

Hérault Tourisme Pro

La lettre trimestrielle de l'Agence de Développement Touristique N°1 : Février 2010



EDITORIAL

Le résultat est là !

L'Hérault a distancé ses challengers et nous occupons maintenant la 2^{ème} place des départements touristiques préférés des Français (4^{ème} toutes nationalités confondues). Mieux encore : dans ces deux années de crise, l'Hérault est le Département qui s'est le mieux maintenu.

Le Conseil Général, considérant l'importance du tourisme qui représente 12% de notre PIB et pèse trois fois celui de l'agriculture, a relevé le défi en augmentant le budget du tourisme. En atteignant bientôt 10M€ annuels, il aura gagné 50% en 4 ans : un record !

Face à ces enjeux, il devenait nécessaire que le CDT se réorganise en «Agence de Développement Touristique», sous sa nouvelle signature «Hérault Tourisme». L'enquête à laquelle vous avez été nombreux à répondre plébiscite cette évolution. Et si beaucoup d'entre vous ont souligné une faiblesse dans la diffusion de l'information, le nouvel objet que vous avez entre les mains s'attachera à combler ce manque.

Vous savez par ailleurs que le projet de réforme des collectivités va poser notamment la question du pilotage de la «Compétence Tourisme». En réponse, les acteurs que vous êtes pointent deux exigences majeures pour son exercice : la Proximité, indispensable à l'efficacité (réactivité, écoute...) et l'Expertise (moteur du partenariat et garante du succès des projets).

Avec André Vézinet, le Département conduit une politique volontaire à la hauteur de ces valeurs et démontre à travers l'efficacité de ses actions, toute la pertinence de l'échelon départemental en matière de développement touristique.

En un mot : il prend ses responsabilités.

Louis Villaret

Président d'Hérault Tourisme
Vice-Président du Conseil Général
délégué au Tourisme

«L'innovation, c'est indispensable pour maintenir l'attrait touristique»

Pascale Jousen-Védrine a créé le parc d'aventures de Villeneuve-lès-Maguelone. Elle est présidente de l'Association Sports Loisirs Nature 34.



Les parcs d'aventures ne souffrent-ils pas aujourd'hui d'une certaine banalisation ?

Je me suis lancée en 2002 dans la création du parc. A l'époque, c'était un produit touristique novateur. Depuis, cette activité s'est développée dans toute la France et à l'international. Et c'est vrai que nous sommes passés d'un marché en émergence à un marché mature sur lequel la concurrence est devenue plus vive et où il est devenu indispensable de se différencier. Aussi, après l'ouverture des «Rochers de Maguelone» en 2003, nous allons inaugurer «Le Labyrinthe de Maguelone» le 27 mars 2010, un nouveau concept de parc d'aventures toujours plus ludique créé en 2009.

Sans innovation, point de salut ?

L'innovation, même si on peut se tromper, est indispensable pour maintenir l'attrait de nos activités et, plus globalement, donner envie de venir dans notre département. Un labyrinthe c'est soit merveilleux soit vite ennuyeux. Dans notre parc, nous avons inventé des systèmes de codes secrets pour pouvoir avancer. Nous avons donc ajouté une autre dimension au jeu. De même, outre l'accrobranche, il y a la découverte d'une faille naturelle, avec un jeu de filets qui rappelle le grand arbre d'Avatar !

C'est aussi une prise de risques ?

Toujours. Les innovations sont coûteuses et risquées la première année, mais elles sont positives en communication et en image. Ensuite, elles doivent faire leurs preuves en donnant envie de venir découvrir les nouveautés.

Qu'attendez-vous de l'Agence Départementale du Tourisme ?

D'abord une expertise et une capacité de mutualisation des moyens, notamment de communication. C'est d'autant plus important que pour une TPE, les moyens sont limités. Cela renforce la demande collective des professionnels de l'association Sports Loisirs Nature 34. Et cela nous permet également de nous fédérer et de sortir de notre isolement, toutes professions du tourisme confondues.

En bref...

1^{er} département de France

Les chiffres sont tombés en décembre : notre département occupe désormais la première place nationale en nombre de locations labellisées Clévacances.

Bientôt, une nouvelle campagne de communication sera lancée par Hérault Tourisme. Elle permettra de continuer à améliorer la notoriété de ce label, qui compte déjà presque 30 000 locations et Chambres d'Hôtes en France.

Un catalogue, deux sites internet, de nouveaux services à la disposition des propriétaires et des loueurs, des aides départementales et de nombreuses actions de web marketing devraient continuer à faire progresser la qualité de notre parc.

Forum Deptour à Paris

Hérault Tourisme a rencontré les journalistes spécialisés les 11 et 12 janvier derniers au Forum Deptour.

Le nouveau Dossier de Presse, avec ses thématiques fortes, a été communiqué à la presse touristique nationale.

L'intérêt des journalistes est grand pour l'authenticité, la proximité, les activités de loisirs ou culturelles..., le tout au soleil ! Sans oublier gastronomie, vins, producteurs et produits du terroir, marchés, art de vivre, hébergements de charme...

On peut noter que 2010, année jacquaire, valorise le Chemin d'Arles, sur sa partie héraultaise.

Après cette rencontre, Hérault Tourisme a déjà programmé des voyages de presse, pour les magazines Balades, Pleine Vie, Cuisine Gourmande, Cuisine&Vins de France, Maxi Cuisine, Faire Face & Yanous (magazines tourisme handicap), Winetourismefrance.com, Femme Actuelle et Avantages.

Contact :

Mathilde Bavoillot - Tél. : 04 67 67 71 02
mbavoillot@herault-tourisme.com

Destination France 2020

Atout France a convié Hérault Tourisme en qualité d'expert à participer à une série de rencontres pour définir la «nouvelle stratégie du tourisme», décidée par le Secrétariat d'Etat Hervé Novelli.

Hérault Tourisme fait ainsi partie d'un comité stratégique national limité à 18 membres, au rang desquels l'on compte notamment : Disneyland Paris, le groupe Accor, Pierre et Vacances, Voyages-sncf.com, le groupe Alain Ducasse, Yellow Villages...



Hérault Tourisme à l'écoute de ses partenaires



En juin dernier, au moment du passage du CDT en «Agence de Développement Touristique», Hérault Tourisme a lancé une enquête auprès de 600 partenaires, élus, institutionnels et professionnels, dans un double objectif :

- connaître leur appréciation quant aux perspectives de développement du tourisme dans l'Hérault,
- percevoir leur satisfaction vis à vis de l'action menée.

Au vu de l'excellent taux de retour (43%), il est à souligner l'intérêt porté à la démarche, par l'ensemble des partenaires sollicités !

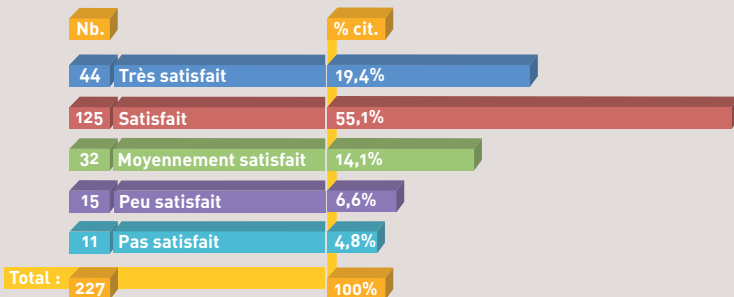
Synthèse des résultats...

- Le tourisme est jugé au premier rang des activités économiques héraultaises, pour 44% des personnes interrogées.
- Il offre un fort potentiel de développement pour 97% des répondants, en particulier pour le tourisme rural, l'amélioration de la qualité de l'offre et la valorisation du patrimoine et de l'œnotourisme.
- c'est un secteur qui doit continuer à bénéficier de l'aide du Département pour 99% des répondants, prioritairement selon les axes suivants :
 - Qualité de l'accueil et de l'offre touristiques (labellisation)
 - Promotion/communication
 - Rénovation et création d'hébergements
 - Préservation et valorisation du patrimoine naturel et culturel

La satisfaction des partenaires touristiques face à l'action d'Hérault Tourisme :

- HT est cité au 2^{ème} rang des acteurs touristiques du département, après les OTSI
- 42% des personnes interrogées pensent que l'ADT porte d'ores et déjà les valeurs d'Expertise et de Proximité, qui doivent marquer désormais son action, et 53% considèrent que c'est bien engagé.
- HT doit améliorer sa communication externe : 2 partenaires sur 3 considèrent ne pas être suffisamment informés des missions menées.
- 74% des répondants sont satisfaits de leur collaboration avec HT.

Globalement, êtes-vous satisfait(e) de votre collaboration avec l'ADT ?



Les meilleures notes d'Hérault Tourisme :

Sa disponibilité :	4.30 sur 5
Ses éditions grand public :	4.11 sur 5
Son expertise :	4.10 sur 5
Sa réactivité :	4.06 sur 5
Ses publications techniques :	4.01 sur 5

Les thèmes jugés les moins performants :

L'information des partenaires :	3.70 sur 5
Les conditions de partenariat :	3.86 sur 5
L'organisation de manifestations :	3.93 sur 5

Contact : Mireille Carniel-Fabre
Tél. : 04 67 67 71 28 - mcarnielfabre@herault-tourisme.com

Signalisation (Système d'Information Locale)

Objectif : améliorer la qualité de l'accueil par la signalisation des activités commerciales et de services liées au tourisme.

Sa mise en œuvre programmée annuellement et par zone est assurée conjointement par Hérault Tourisme, (chargée du recensement et de l'information des professionnels ainsi que du traitement des demandes au regard des critères d'admission), et le service des routes du Conseil Général (qui en assure l'instruction technique). La Charte SIL, qui régit les conditions d'obtention, d'utilisation et d'implantation des panneaux en vigueur depuis 2000 a bénéficié d'une refonte au cours de l'année 2009 afin de prendre en compte les évolutions de réglementation et les attentes des usagers. Elle vise aussi à limiter la pollution visuelle liée à la multiplication des panneaux sauvages.

Mise à jour du sil - calendrier prévisionnel 2010 :

Hérault Tourisme	Conseil Général	ZONES
2 ^{ème} semestre 2009	1 ^{er} semestre 2010	Communauté d'Agglomération Béziers Méditerranée
1 ^{er} semestre 2009	2 ^{ème} semestre 2010	Communauté d'Agglomération Hérault Méditerranée
1 ^{er} semestre 2010	2 ^{ème} semestre 2010	Z1 Pic Saint-Loup Cantons : Castries, Claret, Ganges, Les Matelles, St-Martin-de-Londres
2 ^{ème} semestre 2010	1 ^{er} semestre 2011	Z2 Centre Hérault Cantons : Aniane, Clermont-l'Hérault, Gignac, Le Caylar, Lodève, Montagnac (en partie)

Contact : Géraldine Verna - Tél. : 04 67 67 64 49 - gverna@herault-tourisme.com

Le Pôle œnotouristique de Saint-Christol

Un éco-projet spectaculaire, digne d'un terroir multiséculaire.

Avec la Communauté de Communes, l'architecte Philippe Madec a choisi de positionner le projet dans une architecture simple et écologique. Il s'est entouré de professionnels spécialisés dans les domaines tels que la scénographie, le paysagement, l'économie d'énergie...

Dès 2011, on y trouvera tout d'abord, un patio ombragé fait de bois tressé qui donnera le ton du lieu. Après s'être reposé quelques instants à l'ombre, le visiteur découvrira l'atelier du vin avec son caveau de dégustation et rencontrera les saveurs, les couleurs, les goûts et les odeurs... Dans le prolongement du caveau, on trouvera un stockage à la grecque en pierre, véritable caverne abritant les trésors gustatifs.

Après la dégustation, place au terroir. Un restaurant sera présent pour que l'on puisse associer les vins aux mets que le chef proposera.

Contact : Isabelle Hacquard - Tél. : 04 67 67 79 67 - ihacquard@herault-tourisme.com

À vos vélos !

Le Département va créer des boucles cyclotouristiques sur les routes à faible trafic (panoramas, plaisirs de la table, artisanat local, richesses patrimoniales et culturelles), en utilisant les infrastructures existantes, au confort de roulement adapté et aux niveaux de difficultés variées. Le Conseil Général a sélectionné un bureau d'études chargé de proposer ces circuits en se basant sur une analyse de la qualité des territoires à découvrir. L'ampleur, la longueur des parcours seront calées sur le public ciblé. Ainsi une famille parcourt en moyenne 30 à 60 km par jour. La découverte s'effectue en cheminant mais également en posant le vélo et en visitant à pied un site particulier. A terme, un document de type topo-guide détaillera le circuit en indiquant la direction précise ainsi que la difficulté (relief, distance) et mentionnera les points d'intérêt. Une signalisation, de préférence minimaliste, est également mise en place sur le circuit afin de guider le cyclotouriste.

Contact : Mission Tourisme du Conseil Général



Happy Languedoc : Paris conquis !

Le Conseil Interprofessionnel des Vins du Languedoc a mis en œuvre «Happy Languedoc» avec Hérault Tourisme, en décembre dernier, dans une centaine de bars à vin de la région parisienne avec succès.

Cette opération de valorisation des vins du Languedoc a permis de poursuivre le partenariat fructueux entre le CIVL et Hérault Tourisme qui donne à l'opération une dimension oeno-touristique en associant les vins à des projets de voyages et de découvertes de nos vignobles.

L'objectif stratégique d'Hérault Tourisme est de communiquer fortement sur la marque de destination Hérault le Languedoc, la densifier et déployer ses avantages concurrentiels. L'objectif tactique est d'acquérir un maximum de prospects qualifiés à partir d'un jeu-concours mettant en avant la destination (2 séjours en chambres d'hôtes offerts par les Gîtes de France Hérault).

Bilan de la campagne

Les clients des bars à vin ont pu participer au jeu-concours en s'inscrivant sur un formulaire d'inscription en ligne sur les sites d'Hérault Tourisme et du CIVL à partir du message présent sur les 50 000 collerettes.

Après 1 mois de campagne, ce dispositif a permis de récupérer 10 000 prospects qualifiés. A noter que les résultats habituels sur ce genre de campagne dépassent rarement les 2 000 inscrits... A titre d'information, l'acquisition d'un prospect qualifié est estimée à environ 1,5 € sur le marché Français.

Cette opération se poursuivra pour le Printemps du Languedoc avec 700 restaurateurs parisiens, le CIVL et les vins du Pays d'Oc.

Contact : David Queffelec - Tél. : 04 67 67 71 24 - dqueffelec@herault-tourisme.com



Campagne Happy Languedoc dans un bar à vin parisien.

Services.net...

Herault-tourisme au bout du clic



Visites en hausse : le nouveau site remplit sa mission

Trois mois après la mise en ligne du nouveau site, fin janvier, la fréquentation était de 1 128 visites/jour, soit autant que la moyenne journalière d'un mois d'été (juillet 2009 : 1 125 visites/jour). L'objectif est de tripler le nombre de visites d'ici 2 ans.

À la base : Tourinsoft

Tous les professionnels référencés sur le site sont le résultat des contributions externes des Offices de Tourisme membres du réseau SIT34, Système d'Informations Touristiques de l'Hérault via la base de données Tourinsoft.

Rappel : Pour optimiser le référencement de nos sites, n'oubliez pas l'importance des liens réciproques ! Il y a un lien sur herault-tourisme.com vers votre site, pensez à mettre un lien vers herault-tourisme.com sur votre site !

Pour modifier vos textes ou visuels sur herault-tourisme.com, transmettez les éléments définitifs à szaflino@herault-tourisme.com.

Newsletter Grand Public

Pour annoncer le lancement du nouveau portail herault-tourisme.com, la première newsletter avec le nouveau gabarit a été envoyée le 9 décembre dernier à 118 326 prospects avec un taux d'ouverture de 13,8%, un taux de clics de 37,5 % et un taux de désabonnement à 0,5%.

Offres ciblées

«Individuels» : Famille, Duo, Amis

Le service commercial d'Hérault Tourisme prépare toutes les offres, vacances d'hiver et de printemps, early bookings pour l'été et longs séjours... afin d'alimenter la rubrique Week-ends et Séjours sur herault-tourisme.com.

En parallèle, sachez qu'une newsletter mettant en avant un de ces différents thèmes, est envoyée mensuellement auprès de 150 000 prospects. Nous sélectionnons bien sûr les offres les plus attractives et reroutons sur chacun de vous directement.

Alors, si vous souhaitez une aide sur la mise en marché de vos produits, c'est le moment ! Contactez notre service au 04 67 67 71 51 (Mireille ou Pascale) qui vous indiqueront la marche à suivre.

«Groupes» : Agrément, Affaires, Jeunes

Traduction intégrale en anglais de notre site groupes www.visit-languedoc.fr pour une meilleure prospection auprès de prescripteurs étrangers et remise à jour de l'ensemble des tarifs 2010. Prendre contact avec le service d'assistance commerciale, Mademoiselle Julie Noclercq au 04 67 67 71 52, pour effectuer ces modifications ou pour vous enregistrer sur ce site.

Ces prestations sont totalement gratuites pour vous professionnels, alors n'hésitez pas à vous inscrire.

Pour plus d'éléments et de précisions sur les missions et les objectifs du service commercial ainsi que les partenariats possibles, contactez Evelyne Hupin au 04 67 67 71 26 ou sur sa boîte mail ehupin@herault-tourisme.com



Calendrier promotion*

Pub :

- **Mars** : Pub dans le magazine Quefem sur le marché Espagnol
- **5 et 6 mars** : Pub dans mag «On Madrid»
- **Du 8 au 25 mars** : Pub web sur CitizenKid (Lyon, Paris, Toulouse, Marseille)
- **11 mars** : cahier spécial Paris Match Provence
- **15 mars** : Publi-rédactionnel Fémina Auvergne
- **16 mars** : Publi-rédactionnel Jyllands Posten (Danemark)
- **Du 18 au 20 mars** : Paris Match Rhône-Alpes et Midi-Pyrénées
- **Mars/avril** : Pub mag Bon Tour + mag Meinverein (associations) (Allemagne)
- **1er et 2 avril** : cahier spécial TéléObs

Salons/Événementiels :

- **4 au 8 février** : Salon de Bruxelles
- **26, 27 et 28 février** : Salon de Herning (Danemark)
- **2 mars** : Conférence de presse en Finlande (lancement émission TV)
- **12, 13 mars** : Micro marché à Barcelone
- **18 au 21 mars** : Salon du randonneur à Lyon
- **30, 31 mars** : Rendez-Vous France
- **Du 1er au 18 avril** : Printemps du Languedoc à Paris



Salon du randonneur 2009 à Lyon.

Eductours :

- **26 au 29 mars** : Eductour TO Canada
- **7 au 9 avril** : Eductour Presse Belgique

Web :

- **17 février** : Lancement de la campagne Web Marketing sur le marché de la Grande Bretagne
- **23 février** : e-newsletter presse
- **3 et 4 mars** : Lancement de la campagne Web-Marketing en France
- **8 mars** : e-newsletter grand public
- **25 mars** : e-newsletter à la presse
- **13 avril** : e-newsletter grand public

* Actions coordonnées CRT, OT, Destinations

Contact : 04 67 67 71 29
aschmidt@herault-tourisme.com

«PLAISIRS D'HERAULT» : Réservez dès à présent 30 Avril et 2 Mai 2010...

Prenez date ! Ces deux journées permettront pour la première fois la rencontre du grand public avec l'ensemble de l'offre de loisirs du département.



Le Domaine d'O à Montpellier.

Beaucoup connaissent la bourse aux dépliant touristiques qui réunit depuis plus de 10 ans une majorité d'acteurs du tourisme héraultais. Aujourd'hui, le contexte a évolué : le Schéma Départemental du Tourisme et des Loisirs a repositionné le rôle croissant de la clientèle locale et notre plan marketing 2010 a concrétisé ce nouvel enjeu. Ce rendez-vous traditionnel va donc subir cette année une belle mutation !

Il manquait à la fin des vacances de Pâques, période où les familles préparent de façon privilégiée leurs week-ends de proximité, une grande manifestation qui permette la rencontre du grand public avec l'ensemble de l'offre de loisirs du département. Cette rencontre aura bien lieu avec «Plaisirs d'Hérault», au Domaine d'O, les 30 Avril et 2 Mai 2010. Bien plus qu'un salon professionnel et grand public, il s'agira d'une rencontre ludique et festive entre l'offre de loisirs «l'Hérault le Languedoc» et un large public.

100% professionnels, 100% grand public

Tous les acteurs du tourisme et des loisirs Héraultais ont vocation à y participer. La manifestation (gratuite pour les exposants comme pour le public) se déroule sur deux journées :

Le vendredi 30 Avril, 100% professionnels, est entièrement dédié à la rencontre et à l'échange entre les acteurs du tourisme et des loisirs avec la traditionnelle bourse aux dépliant. Mais nous convierons aussi des opérateurs, des CE, des caristes, des journalistes... Bref, c'est à la fois un workshop et une revue de détail, avant la saison, de l'ensemble de l'offre qui porte notre destination et qui qualifie notre marque.

Le dimanche 2 Mai, 100% grand public, permettra à chacun de faire partager sa passion, ses produits, son activité aux milliers de familles, de seniors que nous solliciterons dans le bassin de clientèle Montpellier - Nîmes et au-delà par une campagne de communication.

Contact : plaisirdherault@herault-tourisme.com

Le bon support des sorties en famille : La gazette des Pitchouns !

Hérault Tourisme en collaboration avec la Gazette de Montpellier publiera la Gazette des Pitchouns au Printemps. Elle sera diffusée en kiosque avec la Gazette.

Un pari gagnant pour les professionnels : ce guide est diffusé à 35 000 exemplaires sur le bassin Montpellierain, Sétois et Gardois, vers une cible plutôt Héraultaise et Languedocienne. Il est aussi diffusé à 35 000 exemplaires par Hérault Tourisme auprès des Offices de Tourisme et syndicats d'initiative. **Sortie officielle : 25 Mars 2010.**

Contact : service éditorial - Tél. : 04 67 67 71 36

Tourisme et Handicap

Dans le cadre du plan de développement de l'accessibilité des loisirs pour tous et du label Tourisme Handicap, Hérault Tourisme et la Mission Tourisme du Conseil Général ont prévu une série de rencontres avec les partenaires de l'accessibilité, les filières professionnelles et les collectivités territoriales. Ces actions seront menées en partenariat étroit avec le Comité de Liaison et de Coordination des Associations de Personnes Handicapées et des Maladies Chroniques.

Le 3 mars aura lieu, sous la Présidence de Louis Villaret, le 1er Comité de Pilotage départemental «Accessibilité et Tourisme» qui mobilisera l'ensemble des partenaires.

Contact : Claude Blaho-Poncé
Tél. : 04 67 67 71 11
cblahoponce@herault-tourisme.com

Un jour, une route... un présentoir

Le présentoir support de la gamme «un jour, une route, un terroir» est en cours de réalisation. Il sera installé gratuitement dans les offices de tourisme et syndicats d'initiative.

En voici la première photo. Il pourra être un présentoir sur pied ou un présentoir de banque. (Livraison prochaine).

Contact : service éditorial
Tél. : 04 67 67 71 36

