

Projet d'activité et débat d'orientation budgétaire 2025

OFFICE DE TOURISME
INTERCOMMUNAL
MILLAU GRANDS
CAUSSES



#exploremillau



Comité de direction du 16 janvier 2025

SOMMAIRE

NOS 7 PILIERS STRATEGIQUES

NOS ENGAGEMENTS 2025

LES OBJECTIFS GENERAUX

DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

ACCUEIL ET BOUTIQUE

DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE TRANSVERSAL ET RESPONSABLE

RELATIONS PROFESSIONNELLES ET PARTENARIATS

STRUCTURATION EVENEMENTIELLE, ANIMATIONS ET OFFRES

COMMERCIALISATION

COMMUNICATION, PROMOTION & DIGITAL

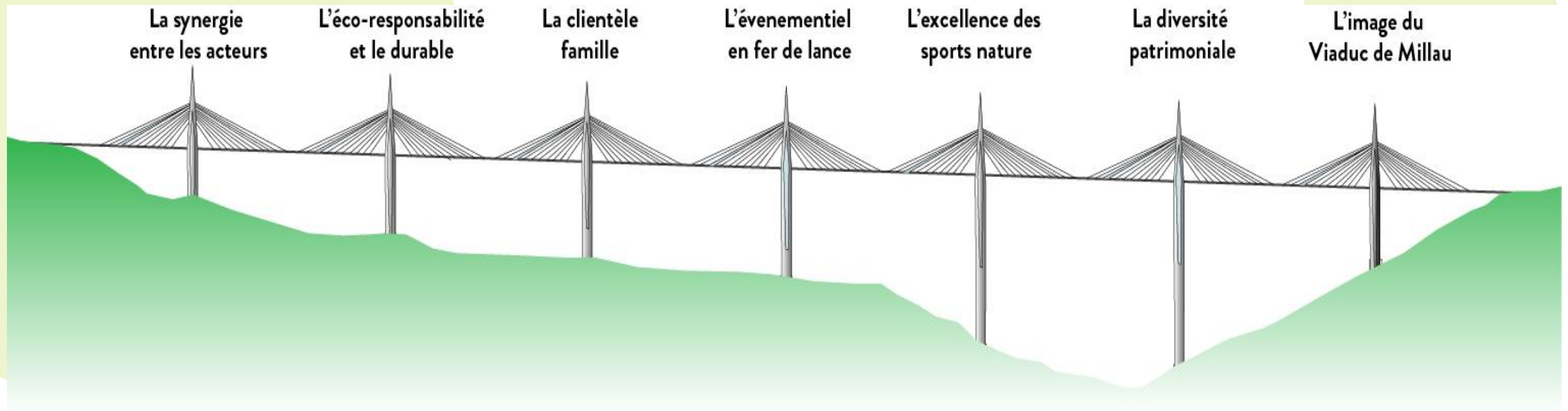
ADMINISTRATION GENERALE

DEBAT D'ORIENTATION BUDGETAIRE



#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



Les objectifs pour Millau Grands Causses Tourisme

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

- **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.
- **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.

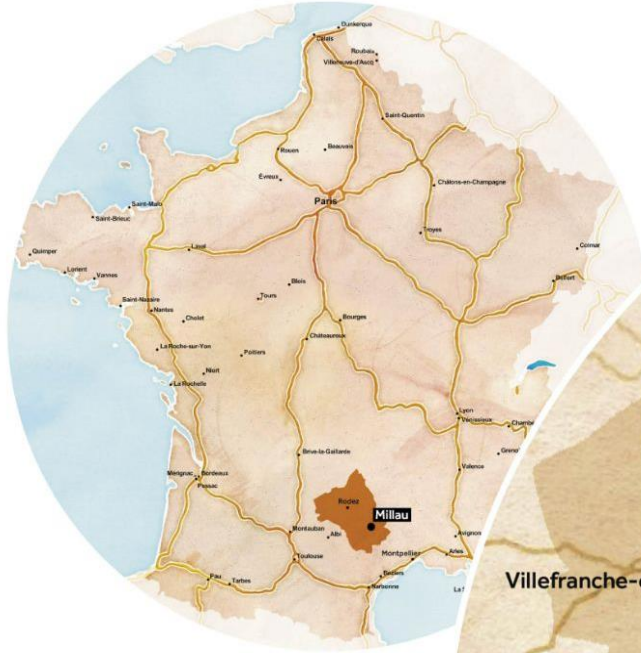
LES 5 ENGAGEMENTS DE LA DIRECTION

- **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, l'Agence d'Attractivité et du Tourisme (ADAT) de l'Aveyron, le Parc Naturel Régional des Grands Causses 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

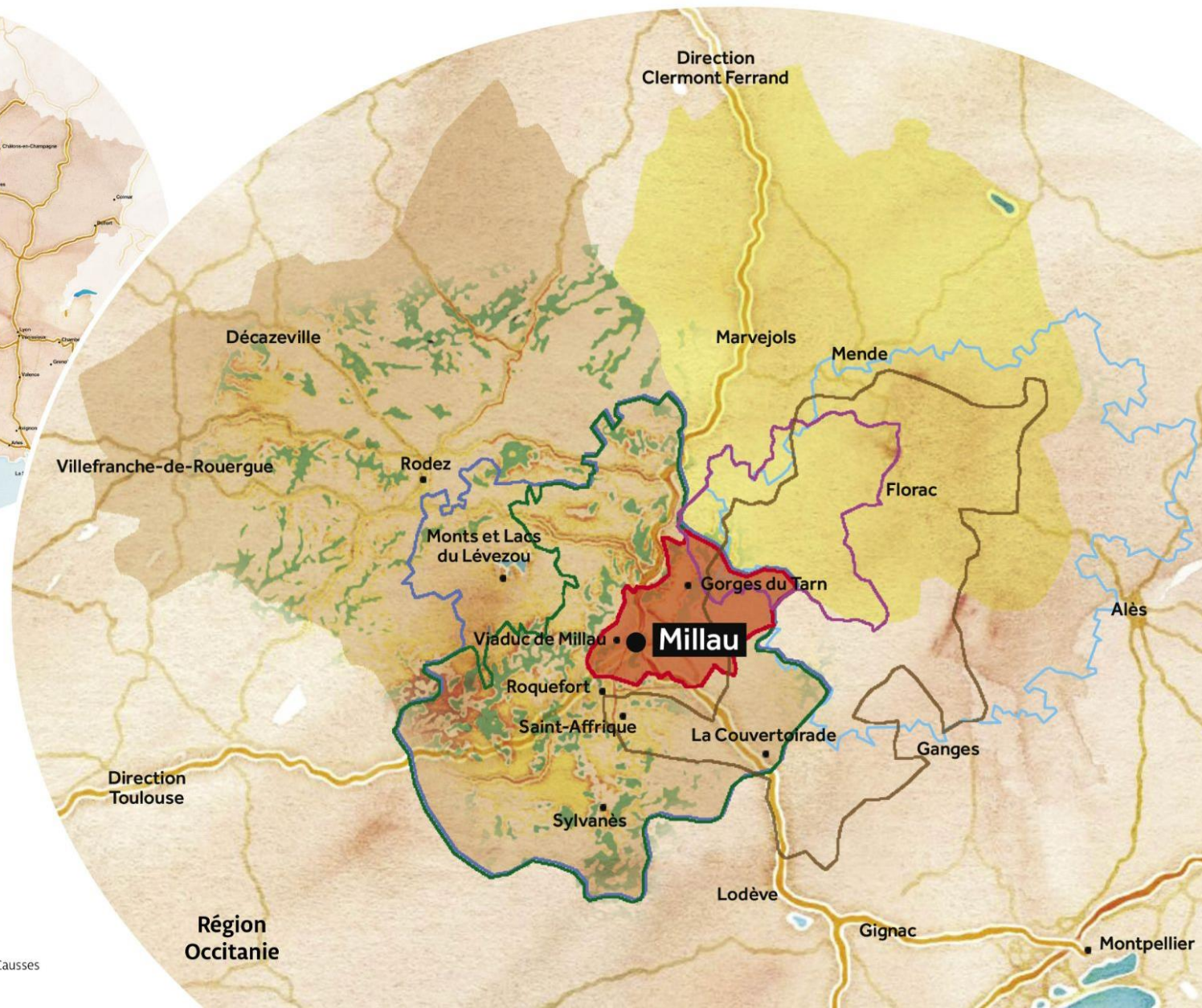


Millau Grands Causses

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 2025 DE MILLAU GRANDS CAUSSES TOURISME

DOCUMENTS CADRES

RAPPEL

- Convention pluriannuelle d'objectifs et de moyens entre l'office de tourisme et la communauté de communes 2022-2027 ;
- Stratégie touristique 2022-2027 ;
- Stratégie de commercialisation (individuels et groupes) 2022-2027.

LES GRANDS OBJECTIFS 2025

- Poursuivre la mise en application de la stratégie touristique de la destination en fonction de la convention pluriannuelle définissant les moyens et les objectifs ;
- Poursuivre et renforcer les partenariats avec les acteurs touristiques de notre environnement (PNR, ADAT, CRTLO, offices de tourisme des 2 GSO).
- Optimiser autant que possible les recettes (taxe de séjour, boutique, billetteries, animations, commercialisation individuels et groupes...)

LES OBJECTIFS GENERAUX 2025

- Développer un projet d'activité 2025 sur les missions régaliennes de l'office de tourisme en adéquation avec les enjeux posés par la stratégie touristique de destination ;
- Contribuer au projet de passage de Ville d'art et d'histoire à Pays d'art et d'histoire (ville de Millau) ;
- Accompagner et suivre les porteurs de projets en partenariat avec le service éco ;
- Participer à la mise en place d'une véritable filière Sport Nature sur la destination ;
- Participer aux partenariats et aux plans d'actions dans le cadre des 2 Grands Sites Occitanie et du Grand Site de France ;
- Suivre 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.
- Suivre et participer à l'appel à projet lancée par la Région Occitanie : « Accompagnement en ingénierie dédié aux Grands Sites Occitanie Sud de France ».



DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Isabelle Regourd, Responsable Développement Touristique
Geoffroy Barrabé, Technicien Sport de Nature
Maguelonne Remize, Animatrice Tourisme



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 – fin de programme
- Entretien de l'ensemble de nos sites de pratique : via-ferrata , aires de vol libre, sites d'escalade... ;
- Réflexion à mener sur les embarcadères dans le cadre du projet Vallée verte du PNR Grands Causses.
- Poursuite de la création du Bikepark sous le Viaduc en partenariat avec le CSO (club de Millau) et CEVM
- 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 ;
- Partenariat avec les grands évènements 2025 de la destination : Festival des Templiers, les Natural Games, Wish One UCI Gravel world Tour, Raid des Collectivités, Une saison au vert à Millau...
- Organisation du Challenge Trail annuel ;
- Animation du collectif de la pleine nature et plan d'actions.



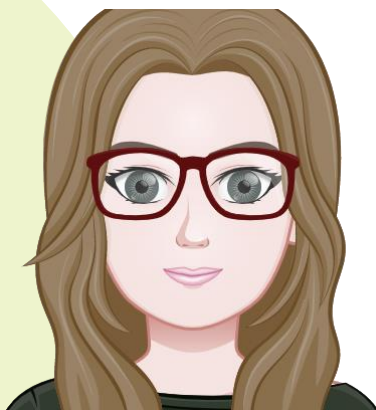
PATRIMOINE

- Phase 2 des Travaux de mise en sécurité du Château de Peyrelade suite au diagnostic géotechnique et menaces récentes d'effondrement ;
- 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 projet, des aides obtenues et des orientations budgétaires 2025 ;
- Site archéologique de la Granède : lancement de l'étude de protection et de mise en tourisme en fonction des arbitrages budgétaires de fin 2025



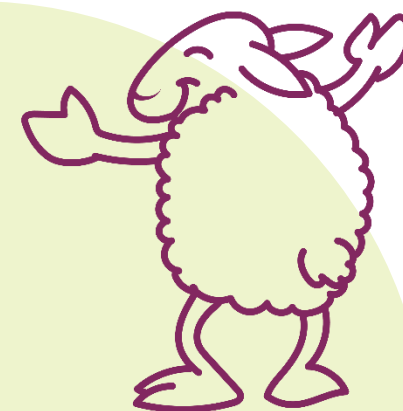
- Gestion de la Signalétique d'Information Locale et Signalétique piétonne ;
- Entretien de l'ensemble des sites touristiques (aires de pique nique, aires de vision...)
- Projet de requalification de l'aire l'accueil du Panoramique en fonction des orientations budgétaires 2025 ;
- Suivi de la gestion et de la programmation du plan d'actions du Label Grands Sites de France « Des Gorges du Tarn, de la Jonte et des Causses » ; articulation des projets autour de la confluence ;
- Accompagnement des Communes sur la démarche de dénomination en Commune Touristique ;
- Participation à la cellule d'accompagnement des porteurs de projets pilotée par le service développement économique.





ACCUEIL & BOUTIQUE

Pauline Printz, Responsable Accueil et Qualité
Myriam De Souza, Conseillère en Séjour et tourisme durable
Jérémie Tabutin, Conseiller en Séjour
Et une équipe de saisonniers !



Accueil et Diffusion de l'Information

- Continuer à asseoir 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 ;
 - Mise en place de Relais d'Informations Touristiques (R.I.T) chez des partenaires professionnels au Rozier et à Rivière sur Tarn.



- Finalisation de la « Bulle Nature » au sein du BIT de Millau dans le cadre de l'AMI Sentiers (table tactile, cartographie murale, vitrophane extérieure, espace enfants...) : mise en place d'un simulateur de vol parapente, défi vélos, vidéos et affichages dynamiques...

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, a été validé depuis 2023.

Il convient pour 2025 de poursuivre le déploiement de ce SADI Millau Grands Causses Tourisme avec 3 axes principaux :

- *Optimiser la diffusion des éditions OT ;*
- *Continuer à 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)*

Le SADI de destination à l'échelle des deux GSO est aussi pilotée par notre office de tourisme. Poursuivre les actions collectives pour 2025 : brigade sourire, éditions, écoute client, site web, convention de commercialisation...



Boutique et Vente Comptoir

- Conforter la stratégie de la boutique de l'office de tourisme en s'appuyant davantage sur un de nos piliers stratégiques : politique d'achats responsable en intégrant le social, l'impact environnemental et l'économie locale ;
- Développer la vente comptoir pour les produits de l'office de tourisme et de ses partenaires.



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 ;
- Continuer la mise en valeur des produits identitaires marqués Explore Millau ou thématiques de la brebis ;
- Renforcer le service 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.



Démarche de progrès

- Animer le label « Destination d'Excellence » en remplacement de Qualité Tourisme. Audit prévu fin 2025/début 2026.
- Animer le label Tourisme et Handicap (obtenu en juin 2022) et continuer la mise en place de mobilités adaptées à l'accueil (Bécasine, l'Hippocampe...);
- Suivre l'appel à projet Office de Tourisme et des mobilités en partenariat avec le PNR des Grands Causses (formations...);
- Suivre le SADI de l'office de tourisme;
- Animation et qualification de la base de données touristiques (HIT Aveyron);
- Déploiement de l'outil Roadbook au sein de l'accueil;
- Vitrines des savoir-faire d'excellence en collaboration avec le lycée Jean Vigo.



NOS INDICATEURS DE MESURE

- Bilan qualitatif et quantitatif de la fréquentation des différents accueils (BIT, hors les murs, à distance...) et de la destination ;
- Analyse Fairguest de la destination (outil de E-reputation). Les 1ers trophées ont été décernés cet automne pour 3 filières représentatives : hôtellerie de plein air, activités de pleine nature et hôtellerie.
- Bilan qualité de la destination ;
- Résultats de la boutique et du comptoir de ventes ;
- Production d'outils et de supports en lien avec le pôle communication.





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
- 2025 : Formation Tourisme Durable & Mise en place de la démarche 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

- Rendre plus vertueuses nos actions quotidiennes notamment sur le digital ;
- Veille régulière et restitutions en interne et externe ;
- 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).



Nos actions collectives 2025 : une affaire de Millau Grands Causses Tourisme

- Continuer l'application de la charte de sobriété numérique en interne (hygiène numérique, économies des consommables et de l'énergie, réseaux sociaux, ateliers clean-up day...) ;
- Charte-écomanifestation pour 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 : bulle 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 et suivi du projet Office de Tourisme et des Mobilités ;
- Intégrer la mobilité et les transports de façon transversale sur notre site web ;
- Valoriser la Marque Parc auprès des professionnels de la destination.

- **Organisation d'un évènement majeur écoresponsable : Une saison au vert à Millau !**

Ce rendez-vous de début de saison, axé sur un tourisme régénératif autour d'activités touristiques et de loisirs responsables, durables et source d'attractivité résidentielle, **se veut à destination des habitants et des visiteurs.**

Il regroupera les acteurs privés, publics et associatifs du tourisme autour de Millau, des Grands Causses et des Gorges du Tarn.

Week-end du 05/06 avril 2025





STRUCTURATION EVENEMENTIELLE ANIMATIONS ET OFFRES

Fabrice Zamuner, responsable animations
Sandra Agrinier, guide conférencière

#exploremillau



Animations et évènementiel

- Mise en place d'animations spécifiques sur certains grands évènements (foire d'automne...);
- Accompagner les marchés fermiers et nocturnes de la communauté de communes (Millau, Aguessac, Le Rozier et Liaucous) et définir la participation de l'OT et le plan d'actions (répartition budgétaire) ;
- Soutien financier pour la promotion des manifestations du territoire 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.

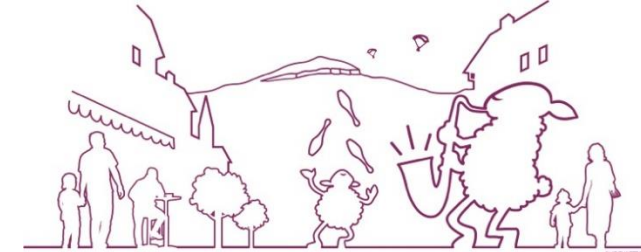
Gestion des contenus, communication et promotion :

- 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.

OBJECTIFS ET ACTIONS 2025

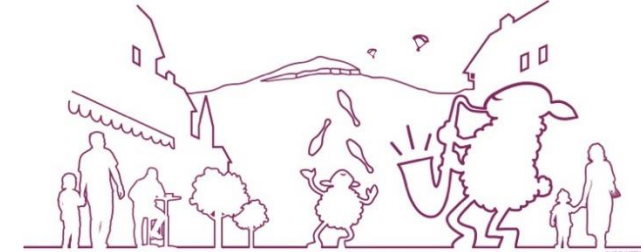


#exploremillau



Festival Sites & Sons 2025

- Organiser le Festival sur le même modèle qu'en 2023 au niveau du choix des lieux, à savoir sur des sites « remarquables » du territoire ;
- Afin de répondre aux attentes budgétaires, une réflexion est portée sur la mise en place de soirées sonorisées et acoustiques.



Excursions, visites guidées, balades et randonnées

- 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... ;
- Mise en place d'une réunion bilan et perspectives avec les guides du territoire.

Structuration de l'offre

- Poursuivre la mise en place des jeux de piste déjà opérationnels dans les villages du Rozier, Peyreleau et Mostuéjols (+ Liaucous) sur le modèle de la réalisation de l'OT des Gorges à l'Aubrac (continuité sur la vallée). Réflexion en cours sur la commune de Paulhe + Maison de la Cerise ;
- Suivi du projet de parcours patrimonial de la ville de Millau avec un objectif de médiation du patrimoine en fonction de nos clientèles ; renforcer le lien entre les différents services patrimoine (CC, ville et PNR).

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 ;
- Retours sur la diffusion et la fréquentation des jeux de piste ;
- Programmation intercommunale.





COMMERCIALISATION ET RELATION PROS

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

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

TAF & CO, un dispositif ambitieux d'accompagnement des pros

- Définition d'un guide du partenaire sous la forme d'un village de partenaires présentant l'ensemble des services de l'office de tourisme ;
- Continuer la mise en place des rendez-vous personnalisés avec un interlocuteur unique (systématique avec les nouveaux pros) pour développer nos partenariats et présenter notre offre de services ;
- 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, 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 ;
- Organisation d'un éducteur / formation annuel des personnels saisonniers des entreprises de la destination (excursion Gorges du Tarn en 2024). Projet à valider avec le service animations...
- Accompagnement des porteurs de projet en lien avec le service tourisme ;
- Une transversalité affirmée entre les OT des 2 GSO (invitations croisées).

Nos objectifs :

- 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.
- Mise en ligne du site Web Pro (en cours)

Nos indicateurs de mesure :

- Le Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information touristique ;
- Synthèse des actions Taf&Co ;
- Vente de services aux professionnels de la destination.



Renforcer la mise en œuvre de la stratégie de développement commerciale

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 via notre service réceptif local ;
- Développer les partenariats commerciaux avec les offices de tourisme des 2 Grands Sites Occitanie ;
- Développer une boutique pour valoriser la production locale, les circuits courts (artisanat, gastronomie, souvenirs...) ;
- Poursuivre et renforcer la billetterie pour les visiteurs et la population locale (spectacles, animations, événementiel...) ;
- Développer la place de marché de loisirs.

Orientations 2025 :

- Refonte des conventions de partenariats.
- Renforcer l'utilisation et le développement du logiciel de gestion du réceptif (Welogin).
- Poursuivre le développement des séjours sportifs.



LA COMMERCIALISATION GROUPES

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

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) + mise en avant du service réceptif.

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

Axes de communication et promotion 2025 :

- Arrêt des salons dédiés en 2025 (salon de la rando, roc d'azur...) mais maintien du salon du Trail (Festival des Templiers) et des Natural Games à Millau ;
- Convention de partenariat avec les Templiers pour s'associer à leurs marques et commercialiser des séjours ;
- Convention de partenariat avec le complexe sportif Alice Milliat - AquaGrimpe pour commercialiser des séjours Natation & Escalade ;
- Développement de nos pages web et campagnes digitales ciblées.



.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.

Un seul axe pour 2025 : traitement des demandes entrantes.

. Le Marché Affaires

- Pour 2025, le marché pour les groupes affaires n'est pas une cible prioritaire (séminaires d'entreprises, journée d'étude, réunions professionnelles...).
- Arrêt de Congrès Cités, du club MICE Occitanie ;
- Arrêt de la commercialisation de l'auditorium de la Halle Viaduc suite à l'achat par la Région Occitanie.



.CSE Michelin

- Depuis fin d'année 2023 : le partenariat avec le CSE Michelin fonctionne très bien.
- Plus de 100 séjours vendus en 2023 et 2024.
- 67 472,00 € de chiffres d'affaires en 2024 (59 200,00 € en 2023), ce qui représente 30% du CA.
- L'objectif 2025 reste le même, asseoir notre partenariat avec Michelin avec 11 propositions de séjours différents.
- Travail en cours avec l'IPAMAC pour tisser de nouveaux partenariats avec d'autres CSE.



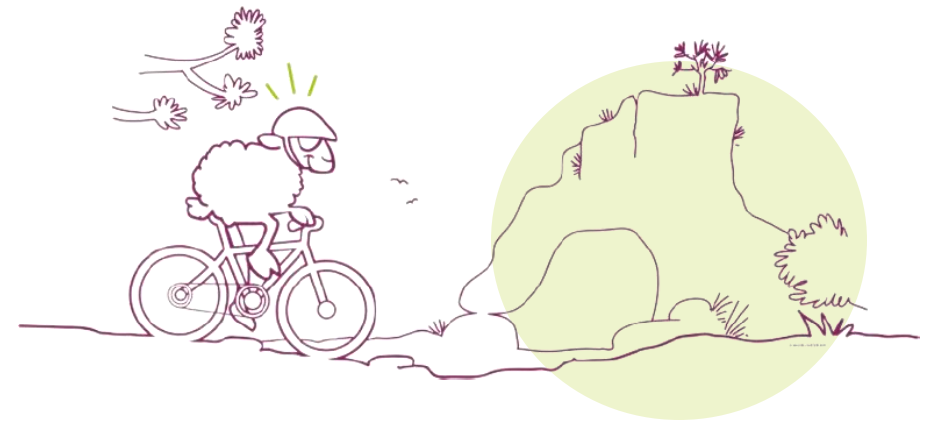
.Décathlon Travel

- Convention de partenariat en cours de validation entre l'agence réceptive et Décathlon Travel.
- Une proposition de séjours assez diversifiée : week-ends, semaines, séjours sportifs (Trail, multi-activités...), séjours sportifs avec des chiens...

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.
- Les activités de pleine nature (activités eau, terre, air), les sites de visites, 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.



La place de marché de destination « Explore Milau » / 2025 : efficace & à renforcer !

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 encore l'éco-système digital et maximiser la visibilité de la place de marché

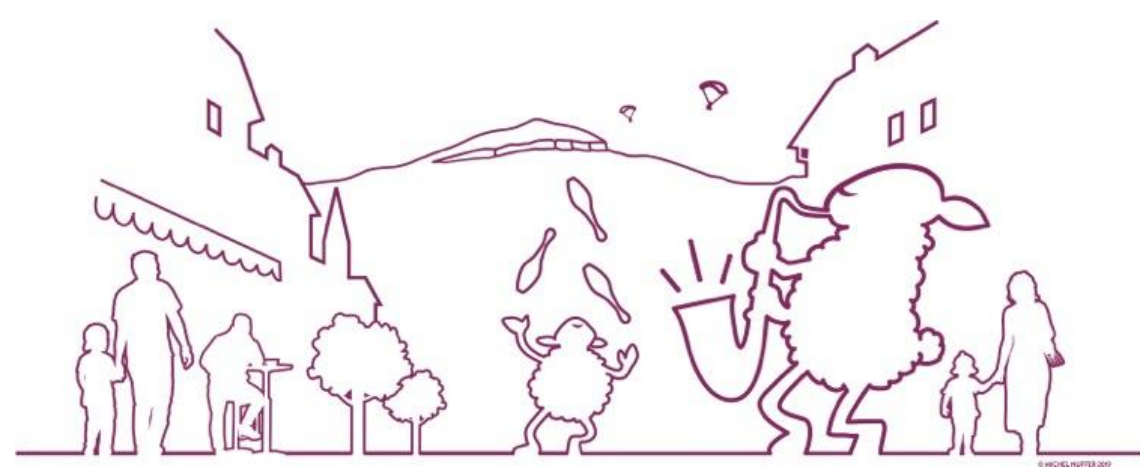
Les actions de communication et de promotion pour 2025 :

- 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 ;
- Insertions publicitaires dans le Guide du Voyageur.



NOS INDICATEURS DE MESURE

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





explore
millau.fr



COMMUNICATION & DIGITAL

Laetitia Raisin Robert, Directrice Adjointe

Alexandre Humbert, Référent digital et Chef de projet place de marché

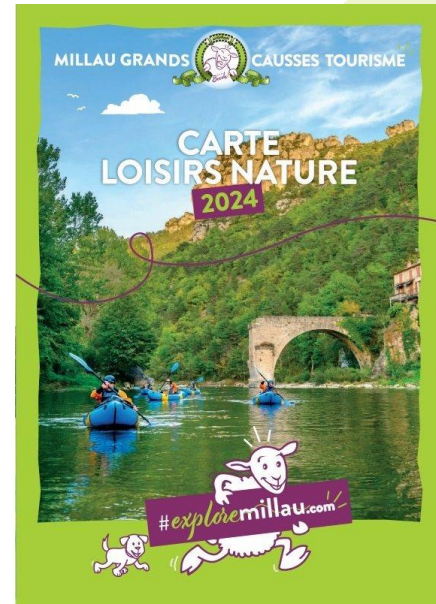
NOS EDITIONS

Nouveauté 2025 : Refonte complète du plan de ville

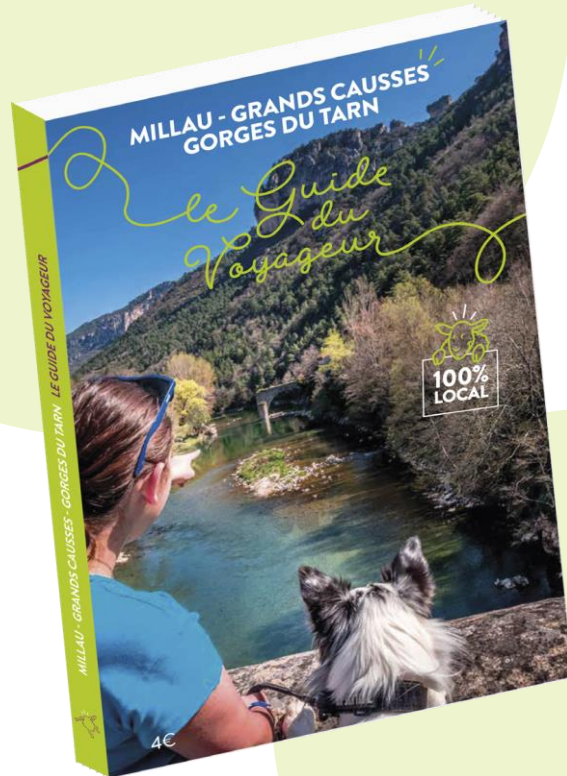


Pas de réédition prévue en 2025 de la Carte Loisirs Nature.
Meilleure gestion des stocks et renvoi vers le numérique

Poursuite de l'agenda hebdomadaire des animations



NOS EDITIONS



Nouveauté 2025 :

- . Réédition complète du guide de destination : le Guide du Voyageur.
- . Coups de cœur, conseils, bons plans, témoignages, expériences, photos... partagés par l'équipe de l'OT.
- . Contribution également des équipes des OT voisins.
- . Une diffusion 100 % locale, dans les OT, chez les partenaires, les hébergeurs...



- **Finaliser l'écosystème digital de destination autour de l'univers « Explore Millau »** en intégrant l'ensemble des outils existants et en définissant les développements nécessaires :
 - Site de destination : www.explore-millau.com (tous publics et vitrine) ;
 - Sites « satellites » experts thématiques (ciblage clients/utilisateurs) : hôtellerie de plein air, Grands Causses Espace Trail... ;
 - Intégration de mini sites de destination : explore Larzac, explore Roquefort...
 - Poursuivre la mise en ligne des mini-sites web en langues étrangères (D) ;
 - Des réseaux sociaux en cohérence avec les différentes entrées de l'écosystème, Facebook et Instagram principalement (autres selon évolution des marchés) : Grands Causses Espace Trail et Explore Millau notamment ;
 - Une place de marché www.exploremillau.com transversale à tous ces univers ;
 - Application de la charte éditoriale social media ;
 - Renforcer le suivi du compte LinkedIn pour la commercialisation ;
 - Campagnes digitales payantes tout au long de l'année.



COMMUNICATION ET PROMOTION

- Arrêt des salons en 2025 sur la pleine nature (Roc d'azur, salon Occ'ygène à Toulouse...);
- Arrêt du salon de la randonnée à Lyon mais présence assurée par le PNR et les OT partenaires pour la promotion du GR 736 ;
- Participation au salon du Trail sur le festival des Templiers et aux Natural Games ;
- Contrat de destination régional (PACT) : Gorges du Tarn ;
- Actions Club CRTL : trail et organisateurs des évènements sportifs ;
- Démarche sur la destination 'Emmène ton chien à Millau' et obtention du label Qualidog (20/01 à l'OT) ;
- Production permanente de contenus digitaux et commerciaux.

#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 (Fairguest) ;
- Participer au club Observatoire d'Aveyron Tourisme ;
- 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 ;
- Schéma de diffusion de nos éditions.





ADMINISTRATION GENERALE UNE FONCTION SUPPORT

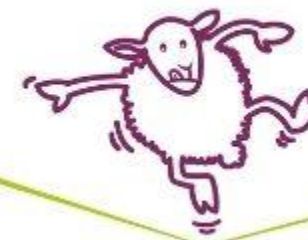
Gestion financière, administratif, juridique, vie statutaire et ressources humaines

Arnaud Vaultier, Directeur
Chloé Neuillé, Assistante administrative



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 .

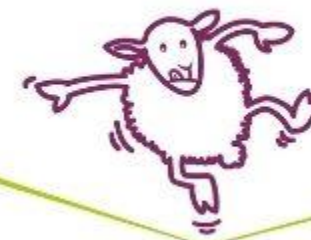
Ressources Humaines

- La gestion de la paie et des arrêts maladie est externalisée depuis début 2024 avec une société privée (Progema).
- Gestion statutaire des salariés, congés, fiches de postes, entretiens annuels ;
- Plan de Formation pluriannuel ;
- Suivi des instances sociales (CSE), du CET et de la charte télétravail mise en place ;
- Mise en place, si besoin, des documents applicables dans l'entreprise (ex: règlement intérieur).



FORMATIONS 2025

- . Formation collective sur l'Intelligence Artificielle ;
- . Formation sur l'optimisation de nos techniques commerciales ;
- . Formation Tourisme & Handicap ;
- . Formation sur le Développement Durable ;
- . Formation Boutique de l'OT ;
- . Formation collective pour le recyclage SST ;
- . Formations en langues étrangères : Anglais, Espagnol et Néerlandais...



INDICATEURS DE MESURE

- Résultat d'exploitation ;
- Tableaux de bord financier et de la taxe de séjour ;
- Bilan qualité ;
- Délibérations et comptes-rendus des comités de direction.

#exploremillau



DEBAT D'ORIENTATION BUDGETAIRE

Un budget prévisionnel en baisse par rapport à l'exercice précédant à hauteur de 1 185 000€ en 2025 contre 1 257 915€ en 2024

- . Malgré une baisse de 70 000€, l'objectif du budget prévisionnel 2025 est de rester le plus possible conforme à la stratégie touristique 2022-2027 votée par la communauté de communes.
- . Les dépenses prévisionnelles se décomposeraient comme suit :
 - Frais de personnel : le chapitre évolue à la baisse en tenant compte d'une activité touristique classique, de l'externalisation de la paie et des arrêts maladie, de l'augmentation prévisible du point d'indice et de l'ancienneté. Recrutement à prévoir suite au souhait de départ de la responsable commercialisation pour un poste mutualisé entre l'agence réceptive et l'administratif/comptabilité.
 - Un chapitre 12 qui passerait de 710 750 en 2024 à 685 000 en 2025 ;
 - Communication et promotion : légère baisse des dépenses prévues en continuant la mise en œuvre de la stratégie et du projet d'activités ;
 - Commercialisation : baisse légère des dépenses par rapport à 2024 et poursuite de la stratégie ;
 - Soutien financier événements : stable avec une meilleure répartition des aides pour les marchés nocturnes ;
 - Animations : stable ;
 - Dépenses à caractère général (affranchissements, cotisations, charges locatives, carburants...) : en baisse ;
 - Un chapitre 11 qui passerait de 468 760€ à 405 500€. En sachant que l'OT avait un budget dédié de 30 000€ pour les charges de la Halle Viaduc en 2024.
- . Le prévisionnel budgétaire des chapitres 65 à 67 s'élèverait resterait stable.
- . Enfin, le chapitre 42 en hausse avec un montant estimatif de 30 000€ (amortissements en cours de validation).



Les recettes prévisionnelles se décomposeraient comme suit :

- **Ressources commerciales en maintien** : commercialisation (séjours, CSE Michelin...), produits boutique et vente d'ouvrages, réservations APN, produits groupes soit 265 000 €.
- **Recettes taxe de séjour** : collecte de 415 218,81€ en 2024 (versement au réel) contre 380 000€ prévus. Cette hausse s'explique par la bonne fréquentation du territoire Millau Grands Causses sur la saison estivale et par les recettes de taxes de séjour issues des plateformes numériques (Airbnb, Booking...).
- L'objectif pour 2025 serait de 400 000€.
- **Participation de la Communauté de Communes** : en 2024, une participation d'un montant de 479 500 € a été validée. Une baisse de 70 000€ est prévue pour 2025.

SECTION INVESTISSEMENT

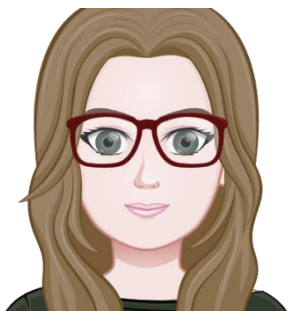
Une section investissement liée principalement au développement digital de l'office de tourisme, à la modernisation du matériel informatique (nouveaux PC portables...) et à l'achat de matériels scéniques (lumières, groupe électrogène...).



MERCI DE VOTRE ATTENTION ! EN ROUTE POUR 2025



4



#exploremillau