



## VALORISER ET DEVELOPPER LES GITES DU TERRITOIRE DU PAYS TERRES ROMANES

### *BILAN GENERAL, DIAGNOSTIC ET PROPOSITIONS D' ACTIONS*

4<sup>ème</sup> TRIMESTRE 2011

Grâce au soutien financier de :



*Nous remercions tout particulièrement les propriétaires ayant participé aux enquêtes,  
ainsi que les partenaires ayant relayé et distribué l'information.*

*Etude réalisée par Gwénaëlle DOUARD*



# SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION</b> : contexte, territoire, enjeux, sources et limites.....	p.4
<b>Partie 1 : Regards sur le territoire.....</b>	<b>p.6</b>
<b>Chapitre 1 : Présentation du territoire.....</b>	<b>p.6</b>
1.1. Le territoire de l'étude.....	p.6
1.2. Accessibilité du territoire.....	p.6
1.3. Une économie touristique.....	p.7
1.4. L'attractivité de la destination montagne.....	p.8
1.5. De nombreux acteurs touristiques sur le territoire .....	p.9
<b>Chapitre 2 : Présentation de l'offre d'hébergement sur le territoire.....</b>	<b>p.11</b>
2.1. L'Hôtellerie.....	p.11
2.2. Hébergements collectifs.....	p.12
2.2.1. Les résidences de tourisme.....	p.12
2.2.2. Les villages vacances.....	p.14
2.2.3. Les Gîtes de groupe.....	p.14
2.2.4. Hébergements collectifs autres.....	p.14
2.3. Hôtellerie de plein-air.....	p.15
2.4. L'hébergement non marchand, les résidences secondaires.....	p.16
2.5. Synthèse de l'offre d'hébergement sur le Pays Terres Romanes.....	p.18
<b>Partie 2 : l'offre de meubles sur le pays Terres Romanes.....</b>	<b>p.20</b>
<b>Chapitre 1 : Présentation du parc Gîtes de France.....</b>	<b>p.20</b>
1.0. Historique des Gîtes de France dans les Pyrénées-Orientales.....	p.20
1.1. Répartition de l'offre Gîtes de France sur le territoire.....	p.20
1.2. Répartition et présentation des formules.....	p.21
1.3. Capacité .....	p.21
1.4. L'offre de gîtes.....	p.21
1.5. L'offre de chambres d'hôtes.....	p.22
1.6. L'offre de gîtes d'étape.....	p.22
1.7. Evolutions du parc.....	p.23
<b>Chapitre 2 : Les meublés de tourisme et les chambres d'hôtes (hors Gîtes de France).....</b>	<b>p.25</b>
2.1. Présentation de l'offre recensée.....	p.25
2.2. Répartition territoriale.....	p.25
2.6. Classement.....	p.25
2.7. Capacité et types d'hébergements.....	p.26
2.8. Tarifs.....	p.27
2.9. Les chambres d'hôtes.....	p.27
<b>Chapitre 3 : Fréquentation des structures Gîtes de France.....</b>	<b>p.28</b>
3.1. Evolution du taux de remplissage entre 2008 et 2011.....	p.28
3.2. Etude du taux de remplissage selon différentes critères.....	p.28
3.3. Comparaison taux de remplissage Gîtes de France et hébergeurs non Gîtes de France.....	p.30
3.4. Mesures du degré de satisfaction des hébergeurs.....	p.32
3.5. Durée des séjours et période de fréquentation.....	p.34
<b>Chapitre 4 : profil des propriétaires Gîtes de France.....</b>	<b>p.37</b>
4.1. Propriétaires Gîtes de France.....	p.37
4.2. Profil des propriétaires de meublés.....	p.37
4.3. Caractéristiques communes.....	p.37

<b>Chapitre 5 : pratiques des propriétaires.....</b>	<b>p.38</b>
5.1. Utilisation d'Internet.....	p.38
5.2. Mise à jour des disponibilités pour les hébergeurs Gîtes de France.....	p.38
5.3. Modes de réservation Gîtes de France.....	p.39
5.4. Partenariats.....	p.39
5.5. Documentation.....	p.39
5.6. Les courts séjours.....	p.40
5.7. Les tarifs.....	p.40
5.8. Différencier son hébergement.....	p.41
<b>Chapitre 6 : Les propriétaires et le réseau Gîtes de France.....</b>	<b>p.43</b>
<b>Partie 3 : la clientèle.....</b>	<b>p.44</b>
<b>Chapitre 1 : Portraits de la clientèle du Pays Terres Romanes.....</b>	<b>p.44</b>
1.1. D'où viennent-ils? .....	p.44
1.2. Qui sont-ils? .....	p.45
<b>Chapitre 2 : Leur hébergement .....</b>	<b>p.46</b>
2.1. Quel est leur hébergement? .....	p.46
2.2. Comment choisissent-ils leurs hébergements? .....	p.46
2.3. Critères de choix de l'hébergement .....	p.47
2.4. Qu'ont-ils pensé de leurs hébergements? .....	p.47
<b>Chapitre 3: Connaissance du territoire et activités pratiquées.....</b>	<b>p.49</b>
3.1. Prise de connaissance du territoire .....	p.49
3.2. Que connaissaient-ils du territoire? .....	p.49
3.3. .Leurs motivations .....	p.50
3.4. Que font-ils? .....	p.50
3.5. Qu'ont-ils pensé de leur séjour? .....	p.51
<b>Partie 4 : vision de l'avenir pour les hébergeurs et propositions.....</b>	<b>p.52</b>
<b>Chapitre 1 : Vision de l'avenir.....</b>	<b>p.52</b>
<b>Chapitre 2 : Propositions.....</b>	<b>p.53</b>
<b>CONCLUSION GENERALE.....</b>	<b>p.54</b>
<b>Partie 5 : propositions de pistes pour la mise en place d'actions.....</b>	<b>p.56</b>
5.1. Différenciation de l'offre.....	p.56
5.1.1. Mise en place des thématiques « Passion rando-balade » et « Passion pêche ».....	p.56
5.2. Communiquer sur le territoire et dans le territoire.....	p.57
5.2.1. Création d'une carte pass.....	p.57
5.2.2. Création de reportage vidéo.....	p.58
5.3. Créer une vitrine de l'offre.....	p.59
5.3.1. Mise en place de séjours.....	p.59
5.4. Accompagnement des propriétaires.....	p.60
5.4.1. Formations.....	p.60
5.5. Qualification de l'offre d'hébergement sur le territoire.....	p.61
5.5.1. Sensibilisation des propriétaires de meublés non labellisés.....	p.61
<b>Annexes.....</b>	<b>p.62</b>



➤ **Les sources de données utilisées**

- Création de deux questionnaires, l'un à destination de la clientèle et l'autre à destination des hébergeurs (labellisés et non labellisés) afin de mieux appréhender l'offre et la demande ;
- Base de données tourinsoft -base de données du Comité Départemental du Tourisme et des Offices de Tourisme- associée aux données INSEE pour connaître et recenser les autres hébergements du territoire ;
- Logiciel ITEA des Gîtes de France utilisé pour décrire le parc, connaître l'origine de la clientèle et les taux de remplissage.

➤ **Limites des sources de données utilisées**

- Les questionnaires : parmi les retours de la part des hébergeurs, les non labellisés représentent 7%, les hébergeurs labellisés sont donc largement majoritaires.  
De plus, afin de faciliter les réponses, nous avons proposé des échelles dans les questionnaires (Combien de semaines avez-vous louées ? entre 0 et 5 ; entre 5 et 10...etc). Ces échelles de chiffres ne nous permettent pas d'avoir des données précises mais uniquement des estimations.
- Il n'est pas toujours possible de faire des importations des données sur Excel, la récolte des bases de données des Offices de Tourisme et leurs harmonisations ont donc été très longues.
- Le fichier ITEA est mis à jour en permanence (nouvelles structures, départ...etc), de légères différences peuvent par conséquent exister entre les chiffres présentés.

# PARTIE 1 : REGARDS SUR LE TERRITOIRE

## Chapitre 1 : Présentation du territoire

### 1.1. Le territoire de l'étude

Le Capcir, la Cerdagne, le Conflent font partie du Pays Terres Romanes, auquel s'ajoute une partie du Ribéral, à l'extrémité Est.

Le pays est bordé à l'Est par la plaine du Roussillon et l'agglomération de Perpignan et au Sud par le massif du Canigou. La frontière du Nord est délimitée par celle de la vallée de l'Agly, et par celles des régions audoises (Corbières, Massif du Madres, Pays de Sault) et ariégeoises (Donezan, Haute Vallée de l'Ariège). A l'Ouest, le pays Terres Romanes est limitrophe de la principauté d'Andorre et de l'Etat espagnol.

A l'intérieur de son périmètre, le pays regroupe des territoires qui ont chacun leurs spécificités :

- Le Ribéral , un territoire de plaine, qui correspond à une partie de la vallée de la Têt
- Le Conflent peut être divisé en deux entités :
  - Le Bas Conflent qui est la partie plaine du Conflent, qui s'étend de Rodès à Villefranche-de-Conflent
  - Le Haut- Conflent, qui correspond à la partie montagne du Conflent, à partir de Villefranche.
- La Cerdagne et le Capcir coïncident dans les plaines d'altitude situées à l'extrémité Ouest du Territoire
  - La Cerdagne correspond au bassin versant de la haute-vallée du Sègre
  - Le Capcir constitue la haute vallée de l'Aude

### 1.2. Accessibilité du territoire.

#### ➤ Réseau routier

Le territoire du Pays Terres Romanes s'organise autour de la RN116. Cette route va de Perpignan jusqu'à Bourg-Madame. Le relief très marqué qu'elle traverse rend son exploitation délicate. L'itinéraire est soumis à des risques de glissements de terrain, d'éboulements et de chutes de pierres coupant parfois l'accès aux hauts-plateaux. D'autre part, l'exploitation en période hivernale peut être entravée par des véhicules sans équipements spéciaux pour la neige. Pour améliorer les conditions de circulation sur cette route, divers projets d'aménagement ont déjà été réalisés mais d'autres sont encore prévus. L'exploitation de cette route est un enjeu fort pour l'économie touristique du territoire.

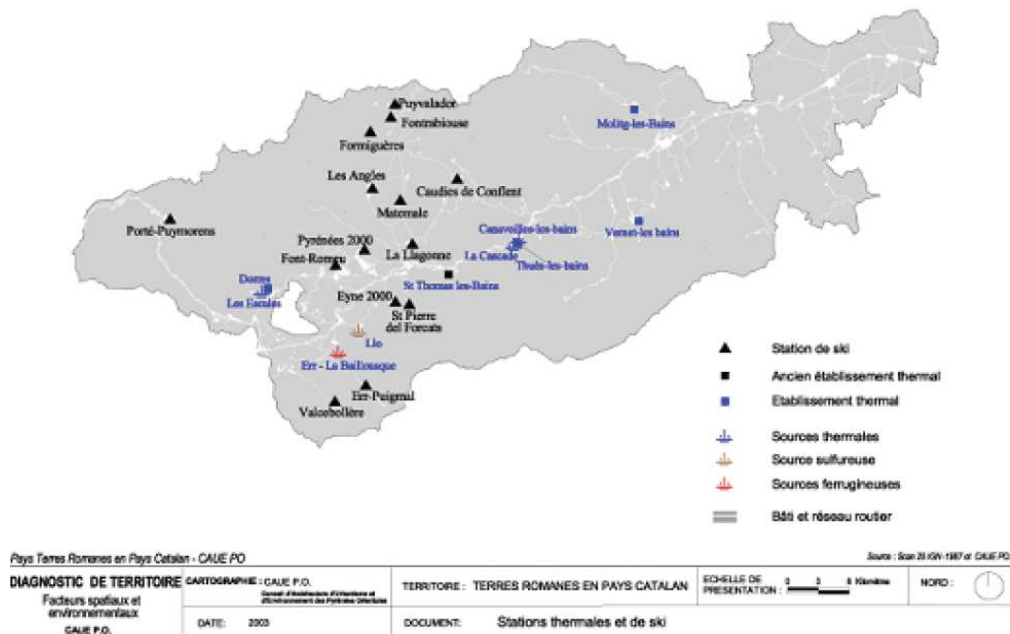
La RN116 rejoint ensuite la RN20, qui de Porté-Puymorens à Bourg-Madame-Puigcerda relie Barcelone à Toulouse.

#### ➤ Réseau ferroviaire

Le célèbre « train jaune » est l'un des points d'attraction de ce territoire. Cette ligne, construite à partir de 1903, relie la gare SNCF de Villefranche-de-Conflent à Latour-de-Carol et dessert toute la vallée. La ligne est en communication avec la ligne SNCF Paris-Toulouse-Latour de Carol et avec la ligne espagnole Puigcerda-Barcelone. Son usage est principalement touristique.

La situation de plateau d'altitude de la Cerdagne lui permet de disposer d'un réseau de communication en lien direct avec la Catalogne du Sud et l'Espagne, et de constituer un véritable territoire de vie transfrontalière.

### 1.3. Une économie touristique



Le territoire dispose d'un potentiel touristique important : richesse des paysages, thermalisme, sites naturels d'exceptions, activités culturelles avec le patrimoine Vauban et l'art roman, ski alpin, randonnées pédestres, pêche, activités d'eaux-vives....etc.

#### ➤ Capcir/Cerdagne

Les entreprises liées à l'activité touristique y sont prédominantes, les activités touristiques principales se déroulent essentiellement durant les saisons d'hiver et d'été.

##### - En hiver

Le tourisme hivernal est l'activité principale de Cerdagne et de Capcir. On y trouve les 8 domaines skiables des Pyrénées-Orientales. Ce sont des stations de moyenne altitude (entre 1500 et 2700 mètres) à taille humaine et familiales. Une étude menée par la CCI<sup>1</sup> estime que 46% du chiffre d'affaires des entreprises est lié à la neige. Actuellement, cette économie connaît un contexte difficile. Aujourd'hui, les stations de montagne s'inscrivent dans un marché mature. La concurrence est rude entre les stations mais également avec des destinations plus exotiques. L'enneigement des stations est de moins en moins garanti, l'offre en hébergement s'intensifie : résidences secondaires, résidences de tourisme.

Depuis quelques années, l'offre s'est diversifiée : ski de fond, raquettes, chiens de traîneaux. Toutefois, cela ne représente encore qu'un complément d'activité au ski alpin.

##### - En été

La fréquentation estivale est plus importante en nombre de séjours qu'en hiver. Les touristes y trouvent de nombreuses activités : espaces naturels de qualité (Carlit, Bouillouses...), train jaune, randonnées, activités de pleines nature....etc.

#### ➤ Conflent

Le territoire du Conflent est moins tourné vers le tourisme que le Capcir et la Cerdagne. Pourtant, on y trouve de nombreuses activités : randonnées, patrimoine culturel, activités d'eau. Le patrimoine naturel, architectural ou historique est de grande qualité. Le Conflent bénéficie de l'emblématique Massif du Canigou, un élément majeur de l'attractivité touristique de ce territoire.

<sup>1</sup> Les retombées économiques des sports d'hiver sur le territoire de Cerdagne-Capcir durant la saison 2007-2008, décembre 2008, CCI.

#### ➤ Riberal/Bas-Conflent

Ce secteur est encore peu tourné vers le tourisme malgré des richesses naturelles et patrimoniales nombreuses : cours d'eau, les orgues d'Ille sur Têt, Força Real.... Cependant, la basse vallée appréhende aujourd'hui le tourisme comme un moyen de se renouveler face à la crise de l'agriculture<sup>2</sup>.

### 1.4. L'attractivité de la destination montagne

La montagne est une destination attractive. Néanmoins, lors des entretiens qualitatifs, certains des propriétaires nous ont dit qu'ils ne croyaient plus en son pouvoir attractif.

Une étude plus large menée par Atout France<sup>3</sup> démontre que cette attirance est toujours d'actualité : 73% des français se déclarent attirés par la montagne et 1 français sur 2 se déclare très attiré. Cependant, cette attirance peine à se transformer en fréquentation puisque la montagne est la dernière destination touristique en terme de fréquentation, en déclaratif<sup>4</sup> comme dans les données de nuitées/séjours. En effet, depuis plusieurs années, différentes destinations se partagent la même clientèle comme la campagne, la mer, les villes ou les pays étrangers. La population qui fréquente la montagne est plus volatile dans son choix de destination que celle qui fréquente la mer par exemple. En outre, la montagne apparaît parmi toutes les destinations possibles pour les vacances d'été comme la moins consensuelle, alors même que le choix des vacances est souvent des choix de groupe.

Par ailleurs, socio-démographiquement, la montagne a tendance à exclure certains profils :

- Les jeunes adultes
- Les seniors
- Les segments plus populaires, du fait de leur pouvoir d'achat

Ainsi, la montagne doit s'engager dans une démarche de séduction vers la clientèle potentielle en se positionnant des points de vue :

- économique (accessibilité financières aux CSP intermédiaires et CSP),
- générationnel (accessibilité pour les différents publics),
- sociologique (ouverture à des publics valorisant moins le standing, la performance, le dépassement de soi, le travail sur le corps, l'écologie pure et dure).

---

<sup>2</sup> En cours en 2011-2012 : formation ADEPFO initié par le pays Terres Romanes relative à la mise en réseau des acteurs du Riberal et du Bas-Conflent et à l'émergence de projets de valorisation touristique des patrimoines

<sup>3</sup> Editions Atout France, Carnet de route de la montagne, pour un développement touristique durable des territoires de montagne, avril 2011.

<sup>4</sup> Rapport entre le pourcentage de fréquentation chez les personnes attirées par la montagne (% de clients) et le pourcentage total d'attirance pour la montagne (% de clients + prospects)



## 1.5. De nombreux acteurs touristiques sur le territoire

De nombreux acteurs agissent à différentes échelles dans le secteur du tourisme.

### ➤ **Pays Terres Romanes**

Le pays s'organise dans une logique de mission, à travers des tâches de coordination, d'animation et de mobilisation des différents acteurs publics et privés du territoire. Aussi, le pays aborde le tourisme, le patrimoine et la culture de manière transversale.

### ➤ **Syndicat mixte Canigó Grand site**

Le syndicat réunit le Conseil Général, l'Office National des Forêts et 37 communes. Il œuvre à la protection et à la valorisation de son massif, notamment par des actions en faveur de l'environnement, la promotion, l'accueil, l'accessibilité et l'animation touristique, les travaux d'aménagements des pistes...etc.

### ➤ **Charte intercommunale de Millas**

C'est une association composée de 7 communes. La charte a pour mission l'élaboration des dossiers de demandes de subventions pour la culture, le tourisme et le patrimoine au sein du territoire. Depuis 2003, elle gère le syndicat d'initiative de Millas.

### ➤ **Charte intercommunale de Vinça (situé à Ille sur Têt)**

La charte regroupe les 18 communes du canton de Vinça. Elle a pour mission de dynamiser l'économie locale, de contribuer à la promotion du tourisme en arrière-pays et de l'élevage dans les zones agricoles.

### ➤ **Charte intercommunale de Cerdagne (Saillagouse)**

### ➤ **Pays d'art et d'histoire vallée de la Têt**

Le label a été obtenu en 1999. Depuis 2002, il est porté par une structure associative qui dispose d'une animatrice du patrimoine et regroupe 8 communes. Il a pour mission : la présentation, la promotion et la communication du patrimoine, la mise en œuvre des programmes de visites de qualité et l'accueil du public, sensibilisation des habitants à leur environnement, la formation des personnels communaux, des médiateurs touristiques et sociaux, des associations, l'initiation des jeunes publics.

### ➤ **Communauté de communes du Conflent**

Ils n'ont pas la compétence tourisme mais réfléchissent actuellement à un schéma de développement touristique.

### ➤ **Communauté de communes Pyrénées-Cerdagne**

Créée en 1996, elle regroupe 13 communes pour développer des projets d'intérêt général au service des 8397 habitants permanents, des séjournants et des vacanciers. Elle assume la compétence tourisme. Elle gère un office de tourisme de pôle.

### ➤ **Communauté de communes Capcir/Haut-conflent**

Créée en 1997, elle regroupe 16 communes ( 2 700 habitants). Elle assume la compétence tourisme.

### ➤ **Le PNR Pyrénées Catalanes**

Situé à l'Ouest du département, le Parc Naturel Régional des Pyrénées Catalanes est un établissement public regroupant 64 communes, 4 communautés de communes et les trois chambres consulaires. Son rôle est de mener la concertation et l'animation des acteurs de son territoire afin de mettre en œuvre les objectifs décrits dans sa Charte. C'est un outil d'aménagement du territoire qui a pour objectif la valorisation des patrimoines naturel et culturel ainsi que les savoir-faire locaux dans le but de promouvoir un développement durable du territoire.

Dans le cadre de ses activités, le parc assure des missions d'accompagnement/conseil auprès des collectivités, d'ingénierie et d'aide au montage de dossiers de demande de subventions pour les collectivités et/ou ses partenaires privés, de mise en œuvre de programmes d'investissements et assure la cohérence des interventions publiques sur les sujets concernés.

➤ **Offices de Tourisme et Syndicat d'initiative du territoire**

On compte 18 Offices de Tourisme, Syndicats d'Initiative ou Points Infos. A ce jour, peu de mises en réseau existent entre eux.

➤ **Pôle touristique pyrénéen du Canigou**

Les pôles touristiques pyrénéens s'inscrivent dans des territoires touristiques, situés en zone de massif, organisés autour de thématiques touristiques fortes ou de sites d'accueil (stations) mettant en exergue des activités ou des produits identitaires du territoire comme les sports d'hiver, le tourisme vert, estival ou patrimonial ou le thermalisme/thermoludisme. Ces pôles touristiques ont pour objet de renforcer la coordination, l'organisation et le développement de l'offre touristique autour de démarches collectives s'appuyant sur des territoires pertinents. Ce programme est porté par le pays Pyrénées-Méditerranée, en partenariat avec le PNR Pyrénées catalanes, le pays Terres Romanes en Pays Catalan et le Syndicat Mixte du Canigou.

## Chapitre 2 : Présentation de l'offre d'hébergement sur le territoire

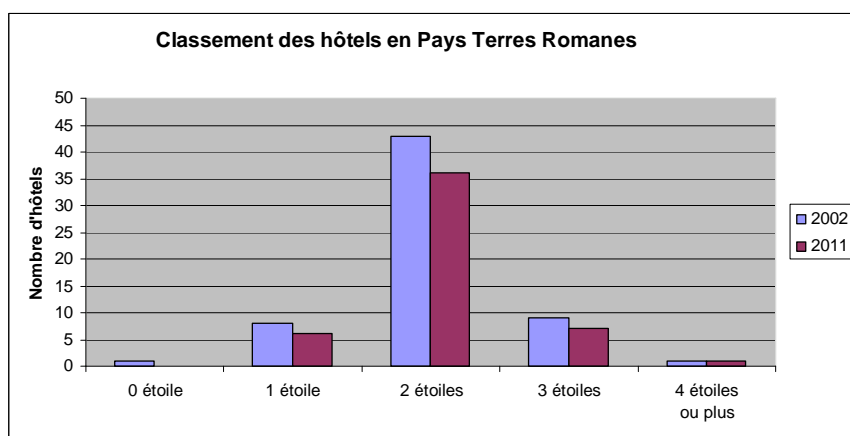
### 2.1. L'Hôtellerie

Au 1<sup>er</sup> janvier 2011, le Pays Terres Romanes disposait de 50 établissements hôteliers<sup>5</sup>, soit 2754 lits. Cela représente 25% de la capacité d'accueil du département en hôtellerie.

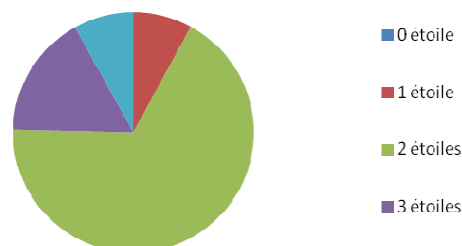
#### ➤ Répartition de l'offre

La majorité de cette offre se concentre en Capcir et en Cerdagne, autour des stations de ski. Sur les 33 hôtels classés, 12 sont situés à Font-Romeu et 4 aux Angles. Il faut noter que certaines stations de ski comme Puyvalador ou Saint-Pierre dels Forçats ne comptent aucun hôtel. En Conflent, les hôtels se concentrent surtout autour des stations thermales : 6 à Vernet-les-bains, 4 à Motlig-les-bains. On trouve également 4 hôtels à Prades.

#### ➤ Classement



Répartition du nombre de lits en fonction du classement



Les hôtels classés deux étoiles représentent la majorité du parc (72%), ils ont une capacité d'accueil de 1992 lits. Il n'y a qu'un seul hôtel classé 4 étoiles. Les hôtels 1 et 3 étoiles se répartissent de manière égale. Il n'y a pas d'évolutions notables entre 2002 et 2011 par rapport au classement.

#### ➤ Capacité

Il apparaît que plus l'hôtel est classé, plus sa capacité d'accueil est importante. Généralement, les hôtels 1 étoile sont de petites structures qui possèdent en moyenne 39 lits. La capacité moyenne d'accueil des hôtels 2 étoiles, qui constituent la majorité du parc, est de 50 lits. Les hôtels possèdent en moyenne 70 lits. L'hôtel 4 étoiles est une grande structure puisqu'il possède 238 lits.

#### ➤ Evolutions

Depuis quelques années, l'offre du parc hôtelier s'affaiblit. 20% du parc a disparu entre 2002 et 2011, ce qui représente une perte de 12% de lits hôteliers<sup>6</sup> par rapport à 2002. L'offre a diminué, notamment dans les villages qui ne sont pas à proximité des pistes : Enveitg, Bourg-madame, Mont-Louis. L'offre hôtelière dans les deux villages récemment labellisés UNESCO a totalement disparu en 10 ans : Mont-Louis et Villefranche-de-Conflent

<sup>5</sup> Sources INSEE : capacité des communes en hébergement touristique au 1<sup>er</sup> janvier 2002 et 2011

<sup>6</sup> Pour calculer le nombre de lits, selon les types d'hébergements, le ministère du tourisme établit des ratios afin de trouver des correspondances (Hôtellerie = nombre de chambres x 2). 1003 chambres en 2002 contre 863 en 2011, soit 140 chambres de moins.

Globalement, l'hôtellerie est vieillissante sur le territoire, notamment autour des stations thermales. Aujourd'hui, l'hébergement hôtelier ne semble plus correspondre aux attentes de la clientèle. En effet, selon l'étude réalisée par la CCI en 2008<sup>7</sup>, on sait qu'en moyenne seulement 8 % des skieurs séjournent à l'hôtel.

En outre, depuis une dizaine d'années, l'hôtellerie et toutes les autres formes d'hébergements sur le territoire sont fortement concurrencés par les résidences de tourisme.

A retenir

### L'hôtellerie

- Affaiblissement de l'offre hôtelière, notamment en dehors des stations de ski.
- Vieillesse du parc hôtelier.

## 2.2. Hébergements collectifs<sup>8</sup>

### 2.2.1. Les résidences de tourisme

Depuis une dizaine d'années, leur implantation se multiplie dans les grandes stations de ski et leur capacité d'accueil généralement importante transforme en profondeur l'offre d'hébergement.

#### ➤ Présentation du parc

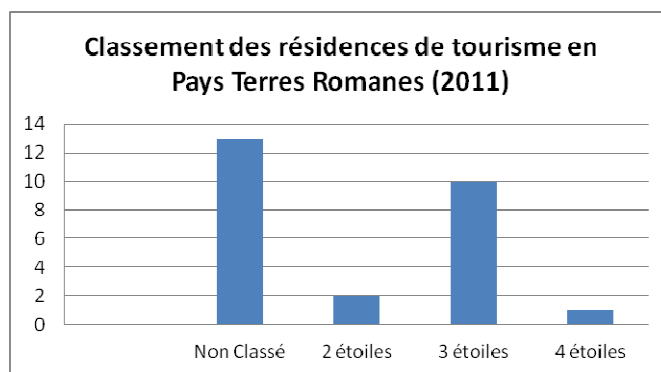
D'après la base tourinsoft du Comité Départemental du Tourisme, le Pays Terres Romanes comptabilise 28 résidences. Il ne nous a pas été possible de connaître le nombre exact de lits de ces résidences<sup>9</sup>. Cependant, afin d'avoir une idée générale de l'offre, nous avons multiplié le nombre des appartements en résidence par 4, en prenant compte les informations dont nous disposions déjà. D'après ce calcul, les résidences de tourisme représenteraient 5345 lits.

On trouve sur le territoire du Pays Terres Romanes, de nombreux grands groupes de résidences de tourisme : Pierre et Vacances, Odalys, Lagrange, Goelia.

#### ➤ Répartition

Ces dernières se situent pour la plupart autour des grandes stations de ski (Font-Romeu, Les Angles, Bolquère) et des stations thermales. Font-Romeu concentre le plus grand nombre, soit 11 au total.

#### ➤ Classement



Près de la moitié de ces résidences ne sont pas classés. Parmi ces dernières, une résidence porte l'écolabel et la marque Accueil Parc. Ensuite, elles sont majoritairement classées en 3 étoiles. 3 sont en cours de classement.

<sup>7</sup> Les retombées économiques des sports d'hiver sur le territoire de Cerdagne-Capcir durant la saison 2007-2008, CCI des Pyrénées-Orientales, décembre 2008

<sup>8</sup> Source tourinsoft du Comité Départemental du Tourisme des Pyrénées-Orientales.

<sup>9</sup> L'information était rarement renseignée dans la base tourinsoft et le ministère du tourisme n'a pas établi de ratios pour ce type d'hébergements.

## ➤ Les disparités de l'offre

Derrière cette appellation « résidences de tourisme » se cachent des réalités très différentes :

### - L'appellation

Ce sont soit des résidences de tourisme (16), des résidences hôtelières (2), des résidences<sup>10</sup>(9) ou des résidences locatives (1).

Ces 3 dernières appellations ne font pas l'objet d'un encadrement juridique au contraire des résidences de tourisme. Ces dernières « sont des établissements commerciaux d'hébergement classé, faisant l'objet d'une exploitation permanente ou saisonnière. Elles doivent avoir au minimum 100 lits. Elles sont constituées d'un ou plusieurs bâtiments d'habitation individuels ou collectifs regroupant, en un ensemble homogène des locaux d'habitation meublés et des locaux à usage collectif. Les locaux d'habitation meublés sont proposés à une clientèle touristique. Ils doivent être équipés d'une cuisine ou d'un coin cuisine et d'un sanitaire privé. La résidence de tourisme est dotée d'un minimum d'équipements et de services communs. Elles sont gérées dans tous les cas par une seule personne physique ou morale.<sup>11</sup> »

### - La taille

Ils existent une grande disparité entre ces résidences. Certaines proposent plus de 148 logements tandis que d'autres ne disposent que de 7 logements.

## ➤ Attractivité de ces résidences

### - Tarifs et flexibilité

	Prix maximum hiver (Pour un hébergement 4 pers.)	Prix maximum été (Pour un hébergement 4 pers.)
<b>Résidences de tourisme</b>	889,75€	624,1€
<b>Meublés Gîtes de France</b>	483,03€	409,51€

Les résidences de tourisme ont une image d'hébergement bon marché. Cependant, un logement en résidence de tourisme, en pleine saison, est environ deux fois plus cher en hiver qu'un meublé Gîtes de France et environ 30% plus cher en été. Ces résidences conservent cette image d'hébergement bon marché en proposant des tarifs d'appel très attractifs en dehors de la pleine saison. Pour les semaines entre le 07/01/2012 et le 20/07/2012 par exemple, les prix d'appel varient entre 152€ et 322€ la semaine. La moyenne de ces prix d'appel est de 250€. Les prix de ces résidences sont également très réactifs en fonction de leur taux de remplissage.

Par ailleurs, ces résidences proposent rarement des tarifs tout-compris. C'est le cas pour au moins 20 résidences sur les 29 étudiés. Les services payants en plus sont généralement le parking, le ménage (optionnel), le linge de maison, l'accueil des animaux, le wifi et la télévision.

### - Services proposés

La tendance dans les résidences de tourisme est d'étoffer l'offre avec des services additionnels : ménage en fin de séjour, achat préalable du forfait, wifi...etc. Par ailleurs, ces résidences proposent pour la plupart des espaces détente avec des spas, des saunas ou une piscine.

### - Réservation en ligne

Quasiment toutes les résidences proposent de la réservation en ligne.

## ➤ Fréquentation

A l'échelle du territoire étudié il n'y a pas de chiffres publiés sur la fréquentation de ces résidences de tourisme pour analyser leur activité. Cependant, d'après certains responsables de stations, les résidences ne semblent pas très satisfaites de leurs taux de remplissage.

<sup>10</sup> Source tourinsoft du Comité Départemental du Tourisme des Pyrénées-Orientales.

<sup>11</sup> Fiche pratique résidence de tourisme proposée par l'observatoire du tourisme des Charentes-Maritimes.

Une enquête réalisée par le Syndicat National des Résidences de Tourisme en mai 2011 évalue le taux d'occupation moyen des résidences de tourisme à la montagne à 59% sur 6 mois, ce qui équivaut à environ 15,34 semaines par an. L'enquête souligne également qu'en été, à la montagne, les saisons sont courtes, les résidences louent essentiellement à partir mi-juillet et les 3 premières semaines d'août.

### 2.2.2 Les villages vacances

On compte 7 villages vacances pour une capacité de 1081 lits. 4 sont dans des stations de ski et 1 est situé en station thermale.

### 2.2.3 Les Gîtes de groupe

On trouve au total 37 gîtes d'étape sur le territoire du Pays Terres Romanes, dont 6 labellisés Gîtes de France, ce qui représente 803 lits.

Ils n'existent pas de texte officiel définissant précisément les gîtes de groupe. On définit généralement deux types :

- Les gîtes d'étapes sont des gîtes de groupe conçus pour l'accueil de passage de randonneurs (pédestres, cyclistes, équestres et autres) à la nuitée. Ils se situent sur un itinéraire de randonnée.
- Les gîtes de séjour sont gîtes de grande capacité permettant d'accueillir, dans de bonnes conditions matérielles et une atmosphère chaleureuse, une clientèle d'individuels ou de groupes. Ces gîtes doivent se composer d'une pièce de séjour, d'un coin cuisine à la disposition des hôtes, de chambres ou dortoirs et de sanitaires privatifs aux unités de couchage ou collectifs.

Les nombreux gîtes d'étape présents sur le Pays Terres Romanes témoignent d'un territoire riche en randonnée. 10 se situent en Conflent et Riberal et 21 en Capcir et en Cerdagne. On trouve cette offre autant dans les grandes stations telles que Font-Romeu, Les Angles, Bolquère ou Vernet-les-bains, que dans des villages plus éloignés des pôles touristiques (Planès, Porta, Mantet, Escaro, Llo).

Deux de ces gîtes sont titulaires de la marque Accueil Parc du PNR des Pyrénées Catalanes, deux sont dotés de la marque Rando-accueil et un de la marque Rando plume.

### 2.2.4 Hébergements collectifs autres

➤ **Refuges gardés**<sup>12</sup>

On compte 7 refuges gardés, pour une capacité de 263 lits.

➤ **Centre de vacances, maisons familiales, accueil pèlerin**<sup>13</sup>

On compte 26 centres de vacances, maisons familiales ou accueil pèlerin pour une capacité d'environ 2033 personnes.

#### *Les hébergements collectifs*

- Multiplication des résidences de tourisme ces dernières années dans les grandes stations de ski
- Image d'hébergements bon marché à modérer : le prix d'un logement en résidence est plus élevé qu'un hébergement Gîtes de France en haute-saison mais ces types d'hébergement proposent des prix très attractifs en dehors des haute-saisons touristiques.
- Les résidences se montrent attractives en proposant des tarifs flexibles, en multipliant les services « à la carte » et en proposant un service de réservation simple et efficace.

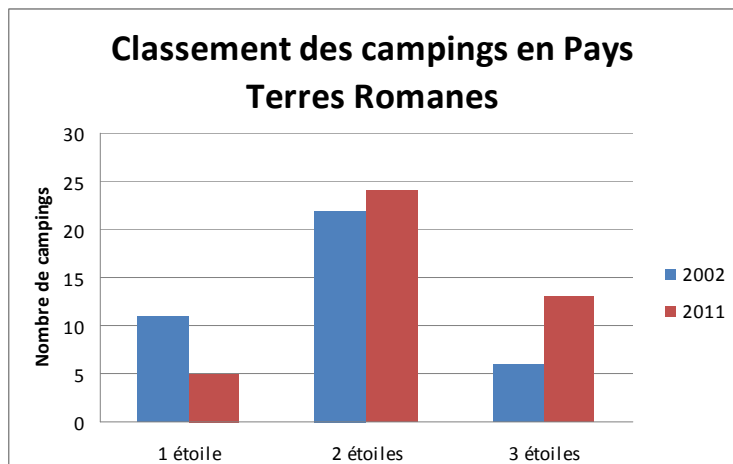
A retenir

<sup>12</sup> Source tourinsoft du Comité Départemental du Tourisme des Pyrénées-Orientales.

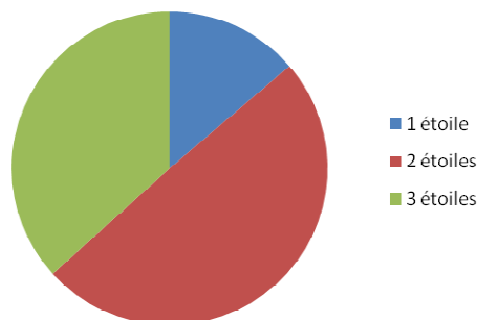
<sup>13</sup> Source tourinsoft du Comité Départemental du Tourisme des Pyrénées-Orientales.

### 2.3. Hôtellerie de Plein-Air

Au 1<sup>er</sup> janvier 2011<sup>14</sup>, le Pays Terres Romanes compte 42 campings, ce qui représente une capacité de 10515 lits<sup>15</sup>, soit 21% de la capacité d'accueil du département. Globalement, l'offre est bien répartie sur l'ensemble du territoire, que ce soit en Capcir/Cerdagne ou en Conflent.



Répartition du nombre d'emplacements en fonction du classement en 2011



Les campings 2 étoiles représentent la majorité de l'offre (54%). Entre 2002 et 2011, le nombre de camping a peu changé mais l'offre du territoire s'est améliorée : il y a plus de campings 3 étoiles et moins de campings 1 étoile. Cette évolution est encore plus nette si l'on regarde la répartition en fonction du nombre d'emplacements. Les emplacements 3 étoiles représentent 36% de l'offre actuelle contre 17% en 2002. Parallèlement, le nombre d'emplacements 1 étoile a nettement chuté passant de 27% de l'offre en 2002 contre 13% en 2011. Néanmoins, la qualité reste moyenne puisque 70% des campings sont classés 1 ou 2 étoiles.

En moyenne, un camping est constitué de 82 emplacements en Pays Terres Romanes. Ce sont donc des campings de petite capacité puisqu'en 2008, la moyenne au niveau départementale<sup>16</sup> était de 178 emplacements par campings.

A l'échelle nationale, le camping remporte un vif succès depuis la crise. C'est également le cas en Pays Terres Romanes puisque le camping en été est l'hébergement le plus plébiscité, après la location saisonnière.

A retenir

Hôtellerie de Plein-Air

- Une offre de qualité moyenne mais qui s'est sensiblement améliorée ces dernières années.

<sup>14</sup> Sources INSEE : capacité des communes en hébergement touristique au 1<sup>er</sup> janvier 2002 et 2011

<sup>15</sup> Pour calculer le nombre de lits, selon les types d'hébergements, le ministère du tourisme établit des ratios afin de trouver des correspondances (campings = nombre d'emplacements × 3).

<sup>16</sup> Sources : observatoire du CDT66

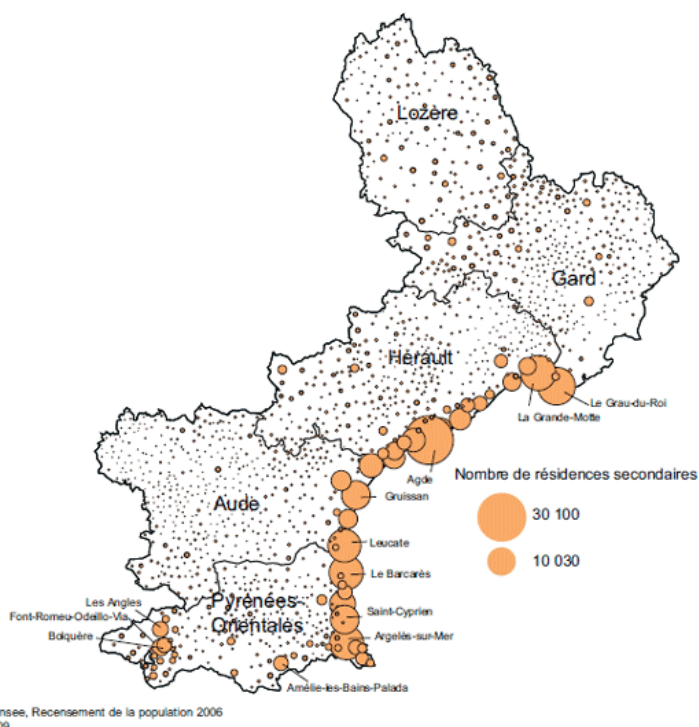
## 2.4. L'hébergement non marchand, les résidences secondaires<sup>17</sup>

Selon l'INSEE, une résidence secondaire est « un logement utilisé pour les week-ends, les loisirs ou les vacances. Les logements meublés loués (ou à louer) pour des séjours touristiques sont également classés en résidences secondaires ». Entre 1999 et 2006, le nombre de résidences secondaires a augmenté de 13% en Languedoc-Roussillon. Avec la Corse, c'est la région où la croissance est la plus importante. Les résidences secondaires y représentent près d'un logement sur 4.

### ➤ Présentation de l'offre

Le Pays Terres Romanes dispose d'un nombre de résidences secondaires conséquents. La part de résidences secondaires est de 47,67% (23 939 résidences secondaires), soit près d'un logement sur deux. En capacité, cela représente plus de 95 756 lits<sup>18</sup>. Entre 2002 et 2011, le part de résidences secondaires a augmenté de 27%, ce qui témoigne d'un taux de progression considérable (de 18 815 à 23 939 logements). La carte ci-dessous publiée par l'INSEE montre bien que la zone Capcir/Cerdagne est particulièrement concernée.

Nombre de résidences secondaires  
dans les communes du Languedoc-Roussillon en 2006



### ➤ Historique

Les résidences secondaires se sont développées suite à l'essor de l'économie liée à la neige, l'ouverture des frontières et l'amélioration des infrastructures routières.

Dans les années 50, les populations de proximité (Toulouse, Albi, Bordeaux, Montpellier, Aude, plaine du Roussillon) achètent des résidences secondaires, notamment pour des séjours climatiques pour les enfants. Les acquéreurs plus récents proviennent de ces mêmes bassins, auxquelles s'ajoutent Nantes, la Belgique, et la Catalogne Sud.

### ➤ Répartition

Sur le territoire étudié, les communes qui se démarquent par un nombre de résidences secondaires très élevées sont : Les Angles (90%) ; Bolquère (87,2%), Caudiès de Conflent (84%), Eyne (87%) ; Sainte-Léocadie (88%) Puyvalador (83,6%). Ces communes se concentrent en Capcir/Cerdagne, sur les cantons de Mont-Louis et de Saillagouse et souvent autour des stations de ski.

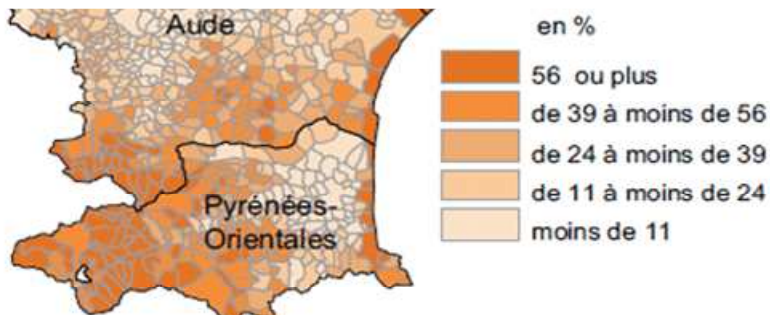
<sup>17</sup> Sources : capacité des communes en hébergement touristique au 1<sup>er</sup> janvier 2002 et 2011

<sup>18</sup> Pour calculer le nombre de lits, selon les types d'hébergements, le ministère du tourisme établit des ratios afin de trouver des correspondances (résidences secondaires = nombre d'emplacements x 5).



Les communes ayant les plus faibles parts de résidences secondaires sont surtout situées en Ribéral et bas-Conflent : Bouleternère (13%), Saint-Feliu d'Amont (11,7%) ; Millas (7,80%), Nefiach (9,80%), Corbère les cabanes (3,8%), Corneilla la rivière (7%), Ille sur Têt (4,5%).

### Part des résidences secondaires dans l'ensemble des logements dans les communes du Languedoc-Roussillon en 2006



Source : Insee, Recensement de la population 2006  
© IGN 2009

#### ➤ La mise en marché des résidences secondaires

Les propriétaires occupant peu leurs logements (en moyenne 39 jours par année pour les communes de Bolquère et Font-Romeu<sup>19</sup>), ils désirent mettre en location leurs logements afin de couvrir les charges liées à la propriété. Certains passent pas des canaux officiels : labels, Offices de Tourisme ou agences immobilières ; mais ils sont nombreux à commercialiser leurs biens par l'intermédiaire de sites de locations en ligne ou en dehors de tous circuits commerciaux. L'étude Atout France pour Bolquère et Font Romeu montre que la part de propriétaires passant par un label ou un office de tourisme est minime (12% de l'offre estimée).

#### *Les résidences secondaires*

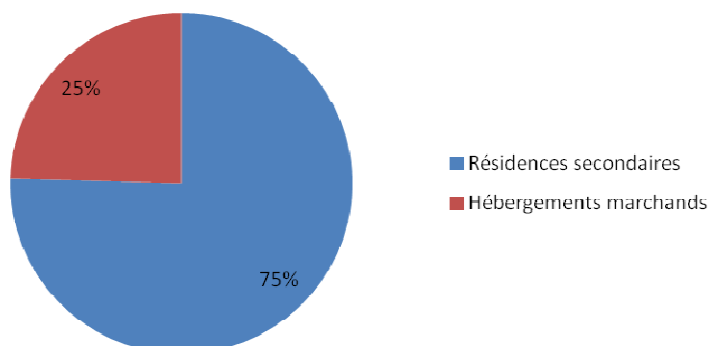
A retenir

- Un nombre de résidences secondaires conséquent en Pays Terres Romanes puisque cela concerne 1 logement sur 2. Le nombre est- très élevé en Capcir/Cerdagne, autour des stations de ski et beaucoup plus faible en Ribéral et Bas-conflent.
- Beaucoup de propriétaires mettent en marché leurs résidences secondaires, sans passer par les canaux officiels d'où la difficulté d'évaluer l'offre de meublés de tourisme.

<sup>19</sup> Etude de l'impact économique des résidences secondaires et analyse de leur mise en marché, stations de Font-Romeu et Bolquère Pyrénées 2000, Atout France, Novembre 2010.

## 2.5. Synthèse de l'offre d'hébergement sur le Pays Terres Romanes

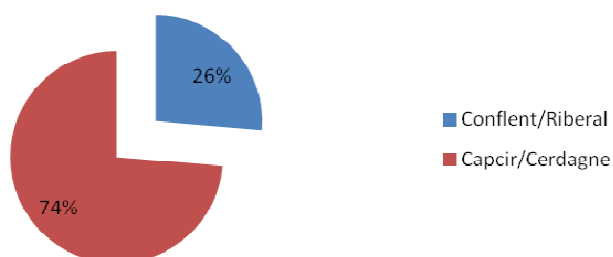
### Part des lits marchands



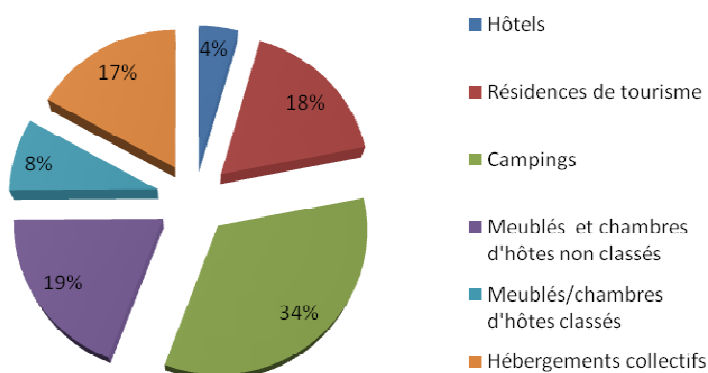
L'hébergement non marchand dispose de la capacité d'accueil la plus importante, puisque cette part représente 3 hébergements sur 4. Le territoire du pays Terres Romanes se distingue nettement par cette forte proportion en hébergement non marchand puisque à l'échelle du département, cette part n'est que de 48%.

Sur le Pays Terres Romanes, c'est le Capcir et la Cerdagne qui concentrent le nombre le plus important de lits marchands avec 22 968 lits contre 8224 pour le Conflent et le Riberal. On constate une forte concentration des lits marchands autour des pôles touristiques que sont les grandes stations de ski (Font-Romeu, Bolquère, les Angles) et les stations thermales (Molitg-les-bains et Vernet-les-bains). Le Riberal dispose de peu d'hébergements marchands.

### Répartition de l'hébergement marchand sur le Pays Terres Romanes



### Répartition des lits marchands



En capacité marchande, les campings offrent le plus grand nombre de lits. Les meublés de tourisme constituent la deuxième offre la plus importante. Il faut également noter la part importante que représentent aujourd'hui les résidences de tourisme principalement en Capcir et en Cerdagne

Entre les deux territoires, on note :

- Une proportion d'emplacement de campings plus importante en Conflent (46% contre 29% en Capcir/Cerdagne) ;
- Une proportion plus importante d'hébergements de groupes en Capcir/Cerdagne y compris les résidences de tourisme, (39% contre 21% en Conflent).
- La même proportion en meublés.
- Une part plus importante de meublés classés en Conflent (14% contre 8% en Capcir/Cerdagne)

## Conclusion

Aujourd'hui, dans le domaine touristique, le territoire de pays Terres Romanes connaît de nombreuses difficultés, notamment dans la zone montagne en Capcir et Cerdagne. Le territoire est riche et les acteurs touristiques sont nombreux mais cette offre reste peu structurée et on constate un manque de concertation entre les différents acteurs.

L'importante part d'hébergement non marchand témoigne du caractère passif de l'accueil touristique de cette partie du territoire. Les hébergements se concentrent autour des principaux pôles touristiques que sont les stations de ski et les stations thermales. L'hôtellerie de plein air, la location saisonnière et les résidences de tourisme sont les hébergements les plus importants en termes de capacité. On note que globalement cette offre reste de qualité moyenne.

# PARTIE 2 : L'OFFRE DE MEUBLES SUR LE PAYS TERRES ROMANES

Dans le cadre de cette étude, nous avons mené une enquête auprès des hébergeurs labellisés et non labellisés. Plusieurs éléments dans la partie ci-dessous sont extraits de cette enquête.

## Chapitre 1 : Présentation du parc Gîtes de France

### 1.0. Historique des Gîtes de France dans les Pyrénées-Orientales

Au début des années 60, le « Comité Départemental Habitat Rural » était en charge d'assister les agriculteurs désirant créer des gîtes sur leurs exploitations agricoles. C'est sous l'impulsion de *Rose De Montella*, basée à Sainte-Léocadie en Cerdagne que le mouvement de création de gîtes va prendre de l'ampleur. Cette dernière mobilise de nombreux propriétaires en Cerdagne. Ainsi, pendant longtemps, l'offre de gîte dans les Pyrénées-Orientales se concentrait essentiellement sur la montagne et le littoral. A cette époque, la montagne proposait même le plus grand nombre de gîtes et constituait le poumon du mouvement des Gîtes. A partir de 1974, le « comité » adhère à la Fédération Nationale de Gîtes de France. Le développement des gîtes dans l'arrière-pays (Conflent, vallée de l'Agly) est plus tardif puisqu'il ne date que des années 1980.

### 1.1. Répartition de l'offre Gîtes de France sur le territoire

	Nombre de propriétaires	Nombre de logements	Nombre de communes	Capacité d'accueil
<b>Capcir/ Cerdagne</b>	84	158 47% de l'offre du PTR	37	822
<b>Conflent/ Riberall</b>	107	177 53% de l'offre du PTR	63	847
<b>Total PTR</b>	191 42% des propriétaires des PO	335 44% de l'offre des PO	100	1669
<b>PO</b>	451	764	326	3802

Le parc des hébergements Gîtes de France sur le territoire du Pays Terres Romanes est constitué de près de 335<sup>20</sup> logements, offrant une capacité d'accueil de 1669 personnes. Les structures situées en Pays Terres Romanes constituent près de la moitié du parc Gîtes de France des Pyrénées-Orientales.

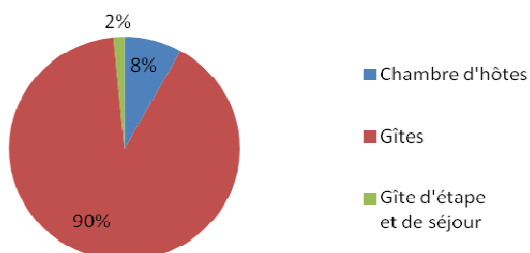
La moyenne est de 5 personnes par hébergement et de 1,75 hébergements par propriétaire, pour le Pays Terres Romanes, comme pour le département des Pyrénées-Orientales. Pour le Conflent et le Riberall, la moyenne est de 4,8 personnes par hébergement et 1,65 hébergement par propriétaire. Pour le Capcir et la Cerdagne, la moyenne est de 5,2 personnes par hébergement et de 1,9 hébergements par propriétaire.

Globalement, le nombre d'hébergements et la capacité d'accueil sont assez bien répartis entre les deux zones.

<sup>20</sup> Liste arrêtée au 2 mai 2011

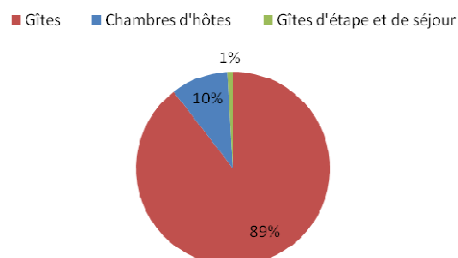
## 1.2. Répartition et présentation des formules

### Répartition des formules Gîtes de France sur le Pays Terres Romanes



La proportion de gîtes et de chambres d'hôtes en Pays Terres Romanes est sensiblement similaire à celle du département des Pyrénées-Orientales. A l'échelle nationale, les gîtes constituent 80 % de l'offre, les chambres d'hôtes 18% et les gîtes d'étape et de séjour 6%. On constate donc que sur le territoire étudié l'offre de

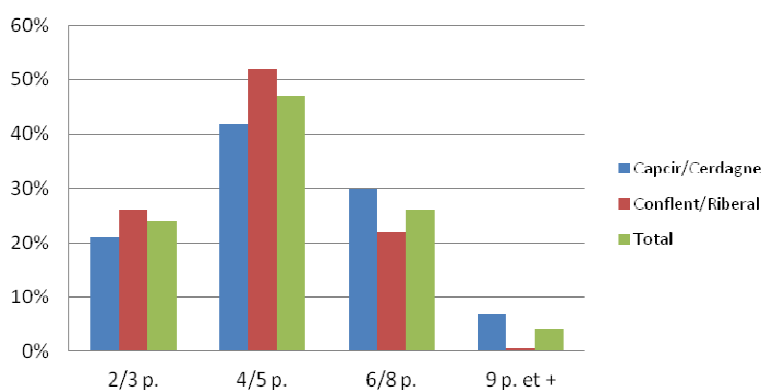
### Répartition des formules Gîtes de France dans les Pyrénées-Orientales



chambres d'hôtes est moins développée que sur le reste du territoire français. Il faut noter que sur les 7 gîtes d'étape et de séjour dans le département, 5 sont situées sur le territoire du Pays Terres Romanes.

## 1.3. Capacité

### Répartition des gîtes selon la capacité



Les logements 4/5 pers. représentent près de la moitié du parc. La zone Capcir/Cerdagne offre plus de logements de grande capacité que le Conflent. On note en Conflent une offre plus importante de logement 2/3 personnes. En effet, cette taille de logement est particulièrement adaptée à la clientèle de curistes qui viennent souvent en couple. En Capcir et Cerdagne, on trouve une majorité de logement de 6 à 8 personnes. Ce type de logement s'adresse plutôt aux familles et/ ou aux amis qui souhaitent se regrouper pour leurs vacances d'hiver

## 1.4. L'offre de gîtes

Proportionnellement au nombre de communes, l'offre en Capcir et Cerdagne est beaucoup plus importante que dans le Conflent et le Riberal qui compte 65 communes contre 35 pour le Capcir et la Cerdagne. L'offre du territoire étudié représente 44% de l'offre départementale.

	Nb de gîtes	Nb de Communes	Moyenne gîtes/commune
<b>Conflent/Riberal</b>	154	65	2.37
<b>Capcir/Cerdagne</b>	150	35	4.28
<b>PO</b>	685	226	3.03

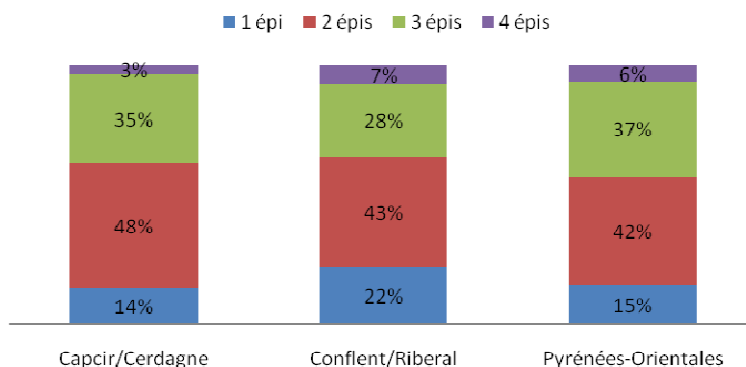
L'ensemble de l'offre de Gîtes est bien réparti sur l'ensemble du territoire Pays Terres Romanes. En Capcir/Cerdagne, 38% des gîtes sont situés dans des stations de ski (Bolquère, Err, Font-Romeu, Formiguères, La Ilagonne, Les angles, Matemale, Saint-Pierre-dels-Forçats). La proportion de gîtes en station de ski est faible car le classement Gîtes de France « villes et stations<sup>21</sup> » est récent (septembre/octobre 2010). En Conflent, 5% des gîtes se trouvent en station thermale (Vernet les bains et Molitg).

<sup>21</sup> L'appartement ou la maison « villes et stations » est un meublé de tourisme situé dans un habitat de qualité, dans une ville de moins de 20000 habitants ou une station balnéaire, de montagne, ou thermale »

## Classement des Gîtes 2011

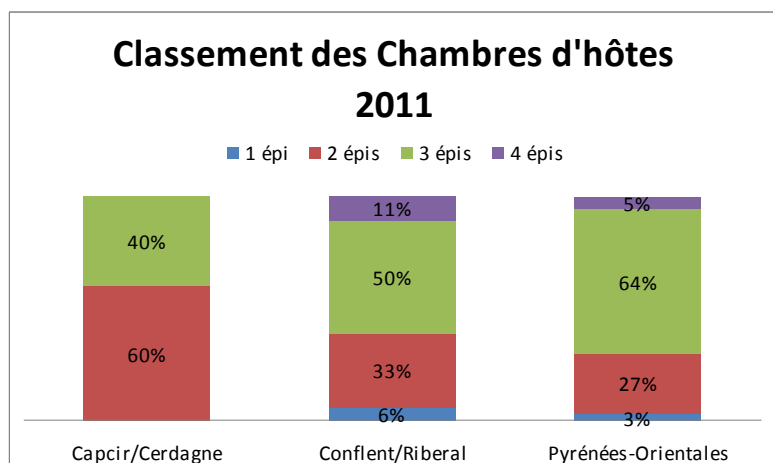
Le classement du parc en Pays Terres Romanes est inférieur au niveau départemental. Les gîtes 1 épi et 2 épis constituent 60% de l'offre contre 55% pour le département.

La proportion de gîte 1 épi est importante en Conflent (22%) et près de la moitié des gîtes sont 2 épis en Capcir/Cerdagne.



### 1.5. L'offre de chambres d'hôtes

Conflent/Riberal	Capcir/Cerdagne	Pyrénées-Orientales
22	5	73



Sur 73 chambres d'hôtes dans les Pyrénées-Orientales, seulement 33% sont en Pays Terres

Romanes. L'offre de chambre d'hôtes est beaucoup plus importante en Conflent qu'en Capcir et Cerdagne.

En Conflent, les chambres d'hôtes se concentrent particulièrement autour de Prades. Parmi ces dernières, de nombreuses structures ont ouvert il y a moins de 5 ans et sont tenues par des propriétaires qui ne sont pas originaires du secteur. On ne trouve pas de chambre d'hôtes 4 épis.

### 1.6. L'offre de gîtes d'étape

Sur les 7 gîtes d'étape du département, 5 sont en Pays Terres Romanes. Ceci s'explique par les nombreux circuits de randonnées que l'on trouve sur ce secteur.

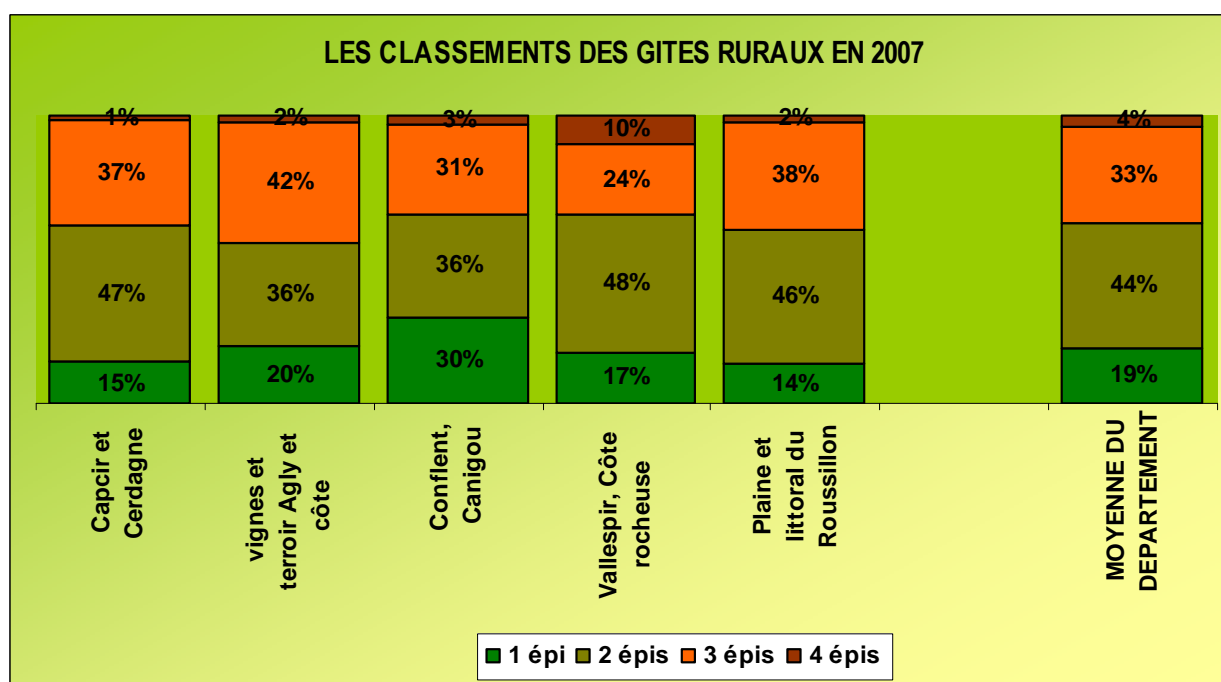
#### Présentation du parc

A retenir

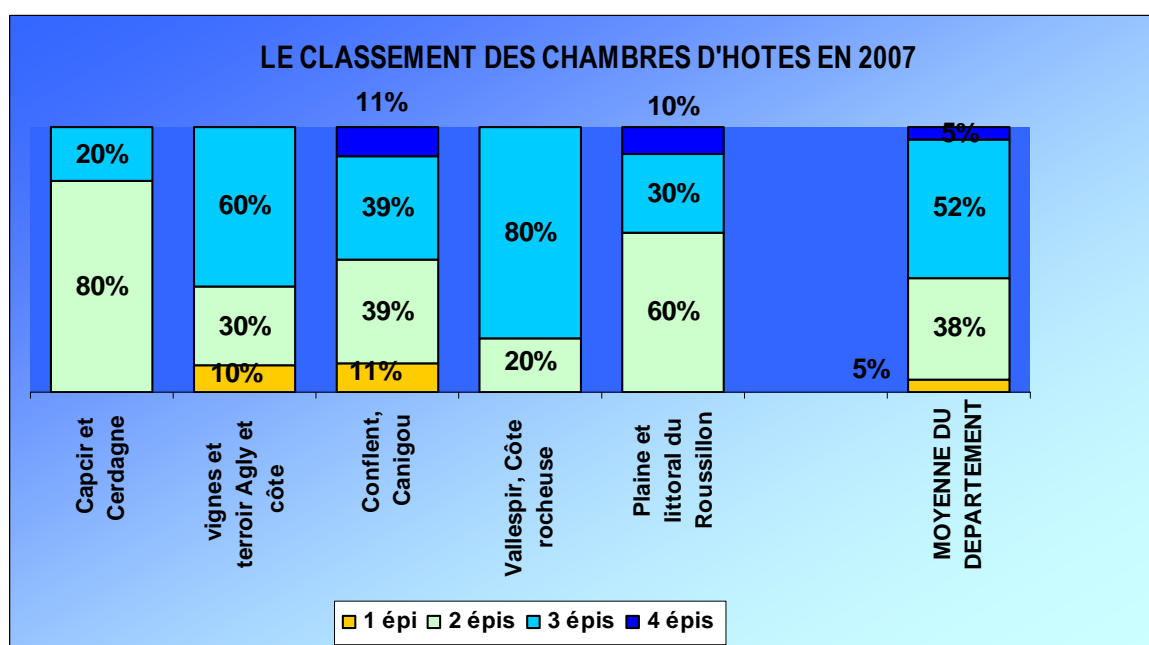
- La moitié des structures Gîtes de France sont situées en Pays Terres Romanes.
- L'offre en chambre d'hôtes est faible en Capcir/Cerdagne par rapport au département
- Majorité des structures gîtes d'étape en Pays Terres Romanes
- Le niveau de classement du parc est inférieur au niveau de classement départemental : proportion de gîte 1 épi importante en Conflent (22%) et de gîte 2 épis en Capcir/Cerdagne (48%)

## 1.7. Evolutions du parc

### ➤ Classement

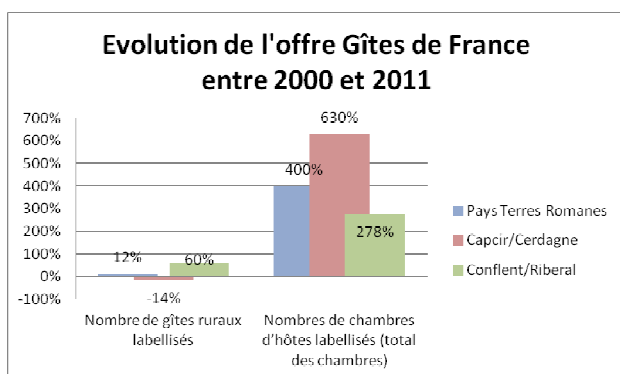


Entre 2007 et 2011, le classement de l'offre s'est globalement amélioré en Conflent. Le nombre de gîtes 1 épi a baissé de 8%, le nombre de gîtes 2 épis a augmenté de 7% et le nombre de gîtes 4 épis de +4%. En Capcir/Cerdagne, l'offre a peu évolué sur la même période : 2% de moins de gîtes 1 épi, une progression des 4 épis (2011 : 4% / 2006 : 1%).



En Conflent, le niveau de classement entre 2007 et 2011 s'est également amélioré. Aujourd'hui, 50% de l'offre est classée 3 épis (contre 39% en 2006). Les chambres d'hôtes 4 épis représentent toujours 11% de l'offre ce qui est le meilleur taux de tout le département. Même si les proportions sont différentes, on note que l'offre de chambres d'hôtes en Capcir/Cerdagne s'est également améliorée : 40% de chambres d'hôtes 3 épis en 2011 contre 20% en 2007.

## ➤ Evolution du parc



Si le nombre des gîtes ruraux se maintient sur l'ensemble c'est grâce au développement du Conflent qui progresse de 60% sur la période. Dans le même temps, en Capcir Cerdagne on note une baisse de 14% alors qu'à l'origine c'était la région la plus dotée.

Les chambres d'hôtes sont le type d'hébergement qui progresse le plus au niveau national et départemental. Le territoire du Pays Terres Romanes ne déroge pas à cette règle avec une progression de 400 % en 11 ans.

On note que la dynamique de création de Chambres d'Hôtes a été particulièrement forte en Conflent et plus particulièrement autour de Prades.

Si l'on regarde de plus près les mouvements du parc, entre 2006 et 2011, on voit qu'en Capcir et Cerdagne le nombre de créations et de cessations s'équilibre, tandis qu'en Conflent le nombre des cessations est largement compensé par le nombre de création.

### Nombre de création et de cessations entre 2006 et 2011 (toutes structures confondues)

	Créations	Cessations	Evolution
Capcir/Cerdagne	39	35	+ 4
Conflent	81	55	+26

### Comment expliquer le manque de dynamisme du secteur Capcir/Cerdagne?

#### - La pression foncière

Il y a peu de foncier disponible en Capcir et en Cerdagne. Une grande partie est composée d'espaces naturels montagnards ou de zones de loisirs et de tourisme. De nombreuses zones sont protégées au titre de l'environnement (loi montagne ou protection des paysages). Les risques et plans de prévention contraignent également les possibilités d'urbanisation. Ces limites à la mobilisation du foncier entraînent une forte hausse du prix du foncier bâti et non bâti<sup>22</sup>. A cela, il faut ajouter une forte dynamique résidentielle du fait du développement de l'économie liée à la neige, l'ouverture des frontières et l'amélioration des infrastructures routières : le parc des résidences secondaires a été multiplié par 10 entre 1962 et 1999. Par conséquent, pour les porteurs de projets, il devient de plus en plus difficile sur ces territoires d'acheter et de créer des structures d'hébergements touristiques.

#### - Le profil des propriétaires

Globalement, d'après le questionnaire réalisé auprès des hébergeurs, on peut dire que les hébergeurs sont plus âgés dans cette zone (46% ont plus de 65 ans), ils adhèrent au réseau depuis longtemps (60% ont plus de 16 ans d'ancienneté) et sont généralement retraités (71%). Au fil des années les structures le plus anciennes dans le réseau cessent leur activité et ne sont pas reprises par les descendants.

### Evolution du parc

-Une grande disparité entre les deux parties du territoire Terres Romanes :

Conflent : un territoire en évolution : amélioration du classement et nombreuses créations.

Capcir/Cerdagne : un territoire en stagnation : peu de nouveaux gîtes, peu d'évolution dans le classement

On peut l'expliquer par la difficulté d'acquérir aujourd'hui un bien dans ce secteur et le profil des propriétaires.

A retenir

<sup>22</sup> Source : Portrait de territoire, Capcir Cerdagne, le foncier, mai 2009, préfecture des Pyrénées-Orientales.



## Chapitre 2 : Les meublés de tourisme et les chambres d'hôtes (hors Gîtes de France)

### ➤ Méthodologie

Afin d'analyser le parc de meublés hors Gîtes de France sur le Pays Terres Romanes, nous avons procédé à un recensement. Nous nous sommes appuyés sur les listings établis par les Offices de Tourisme et Syndicats d'initiative. Les meublés se distinguent des hébergements classiques car ce n'est pas le fait de professionnels du tourisme mais de propriétaires privés qui mettent à la location leur bien immobilier. L'offre de ce secteur n'est pas facilement visible, d'autant plus qu'une partie du parc ne bénéficie pas du classement en étoiles des « meublés de tourisme » et n'est donc pas systématiquement répertorié. Aussi, ce recensement ne saurait être exhaustif.

Toutefois, nous avons considéré ce recensement comme un échantillon qui nous a permis d'obtenir certaines informations : nombre de logements labellisés, catégorie de classement, type de logements proposés, capacité des logements, tarifs.

### 2.1. Présentation de l'offre recensée

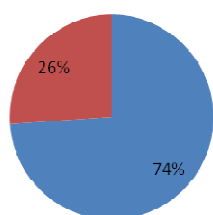
	Nombre de logements recensés	Capacité (en lits)
Conflent/Riberal	347	1405
Capcir/Cerdagne	936	5530
Pays Terres Romanes	1283	6935

Si l'on rajoute l'offre de meublés Gîtes de France (y compris les chambres d'hôtes), le nombre de meublés s'élève à 1612 et la capacité à 8515 sur le Pays Terres Romanes. L'offre de meublés Gîtes de France représente un cinquième de l'offre globale sur le territoire. On compte au total 539 meublés labellisés en Pays Terres Romanes, soit une capacité de 2610 lits ce qui correspond à environ 40% de la capacité recensée.

### 2.2 Répartition territoriale

Répartition des meublés (hors Gîtes de France) sur le Pays Terres Romanes

■ Capcir/Cerdagne ■ Conflent/Riberal

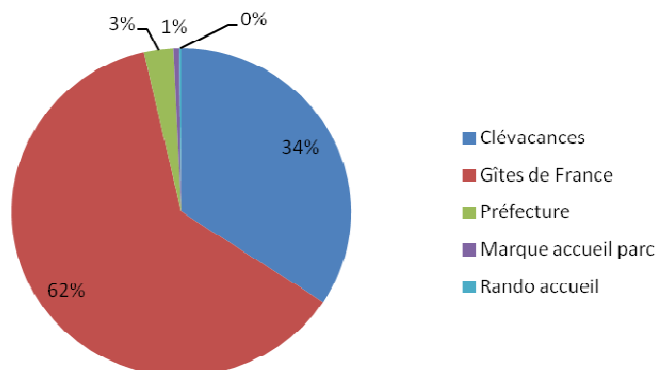


Le plus grand nombre de meublés de tourisme, recensé auprès des Offices de Tourisme du Pays Terres Romanes, est situé dans les grandes stations de ski : Font-Romeu, Bolquère, Les Angles et près des stations thermales : Vernet les Bains, Molitg les bains.

### 2.3. Classement

Par rapport au nombre de meublés recensés auprès des Offices de Tourisme, l'offre de meublés labellisés en Conflent (50%) est plus importante qu'en Capcir/Cerdagne (22%). En dehors du label Gîtes de France, on compte 210 structures labellisées pour une capacité de 1030 lits.

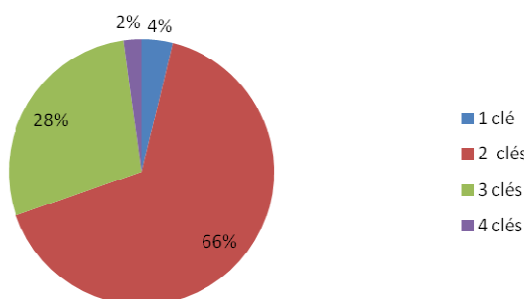
Répartition des meublés classés en Pays Terres Romanes



La majorité de l'offre recensée est non labellisée. Le label Clévacances représente un tiers de l'offre. Le classement préfecture concerne, à ce jour, très peu de logements.

➤ **Le label Clévacances**

**Classement des structures clévacances en Pays Terres Romanes**



Tout comme à l'échelle départementale<sup>23</sup>, on trouve une majorité de meublés classés 2 clés. Le nombre de structures 3 et 4 clés est plus élevé en Capcir/Cerdagne (37%) qu'en Conflent/Riberal (28%). En moyenne, le niveau de classement est supérieur au niveau départemental : 23% de meublés Clévacances 3 et 4 clés.

66% des structures labellisés Clévacances sont situés en stations de ski ou en stations thermales.

➤ **Les meublés classés en préfecture**

Ils sont très peu nombreux : 15 au total. 9 sont classés 1 et 2 étoiles et 6 sont classés 3 et 4 étoiles.

➤ **La Marque Accueil Parc**

La Marque Accueil Parc concerne 3 structures mais 1 seul propriétaire situé à Font-Romeu. 17 structures Gîtes de France sont titulaires de la marque à ce jour.

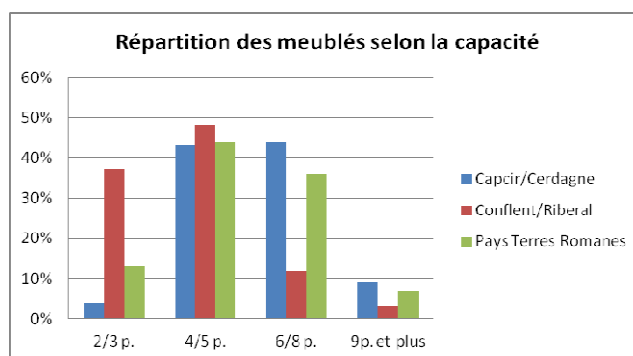
➤ **Rando accueil**

Le meublé labellisé Rando accueil est en Capcir/Cerdagne. C'est une ferme qui propose des studios.

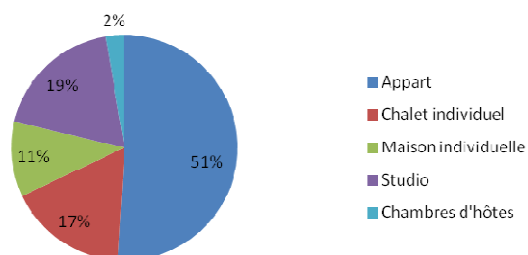
## 2.4. Capacité et types d'hébergements

➤ **Capacité**

La majorité des meublés du Pays Terres Romanes sont des structures de 4/5 personnes, puis de 6/8 personnes. On note en Conflent une offre importante de logement 2/3 personnes. En Capcir et Cerdagne, on trouve une majorité de logement de 6/8 personnes. La tendance est la même que pour les structures Gîtes de France bien qu'elle soit plus marquée pour ces meublés.



**Répartition du type de structures sur le Pays Terres Romanes**



➤ **Types d'hébergements**

Ce sont surtout des appartements<sup>24</sup> qui sont proposés à la location. L'offre de studios est plus importante en Conflent (24%) qu'en Capcir et Cerdagne.

Il faut noter également le nombre de chambres d'hôtes en Conflent : 20 structures soit 6 % de l'offre totale sur cette zone.

<sup>23</sup> Sources CDT : 64% de meublés classés 2 clés dans les Pyrénées-Orientales

<sup>24</sup> Dans la catégorie « appart », nous avons également compté les bas et hauts de chalet ainsi que haut de maison ou rez-de-chaussée de maison.

## 2.5. Tarifs

	Hors Gîtes de France		Gîtes de France	
	Conflent.	Capc/ Cerd.	Conflent	Capc/ Cerd.
4 pers.	351,8€	345,9€	409,51€	480,59€
6 pers.	549,3€	483,9€	513,97€	605,04€
Différence	↘ + 16% en moyenne		↗	

En moyenne, les prix Gîtes de France sont supérieurs de 16% (taux de variation).

Les écarts sont surtout importants pour les meublés 4 personnes.

## 2.6. Les chambres d'hôtes

Il y a 31 chambres d'hôtes en Pays Terres Romanes. Une seule d'entre elles est labellisée Fleur du Soleil, et une autre est titulaire de la Marque Accueil Parc. 20 sont situées en Conflent et Ribéral.

Elles ont une capacité totale de 248 personnes pour 107 chambres au total. Il y a presque autant de chambres d'hôtes labellisés Gîtes de France (27) que de chambres d'hôtes non labellisés en Pays Terres Romanes.

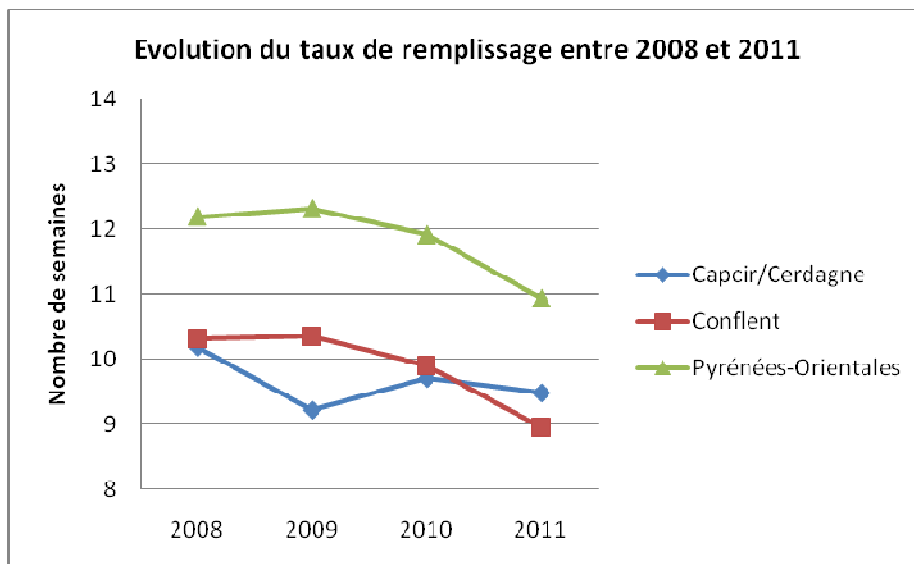
### *Les meublés de tourisme*

A retenir

- Une offre de meublés difficile à mesurer : de nombreuses locations « sauvages ».
- Une offre pas assez qualifiée et des hébergements de qualité moyenne qui peuvent donner une mauvaise image du territoire.
- La plupart des meublés est située en stations de ski ou en stations thermales.
- L'offre se caractérise par une majorité de studios et d'appartements.
- Le tarif d'un meublé est de 16% inférieur en moyenne au tarif Gîtes de France.
- Les propriétaires de ces meublés ont entre 50 et 64 ans, ce sont souvent des propriétaires de résidences secondaires qui louent pour couvrir les charges de leur logement. Aussi, ils n'ont pas les mêmes exigences en termes de chiffre d'affaire et de remplissage.

## Chapitre 3 : Fréquentation des structures Gîtes de France

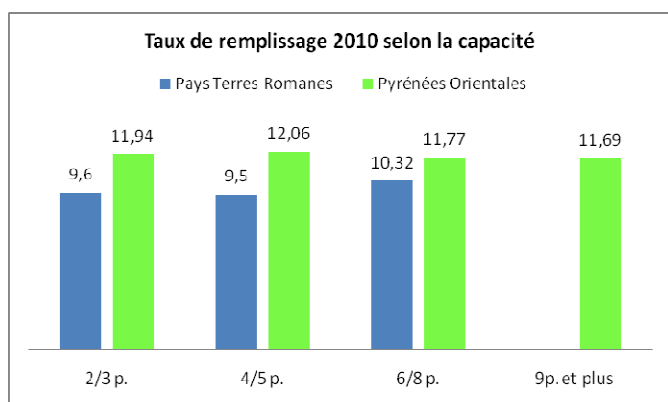
### 3.1. Evolution du taux de remplissage entre 2008 et 2011<sup>25</sup>



Sur les 4 dernières années, le nombre de semaines a baissé pour l'ensemble des zones étudiées. Le département a perdu 1,26 semaine de moyenne entre 2008 et 2011, pour le pays Terres Romanes la baisse est de 1,04 semaine. Cette baisse générale est plus marquée pour le Conflent (1,36 semaines) que pour le Capcir et la Cerdagne (0,7). On note également une baisse constante pour le Conflent tandis que les chiffres de fréquentation de la zone Capcir/Cerdagne, plus soumis aux aléas climatiques sont plus aléatoires.

Globalement, il y a une différence de 2,08 semaines entre la moyenne du Pays Terres Romanes et la moyenne départementale. On observe une baisse entre 2009 et 2010 pour le Conflent mais pas pour le Capcir et la Cerdagne.

### 3.2. Etude du taux de remplissage selon différents critères

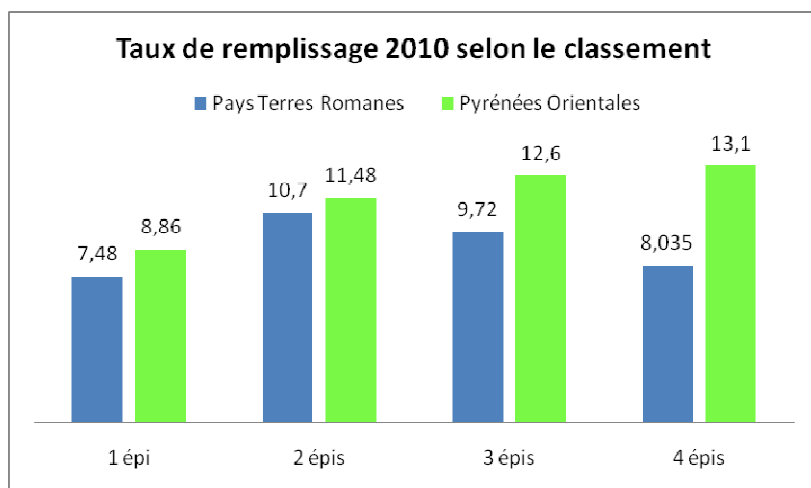


En Capcir/Cerdagne, ce sont les logements de 6 à 8 personnes qui enregistrent le plus de semaines tandis qu'en Conflent, ce sont plutôt les gîtes de 4 à 5 personnes.

A noter : en 2010, il n'y avait pas de gîtes de plus de 9 personnes en service de réservations sur le territoire étudié. En 2011, le taux de remplissage moyen pour les 4 gîtes de plus de 9 personnes est de 9,72.<sup>26</sup>

<sup>25</sup> Chiffres du service de réservations des Gîtes de France des PO

<sup>26</sup> Chiffres arrêtés au 14/09/11



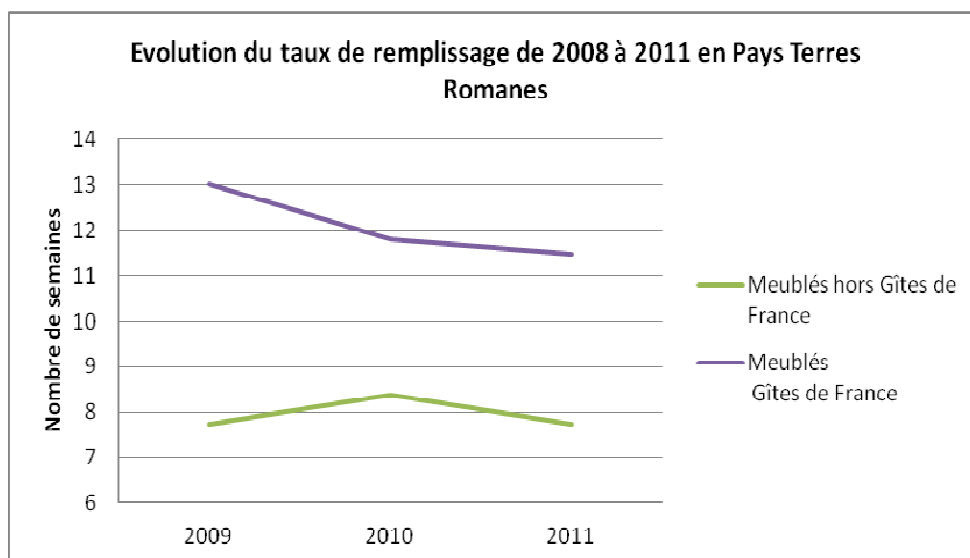
Pour le département des Pyrénées-Orientales, plus la catégorie du gîte s'élève, plus le nombre moyen de semaines louées croît. Ce n'est pas le cas pour le Pays Terres Romanes, où ce sont les gîtes classés 2 épis qui ont le plus de succès. Les Gîtes 1 épis enregistrent de faible taux de remplissage.

#### *Evolution du taux de remplissage*

A retenir

- Baisse du taux de remplissage de 2008 à 2011, même si cette baisse est plus marquée pour le département (1,26) que pour le Pays Terres Romanes (1,04).
- les hébergements du Pays Terres Romanes se louent 2,08 semaines de moins que la moyenne départementale.
- Les logements de 6 à 8 personnes ont le plus de succès, notamment pour le Capcir et la Cerdagne. En Conflent, ce sont plutôt les logements de 4 à 5 personnes.
- Succès des gîtes 2 épis en Pays Terres Romanes, mais faible taux de remplissage pour les gîtes 1 épis.

### 3.3. Comparaison taux de remplissage Gîtes de France et hébergeurs non Gîtes de France (d'après estimation<sup>27</sup>)



Il y a une différence de 4,5 semaines entre un hébergement Gîtes de France et un hébergement non Gîtes de France. L'estimation du taux de remplissage des hébergements hors Gîtes de France est assez faible : 7,9 semaines en moyenne.

Si l'on procède à une analyse par territoire, l'écart se creuse en Capcir/Cerdagne puisqu'il est en moyenne de 6,22 semaines. Il est plus difficile de comparer en Conflent car la plupart des hébergeurs non Gîtes de France qui nous ont répondu sont situés dans les stations thermales, ce qui n'est pas le cas des hébergeurs Gîtes de France. La remontée observée sur le graphique ci-dessus est uniquement due aux hébergements en Conflent.

En comparant les chiffres de la centrale de réservation Gîtes de France avec nos estimations, nous constatons une même baisse générale, toutefois plus marquée de 1,54 semaines (taux de remplissage des loueurs en location directe inclus). Par contre, la baisse entre 2009 et 2010 que l'on constate sur nos estimations apparaît beaucoup moins nettement avec les chiffres de la centrale puisqu'il y a même une légère remontée entre 2009 et 2010.

<sup>27</sup> Méthodologie : Pour connaître le taux de remplissage des hébergeurs, nous avons posé la question suivante :

« Quel était votre taux de remplissage en .... ?  Entre 0 et 5  Entre 6 et 10  Entre 11 et 15  Entre 16 et 20  Entre 21 et 25  Entre 26 et 30  Plus de 30 »

Afin de comparer l'évolution entre 2008 et 2011, nous avons remplacé les échelles de valeur par une valeur médiane. Exemple : entre 6 et 10 a été remplacé par la valeur 8, entre 21 et 25 par la valeur 23. Le calcul suivant a été fait pour obtenir cette courbe :

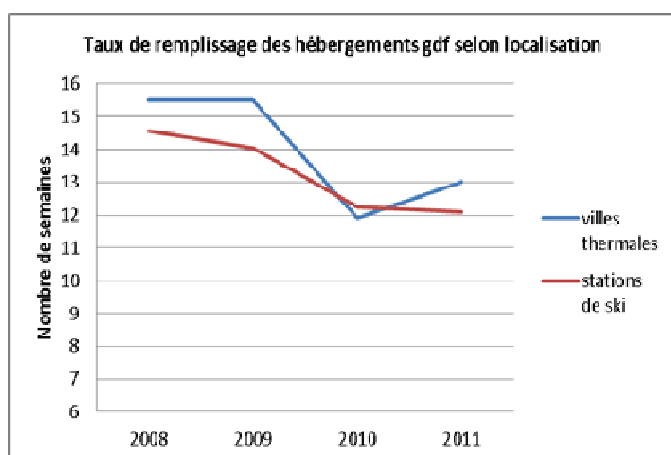
Exemple : moyenne de remplissage à 12.28 semaines (86/7=12.28)

Echelle	Valeurs correspondantes	Effectifs	Total
Entre 6 et 10	8	5	40
Entre 21 et 25	23	2	46
Total		7	86

Effectifs x valeurs correspondantes = Total

Moyenne de remplissage = Somme des totaux/ effectifs totaux

➤ **Analyse du taux de remplissage en fonction de la localisation**

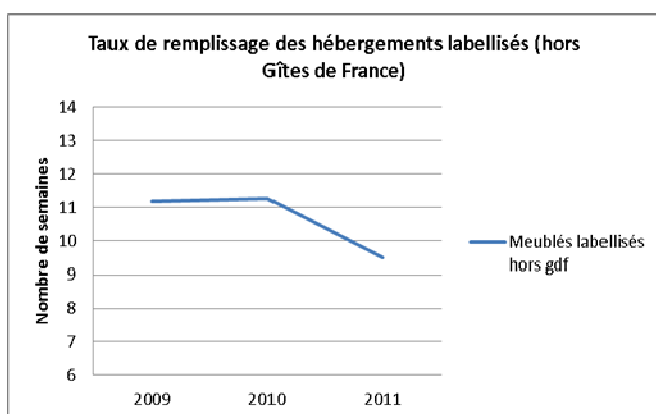


En stations thermales, le taux de remplissage est supérieur de 1,6 semaines par rapport à la moyenne globale en pays Terres Romanes. Ces stations bénéficient d'une clientèle de curistes, qui pratiquent des longs séjours (3 semaines). La chute a été forte entre 2009 et 2010 mais la fréquentation semble remonter.

En stations de ski, le taux de remplissage est supérieur de 0,8 semaine par rapport à la moyenne globale en pays Terres Romanes. Par rapport à la moyenne du taux de remplissage des hébergements en Capcir/Cerdagne, la différence est de 3,29 : Cela

montre que ce sont les structures situées en dehors de stations qui subissent, en première, la baisse générale. Il faut également noter une nette baisse des taux de remplissage entre 2008 et 2011 : 2,5 semaines.

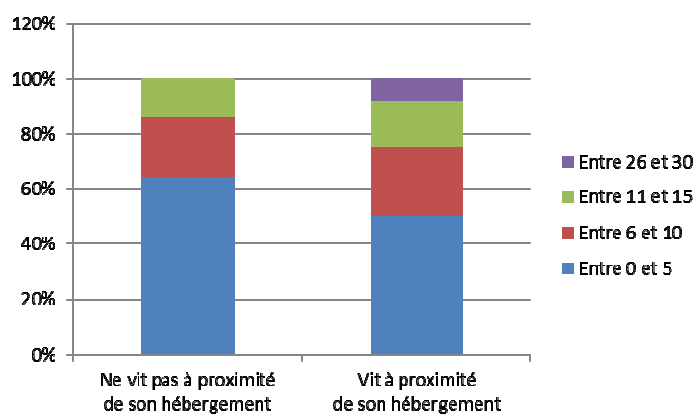
➤ **Analyse du taux de remplissage en fonction du label**



D'après les structures<sup>28</sup> qui nous ont répondu, on estime la moyenne de 10,64 semaines pour les meublés labellisés Clévacances ou classés en préfecture. Aussi, globalement les meublés labellisés ont de meilleurs taux de remplissage que les non labellisés

➤ **Analyse du taux de remplissage en fonction de la proximité de l'hébergeur**

Pour les hébergeurs hors Gîtes de France, on constate un meilleur taux de remplissage pour les hébergeurs vivant à proximité de leur hébergement. En effet, la gestion d'un hébergement, l'entretien, les réservations sont plus difficiles à gérer à distance d'où des taux de remplissage moins performants. La proximité permet également plus d'adaptabilité et de réactivité pour répondre aux demandes de dernière minute qui se développent.



<sup>28</sup> Nous ne nous permettons pas de comparaison avec les meublés Gîtes de France car l'échantillon de meublés Clévacances ou préfecture est trop faible pour réaliser une vraie évaluation.

### ➤ Baisse du taux de remplissage depuis 2008

De manière générale, on constate depuis 2008, une nette baisse des taux de remplissage. En effet, depuis la crise de 2008, les français partent moins en vacances. En 2011, selon le cabinet protourisme<sup>29</sup>, 66% des français avaient l'intention de partir en vacances, contre 72% en 2010, soit 3 millions de français en moins. Selon une autre étude menée par le cabinet Benchmark, le budget transport et loisirs sur le lieu de vacances devait rester stable. C'est sur le budget hébergement que les français prévoient de faire des économies, en comparant les prix, en profitant des offres de dernière minute ou en réduisant la durée de leur séjour. Cette tendance est assez nouvelle. Avant 2010, les français prévoient plutôt de faire des économies sur la restauration<sup>30</sup>. La crise aurait « accentué les arbitrages structurels en défaveur des besoins de base en faveur de la réalisation de soi ». Cela « passe par un usage du temps afin de vivre des expériences ». Les français, tout profils confondus, ne veulent pas réduire leurs dépenses « plaisir » (restauration et activités de loisirs) et ce, au détriment de l'hébergement.

#### Taux de remplissage : structures Gîtes de France et non Gîtes de France

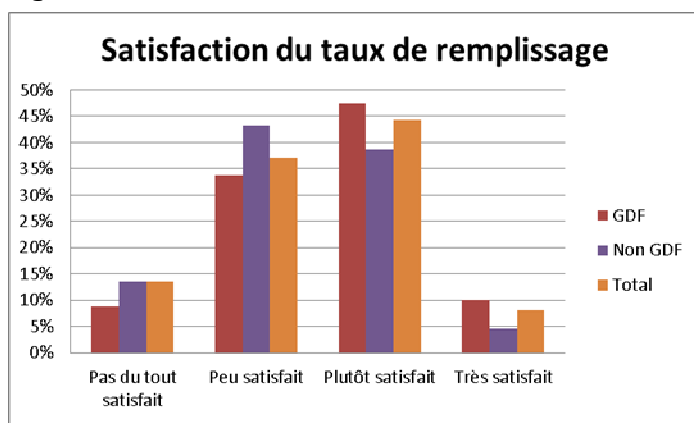
A retenir

- Meilleur taux de remplissage pour les meublés porteurs d'un label
- Les effets de la crise se ressentent : nette baisse des taux de remplissage depuis 2008 (sauf pour les meublés en stations thermales)
- La baisse apparaît plus marquée avec les propriétaires en location directe (1,54 semaine contre 1,04 semaines pour les gîtes en service de réservations)
- Des bons taux de remplissage en stations thermales, grâce à la clientèle de curistes qui séjourne 3 semaines.
- A la montagne, ce sont d'abord les hébergements en dehors des stations de ski qui subissent la baisse.
- Meilleurs chiffres de locations pour les hébergeurs vivant à proximité de leurs structures.

### 3.4. Mesures du degré de satisfaction des hébergeurs

#### ➤ Satisfaction

Tous les hébergeurs confondus, le taux de satisfaction par rapport à leur taux de remplissage est plutôt mitigé : seulement 1 hébergeur sur 2 est satisfait.



#### Tendances de satisfaction



- Zone Conflent/Riberal (66%)
- Chambres d'hôtes (83%)
- Moins de 65 ans (67%)
- Hébergeurs Gîtes de France (57%)
- Adhérents au réseau entre 6 et 25 ans ou depuis moins d'1 an (67%)



- Zone Capcir/Cerdagne (41%)
- Gîtes (47%)
- Plus de 65 ans (37%)
- Hébergeurs hors Gîtes de France (44%)
- Adhérents au réseau depuis plus de 25 ans ou entre 2 et 5 ans (37%)

<sup>29</sup> Trois millions de Français renonceraient aux vacances, Le Figaro, 31 mars 2011.

<sup>30</sup> CREDOC, Enquête « vacances 2010, les contraintes financières favorisent de nouveaux arbitrages » Octobre 2010.



### ➤ Taux de remplissage souhaité

Les propriétaires de meublés hors Gîtes de France souhaitent louer entre 10 et 19 semaines tandis que les hébergeurs Gîtes de France souhaitent plutôt louer entre 15 et 24 semaines. Très peu ont répondu qu'ils souhaitaient louer plus de 25 semaines. En général, les hébergeurs souhaitent plutôt louer deux fois plus. Pour les hébergeurs Gîtes de France, il faut noter une différence entre les deux territoires. Confirmant les tendances de satisfaction, les propriétaires de Capcir/Cerdagne ont plus d'attentes que les propriétaires de Conflent. Tandis qu'en Conflent, ils sont 24% à vouloir louer entre 10 et 14 semaines, ils ne sont que 12% en Capcir et en Cerdagne. De même, ils sont 48% à vouloir louer plus de 20 semaines tandis qu'ils ne sont que 40% en Conflent.

Sur ce territoire, le profil des propriétaires nous montre qu'ils louent depuis de nombreuses années. Ils ont connus de meilleurs taux de remplissage dans les années passées, ce qui peut expliquer qu'aujourd'hui, qu'ils aient davantage d'attentes.

### ➤ Part de l'hébergement touristique dans les revenus

Les revenus apportés par les hébergements touristiques sont considérés plus importants pour les hébergeurs Gîtes de France (60%) que les hébergeurs non Gîtes de France (26%). Ces derniers sont moins satisfaits (37%) des revenus générés par leur hébergement que les propriétaires Gîtes de France (63%).

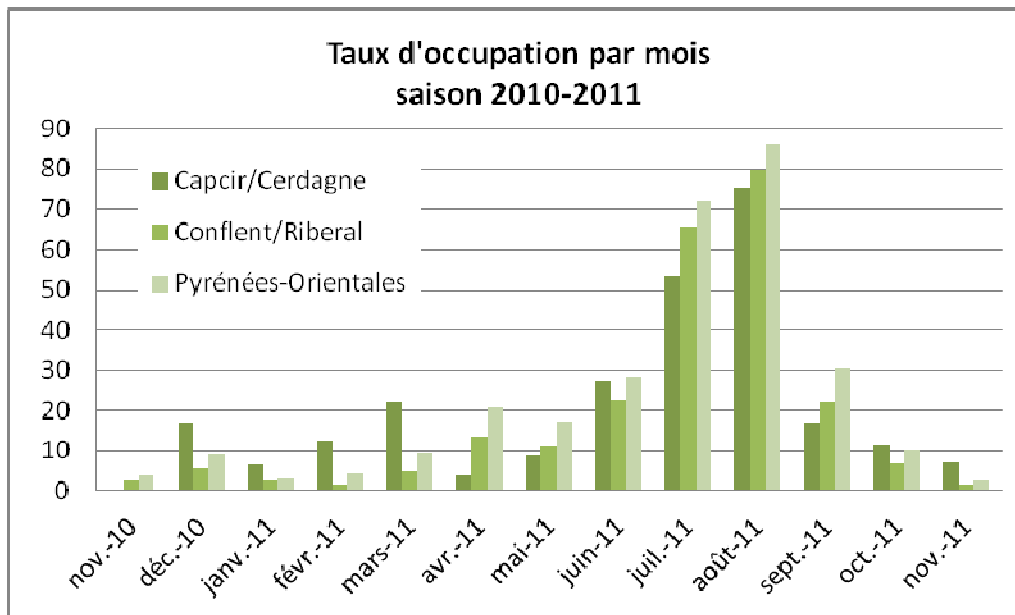
Les propriétaires labellisés ont plus d'attentes en termes de taux de remplissage et de chiffre d'affaires. En effet, souvent, leurs hébergements ne sont destinés qu'à la location. Au contraire, les meublés proposés à la location par les propriétaires non labellisés sont souvent d'abord des résidences secondaires. La mise en location sert à couvrir les charges liées à leurs logements. Ils n'ont donc pas d'attentes très élevées, tant en terme de chiffres d'affaires que de taux de remplissage.

### Degré de satisfaction des hébergeurs

- A retenir
- Un taux de satisfaction mitigé par rapport au taux de remplissage
  - Plus d'attentes de la part des hébergeurs labellisés en termes de chiffre d'affaires et de remplissage.
  - Plus d'attentes de la part des propriétaires de Capcir et Cerdagne : ces derniers louent depuis longtemps et ont été habitués à de meilleurs résultats.
  - Un bon taux de satisfaction pour les chambres d'hôtes (c'est un bon indicateur car nous avons eu peu de retour par rapport à leur taux de remplissage)

### 3.5. Durée des séjours et période de fréquentation

#### ➤ Période de locations des hébergements



Ce sont aux mois de juillet d'août que les taux d'occupation les plus importants sont observés : le mois d'août dépasse même les 70 à 80% de taux d'occupation. On voit nettement sur ces graphiques que la haute montagne a plus de succès en été qu'en hiver. En juillet, les locations commencent surtout à partir de mi-juillet.

En février et mars, le taux d'occupation est plutôt faible. En 2011, les vacances de la zone A (Montpellier, Toulouse) étaient à cheval sur les deux mois. Ce sont surtout ces deux semaines qui se sont louées. Ce graphique confirme la tendance observée par les hébergeurs : le rétrécissement de la saison aux vacances scolaires de la zone A. Ensuite, ce sont les mois de juin et septembre qui se remplissent le mieux. Le Capcir et la Cerdagne se démarquent également au mois de décembre.

De 2009 à 2011, on observe plusieurs évolutions :

- Nette augmentation du taux de remplissage en juin et septembre pour le Capcir et la Cerdagne et stabilisation pour le Conflent. En 2009 et 2010, pour ces deux mois, le taux de remplissage du Conflent était supérieur à ceux du Capcir et de la Cerdagne.
- Baisse du taux de remplissage en février en Capcir/Cerdagne
- Baisse générale des taux de remplissage en juillet et août : en 2008/2009, le taux de remplissage du mois d'août était autour de 90%.

Ce graphique confirme les observations des hébergeurs :

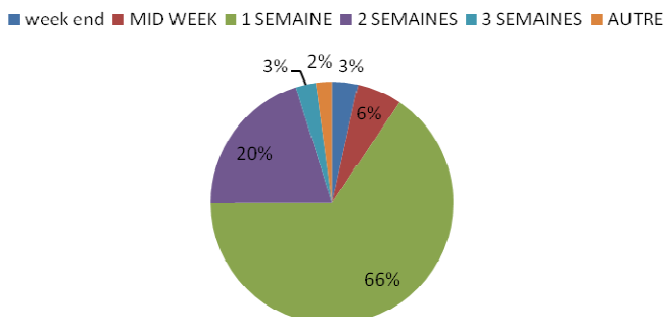
- Rétrécissement des périodes de location, en été, ils louent à partir de mi-juillet et les 3 premières semaines d'août et en hiver, en Capcir et en Cerdagne, ils louent surtout en février les deux semaines de vacances de la zone A.
- Bonne location au mois de juin et septembre en Conflent

Nouveautés :

- Bonne location en juin et septembre en Capcir et Cerdagne

➤ **La durée des séjours**

**Durée des séjours 2011**



La durée moyenne de séjour en 2011 pour le département des Pyrénées-Orientales est de 8,69 nuitées. Si nous cumulons les locations week-end et Mid-week, nous atteignons 9 %. Ce graphique confirme la tendance au raccourcissement des séjours (8% en 2009).

D'après notre enquête menée auprès de la clientèle, on peut dire que la semaine reste la durée de séjour privilégiée (54% de notre échantillon). Comme au niveau départemental, les longs-séjours représentent ¼

des séjours. Quant aux courts-séjours, ils représentaient 12% de notre échantillon. D'ailleurs, les propriétaires ont constaté que les courts-séjours étaient de plus en plus demandés, notamment pendant les ailes de saison.

De plus, face aux incertitudes de la météo, notamment pour les vacances d'hiver, il faut s'attendre à ce que les touristes réservent de plus en plus des court-séjours et ce à la dernière minute.

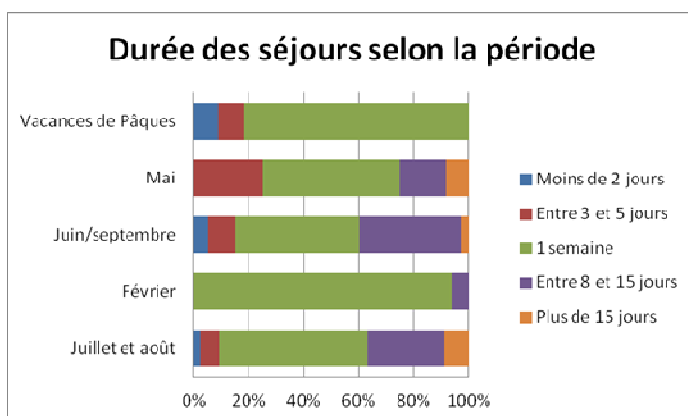
➤ **Durée des séjours selon la période**<sup>31</sup>

Les **court-séjours** se font sur les ailes de saison : le mois de mai arrive en tête des court-séjours (25%).

Pendant les vacances scolaires, on privilégie les voyages à la **semaine**.

Les **longs séjours** se font en juillet et août mais aussi sur les ailes de saisons (mai, juin et septembre).

D'après l'étude de la CCI, la durée moyenne d'un séjour en hiver est de 7 jours. On note quelques différences en fonction des périodes : environ 8 jours en février, de 3 à 7 jours à Noël et plutôt des week-ends en fin de saison. Les court-séjours représentent 11,2% de la totalité des séjours recensés.

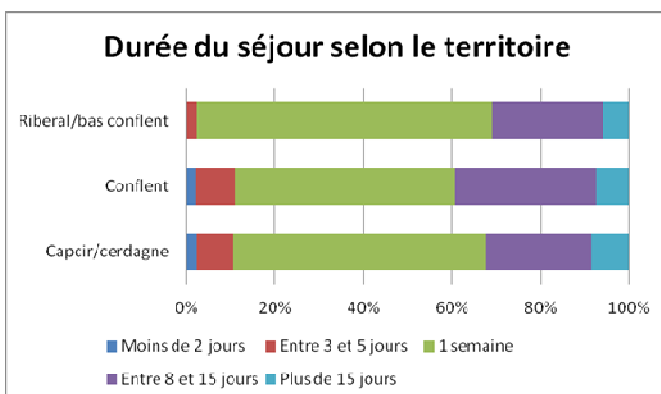


➤ **Durée des séjours selon le territoire**

Les **longs séjours** ont principalement lieu en Conflent, ce qui est sans doute lié à la présence des stations thermales.

Très peu de **court-séjours** ont lieu en Riberal et Bas-conflent.

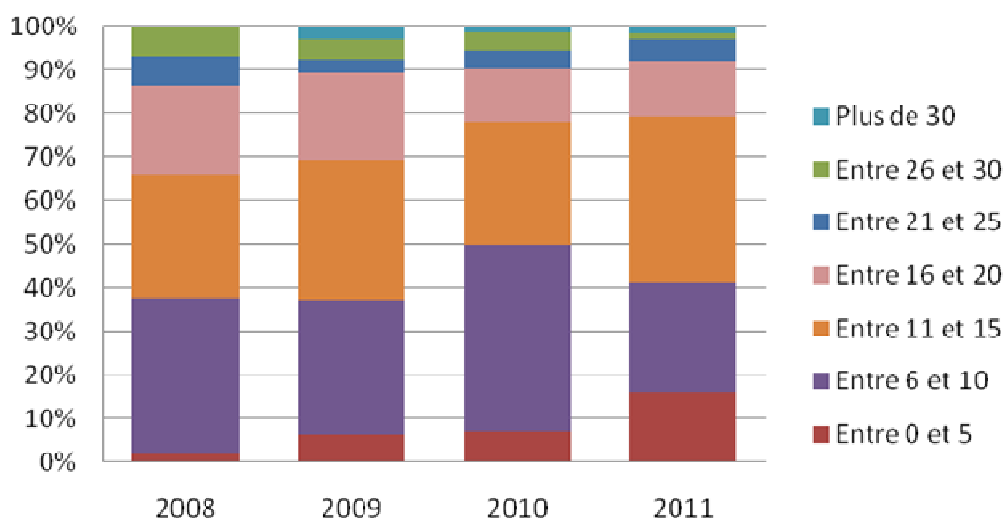
A noter: les 18-34 ans pratiquent davantage le court-séjours et ce sont surtout les plus de 75 ans qui pratiquent le long séjour.



<sup>31</sup> Nous n'avons gardé que les périodes pour lesquelles nous avons un échantillon suffisant.

➤ Le nombre de semaines louées

Répartition par année du nombre de semaines louées



Les durées de location se sont fortement réduites entre 2008 et 2011. Les propriétaires louent de moins en moins plus de 15 semaines.

A retenir

Durée des séjours

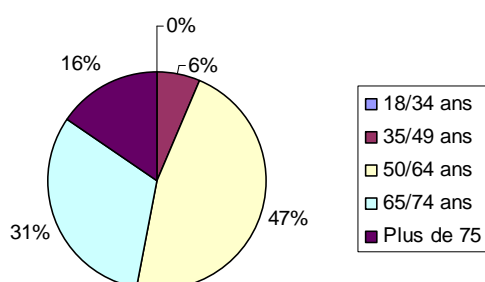
- Développement à prévoir des court-séjours car ils sont de plus en plus pratiqués par la clientèle jeune (18-34 ans).
- Maintien des longs-séjours grâce à la clientèle de curistes des stations thermales.
- Rétrécissement des périodes traditionnelles de location (juillet et août, février) et réduction des durées de location.
- Une clientèle de plus en plus attirée par les ailes de saison, notamment en Capcir/Cerdagne.

## Chapitre 4 : profil des propriétaires Gîtes de France

### 4.1. Propriétaires Gîtes de France

Au 1<sup>er</sup> mai 2011, 191 propriétaires gèrent 334 hébergements. Parmi eux, 25 sont des communes, pour 81 gîtes soit 28% du parc. On constate davantage de communes en Conflent (20% du nombre de propriétaire total).

#### Âges des propriétaires Gîtes de France



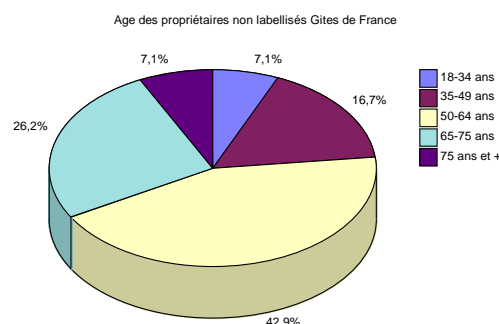
➤ 46% des hébergeurs Gîtes de France en Capcir/Cerdagne ont plus de 65 ans contre 34% pour le Conflent. Les propriétaires en chambre d'hôtes ont entre 50 et 64 ans (4 sur 6)

➤ Environ 1 propriétaire sur 2 est retraité. Ensuite, les secteurs professionnels les plus représentés sont : employés (27%), Agriculteurs, exploitants (15,2%) et professions libérales (11%). On note une majorité de propriétaires retraités en Capcir/Cerdagne: 71% contre 43% pour le Conflent

➤ 70 % des propriétaires Gîtes de France sont originaires de la région (50% pour les propriétaires de meublés hors Gîtes de France.) Une faible part est arrivée depuis moins de 5 ans (entre 5% et 3%). Aucun des propriétaires de chambres d'hôtes ayant répondu n'est originaire de la région.

### 4.2. Profil des propriétaires de meublés hors Gîtes de France<sup>32</sup>

- 33% des propriétaires ont plus de 65 ans. La grande majorité a entre 50 et 64 ans (46%). Ils sont sensiblement plus jeunes que les hébergeurs Gîtes de France : 40% ont entre 50 et 64 ans et 40% ont plus de 65 ans.
- La moitié est retraitée.
- Près de la moitié n'habite pas à proximité de son hébergement touristique
- Souvent des propriétaires de résidences secondaires



### 4.3. Caractéristiques communes

- L'hébergement touristique est un moyen pour eux de conserver leur patrimoine
- Les propriétaires de chambres d'hôtes ont entre 50 et 64 ans et ont intégré leur hébergement touristique à leur projet de vie
- Très peu ont une expérience dans le monde du tourisme (formation ou expérience)

#### Profil des propriétaires

- Les propriétaires sont en majorité retraités. Une grande part est originaire de la région. Le gîte est un moyen pour eux de conserver leur patrimoine.
- Globalement, les propriétaires des hébergements non labellisés sont plus jeunes que les propriétaires des hébergements non labellisés.
- Des propriétaires plus anciens et en majorité retraités en Capcir et en Cerdagne.
- Les propriétaires de chambres d'hôtes sont généralement plus jeunes que les propriétaires de gîtes et ont intégré leur hébergement touristique à leur projet de vie.
- Très peu ont une expérience ou une formation dans le tourisme

A retenir

<sup>32</sup> Sources : étude hébergements labellisés et non labellisés ( les résultats issus de ce questionnaire sont extrapolées à l'ensemble des propriétaires de meublés en pays Terres Romanes)

## Chapitre 5 : pratiques des propriétaires

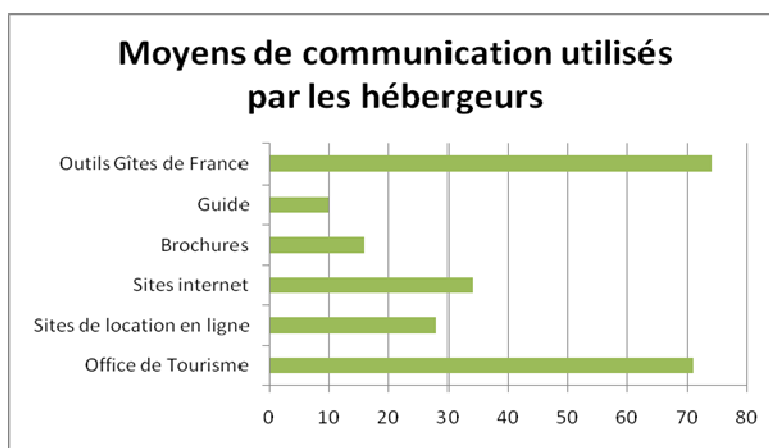
### 5.1. Utilisation d'Internet

#### ➤ Contacter les propriétaires

Sur les 191 propriétaires Gîtes de France, 53 n'ont pas d'adresses e mail, soit 28 % d'entre eux : Ils représentent 34% pour le Capcir et la Cerdagne et 23% pour le Conflent. Par ailleurs, ils sont 40 (21%) à n'avoir ni mail, ni portable : 30 % en Capcir/Cerdagne et 16% en Conflent.

Cela concerne souvent des propriétaires en location directe.

#### ➤ Modes de communication



Les hébergeurs Gîtes de France utilisent principalement les outils de communication du réseau puis localement, en fonction de l'offre à proximité, ils s'inscrivent à l'Office de Tourisme. Les propriétaires non labellisés Gîtes de France interrogés utilisent essentiellement l'Office de Tourisme pour se faire connaître. L'usage d'Internet reste encore faible : 3 propriétaires sur 10.

En comparant les modes de communication avec les taux de remplissage, on observe que les propriétaires qui louent peu n'utilisent souvent que les Outils de communication Gîtes de France, tandis que ceux qui louent plus de 21 semaines multiplient les canaux de diffusion : Internet, sites de location en ligne, outils Gîtes de France, Office de Tourisme...

De plus, selon les propriétaires, les touristes accèdent à leurs hébergements grâce aux Gîtes de France en premier lieu, puis par le bouche à oreille, puis par l'office de tourisme. Nous mettrons un peu plus loin ces résultats en parallèle avec les réponses de la clientèle.

### 5.2. Mise à jour des disponibilités pour les hébergeurs Gîtes de France

	Capcir/Cerdagne	Conflent/Riberal	Pyrénées-Orientales
Dispogîtes	41	14	137
Disphôtes	6	22	83
Total	47	36	220

Les outils dispogîtes et disphôtes permettent aux propriétaires qui ne sont pas en service de réservations de mettre à jour leurs disponibilités sur Internet. Ce module permet de faire remonter les disponibilités sur les sites web des Gîtes de France (national et départemental). En 2011, la totalité des chambres d'hôtes ont eu à leur disposition le module disphôtes suite à l'offre de découverte des Gîtes de France. A cette occasion, un sondage a été fait auprès des

propriétaires de chambres d'hôtes pour connaître leurs opinions. Tous trouvent que le module a de l'intérêt puisqu'il génère plus d'appels et de mails. En revanche, les propriétaires sont souvent réticents au module par rapport au coût et au manque de liberté sur la durée des séjours.

Pour les propriétaires de gîtes, la gestion des plannings en ligne reste encore minoritaire, seulement 10% pour le Conflent et 27% pour le Capcir et la Cerdagne.

### 5.3. Modes de réservation Gîtes de France<sup>33</sup>

<i>Chiffres arrêtés au 14/09/2011</i>	Location directe	Service de réservations
Capcir/Cerdagne	121 (77%)	36 (23%)
Conflent/Riberal	81 (49%)	83 (51%)
Pays Terres Romanes	202 (63%)	117 (37%)
Pyrénées-Orientales	406 (57%)	311 (43%)

La location directe reste le mode de réservation majoritaire des gîtes dans les Pyrénées-Orientales. En Pays Terres Romanes, ce mode de réservation concerne 63% des hébergeurs. Cette proportion est beaucoup plus importante en Capcir et Cerdagne. En Conflent, le pourcentage des propriétaires en service de réservations est supérieur à la moyenne départementale.

Dans l'enquête auprès des hébergeurs, ces derniers souhaitent rester en location directe pour le contact humain, la gestion personnalisée, la flexibilité. En service de réservations, Ils craignent souvent de perdre leur flexibilité et trouvent l'outil cher. Pourtant il a été expliqué à plusieurs reprises que ce coût est avant tout financé par le client puisque la commission du service de réservations est ajoutée au prix souhaité par la propriétaire. Il est essentiel néanmoins que le prix public (prix propriétaire + commission) reste compétitif.

### 5.4. Partenariats

Généralement, les propriétaires ont peu de partenariats avec d'autres hébergeurs, d'autres prestataires touristiques ou des institutions. Le partenariat le plus courant reste celui avec l'Office de Tourisme.

### 5.5. Documentation

Les propriétaires Gîtes de France mettent tous à disposition pour leurs touristes un classeur d'accueil pour présenter l'offre touristique. Ils mettent généralement à disposition de leurs hôtes des brochures, des livres ou des revues sur la région.

Les propriétaires Gîtes de France sont invités tous les ans à la bourse aux échanges organisée par l'UDOTSI<sup>34</sup> pour mettre à jour la documentation touristique avant la saison.

<sup>33</sup> Le service de réservations n'est pas accessible aux propriétaires de chambres d'hôtes.

<sup>34</sup> Union Départementale des Offices de Tourisme et des Syndicats d'Initiative.

## 5.6. Les courts-séjours

On note une demande de plus en plus importante de courts séjours, tant chez les propriétaires en location directe, qu'en service de réservations. Or, en Pays Terres Romanes, seulement 11% des propriétaires acceptent les courts séjours (7,5% en Capcir et Cerdagne et 13.5% en Conflent). Actuellement, c'est le séjour à la semaine qui est privilégié par les propriétaires.

## 5.7. Les tarifs

### ➤ Tarifs tout-compris

Lors de la recherche en ligne sur Internet, le critère « tout-compris » est l'un des plus cochés par la clientèle. Ces derniers sont rassurés de connaître par avance le prix total à payer pour leur location.

En Pays Terres Romanes, seulement 1 propriétaire sur 4 propose des tarifs tout-compris. Généralement, les services facturés en plus sont : linge, service ménage, chauffage et électricité. Certains proposent des services gratuits comme la fourniture du bois de cheminée, l'accès au jardin pour cueillir des légumes. Des services payants nouveaux apparaissent également : une propriétaire propose d'aller faire les courses ou d'aller chercher le forfait de ski avant l'arrivée des touristes.

En Capcir/Cerdagne plus qu'ailleurs les locations en hiver et la consommation de chauffage poussent les propriétaires à faire payer en plus le chauffage et l'électricité. Cependant, il est intéressant de constater que ce n'est pas une spécificité du Pays Terres Romanes, puisque le chiffre est le même à l'échelle départementale.

### ➤ Tarifs

Les prix fixés par les propriétaires ne sont pas toujours en accord avec le lieu de la structure, la période, la taille ou la clientèle visée. En Capcir/Cerdagne, par exemple, il y a peu de variation entre le prix moyenne saison et basse saison, soit en moyenne, une différence de 25€. De nombreux propriétaires proposent d'ailleurs le même prix pour ces deux périodes.

### *Pratique des propriétaires*

- On trouve une majorité des propriétaires en location directe en pays Terres Romanes.
- Difficulté pour joindre certains propriétaires : pas de mails, pas de téléphone portable.
- Beaucoup de propriétaires n'utilisent pas Internet.
- Ceux qui multiplient leur visibilité (Internet, Gîtes de France, Office de Tourisme) louent le mieux.
- La mise à jour des disponibilités reste une pratique minoritaire malgré son intérêt.
- Peu de partenariats des propriétaires avec d'autres prestataires.
- Peu de courts-séjours acceptés.
- Peu de tarifs tout-compris.

*Les propriétaires de ce secteur sont souvent à Gîtes de France depuis un certain nombre d'années, et sont plutôt âgés. Les pratiques touristiques de la clientèle ont beaucoup changé ces dernières années et certains hébergeurs ont des difficultés à s'adapter.*

A retenir



## 5.8. Différencier son hébergement

L'offre de locations saisonnières s'accroît au sein du réseau mais également à l'extérieur. Dans ce contexte, il est important que le propriétaire puisse se différencier.

### ➤ Définition d'une charte autour d'un thème

D'après les questionnaires, on peut dire que pour les propriétaires, la thématique est d'abord un moyen d'apporter une caution éthique à leur démarche et de mettre en avant des valeurs.

- ❖ La marque accueil parc : Le PNR des Pyrénées Catalanes, en partenariat avec la CCI et les Gîtes de France des PO a engagé une démarche visant à attribuer son label « Accueil du Parc des Pyrénées Catalanes » aux hébergements touristiques. Cette marque garantit une certaine qualité d'accueil à dimension humaine et respectueuse de l'environnement. 17 structures Gîtes de France sont titulaires de la marque sur le territoire du parc.



- ❖ Les Gîtes Panda : 3 gîtes Panda ont été recensés. Ce sont des gîtes ruraux, des chambres d'hôtes ou des gîtes de séjour, préalablement agréés Gîtes de France, situés majoritairement sur un territoire de Parc naturel régional ou de Parc national. Tous ces gîtes sont labellisés par le WWF selon les critères suivants :

- Une image de nature, de calme et d'authenticité dominante,
- Le propriétaire du gîte respecte l'environnement et accepte de s'engager pour sa préservation,
- Le propriétaire du gîte connaît ou apprend à connaître son patrimoine naturel et environnemental,
- Le propriétaire du gîte doit intéresser et informer à minima ses locataires sur les richesses patrimoniales et son engagement écologique.

- ❖ Séjour éco-citoyen : Le propriétaire de l'hébergement s'est engagé dans la démarche éco-citoyenne. Il y a 22 structures en Pays Terres Romanes sur les 37 gîtes affectés à cette rubrique.



- ❖ Bienvenue à la ferme : Le Pays Terres Romanes compte 12 structures Bienvenue à la ferme. Deux des propriétaires interrogés soulignent que ce réseau leur apporte une bonne visibilité. Les touristes qui viennent par ce biais recherchent la rencontre avec les gens du terroir, aiment le contact avec les animaux et veulent goûter aux produits de la ferme.

- ❖ Ecogîte : Un hébergement Ecogîte® est un hébergement labellisé Gîtes de France conçu ou restauré selon des techniques ou matériaux reconnus comme ayant un faible impact sur l'environnement de sa construction à sa déconstruction. Il y a une seule structure « écogîte » dans le département à Fillols. C'est une chambre d'hôte. D'après le propriétaire, ce thème attire essentiellement des clientèles de l'Europe du Nord. De plus, le nom du label entraîne des confusions puisque les touristes pensent que la structure est un gîte.



- ❖ Charme : Cette thématique est destinée aux structures de caractère, alliant confort et charme de 3, 4 ou 5 épis. On trouve 7 structures charmes dont 3 maisons d'hôtes charme, 1 maison d'hôte château et 3 gîtes de charme.

- ❖ Tourisme de terroir : 13 hébergements sont recensés. Les prestataires de ce réseau départemental s'engagent à accueillir leurs clientèles dans la convivialité et la simplicité. Ils s'engagent tout particulièrement à les accompagner et à les guider dans la découverte des produits authentiques de la région. Ils sont les ambassadeurs du réseau et proposent un cadre, une information, un accueil et un service de qualité.



### ➤ Proposer un hébergement insolite

Il n'y a pas d'hébergement insolite dans le département mais le relais départemental y travaille actuellement. Cela concerne des séjours en roulotte, yourtes, etc... pour une expérience hors du commun.

➤ **Proposer des services ou équipements particuliers**

Piscine, sauna, hammam ; logement de plain-pied, ménage fait à la fin du séjour, draps fournis, lits faits à l'arrivée, hébergement tout-compris...

Par exemple, 15 structures sont équipées d'un spa, d'un hammam, d'un jacuzzi, d'un sauna ou d'une piscine intérieure et sont regroupés sous le titre « bien-être ».

➤ **« Impliquer sa personne »**

Le propriétaire peut se différencier en mettant en avant des connaissances et des compétences en proposant des cours de cuisine, la visite d'un lieu, la découverte d'une production agricole...etc. Pour le moment, les connaissances ou compétences des propriétaires sont peu mises en avant.

Le réseau Gîtes de France a également mis en place des thématiques à l'échelle nationale sur son site Internet : randonnées, équitation, Golf, VTT cyclo...etc. Sont inclus dans cette thématique tous les hébergements à 5 km de distance de l'activité concernée. Aussi, si l'on fait une recherche sur le site national et que l'on coche le thème randonnée, on trouvera près de la moitié des hébergements du réseau.

*Différencier son hébergement*

A retenir

- Dans l'ensemble, les thématiques concernent peu de logements.
- Les services « draps fournis » ou « ménage » se développent de plus en plus.
- Des thématiques à l'échelle nationale du réseau qui sont peu porteuses de sens
- 2 moyens de différencier son hébergement ne sont pas encore exploités : les hébergements Insolite et les hébergements ou la mise en avant de connaissance du propriétaire.

## Chapitre 6 : Les propriétaires et le réseau Gîtes de France

La majorité a entre 6 et 15 ans d'ancienneté (42%). Les propriétaires adhèrent au réseau depuis plus longtemps en Capcir/Cerdagne qu'en Conflent/Riberal. Ils y sont pour le gage de qualité/le sérieux de la marque et sa renommée.

Il est intéressant de voir que selon l'ancienneté, ils ont des attentes différentes par rapport au réseau :

Ancienneté	3 <sup>ème</sup> raison de l'adhésion
Moins d'un an	Conseils personnalisés apportés aux adhérents et suivi de l'activité
Entre 2 et 5 ans	Valeurs du réseau
Entre 6 et 15 ans	Service réservation
Entre 16 et 25 ans	Valeurs du réseau
Plus de 25 ans	Attachement

9 propriétaires sur 10 sont satisfaits du réseau.

Raisons des propriétaires satisfaits	Raisons des propriétaires peu satisfaits
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gage de qualité</li> <li>- Renommée</li> <li>- Clientèle Gîtes de France agréable</li> <li>- Moyens de communication</li> <li>- « propose des actions pour améliorer nos locations »</li> <li>- Gestion sérieuse</li> <li>- Equipe à l'écoute (conseils, aides, amabilité...etc)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pas assez de proximité (« application de démarches nationales »)</li> <li>- Taux de remplissage</li> <li>- Manque de communication</li> <li>- Manque de partenariats (CDT, voyageur)</li> <li>- Site internet</li> <li>- Coût des prestations Gîtes de France</li> </ul>

# PARTIE 3 : LA CLIENTELE

## Chapitre 1 : Portraits de la clientèle du Pays Terres Romanes

### ➤ Sources et Méthodologie

Une enquête a été menée afin de mieux connaître le profil de la clientèle du Pays Terres Romanes : ses motivations dans le choix d'un hébergement, son degré de connaissance du territoire et le but de son séjour. Dans la phase de préparation du projet, il a été jugé utile que le questionnaire soit adressé aux clientèles des Gîtes de France, mais également aux autres clientèles du territoire afin d'avoir un aperçu du profil de l'ensemble des touristes.

L'enquête a été diffusée en juillet et août 2011 par plusieurs biais :

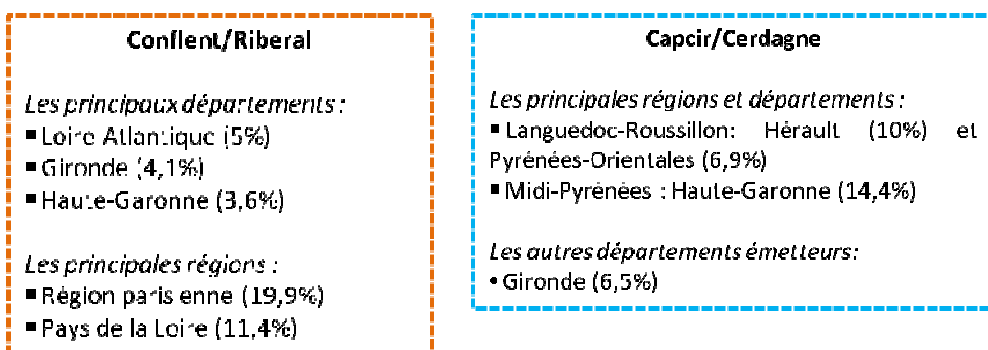
- En version papier aux hébergeurs Gîtes de France pour qu'ils la mettent à disposition de leurs clientèles,
- En version papier aux Offices de Tourisme du territoire du Pays Terres Romanes,
- Par mail, sous la forme d'un questionnaire en ligne, aux anciens clients des Gîtes de France (20 % de retour sur l'ensemble de ce fichier).

En définitive, nous avons eu en retour 487 réponses, 13 % sont issus des Offices de Tourisme, 21% des propriétaires Gîtes de France et 66% du fichier client.

Le questionnaire étant principalement destiné à la clientèle estivale, cette étude sera également complétée par l'enquête menée par la CCI pour avoir un aperçu de la clientèle en hiver.

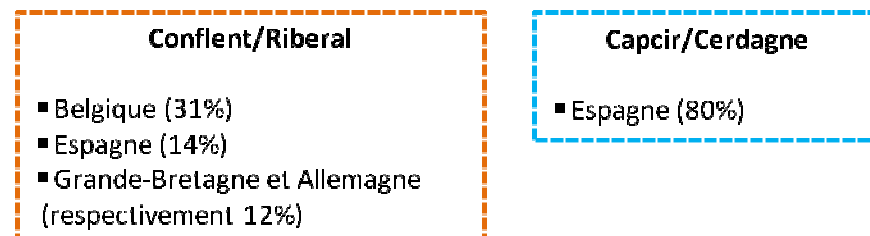
### 1.1. D'où viennent-ils? <sup>35</sup>

#### ➤ Clientèles françaises



C'est une clientèle essentiellement locale pour le Capcir et la Cerdagne et originaire du grand Ouest pour le Conflent/Riberal.

#### ➤ Clientèles étrangères



La clientèle étrangère représente entre 10 et 15% du nombre total de contrats réalisés en 2010. La clientèle espagnole est largement majoritaire en Capcir/Cerdagne et le reste de sa clientèle est originaire de l'Europe du Nord. On note une plus grande diversité des origines pour le Conflent et le Riberal : Europe du Nord, Amérique du Nord, Australie.

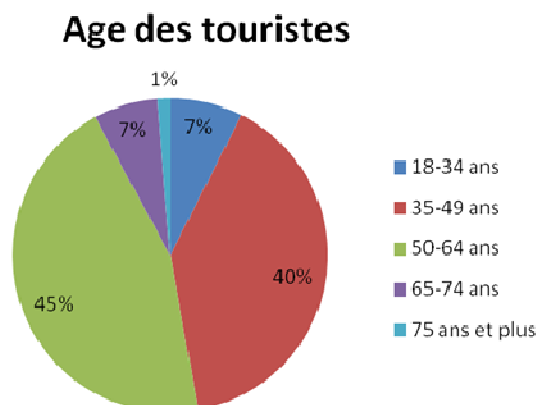
<sup>35</sup> D'après les chiffres de la centrale en 2010

Les propriétaires de chambres d'hôtes nous ont fait remarquer qu'ils recevaient une proportion importante de clientèles étrangères.

## 1.2. Qui sont-ils?

### ➤ Portrait de la clientèle estivale

C'est une clientèle familiale (59%) pour les gîtes...  
 .... âgée entre 50 et 64 ans (45%) et entre 35 et 49 ans (40%)  
 ..... de professions libérales cadres (44%) puis employés (20,5%),  
 puis retraités (20%)  
 Ce sont des couples pour les chambres d'hôtes (68,4%)...  
 ....âgés entre 50 et 64 ans (63%)  
 .... de professions libérales cadres (60%)



Il faut également noter une proportion plus importante de couples en Conflent/Riberal (35% contre 25% pour le Capcir/Cerdagne). Par ailleurs, le Riberal/Bas-Conflent dispose de peu d'hébergements marchands, ce territoire attire surtout une clientèle d'excursionnistes.

La clientèle est fidèle au lieu: 1 personne sur 2 est déjà venue mais elle est peu fidèle à l'hébergement. On constate d'ailleurs que ce sont surtout les hébergeurs qui louent peu qui ont une clientèle fidèle, ce qui signifie qu'ils ne la renouvellent pas.

### ➤ Profil de la clientèle skieurs en séjour en Capcir/Cerdagne<sup>36</sup>

77% vient en famille. Ce sont en majorité des professions intellectuelles (27,4%), des employés (26,4%) et des professions intermédiaires (20%). C'est avant tout une clientèle de proximité (Languedoc-Roussillon, Midi-Pyrénées et Nord de l'Espagne).

### ➤ La clientèle qui ne vient pas

On constate que le territoire est peu fréquenté par :

- Les jeunes : seulement 7% de 18/34 ans
- Les seniors : seulement 8% de plus de 65 ans
- Les Catégories socioprofessionnelles intermédiaires. Ce qui apparaît en cohérence avec leur pouvoir d'achat mais sur ce secteur de façon plus marquée que sur d'autres destinations comme la mer.

En conclusion, le Pays Terres Romanes a une réserve importante de « prospects<sup>37</sup> » qui ne ressemblent pas à ses clients actuels.

### *Profil des touristes en Pays Terres Romanes*

A retenir

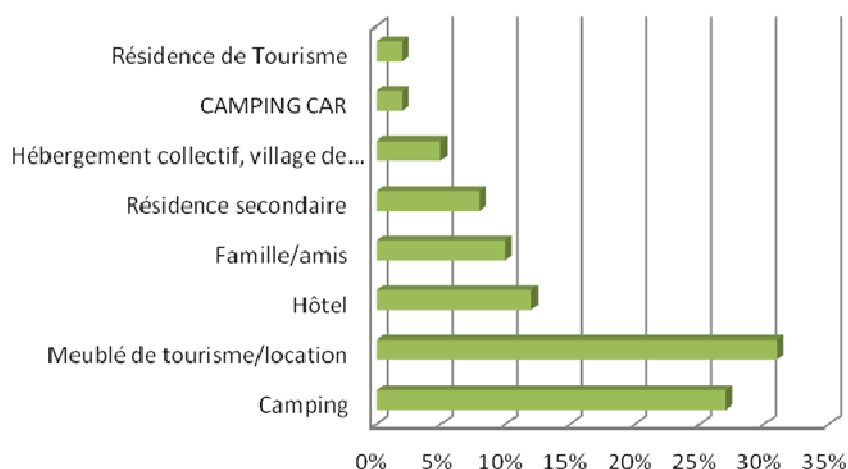
- Une clientèle de proximité pour le Capcir et la Cerdagne, une clientèle issue du grand Ouest pour le Conflent et une clientèle d'excursionnistes en Riberal/Bas-Conflent
- Profession libérale cadre est la catégorie professionnelle la plus représentée.
- Ils ont le plus souvent entre 50 et 64 ans.
- Un territoire peu fréquenté par les 18/34 ans (7%) et les plus de 65 ans (8%)
- Segment plus populaires (CSP intermédiaires à faible) en retrait.
- Une réserve importante de « prospects »

<sup>36</sup> Les retombées économiques des sports d'hiver sur le territoire de Cerdagne-Capcir durant la saison 2007-2008, CCCI des Pyrénées-Orientales, décembre 2008

<sup>37</sup> Clientèle potentielle

## Chapitre 2 : Leur hébergement

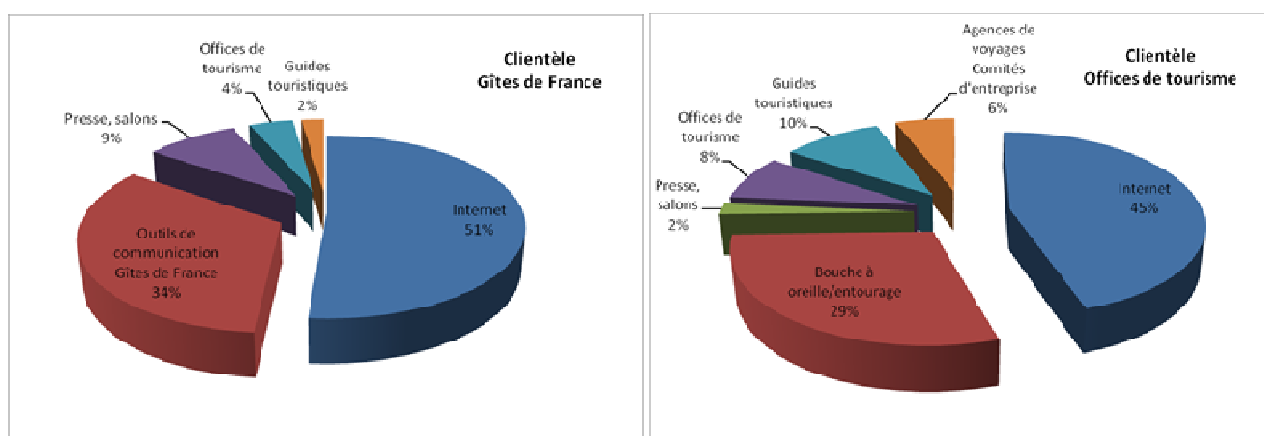
### 2.1. Quel est leur hébergement?



Les modes d'hébergements privilégiés pour la clientèle interrogée en Office de Tourisme sont d'abord la location saisonnière, été comme hiver (y compris Gîtes de France), puis le camping en été.

### 2.2. Comment choisissent-ils leurs hébergements?

*Prise de connaissance de l'hébergement*



Une personne sur 2 utilise Internet pour trouver son hébergement. Cela confirme les études montrant qu'Internet est devenu la première source d'information pour la préparation d'un voyage.<sup>38</sup> Ils sont peu à passer par le biais d'un Office de Tourisme. On s'aperçoit aussi que les personnes qui ne sont pas dans un hébergement Gîtes de France accordent une grande importance au bouche à oreille. Pour la clientèle Gîtes de France, il semblerait que la confiance accordée à l'information transmise par le bouche à oreille soit plutôt remplacée par la confiance accordée à la marque Gîtes de France. (34% utilisent les outils de communication Gîtes de France).

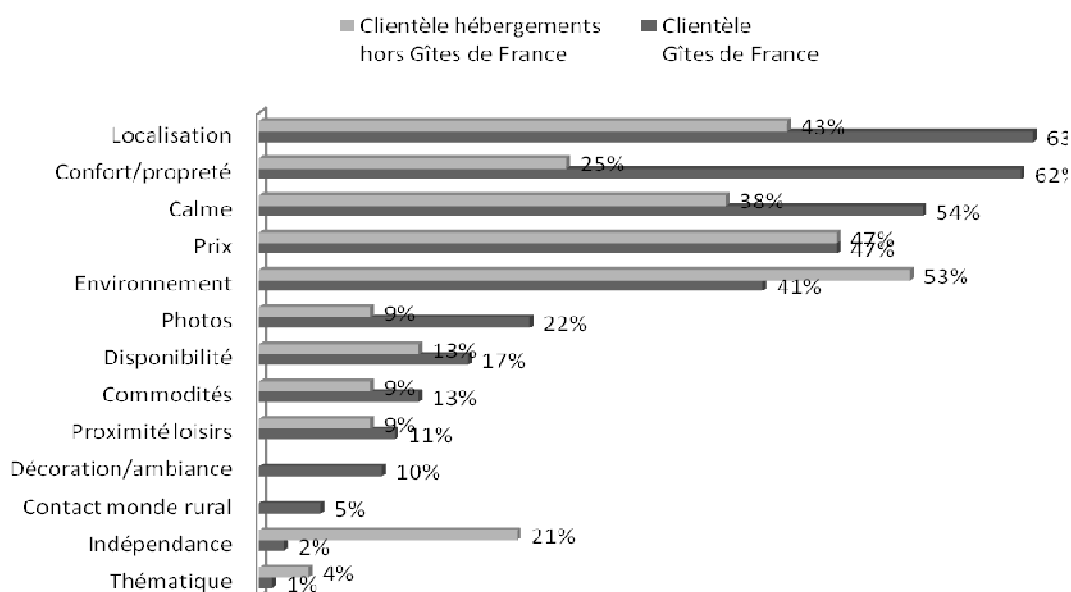
*Réservation*

Il faut noter que les hébergeurs ont tous constaté qu'aujourd'hui, les touristes réservent de plus en plus tard leur hébergement.

<sup>38</sup> Nouvelles tendances de consommation touristique et d'e-tourisme, étude Raffour interactif 2007.

## 2.3. Critères de choix de l'hébergement

### Critères de choix d'un hébergement



#### ➤ Clientèles Gîtes de France:

C'est d'abord la connaissance du territoire qui les conduit vers un hébergement (localisation). Ensuite, cette clientèle souhaite trouver un hébergement propre et confortable, puis calme. Le prix n'arrive qu'en 4<sup>ème</sup> position. Cette clientèle est également plus sensible à la décoration du lieu et aux photos. Parmi les commodités les plus demandées, on trouve le jardin ou la terrasse. La piscine ou la cheminée sont aussi des plus importants. Il faut également relever que la table d'hôte est très recherchée par les touristes en chambres d'hôtes. Le nombre d'épis ne semble pas être un critère important pour le choix de l'hébergement. Certains propriétaires ont des gîtes 1 et 2 épis mais reçoivent plus de touristes dans les gîtes 1 épi car il est indépendant.

Il est intéressant de noter que la clientèle Gîtes de France est sensible au lieu, la décoration, l'ambiance, au contraire de la clientèle non Gîtes de France qui n'a jamais coché ce critère. Lors des entretiens avec les hébergeurs, certains ont relevé que les touristes recherchaient de plus en plus des lieux « hors du commun » pour les vacances afin de rêver et de se déconnecter de la vie quotidienne.

En fonction de l'âge, la clientèle a des attentes différentes : pour les personnes de plus de 50 ans, c'est d'abord le calme et le confort tandis que pour la clientèle de moins de 50 ans, c'est d'abord la localisation, puis le prix.

#### ➤ Clientèles hors Gîtes de France:

On s'aperçoit que ce sont plutôt des critères extérieurs au logement qui déterminent leurs choix puisque l'environnement, c'est-à-dire ce qui entoure leur hébergement, et la localisation sont dans les 3 premiers critères de choix. Le prix est le second critère. Le calme, le confort ont de l'importance mais dans une mesure moindre que la clientèle Gîtes de France.

## 2.4. Qu'ont-ils pensé de leurs hébergements?

Il y a très peu de non satisfaits (4%)

➤ **Ce qu'ils apprécient particulièrement (clientèle Gîtes de France)<sup>39</sup> :**

- L'accueil essentiellement pour la clientèle Gîtes de France
- Le calme
- L'espace
- Les équipements dans la cuisine.
- Pour ceux qui prennent la table d'hôte, la qualité de la prestation est également très importante.

➤ **Leurs attentes (clientèle Gîtes de France):**

- Plus de détails sur leur hébergement (photos et description)

La clientèle a de plus en plus besoin de connaître son lieu de vacances avant d'y venir. Elle souhaite pouvoir avoir accès à de nombreuses photos, un descriptif détaillé et même des plans de leur logement ou des visites virtuelles.

- Un système de réservation simple, rapide et efficace
- Une connexion à Internet

*Choix de l'hébergement*

A retenir

- La location saisonnière est l'hébergement privilégié par la clientèle
- Une offre qui n'est pas en adéquation avec les pratiques et les attentes des touristes. Ces derniers utilisent en majorité internet pour rechercher leurs hébergements, ils souhaiteraient une information plus complète sur l'hébergement et de l'efficacité et de la simplicité dans la réservation
- La clientèle attend une grande qualité d'un hébergement Gîtes de France
- Confiance de la clientèle accordée au label
- Grande sensibilité de la clientèle Gîtes de France à l'accueil des propriétaires
- Avant l'hébergement, c'est d'abord une destination que la clientèle choisit, d'où l'importance de la communication sur le territoire.

---

<sup>39</sup> Nous avons reçu trop peu de remarques des clientèles qui n'étaient pas dans un hébergement Gîtes de France pour que ce soit significatif.



## Chapitre 3 : Connaissance du territoire et activités pratiquées

### 3.1. Prise de connaissance du territoire

Les ambassadeurs, c'est à dire la famille, les amis ou l'entourage qui leur ont recommandé le lieu constituent le premier vecteur entre la clientèle et le territoire. Ils sont aussi attirés par sa notoriété : les Pyrénées semblent jouer un rôle important dans la connaissance de ce territoire. Internet et les guides touristiques sont plutôt des supports utilisés pour organiser le séjour une fois la destination choisie.

### 3.2. Que connaissaient-ils du territoire<sup>40</sup>?

#### ➤ Destination Capcir/Cerdagne

C'est un territoire de montagne. Font-Romeu est une station connue. Ils pourront pratiquer de nombreuses activités, notamment sportives.

#### ➤ Destination Conflent/Riberal

Ils souhaitent découvrir le Canigou et sa région qui disposent d'un patrimoine historique important. En outre, de nombreuses randonnées sont possibles. Il n'y a pas vraiment d'élément qui ressort pour le Riberal, si ce n'est sa situation géographique. Une des propriétaires interrogée a constaté que de nombreux touristes, après avoir passés plusieurs années avec leurs jeunes enfants sur le littoral, s'éloignent dans l'arrière-pays pour être plus au calme.

#### ➤ Pour l'ensemble du territoire:

1 personne sur 4 ne connaît rien. Néanmoins, le Capcir et la Cerdagne semblent plus connus que le Conflent (15 % de réponses « rien » contre 24%). Le Riberal est encore moins connu : 33% de réponses « rien ». Préalablement, ils connaissent le littoral du département de réputation ou parce qu'ils y sont déjà allés. Il est aussi important de relever qu'à cette question, beaucoup ont répondu qu'ils ne connaissaient rien sinon ce qu'ils avaient vu sur le site Internet de Gîtes de France d'où l'importance de mettre en avant l'offre du territoire sur le site.

La situation géographique du Pays Terres Romanes joue un rôle prépondérant dans le choix de la destination : entre mer et montagne, la proximité de l'Andorre et de l'Espagne, la proximité de grandes villes comme Toulouse ou Montpellier : « nous l'avons choisi (le gîte) pour sa situation géographique qui nous permettait de rayonner autour et de découvrir de nombreux sites sans faire trop de kilomètres » C'est également ce qui ressort du questionnaire des propriétaires. Le Conflent semble souffrir d'un manque d'image propre puisque c'est en premier lieu pour sa proximité avec la mer et la montagne que le territoire est choisi par les clients selon les propriétaires.

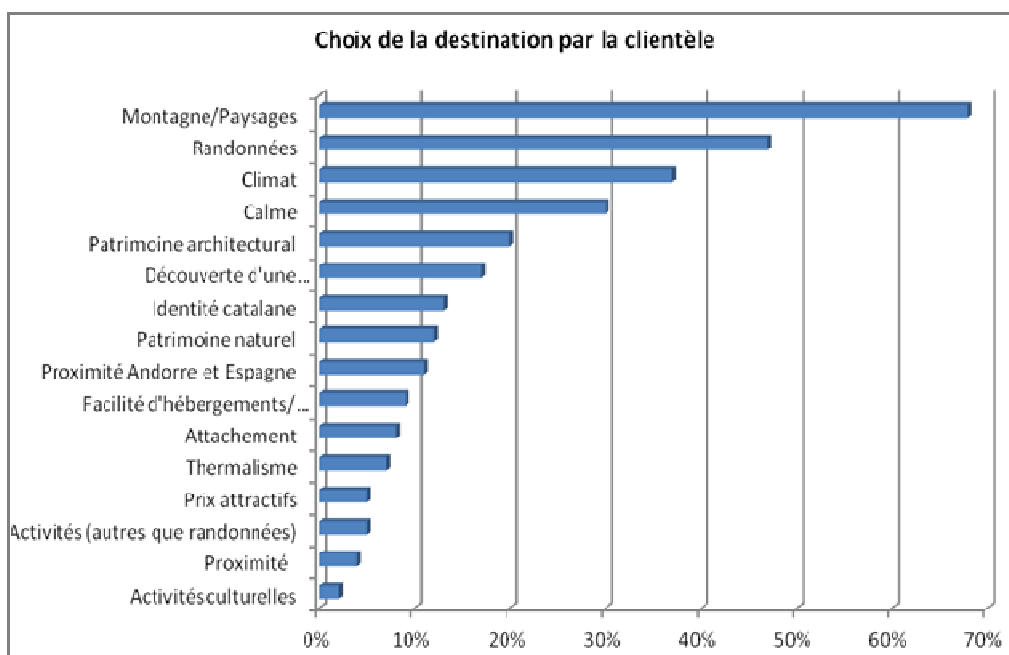
Ainsi, il est important de valoriser cette situation géographique exceptionnelle en mettant en avant la complémentarité des espaces<sup>41</sup>. On constate que la campagne est plus fréquentée à proximité de la mer, de la montagne ou de la ville. La clientèle joue de plus en plus sur la complémentarité des espaces, c'est une clientèle « zapping » qui veut multiplier les expériences de séjour.

---

<sup>40</sup> Question ouverte

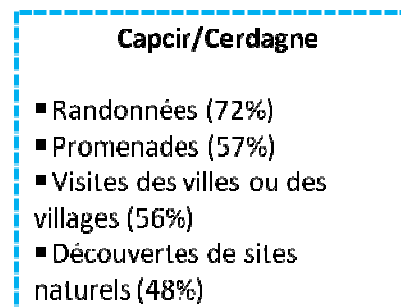
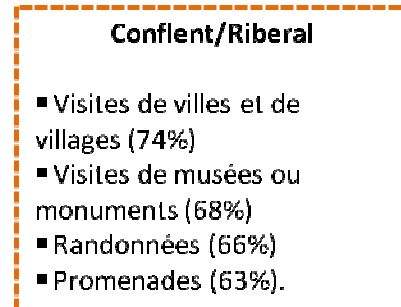
<sup>41</sup> Le tourisme à la campagne, l'origine comme source de devenir, Editions ESPACES, Sept. 2008.

### 3.3. Leurs motivations



La clientèle a choisi ce territoire pour : la montagne et ses paysages et pour y faire de la randonnée. Ils viennent ensuite chercher spécifiquement : le climat et le calme. A cette même question, les propriétaires ont mis en avant les mêmes motivations. Cependant, il est intéressant de voir que les propriétaires ont d'avantage insisté sur la beauté des paysages plutôt que la destination montagne.

### 3.4. Que font-ils?



- La **randonnée** ressort comme l'activité phare du Pays Terres Romanes. Les propriétaires constatent également qu'il y a de plus en plus de randonneurs parmi leurs clientèles.
- Pour les touristes, il est également important de développer les **lieux de baignade**. L'activité n'était pas proposée dans le questionnaire mais c'est un élément qui a été rajouté spontanément par les touristes.
- La **pêche** n'est pas une pratique dominante mais il y a une clientèle qui semble avoir choisi spécifiquement ce territoire pour pratiquer cette activité. C'est une clientèle de niche à exploiter.

- Les clientèles des chambres d'hôtes semblent plus gastronomes car 1 personne sur 2 a pratiqué des activités liées à la **gastronomie**.

Enfin, en hiver, les clients sont avant tout attirés par les **sports de glisse**. Cela confirme le constat des propriétaires : peu de clients délaissent le ski en hiver. Toutefois, ils ont remarqué qu'aujourd'hui ce sont surtout les jeunes qui pratiquent le ski, tandis que les parents font d'autres activités comme des raquettes, du ski de fond. La raison est souvent économique mais certains préfèrent aussi pratiquer des activités plus calmes.

### 3.5. Qu'ont-ils pensé de leur séjour<sup>42</sup>?

La plupart est ravi de son séjour. 93 % envisagent de revenir, essentiellement en juillet/août (61,5%). En Capcir/Cerdagne, ils envisagent également de revenir en février (12%) mais aussi et même davantage au mois de mai/juin ou septembre (21%). En Conflent et Riberal, 1 touriste sur 4 envisage de revenir au mois de mai/juin ou septembre.

#### ➤ Ce qu'ils apprécient:

- La beauté des paysages,
- Les richesses de la région,
- L'accueil qui leur a été fait par les habitants.

#### ➤ Les remarques négatives portent essentiellement sur :

- Les circuits de randonnées (balisage, accessibilité aux randonnées, informations des fiches topoguides, foule),
- Le train jaune : trop de monde, manque d'information et difficulté pour réserver.

#### *Connaissance du Pays Terres Romanes et activités pratiquées*

A retenir

- Les intentions de retour de la clientèle confirment son intérêt pour les ailes de saison, ce qui pose des problèmes en Capcir/Cerdagne où il n'y a pas suffisamment d'infrastructures touristiques ouvertes à cette période.
- Le Pays Terres Romanes apparaît comme un territoire de ressourcement où ils pourront trouver le calme, pratiquer de la randonnée, des activités sportives variées en Capcir/Cerdagne et visiter des sites et monuments en Conflent/Riberal.
- Un territoire qui semble peu connu. Le Conflent et le Riberal semblent surtout attirer par leur situation géographique. Il est nécessaire dans la communication de tirer parti de cette situation en mettant en avant les nombreuses richesses du territoire.
- La randonnée ressort vraiment comme l'activité phare du pays Terres Romanes, à la fois dans l'offre et la demande.

<sup>42</sup> Voir le détail des autres remarques en annexe

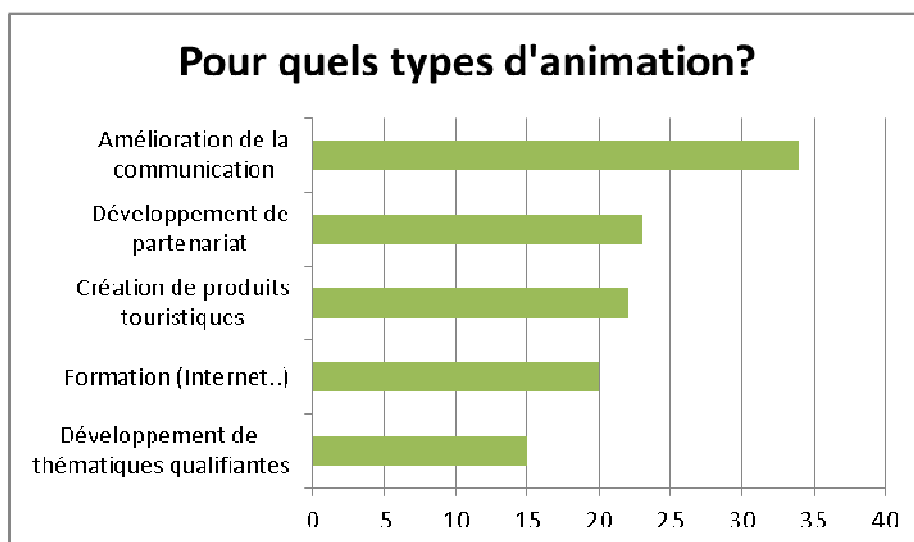
# PARTIE 4 : VISION DE L'AVENIR POUR LES HEBERGEURS ET PROPOSITIONS

## Chapitre 1 : Vision de l'avenir

Les propriétaires du Pays Terres Romanes sont dynamiques puisque lorsqu'on les interroge pour savoir si ils ont des projets pour leur(s) hébergement(s), ils répondent par la positive à 80%.

Plus particulièrement, les propriétaires qui louent peu (entre 0 et 10) affirment à 72% avoir des projets.

Ils souhaitent surtout développer leur visibilité sur internet et améliorer la qualité de l'existant. A l'échelle de Gîtes de France, ils expriment un fort désir de travailler sur la communication.



A retenir

*Vision de l'avenir*

- 80% des propriétaires ont des projets
- Les hébergeurs se rendent compte qu'Internet tient une place de plus en plus importante dans le monde du tourisme.

## Chapitre 2 : Propositions

### ❖ **Voici les propositions des hébergeurs pour améliorer la dynamique des Gîtes de France<sup>43</sup> :**

- Organiser des rencontres entre les différents acteurs du territoire et développer les relations entre les propriétaires proches géographiquement ;
- Identifier des produits de niche ;
- Plus de communication (6\*\*<sup>44</sup>) ;  
Ex : « *Mettre en avant les villages à côté des stations de ski moins chers et plus tranquilles* ».
- Réfléchir sur le produit Gîtes de France ;  
Ex *Proposer des produits moins « luxe » et bien-être, « qui sont éloignés du tourisme rural ».*
- Partenariats avec des événements culturels et sportifs ;  
Ex : *faire des liens sur le site internet de GDF vers les sites touristiques.*
- Cibler les clientèles étrangères ;
- Proposer, par le biais de la centrale, des prix négociés vers les activités touristiques ;
- Améliorer le site internet ;
- Adapter les horaires du standard (soirs et week-end) ;
- Développer les partenariats entre Gîtes de France et les collectivités ;
- Améliorer la communication entre loueurs et responsables Gîtes de France ;
- Développer les thématiques ;  
Ex : *Proposer des séjours ou des randonnées thématiques sur l'art roman, la préhistoire..., développer la thématique randonnée.*

### ❖ **Les propositions pour améliorer la dynamique du territoire :**

- Améliorer la communication du territoire : travailler sur l'image, l'identité, définir des cibles (14\*\*) ;
- Améliorer l'accueil touristique : accueil des commerçants, horaires et périodes d'ouvertures des restaurants, sites touristiques..., plus d'Offices de Tourisme (5\*\*) ;  
*Lors des entretiens en direct avec les propriétaires en Capcir/Cerdagne, ils ont tous précisé que le hors-saison actuellement ne pouvait pas se développer car les commerces, les activités de loisirs sont souvent fermées en dehors des périodes de vacances. A la différence, aucun propriétaire n'a fait cette remarque pour la zone Conflent/Ribéral.*
- Proposer plus d'animations/loisirs : animations culturelles, plus d'infrastructures pour les loisirs (pour les enfants : piscine, patinoire, terrain de tennis, volley-ball...) ;
- Amélioration de l'accessibilité vers les communes et les activités touristiques (accès, signalétiques, état des routes...etc.) ;
- Améliorer la mise en réseau entre les structures du territoire et simplifier le « millefeuille » administratif ;
- Amélioration de l'activité neige : adaptation du prix des forfaits à l'enneigement et proposer des activités alternatives au manque de neige ;
- Contrôler la concurrence (résidences de tourisme, offre de meublés) ;
- Développer les activités pêches ;
- Développer l'exploitation des eaux chaudes ;
- Proposer des séjours (vers le 3<sup>ème</sup> âge par exemple) ;
- Baisser le prix des services à l'office de tourisme ;
- Proposer des concours pour attirer la clientèle (avec les écoles) ;
- Supprimer le pont au-dessus de Villefranche (barrière touristique).

<sup>43</sup> Question ouverte aux hébergeurs

<sup>44</sup> \*\* Nombre de personnes ayant fait cette proposition

# CONCLUSION GENERALE

## - Des attentes...

Depuis plus d'une décennie, l'attractivité de la campagne se confirme : la fréquentation touristique est croissante. Les touristes y cherchent : le calme et la tranquillité, la sécurité physique et alimentaire, source de bonne santé (le bon air, les bons produits du terroir), l'esthétique (paysage, belle architecture, vieilles pierres...), le ressourcement et la convivialité.

Cependant, en quelques années, les attentes des touristes ont beaucoup évolué. Au niveau de l'hébergement, ils veulent de plus en plus de confort, de qualité, de services. En outre, ils recherchent un accueil chaleureux de la part des propriétaires et des informations personnalisées. Au moment de la réservation, ils souhaitent trouver des renseignements de qualité, détaillés (photos, plan, tarifs, disponibilités), et des informations pratiques, des idées. Ils veulent pouvoir contacter le propriétaire rapidement ou faire directement la réservation en ligne. Ils sont de plus en plus en attente de souplesse et de flexibilité de la part des hébergeurs : possibilité de réserver tardivement, réserver pour un temps court. Certaines de ces attentes (court-séjours, dernières minutes, comparaison des prix), ce sont d'ailleurs accentuées avec la crise.

Il convient de noter que la clientèle Gîtes de France exprime une plus grande attente de qualité, que les autres clientèles.

## - ...qui ne correspondent plus à l'offre

Aujourd'hui, face à la multiplication de l'offre d'hébergement, la marque Gîtes de France se distingue essentiellement par sa fiabilité et la convivialité de l'accueil reçu. Cependant, une partie de l'offre de meublés sur le Pays Terres Romanes ne correspond plus aux attentes des touristes.

L'offre étant aujourd'hui pléthorique en termes de locations (non banalisées), il faut multiplier les entrées pour que l'hébergement se distingue rapidement sur un moteur de recherche, par le biais des Gîtes de France, mais aussi par son propre site internet et son propre référencement.

En outre, l'information proposée doit être la plus complète possible pour que le client ait quasiment le sentiment d'avoir visité l'hébergement à distance. Les hébergeurs doivent adapter leur offre pour correspondre au mieux aux attentes des touristes: téléphone portable, consultation régulière des mails, mise à jour des disponibilités, logement facile à chauffer, accueil des courts-séjours....

L'offre Gîtes de France doit également évoluer : aujourd'hui, les gîtes 1 épi ne séduisent plus la clientèle. Il faut restaurer leur image de bon rapport qualité/prix avec des garanties de confort.

## - La communication

Cette évolution de l'offre doit être accompagnée d'un travail sur la communication, car c'est d'abord la localisation qui détermine le choix d'un hébergement. A l'échelle du département, l'image du littoral est très prédominante. Le Conflent n'apparaît pas comme une destination affirmée : les touristes y viennent pour la position centrale de ce territoire et découvrent souvent une fois sur place les richesses du territoire. En Capcir/Cerdagne, l'image d'un tourisme estival peine à s'imposer.

Plusieurs pistes sont ressorties de ces enquêtes : les deux axes majeurs qui se détachent du questionnaire clientèle pour le Conflent et le Ribéral sont le Canigou et la situation géographique. En Capcir et Cerdagne, la communication doit se développer autour des activités de pleines natures. La communication autour du label UNESCO pourrait être une autre piste de travail sur tout le territoire. D'une manière générale l'un des principaux vecteurs de valorisation du territoire étudié est la randonnée.

- **Réflexion sur le développement touristique du territoire**

A l'échelle du territoire, notamment en Capcir/Cerdagne, on remarque que la réflexion sur l'avenir des stations de ski ou sur la qualité des paysages n'est pas encore suffisamment prise en compte.

On a constaté également lors de ce diagnostic qu'un nombre important de touristes souhaiteraient revenir sur les ailes de saison (juin, septembre voire octobre) mais en Capcir/cerdagne, ces périodes touristiques peinent à se développer car de nombreuses prestations touristiques (restaurants, commerces, activités...) sont fermées.

Pour cette réflexion globale, il est important de travailler sur la mise en réseau des acteurs, qui sont nombreux mais peu coordonnés à l'échelle du territoire.

# **PARTIE 5 : PROPOSITIONS DE PISTES POUR LA MISE EN PLACE D' ACTIONS:**

*Beaucoup de propriétaires ont fait des remarques sur le site internet des Gîtes de France. La réactualisation et modernisation de ce dernier ont été réalisées à l'automne 2011.*

## **5.1. Différenciation de l'offre**

### **5.1.1. Mise en place des thématiques « Passion rando-balade » et « Passion pêche »**

#### **❖ CONTEXTE**

Le Pays Terres Romanes dispose d'une offre riche en termes de pêche et de randonnée. Cette offre s'est d'ailleurs enrichie ces dernières années avec les boucles et les rondes autour du Canigou, ou pour la pêche, la création de nouveau parcours le long de la Têt.

Lors du diagnostic mené sur l'ensemble du Pays Terres Romanes, la randonnée est apparue comme l'activité phare de ce territoire. C'est en effet avec la balade, l'activité la plus pratiquée par les touristes. Les propriétaires ont également constaté de leur côté qu'ils recevaient de plus en plus de randonneurs dans leur structures. La pêche n'est pas apparue comme une pratique dominante mais l'étude a souligné que cette activité attirait aussi une clientèle de passionnés.

Aujourd'hui, on a constaté que la clientèle des Gîtes de France accorde une grande importance à l'accueil reçu par le propriétaire et est de plus en plus en demande d'informations personnalisées.

Parallèlement, lors des entretiens en direct avec les propriétaires, les Gîtes de France ont observé un fort intérêt de certains de ses propriétaires pour ces thématiques.

#### **❖ OBJECTIFS**

- Différencier l'offre d'hébergements
- Développer les ailes de saison
- Affirmer le Pays Terres Romanes en tant que destination pêche et randonnée
- Valoriser le contact humain entre le client et le propriétaire

#### **❖ DESCRIPTION**

Les thématiques intitulées « Passion pêche » et « Passion rando-balade » visent à mettre en relation des propriétaires « passionnés » avec une clientèle intéressée par ce sujet, et aujourd'hui désireuse de plus en plus d'informations personnalisées.

Une réunion de concertation sur ces thématiques a eu lieu avec les adhérents et un membre du Comité Départemental de la Randonnée Pédestre des Pyrénées-Orientales le 2 novembre 2011. Cette réunion a abouti à la mise en place de chartes pour chacune des thématiques. Pour adhérer à la démarche, il a également été prévu que les propriétaires rempliraient un dossier de motivation.

Depuis cette réunion, les chartes (ci-jointes) ont été réalisées et validées par les propriétaires présents à la réunion du 2 novembre et les fédérations de pêche et de randonnée. Aujourd'hui, les propriétaires peuvent déjà renvoyer leur



dossier de motivation pour apparaître sur le site Internet en tant qu'hébergement « Passion Rando-balade » ou « Passion Pêche ».

#### ❖ BENEFICIAIRE DU PROJET

- Propriétaires des structures Gîtes de France

#### ❖ DEPENSES A PREVOIR

- Communication (insertion publicitaire...)

## 5.2. Communiquer sur le territoire et dans le territoire

### 5.2.1. Création d'une carte pass

#### ❖ CONTEXTE

Lors de l'enquête, la communication a été identifiée comme un secteur prioritaire en termes d'actions pour améliorer la fréquentation des meublés de tourisme.

En effet, le territoire dispose d'une offre de loisirs riche et variée : activités sportives, patrimoine naturel, patrimoine culturel, produits du terroir...etc. Cette offre est qualifiée par de nombreuses démarches qualités : Marque Accueil Parc, Tourisme de Terroir, Bistrots de Pays, Réseau Culturel, Bienvenue à la Ferme... Néanmoins, le diagnostic a révélé que la clientèle avait une connaissance limitée de ce territoire (1 touriste sur 4 déclare ne rien connaître de la destination avant son arrivée). Souvent, c'est seulement une fois sur place qu'ils découvrent les richesses de la région. En outre, nous avons observé lors de l'étude que les propriétaires mettaient à disposition dans leurs structures la documentation touristique sur le territoire mais qu'il y avait peu de lien direct entre eux et les différents prestataires touristiques.

Aussi, aujourd'hui, il semble important que les échanges soient favorisés entre les acteurs et les structures touristiques du territoire pour favoriser le développement des structures de chacun mais aussi afin de renforcer l'organisation et l'accessibilité de tous à l'offre touristique.

Le diagnostic nous a aussi permis de déterminer le profil de la clientèle qui fréquente le Pays Terres Romanes. Ce sont le plus souvent des professions libérales cadre : les catégories socioprofessionnelles intermédiaires à faible apparaissent en retrait. L'image de « destination chère » souvent accolée à ce territoire de montagne et de piémont est un frein pour ces dernières catégories qui par conséquent ne viennent pas. Aussi, il est apparu comme important de travailler autour de l'image d'un territoire accessible économiquement auprès de ces segments de population.

Dans la seconde phase du projet LEADER, une phase de réflexion et de concertation a été menée avec les adhérents. Pour répondre à ce manque de communication et lutter contre l'image de « destination chère », la création d'une « carte pass » est ressortie comme une action pertinente à mener sur le territoire du Pays Terres Romanes.

#### ❖ OBJECTIFS

- Faire connaître la destination
- Développer l'attractivité du territoire en mettant en avant une offre de loisirs variés
- Valoriser les démarches qualité du territoire et favoriser leur mise en réseau
- Faciliter économiquement l'accès aux structures touristiques du territoire/ lutter contre l'image de « destination chère »
- Faire le lien entre l'offre et la clientèle

## ❖ DESCRIPTION

La carte Pass sera proposée à la clientèle des meublés Gîtes de France. Elle leur permettra de bénéficier de tarifs préférentiels sur différents sites. Pour bénéficier de réductions, il sera nécessaire d'avoir consommé une nuit minimum auprès d'un hébergeur Gîtes de France du territoire.

Une phase d'animation du territoire sera nécessaire pour mobiliser et concevoir le projet en partenariat avec les acteurs du territoire (hébergeurs, professionnels, têtes de réseaux). La réflexion et la mise en place de ce projet se fera autour d'un comité de pilotage mais aussi au travers de rencontres individuelles, de recherches téléphoniques....etc.

A terme, il est envisagé de réaliser pour 2013 une carte ou un carnet d'avantages qui sera distribué par les propriétaires Gîtes de France à leur clientèle.

## ❖ BENEFICIAIRE DU PROJET

### Bénéficiaires directs :

- - Prestataires touristiques du territoire (hébergeurs, restaurateurs, OTSI, prestataires d'activités ...)
- - Clientèle Gîtes de France

## ❖ DEPENSES A PREVOIR

- Frais salariaux pour l'animation de la démarche (mise en place d'un comité de pilotage, sollicitation des structures, élaboration d'un système de ticket d'accès, rédaction d'un règlement)
- Conception et impression de brochures
- Déplacements

### **5.2.2. Création de reportages vidéo sur le Conflent**

## ❖ CONTEXTE

Le travail sur l'adaptation de l'offre d'hébergement à la demande de la clientèle doit être accompagné d'un important travail sur la communication car c'est d'abord la localisation qui détermine le choix d'un hébergement. A l'échelle du département, l'image du littoral est prédominante. Lors de l'étude, on a remarqué que le déficit d'image du Conflent était l'un des principaux obstacles au développement du taux de remplissage des propriétaires. Aujourd'hui, cette zone est d'abord choisie pour sa position centrale dans le département. Les richesses propres à ce territoire sont méconnues, au moment du choix du lieu de vacances. Par ailleurs, on a constaté lors du diagnostic que l'image d'un tourisme estival en Capcir et Cerdagne peinait à s'imposer.

Parallèlement, les hébergeurs ont exprimé un fort désir de travailler sur la communication à travers des outils performants et novateurs.

## ❖ OBJECTIFS

- Augmenter la visibilité des destinations du Pays Terres Romanes
- Générer du trafic sur notre site et déclencher des envies de séjour
- Impliquer les propriétaires dans un projet de communication original et innovant

## ❖ DESCRIPTION

Le reportage vidéo, qui sera diffusé sur notre site Internet et via d'autres supports (youtube...etc) vise à mettre en avant nos propriétaires du Pays Terres Romanes de manière originale. Il sera pour cela fait appel à une agence spécialisée dans la réalisation de reportage vidéos, appliquée au web.

## ❖ BENEFCIAIRE DU PROJET

Hébergeurs Gîtes de France du Conflent

## ❖ DEPENSES A PREVOIR

- Appel à un prestataire pour création du reportage vidéo
- Ingénierie (rédaction d'un cahier des charges, mobilisation des propriétaires, suivi)

## 5.3. Créer une vitrine de l'offre

### 5.3.1. Mise en place de séjours

## ❖ CONTEXTE

Lors du diagnostic, la situation géographique du pays Terres Romanes est ressortie comme un atout considérable. De nombreux touristes ont déclaré venir en Conflent ou en Capcir et Cerdagne en raison de la situation de la destination. De là, ils peuvent rayonner vers de nombreux lieux touristiques : Carcassonne, Andorre, Barcelone, Espagne et se rendre aussi bien à la mer qu'à la montagne.

En outre, aujourd'hui, les Gîtes de France ont observé que les touristes souhaitent de plus en plus multiplier les expériences de séjour : ils louent un gîte une semaine à la mer, puis une semaine à la montagne.

Lors des réunions de réflexion menées sur le territoire du Pays Terres Romanes avec les adhérents, les propriétaires ont souhaité capitaliser sur la situation géographique exceptionnelle du département et accompagner la demande actuelle des touristes en leur offrant la possibilité de séjourner successivement dans des lieux différents.

## ❖ OBJECTIFS

- Favoriser l'itinérance de la clientèle sur l'ensemble du territoire
- Dynamiser les ailes de saison
- Allonger la durée des séjours dans les Pyrénées-Orientales
- Mettre en avant la complémentarité des espaces

## ❖ DESCRIPTION

Les Gîtes de France souhaitent proposer des séjours combinés ou des séjours multi-sites :

- Les séjours combinés
- Deux propriétaires s'associent pour offrir à la clientèle de séjourner pendant deux semaines dans deux lieux différents, par exemple, une semaine à la montagne et une semaine en plaine.
- Les séjours multi-sites
- Un propriétaire de gîte s'associe à un propriétaire de chambre d'hôte afin d'offrir à sa clientèle, lors d'un séjour de deux semaines, deux nuits en chambres d'hôtes.
- Ces séjours seront proposés en hors-saison, ou moyenne-saison.
- Un courrier sera envoyé en décembre afin de recenser les propriétaires intéressés par le projet. Une réunion sera organisée en janvier pour mettre en place les modalités de la démarche (période concernée, convention entre propriétaires, visibilité de la démarche...) Un premier test devrait être mis en place dès 2012.

## ❖ BENEFCIAIRE DU PROJET

### Bénéficiaires directs :

Propriétaires de structures Gîtes de France

### Bénéficiaires indirects :

Prestataires touristiques du Pays Terres Romanes

## ❖ DEPENSES A PREVOIR

- Frais salariaux liés à l'animation de la démarche (recensement des propriétaires intéressés, réunions, réglementation...)

## 5.4. Accompagnement des propriétaires

### 5.4.1. Formations

#### ❖ CONTEXTE

Le diagnostic ci-dessus a souligné le décalage entre l'offre et la demande.

Ces dernières années, sous l'influence d'Internet, les pratiques touristiques de la clientèle ont fortement changé. Aujourd'hui, les touristes préparent massivement leurs vacances en ligne. D'après notre enquête clientèle, près d'un touriste sur 2 utilise Internet pour trouver son hébergement. Ils y recherchent un maximum de détails pour faire leur choix (photos, descriptions, plans...), souhaitent y trouver un système de réservation simple, rapide et efficace et surtout un bon rapport qualité/prix. Par ailleurs, les Gîtes de France constatent que les réservations se font de plus en plus tardivement et la demande de court-séjours ne cesse d'augmenter.

En étudiant l'offre de meublés, nous avons constaté qu'en Pays Terres Romanes, de nombreux propriétaires ne maîtrisaient pas ou peu Internet :

- Sur les 191 propriétaires Gîtes de France, 53 n'ont pas d'adresses e-mail, soit 28 % d'entre eux : Ils représentent 34% pour le Capcir et la Cerdagne et 23% pour le Conflent.
- Seuls 3 propriétaires sur 10 ont un site ou un blog ou utilisent des sites de locations en ligne.

En outre, on constate sur ces territoires, une offre parfois vieillissante, qui correspond peu aux attentes de la clientèle d'aujourd'hui (recherche de lieu qui ont de la personnalité ...)

Aujourd'hui, à l'heure de l'e-tourisme, il est nécessaire de permettre aux hébergeurs de s'adapter à la demande actuelle afin de faciliter l'accès de la clientèle à une offre de qualité sur le Pays Terres Romanes.

#### ❖ OBJECTIFS

- Adapter l'offre aux attentes de la clientèle
- Sensibiliser les propriétaires aux bonnes pratiques
- Développer les connaissances et les compétences des propriétaires afin de maintenir et développer leurs structures

#### ❖ DESCRIPTION

Les Gîtes de France souhaitent proposer des formations à ses propriétaires afin de mieux les accompagner dans la mise en tourisme de leurs structures. Pour mieux connaître les besoins des propriétaires, une enquête sera réalisée au préalable afin de déterminer exactement l'offre de formation nécessaire. Celle-ci se déroulera sur le territoire du Pays Terres Romanes et sera menée par un organisme professionnel déclaré auprès du ministère.

Voici quelques exemples de formations qui pourront être proposées aux adhérents :

- Utilisation de la messagerie électronique
- Aide à la création d'un site internet ou d'un blog
- Améliorer son référencement
- Mettre en valeur et développer son offre d'hébergement
- Mieux vendre son offre et fidéliser sa clientèle

#### ❖ BENEFCIAIRE DU PROJET

- Propriétaires de structures Gîtes de France

#### ❖ DEPENSES A PREVOIR

- Formateur
- Location de salle et de matériel....

### **5.5. Qualification de l'offre d'hébergement sur le territoire**

#### **5.5.1. Sensibilisation des propriétaires de meublés non labellisés**

##### ❖ CONTEXTE

L'étude révèle que le nombre de résidences secondaires est conséquent sur le territoire (1 logement sur 2). Beaucoup de ces propriétaires mettent en marché leurs logements, sans passer nécessairement par les canaux officiels, d'où la difficulté d'évaluer l'offre de meublés de tourisme sur ce territoire. On sait cependant que ce sont souvent des studios ou des appartements qui sont proposés à la location. L'offre labellisée représente une petite partie de cette offre. Parallèlement, la location saisonnière est ressortie dans l'enquête clientèle comme le mode d'hébergement le plus plébiscité sur ce territoire.

En conséquence, cette offre peu qualifiée et globalement de qualité moyenne peut donner une image négative du territoire aux touristes qui y séjournent.

C'est pourquoi les Gîtes de France, en partenariat avec les Offices de Tourisme locaux, souhaitent sensibiliser les hébergeurs aux démarches qualité.

##### ❖ OBJECTIFS

- Développer une offre de qualité sur le territoire du Pays Terres Romanes
- Sensibiliser les hébergeurs aux démarches qualités

##### ❖ DESCRIPTION

Il est prévu d'organiser des réunions de sensibilisation dans les Offices de Tourisme auprès des hébergeurs adhérents. Les démarches qualité proposées par les Gîtes de France, le Parc des Pyrénées Catalanes ou l'Office de Tourisme local seront présentées. Lors ces réunions, les hébergeurs seront également sensibilisés aux bonnes pratiques : pratiquer le prix juste, les nouvelles demandes de la clientèle sur Internet mais aussi en termes de services et d'équipements.

Ces réunions auront lieu localement, en partenariat avec les Offices de tourisme (un courrier a été envoyé en octobre afin d'informer les Offices de Tourisme).

##### ❖ BENEFCIAIRE DU PROJET

- Propriétaires Gîtes de France et non Gîtes de France, Offices de tourisme

##### ❖ DEPENSES A PREVOIR

- Temps d'animation
- Déplacements

## ANNEXES

**Annexe 1**.....Charte « Passion Rando-Balade »

**Annexe 2**.....Charte « Passion Pêche »

**Annexe 3**.....Questionnaire à destination des propriétaires

**Annexe 4**.....Questionnaire à destination de la clientèle

## Charte départementale des hébergements « Passion Rando-balade » des Gîtes de France des Pyrénées Orientales

### PREAMBULE

Les Gîtes de France des Pyrénées-Orientales relèvent un intérêt croissant de la clientèle pour la randonnée pédestre dans le département des Pyrénées-Orientales\*. Parallèlement, de nombreux propriétaires Gîtes de France sont passionnés par la randonnée et la pratiquent régulièrement.

Cette nouvelle thématique vise à mettre en relation ces « passionnés » de randonnée avec une clientèle aujourd'hui de plus en plus désireuse d'informations personnalisées.

*\*Source : Etude PTR été 2011*

### DEFINITION

Les hébergements « Passion Rando-balade » désignent des propriétaires de structures labellisés « Gîtes de France » qui se sont engagés à offrir à leur clientèle une information personnalisée au sujet de la randonnée. L'offre d'hébergement peut se décliner en gîte rural, chambre d'hôtes, gîte d'étape et de séjour ou camping.

### PRESTATION OFFERTE PAR UN HEBERGEMENT « PASSION RANDO-BALADE »

#### 1. Qualification du propriétaire

Le propriétaire doit :

- Fournir au client toutes les indications sur les sentiers/chemins à proximité : balisage, temps moyen du parcours, difficultés, points d'intérêt, haltes...etc.
- Etre capable de proposer un parcours en fonction des attentes, de la demande et du niveau physique du client.
- Faire le lien vers les professionnels compétents

#### 2. Documentation

Le propriétaire doit mettre à disposition de ses clients :

- Une documentation adaptée à la cible des randonneurs sportifs ou grand public : topoguides®, guides de randonnées, carte(s) au 1/25000eme, fiches randonnées distribuées par l'Office de Tourisme local, carte randonnée du CDT66 (si rééditée en 2012).
- La fiche de présentation d'un gîte « Passion Rando-balade »
- Les fiches « écouilles » éditées par le Comité Départemental du Randonnée Pédestre des Pyrénées-Orientales. *A demander au Comité Départemental de la Randonnée Pédestre des Pyrénées-Orientales ou à télécharger sur le site Internet : <http://pyrenees-orientales.ffrandonnee.fr>*
- S'il le souhaite, des revues et des ouvrages spécialisés sur la randonnée

#### 3. Equipements

Le propriétaire propose en dépannage du matériel de randonnée en bon état : sac à dos, boîtes hermétiques, capes de pluie ...

#### 4. Services

Le propriétaire doit être en mesure, sur demande de la clientèle, d'imprimer le bulletin météo du jour ou des prochains jours ou de transmettre les numéros utiles.

#### 5. Sécurité et conseils

En accord avec le propriétaire et sous la forme que ce dernier souhaite (tableau dans le gîte, information verbale, etc...) la clientèle peut l'informer de son lieu d'excursion de son heure probable de retour et si possible communiquer son n° de téléphone portable.

Le propriétaire doit rappeler, sous la forme à sa convenance, les recommandations ( pull, coupe-vent, quantité eau...) et règles élémentaires de sécurité.

---

### ACTE D'ENGAGEMENT

Nom et Prénom :

Domicilié(e) à :

Téléphone :

Numéro de la structure :

- Déclarent avoir pris connaissance de la présente charte et en acceptent les termes.
- Acceptent de fournir aux Gîtes de France des Pyrénées-Orientales les informations et statistiques sur la saison écoulée : taux de remplissage, origine et motivation de la clientèle, période de location.... et/ou de répondre au questionnaire d'évaluation des Gîtes de France.
- Informer les Gîtes de France de tout changement.

L'adhésion à la charte est volontaire. Cet engagement est renouvelable tous les ans au moment du renouvellement de l'adhésion à l'association.

Tout manquement aux critères de la présente charte entraînera automatiquement une perte de la qualification « Passion Rando-balade ».

Cachet et signature du Relais départemental

A.....le.....

Signature du propriétaire  
précédée de la mention « lu et approuvé »



## Charte départementale des hébergements « Passion pêche » des Gîtes de France des Pyrénées Orientales

### PREAMBULE

Les Pyrénées-Orientales disposent d'une grande diversité de site de pêche. La qualité de ces sites suscite l'intérêt de la clientèle de pêcheurs. Parallèlement, de nombreux propriétaires Gîtes de France sont passionnés par la pêche et la pratiquent régulièrement.

Cette nouvelle thématique vise à mettre en relation ces propriétaires « passionnés » de pêche avec une clientèle aujourd'hui de plus en plus désireuse d'informations personnalisées.

### DEFINITION

Les hébergements « Passion pêche » désigne des propriétaires de structures labellisés « Gîtes de France » qui se sont engagés à offrir à leur clientèle une information personnalisée au sujet de la pêche. L'offre d'hébergement peut se décliner en gîte rural, chambre d'hôtes, gîte d'étape et de séjour ou camping.

### PRESTATION OFFERTE PAR UN HEBERGEMENT « PASSION PECHE »

#### 1. Qualification du propriétaire

Le propriétaire doit :

- Fournir au client toutes les indications sur les sites de pêche à proximité : types de pêches, distance des sites, espèces, périodes d'ouvertures, réglementation locale...etc.
- Etre capable de proposer des sites de pêche en fonction des attentes, de la demande et du niveau physique du client.
- Faire le lien vers les professionnels compétents (AAPPMA, fédération de pêche, guide de pêche, détaillants, professionnels habilités à vendre la carte...)
- Répondre à toute demande de renseignements et demande de prix à propos de la carte de pêche locale.

#### 2. Documentation

Le propriétaire doit mettre à disposition de ses clients :

- Une documentation adaptée à la cible de pêcheurs : carte(s) 1/25000eme, documentation éditée par la Fédération de Pêche des Pyrénées-Orientales (guide de pêche, pêcher en pays catalan, petit guide du pêcheur écocitoyen...)
- La fiche de présentation d'un hébergement « Passion Pêche »
- S'il le souhaite, des revues et des ouvrages spécialisés sur la pêche

#### 3. Equipements

Le propriétaire doit disposer :

- D'un espace d'un accès facile destiné à recevoir le matériel de pêche : cannes, cuissardes, bottes...
- D'un petit réfrigérateur indépendant pour stocker les appâts et les poissons pêchés

#### 4. Services

Le propriétaire doit être en mesure de faciliter l'accès à la carte de pêche :

- Soit par le biais d'Internet et la mise à disposition d'une imprimante.
- Soit en mettant en relation le client avec les points de vente agréés par la Fédération de Pêche des Pyrénées-Orientales.

---

### ACTE D'ENGAGEMENT

Nom et Prénom :

Domicilié(e) à :

Téléphone :

Numéro de la structure :

- Déclarent avoir pris connaissance de la présente charte et en acceptent les termes.
- Acceptent de fournir aux Gîtes de France des Pyrénées-Orientales les informations et statistiques sur la saison écoulée : taux de remplissage, origine et motivation de la clientèle, période de location.... et/ou à répondre au questionnaire d'évaluation des Gîtes de France.
- S'engagent à informer les Gîtes de France des Pyrénées-Orientales de tout changement.

L'adhésion à la charte est volontaire. Cet engagement est renouvelable tous les ans au moment du renouvellement de l'adhésion à l'association.

Tout manquement aux critères de la présente charte entraînera automatiquement une perte de la qualification « Passion Pêche ».

Cachet et signature du relais départemental

A.....le.....

Signature du propriétaire

Précédée de la mention « lu et approuvé »

## ANNEXE 3 : QUESTIONNAIRE AUX HEBERGEURS

**Votre (vos) hébergement(s) :**

Commune(s) : .....

N° hébergement(s) : .....

Nombre d'épis :  1  2  3  4  5

Nom des propriétaires : .....

Structure(s) :  Gîte  Chambre d'hôtes  Gîte d'étape  Gîte de séjour  Camping

### **I° Locations de votre (vos) hébergement(s) :**

**1) Combien de semaines avez-vous loué ?**

Hébergements	2008	2009	2010	2011
<b>Héb. 1 n° :</b>	<input type="checkbox"/> Entre 0 et 5 <input type="checkbox"/> Entre 6 et 10 <input type="checkbox"/> Entre 11 et 15 <input type="checkbox"/> Entre 16 et 20 <input type="checkbox"/> Entre 21 et 25 <input type="checkbox"/> Entre 26 et 30 <input type="checkbox"/> Plus de 30	<input type="checkbox"/> Entre 0 et 5 <input type="checkbox"/> Entre 6 et 10 <input type="checkbox"/> Entre 11 et 15 <input type="checkbox"/> Entre 16 et 20 <input type="checkbox"/> Entre 21 et 25 <input type="checkbox"/> Entre 26 et 30 <input type="checkbox"/> Plus de 30	<input type="checkbox"/> Entre 0 et 5 <input type="checkbox"/> Entre 6 et 10 <input type="checkbox"/> Entre 11 et 15 <input type="checkbox"/> Entre 16 et 20 <input type="checkbox"/> Entre 21 et 25 <input type="checkbox"/> Entre 26 et 30 <input type="checkbox"/> Plus de 30	<input type="checkbox"/> Entre 0 et 5 <input type="checkbox"/> Entre 6 et 10 <input type="checkbox"/> Entre 11 et 15 <input type="checkbox"/> Entre 16 et 20 <input type="checkbox"/> Entre 21 et 25 <input type="checkbox"/> Entre 26 et 30 <input type="checkbox"/> Plus de 30
<i>Pour les hébergements suivants, veuillez indiquer le nombre de semaines comme ci-dessus (entre 0 et 5, entre 5 et 9... etc.) :</i>				
<b>Heb. 2 n° :</b>				
<b>Heb. 3 n° :</b>				
<b>Heb. 4 n° :</b>				
<b>Heb. 5 n° :</b>				
<b>Heb. 6 n° :</b>				

**2) A quelle période louez-vous le mieux ?** *Merci de numéroter de 1 à 3 par ordre d'importance*

.... Vacances de Noël	.... Mai	.... Juin et septembre
.... Vacances de février	.... Juillet et août	.... Autres.....
.... Vacances de pâques	.... Vacances de Toussaint	(précisez)

**3) En moyenne, combien de temps les clients séjournent-ils dans votre (vos) structure(s) ?**

<b>En gîte rural</b>	<input type="checkbox"/> Moins de 2 jours <input type="checkbox"/> Entre 8 et 15 jours	<input type="checkbox"/> Entre 3 et 5 jours <input type="checkbox"/> Plus de 15 jours	<input type="checkbox"/> une semaine <input type="checkbox"/> autres :
<b>En Chambres d'hôtes, ou autres</b>	<input type="checkbox"/> Moins de 2 jours <input type="checkbox"/> Entre 8 et 15 jours	<input type="checkbox"/> Entre 3 et 5 jours <input type="checkbox"/> Plus de 15 jours	<input type="checkbox"/> une semaine <input type="checkbox"/> autres :

**4) Etes-vous satisfaits du taux de remplissage de votre (vos) hébergement(s) ?**

Très satisfait  Plutôt satisfait  Peu satisfait  Pas du tout satisfait

**5) Si non, combien de semaines aimeriez-vous louer votre (vos) structure (s) ?**

Entre 5 et 9  Entre 10 et 14  Entre 15 et 19  Entre 20 et 24  Entre 25 et 30  Plus de 30

### **II° Vos pratiques dans votre activité touristique**

➤ **Mode de réservation :**

<b>6) Vous êtes en :</b>	<input type="checkbox"/> Service de réservations	<input type="checkbox"/> Location directe
<b>Vous en êtes satisfait :</b>	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non
<b>Pour quelles raisons :</b>	<input type="checkbox"/> Taux de remplissage <input type="checkbox"/> Flexibilité <input type="checkbox"/> Services rendus <input type="checkbox"/> Contact humain <input type="checkbox"/> Autres : .....	<input type="checkbox"/> Taux de remplissage <input type="checkbox"/> Flexibilité <input type="checkbox"/> Gestion personnalisée <input type="checkbox"/> Contact humain <input type="checkbox"/> Autres : .....

7) <b>Souhaitez-vous</b>	En location directe : <input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	En service de réservations : <input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non
<b>Pour quelles raisons :</b>	..... ..... .....	..... ..... .....

➤ **Prestations offertes aux touristes**

8) **Le tarif de votre (vos) hébergement(s) est tout compris :**  Oui  Non

9) **Si non, quels services/prestations sont facturés en plus du tarif de location?**

- Chauffage  Electricité  Bois de cheminée  Service ménage  Animaux  Linge de maison   
Autres : .....

➤ **Communication**

10) **Quels moyens de communication utilisez-vous pour vous faire connaître ?**

- Brochures publicitaires  Votre site Internet/blog  Sites de location en ligne  Gîtes de France (catalogue, site Internet)  Offices de Tourisme  Guide touristique (guide vert, guide du routard...etc.)  Autres : .....

11) **Si vous êtes présent sur Internet :**

- **Etes-vous bien référencé ?**  Oui  Non
- **Tenez-vous à jour l'état des disponibilités de votre (vos) hébergement(s) touristique(s) sur Internet ?**  
 Oui  Non **Via**  DispoGîtes  DispoHôtes  Autres : .....

12) **En général, comment les touristes apprennent l'existence de votre (vos) hébergement(s) ?**

- Brochures publicitaires  Votre site Internet /blog  Sites d'hébergements locaux  Gîtes de France (catalogue, site Internet)  Offices de Tourisme  Guide touristique (guide vert, guide du routard, géoguide...etc)  Bouche à oreille  Autres :

➤ **Insertion dans le tissu touristique**

13) **Avez-vous des partenariats avec d'autres acteurs du tourisme (Office de Tourisme, autres hébergeurs, prestataires d'activités) ?**  Oui  Non

Si oui, merci de préciser : .....

14) **Qu'est-ce que ces partenariats vous apportent ?**

.....  
.....

15) **Votre (vos) hébergement(s) a-t-il une thématique** (Bienvenue à la ferme, Bien-être, Marque accueil parc, Neige...)?

- Oui  Non

16) **Si oui, que vous apporte cette thématique ?**

- Visibilité  Plus de clientèle  Caution éthique (partage de valeurs)  Différenciation du reste de l'offre  
 Autre :

**III° Profil de la clientèle**

17) **Quel est le profil de votre clientèle principale ?**

- Famille  Couple  Groupe  Seul  Curistes   
Autre.....

18) **Origine géographique principale :** 1..... 2.....  
3.....

19) **Fidélisation : quelle est la part de votre clientèle qui revient régulièrement ?**

- Moins de 25 %  25%  50%  75%  Plus de 75 %

20) **Quelles sont les activités principales qu'ils pratiquent pendant leur séjour ?**

Hiver .....

Eté.....

21) **Savez-vous pour quelles raisons vos clients ont-ils choisi votre (vos) hébergement (s)?**

- Rapport qualité/prix  Disponibilité en ligne  Photos de l'hébergement  Proximité loisirs  Thématique de l'hébergement  Commodités spécifiques (jardin, terrasse, piscine, cheminée...etc.) *Merci de préciser.....*
- Nombre de place  Localisation  Nombre d'épis  Label  Maison individuelle  Autre : .....

22) **En général, qu'est ce que votre clientèle apprécie dans votre (vos) hébergement(s) 3 réponses maximum ?**

- Rapport qualité/prix  Accueil  Contact monde rural  Personnalité du lieu  Confort/propreté
- Proximité loisirs  Calme  Autres : .....

23) **Avez-vous constaté des évolutions de la clientèle ces dernières années (profil, pratique, demande) ?**

- Réservation :**  Négocie le prix  Demande des courts séjours  Réserve de plus en plus en tard  Autres : .....
- Demands :**  Clientèle plus exigeante  Souhaite plus de prestations (Internet, linge, ménage...)  Contact humain
- Activités :**  De plus en plus de randonneurs  Délaisse le ski  Autres : .....
- Autres :** .....

24) **Selon vous, pourquoi votre clientèle a choisi le territoire du Pays Terres Romanes (Capcir, Cerdagne, Conflent ou Riberal) pour son séjour ?**

.....

25) **Vers quels sites touristiques ou activités de loisirs orientez-vous vos touristes pendant leur séjour ?**

.....

#### **IV° Posture face à l'avenir**

26) **Avez-vous des projets ? Comment voyez-vous évoluer votre (vos) structure(s)?**

- Développer votre visibilité sur Internet  Faire un autre gîte/chambre d'hôtes  Arrêter  Partenariats locaux  Améliorer la qualité de l'existant/travaux  Proposer de nouvelles prestations  Autre : .....

27) **Dans le cadre du réseau Gîtes de France, êtes-vous prêts à vous impliquer dans la phase d'animation qui suivra ce diagnostic (réunions de propriétaires sur le terrain pour définir des projets communs)?**

- Oui  Non  Peut-être

28) **Pour quels types d'animations seriez-vous prêt à vous investir ?**

- Formation (Internet...etc.)  Développement de thématiques qualifiantes  Création de produits touristiques avec le service de réservation  Développement de partenariats  Amélioration de la communication  Autres : .....

#### **V° Le réseau Gîtes de France**

29) **Depuis combien d'années adhérez-vous aux Gîtes de France ?**

- Moins d'un an  Entre 2 et 5 ans  Entre 6 et 15 ans  Entre 16 et 25 ans  Plus de 25

30) Pour quelles raisons êtes-vous aux Gîtes de France 3 réponses possibles?

- Gage de qualité/sérieux de la marque
  Renommée de la marque
  Valeurs du réseau
  Attachement  
 Conseils personnalisés apportés aux adhérents et suivi de l'activité
  Animation du réseau (journées d'informations, visites de sites)
  Outils de promotion
  Service réservation
  Performance
  Autre : .....

31) Etes-vous satisfait des services apportés par le réseau Gîtes de France ?

- Très satisfait
  Plutôt satisfait
  Peu satisfait
  Pas du tout satisfait

Pourquoi ?.....  
.....

32) Qu'est ce que vous proposeriez pour améliorer la dynamique du réseau Gîtes de France ?

.....  
.....

33) Qu'est ce que vous proposeriez pour améliorer la dynamique du territoire (Conflent, Capcir, Cerdagne et Ribéral)?

.....  
.....

## VI° Votre profil

34) Tranches d'âge :  18-34 ans  35-49 ans  50-64 ans  65-74 ans  75 ans et +

35) Quelle est votre activité professionnelle principale ?

Vous	Votre conjoint
<input type="checkbox"/> gestion hébergement <p style="text-align: center;">Et/ou</p> <input type="checkbox"/> Agriculteur exploitants, secteur primaire <input type="checkbox"/> Artisans, commerçants, chefs d'entreprise <input type="checkbox"/> Profession libérale/cadre <input type="checkbox"/> Professions intermédiaires <input type="checkbox"/> Employé <input type="checkbox"/> Ouvrier <input type="checkbox"/> Retraités	<input type="checkbox"/> gestion hébergement <p style="text-align: center;">Et/ou</p> <input type="checkbox"/> Agriculteur exploitants, secteur primaire <input type="checkbox"/> Artisans, commerçants, chefs d'entreprise <input type="checkbox"/> Profession libérale/cadre <input type="checkbox"/> Professions intermédiaires <input type="checkbox"/> Employé <input type="checkbox"/> Ouvrier <input type="checkbox"/> Retraités.

36) Comment considérez-vous la part de votre (vos) hébergement(s) dans vos revenus :

- Très importante
  Importante
  Peu importante
  Pas importante

Est-ce :  Très satisfaisant  Plutôt satisfaisant  Peu satisfaisant  Pas du tout satisfaisant

37) Vous êtes dans les Pyrénées-Orientales depuis :  Originaire d'ici  Moins de 5 ans  Plus de 5 ans

38) Avez-vous eu une formation touristique ou une expérience dans le monde du tourisme avant d'ouvrir votre (vos) structure(s)?  Oui  Non

39) Quelles sont les motivations qui vous ont poussé à créer un hébergement touristique ?

- Complément de revenu
  Conserver et de valoriser votre patrimoine
  Projet de vie
  Autres :  
 .....

Remarques libres:

.....

Vacanciers,

Nous espérons que votre passage ou votre séjour sur notre territoire vous a été (vous est) agréable. Afin de mieux vous connaître et de mieux répondre à vos attentes, nous vous invitons à remplir ce questionnaire.

## Votre Hébergement

1. Commune du lieu de séjour :.....

2. Durée de séjour :

- Moins de 2 jours       Entre 3 et 5 jours  
 Entre 8 et 15 jours       1 semaine  
 Plus de 15 jours

3. Quel est votre hébergement?

- Hôtel  
 Gîte "Gîtes de France"  
 Chambre d'hôtes "Gîtes de France"  
 Meublé de tourisme/location  
 Résidence secondaire  
 Famille/amis  
 Camping/ Mobil-home /Chalets  
 Résidence de Tourisme  
 Hébergement collectif, village de vacances  
 Autres.....

4. Comment avez-vous trouvé votre hébergement?

*Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).*

- Internet : www.....  
 Bouche à oreille/entourage  
 Presse, salons  
 Offices de Tourisme  
 Guides touristiques  
 Agences de voyages/comité d'entreprises  
 Autres.....

5. Selon vous, quelles sont les 3 raisons qui ont déterminé votre choix d'hébergement?

- Prix  
 Confort  
 Proximité loisirs  
 Calme  
 Thématique (ferme, écologie...)  
 Environnement  
 Localisation  
 Décoration, ambiance  
 Sécurité  
 Indépendance  
 Disponibilité  
 Photos  
 Commodités spécifiques (jardin, piscine...)  
 Contact monde rural  
 Autres.....

5. Etes-vous satisfaits de votre hébergement?

Oui  Non

6. Pour quelles raisons?

- .....  
 .....  
 .....  
 .....

## Votre lieu de séjour

7. Est-ce votre premier séjour dans la région?  Oui  Non

8. Comment avez-vous connu la région?

- Publicité (presse, radio, TV, prospectus)       Internet  
 Notoriété       Comité d'Entreprise/association  
 Bouche à oreille, entourage       Agence de voyage  
 Foires, expos, salons       Autres.....  
 Guide touristique

9. Avant de venir, que connaissiez-vous de la région ?

.....

10. Quelles sont les 3 principales raisons qui ont motivé votre choix de lieu de séjour?

- Randonnées       Facilité d'hébergement, raisons personnelles  
 Activités sportives (autres que la rando)       Venir découvrir une autre région  
 Montagne/Paysages       Proximité Andorre et Espagne  
 Climat       Thermalisme/Bien-être  
 Patrimoine naturel       Activités culturelles et festives  
 Patrimoine architectural       Proximité  
 Identité catalane (cuisine, culture, tradition...)  
 Calme       Attachement à la région  
       Prix attractifs  
       Autres.....

**11. Quelles activités avez-vous pratiqué pendant votre séjour ? Merci de préciser votre niveau de satisfaction pour chacune des activités pratiquées**

Activités	1	2	3	4	Remarques
<input type="checkbox"/> Randonnées	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Vélo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Promenade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Equitation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Thermalisme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Sports de pleine nature (escalade, canyoning...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Pêche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Visite de monuments/musées	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Gastronomie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Découverte de sites naturels, faune, flore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Parc animaliers ou de loisirs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Train jaune	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Visite de ville et villages	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Manifestations culturelles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Repos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Autres.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Très satisfait (1), Plutôt satisfait (2), Plutôt mécontent (3), Très mécontent (4)

**12. Pensez-vous revenir ?  Oui  Non**

**13. Si oui, à quelle période ?**

- |  |   |   |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Vacances de Toussaint | <input type="checkbox"/> Vacances de Pâques |   |
| <input type="checkbox"/> Vacances de Noël      | <input type="checkbox"/> Mai                | <input type="checkbox"/> Juin/septembre |
| <input type="checkbox"/> Vacances de février   | <input type="checkbox"/> Juillet et août    | <input type="checkbox"/> Autres.....    |

**Informations vous concernant :**

**14. Vous êtes venu :**

- Seul  En couple  En famille  
 Entre amis

**15. Vous voyagez pour :**

- Tourisme  Affaires  Autres

**16. Code postal ou pays d'origine.....**

**17. Votre âge**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Moins de 18 ans | <input type="checkbox"/> 50-64 ans      |
| <input type="checkbox"/> 18-34 ans       | <input type="checkbox"/> 65-74 ans      |
| <input type="checkbox"/> 35-49 ans       | <input type="checkbox"/> 75 ans et plus |

**18. Catégorie socioprofessionnelle :**

- Agriculteur exploitants, secteur primaire  
 Artisans, commerçants, chefs d'entreprise  
 Professions libérale/cadre  
 Professions intermédiaires  
 Employé  
 Ouvrier  
 Retraité  
 Etudiant  
 Sans Emploi  
 Autres

Mail : .....

Cochez cette case si vous souhaitez recevoir les news et les bons plans Gîtes de France par mail

Remarques libres : .....

L'équipe du relais Gîtes de France Pyrénées-Méditerranée vous remercie de votre contribution.