

# Projet d'activité et débat d'orientations budgétaires 2024

OFFICE DE TOURISME  
INTERCOMMUNAL  
MILLAU GRANDS  
CAUSSES



#exploremillau



Comité de direction du .....

---

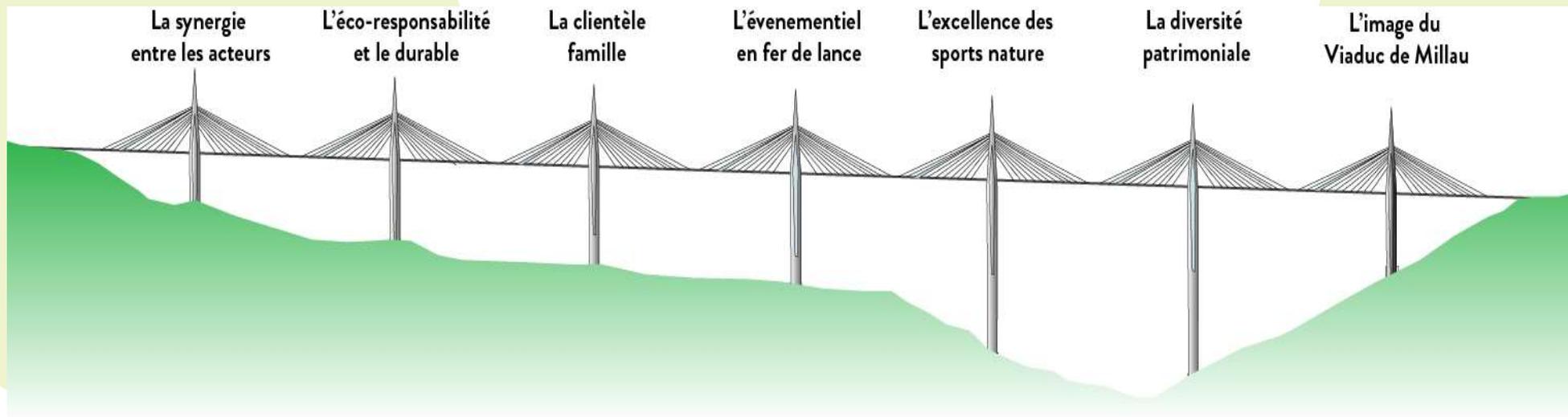
# SOMMAIRE

NOS 7 PILIERS STRATEGIQUES  
L'ORGANISATION MGC TOURISME  
NOS ENGAGEMENTS 2024  
LES OBJECTIFS GENERAUX  
DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE  
ACCUEIL ET BOUTIQUE  
DEVELOPPEMENT TOURISTQUE TRANSVERSAL ET RESPONSABLE  
RELATIONS PROFESSIONNELLES ET PARTENARIATS  
STRUCTURATION EVENEMENTIELLE, ANIMATIONS ET OFFRES  
COMMERCIALISATION  
COMMUNICATION, PROMOTION & DIGITAL  
ADMINISTRATION GENERALE  
DEBAT D'ORIENTATIONS BUDGETAIRES



#exploremillau

## NOS 7 PILIERS POUR UN DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE DURABLE



**Millau Grands Causses**

COMMUNAUTÉ DE COMMUNES

**TOURISME**

**Faire vivre  
l'esprit "Millau"  
en Sud Aveyron**

**Structurer  
l'événementiel  
en 4 saisons**

**Adapter l'offre  
touristique et les  
services**

**Promouvoir  
efficacement la  
destination MGC**

**Accueillir,  
informer,  
pousser vers  
l'offre**

**Favoriser la  
commercialisation  
digitale**

**NOS 6 OBJECTIFS  
STRATEGIQUES**

# L'ORGANISATION MILLAU GRANDS CAUSSES TOURISME : OFFICE DE TOURISME ET SERVICE TOURISME



## 7 objectifs pour Millau Grands Causse Tourisme

1. Une simplification des instances de gouvernance autour de la compétence tourisme (office de tourisme, service tourisme, commission tourisme...);
2. une seule entrée et un interlocuteur unique "tourisme" pour tous les socioprofessionnels de la destination et un accompagnement d'experts dédiés ;
3. une gestion en mode projet (cohérence en interne pour les équipes) ;
4. une intégration de la promotion et de la commercialisation dès la phase de projet et la mise en tourisme ;
5. une seule animation de la stratégie touristique de destination (promotion, animation, développement...);
6. un espace dédié au développement et à la créativité autour du tourisme (institutionnel et professionnel) sur le Taf & Co ;
7. une structuration forte et référente en Aveyron et en Occitanie en travaillant les synergies avec le Parc Naturel Régional des Grands Causse et les offices de tourisme des 2 Grands Sites Occitanie (Millau Roquefort Sylvanès et Gorges du Tarn)

## LES 5 ENGAGEMENTS DE LA DIRECTION

## METTRE EN APPLICATION LA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE VOTEE PAR LA COMMUNAUTE DE COMMUNES

- **Etre à l'écoute et placer le client au cœur de la stratégie :**
  - Offrir et garantir un accueil efficace et performant en évolution permanente dans nos lieux d'accueil, hors les murs et chez les professionnels ;
  - Prendre en compte les retours et avis clients afin d'orienter nos services ;
  - Renouveler chaque année nos offres « produits » en fonction des attentes.
- **Donner les moyens à l'équipe :**
  - Permettre aux salariés de progresser en permanence (formations, retours d'expériences...);
  - Mettre en place une organisation adaptée pour mettre en œuvre la stratégie en mode projet ;
  - Intégrer la qualité dans le management et impliquer l'équipe dans les orientations et les décisions collectives ;
  - Donner les moyens à l'équipe d'anticiper pour ne pas subir.
- **Etre à l'écoute des socioprofessionnels :**
  - Ancrer un mode de concertation permanent avec l'ensemble des filières de la destination ;
  - Accompagner les professionnels à adapter leurs offres en fonction du comportement des clientèles et des tendances du marché (Taf & Co) ;
  - Bâtir nos plans d'actions et de promotion de la destination en fonction des cibles prioritaires partagées.

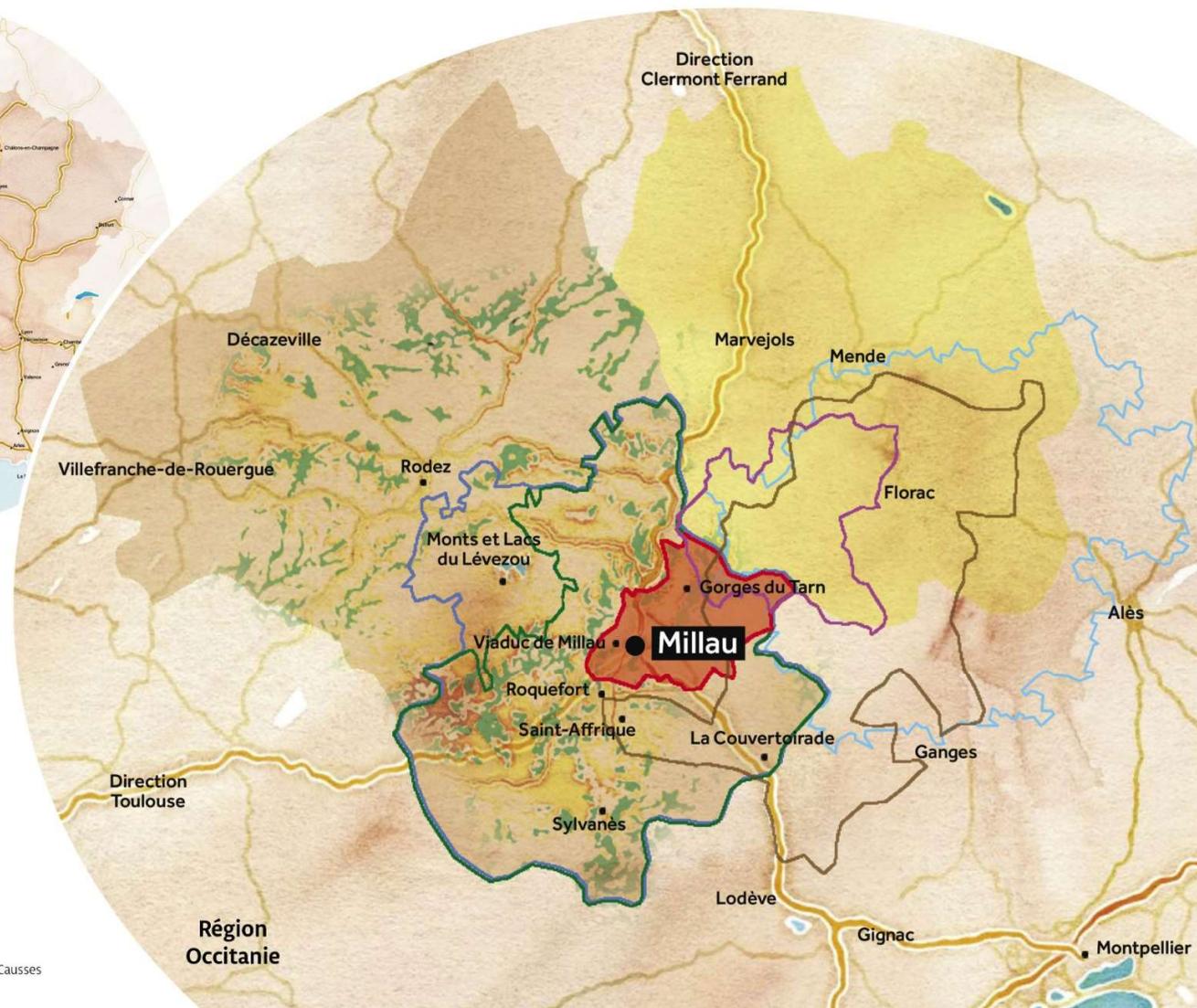
## LES 5 ENGAGEMENTS DE LA DIRECTION

- Mettre en application la stratégie définie par la collectivité et la convention d'objectifs :
  - Favoriser le travail avec les équipes de la communauté de communes.
- Construire avec les partenaires publics et privés :
  - Collaborer avec le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie, le Parc Naturel Régional des Grands Causses, l'Agence d'Attractivité et du Tourisme (ADAT) de l'Aveyron et l'ensemble des offices de tourisme des deux Grands Sites Occitanie « Millau-Roquefort-Sylvanès » et « Gorges du Tarn » ;
  - Asseoir des partenariats de développement avec les entreprises de la destination.

#exploremillau



# MILLAU GRANDS CAUSSES TOURISME ET SON ENVIRONNEMENT



**Millau Grands Causses**  
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES

**TOURISME**

- Département de l'Aveyron
- Département de la Lozère
- Communauté de communes Millau Grands Causses
- Territoire Causses et Cévennes - Zone cœur
- Parc National des Cévennes
- Parc Naturel Régional des Grands Causses
- Grand Site Occitanie Millau Roquefort Sylvanès
- Grand Site Occitanie Gorges du Tarn, de la Jonte et des Causses

## LES OBJECTIFS GENERAUX 2024 DE MILLAU GRANDS CAUSSES TOURISME

2022 / 2023

**RAPPEL**

- Vote du document cadre de la stratégie tourisme 2022/2027 par le conseil communautaire de novembre 2021
- Vote de la convention pluriannuelle d'objectifs et de moyens de l'office de tourisme par le conseil communautaire de décembre 2021
- Déménagement des bureaux de l'office de tourisme et nouvelle organisation Millau Grands Causse Tourisme
- Vote de la nouvelle stratégie de commercialisation (individuels et groupes) 2022/2027

### LES GRANDS OBJECTIFS 2024

- Poursuivre la mise en application de la stratégie touristique de la destination en fonction de la convention pluriannuelle définissant les moyens et les objectifs ;
- Ancrer l'organisation interne de Millau Grands Causse Tourisme autour du « Taf &Co » pour mener à bien le projet (office de tourisme et service tourisme) ;
- Poursuivre et renforcer les partenariats avec les acteurs touristiques de notre environnement (PNR, ADAT, CRTLO, offices de tourisme des 2 GSO) ;

#exploremillau

## LES OBJECTIFS GENERAUX 2024 DE MILLAU GRANDS CAUSSES TOURISME

- Conserver l'équilibre positif notamment en optimisant autant que possible les recettes (taxe de séjour, boutique, billetteries, animations, commercialisation individuels et groupes...);
- Assoir le positionnement de l'Agence Réceptive Millau Grands Causses ;
- Développer un projet d'activité 2024 sur les missions régaliennes de l'office de tourisme en adéquation avec les enjeux posés par la stratégie touristique de destination ;
- Réponse au nouvel appel à projet Pôle Pleine Nature en partenariat avec le Parc Naturel Régional des Grands Causses ;
- Contribuer au projet de passage de Ville d'art et d'histoire à Pays d'art et d'histoire avec la ville de Millau (pilotage service patrimoine de la ville de Millau) ;
- Accompagnement de porteurs de projets dans le cadre des conventions ADEFPAT ou de projets structurants (ex: site des Cazalous) ;
- Participer au comité de direction de la communauté de communes Millau Grands Causses.

## LES OBJECTIFS GENERAUX 2023 DE MILLAU GRANDS CAUSSES TOURISME

- Travailler sur la définition d'une véritable filière Sport Nature sur la destination (ex nouveauté 2024 : intégration de l'événement sport & connect dans les journées partenariales de la pleine nature en partenariat avec le CRTLO)
- Pilotage de la mise en tourisme du GR 736 « Gorges et Vallée du Tarn » en partenariat avec le PNR et les 9 offices de tourisme : mutualisation de moyens humains, coordination des acteurs, définition de l'offre produits, mise en marché de l'offre... ;
- Consolider les partenariats et les plans d'actions dans le cadre des 2 Grands Sites Occitanie et de l'opération Grand Site de France ;
- S'investir dans le projet Office de Tourisme et des Mobilités porté par le Parc Naturel régional des Grands Causses dans le cadre de l'appel à projet du CRTLO en partenariat avec l'ADEME.

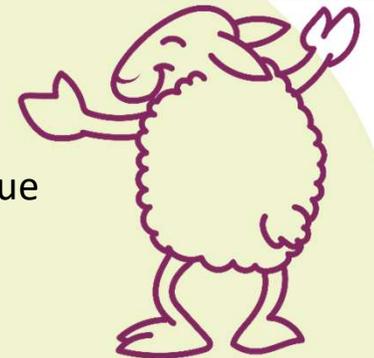
#exploremillau





# DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Gauthier Escalaïs, Responsable Développement Touristique  
Geoffroy Barrabé, Technicien Sport de Nature  
Maguelonne Remize, Animatrice Tourisme

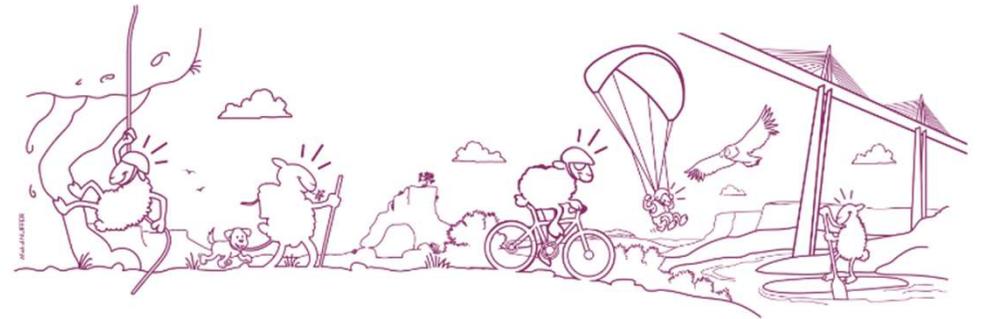


#exploremillau

## DESTINATION D'EXCELLENCE DES SPORTS NATURE

- Structuration du réseau de randonnées et d'activités de pleine nature sur l'ensemble de la communauté de communes dans le cadre de l'Appel à Manifestation d'Intérêt Sentiers du Plan Avenir Montagne ;
- Entretien de l'ensemble de nos sites de pratique : via-ferrata, aires de vol libre, sites d'escalade... ;
- Aménagement d'embarcadères et débarcadères de canoë dans le cadre des aménagements autour du GR 736 ;
- Poursuite de la création du Bikepark sous le Viaduc en partenariat avec le CSO (club de Millau) et définition du modèle de gestion ;
- Poursuite de la définition du pôle d'attractivité Vélo autour du site des Cazalous en partenariat avec le pôle développement économique et le service travaux de la communauté de communes ;
- Partenariats avec les grands évènements 2024 de la destination : Festival des Templiers, les Natural Games, Course Eiffage du Viaduc, Wish One UCI Gravel world Tour, Passage du relais de la flamme Olympique et événement anniversaire autour des 20 ans du Viaduc ;
- Organisation du Challenge Trail annuel ;
- Animation du collectif de la pleine nature et plan d'actions.

#exploremillau



## PATRIMOINE

- Phase 2 des Travaux de mise en sécurité et de valorisation du Château de Peyrelade suite au diagnostic géotechnique en fonction des subventions allouées par la Région (retour fin 2023) ;
- Mise en sécurité du Château de Saint-Marcellin et reprise du mur d'enceinte (sous réserve des orientations budgétaires pour 2024 et des aides obtenues) ;
- Finalisation du parcours patrimonial sur le centre ville historique de Millau en partenariat avec la ville et le Parc Naturel Régional des Grands Causses ;
- Réflexion sur l'évolution du label de Ville d'art et d'histoire à Pays d'art et d'histoire en collaboration avec le service patrimoine de la ville porteur du projet ;
- Accompagnement de l'Association de Sauvegarde du Patrimoine Culturel Immatériel (PCI) du Pays de Millau dans le cadre de la candidature « Les savoir-faire liés à la ganterie en Pays de Millau » sur la liste du PCI de l'UNESCO ;
- Caves de Compeyre : lancement du projet des Caves en fonction de la définition du nouveau projets, des aides obtenues et des orientations budgétaires 2024 ;
- Site archéologique de la Granède : lancement de l'étude de protection et de mise en tourisme en fonction des arbitrages budgétaires de fin 2023.



## ACCUEIL, INFORMATION et EXPERTISE

- Gestion de la Signalétique d'Information Locale ;
- Entretien de l'ensemble des sites touristiques (aires de pique nique, aires de vision...);
- Suivi de la gestion et de la programmation du plan d'actions du Label Grands Sites de France « Des Gorges du Tarn, de la Jonte et des Causses » ;
- Participation à la cellule d'accompagnement des porteurs de projets pilotée par le service développement économique.



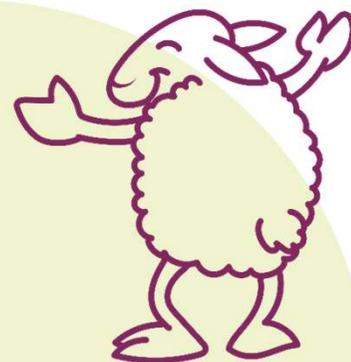
#exploremillau





## ACCUEIL & BOUTIQUE

Pauline Printz, Responsable Accueil et Qualité  
Myriam De Souza, Conseillère en Séjour et tourisme durable  
Jérémy Tabutin, Conseiller en Séjour  
Joachim Munoz-Garric, Conseiller en séjour  
Et une équipe de saisonniers !



## PROJETS ET OBJECTIFS DU POLE ACCUEIL

### Accueil et Diffusion de l'Information

« Mise en application du SADI voté en 2023 » dans la continuité des Actions des années précédentes (voir slide suivante)

- Poursuivre la stratégie d'accueil physique testée depuis 2020 :
  - Un accueil physique à l'année à Millau ;
  - Un accueil saisonnier au Rozier ;
  - Un accueil hors les murs saisonnier « la BRIGADE SOURIRE » ;
  - Point info libre service en partenariat avec la Maison France Services de Rivière-sur-Tarn ;
  - La définition de procédures d'accueil et d'information chez les différents partenaires professionnels (expérimentation 2022 avec l'hôtellerie de plein air).
- Mise en place du nouvel Espace Nature au sein du BIT de Millau dans le cadre de l'AMI Sentiers (table tactile, cartographie murale...). Ce projet intègre des améliorations sur l'espace famille, la salle vidéo, la signalétique intérieure et toute la vitrophanie extérieure.



## SCHEMA D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION

- Le SADI (Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Info) Millau Grands Causses en collaboration avec les professionnels du territoire, les équipements et les différents partenaires locaux, basé sur le parcours client, avec une approche « Design Thinking » a été validé par le comité de direction en juin 2023.

Il convient pour 2024 de mettre en application et de poursuivre le déploiement de ce SADI Millau Grands Causses Tourisme avec 3 axes principaux :

- *poursuivre et optimiser la diffusion des éditions OT ;*
- *être plus et mieux visible dans les murs et hors les murs (bulle nature en interne et totem d'affichage en externe) ;*
- *flux parcours clients (dans le cadre de l'AMI Office de Tourisme et des Mobilités)*

*La définition d'un SADI de destination à l'échelle des deux GSO est aussi pilotée par notre office de tourisme.*

*Des actions collectives pour 2024 : éductour, Brigade Sourire de destination, éditions, écoute client, offre circuits-courts, site web, convention de commercialisation, emmène ton chien...*



*#exploremillau*

## PROJETS ET OBJECTIFS DU POLE ACCUEIL

### Boutique et Vente Comptoir

- Conforter la nouvelle stratégie de la boutique de l'office de tourisme en s'appuyant sur un de nos piliers stratégiques : politique d'achats responsable en intégrant l'impact environnemental, le social et l'économie locale ;
- Mise en place de deux vitrines
  - Une pour la mise en valeur des produits de la boutique en fonction des saisons ;
  - Une « vitrine » autour de l'excellence du savoir-faire millavois (métiers d'art, cuir, ganterie...).
- Développer la vente comptoir pour les produits de l'office de tourisme et de ses partenaires. Évaluer la fréquentation et les ventes au travers d'un tableau de bord permettant l'optimisation des recettes financières et l'orientation stratégique de la direction.



## BOUTIQUE ET VENTE COMPTOIR

Une ambition affirmée de trouver de nouvelles sources de financement ayant pour objectifs de :

- Répondre au mieux aux demandes des clients, à la recherche de petits objets souvenirs ;
- Mettre en valeur des produits identitaires marqués Explore Millau ou thématiques de la brebis ;
- Formaliser et professionnaliser un service déjà existant de comptoir de vente de prestations touristiques et de billetteries.

Un cahier des charges précise les critères de sélection des produits et la politique RSE de l'office de tourisme :

- La composition du comité de sélection de la boutique ;
- Les engagements de l'OT et l'orientation stratégique de la boutique et de sa valorisation des productions du territoire ;
- Sa politique d'achat et les critères de sélection basés sur l'origine des produits, leur traçabilité, leur reconnaissance (marques, labels, etc.)...

Prendre en considération la transition énergétique, la transition écologique, l'économie circulaire (réduction de consommation des ressources, prévention des déchets, recyclage, etc.), la lutte contre le changement climatique, intégrer des offres écoresponsables en harmonie avec nos valeurs et les attentes de nos clients, le respect des acteurs des chaînes d'approvisionnement par filière.



#exploremillau

## PROJETS ET OBJECTIFS DU POLE ACCUEIL

### Démarche de progrès

- Animer les marques Qualité Tourisme et Qualité Sud de France Occitanie obtenues pour 5 ans entre 2020 (audit classique) et 2021 (audit mystère), ainsi que le renouvellement du label Tourisme et Handicap pour les 4 types de déficiences (2022) ;
- Dépôt du dossier de demande de renouvellement en catégorie 1 (mars 2024) ;
- Suivi de l'appel à projet Office de Tourisme et des mobilités en partenariat avec le PNR des Grands Causses ;
- Mise en application et suivi du SADI de l'office de tourisme voté en 2023 ;
- Animation et qualification de la base de données touristiques (SITA) ;
- Déploiement de l'outil Roadbook au sein de l'accueil ;
- Contribuer à la mise en place de la politique de GRC de l'office de tourisme.

#exploremillau



## NOS INDICATEURS DE MESURE

- Bilan qualitatif et quantitatif de la fréquentation des différents accueils (BIT, hors les murs, à distance...) et de la destination ;
- Bilan qualité de la destination ;
- Résultats de la boutique et du comptoir de ventes ;
- Analyse Fairguest de la destination ;
- Production d'outils et de supports en lien avec le pôle communication

#exploremillau



## UN OFFICE DE TOURISME RESPONSABLE

# Un positionnement transversal sur l'ensemble des projets de Millau Grands Causses Tourisme



- 2022 : Formation de 5 jours : Acteur de la Transition de son Territoire
- 2023 : Formation RSE

Nos engagements :

- Veiller à la tenue des engagements en interne, coller à nos valeurs ;
- Informer, sensibiliser, relayer l'information auprès des clientèles et des socio-pros ;
- Accompagner les pros dans leurs démarches de progrès, valoriser leurs projets éco-responsables.

Notre objectif : Vers un OT et une destination écoresponsable #2023 pilier de notre stratégie

- Emettre une « Green Notice » sur l'ensemble de nos projets
- Rendre plus vertueuses nos actions quotidiennes notamment sur le digital
- Veille régulière et restitutions internes et externes (ex : newsletters dédiées pour les professionnels)
- Travail en lien direct avec le PNR des Grands Causses et le service environnement de la communauté de communes
- Diffusion de nos messages de sensibilisation (Frisouille)



#exploremillau

## UN OFFICE DE TOURISME RESPONSABLE



### Nos actions collectives 2024 : une affaire de Millau Grands Causses Tourisme

- Application de la charte de sobriété numérique en interne, finalisée en 2022 (hygiène numérique, économies des consommables et de l'énergie, réseaux sociaux...) ;
- Faire signer la charte-écomanifestation à tous les organisateurs d'événements aidés par l'office de tourisme ;
- Poursuivre la diffusion de la charte de bonnes pratiques des sports de nature conçue dans le cadre du collectif de la pleine nature ;
- Projets transversaux : circuits courts, espace nature, collectif de la pleine nature, boutique...

### Des actions pilotées directement par la référente en transversalité avec les équipes :

- Poursuite du travail engagé aux côtés du PNR sur les mobilités (notamment CITIZ et le Rezo Pouce) et suivi du projet Office de Tourisme et des Mobilités ;
- Intégrer la mobilité et les transports de façon transversale sur notre site web ;
- Obtenir la Marque Parc sur des produits de l'agence réceptive et accompagner les professionnels de la destination dans son obtention (Atelier) ;
- Renforcer la communication auprès de nos professionnels sur « les 4 saisons de l'écologie » organisé par la communauté de communes (proposition de collecte d'articles de sport et loisirs avec ECOLOGIC) ;

#exploremillau

UN OFFICE DE TOURISME RESPONSABLE

## Les Actions RSE Interne 2024

Réalisation de l'auto évaluation à partir du référentiel national réalisé spécifiquement pour les Offices de tourisme

En route vers le label GREEN DESTINATION



#exploremillau



# STRUCTURATION EVENEMENTIELLE ANIMATIONS ET OFFRES

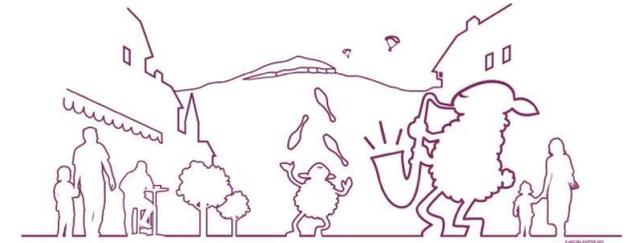
Fabrice Zamuner, responsable animations  
Sandra Agrinier, guide interprète

#exploremillau

## OBJECTIFS ET ACTIONS 2024

### Animations et évènementiel

- Organiser le Festival Des Sites et Des Sons sur le même modèle qu'en 2023 ;
- Mise en place d'animations spécifiques sur certains grands évènements (foire d'automne, marchés fermiers en été ...);
- Mener une réflexion collective sur l'accompagnement des marchés fermiers de la communauté de communes (Millau, Potensac, Montredon, Aguessac, Le Rozier et Liaucous) et définir le plan d'actions et de participation ;
- Soutien financier pour la promotion des manifestations du territoire M.G.C présentant un intérêt touristique (subventions) ;
- Participation au groupe « commerces et animations » initié par la communauté de communes et lien avec les associations de commerçants ;
- Gestion des expositions de l'église troglodytique de Peyre.



### Gestion des contenus, communication et promotion :

- Gestion de l'agenda et des contenus éditoriaux liés à l'animation ;
- Production d'animations et de produits pour la vente en ligne sur Explore Millau ;
- Valorisation et commercialisation des animations auprès des professionnels de la destination ;
- Travailler les partenariats pour la carte Occ'ygène de la Région ;
- Coordonner l'accompagnement des professionnels dans la démarche de mise en tourisme des circuits courts.

#exploremillau

## OBJECTIFS ET ACTIONS 2024



### • Excursions, visites guidées, balades et randonnées

- Consolider les visites immersives autour des savoir-faire locaux, des circuits-courts, de la gastronomie en intégrant des ressources externes pour le guidage : Excursion Viaduc, Rando Aligot, Excursion gorges du tarn, balade à la ferme...
- Poursuivre la stratégie et une programmation de visites guidées sur l'ensemble du territoire intercommunal, notamment en coordonnant et valorisant des initiatives associatives ou municipales locales ;
- Poursuivre la programmation de visites guidées et excursions dans le cadre du label Ville d'art et d'histoire : excursion autour du Viaduc de Millau, visites guidées de Millau, du Beffroi, thématique ganterie, Sambucy... ;
- Définir des tarifs groupes pour que le pôle commercialisation puisse proposer facilement toutes nos offres ;
- Mise en place d'une réunion bilan et perspectives avec les guides du territoire.

### • Structuration de l'offre

- Travailler à la structuration de l'offre circuits courts en lien avec la chambre d'agriculture, l'ADAT et le service commercialisation/client ;
- Définition d'un jeu de découverte en famille des villages du Rozier et de Peyreleau sur le modèle de la réalisation De l'OT de Gorges à l'Aubrac (continuité sur la vallée);
- Réflexion sur la structuration de l'offre autour de l'excellence et des savoir-faire millavois (cuir, ganterie, pérail...)
- Suivi du projet de parcours patrimonial de la ville de Millau avec un objectif de médiation du patrimoine et de positionnement des produits en fonction de nos enjeux et de nos clientèles ; renforcer le lien entre les différents services patrimoine (CC, ville et PNR).

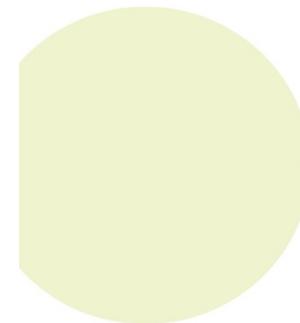
#exploremillau

## NOS INDICATEURS DE MESURE

- Production d'une offre d'animations complète qui valorise le patrimoine naturel & culturel du territoire et incluant de nouvelles propositions régulières pour coller aux tendances ;
- Suivi du modèle économique des visites et tableau de bord de l'activité y compris financier ;
- Qualité et réponses aux enjeux stratégiques des projets patrimoniaux ;
- Bilan qualité des animations et excursions proposées ;
- Production de contenus ;
- Résultats des projets de mise en tourisme des circuits courts ;
- Programmation intercommunale.



#exploremillau



# COMMERCIALISATION ET CLIENTS

Groupes, loisirs, affaires, affinitaires, individuels, partenariat, pros, TAF 1 & CO

Nathalie Loubière, Responsable commercialisation

Nathalie Pujol, Responsable clients et partenariats

Joachim Munoz-Garric, Conseiller en séjour et chargé de commercialisation

Alexandre Humbert, Chef de projet place de marché



#exploremillau

## RELATIONS PROFESSIONNELLES ET PARTENARIATS

### TAF & CO, un dispositif ambitieux d'accompagnement des professionnels

- Définition d'un guide partenaires présentant le bouquet de services de l'office de tourisme ;
- Des rendez-vous personnalisés avec un interlocuteur unique (systématique avec les nouveaux professionnels) pour développer nos partenariats et présenter notre offre de services : un interlocuteur au service des professionnels (porte d'entrée de l'office de tourisme)
- Veille de l'offre existante sur la destination et développement du réseau des professionnels et des partenaires
- Des groupes de travail, par filière et/ou projet, sous différentes formes (petits déjeuners remue-méninges, ateliers créatifs, formations...) : commercialisation en ligne loisirs, commerces, hôtels, restaurants, trail, circuits courts en partenariat avec la chambre d'agriculture, bivouac à la ferme, hôtellerie de plein air... ;
- Organisation de deux apéro-tourisme avec des intervenants extérieurs (avril et octobre) ;
- Le « Taf&Co » (bureaux de l'office), lieu de créativité et de rendez-vous de tous les acteurs du tourisme ;
- Visite des nouveaux prestataires de la destination par les équipes par roulement ;
- Organisation d'un éductour / formation annuel des personnels saisonniers des en (excursion Gorges du Tarn pour 2024) ;
- Accompagnement des porteurs de projet en lien avec le service tourisme ;
- Une transversalité affirmée entre les OT des 2 GSO (invitations croisées)



## RELATIONS PROFESSIONNELLES ET PARTENARIATS



Nos objectifs :

- Etre l'interlocuteur unique (porte d'entrée) des professionnels du tourisme de la destination, faire connaître notre offre de services et multiplier les partenariats (création d'un guide du partenariat pour 2024) ;
- Favoriser l'accessibilité commerciale de l'offre millavoise, notamment et prioritairement sur le web : lisibilité, visibilité, performance, commercialisation en ligne...
- Accompagner les opérateurs sur le digital, sur la qualité, sur l'adaptation de l'offre aux nouvelles demandes
- Prendre ensemble le virage du marketing affinitaire, co-construire et porter une image cohérente et forte de Millau Grands Causses Tourisme

Nos indicateurs de mesure :

- Le Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information touristique ;
- Tableau de gestion GRC-Pros (Nurtik) ;
- Synthèse des actions Taf&Co ;
- Vente de services aux professionnels de la destination ;
- Définition des nouvelles offres de services pour 2024.



## POSITIONNEMENT STRATEGIQUE

Mise en œuvre de la stratégie de développement commerciale votée en 2022

### LES ORIENTATIONS DÉFINIES

- Favoriser la fréquentation sur les ailes de saison ;
- Créer, développer et structurer la commercialisation de produits pour la clientèle individuelle, les mini-groupes privés, les professionnels privés de la distribution, les groupes d'excursionnistes, les groupes affinitaires et les groupes d'affaires via notre service réceptif local (objectif 200 000€ HT) ;
- Développer les partenariats commerciaux avec les offices de tourisme des 2 Grands Sites Occitanie ;
- Proposer un programme de visites guidées et d'animations pour valoriser le patrimoine naturel et bâti ;
- Développer une boutique pour valoriser la production locale, les circuits courts (artisanat, gastronomie, souvenirs...) ;
- Gérer une billetterie pour les visiteurs et la population locale (spectacles, animations, événementiel...) ;
- Développer la place de marché de loisirs ;
- Développer les partenariats B to B.

### Orientations 2024

- Refonte des fiches SITA commerciale
- Développement d'une logiciel de gestion des groupes et du réceptif

#exploremillau



## LA COMMERCIALISATION GROUPES

### Le Marché loisirs

Nos cibles de clientèles :

- Mini Groupes (les entre-amis, les tribus, les familles)

Produire une collection d'offres innovantes, expérientielles, décalées autour de 6 thématiques définies à ce jour et évolutives en fonction de l'offre et de la demande client, qui sera déclinée en 2 gammes « authentique » et « d'exception ».

Offres à décliner aussi selon les saisons : Culture et Patrimoine, Terroir et Gourmandises, Art de vivre, Détente et Bien Être, Nature Aventures Sportives et Nulle Part Ailleurs / Insolite.

Axes de communication et promotion 2024 :

- Site web actuel par une entrée dédiée « mini-groupes » : [www.millau-viaduc-tourisme.fr](http://www.millau-viaduc-tourisme.fr) ;
- Explore Millau (marketplace de destination) ;
- Campagnes digitales ;
- Projet « roadbook » et entrées affinitaires sur notre écosystème digital ;
- Salons thématiques dédiés (Roc d'azur, Randonnée, Templiers...).



#exploremillau

Distribution B to B et B to C

## LA COMMERCIALISATION GROUPES

- Les Groupes affinitaires (trail, gravel, rando...)

Les clubs sportifs, les marques de l'outdoor, les entreprises...

Production de packages dynamiques (proposition d'hébergement, restauration et pique-nique, avec options encadrement de l'activité + entreprises liées à l'activité et activité + partie bien-être) + mise en avant du service réceptif.

Des offres de séjours et de services autour de nos grands événements.

Axes de communication et promotion 2024 :

- Salon de la randonnée de Lyon ;
- Salon Occygène Toulouse ;
- Salon du Trail (Festival des Templiers) à Millau ;
- Salon Roc d'Azur à Fréjus ;
- Convention de partenariat avec les Templiers et les NG pour s'associer à leurs marques et commercialiser des séjours ;
- Participation à Destination Occitanie ;
- Prospection ciblée d'agences ;
- Adhésion Club Business Occitanie, Congrès Cités et club destination groupes de l'ADAT12 ;
- Développement de nos pages web et campagnes digitales ciblées.



#exploremillau

Distribution B to B et B to C

## LA COMMERCIALISATION GROUPES

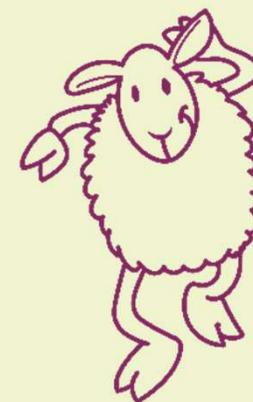
- Les Groupes Excursionnistes



Poursuivre notre développement du tourisme pour les groupes (plus de 20 personnes), initié depuis une dizaine d'années en s'appuyant sur nos incontournables.

Axes d'actions 2024 :

- Travail du fichier clients existant et traitement des demandes entrantes ;
- Activation des réseaux à travers « Congrès Cités » ;
- Proposition d'offres aux agences de notre fichier clients ;
- Participation à Destination Occitanie et intégration du Club Business Occitanie ;
- Travail de coordination au niveau de l'Aveyron (nouveau club créé en 2023).



#exploremillau

Distribution B to B et B to C

## LA COMMERCIALISATION GROUPES

### Le Marché Affaires

Développer le marché pour les groupes affaires.

Cible : séminaires d'entreprises (séminaire résidentiel, journée d'étude, réunions professionnelles (moy. 50 pax)

Un axe prioritaire de développement : les fédérations, les ligues, les filières sportives à échelon départemental, régional ou national, les team-building ...

2024 : assoir le partenariat avec le CSE Michelin (+ de 100 séjours vendus en 2023)

#### Les actions de communication et de promotion pour 2024

- Animé des réunions avec les professionnels et définir ensemble les actions à mener
- Réunion annuelle bilan et perspectives avec les partenaires de l'agence réceptive
- Coordination avec les restaurateurs (réunion à réaliser pour définir actions communes pour 2024)
- Participation à Destination Incentive ;
- Suivi de notre fichier clients existant ;
- Prospection ciblée en proximité et activation du réseau Congrès Cités (accueil Paris) ;
- Définir un kit d'accueil affaires.
  
- Organisation sur mesure de séjours, séminaires, congrès (2 dossiers à concrétiser sur 2024) à ce jour :
  - Journées partenariales de la pleine nature en Occitanie

3 modèles possibles :

- Apporteur d'affaires ;
- Prestation de service ;
- Production.



#exploremillau

- Gestion et commercialisation de l'auditorium de la Halle Viaduc (à confirmer par la communauté de communes avant la fin de l'année)

## LA COMMERCIALISATION INDIVIDUELS

### Notre positionnement produit :

- Nos propres produits (excursion VIP en minibus, Rando Aligot, visite privatisée VIP Beffroi, visites guidées thématiques...) qualifiés et développés par le service animation. Une production réceptive pourra être créée en fonction des besoins : itinérance, produits événementiels, produits « éphémérides », thématiques...
- Les activités de pleine nature (activités eau, terre, air), les sites de visites, les activités insolites (ex : paddle yoga, animations médiévales Château de Peyrelade, Escape Game Le Trésor des Templiers...), les diverses billetteries proposées par les partenaires de l'office de tourisme ;
- Les hébergements de la destination souhaitant faire de la vente directe à travers l'outil de vente de destination.



#exploremillau

## LA COMMERCIALISATION INDIVIDUELS

La place de marché de destination « Explore Millau » / 2024 : consolider !

Un double objectif pour la destination :

- Objectif N°1 : lier le volet « séduction » du site de destination pour amener les visiteurs vers de la conversion
- Objectif N°2 : déployer l'eco-système digital autour de [www.exploremillau.fr](http://www.exploremillau.fr) et maximiser la visibilité de la place de marché

Les actions de communication et de promotion pour 2024 :

- Animation du club Guidap
- Campagnes de communication via social media et Google AdWords ;
- Campagne d'affichage dans les principaux sites de visites et hébergements de la destination ;
- Campagne d'affichage en centre ville de Millau ;
- Insertion publicitaire dans le Guide du Voyageur ;
- Information et valorisation de la plate-forme [exploremillau.fr](http://exploremillau.fr) auprès des visiteurs des salons ciblés.



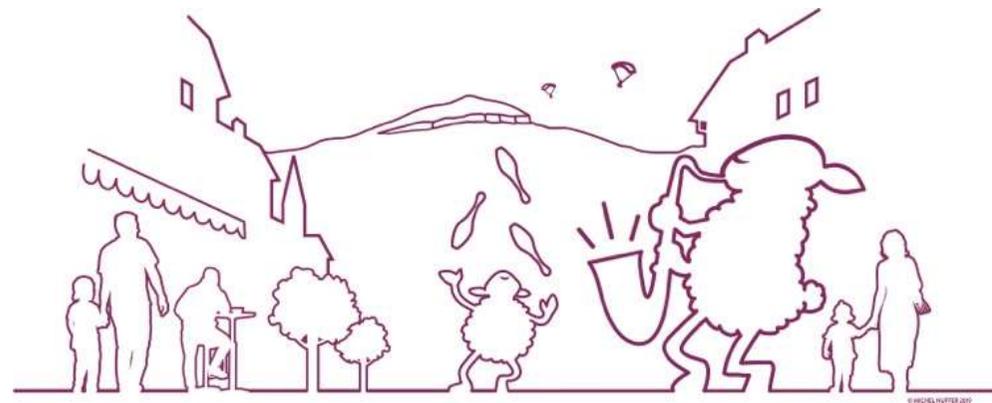
#exploremillau



## NOS INDICATEURS DE MESURE

- Application de la stratégie de commercialisation ;
- Tableau de bord de l'activité ;
- Statistiques web et social media ;
- Compte-rendus de réunions de clubs et en lien avec nos partenaires ;
- Bilan qualité des séjours, produits ou séminaires organisés ;
- Signature des conventions de partenariat.

#exploremillau





explore  
millau.fr



## COMMUNICATION & DIGITAL

Laetitia Raisin Robert, Directrice Adjointe  
Alexandre Humbert, Référent digital et Chef de projet place de marché

## MARCHES, CIBLES ET OBJECTIFS

### Rappel marchés

- 1-locaux et proximité
- 2-Occitanie
- 3-bassins urbains de proximité (3h30)
- 4-France et Benelux via partenariats

### Objectifs 2024

1. IMAGE : clarifier l'image et le positionnement de notre destination pour renforcer sa crédibilité et son attractivité « communautaire » ;
2. RESEAU PROS : s'organiser pour placer MGCT comme référent des acteurs du tourisme, privés et publics ;
3. PROMOTION : améliorer la notoriété de MGC afin de la référencer comme destination nature et naturelle, préservée, vivante, qui permet de vivre un moment unique de partage, sans artifice... ;
4. VENTE : fixer le client pour générer de la consommation, directe ou indirecte, pour accroître les retombées écos ;
5. OFFRE : diversifier l'offre sur des axes identitaires et/ou porteurs sur lesquels notre expertise est cohérente ;
6. SENSIBILISATION : toute action est marquée d'une empreinte tourisme durable

### Cibles

Amateurs de vacances actives mais aussi amateurs de slow tourisme / nature et culture locale.

Profils actifs, épicuriens/hédonistes plutôt urbains et périurbains, respectueux de la nature.

Se dépasser, s'immerger dans la nature, profiter et partager ces moments, qu'on soit en couple, en famille, en tribu...

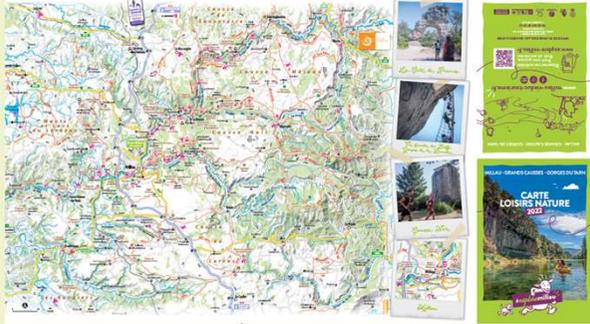
# Une image et un positionnement de notre institution / destination pour renforcer son attractivité Définis en 2023



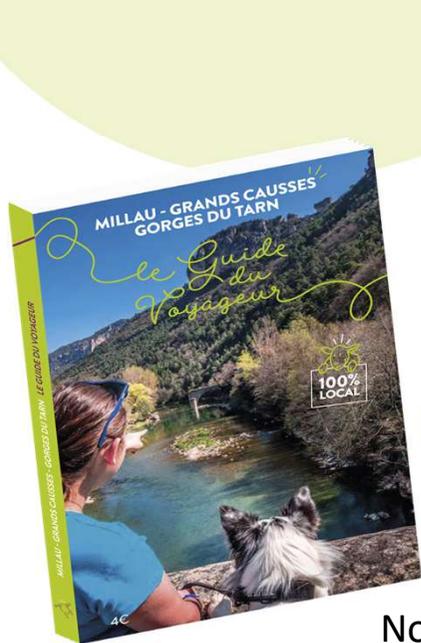
Application de la nouvelle charte graphique et éditoriale



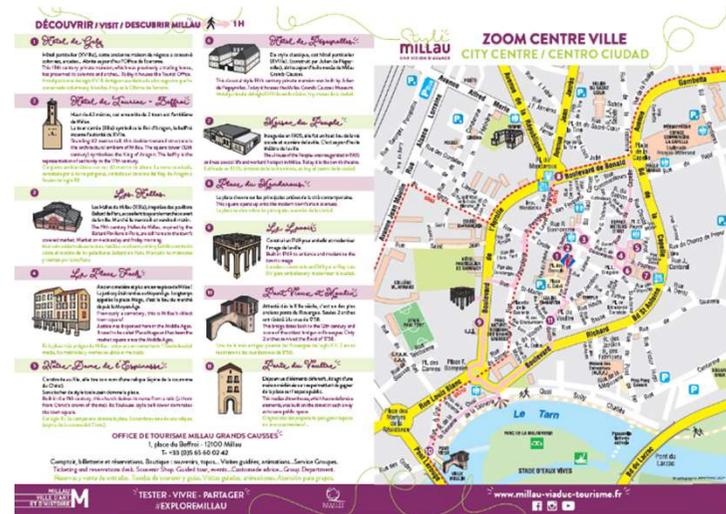
## NOS EDITIONS



Nouveauté 2024 :  
Refonte du plan de ville et de la carte loisirs nature



Nouveauté 2025 :  
Refonte du guide de destination



Millau Grand Causses  
OFFICE DE TOURISME

## ECOSYSTEME DIGITAL

- Finalisation du lancement du nouveau écosystème digital de destination autour de l'univers « Explore Millau » en intégrant l'ensemble des outils existants et en définissant les développements nécessaires :
  - site « amiral » de destination : [www.millau-viaduc-tourisme.fr](http://www.millau-viaduc-tourisme.fr) (tous publics et vitrine) ;
  - sites « satellites » experts thématiques (ciblage clients/utilisateurs) : hôtellerie de plein air, Grands Causses Espace Trail, [www.millau-groupes.fr](http://www.millau-groupes.fr) ... ;
  - intégration de mini sites de destination : explore Larzac, explore Roquefort...
  - poursuite de la mise en ligne des mini-sites web en langues étrangères (D) ;
  - des réseaux sociaux en cohérence avec les différentes entrées de l'écosystème, sur Facebook et Instagram principalement (autres selon évolution des marchés) : Grands Causses Espace Trail et Explore Millau notamment ;
  - une place de marché [www.exploremillau.fr](http://www.exploremillau.fr) transversale à tous ces univers ;
  - Application de la charte éditoriale social media ;
  - Suivi du compte LinkedIn pour la commercialisation lancé en 2023 ;
  - campagnes digitales payantes tout au long de l'année.

#exploremillau



## Exemple de partenariat sur les réseaux sociaux : 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](http://terredegravel-grands-causses.fr)



#exploremillau

## MEDIAS ET RP

- Création d'un espace presse en ligne avec des road-book dédiés ;
- Partenariats avec la presse locale : Millavois.com, Midi libre et Journal de Millau ;
- Participation aux accueils presse en lien avec nos grands évènements ;
- Mise en place d'un planning de sujets saisonniers pour les télévisions ;
- Campagne PACT Gorges du Tarn.



#exploremillau



## COMMUNICATION ET PROMOTION

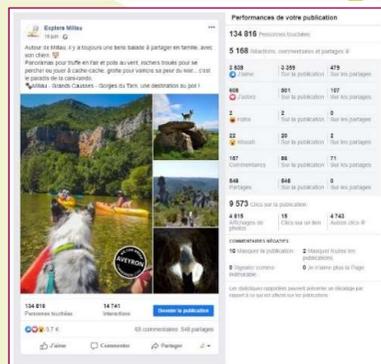
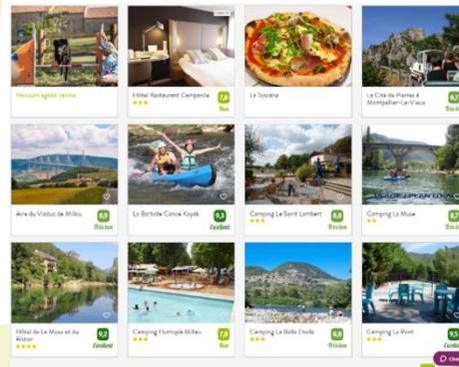
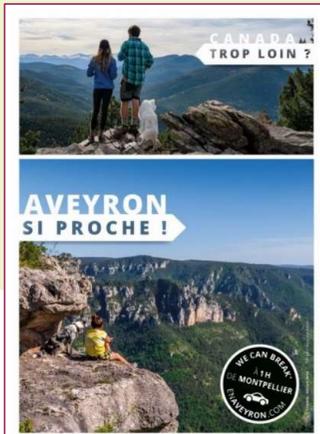
- Salons de niche sur la pleine nature (salon de la randonnée à Lyon, Roc d'azur, Festival des Templiers, salon Occ'ygène à Toulouse) ;
- Eductour en partenariat avec l'office de tourisme de la métropole de Montpellier ;
- Contrat de destination régional (PACT) : Gorges du Tarn ;
- Campagne médias en partenariat avec Aveyron Tourisme (en cours de définition) ;
- Campagne – partenariat HPA ;
- Actions Club CRTL : trail et business ;
- Poursuite de la création de la photothèque et réflexion sur la vidéothèque ;
- Partenariat Grands Causses Cinéma ;
- Définition d'une proposition de la tournée de la Caselle pour 2025 ;
- Démarche 'Dog Friendly' sur la destination (Emmène ton chien à Millau).



#exploremillau



## Poursuite de la démarche



- .Insertion d'aventures à vivre en famille, avec son chien
- .Qualification et valorisation des partenaires via le SIT départemental
- .Développement du réseau de partenaires
- .Actualisation et diffusion du Mémorandum Canin (partenaires, pet sitter, santé, sensibilisation chenilles-cyanobactéries-épilletts)
- .Création d'animations en lien avec des partenaires locaux : Solution Sports, trail...

#exploremillau

## OBSERVATION

- Aide à la décision de la politique d'investissement touristique durable de la destination ;
  - accompagner les porteurs de projet ;
  - présenter le poids de la filière dans l'économie locale ;
  - orienter la politique marketing et de promotion de la destination.
- Poursuivre l'analyse de la fréquentation des flux de clientèles via l'outil Orange FluxVision
- Poursuivre l'analyse qualitative de la destination par le biais d'un agrégateur d'avis ;
- S'engager dans la démarche PILOT (nouvelle direction) ;
- Intégrer le Club Observatoire d'Aveyron Tourisme avec deux objectifs pour 2024 :
  - sortir un memento du tourisme 2023 de la destination (synthèse de 4 pages) ;
  - Suivre l'outil partagé de conjoncture partagé afin de communiquer sur la haute saison.
- Suivre la fréquentation des sites et des espaces naturels avec le service tourisme.



#exploremillau



## NOS INDICATEURS DE MESURE

- Le Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information touristique ;
- Bilan Qualité de la destination ;
- Tableaux de bord du web et des réseaux sociaux ;
- Nombre d'accueils presse ;
- Enquête de satisfaction des professionnels ;
- Brochures réalisées ;
- Bilan médias.

#exploremillau





# ADMINISTRATION GENERALE UNE FONCTION SUPPORT

Gestion financière, administratif, juridique, vie statutaire et ressources humaines

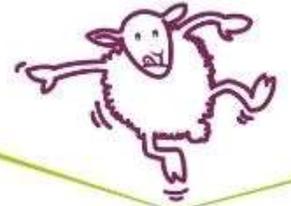
Virginie Flottes, Responsable Administrative et Financière  
Chloé Neullé, Assistante administrative



## MISSIONS COURANTES

### Gestion financière

- Contribuer, en lien avec la direction, à la bonne gestion financière de l'EPIC ;
- Gestion administrative et comptable de l'EPIC ;
- Tableau de bord de pilotage budgétaire ;
- Gérer la taxe de séjour comme levier d'autofinancement ;
- Assurer les différentes régies de l'office de tourisme y compris vente en ligne.



### Administratif, juridique et vie statutaire

- Assurer la vie statutaire (préparation des comités de direction, rapports, délibérations...);
- Cadre réglementaire (CGV, contrats de mandat, conventions de partenariats...)
- Sensibilisation des salariés et application du RGPD .

### Ressources Humaines

- Gestion des ressources humaines (paye, gestion statutaire des salariés, congés, fiches de postes...);
- Plan de Formation pluriannuel ;
- Suivi des instances sociales (CSE), du CET et des chartes informatique et télétravail mises en place ;
- Mise en place des documents applicables dans l'entreprise (ex: règlement intérieur).



## INDICATEURS DE MESURE

- Résultat d'exploitation ;
- Tableaux de bord financier et de la taxe de séjour ;
- Signature de l'accord d'entreprise ;
- Bilan qualité ;
- Délibérations et compte-rendus des comités de direction.

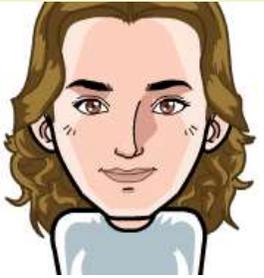
#exploremillau



MERCI DE VOTRE ATTENTION ! EN ROUTE POUR 2024



4



#exploremillau