie du piémont pyrénéen vers Saint Jacques de Compostelle
 - ✓ Participer aux études et à la construction de l'itinéraire GR78
 - ✓ Démarrer la phase de qualification simultanément à la communication de la destination
- Sentiers de Grande Randonnée (de Pays) GRP L'Aude Romaine et Médiévale/GR® 36 Traversée de l'Aude Pays Cathare/GR® 7 du Lauragais aux Pyrénées...
 - ✓ Contribuer et amorcer la phase de construction des projets de Grande Randonnée Pédestre, L'Aude Romaine et Médiévale et d'itinérance Géotraverse PNR Corbières Fenouillèdes - Pyrénées Catalanes
 - ✓ Maintenir la visibilité des sentiers de Grande Randonnée GR® 36 Traversée de l'Aude Pays Cathare et du GR® 7 du Lauragais aux Pyrénées.

Itinérance Equestre Route européenne d'Artagnan

• Valoriser l'itinéraire sur les supports ADT.

Itinérance Fluviale sur le Canal du Midi

- Démocratiser la pratique de la plaisance sur le canal du Midi (actions en lien avec le Contrat de Destination canal du Midi, le schéma d'interprétation et la Marque canal du Midi pour le rayonnement des ouvrages d'art et les paysages)
- Renforcer l'observation sur la fréquentation du canal (passages aux écluses VNF).

Itinérance Ferroviaire Train du Pays Cathare et des Fenouillèdes

• Soutenir la structuration de l'offre sur la ligne ferroviaire du TPCF et la promouvoir.

APN Slow et APN Adrénaline

- Assurer une représentativité homogène de l'offre boucle thématisée (Vélo-loisir / Cyclosportif / VTT / Randonnées pédestres labélisées) en fonction du niveau de pratique et des cibles clientèles Slow
- Proposer aux clientèles actives un tourisme d'aventure et de sensation forte via la pratique sécurisée (eaux vives / rafting / canyoning / escalade / windsurf ...).



- Renouveler l'image de l'Aude par un récit sensible
- X S'affirmer en jouant collectif : l'unité plurielle
- Proposer une offre reliée à l'identité et l'excellence audoises
- Agir pour un tourisme où les audois ont une place centrale : Un tourisme par et pour les Audois

Avec 21 millions de nuitées en 2021, l'Aude a dépassé son niveau de fréquentation d'avant covid. La clientèle française représente 63% des nuitées. Les grands bassins de proximité sont fortement présents, avec dans le top 5 la Haute-Garonne, l'Hérault, le Rhône et les Bouches-du-Rhône. La clientèle étrangère est également revenue dans l'Aude, la clientèle espagnole a plébiscité le département en fin d'année.

Pour déployer la promotion de la destination Aude et des filières, différents leviers sont activés : campagnes partenariales de communication, opérations évènementielles, salons thématiques, sites internet, réseaux sociaux, éditions, relations avec la presse, workshops et opérations avec les professionnels du voyage.

La nouvelle stratégie touristique a entériné en 2022 une attente majeure exprimée par les acteurs, à savoir le renouvellement du récit de l' Aude pour une image plus identitaire, plus dynamique, plus contemporaine. La définition d'une nouvelle marque AUDE entraînera une évolution des contenus valorisant le territoire, et un important travail de déploiement.

© Objectifs

- ✓ Entretenir la notoriété de la destination en amorçant un renouvellement de l'image corrélé à la nouvelle stratégie
- ✓ Consolider et /ou conquérir des clientèles traditionnelles et nouvelles

- ✓ Prendre en compte les habitants dans les cibles de communication et comme prescripteurs de la destination
- ✓ Miser sur des campagnes partenariales
- ✓ Définir la nouvelle marque Aude et réussir son lancement.

PROMOTION SUR LES MARCHÉS ÉTRANGERS

Actions 2023

Avec 37% des nuitées audoises, la clientèle étrangère pèse un poids important dans l'activité touristique audoise. Pour agir sur ces marchés, il est toutefois essentiel de s'y engager à plusieurs et plus particulièrement avec le CRTLO. L'Aude est concernée en 2023 par 3 des 8 contrats de destination déployés sur l'Occitanie, et s'engage financièrement aux côtés du CRTLO, d'Atout France et d'autres partenaires selon les contrats sur le canal du Midi, les Pyrénées et le Littoral.

© Objectifs

✓ Optimiser nos engagements dans les contrats de destination, maintenir notre visibilité sur le marché allemand et accélérer notre visibilité sur Facebook en Espagne.

VIA DES ACTIONS PARTENARIALES

• Mise en œuvre des plans de communication dans le cadre des Contrats de Destination en partenariat avec le CRTLO.

VIA LES RELATIONS PRESSE

- Communication régulière via nos cabinets PRESSE sur les marchés allemands et espagnols
- Accueil de presse, en collaboration avec le CRTLO.

VIA NOS OUTILS DIGITAUX

- Animation de la page Facebook Espagne
- Optimisation des sites Internet www.audetourisme.com dans leurs versions anglaise et espagnole.

VIA NOS ÉDITIONS

• Traduction en langues étrangères de la carte touristique et du dépliants des Sites du Pays Cathare.

- Renouveler l'image de l'Aude par un récit sensible
- S'affirmer en jouant collectif : l'unité plurielle
- Proposer une offre reliée à l'identité et l'excellence audoises
- Agir pour un tourisme où les audois ont une place centrale : Un tourisme par et pour les Audois s

PROMOTION SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS

Notre site internet audetourisme.com verra son ergonomie renouvelée, pour tenir compte de l'évolution du comportement des internautes et mieux répondre à leurs attentes. Notre présence sur les réseaux sociaux, en constante progression, participe à la visibilité de la destination et s'appuie sur une communauté active, à entretenir.

Enfin, le travail sur la stratégie a mis en exergue des atouts à valoriser fortement, dont nos paysages, l'itinérance, nos savoir-faire, nos richesses agrotouristiques. L'agrotourisme sera mis à l'honneur sur le Salon International de l'Agriculture, l'itinérance fera l'objet d'une édition spécifique, et de nouvelles présentations sur notre site Internet.

© Objectifs

- ✓ Veiller à la visibilité de l'Aude sur les supports régionaux et thématiques
- ✓ Favoriser des campagnes de promotion partenariales, équilibrées selon les territoires et les périodes saison/hors saison
- ✓ Tisser un "collectif" autour de la destination Aude
- √ Valoriser nos filières clés (activités de pleine nature, agrotourisme, savoir-faire).



VIA DES ACTIONS PARTENARIALES

- Déployer une campagne de communication sur les principaux bassins pourvoyeurs de clientèles (Paris et grande proximité) en collaboration avec les Offices de Tourisme audois (campagne mix media, déployée autour d'ambassadeurs "purs produits de l'Aude")
- S'engager aux côtés des Offices de Tourisme et des Sites du Pays Cathare sur des campagnes de communication collaborative, dans le cadre d'action de coopération marketing
- Participer avec le CRTLO sur les actions de communication "filières prioritaires" (œnotourisme, vélo, thermalisme, savoir-faire, agritourisme)
- Contribuer à la réalisation du site portail sur le canal du Midi, en collaboration avec VNF et le CRTLO
- Amorcer des programmes d'actions avec les services du Département et les partenaires Offices de Tourisme pour faire des Audois, des consommateurs privilégiés de l'offre touristique et de loisirs.

₱ Zoom

Promouvoir l'Art d'être Audois à Paris à l'occasion du Salon International de l'Agriculture

Le Département de l'Aude s'est engagé pour une représentation collective des professionnels audois à l'occasion du Salon International de l'Agriculture de l'Aude en 2023. L'ADT coordonne l'ensemble du dispositif avec les services du département et la Chambre d'Agriculture. L'espace Aude se constituera pour la première fois sur un même espace identifié de 110 m², composé de 2 univers dans le Hall 3 sur l'espace Occitanie :

- ✓ 13 producteurs pour la vente des produits avec les services
- ✓ Un espace Tourisme/Animation/VIP, avec la représentation de la destination, des 4 Territoires Vignobles & Découvertes*, des 2 PNR et le Relais des Gîtes de France
- ✓ Sans oublier les Éleveurs et la coopération viticole.

Plusieurs objectifs:

- Représenter la destination, les hébergements, l'agritourisme, l'œnotourisme et la Marque Pays Cathare, le tout autour d'animations et de dégustations
- Mettre en avant les savoir-faire agro-alimentaires audois à Paris, dans le contexte régional, lien avec les filières, les élus, les professionnels
- Jouer la carte du collectif pour faire rayonner la démarche auprès des réseaux et des audois.

VIA LES RELATIONS PRESSE

- Activer et entretenir le réseau Presse National via notre Cabinet Relations Presse France (Workshop Presse "Partir en France", dossier de Presse généraliste, DP Thématisés Haut de gamme- Culture / Portraits / Canal du Midi, Communiqués de Presse Thématisés, brèves, relances)
- Cultiver nos relations avec l'Association des Journalistes du Tourisme, dont nous avons accueilli l'Assemblée Générale en 2022, avec l'OT de la Côte du Midi
- Mutualiser des voyages de presse via le CRTLO.

VIA LA PROMOTION DES FILIÈRES

- Filière Activités de Pleine nature sur des salons dédiés : La Roue qui Tourne, Salon de la Randonnée, What a trip
- Filière Patrimoines sur des supports dédiés, et notamment à l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine
- Offre œnotouristique en collaboration avec les Territoires Vignobles et Découvertes et le CIVL sur diverses opérations.
- Communiquer sur les Grands Itinéraires via la presse, le web (présentation des itinéraires sur audetourisme) et les réseaux sociaux
- Assurer la promotion d'une destination accessible sur le Salon Autonomic.

D Zoom

Mettre en avant notre offre nature par la valorisation des boucles et itinéraires de randonnée

- ✓ **Disposer des itinéraires** (boucles et linéaires, balades et GR) au sein du SIT Tourinsoft : descriptif, traces gpx, médias
- ✓ Créer une nouvelle fiche technique pour une présentation de l'offre sur le web
- ✓ Valoriser l'offre balades et randonnées selon les divers types de pratiques : à pied, à vélo, à cheval.

VIA LE SITE INTERNET AUDETOURISME

- Veiller au quotidien à la mise à jour des informations diffusées
- Mettre en avant les 4 enjeux de la nouvelle Stratégie, pour fédérer les acteurs et partenaires sous une nouvelle bannière
- Poursuivre la proposition de découvertes de l'offre touristique, sur le mode expérientiel (pêche, itinérance, ...)
- Refondre la communication web vers les pros (espace pro, news pro).

D Zoom

Toiletter le site audetourisme.com pour optimiser l'image de notre destination

- ✓ Faciliter la navigation des internautes, suite à l'ajout depuis sa mise en ligne en 2019, de nombreuses rubriques
- ✓ Disposer d'un outil optimisé, bénéficiant des dernières avancées techniques
- ✓ Opter pour une révision ergonomique, une refonte moins couteuse que la création d'un nouveau site
- ✓ Compléter les optimisations techniques avec la mise en place de Ranxplorer, pour analyser et booster le référencement.

VIA LES RELATIONS AVEC LES PROFESSIONNELS DU VOYAGE

- Destination Occitanie
- Rendez-vous en France.

VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX

Facebook Audetourisme

- Publication au quotidien : manifestations/nouveautés/idées de visites et activités/ savoir-faire audois/images et vidéos (séduction)
- Valorisation via Sponsoring de posts.

Facebook Sites Pays Cathare

- Séduction via publication de photos (génère souvent un engagement plus important)
- Informations patrimoniales, culturelles, historiques, événementiels sur les sites.

Instagram audetourisme

- Posts réguliers (environ tous les 2 jours)
- Stories quotidiennes
- Stories "à la une" par thématiques, plus informatives que des stories habituelles.

Instagram Sites payscathare

• Un post par semaine, pour une cible plus jeune que sur Facebook.

VIA LES ÉDITIONS

Les éditions destination

- Carte Touristique Départementale
- Les Liasses d'Information Touristique (LIT),
- Brochure Destination
- Dépliant des Sites du Pays Cathare.

Les éditions thématiques

- Tourisme & Handicap, version E brochure
- Brochure Wine Tourism, traduite en Français pour SIA 2023
- Brochures Groupes /Affaires (à l'étude).



Valoriser les grands itinéraires sur une carte dédiée

L'ampleur de la demande sur le Slow Tourisme, la structuration de plus en plus qualitative des grands itinéraires a impulsé la création d'un document unique qui reprend ceux-ci. Elle est destinée aux amateurs et adeptes d'itinérances, véritable outil de préparation ou d'organisation de son séjour. Les 9 grands itinéraires de la destination sont repris dans un document unique (vélo, rando pédestre et équestre, fluvial).

ACCOMPAGNER NOS ACTIONS MARKETING PAR LA CRÉATION DE CONTENUS

Actions 2023

- Faciliter le recours aux traductions pour répondre à la demande des clientèles étrangères
- Disposer d'un pool de professionnels photographes/vidéastes pour la création de médias
- Engager la réalisation de reportages photographiques et/ou de vidéos pour illustrer un pan de l'offre, selon les besoins éditoriaux
- Créer une collection de 11 vidéos pour vulgariser auprès des audois chacune des thématiques identifiées suite au Portrait identitaire de l'Aude, réalisé dans le cadre de la définition de la nouvelle stratégie touristique.



Traduire l'ensemble des descriptifs de l'offre touristique

✓ Recenser les offres qui ne bénéficient pas d'un descriptif traduit (anglais, espagnol).

Procéder à leur mise à jour,

✓ via un outil en ligne, offrant un service adapté à notre besoin.

ASSURER LE BON FONCTIONNEMENT

DE L'AGENCE

Renouveler l'image de l'Aude par un récit sensible

S'affirmer en jouant collectif : l'unité plurielle

Proposer une offre reliée à l'identité et l'excellence audoises Agir pour un tourisme où les audois ont une place centrale : Un tourisme par et pour les Audois

Le statut Association Loi 1901 de l'Agence de Développement Touristique de l'Aude implique l'animation des instances de gouvernance (Bureau, Conseil d'Administration Assemblée Générale

Le bon fonctionnement de l'Agence est également basé sur l'assurance du suivi financier des budgets, l'amélioration de la performance de l'équipe ainsi qu'une bonne gestion des ressources matérielles.

RESSOURCES HUMAINES



✓ Plan de formation interne : sensibiliser l'équipe aux enjeux du tourisme durable, poursuivre les formations sur les outils numériques, suivre des formations métiers

D Zoom

Plan d'actions d'accompagnement suite au Diagnostic RH

- ✓ Faire évoluer l'organisation interne de l'Agence pour déployer au mieux la stratégie touristique départementale (nouvel organigramme)
- ✓ Mettre en place une gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC)
- ✓ Rédiger un projet RH (mise en place d'un CSE, politique salariale)
- ✓ Réviser nos outils : fiche de poste, entretien annuel, entretien professionnel.

Actions 2023

- Formation des responsables de pôle à l'écriture des fiches de postes, des entretiens annuels et professionnels
- Formation à la GPEC du responsable RH.

BUDGET

- ✓ Elaborer le budget prévisionnel de l'Agence et le rapport d'orientations
- ✓ Assurer le suivi de la consommation budgétaire des différents secteurs
- ✓ Déposer la demande de subvention
- ✓ Arrêter les comptes.



• Mise en place d'une nouvelle Procédure comptable

GESTION ÉLECTRONIQUE DES DOCUMENTS

- ✓ Faciliter l'accès et le partage des documents de travail à toute l'équipe,
- ✓ Supporter la démarche qualité de l'Agence,
- ✓ **Sécuriser** les dossiers et fichiers informatiques de l'ADT.

Actions 2023

Mettre en commun, ordonner, documenter :

Poursuite du déploiement de la nouvelle organisation des fichiers informatiques de l'Agence et des bonnes pratiques de gestion documentaire.

• Permettre un accès en tout lieu :

Mise en ligne des données ordonnées afin qu'elles soient accessibles depuis l'Agence, en télétravail ou en mobilité.

• Gérer les données ADT de façon plus responsable :

Réduire les volumes, faciliter le recensement des données personnelles (RGPD), participer de l'amélioration des process internes à l'Agence.

• Maîtriser les données et leur sauvegarde :

Administrer en interne le serveur en ligne de données et multiplier des solutions locales ou à distance de réplication des données.





AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE L'AUDE

Conseil Départemental - Allée Raymond Courrière - 11 855 Carcassonne Cedex 9 Tél. 04 68 11 66 00 - e-mail : adt@audetourisme.com

pro.audetourisme.com



Conception : Guylaine Gilles

Crédits Photos : Céline Deschamps - Vincent photographie - Gilles Deschamps - Nicolas Diolez - le Boat - Ailium production - Thierry Verneuil
Impression : Imprimerie Conseil Départemental de l'Aude

