

OFFICE DE  
TOURISME

MILLAU GRANDS  
CAUSSES

**Comité de  
direction  
9 Octobre 2023**

Halle Viaduc – Millau – 18h



## Ordre du jour

Question 1. Approbation du compte rendu du comité de direction du 22 juin 2023

Question 2. Liste des décisions du directeur

Question 3. Bilan de saison touristique (tour de table des représentants filières)

Et Bilan des actions estivales de l'office de tourisme

Question 4. Demande de subvention pour l'organisation du festival des Sites et des Sons 2024

Question 5. Point jury recrutement du (de la) directeur (rice) et du (de la) responsable administrative et financière

Question 6. Questions diverses

# BILAN INTERMEDIAIRE

## Saison 2023

OFFICE DE  
TOURISME  
INTERCOMMUNAL  
MILLAU GRANDS  
CAUSSES



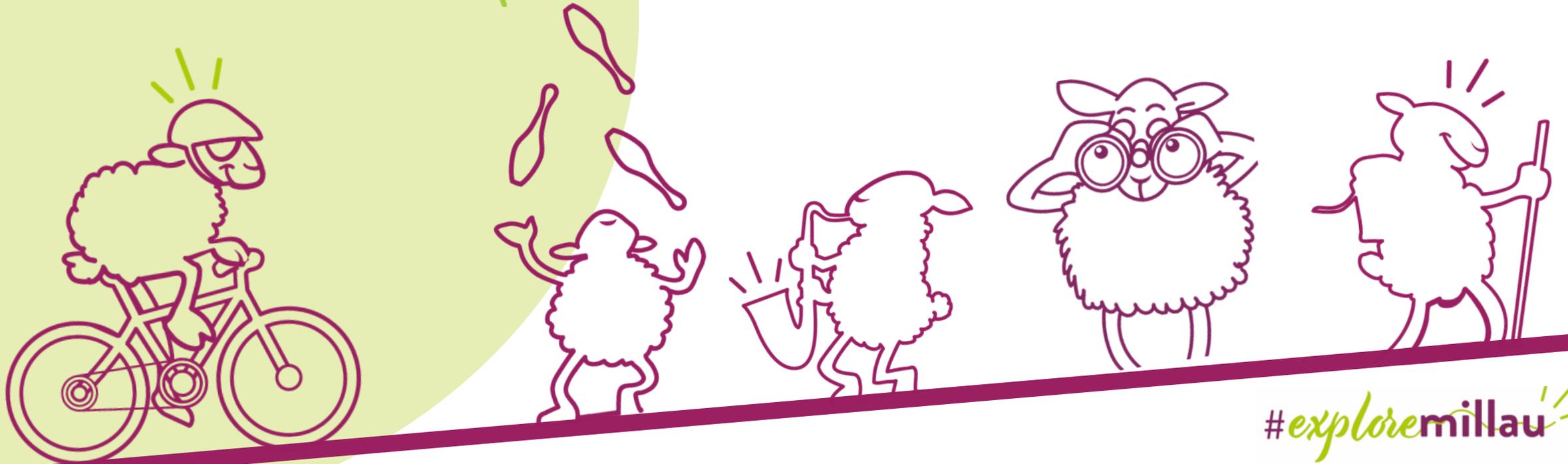
#exploremillau



Comité de direction 9 Octobre 2023

# SOMMAIRE

ACCUEIL  
ANIMATION  
COMMERCIALISATION  
COMMUNICATION & DIGITAL



#exploremillau

### *Une belle saison touristique 2023 qui confirme que les Français sont attachés aux vacances, avec **des départs plus nombreux et majoritairement en France***

« L'été 2023 tient in fine ses promesses. Après des mois de mai et de juin aux performances exceptionnelles puis un léger ralentissement début juillet, la fréquentation a globalement rebondi au mois d'août. Le retour des clientèles asiatiques et une excellente arrière-saison laissent augurer d'un bilan estival qui devrait renouveler voire légèrement dépasser les performances globales de l'été 2022 »

- **Une fréquentation domestique satisfaisante**

Entre juillet et août **67% des Français sont partis en vacances** (week-ends et séjours longs), un chiffre en augmentation de 3 points par rapport à l'an dernier. 88% d'entre eux ont privilégié la France, un pourcentage équivalent à celui de 2022. Pour les Français n'ayant pu partir en vacances, le motif financier reste le premier facteur explicatif.

Entre le 1<sup>er</sup> juillet et le 20 août 2023, **306 millions nuitées domestiques ont été réalisées**, un chiffre similaire par rapport à 2022

- **Un été marqué par le retour des clientèles internationales**

A la fin juillet, les arrivées aériennes en France des clientèles moyens et longs courriers ont augmenté de **29% par rapport à 2022**.

## TENDANCES 2023 DU MARCHÉ FRANÇAIS

- **Une répartition de la fréquentation par espace plus homogène**

Si le littoral reste, comme à l'habitude, la destination la plus fréquentée tant par les clientèles domestiques qu'internationales, le bord de mer a connu un léger retrait sur le mois de juillet, comparé à 2022 qui avait été exceptionnel, au profit des destinations montagne et campagne qui ont connu une hausse de fréquentation.

- **Une belle saison estivale 2023 pour l'hôtellerie de plein air et l'hébergement locatif**

Selon France Tourisme Observation, l'hôtellerie de plein air a enregistré **79 millions de nuitées** (du début juillet au 20 août), en très légère hausse (+0,8%) par rapport à 2022, alors que l'été 2022 était déjà record. La performance du mois de juillet 2023, qui a démarré plus tardivement, a été compensé par les très belles performances de la deuxième quinzaine d'août (+6,3% de nuitées pour la semaine du 15 août par exemple par rapport à 2022). Le mois de septembre s'annonce également dynamique.

L'hébergement locatif poursuit sa croissance avec un volume de nuitées en augmentation de près de **12%** par rapport à juillet 2022. (AirDNA pour Atout France)

Dans l'hôtellerie, les taux d'occupation en juillet et en août sont en léger retrait par rapport à l'an dernier (- 2,2 points),

- **Une très bonne arrière-saison en perspective**

Près de **50%** des Français interrogés ont prévu de partir en week-end ou séjour plus long sur le mois de septembre (+ 6 points) et 35% sur le mois d'octobre (+ 5 points), des prévisions en forte augmentation par rapport à l'an dernier.

## Tourisme en Occitanie : le calendrier, le climat et le pouvoir d'achat font de 2023 une saison contrastée

### Les grandes tendances de fréquentation

- Un coeur de saison sous le signe d'une certaine stabilité par rapport à 2022 (qui reste une des années record du tourisme en Occitanie)... qui révèle cependant de fortes disparités ;
- Une fréquentation satisfaisante, mais une inflation qui fait logiquement baisser la consommation ;
- Par types d'hébergements touristiques : hausse du locatif en plateforme, stabilité des campings et légère baisse des hôtels ;
- Par types d'espaces : Lourdes en très forte hausse, le Massif central et les Pyrénées en progression et le littoral en légère baisse ;
- Deux pics de fréquentation lors du week-end du 14 juillet et de façon encore plus marquée pour celui du 15 août, comme chaque année ;
- Une dernière semaine de vacances qui progresse de 15% par rapport à l'année dernière.

### Les prévisions pour l'arrière-saison

- Un mois de septembre plein de promesses sur le littoral et à Toulouse avec la Coupe du Monde de rugby ;
- Une perspective de fréquentation 2023 (nuitées) qui devrait permettre d'atteindre le niveau de 2022 sous réserve d'une arrière-saison favorable.

### Les comportements touristiques

- Dans un contexte inflationniste, des clientèles toujours soucieuses de trouver le meilleur rapport qualité-prix, voire de bénéficier de tarifs promotionnels;
- Une place grandissante des réservations de dernière minute;
- Un niveau d'exigence des clientèles qui a tendance à s'élever;
- Les contraintes financières demeurent la principale raison de non-départ en vacances cet été.

### Les spécificités de la saison en Occitanie

- Une mobilité ferroviaire au plus haut niveau, dopée par les billets de train à 1€ et l'Occitanie Rail Tour;
- Une campagne collective avec tous les Offices de Tourisme, « Il n'y a plus de saison », pour renforcer la fréquentation du littoral au mois de septembre.

## TENDANCES 2023 DU MARCHÉ RÉGIONAL

Après une avant-saison au calendrier très favorable aux départs en vacances, l'Occitanie voit sa fréquentation touristique **se stabiliser sur le cœur de l'été par rapport à 2022**.

Tous modes d'hébergements confondus - marchands et non marchands -, **l'Occitanie enregistre 78 millions de nuitées touristiques sur la période juillet-août dont deux tiers auprès de clientèles françaises** - une proportion stable par rapport à 2022.

Depuis le début de l'année 2023, la région comptabilise à fin août 161 millions de nuitées touristiques, principalement auprès de clientèles françaises : un volume stable toutes clientèles confondues par rapport à 2022 (+1%) avec toutefois une évolution de +6% des nuitées internationales, notamment européennes.

Les Pyrénées et le Massif Central sont les deux espaces de destination qui bénéficient des plus fortes évolutions par rapport à juillet-août 2022 (resp. +8% et +6%).

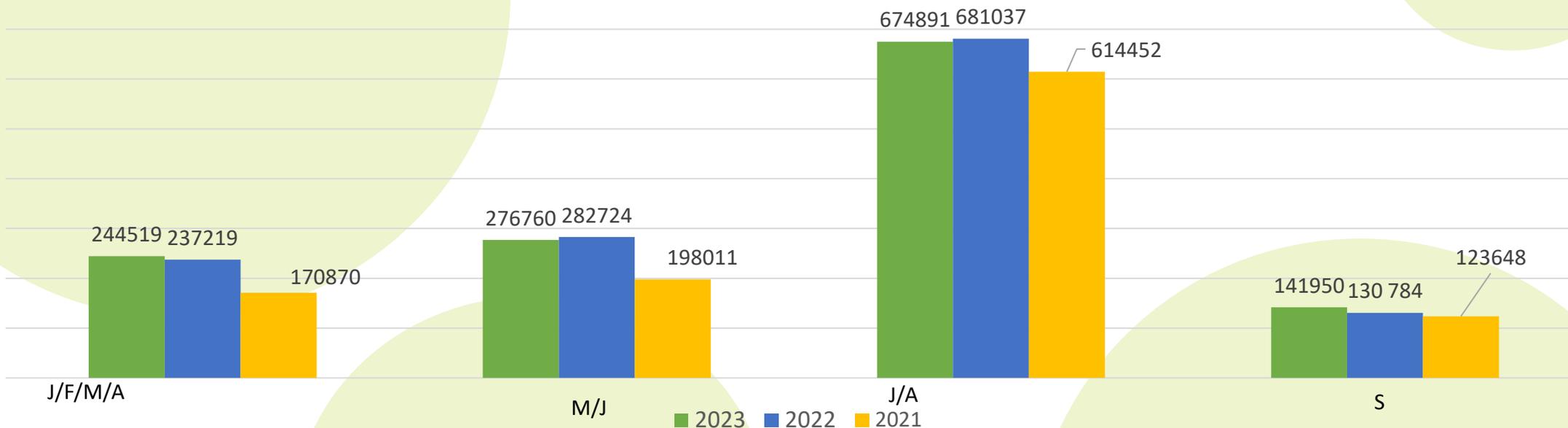
### • Tour de table par représentant filière

- Retour de la fréquentation étrangère notamment sur l'hôtellerie de plein air avec un retour très important de la clientèle néerlandaise ;
- Une bonne fréquentation globale de la destination dès les mois d'avril et mai avec le retour de nos grands événements ;
- Des résultats en deçà des attentes pour le mois de juillet pour beaucoup de professionnels ;
- Les vagues de chaleurs ou à l'inverse les passages de mauvais temps, entraînent :
  - une baisse du passage et des réservations de dernières minutes ;
  - Une baisse de la consommation en journée (tout type d'activité) ;
  - Une baisse de flux en centre ville en journée donc un impact direct sur la restauration et les sites de visites.
- Une baisse du pouvoir d'achat liée à l'inflation et une diminution du panier moyen par touriste
- De belles fréquentations sur les animations et les événements en soirée



Une stabilité des nuitées depuis le début de l'année avec +0,5%

## Nuitées\*



\* Hors nuitées  
aveyronnaises

- Total des nuitées en 2023 : **1 338 120**
- Total des nuitées en 2022 : **1 331 764**
- Total des nuitées en 2021 : **1 111 758**

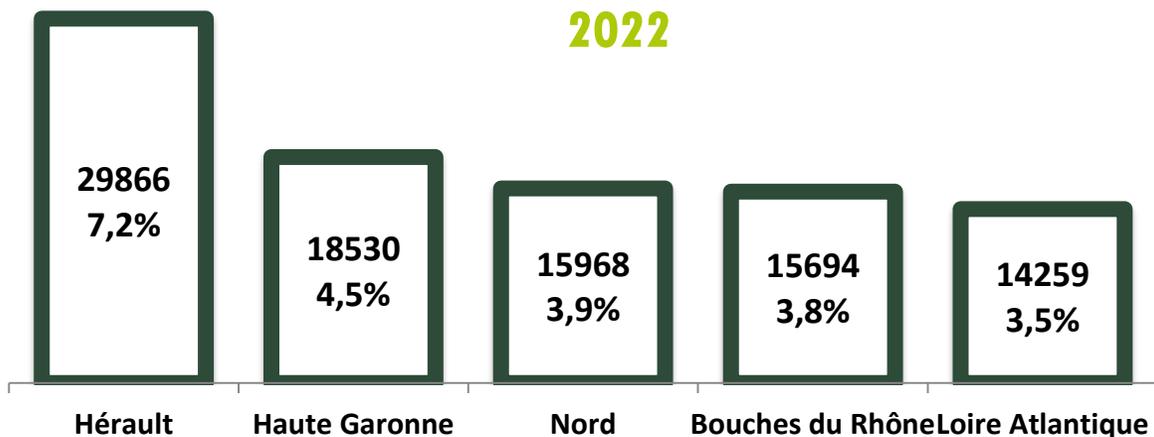
Un confirmation sur les montants de taxe de séjour encaissés avec déjà 295 000€ au 30 septembre ce qui laisse entrevoir d'atteindre les 350 000€ en fin de saison.

# ANALYSE DE FRÉQUENTATION « FLUX VISION » Juillet et août

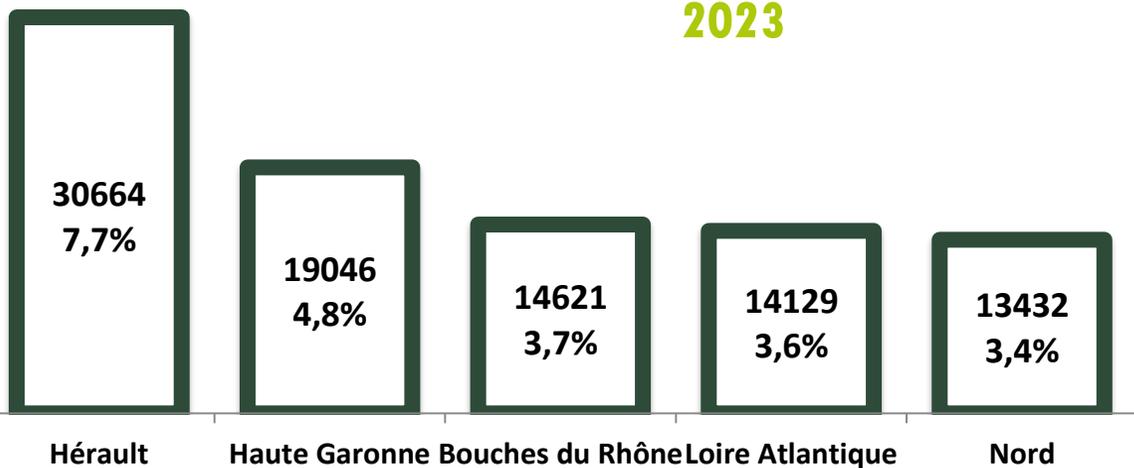
Origine nuitée



2022



2023

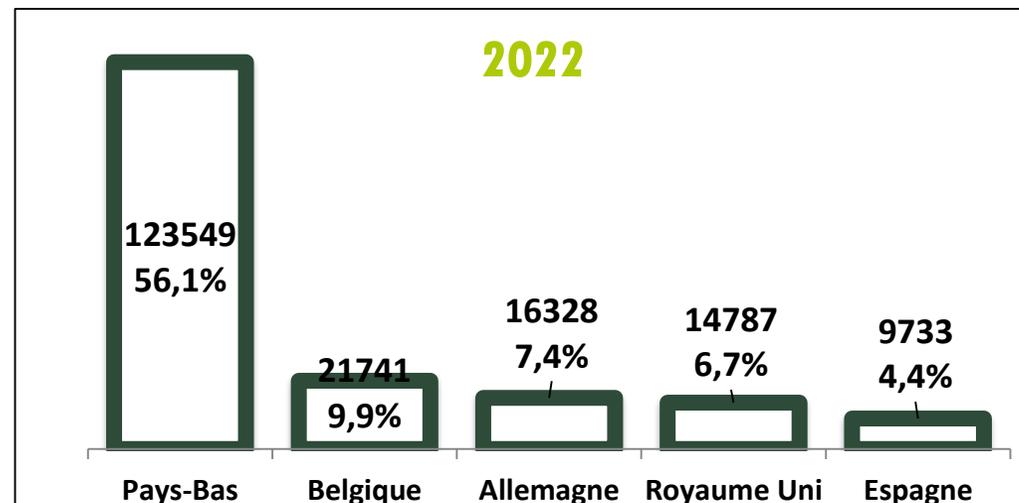


# Une stabilité des provenances sur la très haute saison

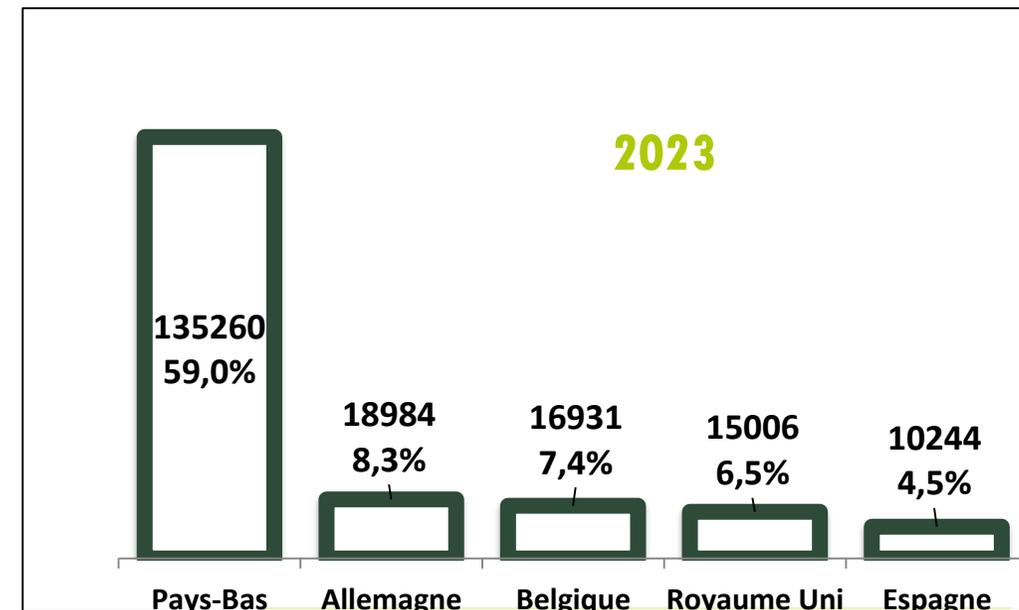
Origine nuitée



2022



2023



## FRÉQUENTATION DES SITES DE PRATIQUE DE LA COLLECTIVITÉ

- **Randonnée pédestre (du 1<sup>er</sup> janvier au 2 octobre 2023)**

Les corniches du Méjean : 22 935 (pointe à 466/j), 20 769 en 2022

Caylus - la Cresse : 2 443 (pointe à 66/j), 1 934 en 2022

St Marcellin : 7 712 (pointe à 175/j), 7414 en 2022

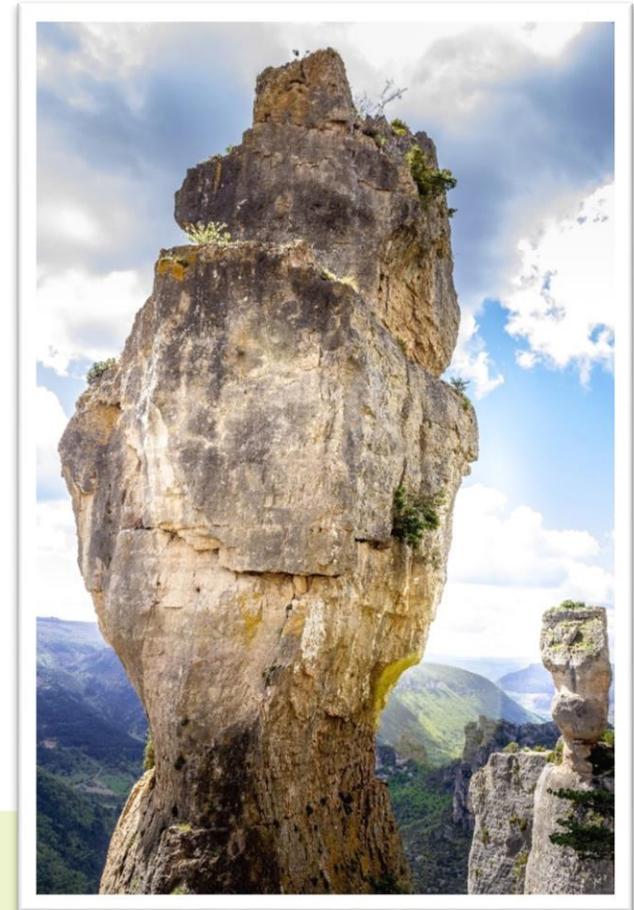
- **Sites et Villages (du 1<sup>er</sup> janvier au 2 octobre 2023)**

Tour de Peyreleau : 15 247 (pointe à 377/j), 15 112 en 2022

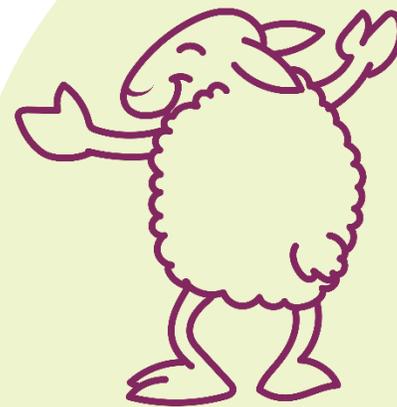
- **Via Ferrata (du 1<sup>er</sup> janvier au 2 octobre 2023)**

Boffi : 4 969 (pointe à 139/j), 5 192 en 2022 et 5616 en 2021

Liaucous : 7 203 (pointe à 169/j), 7 198 en 2022 et 6008 en 2021



# ACCUEIL



#exploremillau



- **Ouverture au public** identique à 2022!
  - **Une équipe nouvelle au complet pour l'ensemble de la saison** : 1 nouvelle Responsable Accueil Qualité et de nouveaux saisonniers ultra motivés ! 3 conseilleres en front office tous les jours (idem 2022)
  - **Pic de fréquentation** : lundi 7 août avec 175 entrées en 1h (en 2022, lundi 8 août avec 149 entrées en 1h et en 2021 : dimanche 01/08 avec 105 entrées en 1h)
  - **Stabilité de la fréquentation physique et légère augmentation à distance**
- ➔ **Adaptation du conseil** :
- ➔ plus de réassurance.
  - ➔ Développement de vente d'activités en lien avec le déploiement de l'outil place de marché à l'accueil
- **Inflation** : orientation du public concerné par un budget restreint vers des activités moins le moins coûteuses possibles et/ou gratuites, consommation du territoire différente

#exploremillau

**BIT DE MILLAU** (données du 1<sup>er</sup> janvier au 30 septembre 2023)

**2023**

**38 834** fréquentation = (ex : 1 contact pour une famille de 4)

**12 289** contacts comptoir

**5 059** contacts téléphone

**992** contacts mail

#exploremillau



**2022**

**39 119** (34 759 en 2021)

**11 332** (12 277 en 2021) contacts comptoir

**4 876** (4705 en 2021) contacts téléphone

**816** (884 en 2021) contacts mail



## Fréquentation BIT Millau Zoom Occitanie Juillet et Août

**2023**

**3 826** contacts d'Occitanie **+6%**

**37%** pourcentage de contacts d'Occitanie par rapport au total

**838** contacts Occitanie-Juillet **+21%**

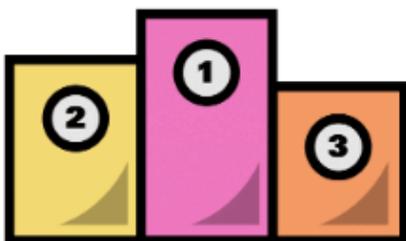
**697** contacts Occitanie-Aout **+3%**

  
**TOP 3 des provenances**

1-Résidents – 2261 **+24%**

2-Hérault – 519 **+7%**

3-Haute-Garonne – 304 **+2%**



**2022**

**3613** contacts d'Occitanie

**39%** pourcentage de contacts d'Occitanie par rapport au total

**690** contacts Occitanie-Juillet

**676** contacts Occitanie-Aout

**TOP 3 des provenances**

1-Résidents – 1818

2-Hérault – 484

3-Haute-Garonne – 299

## Fréquentation BIT MILLAU

### Clientèles étrangères

Données du 1<sup>er</sup> janvier au 30 septembre

2022

2023

Reste du monde – 160 (+6%)

Royaume-Uni – 224 (+3%)

Suisse – 62 (-4%)

Espagne – 179 (-8%)

Allemagne – 269  
(-3%)

Pays-Bas – 506  
(+2%)

Belgique – 247 (-14%)

Reste du monde – 151

Royaume-Uni 217

Suisse – 65

Espagne – 194

Allemagne – 277

Belgique – 288

Pays-Bas 496

Les étrangers représentent **14 % du TOTAL contacts comptoir** avec **1 647 contacts** sur **12 289** depuis le 1er janvier 2023.

Relative stabilité par rapport à 2022.

**Activités** : demande importante des activités sportives et de loisirs et de plein air (baignade, vélo, canoë, randonnée), des marchés diurnes et nocturnes, des animations.

## Fréquentation LE ROZIER – La Caselle

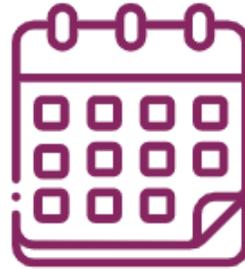
**JUILLET + 14%**

Fréquentation **2 532**

contre 2 227 en 2022

Contacts Comptoir **1 124**

Contre 1 041 en 2022



**AOÛT + 22%**

Fréquentation **3 372**

contre 2 764 en 2022

Contacts Comptoir **2 764**

contre 1 278 en 2022

**Cumul Avril à Septembre**

Fréquentation (à la caselle) **9 174**

contre 8 366 en 2022

Contacts Comptoir **4 318**

contre 4 041 en 2022

**+ 11%**



#exploremillau



Point info tourisme - libre service



**France  
services**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

**MAISON  
FRANCE  
SERVICE**

## Rivière-sur-Tarn

**Point info tourisme en libre service**

**Le P.I.T est équipé de documentations et d'une tablette tactile**

**Ouvert du lundi au vendredi de 8h30 à 12h30**

**Environ 500 demandes sur Juillet et Août**



**#exploremillau**



*S comme....*

**Serviable**

**Style**

**Synchro**

**Structurée**

**Souplesse**

**Solidaire**



**2023 : Brigade S...oucieuse de l'environnement ! Elle se déplace en véhicule électrique !**

**#exploremillau**



**Les chiffres sur 2 mois d'été**

**35** tournées du 9 juillet au 24 août

**34** campings et 2 sites de Visites

**1007** contacts total – 1319 en 2022 et 1700 en 2021

**144** moyenne de contact / semaine

**29** moyenne de contact / jour – 38 en 2022

**245** km à pieds et **1776** km en voiture électrique - 116 km à pieds

**2023 : Plusieurs territoires, une seule destination !**

- **Partage d'un accueil hors les murs avec les 5 OT partenaires !**
- **Des tournées en duo**

## BOUTIQUE QUI DECOLLE !

**5283** produits vendus pour **28 000€** de CA

(En 2022, 3807 produits vendus pour 17 485€ de CA)

Articles fabriqués en France et en Aveyron !



**Un CA généré de 60 000€ à la boutique de l'OT soit + 35%**

(44 000€ en 2022 sur la même période)

**Billetterie spectacle (événements sportifs, musicaux et cartes de pêche)**

**1 087** billets vendus pour un CA de **20 617 €**

(En 2022 : 863 billets vendus pour un CA de 15 144 €)

**Nouveauté 2022/23 !**

**Les affiches touristiques !**

**194 affiches pour 3224€**

(en 2022 : 84 affiches vendus pour 1539,73 de CA)

**Prestations (via Guidap) : visites guidées et excursions OT, activités fluviales, multi activités....**

**1012** Prestations vendues pour un CA de **11 500€** (11 405€ en 2022)

#exploremillau



## Détail des produits boutiques par catégorie

Catégorie	Quantité	C.A. T.T.C.
Papeterie / Guides et affiches	3423	13506
Fiche Sports nature / Topos Guide	656	6474,4
Poduits du terroir	425	4037,88
Divers produits dérivés	710	3354,4
Textile	29	313,2
Cosmetique	40	272
<b>Total</b>	<b>5283</b>	<b>27957,88</b>

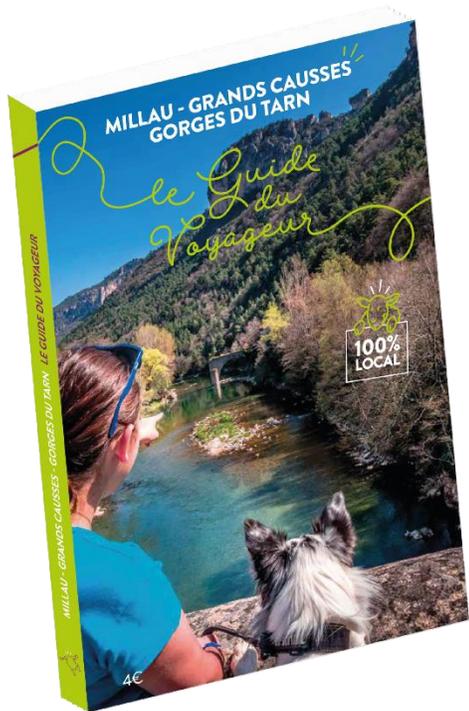


#exploremillau

**Best-Seller de l'année comme en 2022 !**

Un véritable recueil d'expériences, bons plans, astuces du personnel de l'OT... Il est le complément idéal à la Carte Loisirs Nature et facilite le séjour de nos visiteurs... Un conseil en séjour maxi format de poche au prix mini de **4 €**.

La baisse des ventes s'explique naturellement par le fait que le guide peut s'utiliser sur plusieurs années est que les habitants, les professionnels, nos visiteurs fidèles et les résidences secondaires sont maintenant équipés



**2 589** Guides vendus (3 899 en 2022, 3480 sur l'année 2021)

1400 au comptoir de l'office, 1189 chez les partenaires

**Un CA de 9167€** (13 569€ en 2022)

**+ 3600€** de contenu et publicité (3360€ en 2022)

Baisse du coût de revient des guides : 1,59€ au lieu de 2,36€ en 2021.

Marge nette = 2.41 € grand public et 1,41 partenaires



# ANIMATIONS

#exploremillau

## *Une nouvelle programmation et un modèle économique repensé*

- Fréquentation en légère augmentation et une clientèle désireuse de profiter des animations
- Globalement une météo qui a permis de maintenir la plupart des animations (sauf sur les vacances de printemps)
- Le service animation a bénéficié d'un saisonnier.
- Renforcement du travail en partenariat avec des guides extérieurs.

**137** visites/randos/excursions réalisées sur les 167 de programmées (les annulations concernent principalement le printemps) et plus de **15** concerts et animations de rues ont été réalisées.

La saison estivale n'a connu que **peu d'annulations** ou de reports faute de client ou de météo défavorable.



## BILAN PAR ANIMATION



	NB pers	CA	Nb Visites	NB pers moy/ visite
Visites guidées de Millau	161	786	20	8
Visites guidées Beffroi	138	648	18	8
Visites guidées Beffroi Nocturne	89	815	8	11
Visites guidées Ganterie	146	768	19	8
Visites guidées Sambucy	168	1312	20	8
Excursion Viaduc	159	3892	8	20
Excursion Gorges du Tarn	71	1640	5	14
Balades paysanne	43	340	3	14
Rando Aligot	72	1265	8	9
Street art	28	315	3	9
Visites LPO chauve-souris	41	318	2	21
Visites LPO gypaète (0€)	28	0	2	14
Visites CPIE castors	42	348	4	11
Visites CPIE vie nocturne	30	238	2	15
Cascades Creissels	78	483	10	8
Peyreleau Ornitho	54	336	5	11
<b>TOTAL 2023</b>	<b>1348</b>	<b>13504</b>	<b>137</b>	<b>10</b>
Total 2022	1292	11 106	167	8

*Un nouveau modèle économique qui donne des résultats*

**1348 clients** *(contre 1292 en 2022 et 1209 en 2021)*

**137 départs de visite**

- *Avec 30 départ en moins qu'en 2022 :*
  - *Un chiffre d'affaires en augmentation de + 22%*
  - *Une fréquentation en augmentation de + 4%*
  - *Nombre moyens de clients par visite 10 contre 8 en 2022*
- *renfort de 2 guides extérieurs en free-lance*  
**#exploremillau**



## EXCURSION VIADUC VIP

Nombre de départs

8

9 en 2022

Nombre de clients

159

165 en 2022

Très attendue pour cette seconde saison, **le succès a été au rendez-vous** cette année encore.

- Toutes les visites quasi-complète
- Forte demande de nos visiteurs
- Visite co-construite avec la société Eiffage



#exploremillau



**Nouveauté  
2023**

1 excursion spéciale Gorges  
du Tarn

**71 personnes sur 5 visites**

**Un modèle économique durable à l'équilibre**

## FESTIVAL DES SITES ET DES SONS

## Rappel NOUVEAUTES 2023

« Sites & Sons, c'est beaucoup plus qu'un concert, c'est s'imprégner d'un lieu et s'approprier son âme le temps d'une soirée »

7 soirées festives avec des animations dès 19h (ateliers, initiations, expos, mini-rando...) autour d'une scène musicale partagée. La marque de fabrique de Sites & Sons, c'est une programmation résolument éclectique : hip-hop, jazz fusion, électro-occitan, latino, fanfare... pour tous les âges et tous les styles. 2023 ne dérogera pas à la règle !

Jeudi 27 juillet sur le Sentier des Explorateurs du Viaduc de Millau

Jeudi 3 août dans le labyrinthe rocheux de la Cité de Pierres à Montpellier-le-Vieux

Jeudi 10 août à Roquesaltes, entre chaos rocheux et ferme caussenarde

Jeudi 17 août à la Ferme-Auberge de La Tindelle, sur le Causse Noir

Jeudi 24 août au Château de Peyrelade, fièrement perché sur son éperon rocheux

Jeudi 31 août au cœur de Saint-Geniez de Bertrand et au pied du Larzac

Samedi 9 septembre, final dans l'enceinte du Château de Cabrières

Un vrai positionnement « Festoche »

#exploremillau



MILLAU GRANDS CAUSSES TOURISME présente

# Festival Sites & Sons

DU 27 JUILLET AU 9 SEPTEMBRE 2023 100% LOCAL

| CONCERTS | ANIMATIONS |  
| BUVETTE & RESTAURATION LOCALAVORES |

27 JUILLET VIADUC DE MILLAU HYL | BALAPHONIK SOUND SYSTEM  
3 AOÛT CITÉ DE PIERRES KONGÔ BLUE 10 AOÛT ROQUESALTES LA BELUGA  
17 AOÛT AUBERGE LA TINDELLE PETIT JEAN 24 AOÛT CHÂTEAU DE PEYRELADE DAFNE KRITHARAS  
31 AOÛT ST-GENIEZ DE BERTRAND CALLE MAMBO 9 SEPTEMBRE CHÂTEAU DE CABRIÈRES LGMX

INFOS & BILLETS  
[WWW.SITES-ET-SONS.FR](http://WWW.SITES-ET-SONS.FR)

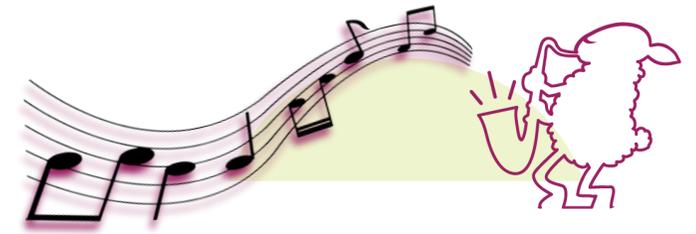
ENTRÉE 10€  
PASS FESTIVAL 25€

AVEYRON  
mobicoop  
Le mouillage d'été

## Nouveauté 2023 !

### Des objectifs atteints :

- Organisation de 7 soirées dans des lieux emblématiques de la destination ;
- Une ambiance festive sur chaque date ;
- Une implication de l'ensemble des équipes de l'office de tourisme ;
- Des producteurs satisfaits de l'organisation ;
- Une évolution de la clientèle avec un vrai mix : famille, locaux, jeunes et visiteurs ;
- Un positionnement défini avec une campagne de promotion et une identité visuelle ;
- Un vrai esprit festival ;
- Un budget constant autour de 35 000€.

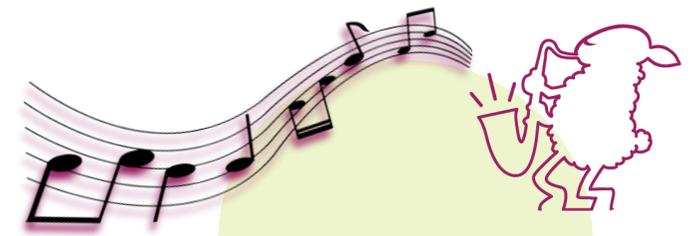


## FESTIVAL DES SITES ET DES SONS

### Le Festival en Chiffres

- **7 dates** (14 en 2022)
- 1700 personnes dont **1490 Payantes** (gratuits artistes et bénévoles) ;
- **213 entrées payantes** en moyenne par date contre 114 en 2022 ;
- 14 900€ de billetterie (contre 11 030 en 2022)
- 6 864€ de vente de boissons
- 3000€ de subvention (3300€ en 2022)
- 900€ de participation des producteurs
- 1900€ des partenaires privés et public
- Soit des recettes totales de **27 564€ TTC** contre 14330€ en 2022
- Des dépenses à finaliser à hauteur de 35 000€ hors frais de personnel ;
- Un autofinancement à moins de 10 000€ (13 000€ dans le prévisionnel initial)

#exploremillau



En route vers  
2024 et de  
nouveaux sites....



# 5 Marchés

Dont 2 place du Mandarous

*Bilan positif de l'association des fermiers !*

# 12 Animations



# COMMERCIALISATION



#exploremillau

**207** Contacts entrants (185 en 2022)Dont **57** contacts pour la demande d'information / conseil

- Une **augmentation de 80% du chiffre d'affaires** qui marque l'application de la nouvelle stratégie commerciale et la reconnaissance professionnelle de l'agence Millau Grands Causses Tourisme et son EQUIPE
- Un contrat de qualité avec le CSE Michelin
- Des ventes individuels sur le sport de pleine nature

**150** Devis établis (113 en 2022) dont **80** confirmés**Qui ?****1- Agence de voyages / autocaristes****2- CSE / Affaires****3 - Clubs****4 - Individuels****6- Associations culturelles et patrimoniales**

« Suite à la définition de la stratégie commerciale, un service qui prend son envol avec +80% de CA »



## ZOOM SUR LE PARTENARIAT CSE MICHELIN

Période 1 28 avril -11 juillet

Période 2 02 septembre- 04 novembre

Total printemps 31274 €

Total automne avec séjours au 14/10/23 19481 €

**Total avec séjours 50755 €**

104 séjours réalisés

340 personnes accueillies

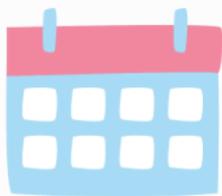
#exploremillau

**Agence Millau Grands  
Causses**

**Reconnue comme agence  
professionnelle de qualité  
par le CSE MICHELIN**

Un contrat renouvelé  
pour 2024 et de la  
prospection du Côté  
d'AIRBUS....





**MARS 2023** : Accueil et organisation **des Journées Partenariales APN** en partenariat avec le CRTL

**JUIN 2023** : Accueil du congrès des petites villes de France

**JUIN 2023** : Organisation du Raid des Collectivités

**OCTOBRE 2023** : Co-organisation du congrès des sites labellisés FFC

**OCTOBRE 2023** : Assemblée générale du collectif Nationale des céramistes

**NOVEMBRE 2023** : Salon européen des véhicules intermédiaires



# Bilan des ventes ELLOHA



## HÉBERGEMENTS et ACTIVITÉS

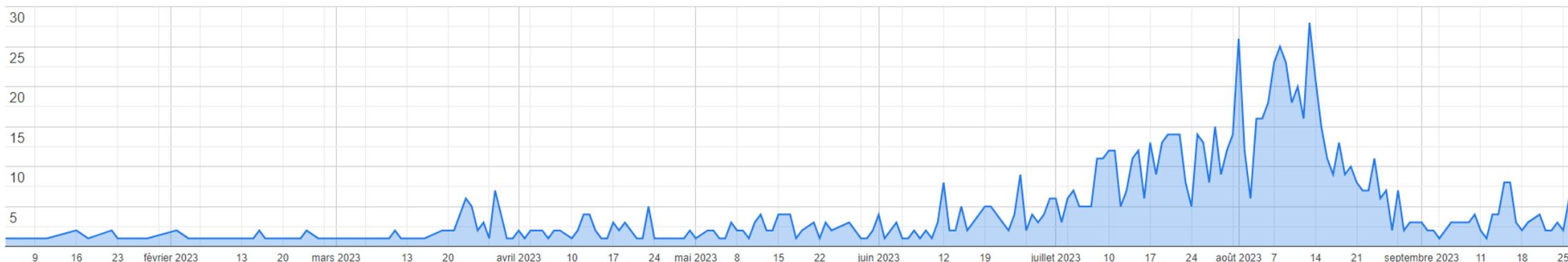
1053 Réservations (655 en 2022)

CHIFFRE D'AFFAIRE 197 427€ (102 478€ en 2022)

Revenu

Réservations

Afficher par : Jour Semaine Mois Année



VENTES PAR CANAUX

€ %

Plateforme explore Millau

0,9%

Vente au comptoir

17,04%

Vente en ligne

31,09%

50,97%

OTAs  
51%

1 activité

Aqua Soleil Eau Canoë

384 réservations

CA 37 710 €

# Bilan des ventes ELLOHA

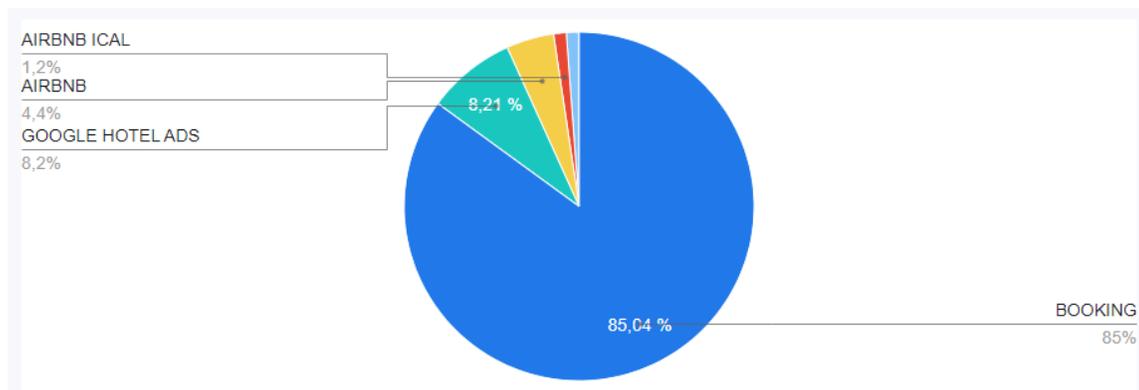


## HÉBERGEMENTS

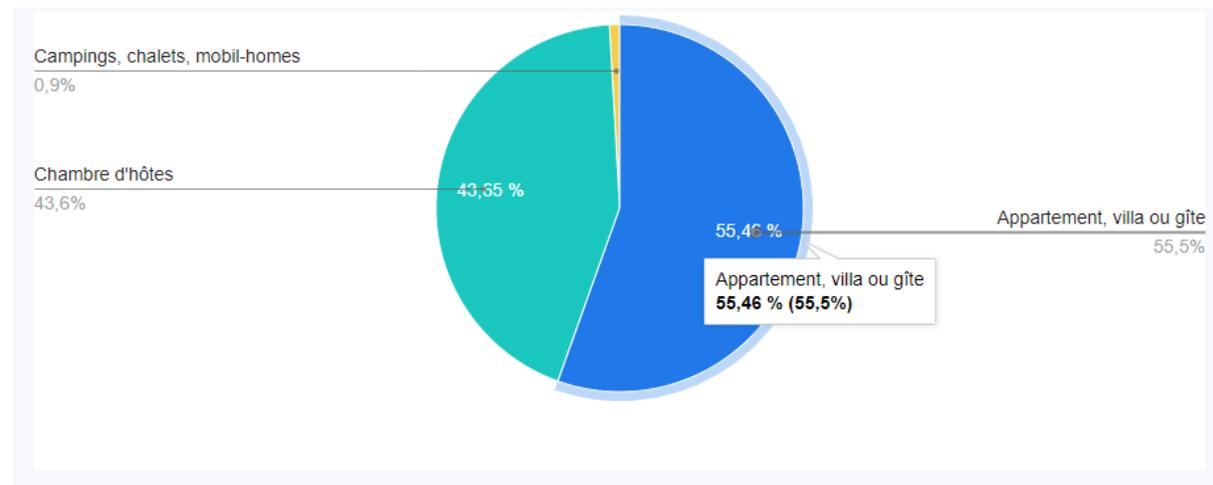
669 Réservations (324 en 2022)

CHIFFRE D'AFFAIRE 159 717 € (67309€ en 2022)

### Ventes par OTA



### Ventes par catégories d'hébergement



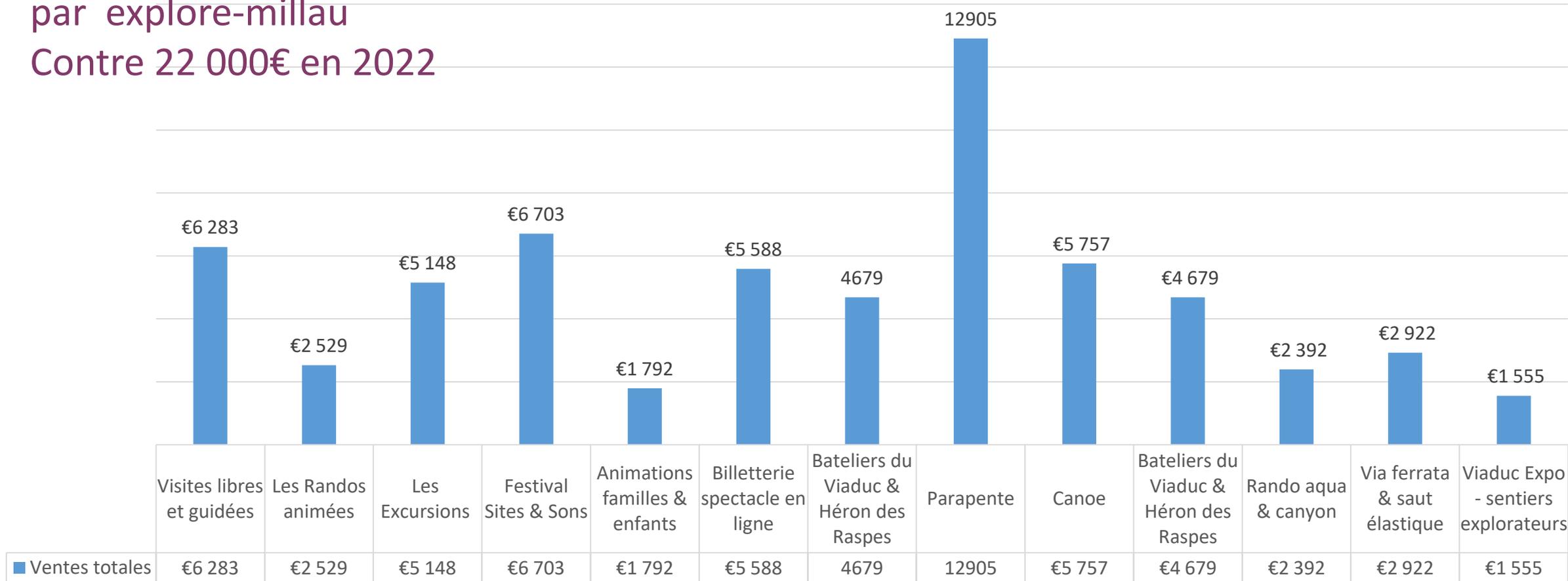
- Rappel
- Nombre de comptes de pro > 27
- Nombre de comptes « utilisés » : 12

## BILAN DES VENTES VIA GUIDAP

Une augmentation de presque 300% de la place de marché loisirs !

Un CA de 62 937€ généré par explore-millau  
Contre 22 000€ en 2022

### VENTE GLOBALE PAR CATEGORIES (CA)





COMMUNICATION & DIGITAL



*explore*  
millau.fr

# Une stratégie de contenus ambitieuse intégrant une nouvelle orientation graphique autour de Explore Millau et Frisouille



**Millau Grands Causses**  
OFFICE DE TOURISME

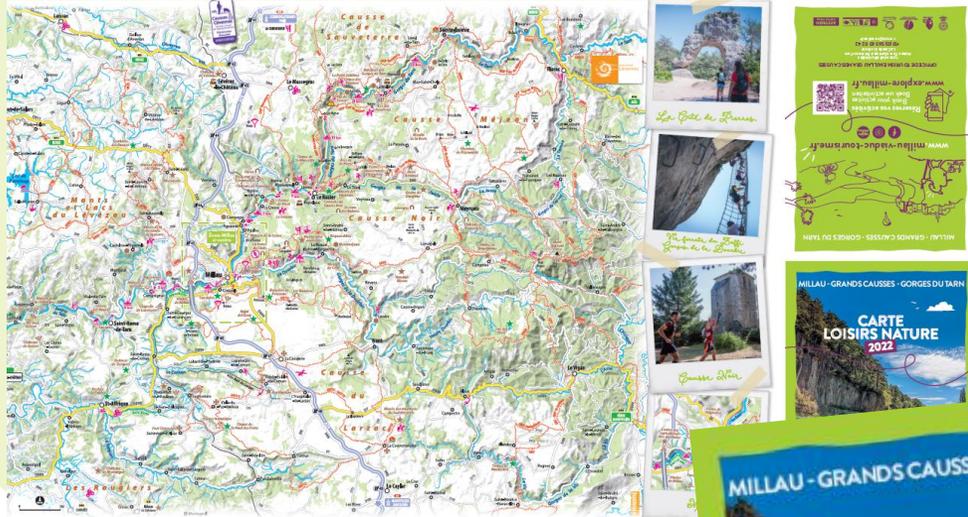
#*exploremillau*.fr



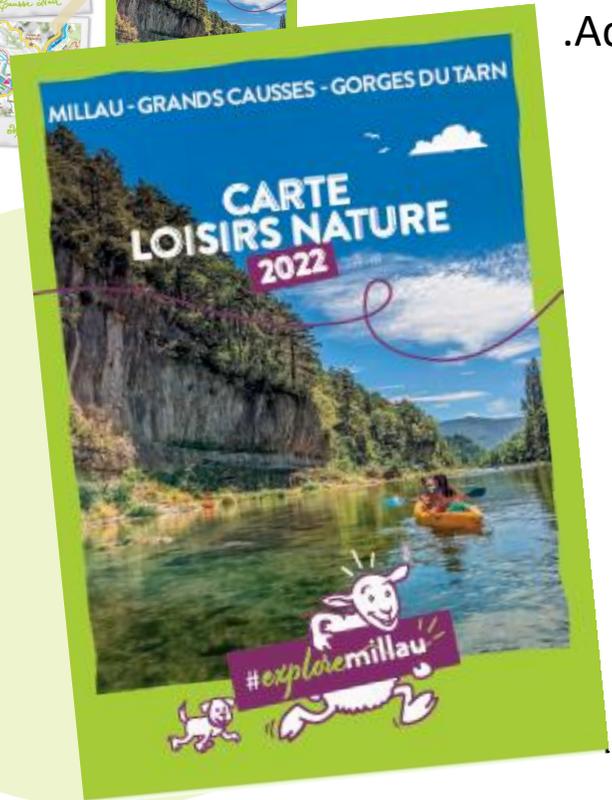
Charte graphique et éditoriale en cours de création

#*exploremillau*

# Actualisation et impression de nos 3 éditions principales



- .Gestion des stocks et tirages
- .Diffusion ciblée
- .Partenariat important avec les hébergeurs-diffuseurs
- .Actualisation sur la base des attentes clients et pros



**DÉCOUVRIR / VISITER / DESCUBRIR MILLAU**

**1. Hôtel de Ville**  
Hôtel particulier du XVIII<sup>e</sup> siècle, cette ancienne maison de légation a aujourd'hui une fonction nouvelle. Abrite aujourd'hui l'Office de Tourisme. The 18th century private mansion which has previously served as a legation has passed to the hands of the local Office of Tourism.

**2. Hôtel de Commerce - Leffort**  
Maison bâtie en 1788 symbolisant l'essor économique de Millau. Le bâtiment a été restauré et réhabilité en 2010. The 18th century commercial building which symbolizes the economic boom of the city. The building was restored and renovated in 2010.

**3. Les Hôtels**  
Les Hôtels du Millau (OAS) proposent des services hôteliers de qualité. Millau has several hotels offering quality services.

**4. La Place Foch**  
Avec ses commerces et ses services, la Place Foch est le cœur de la ville. With its shops and services, Place Foch is the heart of the city.

**5. L'Atelier de la Boulangerie**  
C'est dans cet atelier que se trouve le four à pain traditionnel. It is in this workshop that the traditional oven is located.

**6. Hôtel de la République**  
C'est dans cet hôtel que se trouve le musée de la ville. It is in this hotel that the city museum is located.

**7. Hôtel de la Poste**  
C'est dans cet hôtel que se trouve le musée de la ville. It is in this hotel that the city museum is located.

**8. Hôtel de la Poste**  
C'est dans cet hôtel que se trouve le musée de la ville. It is in this hotel that the city museum is located.

**9. Hôtel de la Poste**  
C'est dans cet hôtel que se trouve le musée de la ville. It is in this hotel that the city museum is located.

**10. Hôtel de la Poste**  
C'est dans cet hôtel que se trouve le musée de la ville. It is in this hotel that the city museum is located.

**11. Hôtel de la Poste**  
C'est dans cet hôtel que se trouve le musée de la ville. It is in this hotel that the city museum is located.

**12. Hôtel de la Poste**  
C'est dans cet hôtel que se trouve le musée de la ville. It is in this hotel that the city museum is located.

**13. Hôtel de la Poste**  
C'est dans cet hôtel que se trouve le musée de la ville. It is in this hotel that the city museum is located.

**14. Hôtel de la Poste**  
C'est dans cet hôtel que se trouve le musée de la ville. It is in this hotel that the city museum is located.

**15. Hôtel de la Poste**  
C'est dans cet hôtel que se trouve le musée de la ville. It is in this hotel that the city museum is located.

**16. Hôtel de la Poste**  
C'est dans cet hôtel que se trouve le musée de la ville. It is in this hotel that the city museum is located.

**17. Hôtel de la Poste**  
C'est dans cet hôtel que se trouve le musée de la ville. It is in this hotel that the city museum is located.

**18. Hôtel de la Poste**  
C'est dans cet hôtel que se trouve le musée de la ville. It is in this hotel that the city museum is located.

**19. Hôtel de la Poste**  
C'est dans cet hôtel que se trouve le musée de la ville. It is in this hotel that the city museum is located.

**20. Hôtel de la Poste**  
C'est dans cet hôtel que se trouve le musée de la ville. It is in this hotel that the city museum is located.

**OFFICE DE TOURISME MILLAU GRANDS CAUSSES**  
1, place du Buffard - 12100 Millau  
T. +33 (0)5 65 62 02 42  
Comptes, billetterie et réservations. Boutiques - souvenirs, livres. Visites guidées, animations. Service Groupes. Ticketing and reservations desk. Souvenir Shop. Guided tour, events. Customised services. Group Department.  
Soyez au courant de ce qui se passe. Stay up to date with what is going on. Be informed of what is going on.

**ZOOM CENTRE VILLE**  
CITY CENTRE / CENTRO CIUDAD

**www.millau-visite-tourisme.fr**



La tendance en terme d'accueil de médias se tourne vers l'accueil d'influenceurs (réseaux sociaux, blogueurs, vlogueurs...).

Quelques beaux reportages notamment 3 JT sur TF1 et France2



ESPRIT *d'ici*



clutch  
la griffe culturelle



Accueil d'influenceurs en partenariat avec l'ADT de l'Aveyron

#exploremillau

## Développement de la place de marché collaborative [www.explore-millau.fr](http://www.explore-millau.fr)

Une 40aine de partenaires revendus  
Une 100aine de produits  
100% de l'offre animations de l'OT  
Des aventures VIP  
...et bientôt des produits packagés



EXPLOREZ MILLAU  
LES GRANDS CAUSSES - LES GORGES DU TARN

**RÉSERVEZ**  
toutes vos activités  
loisirs & visites

DERNIÈRE MINUTE, BON PLAN,  
AVENTURE INSOLITE, EN FAMILLE, BON CADEAUX...

**WWW.EXPLORE-MILLAU.FR**

SERVICE OFFICIEL DES OFFICES DE TOURISME MILLAU GRANDS CAUSSES  
ACTIVITÉS TESTÉES PAR NOS PARTENAIRES  
REÇA "FAÇLE ET 100% SÉCURISÉ !"

VIA FERRATA  
RANDO-AQUA  
SPÉLÉOLOGIE  
CANOE  
RANDOS-ACCOMPAGNÉES  
VISITES GUIDÉES  
PARAPENTE  
VIADUC DE MILLAU

#exploremillau.fr Votre Office de Tourisme 24h/24  
MILLAU GRANDS CAUSSES GORGES DU TARN



**Une promotion multicanale :**

- . affichage urbain sur Millau
- . publicités social media
- . promotion via la presse écrite locale
- . affichage chez les partenaires hébergeurs





# Un travail de réseaux

Communication 2023



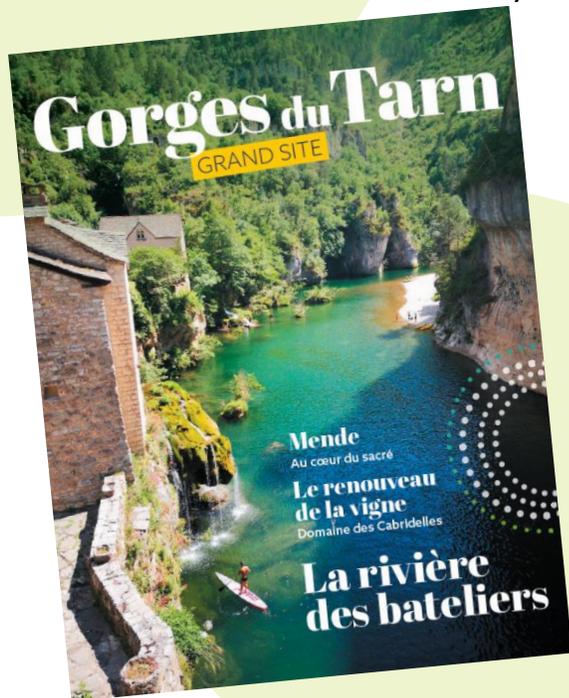
#exploremillau



GORGES DU TARN

# Actualisation et retraitage du Magazine « Gorges du Tarn » 18 000 exemplaires

Un contenu cohérent sur toute la destination Gorges du Tarn,  
Une identité unique et des valeurs partagées,  
Une découverte dynamique sous forme de magazine & bons plans.



#exploremillau

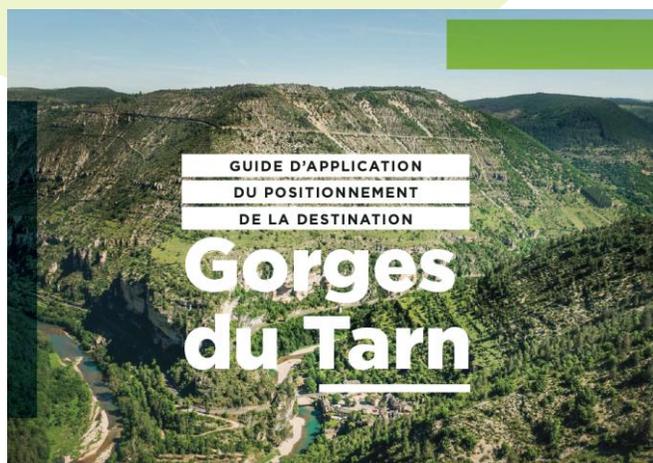


# PLAN D' ACTIONS COLLECTIFS DE TERRITOIRE P.A.C.T. « GORGES DU TARN »



#exploremillau

.Diffusion de film dans les cinémas des métropoles de proximité



## >> Suivez le guide

- **Un guide d'application du positionnement pourquoi ?**

L'image d'une destination se construit au travers de composantes identitaires ( ton, style, univers iconographique...) et d'un positionnement qui la distinguent d'autres destinations potentiellement concurrentes. Le guide d'application du positionnement a pour objectif de formaliser ces différents éléments afin d'en faciliter la compréhension, l'appropriation et l'usage par les différents utilisateurs potentiels. De façon opérationnelle, il permet de traduire le positionnement dans des mots et des visuels.

- **Un guide pour qui ?**

Ce guide s'adresse à l'ensemble des acteurs publics et privés qui souhaitent promouvoir la destination Gorges du Tarn.

- **Un guide pour quoi faire ?**

Ce guide sert à définir un cadre formel pour positionner la destination au travers de toutes les prises de parole média et hors média, on et off-line.

Ce cadre permet de garantir la cohérence du discours et des différentes actions de communication quels qu'en soient les émetteurs.



## Partenariat avec le Parc Naturel Régional des Grands Causses et les offices de tourisme du sud-Aveyron

Animation de pages réseaux sociaux dédiées au trail et au gravel  
Animation du site web [terredegravel-grands-causses.fr](https://terredegravel-grands-causses.fr)



#exploremillau

## Mise en route et en tourisme du GR736 et de l'itinérance Gorges et Vallée du Tarn

# GORGES & VALLÉE DU TARN

DES AVENTURES AU FIL DE L'EAU



- .Salon de la randonnée à Lyon
- .Clip et capsules vidéos par AnderAnderA
- .Création du topoguide avec la FFRP
- .Création du Club Tourisme : réseaux de pros, boîte à outils partagée, critérisation des partenaires par rapport à la demande clients...
- .Charte graphique et éditoriale de l'itinérance
- .Création du site web de l'itinérance



#exploremillau

# Partenariat autour / en lien avec des grands événements

Émission Riding Zone en partenariat avec les Natural Games

[https://youtu.be/thV\\_gM7-KXA](https://youtu.be/thV_gM7-KXA)

The image is a screenshot of a Gmail interface on a desktop. The browser's address bar shows a search result for 'riding+zone' on mail.google.com. The Gmail interface is in dark mode. On the left, the navigation sidebar is visible with options like 'Nouveau message', 'Boîte de réception', 'Messages suivis', etc. The main content area displays a video player. The video title is 'MILLAU : LE PARADIS DES SPORTS OUTDOOR !' and the channel is 'riding zone'. The video is paused at 0:27 / 21:01. The video content shows a man in a white t-shirt and blue jeans standing on a hillside with a bridge in the background. The video player includes standard controls like play/pause, volume, and a share button. Below the video, the sender's name 'Christian FORIR' and email address are visible. The Windows taskbar at the bottom shows the date as 05/10/2023 and the time as 18:03.

#exploremillau

Partenariat avec Millavois.com – journaux papier



# millavois.



## Partenariat :

- .annonce de notre participation dès la couverture (sommaire) via Frisouille
- .2 à 4 pleine-pages de contenus
- .2<sup>ème</sup> ou 3<sup>ème</sup> de couverture pour l’affiche exploremillau.fr
- .export de notre base de données « agenda » pour tendre vers l’exhaustivité de l’offre FMA dans le journal

#exploremillau

## Chiffres clés – Bilan web



**31 838**

**Utilisateurs ont consulté la fiche de l'établissement**

**via un smartphone**

*Période du 1<sup>er</sup> janvier au 28 septembre 2023*

**31 746**

**Interactions avec la fiche de l'établissement :  
Appels, messages, demandes d'itinéraire, recherches...**

**10406**

**Clics vers le site Web**

**2 823**

**Demande d'itinéraire**

**1 963**

**Appels au standard de l'OT**

**16 554**

**Recherches**

**Actions  
courantes sur  
notre fiche  
GMB**



#exploremillau

Musée de Millau et des Grands Causses  
Jardins de l'Hôtel

Ajouter des photos

Extérieur

Office de Tourisme Millau Grands Causses

Site Web Itinéraire Enregistrer Appeler

4,5 ★★★★★ 400 avis Google ⓘ

Office de tourisme

Vous gérez cette fiche d'établissement ⓘ

Adresse : 1 Place du Beffroi, 12100 Millau

Horaires : Ouvert · Ferme à 18:00 ▾  
Mis à jour par l'entreprise il y a 4 semaines

Téléphone : 05 65 60 02 42

Rendez-vous: millau-viaduc-tourisme.fr Fournisseurs ⓘ

Modifier les infos

## Réseaux sociaux



**Nombre d'abonnés**

**9426**

**+ 12%**

**Couverture (le nombre de personnes qui ont vu un contenu de la page)**

**971 084**

*Période du 01/01/2023 au 28/09/2023*

**- 2%**

**Partages**

**2756**

**-8%**

**Commentaires**

**2123**

**-13 %**

**Interactions**

**28 134**

**Clic sur le lien**

**23 255**

**+79%**

*#exploremillau*

## PUBLICATION sponsorisée

Explore Millau est avec La Cité de Pierres et grotte de dargilan. Sponsorisé ·

🔔 Le Festival Sites & Sons revient ! 🎵  
Une version 2023 gonflée à bloc pour pulser l'été ! 🌞 ...Voir plus

MILLAU GRANDS CAUSSES TOURISME présente  
**Festival Sites & Sons**  
DU 27 JUILLET AU 9 SEPTEMBRE 2023 100% LOCAL  
CONCERTS ANIMATIONS  
BUVETTE & RESTAURATION LOCAVORES

Explore Millau  
Agence de tourisme EN SAVOIR PLUS

Via... 13 commentaires 140 partages

### Résultat campagne sponsorisée – « Festival Sites & Sons »

#### Objectif de trafic

Personnes touchées : 199 391

Interactions : 4306

Clics sur lien : 2892

Coût par clic : 0,31 €

#### Audiences touchées:



#### Cibles géographiques :

Toulouse (40km)  
Montpellier (20km)  
Rodez (30km)  
Lodève (20km)  
Saint Affrique  
Millau

#### Age de la cible

28 ans à 65 + (facebook)  
22 ans à 50 (instagram)



#exploremillau

## PUBLICATIONS

Publication organique (non sponsorisée) avec la meilleure COUVERTURE

Personnes touchées : 8461

Réactions : 142

Commentaires : 10

Partages : 28



#exploremillau



**Explore Millau**  
Publié par Frisouille de Millau · 2 août · 🌐

Autour de Millau, la nature est sauvage et préservée. Il n'est pas rare d'y croiser des p'tites bêtes à observer... 🌿  
Mais là, on est plutôt sur des bestioles de 6 ou 9 mètres ! Des empreintes de dinosaures du Jurassik Park... des Grands Causses ! 🦖  
Et de nouvelles traces viennent juste d'être mises au jour, sur les hauteurs de Peyre, parmi les Plus Beaux Villages de France ! 🏡  
Vous cherchiez votre prochaine balade ?! La voilà ! 🌿

Pou... [En voir plus](#)



[Voir les statistiques et les publicités](#) [Booster la publication](#)

👍👎👉 83      2 💬 28 ➦

# Réseaux sociaux



## Instagram

Période du 01/01/2023 au 28/09/2023

# 2 476

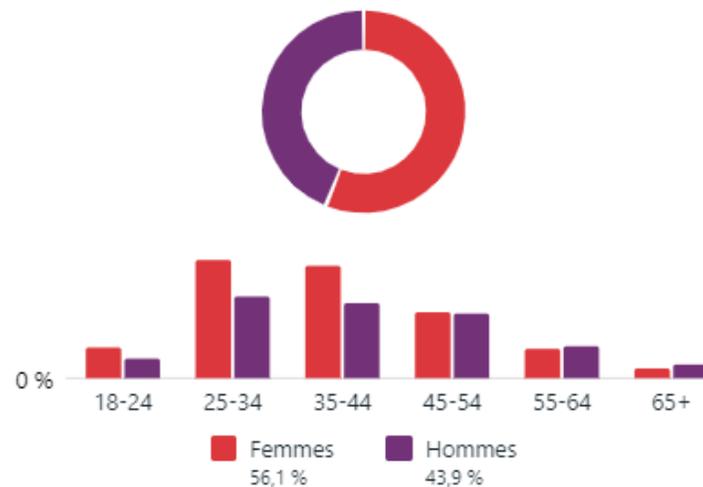
Nombres d'abonnés  
INSTAGRAM

+ 6%

### Principales villes



### Âge et genre <sup>i</sup>



### Couverture Instagram <sup>i</sup>

# 95 842



#exploremillau

## PUBLICATIONS



**Publication non sponsorisée – portée organique**

Couverture : 1478

Impression 1749

Réactions, commentaires (...): 126

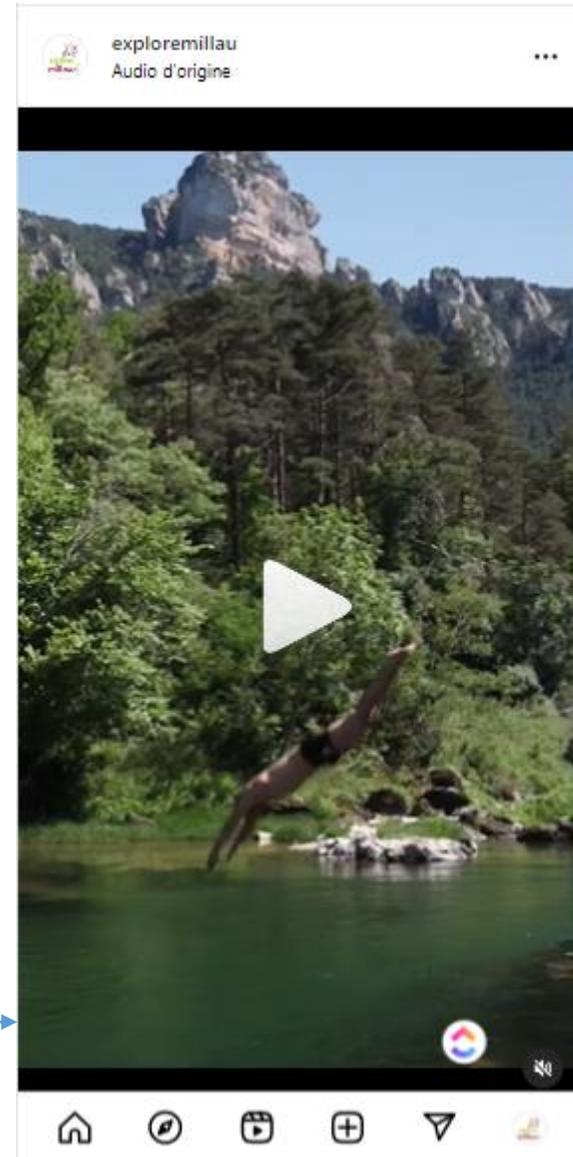
**Publication non sponsorisée – portée organique**

**Video gorges du Tarn**

Couverture : 3690

Lectures de vidéo : 4305

Durée de visionnage (...): 5h 58 min 37 sec



#explore<sup>!!!</sup>millau

## PUBLICATIONS



 exploremillau ⋮

 exploremillau Le rocher de Capluc, un site incontournable !  
Il offre un panorama à 360° unique sur les Gorges et la Vallée du Tarn, les Gorges de la Jonte, les Causses Méjean, Causse Noir et Sauveterre. Prenez le temps d'écouter et de regarder, vous pourriez voir des vautours planer autour du rocher 🐉  
Et pourquoi pas conclure cette ascension en beauté avec un petit brunch 🥞

#Millau #exploremillau #aveyronemotion #gorgesdutarn #valleedutarn #grandscausses #gorgesdelajonte #paysage #nature

24 sem

 bastidesgorgesaveyron Superbe 🥰 ♥

23 sem 1 J'aime Répondre

 les4vandrouilleurs 🇫🇷 On l'adore ce rocher 🧡🥰 ♥

24 sem 1 J'aime Répondre

[Voir les statistiques](#) [Booster la publication](#)

♥ 💬 📍 🔖

 Aimé par viaducdemillau et 178 autres personnes

12 AVRIL

😊 Ajouter un commentaire... Publier



**Publication non sponsorisée – portée organique**  
**Repost des photos d'influenceurs**  
Couverture : 1518  
Impression 1689  
Réactions, commentaires (...): 189

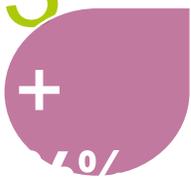
#exploremillau

# AUDIENCE / VUE D'ENSEMBLE

## 239 603

Utilisateurs

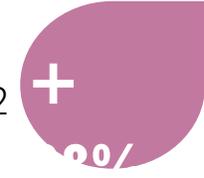
175 540 en 2022



## 339 539

Sessions

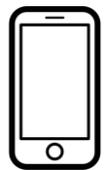
264 485 sessions en 2022



## 635 082

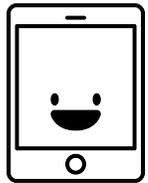
Pages vues

615 008 pages vues en 2022



Audience Mobile

### 76.9%



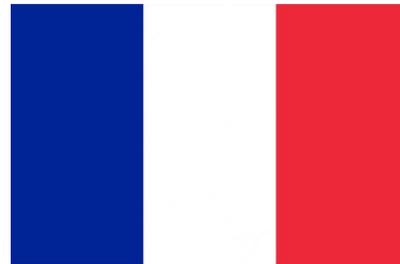
Tablette

### 1.9%



Ordinateur

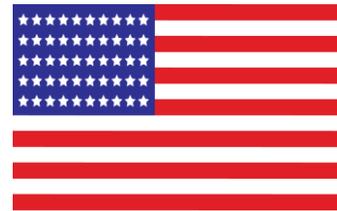
### 21.2%



156 410 utilisateurs  
fr-fr



3 268 utilisateurs  
nl-nl



4 663 utilisateurs  
Eng - us

T  
O  
P  
5  
U  
R  
L

- 1 Webcams  
42 807 vues (+49 %)
- 2 Homepage/Accueil  
40499 vues (-5%)
- 3 Tout l'agenda  
21 915 vues (+ 43%)
- 4 Réserver en ligne  
15 007 vues (+80%)
- 5 Top 10 / visiter millau  
8044 vues (+ 5%)

Question 4. Demande de subvention pour l'organisation du festival des Sites et des Sons 2024

Question 5. Point jury recrutement du (de la) directeur (rice) et du (de la) responsable administrative et financière

Question 6. Questions diverses

MERCI  
BELLE SOIREE A  
TOUS!

