



MEMENTO DU TOURISME

ACTIONS

2025





LE PLUS ÉTONNANT DANS LES CHOSES
IMPOSSIBLES EST QU'ELLES FINISSENT SOUVENT
PAR SE RÉALISER.

SOMMAIRE

ENQUETES ET PERCEPTION	04
MEDIATION ET ACCEUIL	05
ANIMATIONS	06
DES PROJETS STRUCTURANTS	07
COMMUNICATION	10

INTRODUCTION



Vous trouverez ici une synthèse des actions phares portées par l'office de tourisme, il ne s'agit pas de mettre en lumière un travail exhaustif de chaque jour sur le terrain ou auprès des professionnels mais plus de mettre en avant quelques actions transversales qui contribuent à la notoriété et au développement de la destination.

ENQUETES ET PERCEPTIONS

140
RÉPONDANTS

RÉSIDENT EN
DOMITIENNE
AMBASSADEURS
DE TERRITOIRE

91 %
S'ESTIMENT
PRIVILEGIÉS

SCORE DE
NOTORIÉTÉ

45.8 / 100

SCORE
D'ATTRACTIVITÉ

57.7 / 100

ENQUETES DE PROXIMITÉ

l'idée ici était de s'assurer de la perception du tourisme par les habitants et d'ouvrir une première réflexion en matière de prise en compte des nuisances, d'anticipation voire de participation citoyenne. Il en ressort que si dans les grandes lignes le développement touristique est bien accepté et intégré quelques nuisances en matière de transport ou de pression foncière peuvent ressortir.

ENQUETE MUTUALISEES : LES STATIONS LITTORALES DE FRANCE

7 000 voyageurs interrogés. Plus de 180 stations passées au crible. Des relevés de prix terrain. Voilà les bases de l'étude à laquelle nous avons participé en 2025.

La notoriété, c'est le niveau de connaissance d'une destination par le public. **L'attractivité** combine des facteurs rationnels et émotionnels, déclencheurs de la décision.

Vendres : station connue et/ou attirante ?

Sans surprise, petite station face à Narbonne plage, Palavas ou Collioure, son score de notoriété frole tout juste la moyenne. Mais son score d'attractivité supérieur à celui de la notoriété fait pourtant exception dans le panel ! Encourageant !

MEDIATION ET ACCUEIL SCOLAIRE

**ENFANTS
ACCUEILLIS**

2 5 0

**THEMATIQUES
POSSIBLES**

4

L'objectif de départ était de concevoir, structurer et animer une offre pédagogique adaptée aux scolaires, tout en assurant la qualité des échanges avec les enseignants et la cohérence avec les missions de valorisation du site et du territoire.

- développement d'une offre complète et cohérente pour les maternelles et les primaires ;
- mise en place de supports pédagogiques concrets (discours autour de la ruche et des insectes, livret pédagogique pour les enfants...) ;
- la mobilisation effective d'un large public scolaire sur plusieurs communes du territoire et au delà .

**PASS
EXPLORATEURS
DISTRIBUÉS**

8 0 0

En parallèle l'OT a soutenu l'action de la Communauté de communes La Domitienne en participation à l'opération PASS EXPLORATEUR. Ce pass donne droit à chaque enfant détenteur (obtenu lors d'un échange scolaire avec l'Oppidum) à deux places offerte par l'office de tourisme au musée d'Ensérune pour inviter ses parents, grands parents, oncles, tantes ...

ANIMATIONS

L'office de tourisme organise ou co organise plusieurs manifestations qui depuis leurs créations sont attendus du public local et/ou touristiques, qu'elles soient :

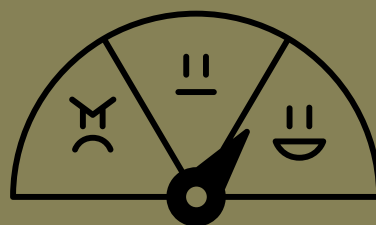
- gastronomiques : Fête de la transhumance, Escales gourmandes du chichoulet...
- festives : Bacchanales, Chicouvins, Convivencia ...
- sensibles : Chill' au Malpas
- culturelles : Visites guidées, Festival InvitationS Patrimoines En Domitienne

En 2025, suite à une expérimentation, réussi en 2024 l'office a souhaité renouveler une opération "Salsa" au printemps à Vendres Plage.

Malheureusement l'évènement, ambitieux, n'a pas trouvé son public malgré une programmation reconnue comme très qualitative et des tarifs attractifs pour une manifestation de cette envergure. En effet la trop faible affluence ne permet pas d'envisager un équilibre financier à moyen terme pour cette opération.

Dans un contexte économique national incertain, et un contexte humain difficile autour de ce projet, le comité de direction a acté dès la fin de l'année 2025 de la non reconduction de ce projet.

Dans le cadre de notre démarche qualité et afin de mieux satisfaire à nos objectifs, chaque participants aux animations sur inscriptions a reçu un questionnaire de satisfaction.



LE FORT TAUX DE RETOUR (EN MOYENNE PLUS DE 50%) ET LES NOTES GLOBALES (4.9/5 EN MOYENNE) NOUS CONFORTE DANS NOTRE PROGRAMMATION ET NOUS ENGAGE À POURSUIVRE EN PRENANT EN CONSIDÉRATION LES SUGGESTIONS D'AMÉLIORATION.

DES PROJETS STRUCTURANTS

HALTE DU MALPAS



Un lieu de pause, de rencontre, de découverte, pour les publics en itinérance cycliste ou pédestre

Au regard du contexte, des besoins et des enjeux, le territoire au travers l'office de tourisme souhaite s'inscrire au sein de la dynamique de déploiement des modes de circulation doux, durable, respectueux de nos patrimoines mais aussi ceux permettant de mieux en appréhender la richesse, la variété et la valeur.

Pour se faire, l'office de tourisme, en concertation avec la Communauté de communes et après avoir observé le besoin a souhaité déployer sur son territoire un lieu de halte pour les touristes en itinérance. L'objectif est à la fois d'enrichir les services proposés sur les grands itinéraires mais également de leur donner la possibilité de découvrir le territoire.

Cette halte, achevée à la fin de l'année 2025, participe donc de la promotion des circuits, garanti l'accès à un certain nombre service nécessaires en itinérance mais sera également un pôle de redirection vers la destination à partir des grands itinéraires. Elle permet aux voyageurs en itinérance de faire une pause, de pique-niquer en intérieur ou extérieur, de se rafraichir, de s'informer sur les différents itinéraires de proximité ou encore les endroits à visiter.

Ils y trouvent également mobilier et équipements à disposition leur permettant de faciliter leur voyage.

DES PROJETS STRUCTURANTS

DIAGNOSTIC RANDONNÉE



Une pratique en pleine évolution suite à un essor peu maîtrisable post Covid

Après plusieurs mois de travail de terrain, d'analyse et d'échange, le CDRP 34 a livré un rapport complet sur l'état des parcours existants, labélisés ou non, mis en parallèle au développement actuel des pratiques à l'échelle du département.

Au delà d'un simple diagnostic cette étude des sentiers de randonnée sur le territoire de La Domitienne a conduit à une proposition stratégique claire concernant le réseau :

- suppression des tracés non pertinents,
- requalification des parcours existants (Oenorando Maraussan et coteaux d'Ensérunes, Vendres),
- création de nouveaux itinéraires.

EN SYNTHÈSE

3 PR labélisés

1 GR en projet

1 PR en réflexion

45 sentiers non officiels et/ou non concertés
plus de 20 circuits expertisés

4 zones de fréquentation de pratiquants connectés (Fontcaude,
Canal du Midi / Ensérune, Moulins de Nissan, Littoral de Vendres / Etangs)

Prévisions : 80 km de chemin de randonnées supplémentaires et/ou requalifiés pour
un budget d'investissement sur 4 ans de 185.000 €

Etude complète téléchargeable [ici](#)

DES PROJETS STRUCTURANTS



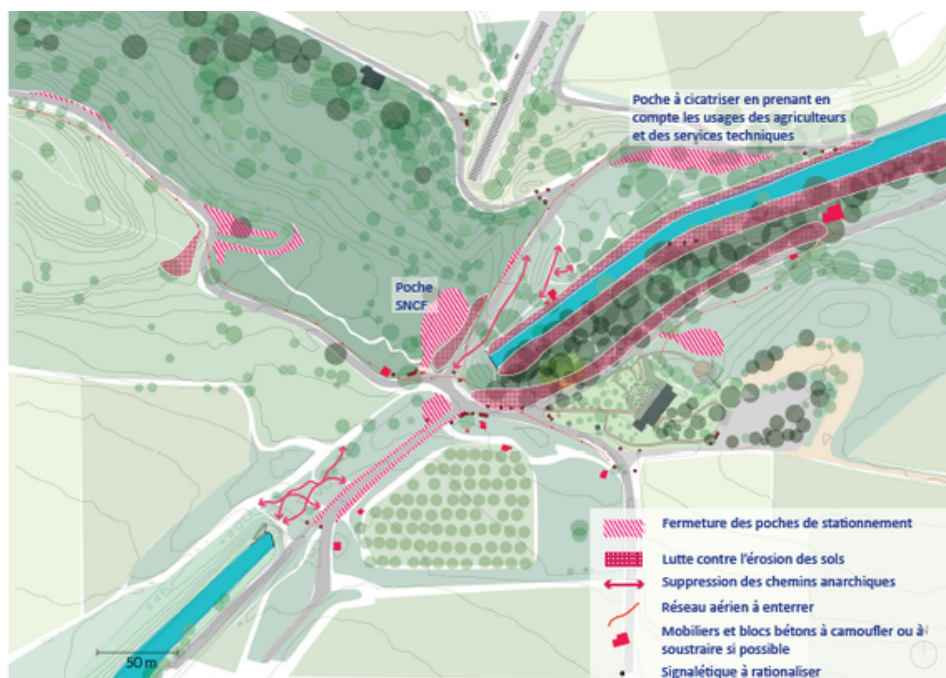
OPERATION GRAND SITE DE FRANCE ET REQUALIFICATION DU MALPAS

La Communauté de communes et son Office du Tourisme ont défini et mettent en œuvre une stratégie touristique du territoire, durable et responsable, soucieuse du respect des espaces naturels et patrimoniaux qui sont des richesses à protéger.

Ainsi La Domitienne affirme-t-elle sa volonté de prendre part à la valorisation du bien UNESCO canal du Midi via la requalification paysagère de ses abords sur le secteur du Malpas (siège de l'Office du tourisme et en lien direct avec le musée d'Ensérune, Monument National de France).

Une étude de programmation s'inscrivant dans le contexte global du canal du Midi et de l'opération Grand Site de France a donc été lancée en concertation avec les partenaires, dont VNF et les services de l'Etat. Fin 2025, un premier diagnostic complet ainsi que de premières orientations stratégiques vers une maison de site au sein d'un paysage restaurés ont été livrés et amandés.

les scénariis demandent encore à être affinés mais l'objectif est de pouvoir finaliser l'étude en 2026 pour lancement d'un concours d'architecte au cours du 1er trimestre 2027.



COMMUNICATION ET MARKETING

RESEAUX SOCIAUX

PRÉS DE 450
PUBLICATIONS

JEUX CONCOURS

8 JEUX, 21
LOTS, 16200
PARTICIPANTS

En matière de tourisme la communication va bien au delà de ce qui est visible ...

Il y a tout ce qui est induit, suggéré, murmuré, tout ce qui se voit ailleurs, un travail de fourmi en collaboration avec les professionnels du territoire, les institutions, la presse, la construction de notoriété et la programmation d'un contenu qui nous ressemble et nous rassemble ...

Au programme ; lancement de nouveau format vidéo avec les pro, jeux concours mensuels, spots radio, accueil presse, reportages et création de vidéos de destination décalées.

UNE STRATEGIE DIGITALE QUI PAYE

PLUS DE
300000
PERSONNES
TOUCHÉES

Et comme parfois des images parlent mieux que des mots regardez La Domitienne Autrement ici ou là !

