



ELABORATION DU SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE DU CONFLENT



Le Conflent, une sacrée nature !
En pyrénées catalanes

Grâce au soutien financier de





SOMMAIRE

Introduction

• Contexte.....	4
• Enjeux et objectifs	5
• Méthode	5
• Les sources de données utilisées	6
• Descriptif du territoire	8

1^{ère} partie : DIAGNOSTIC

Potentiel touristique du Conflent

1. Typologie touristique.....	8
2. Territoire et destination	10
3. Tourisme et Nature	11
4. Un patrimoine architectural prestigieux et reconnu, moteur de valorisation touristique	12
5. Le thermalisme et thermo ludisme, une spécificité du territoire	13
6. La vitalité des associations culturelles.....	14
7. Gastronomie et savoir-faire.....	15
8. Un patrimoine immatériel identitaire	15
9. Le train jaune et les transports.....	16

Capacité d'accueil

1. L'hébergement touristique	16
2. L'organisation touristique	22
Synthèse	25
Conclusion	24

2^{ème} partie : STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

• BASES ET POTENTIELS DE FREQUENTATION TOURISTIQUE	28
• PROPOSITION D'AXES DE DEVELOPPEMENT	29
• PROPOSITION D'UN PLAN D' ACTIONS.....	30
• SCHEMA D'ORGANISATION DE L'ACCUEIL TOURISTIQUE	34
• MISSIONS DE LA STRUCTURE INTERCOMMUNALE.....	32
• PROPOSITION DE FONCTIONNEMENT DE LA STRUCTURE INTERCOMMUNALE	37

■ Contexte

L'élaboration du schéma de développement touristique du Conflent a été confiée à l'office de tourisme de Prades-Conflent par la communauté de communes du Conflent et fait l'objet d'une convention entre les deux parties.

En effet la communauté de communes du Conflent, créée fin 2008, couvre un territoire constitué de 31 communes (34 communes à compter du 1^{er} janvier 2014) situées à l'ouest du département des Pyrénées Orientales et à l'extrême sud-ouest de la région Languedoc-Roussillon.

Le tourisme étant l'une des composantes de « l'économie présenteielle » forte en potentiel, la communauté de communes a souhaité qu'une stratégie de développement touristique accompagnée d'un plan d'actions pluriannuel soit définie constituant ainsi un schéma local de développement touristique.

Par ailleurs, une étude marketing lancée conjointement par le syndicat mixte du Canigò et le PNR des Pyrénées Catalanes, englobant la totalité de la communauté de communes devraient commencer en octobre 2013 pour s'achever fin 2014. Dès le printemps 2014, nous devrions avoir les premiers éléments de l'étude qui devraient conforter un schéma de gouvernance.

Parallèlement à l'élaboration du schéma de développement touristique du Conflent, des producteurs de la vallée de la Rotja ont sollicité le Parc naturel régional des Pyrénées catalanes pour avoir un accompagnement Adepfo en vue d'élaborer une stratégie touristique qui leur permettrait de développer leurs activités.



■ Enjeux et objectifs

Différentes questions se posent au sujet de ce territoire :

- ✓ Comment mettre en avant le potentiel touristique du secteur ?
- ✓ Comment renforcer l'attractivité du territoire ?
- ✓ Comment dynamiser l'offre existante ?
- ✓ Comment développer le tourisme pendant les ailes de saison ?
- ✓ Comment prolonger la durée moyenne des séjours ?
- ✓ Comment générer des retombées économiques pour tout le territoire ?
- ✓ Quelle gouvernance et organisation d'accueil touristique pour le Conflent ?

■ Méthode

Phase 1 : analyse de l'environnement, des attentes et diagnostic :

- ✓ Une trentaine d'entretiens avec les maires des communes concernées
- ✓ 12 entretiens avec les partenaires institutionnels et techniques : Comité départemental du tourisme 66, Observatoire du CDT 66, chambre du commerce et de l'industrie de Prades, Gîtes de France 66, réseau culturel terre catalane, Syndicat Mixte Canigò Grande site de France, Parc Naturel Régional des Pyrénées Catalanes, Unesco, Fédération départementale de la pêche des PO, AAPPMA de Ria, Club Alpin Français de Prades, SIDECO AICO.
- ✓ 9 entretiens avec les sites touristiques majeurs : Fort Liberia, grottes des Canalettes et Cova Bastera, remparts de Villefranche de Conflent, abbaye St Michel de Cuxà, abbaye St Martin du Canigou, parc animalier de Casteil, musée de la mine d'Escaro, Bains d'eaux chaudes de St Thomas, thermes de Moliyg-les-Bains.

Dans cette phase, nous nous sommes également appuyés sur les études et diagnostic déjà réalisés sur le territoire.

Phase 2 : Orientations stratégiques et plan d'actions

- ✓ 6 ateliers de réflexions collectives : OTSI de la CC Conflent, gouvernance, positionnement de l'image touristique du territoire, activités pleine nature, destination pêche, axe patrimoine, culture et gastronomie.
Pour deux des ateliers : « positionnement de l'image touristique du territoire » et « gouvernance », nous avons fait appel à Murielle Bousquet, consultante en ingénierie touristique de Territour.

■ Les sources de données utilisées

Ce diagnostic s'appuie sur les chiffres de l'observatoire économique du Comité départemental du Tourisme des Pyrénées-Orientales, sur les chiffres du réseau culturel terre catalane, sur les chiffres transmis par les OTSI et points d'information du territoire ou les mairies concernées ainsi que sur les études réalisées récemment sur le territoire :

- ✓ Diagnostic culturel territorial réalisé dans le cadre de l'élaboration du schéma de développement culturel du Pays Terres romanes en pays catalan – F. Got – 2009
- ✓ Synthèse de l'enquête auprès des structures d'accueil touristique identifiées sur le territoire de la communauté de communes du Conflent – juillet 2011
- ✓ Diagnostic des gîtes de France sur le territoire du Pays Terres romanes – 4^{ème} trim.2011
- ✓ Etude sur les hébergements touristiques du pôle du Canigou réalisé par KPMG pour la CCI PPO- avril 2012
- ✓ Stratégie de développement économique – diagnostic phase 1 – réalisé par Sémaphores pour la CC Conflent - juin 2012
- ✓ Etude de la fréquentation touristique des sites classés Unesco des Pyrénées-Catalanes- sept. 2012

1 ère partie



DIAGNOSTIC

■ Descriptif du territoire

1. Typologie touristique

Quelques chiffres pour les Pyrénées-Orientales (source : CRT LR, CDT 66, cabinet 4V) :

Avec 32,5 millions de nuitées réalisées en 2012, le département des Pyrénées-Orientales se positionne à la 7^{ème} place des départements les plus fréquentés de France.

8 millions de visiteurs : 50% de touristes et 50% d'excursionnistes

93% vient en voiture, 5% en train et 2% en avion

88% de Français et 12% d'étrangers

Durée moyenne du séjour : 8,7jours

Près de 18000 emplois touristiques

1,4 milliard € de consommation touristique

Dépense moyenne par jour et par touriste : 42,30€ (la dépense des touristes étrangers et plus importante que celle des touristes français.

Seulement 13% viennent sur le secteur de la plaine et des piémonts (60% sur le littoral, 14% en Montagne, 13% sur secteur urbain)

Quelques chiffres pour le Conflent (source : OT Prades-Conflent) :

78,76 % de Français, 21,24% d'étrangers (6,33% de Britanniques, 4,58 % de Catalans du Sud, 2,27% de Néerlandais, 2,22% d'Allemands, 1,86 % d'Espagnol hors Catalogne, 1,62% de Belges)

58% des visiteurs viennent en été, 21,2% au printemps, 14,8% à l'automne et 6% en hiver.

Les visiteurs français viennent d'abord d'un grand bassin Sud/Sud-Ouest(Languedoc Roussillon et Midi-Pyrénées), puis du bassin Pays de Loire/Bretagne et de la région parisienne.

Ce sont :

- ✓ des randonneurs venant gravir le Canigò ou découvrir d'autres espaces naturels,
- ✓ des citadins recherchant calme, espace et nature authentique.
- ✓ des curistes en cure à Molitg-les-Bains (3562 assurés sociaux en 2012) ou à Vernet-les-Bains (2700 assurés sociaux en 2012) pour 3 semaines (soins le matin, après-midi et dimanches libres), personnes souvent accompagnées d'au moins une autre personne, captives, qui reviennent pendant 3 ans et souhaitent un renouvellement des activités proposées.
- ✓ des jeunes séniors en quête de découvertes ou venus pour un évènement : festival Pablo Casals, Ciné-rencontres
- ✓ des familles en quête d'activités de loisirs (juillet-août).

Premiers constats :

Plusieurs aspects touristiques cohabitent sur la zone : environnemental, thermal, patrimonial, gastronomique...

Globalement, le public recommande la destination pour :

- ✓ son climat,
- ✓ la beauté des paysages,
- ✓ l'architecture de certains édifices,
- ✓ la gastronomie.

Il souhaite des améliorations au niveau de :

- ✓ la lisibilité de l'offre touristique (information sur sites, signalétiques ...),
- ✓ la qualité de l'accueil (convivialité, pratique des langues étrangères, professionnalisme ...)

- ✓ la qualité des visites guidées,
- ✓ les prix (services transporteurs, entrées des sites, restaurants, train jaune ...),
- ✓ les difficultés d'accès (Canigò, baignade en rivière, lacs, réservation train jaune...)
- ✓ le manque d'unité architecturale et la propreté des villages (hors Plus beaux villages de France).
- ✓ Les abords de la N116 de Vinça à Villefranche de Conflent essentiellement.
- ✓ Les horaires d'ouverture (adaptation aux pays étrangers).

Il est déçu par le centre historique de Prades et par Mosset labellisé Plus Beaux villages de France.

Source : enquête du PNR des Pyrénées catalanes sur les sites de l'Unesco en juillet et août 2012 et retours en offices de tourisme

2. Territoire et destination

Le territoire d'étude est réparti sur 2 cantons ; celui de Prades et celui d'Olette.

Le Bas-Conflent autour de Prades et au pied du Canigou, la montagne sacrée des Catalans, se situe encore dans la plaine roussillonnaise avec des paysages marqués par l'arboriculture.

Le Haut-Conflent aux paysages plus escarpés et sauvages, se développe au-delà de Villefranche de Conflent. Il est orienté vers la montagne et marqué par l'élevage, les pâturages et la transhumance.

Ainsi le territoire est partagé entre deux destinations émergentes : Canigò, Grand Site de France et Pyrénées Catalanes. Villefranche de Conflent, patrimoine mondial de l'Unesco est le point d'articulation entre ces deux destinations.

Le territoire est par ailleurs un « millefeuille administratif » sur lequel se chevauchent :

- ✓ Le Syndicat Mixte Canigò, Grand site de France (14 communes en font parties actuellement)
- ✓ Le parc Naturel Régional des Pyrénées Catalanes (24 communes en font parties actuellement)
- ✓ Le Pays Terres Romanes qui englobe la totalité de la communauté de communes du Conflent

Il faut ajouter à cela 6 réserves naturelles : Conat, Jujols, Mantet, Nohédes, Nyer, Py

Ce millefeuille administratif représente autant de structures qui, chacune, développe ses propres actions touristiques entraînant des doublons et complexifiant la lisibilité de l'offre globale.

Le climat, la proximité de la Méditerranée et les Pyrénées confèrent à cette zone un potentiel d'attraction touristique tout à fait exceptionnel. Se présentant jusqu'alors comme un lieu de passage entre mer et montagne, ***le Conflent s'affirme désormais en tant qu'arrière-pays***

méditerranéen (moins cher, plus tranquille et un climat tout aussi ensoleillé) **à partir duquel on peut rayonner** vers la mer, la montagne, l'Espagne, l'Andorre, le Languedoc Roussillon, les châteaux cathares et Midi-Pyrénées.

3. Tourisme et Nature

Le Conflent bénéficie d'une richesse et d'une diversité d'espaces naturels tout à fait remarquable.

Les 6 réserves naturelles, le PNR des Pyrénées Catalanes, la labellisation en juillet 2012 du Canigò en Grand site de France, les 2 sites Natura 2000 témoignent de sa biodiversité et sont des garants de qualité pour le public.

Le territoire propose un contraste de paysages entre les plaines cultivées le long de la Têt et les vallées adjacentes plus sauvages qui ont chacune leur typicité : grottes, falaises, gorges, canyons, rivières et lacs, eaux chaudes (orgues d'Ille sur Têt à proximité).

Propice à la randonnée pédestre et aux autres modes de découvertes de la nature (cheval, vtt...), le Conflent offre également de nombreuses activités de pleine nature (escalade, spéléologie, canyoning, rafting, accrobranches, parcours aventure, pêche...)

Riche d'un important réseau de rivières, le Conflent forme un véritable éden pour les passionnés de pêche. L'eau y est omniprésente, le poisson en grand nombre et les paysages somptueux.

Rivières, lacs de montagne et plan d'eau permettent à chacun, débutant ou confirmé, de pratiquer sa pêche favorite : à la mouche, au bouchon, au toc, à la cuillère, à la teigne, à l'appât naturel, à la ligne, au lancer...

Le plan d'eau de Prades se prête facilement à l'initiation ou à la pêche en famille alors que les sportifs préféreront la pêche en rivière. Des parcours no kill et des parcours de Pays ont été aménagés sur la Têt associant sport, nature et loisir.

Il existe plusieurs associations agréées de pêche et de protection des milieux aquatiques sur le territoire.

Premiers constats :

Globalement cette zone bénéficie d'un emplacement géographique tout à fait exceptionnel, et de paysages divers, étonnants et rares.

La randonnée pédestre est la discipline reine et le dénominateur commun aux communes du territoire.

Si sur le canton d'Olette, le Sidéco-Aico gère l'entretien des sentiers de randonnées et propose un maillage de randonnée cohérent, c'est beaucoup plus anarchique sur le canton de Prades. Là, chaque commune dispose plus ou moins d'un petit descriptif de circuits de randonnées, avec des sentiers plus ou moins entretenus, plus ou moins balisés, qui présentent plus ou moins un intérêt touristique, passant plus ou moins sur le domaine public.

Un guide de randonnée est édité sur les circuits du PNR des Pyrénées catalanes et d'autres sur ceux du massif et piémonts du Canigò.

De fait, l'offre globale en sentiers de randonnée propre au territoire de la communauté de communes est difficilement lisible.

Par ailleurs la découverte des richesses naturelles et des activités pleine nature est assurée par différents organismes et prestataires privés :

- ✓ Les réserves naturelles proposent des découvertes faunistiques et floristiques.
- ✓ Randonade, une agence de voyage réceptive de Prades, commercialise des séjours randonnées.
- ✓ Des brevets d'Etat d'accompagnateurs en montagne proposent randonnées (pédestre, équestre et Vtt), trekking et autres activités sportives de pleine nature.

L'offre touristique marchande organisée reste assez peu lisible du fait de la multitude de prestataires d'activité pleine nature indépendants qui travaillent également sur le Capcir, la Cerdagne ou l'Aude. Chacun ayant ses propres flyers.

La destination halieutique du Conflent est noyée dans l'offre globale du département très riche. Elle souffre de la concurrence des lacs de montagne du Capcir et de la Cerdagne. Or le Conflent offre un panel de techniques de pêche beaucoup plus large s'adressant à différents publics. Il n'existe pas de gîte pêche labellisé sur le territoire et l'organisation de séjours touristiques halieutiques y est inexistante.

4. Un patrimoine architectural prestigieux et reconnu, moteur de valorisation touristique

- ✓ 3 sites inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco : les remparts de Villefranche de Conflent, la Cova Bastera et le fort Libéria.
- ✓ 4 des Plus beaux villages de France : Eus, Evol, Mosset et Villefranche de Conflent
- ✓ 1 commune sur le pays d'art et d'histoire de la Têt : Mosset
- ✓ 2 abbayes romanes renommées (+2 prieurés à proximité) et de nombreuses églises romanes.
- ✓ Un mobilier religieux baroque important.

	Fréquentation 2012	Moyenne de 2002 à 2012
Train jaune	202 000	231 833
Bains de St Thomas	75 810	92 313
Fort Libéria	56 260	55 797
3 grottes Canalettes	55 000	55 000
Parc animalier de Casteil	45 000	30 000
Gorges de la Carança	41 926	35 000
St Michel de Cuxà	33 837	43604
St Martin du Canigou	31 313	36 362
Les remparts de Villefranche de Conflent	27 082	22 934
Trésor et église de Prades	5 092	2393

Source : réseau culturel terre catalane et structures

Tour des parfums à Mosset	3 610	3 577
Maison du patrimoine à Vernet-les-Bains	1 088	1 205
Musée de la mine d'Escaro	541	1748

Premiers constats :

L'enquête menée par le PNR des Pyrénées catalanes en juillet et août 2012 sur les sites Unesco du territoire révèle que :

- ✓ **La visite de Villefranche de Conflent reste un incontournable.** C'est l'élément moteur situé au carrefour du territoire entre Haut et Bas-Conflent, entre patrimoine et nature. « Plus beaux villages de France », inscrit au patrimoine mondial de l'Unesco, Villefranche réunit plusieurs sites : la cité médiévale (bastide), les remparts, le fort Libéria, les 3 grottes ouverts à un large public notamment aux plus jeunes.
- ✓ Villefranche est également le point de départ du train jaune.
- ✓ Les personnes viennent en moyenne 2 à 3 fois visiter les sites Unesco. S'ils recommandent la visite des sites, il ne leur semble pas utile de revenir plus souvent. **Cela traduit un manque de renouvellement des animations proposées sur les sites qui restent figés.**
- ✓ Les visiteurs sont issus ou résident à proximité dans un rayon de 70 km.
- ✓ Le profil des personnes enquêtées est celui de passionnés du patrimoine qui visitent généralement plusieurs sites. Il semble donc important de **mettre en réseau les sites** de façon à ce que chacun d'eux mette à disposition une documentation sur les autres sites du territoire et soit en mesure d'en parler.

La fréquentation de Villefranche de Conflent est estimée aux environs de 450 000 à 500 000 visiteurs par la municipalité.

Il faut noter la faible représentativité du public « en voyage organisé » sur le Conflent.

Il existe cependant des initiatives intéressantes de découverte de ces sites pour les clientèles touristiques :

- ✓ pass intersites du réseau culturel terre catalane
- ✓ pass Eixorit des gîtes de France
- ✓ carte pass Capcir Cerdagne (concerne le Haut-Conflent)
- ✓ pass entre sites et restaurants de Villefranche de Conflent
- ✓ passeport proposé par les thermes de Molitg-les-Bains.

5. Le thermalisme et thermo ludisme, une spécificité du territoire

- ✓ La station thermale de Molitg-les-Bains et celle de Vernet-les-Bains ainsi que les bains d'eaux chaudes de St Thomas et les canyons en eaux chaudes constituent une spécificité touristique de ce territoire.

- ✓ Le public curiste (5262 assurés sociaux en 2012) vient souvent accompagné d'au moins une personne pour des séjours de 3 semaines renouvelés sur 3 ans. Cependant dans la crainte que les soins ne soient plus remboursés par la sécurité sociale à moyen terme, les stations thermales se voient dans l'obligation de développer toute une gamme de produits bien-être.
- ✓ Les bains d'eaux chaudes de St Thomas sont les plus fréquentées du département.
D'autres sources d'eaux chaudes existent sur la commune de Canaveilles (ancien Relais de l'Infante) avec une dizaine de sources d'eaux chaudes traitant différentes affections qui ne sont pas exploitées à ce jour.
- ✓ Il est à noter l'effort mis en place par le Comité départemental du tourisme des Pyrénées Orientales pour promouvoir les 5 stations thermales du département dont Molitg-les-Bains et Vernet-les-Bains. Un site Internet leur est dédié : <http://www.les5stationsbienetre.fr/>

Premiers constats :

- ✓ Les stations thermales sont de véritables atouts pour l'économie locale générant hébergements sur trois semaines et consommation.
- ✓ Si la filière bien-être s'organise dans les Pyrénées Orientales avec le CDT 66, il reste cependant des attentes de cette clientèle auxquelles nous devons répondre à l'échelle du territoire telles que le développement de l'offre randonnée, l'offre d'excursions et d'animations ou le développement des transports en commun.
- ✓ Le thermo ludisme attire plus de touristes sur le Conflent que le thermalisme mais génère moins de retombées économiques en dehors de l'activité.

6. La vitalité des associations culturelles

- ✓ De nombreux acteurs très investis avec beaucoup de bénévolat
- ✓ Des manifestations phares qui sont de véritables plus-values pour le territoire: festival Pablo Casals, Opéra Mosset, Nits d'Eus, les ciné-rencontres, les journées romanes, Université catalanes d'été ...
- ✓ De nombreuses manifestations qui diversifient l'offre du territoire.
- ✓ Beaucoup de manifestations autour de la musique classique.

Premiers constats :

- ✓ Il faut distinguer l'offre culturelle qui est à l'origine du choix de la destination (l'Université catalane d'Été, festival Pablo Casals, les journées romanes ...) et celle qui diversifie l'offre du territoire et collabore au maintien du public sur le territoire.
- ✓ Il y a sur le territoire et les environs un réel public pour la musique classique.

- ✓ L'offre culturelle repose sur du bénévolat et pose le problème de la professionnalisation. **Les acteurs souhaitent des accompagnements et formations en marketing, communication et outils web, développement de boutiques.**
- ✓ **Une mise en réseau des sites et animations culturelles semble nécessaire pour faciliter la communication interne au territoire et faire de chaque acteur un ambassadeur de son territoire.**
- ✓ **Il existe une forte attente des socio-professionnels pour la création d'un pôle culturel autour de Pablo Casals et de la musique classique qui serait à la fois un élément structurant de l'offre et un levier pour l'économie touristique (hébergement, restauration et développement de commerces en lien avec la thématique pour revitaliser le centre-ville de Prades** (le musée d'Art Moderne et contemporain de Céret est souvent pris en exemple).
- ✓ Des associations sollicitent une coordination dans la planification des manifestations.
- ✓ **L'offre globale en manifestations sur le Conflent est peu lisible et dépend** des moyens financiers que chacun attribue à sa communication. Il est souhaité qu'un agenda commun soit édité à l'échelle du Conflent sur l'exemple du « Pradoscope » qui répertorie mensuellement les manifestations pradéennes et le programme du cinéma.

7. Gastronomie et savoir-faire

- ✓ Une cuisine catalane identitaire
- ✓ Des restaurants gastronomiques
- ✓ Des producteurs locaux (vallée de la Rotja, Rosée des Pyrénées ...)
- ✓ La confrérie jubilatoire des tasses boutifères (patrimoine mondial de l'Unesco)
- ✓ Des savoir-faire ancrés dans le territoire : grenat Catalan, ferronnerie d'art, coutellerie ...

Premiers constats

- ✓ Au vu des nouveaux comportements touristiques et des nouvelles attentes des clientèles, cette richesse liée aux terroirs constitue une réelle opportunité pour le tourisme en termes d'image, d'attractivité mais également de développement touristique et de montage de produits.
- ✓ La forte présence d'une restauration traditionnelle et de producteurs locaux bio ou labellisés sont des atouts importants qui de plus confèrent à la zone une image de « gastronomie typique » et « qualité des produits dans l'assiette » tout à fait intéressante pour le développement touristique.

8. Un patrimoine immatériel identitaire

- ✓ Patrimoine de mémoire : le musée de la Mine d'Escaro- Sahorre, la route du fer, l'espace Ludovic Massé à Evol, la maison du patrimoine à Vernet-les Bains, la tour des parfums à Mosset, l'espace Pau Casals à Prades, la Solana à Eus.
- ✓ Culture catalane : langue, traditions, manifestations, danses, chants et musiques ...
- ✓ Potentiel : Boris Vian, Charles Mingus, Gustave Violet, amis de Martin Vivès, Charles Renouvier, Pompeu Fabre, contes et légendes ...

9. Le train jaune et les transports

- ✓ Le train jaune, liaison ferroviaire de la montagne vers la plaine, avec ses 202 000 visiteurs en 2012, est l'un des éléments forts du territoire, fil d'Ariane entre les sites et structurant le paysage. Cependant, ce train devenu touristique de fait, manque de souplesse par rapport à un public touristique (impossible de réserver, grèves, incertitude d'avoir de la place pour le retour, files d'attentes ...). Des horaires inadaptés pour la visite des sites ont une répercussion immédiate sur la fréquentation enregistrée par chacun d'eux.

Il pourrait être un levier de développement de l'économie touristique s'il était géré comme un vrai train touristique : articulation avec les visites des sites, commentaires, montage de produits, forfait libre navigation 3 ou 6 jours.

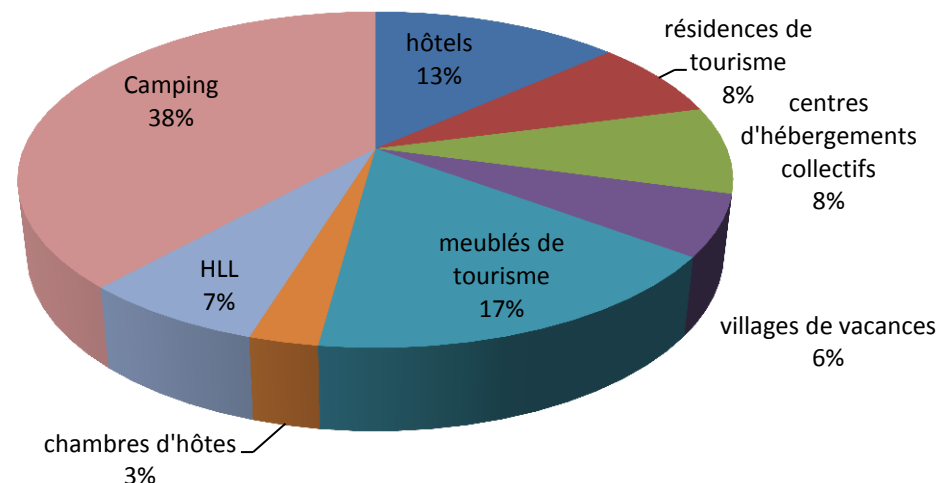
- ✓ Le train et le bus à 1€ dans le département sont des atouts majeurs pour favoriser l'accueil de jeunes et seniors non motorisés et le développement durable même si des efforts seraient encore à faire par rapport à leurs fréquences et à la circulation dominicaine.

■ Capacité d'accueil

1. L'hébergement touristique (avec Vernet-les-Bains, Corneilla de Conflent et Campoussy)

Type d'hébergements	Capacité maxi
18 hôtels ou auberges	1365 pers.
5 résidences de tourisme	768 pers.
12 centres d'hébergements collectifs	853 pers.
3 villages de vacances	599 pers.
379 propriétaires de meublés de tourisme	1724 pers.
34 structures proposant des chambres d'hôtes	276 pers.
HLL : 114 mobil-homes, 41 chalets, 15 caravanes	684 pers.
15 Campings : emplacements	3928 pers.
TOTAL	10197 pers

Types d'hébergements sur le territoire

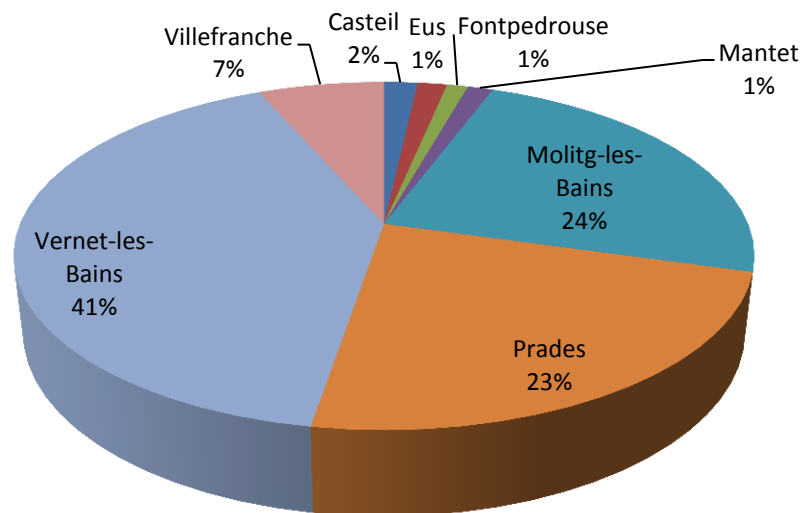


capacité d'accueil par commune		Fillols	363	Eus	70	Nyer	14
Vernet-les-Bains	2790	Sahorre	295	Jujols	69	Conat	14
Prades	1426	Escaro	292	Los Masos	59	Nohèdes	12
Molitg-les-Bains	1422	Fontpedrouse	189	Mantet	56	Canaveilles	10
Fuilla	527	Villefranche de Conflent	187	Taurinya	48	Campoussy	10
Ria-Sirach	512	Thuès-entre-Valls	115	Olette	44	Codalet	7
Corneilla-de-Conflent	468	Campôme	106	Clara	44	Oreilla	6
Serdinya	418	Mosset	91	Catllar	37	Urbanya	5
Casteil	392	Py	83	Souanyas	16	TOTAL	10197

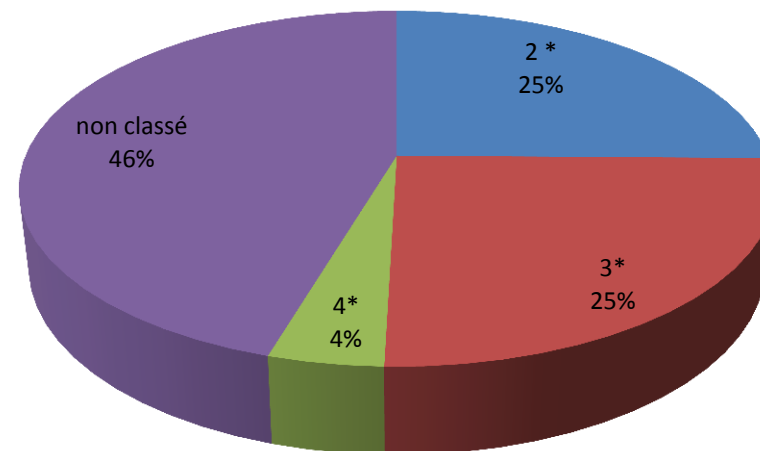
Chiffres correspondant au nombre de personnes

18 hôtels ou auberges = 368 chambres, une capacité moyenne de 736 pers. et une capacité maximale de 1365 pers.
Des hôtels plutôt bas de gamme

répartition des hôtels sur la CC Conflent en fonction de leur capacité



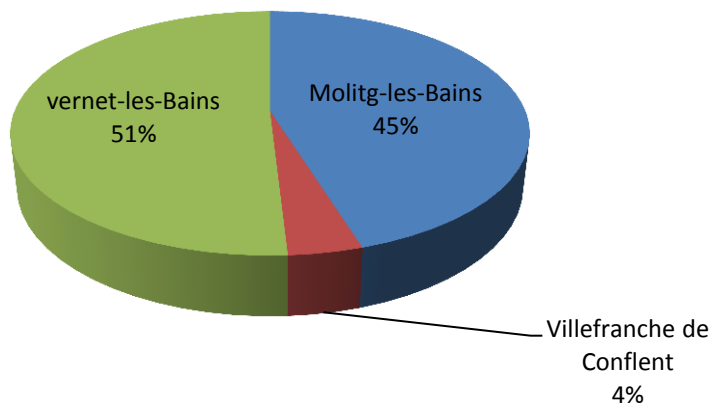
répartition des chambres d'hôtels par classement



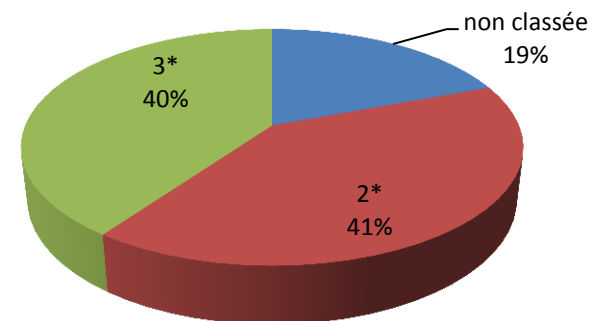
3 villages de vacances uniquement sur Vernet-les-Bains pouvant recevoir jusqu'à 599 pers.

5 résidences de tourisme = 206 appartements avec une capacité maximale de 768 pers.

répartition des résidences de tourisme sur le territoire en fonction de leur capacité

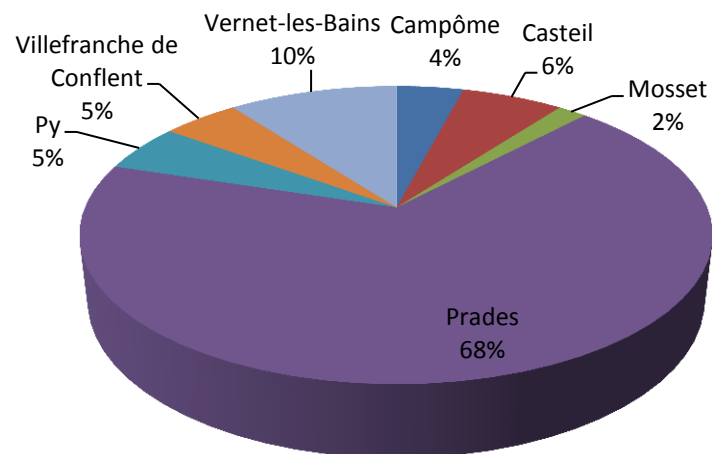


répartition des résidences de tourisme en fonction de leur capacité par classement



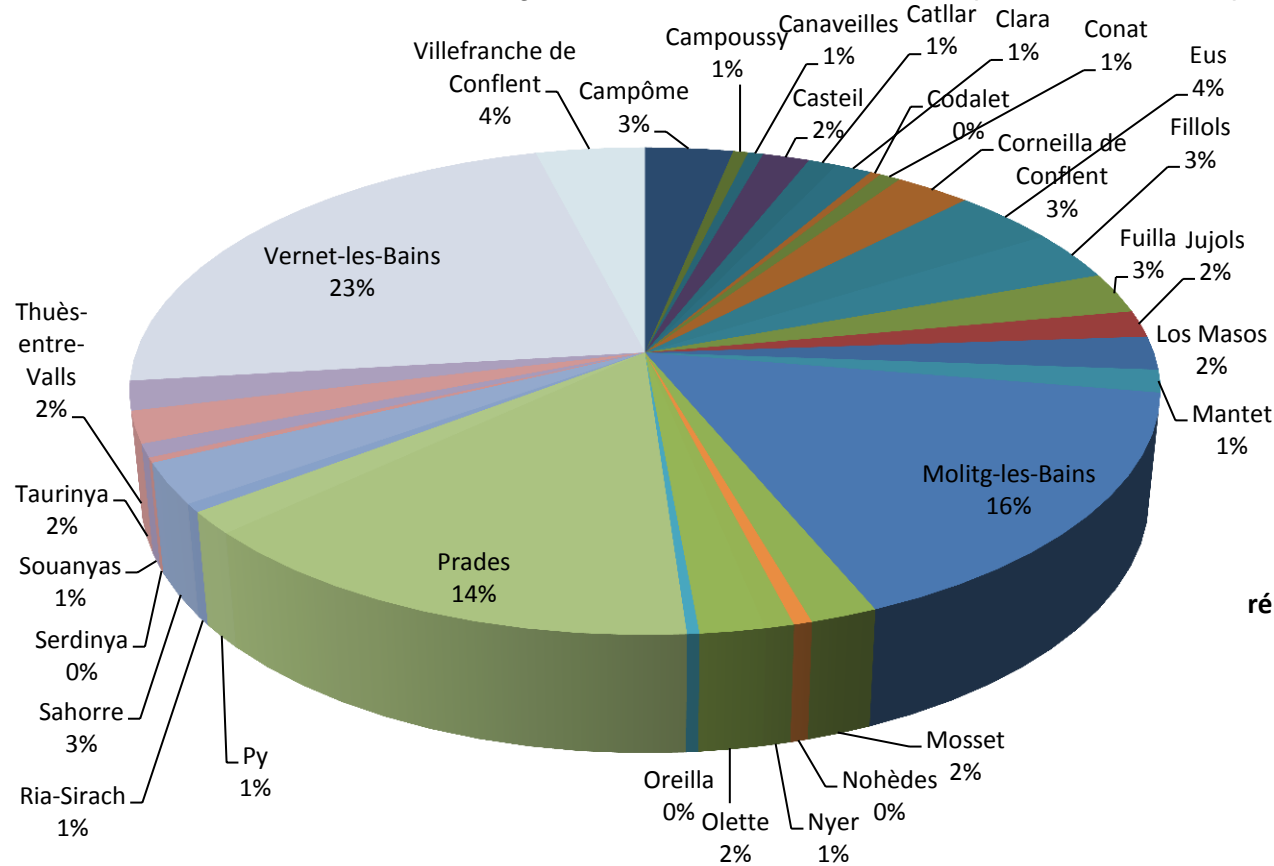
12 centres d'hébergements collectifs = capacité de 853 pers. dont 68% sur Prades

répartition des centres d'hébergements collectifs en fonction de leur capacité



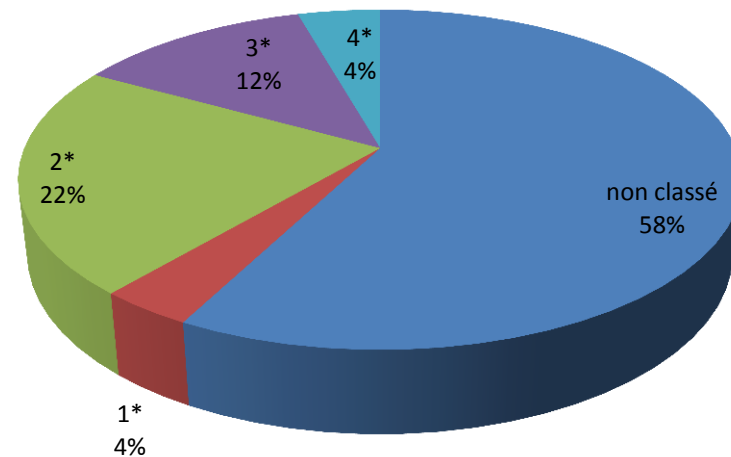
379 structures de meublés de tourisme = une capacité d'accueil de 1724 pers.

Des meublés de tourisme bas de gamme avec 58% de non classés qui révèlent un manque de professionnalisme



Répartition des meublés de tourisme sur le territoire

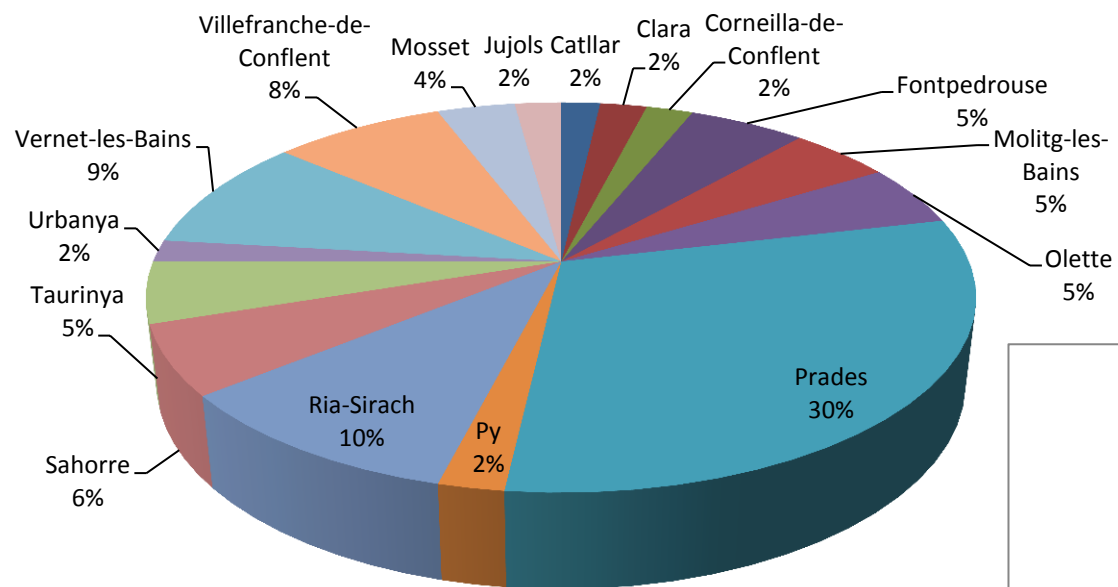
répartition des capacités des meublés touristiques par classement



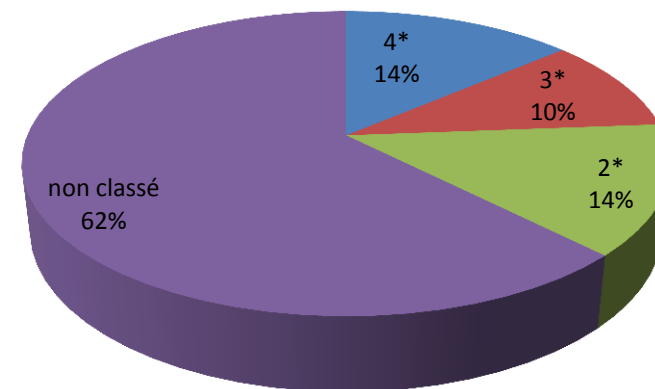
32 structures proposant des chambres d'hôtes = 276 pers.

Plus du tiers des chambres d'hôtes sont sur Prades et Ria. 68% de chambres non classées qui ici ne révèlent pas le même amateurisme que pour les meublés de tourisme.

Répartition des chambres d'hôtes sur le territoire en fonction de leurs capacités

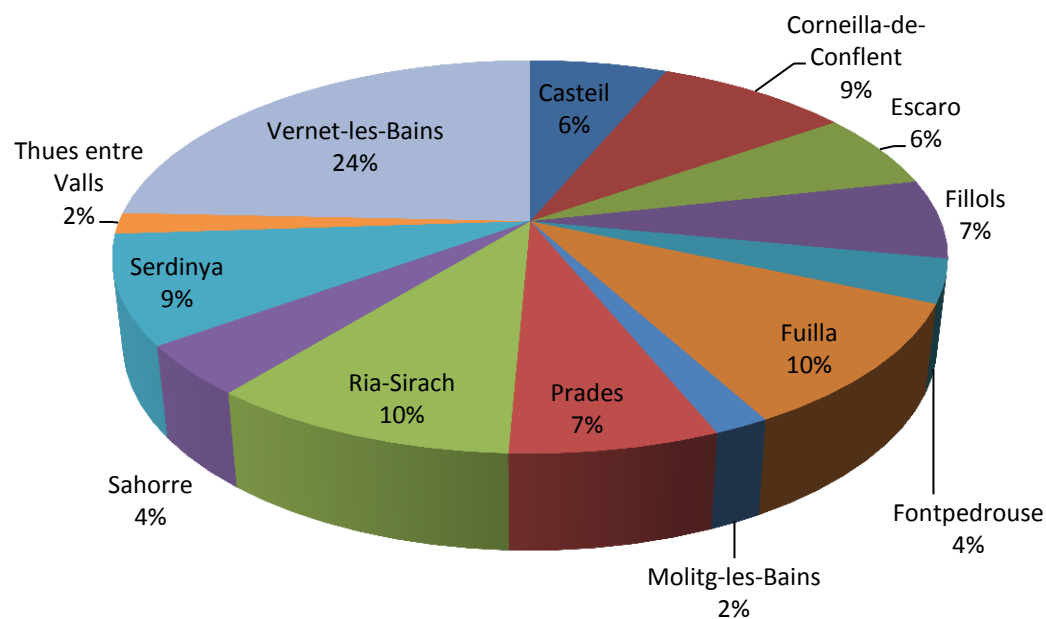


répartition des chambres d'hôtes par labellisation

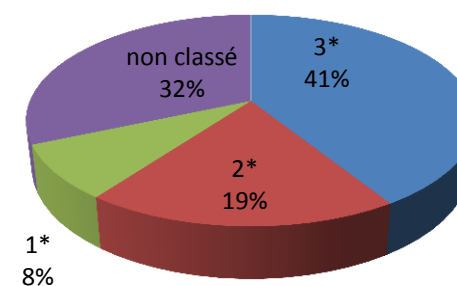


15 campings = 975 emplacements, 93 mobil-homes, 14 caravanes, 6 tentes équipées pour une capacité moyenne de 4612 pers.

Répartition des campings en fonction de leur capacité



Répartition des capacités des campings par classement



En Conclusion

- ✓ L'offre en hébergement touristique est essentiellement concentrée sur 3 pôles : Vernet-les-Bains, Molitg-les-Bains et Prades. Elle est faible sur le canton d'Olette.
- ✓ Les campings et HLL de bonne qualité avec 41% de 3* occupent 45% de la capacité d'hébergement sur le territoire et correspondent bien à une clientèle de sportifs, curistes et étrangers (Néerlandais).
- ✓ L'offre en hôtellerie traditionnelle est de mauvaise qualité et vieillie.
- ✓ Il n'y a pas d'offre pour le tourisme d'affaire individuel ou de groupe sur le territoire de la communauté de communes du Conflent (mais il en existe à proximité avec le Riberach à Belesta).
- ✓ La majorité de l'hébergement collectif est non labellisée et concentrée sur Prades
- ✓ Le nombre de meublés de tourisme non classé (58%) révèle un parc locatif saisonnier bas de gamme et un manque de professionnalisme.
- ✓ Les chambres d'hôtes sont plutôt concentrées sur Prades et ses abords avec des chambres de bonne qualité (4 et 3 épis) tenues par des professionnels. En revanche, il y a peu de chambres labellisées en dehors de ce périmètre. Il est à noter que de nombreuses chambres non labellisées sont de très bonne qualité.
- ✓ Alors que 84% des Français partis en vacances en 2012 ont préparé leur séjour via Internet, que 73% d'entre eux ont fait leur réservation en ligne, que 96% des internautes se disent influencés par les avis des autres utilisateurs et que 50% des Français ont utilisé leur mobile pendant leur séjour, peu d'hébergeurs du territoire proposent la réservation en ligne et surveillent leur e-réputation.

L'offre recensée en meublés touristiques et chambres d'hôtes est sous-évaluée (les « locations sauvages » et la non labellisation se multiplient avec Internet)

2. L'organisation touristique

Le territoire d'étude compte 7 structures d'accueil touristique :

6 sur le canton de Prades et 1 sur le canton d'Olette

4 offices de tourisme de Mosset, Molitg-les-Bains, Prades et Vernet-les-Bains

2 syndicats d'initiative Casteil et Haut-Conflent

1 point information communal à Villefranche de Conflent

Cela représente 2 structures communales (Villefranche et Vernet) et 5 structures associatives (Mosset, Molitg, Prades, Casteil, Haut-Conflent)

Chiffres clés

	Point d'info Villefranche	OT de Prades	OT de Vernet	OT de Molitg	OT de Mosset	SI de Casteil	SI du Haut Conflent
Période d'ouverture	Février à décembre	Toute l'année	Toute l'année	Avril à décembre		Juillet et août + mairie à l'année	mi-juin à mi-septembre
Permanence téléphonique et courrier	Février à décembre	Toute l'année	Toute l'année	Toute l'année		Toute l'année	De mi-juin à mi-septembre
Fréquentations 2010 2011 2012	Chiffres Remparts NC 21 000 pers. 24 300 pers.	Chiffres OT 16 671 pers. 18 304 23 100	Chiffres OT 4956 pers. 4681 7756	Chiffres OT 4779 pers. 5304 4877	NC	Chiffres SI 2527 2151 3209	NC
salariés	2 agents du patrimoine titulaires + 1 contractuelle+ 3 vacataires en saison	1 directrice (CDI) 1 resp. accueil (CDI) 2 conseillers en séjour (1 CDD + 1 CAE)	1 directrice (CDD) 2 conseillers en séjour (apprentis) 1 ANT (CDI) 1 animatrice (CDI)	1 CDI+ 1 saisonnier (2013)	1 CDI + 1 CAE+1 saisonnier (7 semaines) + jardinier (6 mois)	1 saisonnier + 1 mise à dispo mairie	1 mise à dispo employée communale
ETP	2.63 ETP annualisés	2,73 ETP à l'année sur l'OT + 0.5 ETP sur la CC Conflent	5 ETP à l'année 4ETP en temps effectif	0,5 ETP	0.63 ETP réparti sur l'année	1h/semaine mairie à l'année 1 ETP en juillet et août	0.86 ETP sur 3 mois
Budget	74 380 € régie communale Dépenses : Salaires 70386€ Publicité : 2593 € Impressions : 1401€	118 500€ + CC Association Recettes : 82 000€ mairie 500 € CG 9850 € CAE 18780 prestations de services + subv. CC +Feader Dépenses : 23550€ fonct. 89100 € chg. pers. 5850 € Invest.	240480 € EPIC Recettes : 40000€ taxe de séjour ; 3500€ ventes boutique + animations ; 6500€ participation guide pratique ; 182430€ subventions ; 8050€ report d'exploitation Dépenses : 69200 fonctionnement 170780 charges pers.	32 575 € Association Recettes :11800€ subventions 20750€ Dépenses : salaires15400€ brochure, comm et animat 11000€ navette 1800€	45 000 € Association 1901 Recettes : 5000 € CG (T. parfums) 750 € CG (OT) 2000 € commune (OT) 7000 € commune (jardinier) 30250 € entrées expo et boutique Dépenses : Achat pour boutique + salaires : 450000€	5 200 € Association	NC Association

Le territoire d'étude compte 14 bistrots de Pays :

Il existe 14 bistrots de Pays répartis sur le territoire : Cattlar, Escaro, Eus, Fillols, Los Masos, Mantet, Molitg-les-Bains, Mosset, Olette, Py, Ria-Sirach, Serdinya, Taurinya, Villefranche de Conflent.

Les bistrots de Pays, ouverts toute l'année, doivent disposer des principaux documents de promotion touristique locale et promouvoir les produits du terroir. Ils peuvent donc être de très bons relais de l'information touristique même si à ce jour peu jouent réellement le jeu.

Constats :

Les points d'accueil et d'information touristiques sont concentrés sur le bas-Conflent avec parfois deux structures dans la même vallée.

Les moyens financiers et humains alloués aux OTSI et PIC du territoire sont très hétérogènes comparativement à la fréquentation de chacun d'eux. Il apparaît qu'un certain nombre d'entre eux sont en sous-effectif et ne peuvent pas remplir l'ensemble des missions que doit assumer un office de tourisme aujourd'hui.

La plupart d'entre eux sont de simples points d'information touristique où aucunes actions de production, prospection, marketing et commercialisation ne sont menées. Le personnel n'y est pas issu d'une formation touristique et les emplois y sont précaires.

La concertation avec les partenaires institutionnels et techniques est assumée par des administrateurs bénévoles. Elle est tributaire de leurs disponibilités.

Des moyens financiers plus ou moins conséquents sont consacrés à la promotion touristique du village ou de la commune sans pour autant pouvoir s'imposer en termes de « Destination touristique ».

Une mutualisation des moyens permettrait des économies d'échelles et une complémentarité des compétences.

Synthèse

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le climat ✓ Entre mer et montagne ✓ La transfrontalité ✓ L'environnement et la qualité paysagère ✓ La diversité de l'offre d'activité pleine nature ✓ Le thermalisme qui apporte une clientèle captive pendant 3 semaines et thermo ludisme. ✓ Un patrimoine religieux et militaire reconnu. ✓ Un festival de renommée nationale et internationale. ✓ Le train jaune, le bus et le train à 1 €. ✓ La culture et gastronomie catalane : public en quête d'authenticité. ✓ Des produits locaux marqués : bio, marque PNR. ✓ Une offre bien-être bien développée. ✓ 26% de résidences secondaires. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Un territoire qui s'est longtemps reposé sur ses atouts naturels suffisants pour faire venir des touristes : pas de culture de promotion touristique et/ou de marketing. ✓ Une fréquentation touristique concentrée sur l'été. ✓ Un manque de lisibilité de l'offre touristique du territoire. ✓ Un territoire partagé entre deux destinations : Canigò pour le canton de Prades et Pyrénées catalanes pour le canton d'Olette. ✓ Une population peu concernée par le développement touristique. ✓ Un manque de professionnalisme d'un certain nombre de prestataires touristiques. ✓ Peu d'organisation et concertation entre les communes et les prestataires : signalétique différente, pas de mise en réseau... ✓ Un problème de gouvernance liée au millefeuille administratif. ✓ Une répartition hétérogène des points d'information touristique sur le territoire ✓ Des moyens modestes et des actions dispersées. ✓ Des OTSI qui ne répondent pas aux nouvelles missions des OTSI faute de moyens humains et financiers. ✓ Villefranche de Conflent, phare du territoire et plaque tournante, qui manque de moyen pour assurer l'accueil touristique et le rayonnement sur le territoire. ✓ Une offre en hébergements plutôt bas de gamme notamment en meublés de tourisme. ✓ Un retard sur le numérique par rapport à des territoires concurrents. ✓ Le train jaune qui ne répond pas aux attentes touristiques. ✓ Des villages hétérogènes dans l'habitat et les matériaux. ✓ Les abords désaffectés de la N116 de Prades à Villefranche de Conflent. ✓ Une offre en éco-tourisme peu développée malgré le PNR et les réserves naturelles ; gîtes Panda, éco-gîtes ...

Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Une situation géographique stratégique. ✓ Une demande citadine croissante de NATURE et ECO-TOURISME . ✓ La volonté de partenariat des territoires voisins pour la mise en place d'une destination touristique. ✓ Le label Grand site de France pour le Canigò. ✓ Le maillage du territoire par les bistrots de Pays. ✓ La croissance de la population séniors sur toute l'Europe. ✓ Le millefeuille administratif qui avec une bonne gestion de la gouvernance peu permettre de décupler les forces du territoire. ✓ Une thématique « Nature » s'inscrivant dans la stratégie du CDT 66 et de la région LR. ✓ Appartenance à la destination « Sud de France » 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Concurrence Andorre, Midi-Pyrénées et Lozère. ✓ Difficulté à déterminer une clientèle type. ✓ Une clientèle de plus en plus exigeante. ✓ La révolution numérique dans le tourisme présente avant, pendant et après le séjour : web 1.0, web 2.0, mobile, géolocalisation, l'e-réputation ...

■ Conclusion

Au regard de ce diagnostic, il semble nécessaire d'élaborer une stratégie de développement touristique au niveau de la communauté de communes du Conflent qui s'articule avec les stratégies du Syndicat Mixte du Canigò, de Pyrénées Catalanes, du département et de la région et de créer une structure touristique intercommunale qui :

- Mettrait en œuvre le plan d'actions touristiques de la communauté de communes du Conflent
- Permettrait de mutualiser un certain nombre d'actions entre les OTSI du territoire
- Serait complémentaire aux OTSI sur les tâches auxquelles ils ne sont pas en mesure de répondre
- Assurerait une couverture d'information et promotion touristique des zones blanches (zones non promues par un OTSI)

2^{ème} partie

STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

du diagnostic au plan d'actions



■ BASES ET POTENTIELS DE FREQUENTATION TOURISTIQUE

Profils clients	Points d'accroche du Conflent	Evaluation des potentiels
Curistes	Stations thermales de Molitg-les-Bains et Vernet-les-Bains : soin des voies respiratoires, des rhumatismes et de la peau.	Activité de fin mars-début avril à fin novembre. Personnes souvent accompagnées, captives pendant 3 semaines, disponibles les après-midi et dimanches.
Résidents plutôt urbains en quête d'espaces verts naturels, de calme, souhaitant se ressourcer. Résidents secondaires sur le Conflent	Qualité fondamentale de l'environnement et des paysages, diversité de l'offre pleine nature. Adeptes des activités de bien-être et d'éco-tourisme.	Activité sur une saison élargie. Courts et moyens séjours. En attente d'offres innovantes
Vacanciers en séjour sur le Conflent	Hébergement et offre « activités et découvertes » diversifiée. Recherche l'authenticité, les produits du terroir et la culture catalane.	Des volumes plutôt concentrés sur la période estivale. Une capacité à faire valoir découvertes et activités pleine nature ainsi qu'un rayonnement vers l'Espagne, l'Andorre, les châteaux cathares, la mer et la montagne. En attente d'offres innovantes
Vacanciers en excursion sur le Conflent Transit et itinérants	Sites ou manifestations clés qui structurent l'excursion de façon spontanée. Train jaune. GR	Des volumes de clientèles soumis à la météo, au fonctionnement du train jaune et sur lesquels on a peu de prise garantie
Clients à la motivation thématique : Pleine nature Patrimoine Culture	Tout le territoire CC Conflent, Canigò Villefanche, Abbayes et plus beaux villages de France Canigò, Prades, Mosset, Eus ...	Des volumes de clientèles assez importants avec des offres clés pour les capter.

■ PROPOSITION D'AXES DE DEVELOPPEMENT

Domaines	Situation	Lignes d'actions
Offres structurantes	<p>Des éléments structurants déjà en place</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sentiers de randonnée - Train jaune - Villefranche , carrefour du territoire, Unesco - Thermalisme et thermo ludisme - Lieux de visite majeurs - Festivals <p>Des éléments structurants à venir</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prolongation de la 116 en 4 voies - Canigò Grand site de France - Destination Pyrénées Catalanes - Pôle culturel autour de la musique et Pablo Casals 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Valoriser les attraits complémentaires du territoire autour des éléments les plus porteurs. ➤ Organiser l'offre par secteur de clientèle. ➤ Organiser le rayonnement sur le territoire.
Hébergements	<p>Un hébergement moyen et bas de gamme</p> <p>De l'hébergement d'appoint à professionnaliser</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Animer la qualification et le positionnement des hébergements en place en accompagnant et formant les socio-professionnels ➤ Impulser et accompagner les projets de création d'hébergements de qualité.
Image et promotion	<p>Des moyens modestes et des actions dispersées</p> <p>Une absence d'image d'ensemble</p> <p>Une offre globale qui manque de lisibilité</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Installer une image touristique du territoire. ➤ S'appuyer sur les atouts transfrontaliers. ➤ Travailler avec les territoires limitrophes à l'échelle d'une destination. ➤ Mutualiser les supports de communication et actions de promotions touristiques. ➤ Mener une démarche de promotion du territoire en partenariat avec le CDT et la Région
Organisation/gouvernance	<p>Un millefeuille administratif avec une multiplicité de structures institutionnelles « s'occupant » de tourisme</p> <p>Des structures d'accueil touristiques dont les moyens ne sont pas proportionnels à la fréquentation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Organiser la gouvernance : qui fait quoi ? ➤ Organiser l'accueil touristique sur le territoire en fonction de sa géographie et de sa fréquentation. ➤ Professionnaliser les structures d'accueil.

■ PROPOSITION D'UN PLAN D'ACTIONS

Axe		Actions	échelle	Gouvernance
Structurer la destination	1.1	Elaborer un schéma local de randonnée pédestre dans un premier temps puis équestre et VTT.	CC /Canigò/ PNR	SM Canigò/Aïco/PNR
	1.2	Développer la destination pêche : aménagement de parcours no-kill, aménagement d'accès, aménagement de site pêche et handicap, labellisation gîte et chambres d'hôtes de pêche, élaboration d'une cartographie et d'un guide de pêche, création d'une école de pêche.	Pyrénées catalanes	Chaque territoire / fédération départementale de pêche
	1.3	Développer la filière thermique Bien-être.	CDT 66	CDT66
	1.4	Structurer l'offre par secteur de clientèles.	CC Conflent	Structure intercom.
	1.5	Couvrir tout le territoire pour la base de données Tourinsoft.	CC Conflent	Structure intercom.
	1.6	Déployer les outils et les solutions techniques du e-Tourisme et m-Tourisme indispensables à la promotion et à la fréquentation du territoire.	CC Conflent	Structure intercom.
	1.7	Elaborer un projet contemporain pour dynamiser la route du fer	Canigò	Canigò
	1.8	Accompagner les collectivités locales en matière de création de structures touristiques et culturelles : <ul style="list-style-type: none"> - Maison Pablo Casals et musique - Base canoës sur la Têt (Prades-Cattlar) 	CC Conflent	Structure intercom.
Animer la montée en gamme des hébergements touristiques	2.1	Inciter à la qualification des hébergements et accompagner les prestataires vers le classement (négociation des tarifs des visites).	CC Conflent	Structure intercom.
	2.2	Inciter et accompagner les hébergeurs à proposer de la réservation en ligne.	CC Conflent	Structure intercom.
	2.3	Animer la mobilisation d'investisseurs extérieurs en matière d'hébergement.	CC Conflent	Service urbanisme CC

Animer la mise en réseau, formation et accompagnement des acteurs du tourisme	3.1	Elaborer un diagnostic numérique du territoire.	CC Conflent	Structure intercom.
	3.2	Formation des acteurs du tourisme (prestataires et OTSI) : accueil, langues, outils numériques, marketing, connaissance du territoire (Eductour, journées portes ouvertes).	CC Conflent	Structure intercom.
	3.3	Elaborer une charte de bonnes pratiques des usagers (prestataires et particuliers pleine nature, pêcheurs, habitants).	Canigò – PNR	Canigò – PNR
	3.4	Organiser des assises du tourisme du Conflent.	CC Conflent	Structure intercom.
	3.5	Elaborer un agenda mensuel des manifestations du Conflent	CC Conflent	Structure intercom.
	3.6	Organiser un Workshop entre les producteurs locaux et les restaurateurs/bistrot de Pays.	CC Conflent	Structure intercom.
	3.7	Inciter les habitants à devenir des ambassadeurs de leur territoire (carte ambassadeur).	CC Conflent puis Pyrénées catalanes	Structure intercom. pilote.
	3.8	Créer un pass Conflent sur un réseau de prestataires distribué par les hébergeurs.	CC Conflent	Structure intercom.
Animer la production	4.1	Création de fiches randonnées diffusées par les OTSI.	CC Conflent	Structure intercom.
	4.2	Elaboration de séjours randonnées : circuits, hébergements, port de bagages, accompagnement par un guide, découvertes, restauration et paniers repas.	CC Conflent	Structure intercom. / Randonade
	4.3	Séjour pêche : montage de produits pour amateurs et accompagnants avec hébergement, pension complète, guide de pêche.	CC Conflent	Structure intercom.
	4.4	Elaborer des packs pour les curistes (activités en complément des cures).	Pyrénées Catalanes	Structure intercom.
	4.5.	Concevoir des packs courts séjours pour les citadins en recherche de nature.	CC Conflent	Structure intercom.
	4.6	Elaborer des partenariats pour la commercialisation des séjours.	CC Conflent	Structure intercom.
Promouvoir la destination	5.1	Créer une charte graphique commune aux OTSI du Conflent et une brochure d'appel commune.	CC Conflent	Structure intercom.
	5.2	Disposer d'une photothèque de qualité sur l'ensemble du territoire.	CC Conflent	Structure intercom.
	5.3	Décliner les supports de communication de chaque OTSI selon la charte graphique.	CC Conflent	/PNR
	5.4	Créer un guide pratique commun.	CC Conflent	Structure intercom.

	5.6	Envisager la création d'un site internet portail et optimiser les sites existants de chacun.	CC Conflent	Structure intercom.
	5.7	Etablir un plan marketing.	Pyrénées catalanes	Structure intercom.
	5.8	Participer à des salons de randonnée et salons de la pêche.	Pyrénées catalanes	Pyrénées catalanes
	5.9	Publireportages dans sites internet et revues spécialisées (communication s'appuyant sur des champions locaux).	Pyrénées catalanes	Structure intercom. Pyrénées catalanes
Créer un observatoire	6.1	Observatoire, veille et évaluation.	CC Conflent	Structure intercom.

■ PROPOSITION D'UN CALENDRIER DE REALISATION

Axe		Actions	avant 2014	2014	2015	2016	2017	2018
1	1.1	Elaborer un schéma local de randonnée péd., vtt, éques.						
	1.2	Développer la destination pêche						
	1.3	Développer la filière thermique Bien-être.						
	1.4	Structurer l'offre par secteur de clientèles.						
	1.5	Couvrir tout le territoire pour Tourinsoft.						
	1.6	Déployer les outils du e-Tourisme et m-Tourisme						
	1.4	Dynamiser la route du fer						
	1.5	Accompagner les collectivités locales en matière de création et d'exploitation de structures touristiques et culturelles :						
		- Pôle Pablo Casals et musique						
		- Base canoës sur la Têt (Prades-Cattlar)						
2	2.1	Le classement des hébergements						
	2.2	Inciter et accompagner les hébergeurs à proposer de la réservation en ligne.						
	2.3	Animer la mobilisation d'investisseurs extérieurs en matière d'hébergement.						

3	3.1	Elaborer un diagnostic numérique du territoire.					
	3.2	Formation des acteurs du tourisme					
	3.3	Elaborer une charte de bonnes pratiques des usagers					
	3.4	Organiser des assises du tourisme du Conflent.					
	3.5	Elaborer un agenda mensuel des manifestations					
	3.6	Organiser un Workshop producteurs /restaurateurs.					
	3.7	Carte ambassadeur					
	3.8	Créer un pass Conflent					
4	4.1	Création de fiches randonnées diffusées par les OTSI.					
	4.2	Elaboration de séjours randonnées					
	4.3	Elaboration séjour pêche					
	4.4	Elaborer des packs pour les curistes					
	4.5	Concevoir des packs courts séjours nature					
	4.6	Elaborer des partenariats pour la commercialisation					
5	5.1	Créer une charte graphique commune aux OTSI du Conflent et une brochure d'appel commune.					
	5.2	Disposer d'une photothèque de qualité					
	5.3	Décliner les supports de communication de chaque OTSI					
		Créer un guide pratique commun.					
	5.4	Créer un site internet commun.					
	5.6	Etablir un plan marketing.					
	5.7	Participer à des salons de randonnée et salons de la pêche.					
	5.8	Publireportages dans sites internet et revues spécialisées					
6	6.1	Observatoire, veille et évaluation.					

 mise en œuvre

 à renouveler

■ SCHEMA D'ORGANISATION DE L'ACCUEIL TOURISTIQUE

L'Organisation de l'accueil touristique doit s'appuyer sur un back office intercommunal qui assure les actions touristiques mutualisées et des lieux d'information touristiques répartis sur le territoire en fonction des entrées de fréquentation et des entrées géographiques. Ces lieux d'informations touristiques doivent être des vitrines du territoire. Ceux-ci peuvent être complétés par un maillage d'information via les bistrots de Pays (réassort régulier en documentation touristique).

Les lieux d'information touristique indispensables au regard de la fréquentation sont :

Villefranche de Conflent : site le plus fréquenté, plate-forme et carrefour du territoire, point d'articulation entre le Bas-Conflent et le Haut-Conflent.

Prades, pour l'entrée depuis le littoral, Perpignan, le Roussillon et Midi-Pyrénées.

St Thomas les Bains, forte fréquentation, entrée depuis la Montagne, l'Espagne et l'Andorre. Il est possible d'envisager une formation du personnel des bains de St Thomas et l'implantation d'un accueil numérique.

Molitg-les-Bains pour la vallée de la Castellane et le public curiste,

Vernet-les-Bains pour la vallée de Cady et le public curiste,

Thues entre Valls/la Carança pour les gorges de la Carança et le Haut-Conflent sachant que la future maison du PNR à Olette pourrait devenir un autre relais avec mise à disposition de documentation.

Les autres lieux d'information sont Casteil, Mosset et Olette.

Compte tenu du rôle de Villefranche de Conflent dans l'accueil touristique et le rayonnement sur l'ensemble du territoire qu'il peut promouvoir, l'équipe d'accueil doit y être renforcée, le local d'information doit y être plus important et clairement identifié, et, un accueil numérique doit compléter les possibilités d'information.

■ MISSIONS DU LA STRUCTURE INTERCOMMUNALE (hors accueil et animation)

Axe		Actions	tps/an 1	tps/an 2	tps/an 3	tps/an 4	tps/an 5
1	1.1	Suivi du schéma local de randonnée pédestre dans un premier temps puis équestre et VTT.	100h	100h	80h	80h	80h
	1.2	Animer le développement de la destination pêche	100h	100h	100h	50h	50h
	1.4	Structurer l'offre par secteur de clientèle	80h	21h	21h	21h	21h
			35h	21h	21h	21h	21h

	1.5	Couvrir tout le territoire pour la base de données Tourinsoft.	170h en +	100h en +	100h en +	100h en +	100h en +
	1.6	Déployer les outils et les solutions techniques du e-Tourisme et m-Tourisme	100h 546h	100h 546h	550h 546h	600h 546h	600h 546h
2	2.1	Inciter à la classification des hébergements et accompagner les prestataires dans cette démarche (négociation des tarifs des visites).	200h/an	150h/an	20h/an	20h/an	20h/an
	2.2	Inciter et accompagner les hébergeurs à proposer de la réservation en ligne.	ANT	ANT	ANT	ANT	ANT
3	3.1	Elaborer un diagnostic numérique du territoire.	ANT 21h/an				
	3.2	Formation des acteurs du tourisme (prestataires et OTSI) : accueil, langues, outils numériques, marketing, connaissance du territoire (Eductour, journées portes ouvertes).	100h/an	100h/an	100h/an	100h/an	100h/an
	3.4	Organiser des assises du tourisme du Conflent.	30h/an	30h/an	30h/an	30h/an	30h/an
	3.5	Elaborer un agenda mensuel des manifestations du Conflent	300h/an	300h/an	300h/an	300h/an	300h/an
	3.6	Organiser un Workshop entre les producteurs locaux et les restaurateurs.	35h/an		25h/an		25h/an
	3.7	Inciter les habitants à devenir des ambassadeurs de leur territoire (carte ambassadeur).	50h/an 15h/an	20h/an 10h/an	20h/an 10h/an	20h/an 10h/an	20h/an 10h/an
	3.8	Créer un pass Conflent sur un réseau de prestataires distribué par les hébergeurs.	50h/an 20h/an	10h/an 10h/an	10h/an 10h/an	10h/an 10h/an	10h/an 10h/an
4	4.1	Création de fiches randonnées diffusées par les OTSI.	90h/an	90h/an	80h/an		
	4.2	Elaboration de séjours randonnées : circuits, hébergements, port de bagages, accompagnement par un guide, découvertes, restauration et paniers		70h/an 20h/an			

	4.3	repas. Séjour pêche : montage de produits pour amateurs et accompagnants avec hébergement, pension complète, guide de pêche.		70h/an 20h/an			
	4.4	Elaborer des packs pour les curistes (activités en complément des cures).	60h/an 20h/an	70h/an 60h/an 20h/an			
	4.5.	Concevoir des packs courts séjours pour les citadins en recherche de nature.		70h/an 20h/an			
	4.6	Elaborer des partenariats pour la commercialisation des séjours.		35h/an	10h/an	10h/an	10h/an
5	5.1	Créer une charte graphique commune aux OTSI du Conflent et une brochure d'appel commune.	Déjà fait				
	5.3	Décliner les supports de communication de chaque OTSI selon la charte graphique.	OTSI	OTSI	OTSI	OTSI	OTSI
	5.4	Créer un guide pratique commun.		100h/an 60h/an	80h/an 35h/an	80h/an 35h/an	80h/an 35h/an
	5.6	Créer un site internet portail.	50h/an	10h/an	10h/an	10h/an	10h/an
	5.7	Etablir un plan marketing + com	20h/an 20h/an	20h/an 20h/an	20h/an 20h/an	20h/an 20h/an	20h/an 20h/an
	5.8	Participer à des salons de randonnée et salons de la pêche (5/an)	200h/an	200h/an	200h/an	200h/an	200h/an
	5.9	Publireportages dans sites internet et revues spécialisées	35h/an	28h/an	28h/an	28h/an	28h/an
6	6.1	Observatoire, veille et évaluation.	120h/an	100h/an	100h/an	100h/an	100h/an
7		Représentation, partenariat (Pyrénées catalanes)	350h/an	300h/an	300h/an	300h/an	300h/an
8		Accueil et information complémentaire sur sites ou manifestations	350h/an	400h/an	400h/an	400h/an	400h/an
9		Gestion administrative et RH Comptabilité/administratif	250h/an 156h/an	250h/an 156h/an	250h/an 156h/an	250h/an 156h/an	250h/an 156h/an
		TOTAL 1,5 ETP direction+ chargé de mission	2786h/an	2786h/an	2736h/an	2711h/an	2736h/an
		0,3 ETP Animateur numérique du territoire	546h/an	546h/an	546h/an	546h/an	546h/an
		0,12 ETP graphiste	225h/an	319h/an	194h/an	114h/an	114h/an
		0,08 ETP Comptabilité/administratif	156h/an	156h/an	156h/an	156h/an	156h/an

■ PROPOSITION DE FONCTIONNEMENT DE LA STRUCTURE INTERCOMMUNALE

- ✓ conservation des OTSI existants sur le territoire
- ✓ création d'une fédération intercommunale de statut associatif, administrée par des administrateurs (élus et socioprofessionnels) de chaque OTSI et PIC et subventionnée par la communauté de communes. Cette fédération assume les missions de la structure intercommunale selon une convention établit avec la communauté de communes.
- ✓ Des conventions sont signées entre cette fédération et les OTSI fixant les engagements des OTSI et PIC par rapport aux actions mises en place ainsi que pour la mise à disposition de personnel sur une base de
 - 1/2 ETP direction/projet mis à disposition par l'OT de Prades
 - 0.12 ETP graphisme/communication mis à disposition par l'OT de Molitg-les-Bains
 - 0,08 ETP Comptabilité/administratif mis à disposition par l'OT de Prades
- ✓ Recrutement d'un chargé de mission par la fédération intercommunale.

