

ÉDITION HÉRAULT TOURISME

# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2023





# Éditorial



## MICHELLE CASSAR

Présidente d'Hérault Tourisme  
Conseillère départementale

Avec 56 millions de nuitées, le tourisme en Hérault renoue avec ses meilleures années, malgré des conflits préoccupants en Europe et au Moyen Orient, le retour de l'inflation, des tensions sociales, et un contexte environnemental alarmant...

Cette attractivité de la destination Hérault se renforcera d'autant mieux dans la durée si elle réussit à adapter ses structures au changement climatique, à diminuer l'impact carbone de la filière, à développer une promotion adaptée, et à approfondir les liens unissant ses acteurs grâce à l'animation soutenue d'Hérault Tourisme.

Ce sont tous les enjeux de notre Schéma Départemental pour un tourisme durable et responsable 2022-2028.

Pour servir ces objectifs dans les meilleures conditions et aller encore plus loin dans la proximité, l'équipe d'Hérault Tourisme a consacré beaucoup d'énergie à redynamiser tout son management, réorganiser l'ensemble de son fonctionnement et renforcer ses collaborations avec les Offices de Tourisme, les territoires et les réseaux professionnels.

Je peux aujourd'hui vous dire que la destination Hérault a pour elle, aux côtés de la collectivité départementale, une équipe motivée, très engagée et particulièrement productive et créative pour relever ces défis.

## Notre mission

*au service du territoire, Hérault Tourisme*

Organisme associé du Conseil Départemental, Hérault Tourisme prépare et met en œuvre le Schéma Départemental pour un tourisme durable et responsable.

Dans ce cadre il fédère et anime le réseau des acteurs du tourisme Héraultais, collectivités, institutionnels et professionnels.



**PILOTE**  
un marketing digital innovant et partenarial, au service de la marque Hérault.



**ACCOMPAGNE**  
les professionnels (information, qualité, transition durable et numérique...).



**ORIENTE**  
les projets dans leurs choix stratégiques (territoires, entreprises...).



**ANIME**  
les filières thématiques (œnotourisme, loisirs nature...).



**MESURE**  
les résultats de l'économie touristique.



# Sommaire

EDITO .....	2
SOMMAIRE .....	3
2023 EN UN CLIN D'OEIL .....	4
UNE ÉQUIPE, UNE ORGANISATION .....	5
OBSERVER LE TOURISME EN HERAULT ET SUIVRE LES TENDANCES .....	11
RÉSEAU SIT34 : PARTAGER LA DATA .....	15

## Ingénierie et développement

ACCOMPAGNER LES ACTEURS DANS LEUR DÉVELOPPEMENT ET LEURS TRANSITIONS .....	18
---	----

- Qualité et Transition durable
- Transition digitale des entreprises
- Label Accueil Vélo et GTMC
- Marque nationale Tourisme & Handicap et distinction " Hérault, destination accessible"
- Accompagner le réseau des Offices de Tourisme

STRUCTURER ET DYNAMISER L'OFFRE TERRITORIALE ET THÉMATIQUE .....	25
---	----

- Accompagner les projets stratégiques et se coordonner à différentes échelles territoriales
- CEnotourisme
- Tourisme de Nature et Espaces Protégés
- Valorisation numérique des itinéraires et sites de pratique de loisirs nature
- Valoriser l'expérience Grands Sites et Grands Sites de France
- Gestion des flux et valorisation responsable des espaces protégés
- Itinérances cyclables et mobilités décarbonées
- Pour un tourisme inclusif et solidaire

## Communication et marketing

SCÉNARISER LA DESTINATION .....	38
(CO)PRODUIRE DES CONTENUS EXPÉRIENTIELS .....	40
DIFFUSER L'OFFRE : UNE STRATÉGIE AXÉE SUR LE DIGITAL ...	44
INCARNER LA DESTINATION : PROCHE DE LA PRESSE ET DES INFLUENCEURS .....	48

# 2023 en un clin d'œil

Hérault Tourisme évolue vers une gestion agile et collaborative, optimisant la productivité et stimulant l'innovation par des méthodes de travail redéfinies et des espaces collaboratifs. De nouvelles structures de coordination ont amélioré la synergie pour une gestion de projet plus efficace.



- **Le site herault-tourisme.com a enregistré 2 623 000 visites.**

L'actualisation est permanente et les nouveaux contenus sont pour la plupart le fruit d'une coproduction avec nos partenaires.



- **Nos vidéos comptabilisent 6 374 600 vues.**

Elles reflètent la diversité de notre offre et l'implication des destinations partenaires avec lesquelles elles ont été co-produites. Retrouvez-les sur Youtube Plaisirs d'Hérault.



- **L'ensemble de nos campagnes digitales a produit 600 000 clics.**

Elles comprennent pour l'essentiel la Gestion Relation Client (enews) et les actions sur les réseaux sociaux.



- **Hérault Tourisme à la pointe sur la valorisation numérique des itinéraires**

grâce à des partenariats noués avec des opérateurs privés : 543 itinéraires valorisés. 276 037 consultations sur CIRKWI, 135 475 consultations sur ma RandoFFRando et 276 037 sur outdooractive.



- **Près de 500 professionnels du tourisme accompagnés dans leur transition numérique**

grâce à notre dispositif Héron (Hérault Objectif numérique) : Ateliers territoriaux organisés avec les Offices de Tourisme, coachings individuels, Parcours e-learning France.



- **Le déploiement de Flux Vision sur 40 destinations héraultaises, complété par l'accompagnement de 15 territoires,**

Offices de Tourisme, stations et Grands Sites permet de renforcer le réseau départemental d'observation et d'optimiser l'analyse de la fréquentation.



- **Une progression constante dans la qualification durable des professionnels**

avec: + 12% Accueil Vélo, + 15 % sur Clef Verte, + 45% de structures marquées TH ou Hérault Destination Accessible. L'Hérault se maintient aussi à la 1<sup>ère</sup> place en nombre de labellisés QSDFO.



- **Un réseau d'Offices de Tourisme résolument engagés**

pour la transition durable de leur territoire avec le soutien d'Hérault Tourisme et du CRT au travers de démarches RSE, ISO, ou Green Destinations, Offices de Tourisme des mobilités ou cycling Hub, et 32 lieux d'accueil labellisés Tourisme & Handicap.



- **Trois nouveaux chantiers stratégiques engagés**

copilotés avec les services du Département :

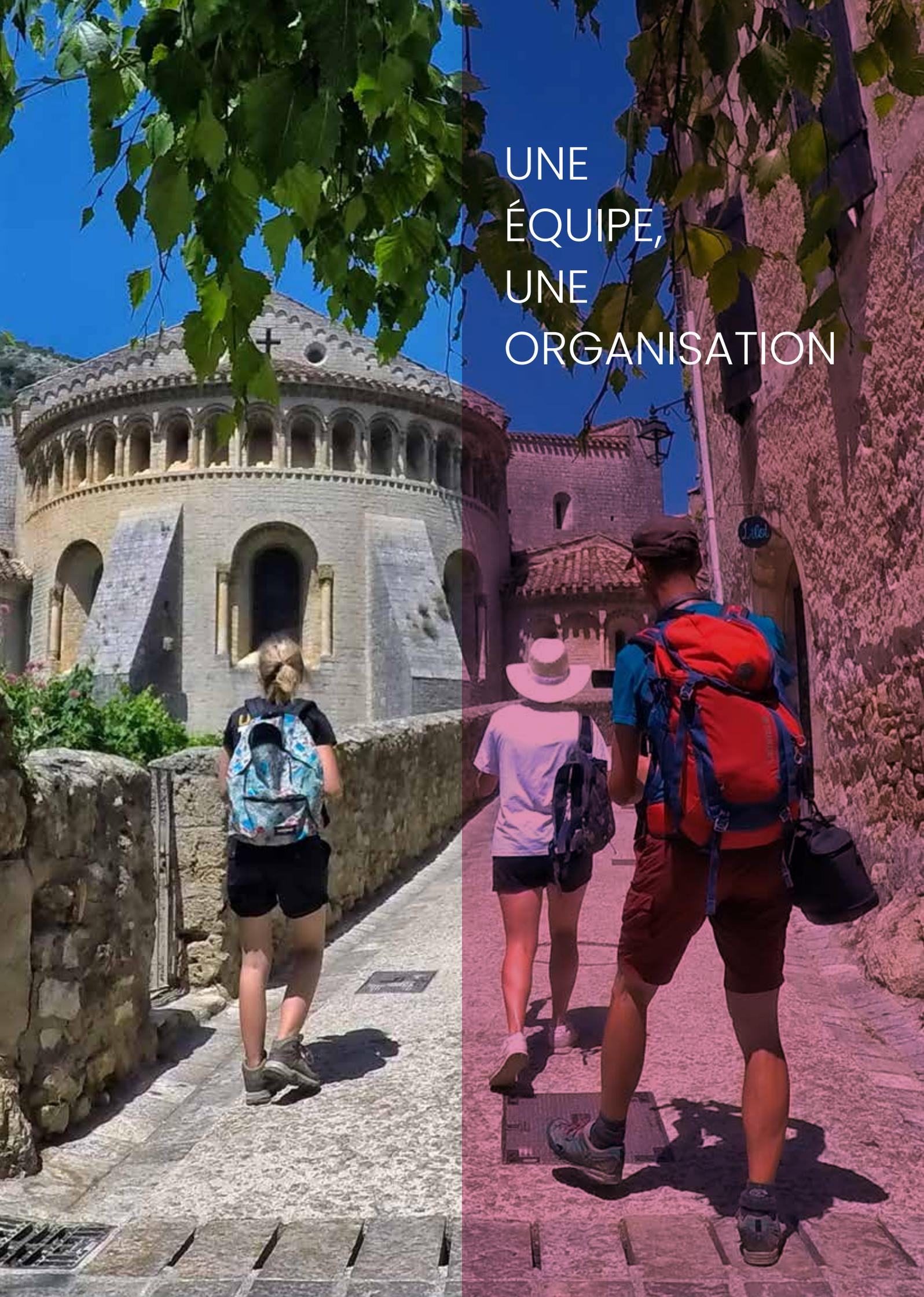
**TOURISME INCLUSIF ET SOLIDAIRE** avec un 1<sup>er</sup> état des lieux des différents dispositifs d'aide et opérateurs du tourisme social, d'insertion et d'économie sociale et solidaire.

**MOBILITÉS DÉCARBONÉES** au travers d'un comité technique mis en place avec les services de la région, du CRT et d'Hérault Transport.

**ENJEUX LITTORAUX POUR L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR** en lien étroit avec la FHPA, les collectivités et les services de l'État.



UNE  
ÉQUIPE,  
UNE  
ORGANISATION



# RSE : des engagements forts

Face à l'intensification des enjeux climatiques, l'urgence d'adopter une approche de tourisme plus responsable devient cruciale. Pour Hérault Tourisme, une priorité : changer la donne en accompagnant les acteurs du tourisme vers une offre plus durable. Cette volonté de proposer un accompagnement différent interroge le fonctionnement propre d'Hérault Tourisme et la mise en cohérence de notre organisation et de nos actions avec ces nouveaux objectifs.

En 2023, nous avons formalisé notre politique RSE et nous sommes engagés autour de 4 grandes thématiques.



## LA PREUVE PAR L'ACTION...

### RÉDUIRE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE L'ADT ET ENCOURAGER L'ADOPTION DE MOBILITÉS DOUCES PARMIS LES ÉQUIPES.

#### Gestion des déchets et consommation responsable

- Collecte des emballages recyclables
- Collecte des piles : 6,4kg
- Collecte du matériel d'écriture : 1kg
- Collecte des bouchons au profit de l'association Les Bouchons d'Amour : 1,1 kg
- Collecte des bouchons de liège : 9,2kg
- Fiches de salaires dématérialisées
- Nudges sur l'eau et la lumière
- Noël plus responsable
- Prime à l'achat de téléphones reconditionnés

#### Numérique responsable

- Guide pratique de l'usage responsable du numérique et des terminaux
- Formation du personnel sur le numérique responsable et la communication responsable

#### Mobilités douces

- Enquête sur les mobilités en interne et validation d'un plan d'actions
- Remboursement à 100% des abonnements de transport en commun
- Achat du kit réparation vélo

### PROMOUVOIR LE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL PAR DES ACTIONS COLLECTIVES.

- Semaine de la Qualité de Vie et des Conditions de Travail : 12 activités sur une semaine, 25 participants.
- Achat de sièges de bureau ergonomiques

### INTÉGRER LA RSE DANS LA STRATÉGIE GLOBALE DE L'ADT ET IMPLIQUER LES COLLABORATEURS À TOUS LES NIVEAUX D' ACTIONS.

- Formalisation et diffusion de la politique RSE
- Intégration de la démarche RSE dans l'organigramme, les fiches de poste
- Actualités RSE régulières et échanges fréquents avec la direction et les équipes.

Ces actions s'intègrent dans les 17 objectifs de développement durable définis par l'ONU.



# Une nouvelle **ORGANISATION** pour l'ADT : *vers une gestion agile et collaborative*

*Relever avec agilité les objectifs du Schéma départemental pour un tourisme durable et responsable afin de mieux hiérarchiser les priorités, fluidifier le partage d'informations et gagner encore en efficacité.*

## **EVOLUTION VERS UN FONCTIONNEMENT DE TYPE MATRICIEL**

En 2023, Hérault Tourisme a franchi une étape significative en consolidant sa transition vers un fonctionnement plus transversal dans sa structure d'organisation. L'autonomisation des Pôles et le travail en mode projet nous permet clairement d'avoir une meilleure productivité, dans une ambiance de travail plus sereine.

## **NOUVEL ORGANIGRAMME ET MÉTHODES DE TRAVAIL REDÉFINIES**

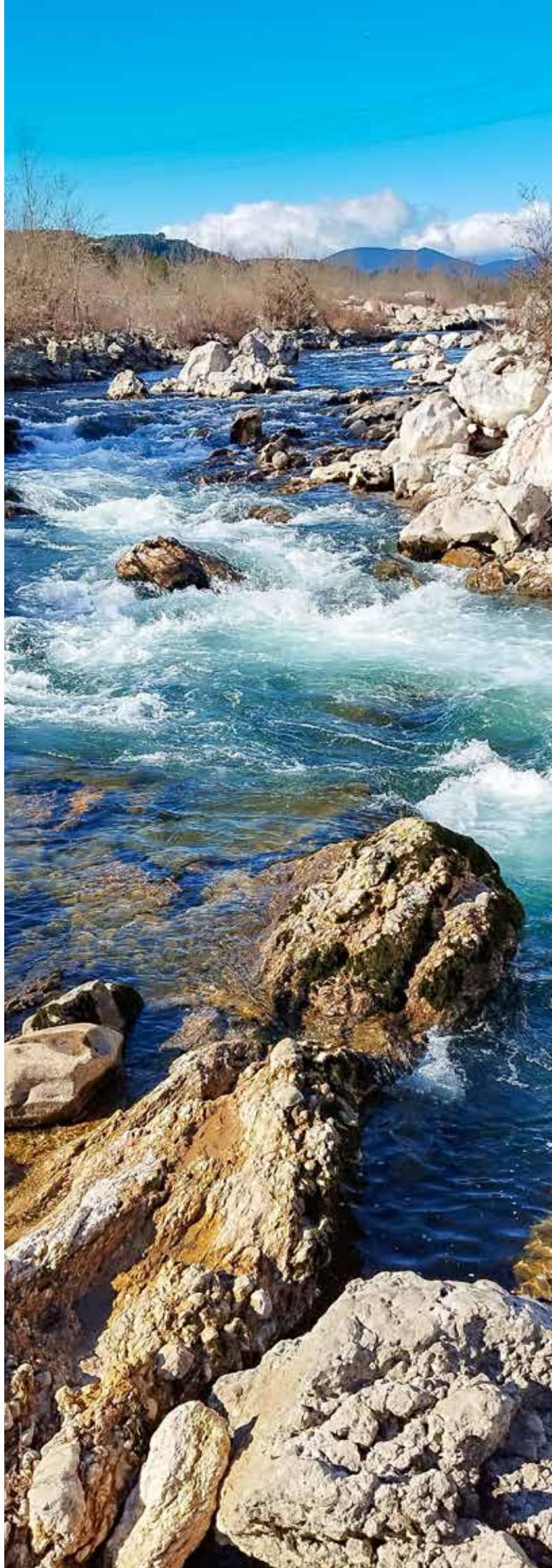
Une nouvelle organisation conçue pour favoriser la collaboration et l'efficacité opérationnelle, qui met en avant des équipes capables de travailler de manière intégrée sur des projets spécifiques. Cette approche permet de tirer pleinement parti des multiples compétences présentes au sein de l'organisation.

## **PROMOTION DES ESPACES COLLABORATIFS DE TRAVAIL**

Un plan de réaménagement des bureaux a donné naissance à des espaces de coworking dynamiques, favorisant l'interaction, l'échange d'idées et la collaboration. Ces zones ont été pensées pour stimuler les échanges et créer des moments dédiés aux débats, à la réflexion, et à l'innovation.

## **NOUVELLES INSTANCES DE COORDINATION**

Afin de dynamiser ce nouveau mode d'organisation, deux instances réunissant l'ensemble des coordinateurs de pôles ont été instaurées : le Conseil stratégique et le Comité opérationnel. Ils assurent respectivement une vision plus globale et un suivi plus efficace des actions, et jouent un rôle nouveau dans la coordination des projets.



# Schéma d'organisation

**PRÉSIDENTE** : Michelle Cassar

**CONSEIL D'ADMINISTRATION**

**COMMISSIONS STATUTAIRES**

Marketing, Développement,  
Offices de Tourisme

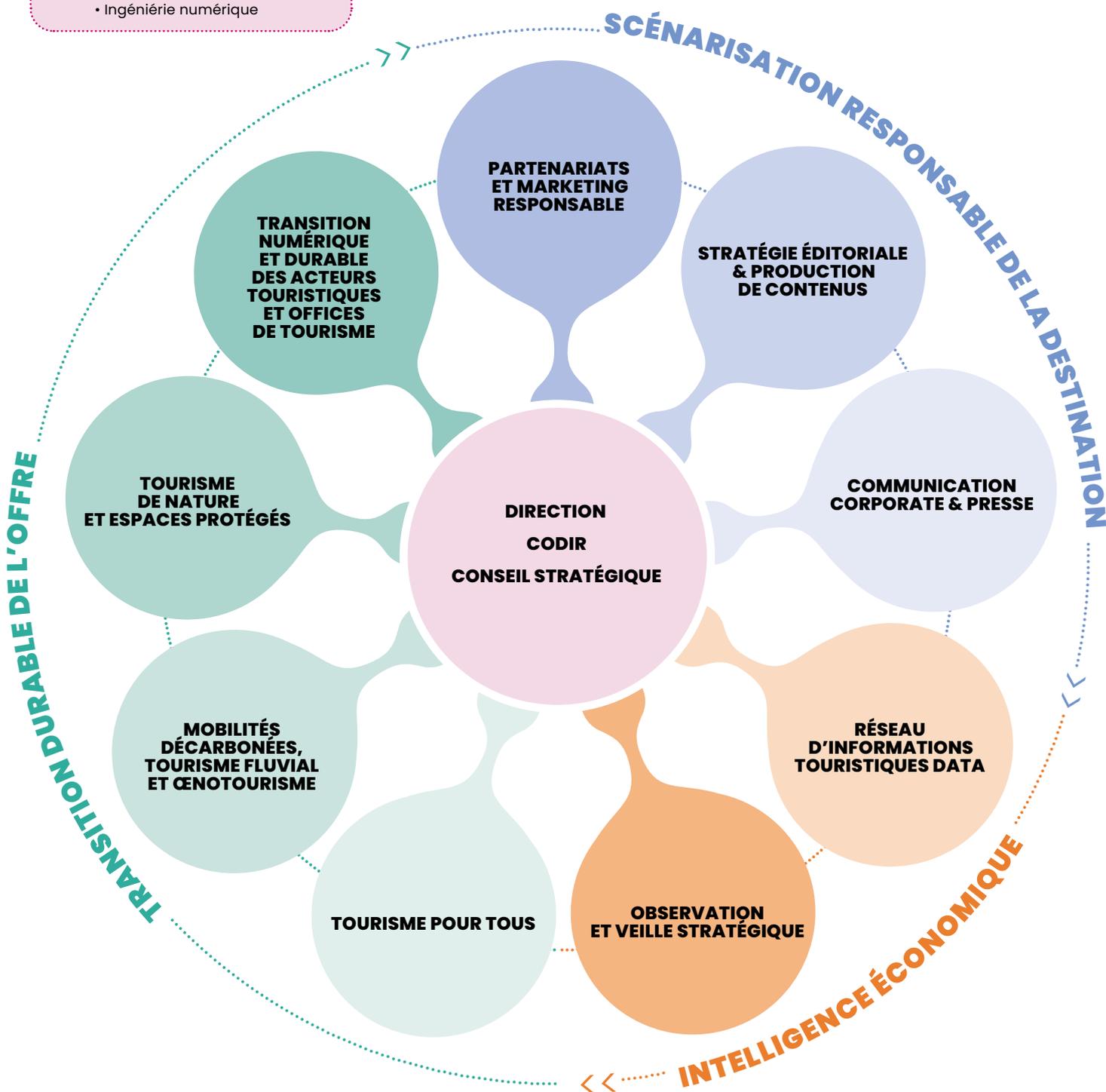
**DÉPARTEMENT DE L'HÉRAULT  
SCHÉMA DÉPARTEMENTAL**  
Jean-Louis Gély, Vice-président  
délégué au tourisme et à l'économie

**RESSOURCES GÉNÉRALES**

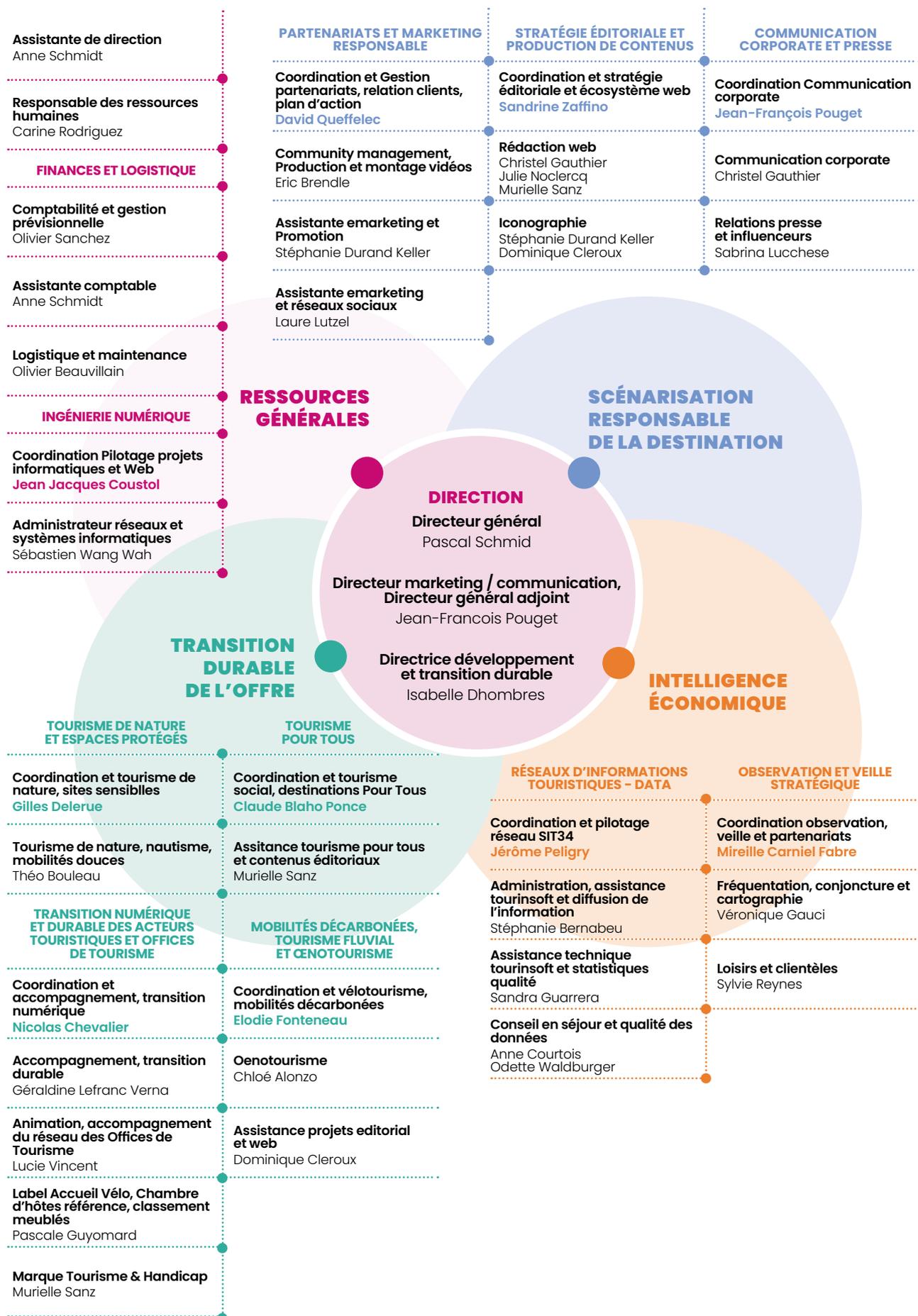
- Assistance de direction
- Finances et logistique
- Ressources humaines
- Ingénierie numérique

**RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE  
DES ENTREPRISES**

Comité de pilotage



# Organigramme opérationnel



# Le budget, les recettes, les dépenses

Le **BUDGET** total d'Hérault Tourisme pour l'année 2023 s'élève à **4 261 335 €**.

**RECETTES** : la subvention du Conseil Départemental représente **3 510 000 €**,  
et les contributions des partenaires **347 565 €**.

**DÉPENSES** : la masse salariale est en baisse. Les frais généraux en légère hausse. Les opérations de mise en marché sont stables et les actions de développement sont en baisse.

*Tous ces chiffres sont détaillés dans notre rapport financier, disponible sur simple demande.*



A family of four is celebrating on a mountain peak. The father, in an orange jacket, has his arms raised. The mother, in a teal jacket, also has her arms raised. A young girl in a pink jacket and a young boy in a blue jacket are also celebrating with their arms raised. The background shows a vast valley with a lake and rolling hills under a clear sky.

OBSERVER  
LE TOURISME  
EN HERAULT  
ET SUIVRE  
LES TENDANCES

# Observer l'économie touristique

L'Observatoire d'Hérault Tourisme a pour mission d'apporter des éléments clés de connaissance et de compréhension du tourisme, de son impact et de son évolution. Son action s'appuie sur l'analyse de données et la mutualisation d'outils avec ses partenaires, afin de permettre aux destinations héraultaises de disposer d'indicateurs de pilotage de leur développement touristique.

## FLUX VISION TOURISME

- Analyse de la **fréquentation** touristique marchande et non marchande en Hérault, avec répartition dans les destinations infra départementales,
- Suivi de l'**évolution** de la fréquentation depuis 2019,
- Analyse de la **saisonnalité**,
- Analyses marketing d'origine des clientèles pour les différents **marchés français et étrangers**,
- Analyses **territoriales** et réalisation de baromètres mensuels,
- **Accompagnement** et formation des partenaires à l'utilisation de l'outil de traitement des données Visit Data,
- Etude de la fréquentation de la Fête de la Saint Louis à Sète,
- Intégration de la **livraison continue** des données journalières.

## LOCATIF EN PLATEFORME

- Analyse de l'**offre en locatif** commercialisée via les plateformes en ligne et cartographie à l'échelle des communes et des destinations héraultaises,
- Analyse des **données de réservations** via le traitement des données issues du dispositif Airdna,
- Diffusion et **accompagnement** des partenaires dans l'analyse des données territoriales.

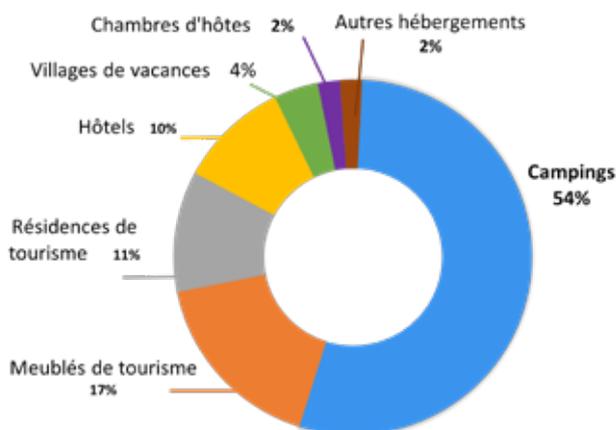
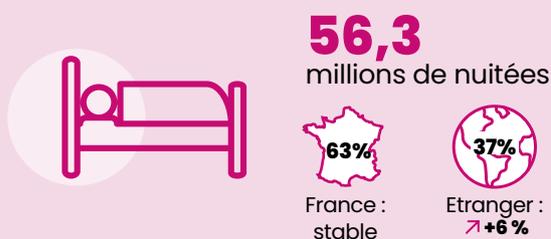
## OFFRE ET FRÉQUENTATION EN HÉBERGEMENTS MARCHANDS

- **Analyse** détaillée et **cartographie** de l'offre en hébergements marchands et des résidences secondaires à l'échelle des communes et des EPCI,
- Analyse et valorisation des données de **fréquentation** issues des enquêtes INSEE : hôtels, campings et autres hébergements collectifs,
- Réalisation d'une **étude de l'offre et la fréquentation** en hébergements 2019/2022,
- Suivi de l'**offre labellisée**.



## L'ANNÉE TOURISTIQUE 2023

2023 a été une très belle année touristique pour la destination Hérault, avec 56,3 millions de nuitées totales, marchandes et non marchandes, soit une fréquentation globale en hausse de 3% par rapport à 2022 et +8% par rapport à 2019.



## CONJONCTURE

- **Sondage mensuel de 950 professionnels** sur le déroulement de la saison, réalisé avec l'appui de nos partenaires: OT Béziers Méditerranée, OT Archipel de Thau, OT Montpellier, OT Cap d'Agde Méditerranée, OT Canal du Midi, OT Grand Orb, Bienvenue à la ferme, OT Pays de Lunel et Comité Régional du Tourisme et des Loisirs,
- Intégration d'un **nouveau partenaire** sur ce dispositif d'enquête mutualisée, le Réseau Occigène,
- Publication de **baromètres** mensuels de conjoncture estivale et valorisation dynamique des résultats sur le **site pro** d'Hérault Tourisme.



**350**  
Hébergeurs



**190**  
Commerces et services



**225**  
Prestataires de loisirs



**154**  
Restaurants



**31**  
Points d'information touristique



## OBSERVATION DES CLIENTÈLES

- Nouvelle analyse thématique de l'enquête « Comportement et satisfaction des clientèles françaises » dédiée à la **clientèle en situation de handicap**,
- Participation à l'étude de fréquentation et de retombées économiques du **Canal des deux Mers à vélo** pilotée par le Département Haute Garonne pour le comité d'itinéraire.



## ENQUÊTE LOISIRS

- Interrogation de **820 professionnels** dans le secteur des loisirs et de l'évènementiel, afin de disposer de leurs données de fréquentation mensuelles et/ou annuelles,
- **Mise en ligne interactive** des résultats sur le site pro d'Hérault Tourisme.



**274**  
Caveaux



**65**  
Musées



**21**  
Lieux de dégustation



**222**  
Festivals et manifestations



**49**  
Activités nautiques



**16**  
Prestataires vélo



**122**  
Sites de loisirs



**36**  
Loisirs nature



**15**  
Tourisme fluvial



## INDICATEURS DE TOURISME RESPONSABLE

- Participation à la **réflexion nationale**,
- Identification de près de **30 indicateurs** à l'échelle du département autour de 4 approches du durable : environnementale, sociale, mobilité, engagement des professionnels,
- Partenariat engagé avec des opérateurs de **tourisme social** : CAF, ANCV pour un partage de données,
- Interrogation des prestataires de loisirs sur leur **engagement** en faveur du tourisme durable.

## COMMUNICATION, ANIMATION, RÉSEAU

- Animation du **Club des Observateurs** : réunion annuelle et réunions thématiques avec les partenaires (Offices de Tourisme, Pays, EPCI, ...),
- **Présentation** en Pays Cœur d'Hérault et Grand Pic St Loup de l'analyse de la fréquentation des territoires,
- Mise en ligne de données et actualités sur le **site pro** d'Hérault Tourisme,
- Participation aux **commissions fréquentation** mises en place par les **Grands Sites** et aux commissions tourisme territoriales,
- Participation au groupe de travail **Outdoorvision** piloté par la Direction des Sports du Conseil Départemental,
- Réalisation de **post FB et LinkedIn** pour la diffusion de données d'observation,
- Accompagnement de l'**aéroport Béziers Cap d'Agde** pour la mise à jour de son dossier de présentation,
- Partage de données sur les marchés internationaux avec l'**aéroport de Montpellier**,
- Participation active au **réseau régional d'observation** coordonné par le CRTL, ainsi qu'au réseau national animé par ADN Tourisme,
- Participation au groupe de réflexion pour le déploiement de **France Tourisme Observation**.

## ZOOM SUR...

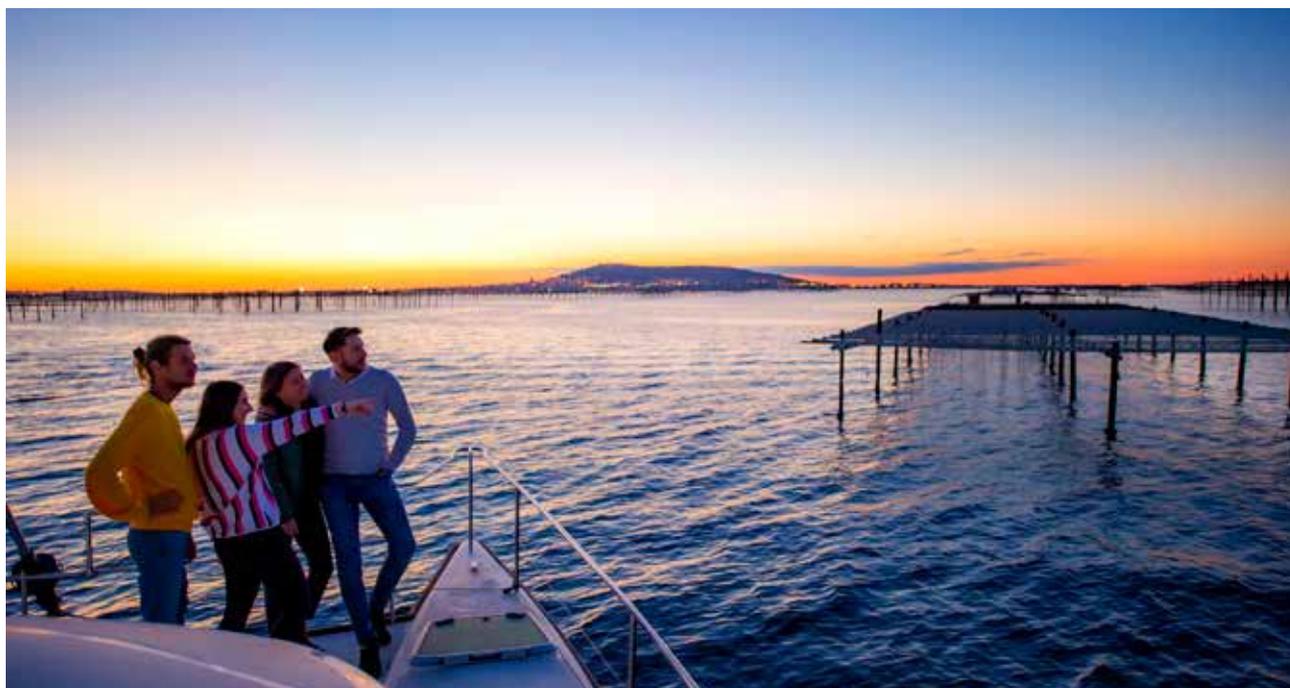
### ATELIER ANNUEL GRANDS SITES DE FRANCE



- ▶ Mise en place du suivi de la fréquentation des Grands Sites avec le dispositif Flux Vision
- ▶ Analyse des données détaillées de fréquentation de 3 grands sites héraultais
- ▶ Présentation de ces analyses et participation aux ateliers sur le thème de la gestion des flux organisés par le Conseil Départemental pour les élus et techniciens des structures gestionnaires des Grands Sites de France de l'Hérault.

## PUBLICATION

Publication de l'édition 2023 des « Chiffres clés du Tourisme et des Loisirs en Hérault », avec un zoom sur la fréquentation du littoral.



A scenic view of a river with a stone weir and mossy rocks. The water flows over the weir, creating a small waterfall. The rocks are covered in green moss and some yellow leaves. The background shows a rocky bank with some greenery.

RÉSEAU SIT34 :  
PARTAGER  
LA DATA

# Réseau SIT34 : qualifier et partager la data de l'offre touristique

Le Réseau SIT 34 (Système d'Information Touristique) alimente plus de 50 sites internet. Cette base de données, mise à jour quotidiennement par de nombreux acteurs et professionnels du tourisme, permet de gérer l'ensemble des données descriptives de l'offre touristique et de loisirs de l'Hérault de façon mutualisée. Le réseau SIT 34 recense, qualifie et diffuse gratuitement ces contenus sur les sites web des destinations, en France et au-delà pour informer les clientèles. En tant que fournisseur de cette data, ce réseau occupe une place unique dans l'écosystème du numérique et du tourisme.

Au-delà d'un travail de fond permanent d'accompagnement et d'animation du réseau pour améliorer le recensement et la qualité des données, les nouveautés 2023 ont porté sur :

## DE NOUVEAUX CONTENUS SUR LA PLATEFORME PARTAGÉE « TOURINSOFT »

- 45 nouveaux critères sur l'engagement pour un tourisme responsable,
- Passerelle avec le HIT régional : finalisation de la configuration pour importer des données sur l'hôtellerie, la restauration, le patrimoine et les loisirs de « Tourinsoft ». Informations provenant des OT interdépartementaux Sud Cévennes et Monts et Lacs en Haut Languedoc, utilisant « Apidae ».

## DE NOUVELLES FONCTIONNALITÉS ET SERVICES POUR LES OFFICES DE TOURISME DU RÉSEAU SIT 34

- Nouveau module accueil : déploiement pilote avec l'Office du Clermontais puis accompagnement individuel de 12 Offices de Tourisme : personnalisation de leur module et formation des conseillers en séjour. 3 Offices sont utilisateurs et 9 en cours,
- **+ 50 conseillers en séjour** et saisonniers formés ou en cours de formation,
- Ebrochure : choix de la solution « Bridge » pour la génération de e-brochures connectées à « Tourinsoft » (carnets de voyage, restaurants, hôtels, locations, loisirs et activités, agenda). Commande de 25 modèles/gabarits et diffusion des données « Tourinsoft » sur « Bridge »,
- **+ 5 Offices de Tourisme formés** pour la création de leur ebrochure.



## A RETENIR

### CHIFFRES CLÉS DU RÉSEAU SIT 34



**22 505**

Offres touristiques et de loisirs recensées et décrites en détail (↗+ 3000) et

**13 596**

Fêtes-manifestations (↗+ 1100)



**13 100**

offres actualisées diffusées en Open Data sur « Datatourisme » (↗+ 2000)



**2 684**

demandes sur le service de chat grand public du site web Hérault Tourisme avec un pic au mois de Mai (380 demandes)

## ELARGISSEMENT DE LA DIFFUSION DE L'OFFRE TOURISTIQUE ET DE LOISIRS SUR DES SITES PARTENAIRES

L'offre touristique est diffusée sur de nombreuses plateformes de promotion touristique. Chaque année de nouveaux partenariats sont conclus : en 2023, nous comptons 7 nouveautés ainsi que l'élargissement de la diffusion en Open Data des itinéraires.

- Plateforme Outdooractive : diffusion d'itinéraires,
- Plateforme nationale Datatourisme (en Open Data) à destination des acteurs du numérique et du tourisme : diffusion des itinéraires de randonnées pédestres, à vélo, routes des vins CEnotour,
- Site web de l'AOC Terrasses du Larzac,
- L'application de l'AOC Faugères,
- Table numérique Kalkin à Mons-La Trivalle dans la future Maison des Montagnes du Caroux : valorisation des offres des Offices de Tourisme Caroux-Minervois – Grand Orb – Monts et lacs en Haut-Languedoc (opérationnel en 2024),
- Ecrans numériques à la Maison du Malpas affichage des activités (Mars 2024),
- Application « Cruise Friendly » pour les croisiéristes à Sète – (livraison à venir).

### ZOOM SUR...

#### 45 NOUVEAUX CRITÈRES DURABLES

En concertation avec le groupe de référents RSE des Offices de Tourisme et les pôles d'Hérault Tourisme « Transition numérique et durable », « Observation et veille stratégique » et le Réseau SIT 34 Data, 45 nouveaux critères ont été définis pour mettre en valeur l'engagement durable des professionnels du tourisme.

► **8 AXES** : eau, énergie, déchets, mobilités bas carbone, approvisionnements, biodiversité.

► Critères rajoutés dans la plateforme « Tourinsoft » le 1<sup>er</sup> Octobre 2023 accessibles par les professionnels sur [reseausit34.espacepro.tourinsoft.com](https://reseausit34.espacepro.tourinsoft.com) pour la mise à jour 2024 de l'offre touristique et des loisirs.

► **L'AMBITION POUR 2024 ?** Une mise en valeur des professionnels engagés sur les supports digitaux.



# INGÉNIERIE ET DÉVELOPPEMENT

ACCOMPAGNER  
LES ACTEURS  
DANS LEUR  
DÉVELOPPEMENT  
ET LEURS  
TRANSITIONS



# Qualité et transition durable

Hérault Tourisme conseille et accompagne les professionnels du tourisme dans leur stratégie de développement touristique. Nos actions sur des thématiques diversifiées mais tout aussi complémentaires ont pour objectif d'encourager à la qualification de l'offre et à la transition écologique.

## FONDS TOURISME DURABLE DE L'ADEME

Poursuite du partenariat avec l'ADEME pour le déploiement de ce fonds et l'accompagnement des hébergeurs et restaurateurs dans l'élaboration de plans d'actions ainsi que le financement de leur transition.

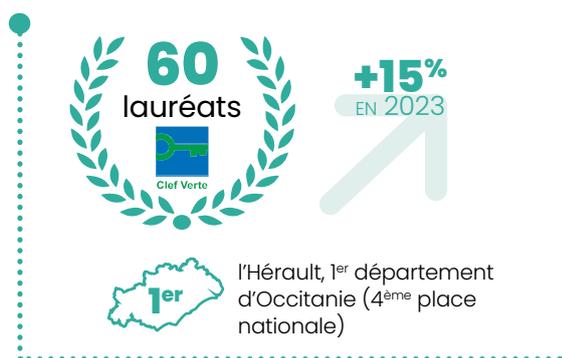
En 2023 en complément des actions de sensibilisation et communication :

- Conseil individuel pour une dizaine de professionnels (7 diagnostics et 4 dossiers de subvention déposés),
- 5 comités de suivi avec le collectif formé par le Pays Cœur d'Hérault, le Parc naturel Régional du Haut-Languedoc et Hérault Tourisme,
- Réalisation de 7 vidéos avec le collectif pour mettre en avant des professionnels touristiques engagés et leurs bonnes pratiques en matière de développement durable sur plusieurs thématiques : eau, déchets, circuits courts, éco conception, mobilité et paysages.

## ACCOMPAGNEMENT VERS LE LABEL CLEF VERTE

Communication, sensibilisation et accompagnement des candidats au label via un partenariat établi avec l'association nationale Teragir et l'appui d'une stagiaire durant 6 mois,

Prise en charge d'une part des frais d'adhésion au label pour inciter et soutenir les professionnels dans la démarche.



## QUALITÉ TOURISME OCCITANIE SUD DE FRANCE

Hérault Tourisme fait le lien entre le CRT, pilote du label, et les professionnels du tourisme et Offices de Tourisme. Sensibilisation, animation de réunions, soutien aux dossiers présentés en commission régionale, appui au renouvellement pour les établissements en difficulté.



## SYSTÈME D'INFORMATION LOCAL

Ce dispositif Départemental permet aux professionnels du tourisme de signaler leur activité de façon réglementaire, lisible et homogène, et donc de réduire le recours aux panneaux sauvages. Hérault Tourisme anime la Charte SIL, et assure l'instruction des dossiers et le Conseil Départemental en assure la partie financière et technique.

### EN 2023 :

- Mise à jour de la Charte SIL afin de faire évoluer certains critères d'éligibilité et de mieux prendre en compte les acteurs touristiques du territoire proposant une offre de qualité et durable,
- Instruction de 8 nouvelles demandes de signalisation,
- Vérification de l'éligibilité des 85 structures équipées depuis 5 ans (suivie si nécessaire d'une procédure de dépose lancée en janvier 2024),
- Participation à la refonte du Schéma Directeur de signalisation porté par le Département.

## CHIFFRES CLÉS SIL



## LABELLISATION ET CLASSEMENT DES CHAMBRES D'HÔTES ET MEUBLÉS DE TOURISME

### Clévacances: Passage de relais pour le déploiement du label

Porté par une équipe engagée, depuis 22 ans l'Hérault a conservé pendant de nombreuses années la place de 1er département de France en nombre de labellisés Clévacances. Durant cette période, nous avons pu constater la valeur de ce label et sa capacité à faire émerger et promouvoir des offres locatives de qualité sur notre département.

La réorganisation de Clévacances au niveau national ainsi que les nouvelles orientations du Schéma Départemental du Tourisme Durable et Responsable 2022/2028, nous ont conduit à recentrer nos missions et notre organisation en 2023.

Ainsi, depuis le 31 octobre 2023, la gestion du label Clévacances dans l'Hérault est assurée directement par la Fédération Clévacances.

### Le classement en meublé de tourisme poursuit sa progression

Avec 1 357 meublés classés en 2023 (dont 110 par Hérault Tourisme), l'Hérault dépasse aujourd'hui les 6 000 hébergements classés sur le territoire.

### « Chambres d'Hôtes Référence » reste au cœur de notre action,

Hérault Tourisme organise et préside les commissions d'attribution de ce référentiel national. Les Offices de Tourisme réalisent les visites, totalisant 44 propriétaires référencés.



**110** (↗+36%)

classements « meublés de Tourisme » réalisés par Hérault Tourisme

**6400**

meublés classés (tout organisme de classement)

## Transition digitale des entreprises

*Aux côtés des Offices de Tourisme, le dispositif HERON soutient la professionnalisation des acteurs touristiques dans leurs pratiques numériques. Différentes actions portées par Hérault Tourisme ont permis à plus de 500 professionnels d'agir concrètement pour optimiser leur visibilité en ligne.*

- **25h de coachings personnalisés** (avec Google Ateliers Numériques) au plus près des professionnels, sur leurs territoires pour aborder des sujets tels que le référencement naturel, la production vidéo, l'optimisation de la fiche établissement ou encore la publicité en ligne.

- **400 acteurs touristiques accompagnés** dans une réflexion sur le digital dans le cadre des 20 conférences données avec les Offices de Tourisme partenaires, pour donner un nouvel élan à leurs communications numériques afin de mieux capter leurs clientèles.

- **850h de formation en ligne** suivies cette année par plus de 50 professionnels grâce au parcours e-learning Campus France Tourisme mis en place en partenariat avec Open Tourisme Lab et ELLOHA. Les enjeux du digital et de la commercialisation en ligne n'ont plus de secret pour ces professionnels qui disposent désormais d'une vision complète des leviers possibles pour améliorer leur visibilité sur le net.



**HÉRON**  
Hérault Objectif Numérique

La transition numérique est désormais une évidence pour bien des professionnels. Pour autant les leviers permettant d'optimiser sa visibilité sur le web évoluent en permanence. L'avènement de l'intelligence artificielle, l'intégration d'une communication numérique plus responsable sont autant d'éléments invitant à une veille permanente pour accompagner au mieux les acteurs touristiques.



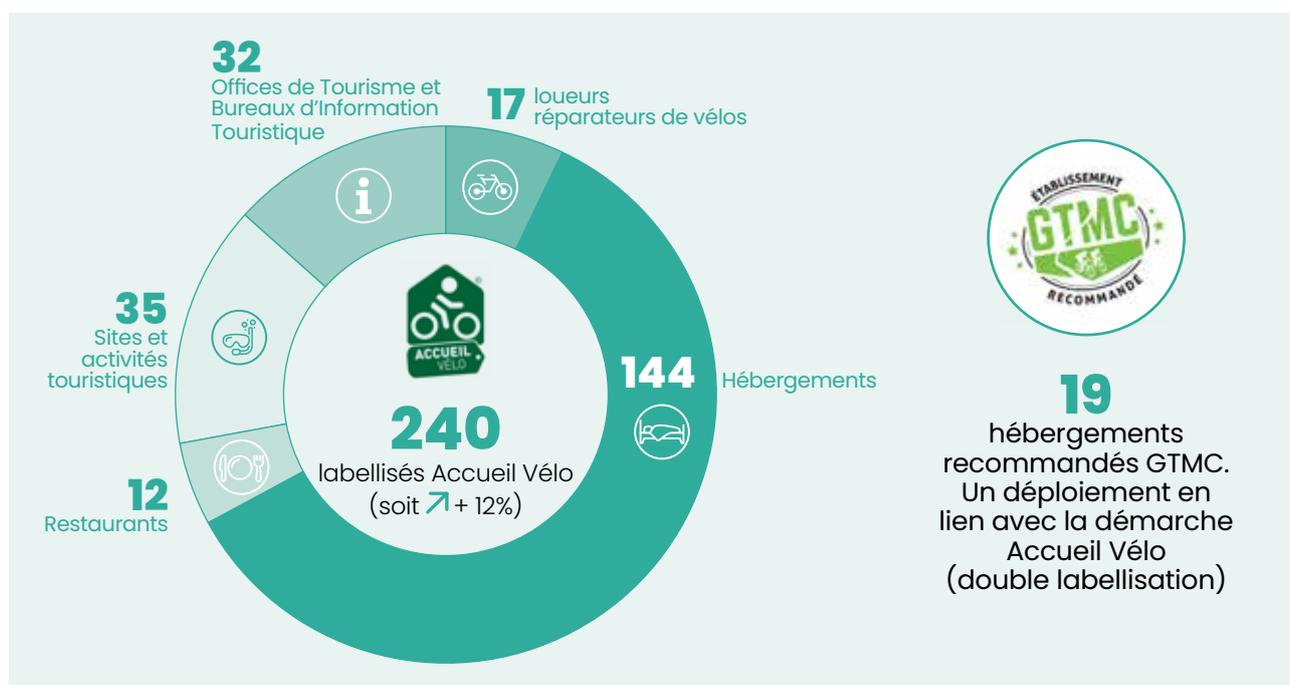
**500**

professionnels formés à la transition digitale

# Label Accueil Vélo et GTMC

Hérault Tourisme, en collaboration avec les Offices de Tourisme de l'Hérault, accompagne les professionnels dans la mise en place de services adaptés aux clientèles cyclistes, et s'investit dans le déploiement d'autres démarches liées à l'accueil des itinérants.

- **Relais d'information sur les dispositifs** d'aide pour équiper son établissement en mobilier vélo ou consignes à bagages : appel à projet de l'ADEME "développer le vélotourisme", AMI Office de Tourisme et des mobilités du CRT et participation à la définition du concept de Cycling hub du CRT Occitanie...
- **Accompagnement des professionnels et Labellisation "Accueil vélo"** ou établissements recommandés GTMC : 25 professionnels labellisés en 2023 soit +12% par rapport à 2022 avec 240 établissements Accueil Vélo au total (hébergeurs, restaurateurs, loueurs, réparateurs, sites touristiques ou Offices de Tourisme)
- **Animation du réseau** : Organisation de 2 sessions de Rencontres Accueil Vélo en novembre 2023 à Montpellier et Hérépian (36 participants), afin de favoriser les échanges, mieux connaître les clientèles vélotouristiques et mieux s'adapter à leurs besoins. Au programme : formation aux "premiers secours vélo", atelier « Proposer des itinéraires à ses clients à partir de son site Web, mode d'emploi ».
- **Réalisation d'une fiche pratique** "Favoriser les mobilités bas-carbone de ses clients" mise en ligne sur le site pro.



# Marque nationale Tourisme & Handicap et distinction "Hérault, destination accessible"

La marque nationale s'inscrit dans la démarche d'intégration des personnes en situation de handicap en termes d'accueil et d'accessibilité, avec deux objectifs : apporter une information fiable sur l'accessibilité des sites et équipements touristiques et développer une offre touristique adaptée et intégrée à l'offre généraliste.

## MARQUE TOURISME ET HANDICAP

- Conseil aux professionnels et visites de labellisation : **50 visites terrain** ont été réalisées en binôme avec les évaluateurs associatifs (conventions de partenariat avec APF, France handicap, roule nature, CLPH/ comité de liaison des personnes handicapées, handialogue),
- Participation aux 7 commissions d'attribution Tourisme & Handicap Est Occitanie (5 départements) : 67 dossiers validés au total dont 21 pour l'Hérault,
- Animation du réseau des référents T&H des Offices de Tourisme de l'Hérault + création d'un outil partagé de suivi des pros,
- Réédition du flyer de présentation des marques Tourisme & Handicap et Destination Pour Tous + Post FB.



## HÉRAULT ACCESSIBLE

Cette distinction créée en juin 2022 par Hérault Tourisme permet de valoriser des prestataires offrant des services adaptés mais ne répondant pas entièrement aux exigences de la marque Tourisme & Handicap. **60 sites** ont été distingués en 2023.



## LES CHIFFRES CLÉS

**110**

sites marqués Tourisme & Handicap (10 nouveaux & 11 renouvellements),



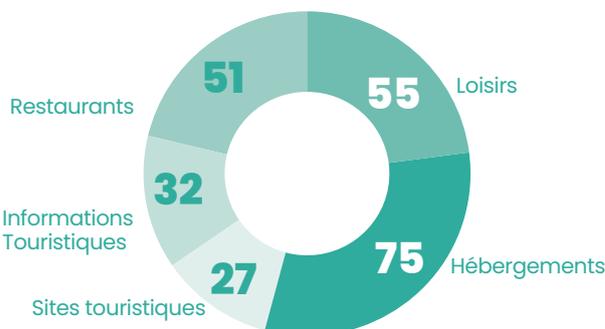
**130**

sites "Hérault, Destination Accessible" (+46% depuis 2022)



**21**

sites suivis en attente de travaux (+14 depuis 2022)



**240 ÉTABLISSEMENTS MARQUÉS TOURISME & HANDICAP ET AYANT OBTENU LA DISTINCTION HÉRAULT DESTINATION ACCESSIBLE**



# Accompagner le réseau des Offices de Tourisme

*Le Relais départemental est un pôle Ressource au service des Offices de Tourisme : il anime et accompagne le réseau dans les démarches qualifiantes, les domaines de la formation, de la RSE et du conseil juridique.*

Aujourd'hui c'est la totalité du réseau des Offices de Tourisme qui est engagée dans l'amélioration de sa qualité de services, au travers de la marque Qualité Tourisme et du classement en catégorie. Hérault Tourisme les accompagne dans leur démarche d'amélioration continue.

## ACCOMPAGNEMENT MARQUE QUALITÉ TOURISME

- **4 ateliers Qualité** pour accompagner la montée en compétences des référents qualité, sur l'écoute de la satisfaction des clientèles, la définition de la politique qualité, le plan d'action qualité, la structure documentaire, réunissant 61 participants,
- **4 audits blancs Qualité Tourisme** « audit complet » : dont 3 réalisés par Hérault Tourisme avec l'aide de 4 à 6 référents qualité du réseau des Offices de Tourisme afin d'identifier les écarts et les actions correctives à mettre en place pour réussir l'audit final mené par un auditeur externe,
- **Financement et organisation de 23 testings** (clients mystères) pour veiller à la continuité de la qualité du conseil en séjour auprès de 13 Offices de Tourisme,
- **3 audits mystères** réalisés par un cabinet expert et financés par Hérault Tourisme. Destinés à des Offices de Tourisme engagés depuis peu pour bénéficier d'un regard extérieur sur l'ensemble du parcours client, de la recherche à distance jusqu'à la visite dans les différents bureaux d'information touristique,
- **Formation du personnel et des saisonniers :**
  - Le relais a formé de nouveaux référents qualité et a accompagné de façon personnalisée certains Offices de Tourisme sur site ou à distance,
  - 6 sessions d'une journée de formation aux techniques d'accueil ont été organisées et suivies par près de 60 personnels saisonniers.

### RÉSULTATS

**100%**

des OT ayant été audités en 2023 ont renouvelé la marque Qualité Tourisme : Mauguio Carnon, La Grande Motte, Saint Guilhem Le Désert Vallée de l'Hérault, Montpellier Méditerranée, Lodévois et Larzac.

**100%**

des dossiers de classement présentés ont été validés en Préfecture, avec notamment le passage en catégorie I pour l'OT du Grand Orb.



## ANIMATION DU RÉSEAU : COHÉSION ET CONSEIL JURIDIQUE

- 2 réunions des Directeurs d'Offices de Tourisme. Une écoute attentive des besoins des DOT : 10 entretiens téléphoniques dédiés pour connaître les attentes du réseau et pouvoir mieux y répondre,
- Organisation de la journée annuelle des Offices de Tourisme qui a réuni 70 participants à Avène,
- Organisation de 2 éducteurs de terrain (Mauguio Carnon et Archipel de Thau) ayant mobilisé 70 personnes d'Offices de Tourisme et de l'ADT,
- Mise à disposition d'un service d'assistance juridique pour les Offices de Tourisme dans le cadre d'un partenariat avec un cabinet juridique (20 heures par an). 29 demandes de conseil juridique traitées en 2023.

## ANIMATION DU RÉSEAU AUTOUR DE LA RSE

→ **Objectifs** : favoriser l'engagement des Offices de Tourisme dans une démarche RSE structurée (diagnostic et plan d'action) et capitaliser sur certaines pratiques et/ou les mutualiser.

### → Actions :

- Atelier de présentation du kit outil RSE OT Normandie auprès de 7 Offices de Tourisme,
- Mobilisation des OT sur le dispositif "appui conseil RSE" de l'AFDAS. 2 nouveaux OT ont bénéficié d'un accompagnement de 5 jours par un consultant spécialisé,
- Travail avec les OT sur l'identification de critères durables à intégrer à la collecte annuelle des données sur les professionnels dans la base de données partagées,
- 4 Offices de Tourisme de l'Hérault ont été retenus dans la démarche AMI Green Destination portée par le CRTLO et l'ADEME : La Grande Motte, Archipel de Thau, Cap d'Agde Méditerranée, La Domitienne.





## A RETENIR

### LE RÉSEAU EN CHIFFRES

- 17** Offices de Tourisme en Hérault qui gèrent 50 BIT + 2 OT Interdépartementaux
- 13** Offices de Tourisme marqués **Qualité Tourisme**
- 13** Offices de Tourisme marqués **Tourisme & Handicap** (32 lieux d'accueils)
- 14** Offices de Tourisme classés, dont 11 en **catégorie I**
- 10** Offices de Tourisme **engagés dans une démarche RSE** (+2 OT en 2023)



## LA JOURNÉE ANNUELLE DES OFFICES DE TOURISME DE L'HÉRAULT "PARTAGEONS NOS INITIATIVES, NOS EXPERTISES ET NOS VALEURS"



*Depuis 2009, nous donnons rendez-vous chaque automne aux personnels des OT pour une journée d'échanges et de partages d'expériences.*

*Anciennement nommée «journée des conseillers en séjour», mais ouverte depuis longtemps à un plus large public, cette journée s'appelle désormais la journée des Offices de Tourisme.*

*En 2023, elle a été coorganisée avec l'OT du Grand Orb le 3 octobre à Avène, à Eau Thermale Avène Hôtel.*

*Avec 70 participants et un taux de satisfaction de 9,49/10, l'édition de 2023 a été fortement appréciée.*

**Une magnifique occasion de renforcer nos liens, célébrer nos réussites et puiser de l'inspiration les uns des autres !**

- **L'Office de Tourisme Archipel de Thau** nous a parlé de la culture commune de l'accueil, à la fois en interne et avec les professionnels.
- **L'Office de Tourisme du Grand Orb** a présenté son espace d'accueil à Lamalou les Bains, avant et après rénovation.
- **L'Office de Tourisme de Saint Guilhem Le Désert Vallée de l'Hérault** nous a fait découvrir sa nouvelle stratégie partenariale avec les professionnels.
- **L'Office de Tourisme de Palavas-les-Flots** nous a enchantés avec la petite bibliothèque locale, une création interne qui met en lumière les talents de rédaction et d'illustration d'une conseillère en séjour.
- **L'Office de Tourisme de Béziers Méditerranée** nous a impressionnés avec son outil digital permettant de mieux comprendre les attentes des visiteurs, tout en renforçant la relation client : +5000 questionnaires enregistrés depuis avril.
- L'après-midi, **l'hôtel l'Eau Thermale Avène** nous a présenté sa démarche de développement durable et nous avons découvert la richesse du territoire et des activités de pleine nature.

# INGÉNIERIE ET DÉVELOPPEMENT

STRUCTURER  
ET DYNAMISER  
L'OFFRE  
TERRITORIALE  
ET THÉMATIQUE



# Accompagner les projets stratégiques et se coordonner à différentes échelles territoriales

Hérault Tourisme accompagne les stratégies territoriales et les projets départementaux. Dans le cadre de la compétence tourisme partagée, l'ADT travaille en synergie pour une recherche de complémentarité d'action, de mutualisation de moyens et de compétences et par sa présence active dans les dynamiques de réseau.

## CONTRIBUTION A DIVERSES ETUDES ET PROJETS STRATEGIQUES PORTES PAR LE DEPARTEMENT OU LES COLLECTIVITES LOCALES

- Adaptation de l'Hôtellerie de plein air aux enjeux littoraux : copilotage de la concertation avec les services de l'Etat, la fédération de l'Hôtellerie de Plein Air et les collectivités pour la recherche de solutions d'adaptation.
- Projet de maison du littoral : contribution et appui à la concertation pour le volet gestion des flux.
- Etude pour la requalification de la baie des Vailhès sur le grand Site Salagou cirque de Mourèze (MO Département / territoire 34).
- Etude ADEME pour un guide d'adaptation au changement climatique dans le secteur touristique: le Département était partenaire en tant que territoire pilote pour cette étude nationale.
- Géoparc Terres d'Hérault : participation au comité stratégique, co-animation de la commission tourisme et du comité éditorial.
- Suivi de l'étude de valorisation du domaine de Bellevue à Mèze portée par Sète Agglo pôle avec le conservatoire du littoral.

## COORDINATION AU PLAN DEPARTEMENTAL ET LOCAL

- Coordination avec le Département pour le suivi du schéma du tourisme (points mensuels, comités techniques bimensuels, coordination avec les élus).
- Actions partenariales avec les acteurs territoriaux au travers de conventions de développement ou marketing : convention Département /Hérault Tourisme /Montpellier Méditerranée Métropole / OT de Montpellier, conventions avec 4 territoires engagés « Destinations Pour Tous », convention avec le Pays Cœur d'Hérault et le Parc Naturel Régional du Haut Languedoc pour le déploiement du Fonds Tourisme Durable, ou conventions marketing avec les Offices de Tourisme...

## COORDINATION AU PLAN REGIONAL

- J13 et J14 : les 13 ADT d'Occitanie animent le J13, "think tank" informel des destinations départementales. Cette année, le débat élargi à tous les ADTs de France a porté sur la spécificité du maillon départemental dans la chaîne touristique institutionnelle. Des temps croisés avec le CRT en format J14 permettent d'échanger sur des sujets stratégiques.
- Contrats de destinations avec le CRT et Atout France: Engagement, aux côtés des autres partenaires, dans les contrats "Montpellier Destination Languedoc", "Canal du Midi" et

"Côte Méditerranée en Occitanie" en vue de développer notamment la clientèle internationale sur les ailes de saison (2023 – 2025).

- Participation aux "Convergences", rencontres régionales des Offices de Tourisme, journées partenariales APN à Millau sur le thème « Quel futur, s'adapter pour durer » et contribution aux diverses commissions (agritourisme, vélotourisme, club des observateurs).

## DYNAMIQUE DE RESEAU AU PLAN NATIONAL :

- Au sein d'ADN Tourisme (Fédération nationale des OT, ADT, CRT) : Participation aux groupes de travail thématiques (Observation, DATA tourisme, Tourisme & Handicap et Tourisme durable avec un travail spécifique sur les indicateurs du tourisme durable) et au congrès national sur le thème « partenariats, coopérations et hybridation, les nouveaux modèles pour agir demain ». Cette année, nous avons intégré le "Club Ingénierie" et participé à son séminaire annuel les 30 octobre et 1<sup>er</sup> novembre à Beaune.
- Atout France : contrats de destination en partenariat avec le CRT, participation au Pôle thématique Littoral...
- Acteurs du Tourisme Durable : Hérault Tourisme est membre de ce réseau national. Participation aux Universités du Tourisme Durable à Aix les bains, ainsi qu'à l'AG et aux trophées du tourisme durable avec la nomination du site « Hérault Mobility »
- Réseau national des Grands sites de France ; participation aux rencontres nationales à Etretat / le Havre sur le thème « Quels leviers de résilience pour les paysages patrimoniaux face au changement climatique ? ». Intervention dans le cadre du séminaire national sur la gestion des flux organisé à Bercy.



# Œnotourisme

L'animation de réseau et les actions de structuration se sont poursuivies autour de l'Œnotour de l'Hérault et de la dynamique Vignobles & Découvertes avec une coordination marketing renforcée et un nouveau concept d'ŒnoVélo développé en étroite concertation pour enrichir l'offre Héraultaise et répondre aux enjeux d'un tourisme durable.

## ANIMATION DE RÉSEAU

- **Participation aux comités de pilotages** et Cotech des 7 Destinations avec cette année un soutien pour le renouvellement de la candidature de la Destination Vidourle Camargue, labellisée en octobre 2023
- **2 Ateliers V&D** sur l'œnotourisme durable et la mobilité : Introduction de critères durables pour les professionnels, mobilités et démarches Oenorando et Oenovélo, campagnes marketing et accessibilité des caveaux.
- **Création d'un comité Éditorial Œnotourisme** : Une initiative collaborative entre Hérault Tourisme, les destinations V&D et leurs OT, pour créer des contenus marketing forts, visant à améliorer l'attractivité de l'Hérault par l'œnotourisme. Cette démarche s'appuie sur des temps d'échanges, une identification précise des cibles et la coproduction de contenus reflétant l'identité de chaque destination.
- **Participation au Séminaire national Vignobles et Découvertes** : Contribution à ce séminaire sur l'œnotourisme durable, partage d'idées et création de 20 actions prioritaires pour stimuler l'œnotourisme en France.

## STRUCTURATION ET VALORISATION DE L'OFFRE

- **Développement du concept des Œnovélos** : Un projet d'envergure copiloté par le Département et Hérault Tourisme et mené en concertation avec les destinations pour enrichir l'offre œnotouristique avec 21 itinéraires prévus d'ici 2028. La première boucle de 70 km, reliant St-Chinian au canal du Midi, a été finalisée et balisée et 3 autres sont en cours de définition.
- **Actualisation du Site Œnotour de l'Hérault** : Mise à jour régulière, qualification des descriptifs caveau et animation des contenus éditoriaux en collaboration avec les territoires et partenaires. Cette mise à jour s'appuie aussi sur une action d'information engagée en fin d'année en lien avec les destinations V&D pour mobiliser de nouveaux caveaux étapes Œnotour.
- **Partenariat iter vitis** et contribution au projet de route européenne culturelle des vins. Participation au séminaire national et fourniture de contenus sur les destinations de l'Hérault pour le site web.
- **Actions de promotion partagées**: Plan de communication évènementiels (Fascinant WE, Vigneron d'un jour...), réalisation de 7 podcasts avec le magazine Terre de Vins, e-news, reportage photo, présence au salon de l'agriculture sur le stand du Département...

## CHIFFRES CLÉS



**7** destinations labellisées Vignobles & Découvertes



**750** prestataires labellisés Vignobles & Découvertes, ambassadeurs de l'Œnotourisme en Hérault



**150** caveaux étapes de l'Œnotour de l'Hérault



**21** routes des vins valorisées via la gamme de 6 cartes « Nos routes des vins » en version français/anglais et sur le site web



**25** Œnorandos



**1** Œnovélo



# Tourisme de Nature & Espaces Protégés

Hérault Tourisme œuvre, en lien étroit avec les services du Département, au développement responsable et à la mise en tourisme des sites et itinéraires de pratique de loisirs nature et nautiques, et accompagne la structuration de l'offre et des destinations positionnées sur ces filières.

L'agence intervient également, en appui du Département sur les réflexions et actions relatives à la gestion des flux et à la valorisation responsable des espaces protégés (Espaces Naturels Sensibles, Grands Sites, Parcs Naturels, espaces inscrits ou en voie d'inscription à l'UNESCO).



## CONTRIBUTION AU PLAN DÉPARTEMENTAL DES ESPACES SITES ET ITINÉRAIRES (PDESI)

- Avis technique pour l'inscription de nouveaux sites au PDESI : 13 sites évalués.
- 3 réunions de COTEC PDESI, et participation à la Commission départementale des espaces sites et itinéraires (CDESI) le 5/12/2023
- Coanimation avec la Direction Sports du Conseil Départemental des nouveaux groupes de travail thématiques dans le cadre du PDESI : 3 réunions 'fréquentation', 1 réunion 'itinérance' et 3 réunions 'diffusion numérique randonnées'

## CONTRIBUTION À LA STRUCTURATION DES DESTINATIONS « LOISIRS NATURE » ET « NAUTISME »

- Accompagnement des territoires "Montagnes du Caroux" et "Monts et Lacs au cœur de l'Occitanie" dans leurs candidatures à l'appel à projet « Pôles de Pleine Nature » Massif Central : les 2 territoires ont été retenus.

- Accompagnement sur le volet loisirs nature et nautiques des 3 Grands Sites / Grands Sites de France "Salagou-Cirque de Mourèze", "Minerve - Gorges de la Cesse et du Brian", "St Guilhem - Gorges de l'Hérault", "Cirque de Navacelles" pour leurs dossiers de candidature ou renouvellement de label Grand Site de France

## DÉVELOPPEMENT ET VALORISATION DES ITINÉRANCES PÉDESTRES, VTT ET EQUESTRES

Hérault Tourisme s'implique aux côtés du Département pour développer, qualifier et valoriser les itinéraires en lien avec les Comités d'Itinéraires pédestres et VTT réunissant plusieurs partenaires territoriaux : signalétique, études de fréquentation, qualification et développement des services, stratégies marketing, réalisation de supports de communication...

### CHIFFRES CLÉ PDESI

**259** sites inscrits au PDESI (+4 ESI)



**102** itinéraires pédestres (**1392 km**)



**67** circuits VTT (**1870 km dont la GTMC**)



**17** tronçons Passa Meridia (**355 km**) et la voie verte Passa Pais (**47 km**)



**9** parcours de trail (**85 km**)



**33** sites d'escalade (1654 voies) et **2** via-ferrata



**28** sites loisirs nautiques (canoë-kayak, sports sous-marins, kite-surf, pêche)



**18** autres sites de loisirs nature (vol libre, ULM, orientation, spéléo...)

**La Grande Traversée du Massif Central à VTT**, d'Avallon au Cap d'Agde (3 régions, 12 départements, 5 parcs):



- Contributions au dossier de candidature à l'appel à projet Massif Central « Itinérances » (itinéraire lauréat)
- Participation active au comité technique et à plusieurs groupes de travail thématiques : "Comité Marketing", "Challenge numérique", "diagnostic praticabilité gravel", "Etablissements Recommandés GTMC & Accueil Vélo", "Observation de la fréquentation"
- Coordination pour la structuration du tronçon-produit "GTMC du Larzac à la Méditerranée : Millau – Le Cap d'Agde"



**Voie d'Arles vers Saint-Jacques de Compostelle**

(GR® 653 Arles – Toulouse, en coordination avec l'Agence Française des Chemins de Compostelle et la FFRando)

- Participation aux 1<sup>ères</sup> Assises de la Voie d'Arles à Saint-Guilhem-le-Désert le 6 avril 2023
- Contributions aux candidatures à l'appel à projet Massif Central « Itinérances » et à l'AMI Atout France "destination Digitale" (itinéraire lauréat des 2 appels à projets)
- Accompagnement de l'équipe de tournage de l'émission France 5 "les 100 lieux qu'il faut voir" sur Pont du Diable et Saint Guilhem le Désert (émission diffusée en août 2023)
- Animation pour le déploiement de la charte "Accueil sur les Chemins de Compostelle":
- Poursuite du partenariat Hérault Tourisme – La Malle Postale pour le développement d'un service de transport de bagages et personnes sur la partie héraultaise du GR® 653

**GR® de Pays Entre Deux Lacs Avène – Salagou**

(coordination avec les Offices de Tourisme Clermontais, Grand Orb et Lodévois & Larzac)

- Expérimentation pour le développement d'un service de transport de bagages en partenariat Hérault Tourisme – la Malle Postale
- Poursuite du plan de communication engagé en 2022 : Salon du Randonneur de Lyon du 24 au 26 mars 2023, page 'hub' du GR® de Pays sur herault-tourisme.com, diffusion de l'article de blog et de la vidéo 'Carnets de Rando' et finalisation des vidéos 'Tour du Lac d'Avène – Monts d'Orb' et 'Tour du Salagou',
- Publi-rédactionnel dans le magazine bimestriel "Balades" en novembre 2023 dans le cadre de la campagne "Le vrai pays des sports divers"
- Bilan des actions 2022–2023, et proposition de plan de développement et communication 2024.

**CHIFFRES CLÉS GR® DE PAYS EN 2023**



**40000** pages vues sur **herault-tourisme.com**

**3 ITINÉRAIRES POPULAIRES**

- Sentier des 2 Lacs : 13 856 vues (top 9)
- Tour du lac du Salagou : 7 809 vues (top 12)
- Tour du Lac d'Avène – Monts d'Orb : 4 958 vues (top 30).



**3255** pages vues sur **cirkwi** et ses partenaires diffuseurs



**1774** pages vues via l'appli **MaRando** de la FFRando

**ZOOM SUR...**

**PASSA MERIDIA, ITINÉRANCES EN TERRES D'HÉRAULT**

Suite à l'étude marketing menée en 2021/2022 par le Département avec l'appui d'Hérault Tourisme complétée d'une expertise sur la requalification du Relais Départemental de Roussières réalisée par Hérault Tourisme, les actions de qualification de cet itinéraire départemental

structurant se sont poursuivies.



- ▶ Accompagnement pour la requalification des Relais Départementaux : Plan Prévisionnel d'Investissement, recherche de gestionnaires, signalisation, communication.
- ▶ Suivi du projet de déclinaison Equestre de cet itinéraire, dans le cadre de l'itinéraire européen de "Route d'Artaignan" en lien avec la FF Equitation.
- ▶ Analyse de faisabilité d'un service de transport de bagages, cycles et personnes.
- ▶ Communication et Valorisation de l'itinéraire : page hub 'Passa Meridia' sur le site Web, conception et mise en ligne des tronçons produits VTT, sélection et mise en ligne des itinéraires pédestres associés.



# Valorisation numérique des itinéraires et sites de pratique de loisirs nature

Hérault Tourisme est identifié comme référence nationale pour sa stratégie de valorisation et diffusion numérique des itinéraires, sur son site [herault-tourisme.com](https://herault-tourisme.com) et auprès de diffuseurs externes spécialisés. Ce leadership s'appuie sur une coordination transversale interne mobilisant l'expertise des différents services (développement, web, Data) et sur un travail permanent de qualité des données en lien étroit avec la Direction Sports du Département, les comités sportifs, les Offices de Tourisme et les collectivités locales gestionnaires d'itinéraires et sites de pratique.



## LES OBJECTIFS DE CETTE STRATÉGIE :

- Qualifier la donnée,
- Rendre visible et désirable l'offre officielle & concertée,
- Générer des retombées positives & limiter les conflits d'usages,
- Capturer de nouvelles clientèles en toute saison et contribuer à la qualité d'accueil.



## AUGMENTER LA VISIBILITÉ : WIDGETS ITINÉRAIRES, LA TECHNOLOGIE ADT AU SERVICE DES PARTENAIRES

Le dispositif de widgets 'itinéraires' a été finalisé en 2023, en collaboration étroite avec certains partenaires qui ont pu tester l'outil (Comité de Randonnée Pédestre, Offices de Tourisme Clermontais et Grand Orb...). En quelques clics, le générateur de widgets permet d'intégrer sur le site internet des partenaires (institutionnels ou professionnels), une fenêtre vers l'ensemble des fonctionnalités offertes par [herault-tourisme.com](https://herault-tourisme.com) pour la valorisation des itinéraires. Le déploiement auprès de l'ensemble des OT et des professionnels est prévu en 2024.

- ▶ Recherche d'itinéraires selon divers critères, en mode cartographique ou liste
- ▶ Affichage cartographique intégrant les services et éléments de patrimoine autour de l'itinéraire
- ▶ Accès au téléchargement des traces GPX, de fiches itinéraires format PDF, ou de roadbooks mis à jour automatiquement à partir des données du SIT34
- ▶ Accès direct aux pages éditoriales 'escapades' enrichies en contenus expérientiels, pour certains itinéraires

## CHIFFRES CLÉS WIDGETS ITINÉRAIRES FIN 2023



**3** partenaires utilisateurs (CDRP, OT Clermontais, OT Grand Orb)



**528** itinéraires diffusables par les widgets



### ELARGIR LA DIFFUSION : PARTENARIATS AVEC LES PLATEFORMES LEADER AUPRÈS DES PRATIQUANTS

- Poursuite du partenariat avec l'opérateur CIRKWI permettant la diffusion de l'offre officielle d'itinéraires héraultais sur les plateformes et applications CIRKWI, IGNRando, l'application MaRando de la FFRando, et sur les sites internet d'opérateurs utilisant les widgets Cirkwi (Offices de Tourisme Cap d'Agde Méditerranée et Monts et Lacs en Haut Languedoc, Flowers Campings, FNHPA, SNCF...)
- Nouveau partenariat avec la plateforme OutdoorActive (plus de 14 millions d'utilisateurs en Europe et dans le reste du monde)
- Bases de partenariats futurs en cours de discussion avec Visorando, Décathlon Outdoor, Komoot...



### DIFFUSION NUMÉRIQUE ITINÉRAIRES

-  **229** itinéraires pédestres officiels dont 26 Oenorandos (+7 par rapport à 2022)
-  **192** itinéraires VTT (+20 par rapport à 2022)
-  **35** boucles cyclo et voies vertes (+7 par rapport à 2022)
-  **6** parcours de trail (+5 par rapport à 2022)
-  **5** sentiers d'interprétation (nouveau 2023)
-  **3** visites de villes et villages (nouveau 2023)
-  **20** routes des vins
-  **3** itinéraires moto
-  **3** cheminements handicap
-  **16** itinéraires traités en pages éditoriales 'escapade'

#### → SUR CIRKWI & SES DIFFUSEURS

-  **543** itinéraires diffusés, soit + 6% par rapport à 2022
-  **276 037** consultations d'itinéraires, soit + 95% par rapport à 2022

#### dont application MaRando FFRando

-  **222** itinéraires diffusés (+63% par rapport à 2022)
-  **135 475** consultations d'itinéraires soit 49% de l'ensemble des consultations de la diffusion Cirkwi

#### → SUR OUTDOORACTIVE

-  **515** itinéraires diffusés à partir du SIT34 depuis novembre 2023
-  **8 270** consultations d'itinéraires entre début novembre 2023 et début janvier 2024

# Valoriser l'expérience Grands Sites et Grands Sites de France



L'Hérault est riche de 5 territoires emblématiques engagés dans la démarche Grands Sites de France (labellisés ou en cours de labellisation), chacun doté d'un plan de gestion pluriannuel. En lien étroit avec le Département qui soutient fortement ces démarches d'excellence, Hérault Tourisme accompagne les structures porteuses de ce label vers la mise en œuvre de certaines de leurs actions, notamment sur le volet tourisme : le développement des itinérances douces, l'observation touristique, la gestion de la fréquentation et la mise en tourisme.

## "ESCAPADE NATURE SANS VOITURE" ENTRE TROIS GRANDS SITES AUDE/HÉRAULT

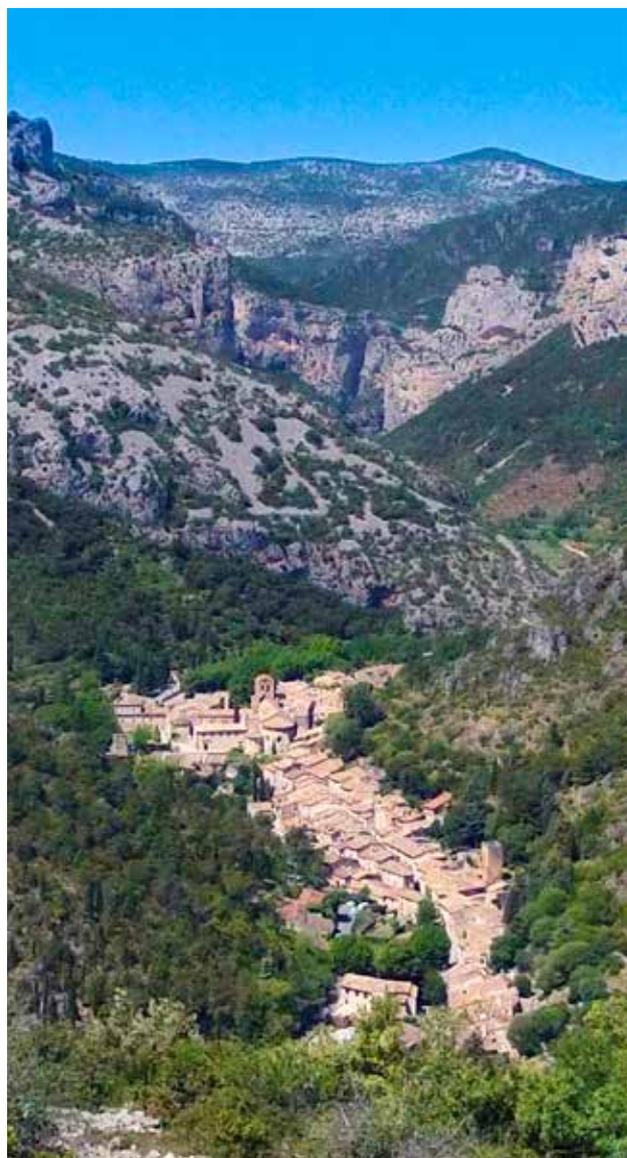
Lancement des séjours itinérants en mobilités douces pour favoriser la découverte en immersion et le slow tourisme entre les 3 Grands Sites Canal du Midi-Béziers ; Cité de Minerve-Gorges de la Cesse et du Brian ; Cité de Carcassonne.

Hérault Tourisme pilote ce projet interdépartemental, en lien avec Aude Tourisme, le Réseau des Grands Sites de France (RGSF), et les 3 Grands Sites concernés :

- Édition et diffusion du Carnet de Route (papier / web)
- Conférence de presse pour le lancement officiel du produit (le 19/4/2023 au domaine de Rouëire)
- Valorisation des 2 itinéraires "Nord - de Béziers à Carcassonne" et "Sud - De Carcassonne à Béziers" : sur les sites web du RGSF, Hérault Tourisme, Aude Tourisme, et sur les sites partenaires CIRKWI, Outdoor-Active..
- Production de 2 vidéos expérientielles sur chacun des deux itinéraires
- Présentation du concept et du produit avec Aude Tourisme lors de diverses manifestations : Journées partenariales APN du CRTLO à Millau, Séminaire National du GSF à Paris, Assises Nationales APN du réseau Ideal-co à Tournon-sur-Rhône, Festival What A Trip à Montpellier.

## ESCAPADE NATURE SANS VOITURE ENTRE GRANDS SITES CIRQUE DE NAVACELLES – GORGES DE L'HÉRAULT – SALAGOU, CIRQUE DE MOURÈZE

Appui au Pays Cœur d'Hérault et au RGSF en vue de la mise à jour du road book édité lors du lancement du produit en 2018.



# Gestion des flux et valorisation responsable des espaces protégés

En complément des Grands Sites et Grands Site de France, l'Hérault est riche de multiples espaces labellisés pour leurs qualités paysagères, culturelles et naturelles: Parc naturel Régional du Haut Languedoc; classements UNESCO pour le Canal du Midi, les Chemins de Compostelle, Causses et Cévennes. D'autres sites plus confidentiels sont classés en Espaces Naturels Sensibles (notamment les domaines départementaux). Hérault Tourisme intervient aux côtés du Département et des gestionnaires de sites pour la réalisation de plans de gestion et une communication touristique responsable.

## CONTRIBUTIONS À LA GESTION DES FLUX SUR LES ESPACES PROTÉGÉS ET SITES SENSIBLES

Hérault Tourisme accompagne les gestionnaires dans leurs démarches de plans de gestion et leurs actions de communication : fourniture de données d'observation, stratégies de gestion des flux tourisme / loisirs, expertise en communication touristique...

- Suivi des plans d'interprétation paysagère des domaines départementaux Lavagnes – Font de Griffes et Vieulac,
- Etude de gestion de la fréquentation de la moyenne vallée de l'Orb – site de Réals,
- Contribution au plan de gestion du Canal du Midi (charte de communication),
- Accompagnement du Grand Site Salagou – Cirque de Mourèze pour sa candidature à l'appel à manifestation d'intérêt Atout France 'gestion des flux'.



**GÉOPARC**  
**Terres d'Hérault**

## LE GÉOPARC TERRES D'HÉRAULT, CANDIDAT UNESCO

Hérault Tourisme contribue activement, en lien étroit avec le Conseil Départemental, à la mise en tourisme de l'offre de géotourisme associée avec les territoires concernés :

- Mise en place et animation de la commission Tourisme du Géoparc (2 réunions en 2023) et d'un comité éditorial tourisme dédié,
- Fourniture de médias pour la communication Géoparc (photos, rushes pour la vidéo de présentation du projet géoparc..),
- Contribution à la conception du site web institutionnel du Géoparc,
- Conception d'un espace dédié sur le site web grand public herault-tourisme.com : page 'hub' + pages 'reportage' pour chaque unité géo-touristique, intégration des données Géoparc dans la base de données touristique SIT34: itinéraires, géo-sites, géo-partenaires, géo-événements...



# Itinérances cyclables et mobilités décarbonées

## VALORISATION DES BOUCLES CYCLO DÉPARTEMENTALES

En appui des services du Département, Hérault Tourisme contribue à la valorisation et la communication des boucles cyclotouristiques départementales.

- **Édition de 26 fiches idées vélo** réunies dans une pochette, valorisant les boucles cyclo départementales (impression financée par le Département dans le cadre du projet européen Inherit).
- **2 nouveaux circuits** connectés à la voie verte Passa País sur l'itinéraire de la Véloccitanie, boucles 29 et 30, jalonnés par le Département de l'Hérault : appui pour la mise en oeuvre de ces 2 circuits, l'un sportif de 73 Km, l'autre plus bucolique de 22 km.
- **Suivi de l'étude de mise en récit** des boucles, voies vertes et aménagements cyclables réalisée par le Département.

## GRANDS ITINÉRAIRES CYCLABLES – D'ÉTAPE EN ÉTAPE

Le Département de l'Hérault adhère et cofinance les comités d'itinéraires interdépartementaux et interrégionaux dans le cadre desquels sont menées les actions de structuration, d'étude et de valorisation des grands itinéraires cyclables. Hérault Tourisme contribue aux travaux et actions menés dans ce cadre :

- **La Méditerranée à vélo** (EuroVélo 8 de Cadix à Izmir – 2 régions, 9 départements en France) : participation à la réédition du Véloguide Ouest France.
- **Le Canal des 2 mers à vélo** de Royan à Sète (Véloroute 80 – 2 régions, 7 départements) : contribution à l'édition d'une carte illustrée, lancement de l'étude d'impact et de fréquentation.
- La **Viarhônga** (EuroVélo 17 du Lac Léman à Sète) : participation à l'émission "Echappées belles", boucles cyclo départementales 25 et 27 connectées à l'itinéraire intégrées sur le site Web, finalisation de l'étude d'impact et de fréquentation.
- La **Véloccitanie** (seuil de Naurouze à Béziers en passant par Passa País - piloté par le PNR Haut-Languedoc) : lancement de l'itinéraire et nouveau plan de communication.



## PROJET DÉPARTEMENTAL OENOVÉLO – VIGNE VIN VÉLO

*Dans le cadre de l'Œnotour qui propose déjà 21 routes des vins et 26 Œnorandos® mêlant balades et dégustations vigneronnes, le projet départemental Oenovélo invite à une découverte des vignobles héraultais, mais cette fois à vélo !*

S'appuyant sur les labels Vignobles & Découvertes et Accueil Vélo, il cible 4 types de personas : itinérants courts-séjours, micro-aventuriers, épicuriens et familles. L'objectif à terme est de créer 21 itinéraires œnovélos sillonnant le vignoble héraultais. Sous le pilotage du Département et en concertation avec les territoires, Hérault Tourisme accompagne le déploiement territorial de ce nouveau concept.

- ▶ **Animation de la concertation** pour la définition du concept et l'élaboration du cahier des charges "Oenovélo" avec l'ensemble des destinations Vignobles & Découvertes, les représentants de la filière viticole, des agences réceptives spécialisées et les services du Département (tourisme, agriculture, routes, communication).
- ▶ **Identification des tracés** avec les acteurs du territoire, validation avec le Département, recensement et qualification de l'offre, mobilisation des professionnels concernés (soit 12 réunions territoriales et 2 repérages).
- ▶ **Valorisation et Communication** : réalisation d'un reportage photos sur la 1<sup>ère</sup> Oenovélo et réalisation de contenus éditoriaux pour donner de la visibilité à ce projet sur herault-tourisme.com et alimenter la campagne de communication du Département.

La première boucle Œnovélo de 70 km a été finalisée fin 2023 et jalonnée par le Département. Elle s'inscrit dans un projet territorial plus large de circuit en marguerite et relie St-Chinian et le canal du Midi au fil de voies vertes et routes partagées sillonnant paysages de vignes, villages viticoles et sites remarquables.

### LE + POUR PRÉSERVER LE CLIMAT

Venir en train jusqu'à la gare de Magalas, y louer des vélos et rejoindre l'itinéraire par un chemin de jonction pour un séjour 100% zéro carbone

1 **Oenovélo** de 70 km  
Projet de **21 Oenovélos** à échéance 2028



## TOURISME FLUVIAL – SUIVI DE L'ÉTUDE DE VALORISATION TOURISTIQUE DU CANAL DU RHÔNE À SÈTE

Depuis juin 2023, VNF pilote, avec le concours des Départements de l'Hérault et du Gard et le suivi des ADT, l'étude portant sur le potentiel touristique du Canal du Rhône à Sète. Celle-ci vise à l'élaboration d'une stratégie pour le développement de l'offre touristique et de loisirs fluviale et fluvestre sur le Canal du Rhône à Sète. Hérault Tourisme a participé à la réflexion commune menée sur ce patrimoine naturel sensible au travers de différentes journées de rencontres et d'ateliers, afin d'aboutir à un Contrat de Canal : document partenarial guidant l'ensemble des opérations de développement et de marketing touristique à engager sur le Canal du Rhône à Sète et ses abords pour les 5 à 10 années à venir.



## Pour un tourisme inclusif et solidaire

*Le Département, dans le Schéma du Tourisme 2022-2028 a affirmé sa volonté "d'agir en faveur d'un tourisme inclusif et accessible à tous les publics". L'objectif est de favoriser le départ en vacances du plus grand nombre, notamment de ceux qui en sont éloignés (personnes en situation de handicap, familles modestes, publics en difficulté ...). Au delà des actions habituelles en faveur de l'accessibilité, Hérault Tourisme a engagé, avec les services du Département, les 1<sup>ères</sup> actions sur le volet social.*



### PROGRESSION DE LA DÉMARCHE DESTINATION POUR TOUS

En complément de la marque Tourisme Handicap attribuée aux professionnels, la marque Destination pour tous vise les démarches territoriales d'accessibilité globale prenant en compte l'ensemble de la chaîne du déplacement (voirie, parkings, balades transports...) et des services (commerces, médecins, banque...) pour un séjour en toute autonomie.

- **1 nouveau territoire engagé** : Signature de la convention d'accompagnement avec la commune d'Agde et mise en place du COFIL et du COTECH pour le déploiement de la démarche sur Agde et le Cap d'Agde.
- **3 territoires labellisés accompagnés** en lien avec les communes et EPCI concernés :
  - > **Balaruc les bains** : Appui à l'OTI Archipel de Thau pour finaliser le dossier de renouvellement du label sur la station de Balaruc les Bains avec extension vers Sète via la voie verte.
  - > **Colombiers – Lespignan** : Réflexions sur l'extension du périmètre labellisé et suivi de la feuille de route en lien avec la commission intercommunale d'accessibilité de La Communauté de communes de la Domitienne.
  - > **Mauguio Carnon** : suivi de la démarche de progrès et 1<sup>ères</sup> réflexions pour une extension du périmètre, conforté par les travaux voirie et piste verte engagés par la commune.
- **Participation aux réflexions nationales** pour l'évolution du cahier des charges de la marque Destination Pour Tous, lancée par la Direction Générale des Entreprises.

- **Site Web Hérault Mobility**

Intégration du lien IFRAME et QR Code sur les sites internet de la majorité des **18** territoires partenaires pour faciliter le déplacement des personnes à mobilité réduite et l'accès à l'offre accessible via une information dédiée et un GPS Piéton,

- Nomination aux trophées Horizons, organisés par l'association nationale Acteurs du Tourisme Durable (ATD). Hérault Tourisme, bien que non lauréat, a reçu les félicitations du jury pour son site Hérault Mobility désormais valorisé comme bonne pratique sur le site Web d'ATD.

### **APPUI AUX PROGRAMMES ET ACTIONS DÉPARTEMENTALES POUR UN TOURISME ACCESSIBLE**

- **Mer Ouverte à tous** : Réactualisation des 13 fiches « Une journée à la plage » et de l'e-book « Activités nautiques accessibles » et diffusion sur [handitourisme.com](http://handitourisme.com), appui à la conception du guide Cap Access nautisme 2023,
- **Guide Voie Verte Passa Païs** : Appui à la rédaction de contenu pour le guide " Voie verte Passa Païs accessible" élaboré par le Parc Naturel du Haut Languedoc,
- **Conseil départemental de la citoyenneté et de l'autonomie** (CDCA): participation en tant que membre, aux 2 réunions plénières et Intervention avec le service tourisme du Département lors de la journée départementale organisée à Bayssan sur le thème « Le droit à l'autonomie. Pour tous. Partout. Tout le Temps. »

### **VALORISATION DES ACTIONS ET DE L'OFFRE ACCESSIBLE**

#### **Actions de communication :**

- **Site [handitourisme.com](http://handitourisme.com)** : mise à jour et développement du contenu,
- **Magazine national Tourisme Accessible d'ATH** : 2 dossiers en coordination avec le collectif des ADT Est Occitanie dont 5 pages pour l'Hérault (large lectorat: entreprises, particuliers, institutionnels, acteurs privés),
- **Revue APF France Handicap** 2023-2024 : Création d'une page commune avec les 3 Destinations DPT,
- **Emission sur Radio Clapas** pour valoriser les journées nationales Tourisme & Handicap et l'offre accessible avec la destination Balaruc les bains, la ville de Sète et l'Office de Tourisme Archipel de Thau,
- **Salon du SETT à Montpellier** du 7/8/9 Novembre: Animation du stand Tourisme & Handicap d'ATH avec le Comité de Liaison et de Coordination des associations Handicaps.

#### **Participation à des événements régionaux et nationaux :**

- Participation aux 3 réunions du réseau des référents Tourisme & Handicap et des « Destination Pour Tous » d'Occitanie organisées par le CRTLO en janvier, juin et décembre 2023,
- Participation aux CA et AG de l'association nationale Tourisme & Handicap et aux réflexions menées avec la DGE sur l'évolution des 2 marques nationales T&H et Destination Pour Tous,
- Intervention d'Hérault Tourisme lors du FORUM "Vivre le Handicap ensemble" de la ville d'Antibes-Juan les Pins le 02/12/23.



## TOURISME SOCIAL

Pour la 1<sup>ère</sup> année de mise en œuvre de cette priorité nouvelle du Schéma départemental 2022-2028 nous avons travaillé, avec les services du Département et l'appui d'une stagiaire en licence UPVD Mende pendant 4 mois, sur les actions suivantes :

- **État des lieux des dispositifs d'aide et des opérateurs de tourisme social, au plan national et local.**

- > Une vingtaine de dispositifs d'aides recensés et 9 associations gestionnaires organisatrices de séjours à vocation sociale intervenant dans l'Hérault,
- > Des structures de l'ESS et de l'insertion portant des projets liés au tourisme dans l'Hérault (ESAT, groupements d'employeurs).

- **Rencontres avec les principaux financeurs** afin d'identifier les synergies et leviers d'action envisageables :

- > Rencontres avec l'ANCV, VACAF, MSA, Vacances Ouvertes, Vacances Familles,
- > Contact avec le réseau international ISTO (Organisation internationale du tourisme social) et participation à 3 rencontres (AG, séminaire 60 ans du réseau à Bruxelles, groupe de travail indicateurs et accessibilité).

- **Mise en place des 1<sup>ers</sup> critères d'évaluation pour l'observatoire d'Hérault Tourisme.**

- > Capacité d'hébergement : Réseau UNAT, Hébergements agréés VACAF ou partenaires ANCV,
- > Préparation de deux conventions pour l'échange de données avec VACAF et l'ANCV (nombre de personnes aidées dans l'Hérault, montant des aides, nombre de personnes accueillies ...).

- **Travail sur une feuille de route Tourisme social pour 2024** visant à :

- > Organiser le porter à connaissance auprès des services sociaux et associations locales agissant dans le champ du social,
- > Valider et mettre en place les 1<sup>ères</sup> actions et partenariats visant à faciliter les solutions de vacances, de loisirs ou de répit et de toucher plus de publics.

### TOURISME SOCIAL HÉRAULT :



### ZOOM SUR...

#### EBOOK «PROMENADES POUR TOUS» GARD-HÉRAULT, RÉALISÉ EN COLLABORATION AVEC L'APF

*Hérault Tourisme et Gard Tourisme s'engagent conjointement à promouvoir la marque nationale «Tourisme Handicap», témoignant d'un accueil véritablement inclusif pour tous les publics. Leur objectif est d'encourager l'amélioration de l'accessibilité des sites, des équipements, des services, ainsi que des activités touristiques et de loisirs, garantissant ainsi une expérience enrichissante à chacun.*

Dans le cadre de cette initiative, les deux Agences de Développement Touristique (ADT) ont collaboré étroitement avec APF France Handicap pour créer une e-brochure mettant en lumière 15 balades incontournables dans chaque département. Cette brochure vise à mieux faire connaître les sites nature accessibles labellisés «Tourisme & Handicap», ainsi que les sorties repérées comme étant accessibles.

Chacune de ces balades a été évaluée par APF France Handicap afin de garantir la facilité d'accès aux personnes en situation de handicap moteur, auditif, visuel, et mental. Ces circuits offrent une expérience de découverte exceptionnelle pour toute la famille, suscitant l'envie aussi bien chez les adultes que chez les plus jeunes de partir ensemble en toute aisance, prenant le temps d'observer, de flâner et de profiter pleinement de ces moments de détente.



# COMMUNICATION ET MARKETING

## SCÉNARISER LA DESTINATION



# Le comité éditorial, outil central de la stratégie éditoriale

Tout commence par un positionnement clair et une vision stratégique des clientèles choisies. Suit une construction éditoriale bien établie, basée sur la stratégie marketing. Une démarche travaillée par différents groupes, en interne et avec nos partenaires.

## LE COMITÉ ÉDITORIAL

Il détermine la charte et la ligne éditoriale, le calendrier, les axes de communication au profit de nos outils web. L'objectif est de saisonnaliser les axes éditoriaux et les grands objectifs marketing.

Les comités éditoriaux sont organisés en interne, mais aussi, avec nos partenaires afin de partager une vision et une communication communes des grands axes du marketing à l'échelle de la destination.

## 3 GROUPES DÉDIÉS AUX PERSONAS

- Ils étudient nos cibles : familles, juniors, quincados, jeunes adultes.
- Ils mettent à jour régulièrement les informations à même de calibrer des propositions de contenus. Ils produisent du contenu centré sur le client, la base de la production éditoriale.

## DES COMITÉS DE PRODUCTION COMPOSÉS DE RÉDACTEURS ET DE VEILLEURS

- Ils enrichissent les contenus et les approfondissent selon le calendrier validé par le comité éditorial.
- Ils incitent l'internaute à venir vivre nos expériences avec un ton engagé, basé sur la recommandation et le conseil.
- Ils transmettent un contenu qui rend un véritable service d'information aux internautes et créé de la connivence avec lui.
- Ils co-produisent avec les partenaires. Des co-productions qui s'intensifieront encore davantage en 2024.

## UN GROUPE POST-PRODUCTION ET MÉDIAS : DES EXPERTS EN IMAGE

- Ils ont pour objectif de produire, récupérer et optimiser un maximum de médias.
- Ils habillent nos outils de diffusion.
- Leur expertise auprès des photographes, des prises de vues, des droits photos et droits à l'image est indispensable pour sécuriser l'utilisation des médias qui illustrent nos contenus et participent grandement à la séduction de nos messages.

### DROITS PHOTOS

Un gros travail de vigilance est réalisé au niveau des droits photos, droits à l'image, droits d'auteur. Des conventions ont été signées avec les collaborateurs d'Hérault Tourisme en 2023 et un suivi régulier est fait sur les différents contrats signés avec les photographes, les partenaires, les professionnels.



## #CM ON THE BEACH

### PRÉSENTATION DE NOTRE MÉTHODOLOGIE

CM on the beach est le seul évènement en France qui traite spécifiquement et concrètement du marketing de contenu dans le tourisme. Au mois de mai, nous avons eu l'honneur d'y présenter l'expérience passionnante de la fabrique collective du site herault-tourisme.com, axé sur la recommandation client et la valorisation expérientielle.

La qualité et l'efficacité de notre organisation, présentée sur cette page, ainsi que la qualité du résultat : site, contenus, médias ont été grandement reconnus et félicités. Ce travail a également été mis en lumière via 2 articles sur un numéro spécial de la revue Espaces et un Zoom sur le portrait du Directeur adjoint et Directeur Marketing d'Hérault Tourisme.





# COMMUNICATION ET MARKETING

(CO)PRODUIRE  
DES CONTENUS  
EXPÉRIENTIELS

LUDOVICO MAGNO LXXII ANNOS REGNANTE  
DISSOCIATIS REPRESSIS CONCILIATIS GENTIBUS  
OMNIBUS PER ANNALI BELLO CONJURATIS  
TERRA MARIQUE PARTA 1715

# (Co)Produire des contenus expérientiels

## PHOTOS

Pour illustrer l'ensemble de nos productions, les photos occupent une place primordiale : émotions, paysages, expériences à vivre... Une fabrication à la fois en interne et en partenariat.

### Production partenariale :

- 13,5 jours de reportages organisés avec 4 photographes professionnels.
- 8 destinations mobilisées : Archipel de Thau, Avant-Monts, Minervois Caroux, Grand Orb, Cœur d'Hérault, La Domitienne, Grand Pic St Loup, Montpellier.
- 1 500 nouveaux clichés viennent enrichir notre photothèque partagée déjà riche de 6 296 photos et vidéos classées par thématiques, destinations, saisons et profils de clientèles.

### Production 100% maison

- **Les reportages internes** : Le groupe Médias d'Hérault Tourisme a lancé des reportages internes afin d'optimiser les compétences de chacun et de créer une dynamique autour des photos de notre territoire. Par exemple, à l'automne, le groupe Médias et quelques collaborateurs, sont partis une journée sur la route de la première oenovélo pour répondre aux besoins de photos. Bilan : 740 photos produites par 7 photographes mettant en scène plusieurs personas.
- **Achat de photos** : Hérault Tourisme collabore avec des photographes pour enrichir sa base de données photos haute qualité. Les droits d'utilisation de 16 photographies ont été renouvelés pour l'année 2023 auprès de plusieurs photographes : Henri Comte, Olivier Maynard, Régis Domergue, Jean-Marc Lallemand, Didier Cavailhès, Rimondi, Sam Bié. Toutes ces photos sont sur le site et utilisables sur tout support de communication numérique.



## WEB RÉDACTION

Axés sous l'angle de la connivence avec l'internaute, les contenus web produisent des conseils, des recommandations, des bons plans... Ces contenus produits en interne pour beaucoup, sont de plus en plus co-produits avec nos partenaires.

### PRODUCTION DE CONTENUS ÉDITORIAUX EN 2023



**15 pages internes** produites par les rédacteurs d'Hérault Tourisme.

**20 pages partenariales** produites par les OT (Archipel de Thau, Béziers Méditerranée, La Domitienne, Montpellier, Minervois au Caroux en Haut Languedoc, Destination Salagou – Le Clermontais), le Département, le Domaine d'O, les destinations Vignobles & Découvertes.

**90 pages existantes** mises à jour en interne et/ou avec l'appui des Offices de Tourisme.



## OPTIMISER LE SITE WEB POUR MAXIMISER L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR

- **Tests utilisateurs** : ils ont été effectués dans le courant de l'année avec des retours très positifs qui vont permettre d'optimiser encore davantage le site en 2024.
- **Optimisation SEO** : un travail d'optimisation a été engagé avec Semji, la nouvelle agence SEO d'Hérault Tourisme, pour améliorer les performances et donc la visibilité de la destination sur les moteurs de recherches.
- **Sensibilisation à l'IA** : elle a été initiée et va s'accroître en 2024 avec l'accompagnement d'Id-rezo
- **Évolution continue du site vers une expérience inclusive.**
  - > En 2023, l'agence Web d'Hérault Tourisme, Laetis a mandaté un prestataire pour auditer l'accessibilité du site herault-tourisme.com, partiellement conforme aux normes RGAA (60%). À la suite de cet audit, un plan d'actions a été mis en place afin d'optimiser davantage l'accessibilité du site.
  - > Sur le volet des contenus, la rubrique dédiée au Handi-tourisme est régulièrement enrichie et remise à jour. 22 pages créées et/ou mises à jour en 2023 : Section La mer ouverte à tous, Destination pour tous.

### LA RUBRIQUE HANDITOURISME A ÉTÉ REPÉRÉE...

**Par une journaliste du guide Michelin** rencontrée par notre attachée de presse, au bénéfice d'une publication dans le guide 2024.

**Et par l'ADT du Finistère** suite à une veille concurrentielle dans l'objectif de développer leur propre rubrique Handi.

### LE CHIFFRE



**2 623 461** visites sur le site Hérault Tourisme en 2023



## PRODUCTION ET DIFFUSION DE VIDÉOS

- **12 vidéos partenariales** co-réalisées avec les marques de la destination, Archipel de Thau, Montpellier Méditerranée, la Domitienne, Languedoc Cœur d'Hérault, Cap d'Agde Méditerranée, Avant-Monts. Ces vidéos mettent en scène nos profils type de clientèles (famille, groupe d'amis, couple...) et associent paysages et activités.
- **10 vidéos pour les campagnes de saison** : elles ont été produites en 2023 au format publicité de 30 secondes à partir des rushes issus des vidéos co-produites avec nos destinations partenaires. Ces vidéos sont déployées pour les campagnes de saison « Le vrai pays des sports divers », « Le printemps de tous les possibles »... Sur les supports tels que l'IPTV, TV segmentée, programmation vidéo, et réseaux sociaux.
- **4 vidéos « Mon Plaisir d'Hérault »** : ces productions expriment le coup de cœur d'un ambassadeur du territoire. La série comporte désormais 20 épisodes et continue de mailler le territoire.

### A RETENIR



**40** journées de tournage



**50** figurants



**1,5 Million** de vues



- **6 vidéos en mode reportage :**

- > 1 vidéo Escapade Nature Sans Voiture
- > 3 vidéos «5 minutes pour vous convaincre»
- > 1 vidéo Escapade de Plaisirs d'Hérault
- > 1 Carnets de Rando.

- **211 séquences de drone :**

De nombreux rushes ont été exploités et diffusés dans les émissions et journaux télévisés de TFI, France 2, France 3, France 5 et C8.

L'ensemble des vidéos réalisées en 2023 alimentent nos supports digitaux et ceux de nos partenaires et sont diffusées via nos canaux de diffusion : réseaux sociaux, e-mailings, expériences... A consulter sur [youtube.com/@PlaisirsdHerault/videos](https://youtube.com/@PlaisirsdHerault/videos).

## CRÉATIONS DE PODCASTS

**Production de 8 podcasts sur le thème de l'œnotourisme.** Nos 6 destinations labellisées « Vignobles et Découvertes » nous ont assisté pour réaliser leur podcast sous un angle « œno et loisirs nature, culture & patrimoine ou grands sites ».

Ces premières réalisations ont été diffusées pendant plus de 6 mois sur le site web du magazine « Terre de Vins ».

## E-BOOKS

Création de 2 e-books rando (printemps et automne).

Ce format permet de répondre à toutes les demandes en lien avec la rando (de la balade familiale du dimanche, aux sentiers engagés pour les plus sportifs). Présentation de 3 coups de cœur par type de demande, puis lien générique.

Ces 2 e-book ont été diffusés via des campagnes sur les réseaux sociaux et des articles dans nos e-news.

Le bilan très positif démontre la pertinence de ce support auprès du grand public :

- 61 000 ouvertures.
- 435 000 pages vues (7,2 pages consultées par ouverture sachant que l'e-book en fait 9).
- 14 469 clics vers les circuits référencés sur notre site web.



# COMMUNICATION ET MARKETING

DIFFUSER  
L'OFFRE : UNE  
STRATÉGIE AXÉE  
SUR LE DIGITAL



# Diffuser l'offre : une stratégie axée sur le digital

## UNE FORTE PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

### Objectifs :

- Générer un maximum de trafic sur les différentes pages d'Herault-tourisme.com. La grande variété de contenus éditoriaux expérientiels, de type « bons plans » ou même pédagogiques nous a permis de procéder à des publications ciblées et précises.
- Développer la notoriété de la destination, via les formats vidéo (YouTube, Facebook, Instagram).



### YOUTUBE

#### CHAÎNE « PLAISIRS D'HÉRAULT »

valorise les découvertes, les activités et les professionnels. Elle est alimentée régulièrement par les vidéos réalisées avec nos destinations partenaires, ou par nos différentes réalisations internes. Dans la continuité du dispositif initié fin 2022, une trentaine de campagnes sponsorisées ont été diffusées en 2023.

**250 000** vues en 2023 (+42%)

**3 600** abonnés (+26%)



### FACEBOOK

**11 millions** de personnes touchées.

**839 000** personnes réactives.

**8,5%** de taux d'engagement.

**116 000 abonnés**

(+10% par rapport à 2022)



### INSTAGRAM

toucher une cible plus jeune, avide de découvertes et d'activités, notamment loisirs nature.

**29 222** abonnés (+4,5%)

**25/44 ans** = 48% de l'audience

**63%** de l'audience est féminine



## DES CAMPAGNES SPONSORISÉES

Les performances des campagnes YouTube confortent les investissements et le lancement du dispositif initié fin 2022. Toutes les vidéos partenariales bénéficient d'un budget de campagne. Ce dispositif a également permis d'acquérir 1 000 nouveaux abonnés à la chaîne Youtube « Plaisirs d'Hérault ». L'ensemble des actions partenariales (Facebook, Instagram) a permis de fédérer 13 destinations partenaires.

### LES CHIFFRES



**33 000 €** de budget investi, dont 14.000€ en partenariat



**274** campagnes réalisées (+5%) dont 100 réalisées pour le compte des partenaires.



**16,6 millions** de personnes touchées, ciblées selon leurs centres d'intérêts, secteurs géographiques, âges...



**1,4 millions** de personnes réactives (+100%)



**331 000** clics et **1,12 Million** de vidéos vues





## DES CAMPAGNES WEB-MARKETING

Assurer une excellente visibilité pour les destinations et acquérir de nouveaux prospects qualifiés.

- **Bassin de Vie** : Création d'une plate-forme dédiée aux destinations partenaires qui décline à l'année une centaine d'activités : 400 000 visites sur les 80 pages de la plate-forme,
- **France** : Dispositif similaire, avec 6 destinations partenaires qui mettent en avant une douzaine de séjours à gagner. Cette plate-forme, mise à jour 2 fois par an, a généré 220 000 visites.

## PRODUCTION D'E-NEWS

Nous travaillons désormais sur la stabilisation de notre base clients de 50 à 60 000 prospects qualifiés en privilégiant la qualité des contenus et en sollicitant les méga-bases d'agences spécialisées pour garantir un volume de destinataires conséquent.

- 65 e-news produites dont 47 dédiées aux destinations.
- 9,15 M de destinataires (7 M en 2022).
- 1,758 M d'ouvertures (1,7 M en 2022).
- 188 467 clics générés sur les contenus (200k en 2022)

Des résultats très similaires à ceux de l'année 2022 qui demeurent au-dessus des moyennes constatées dans le secteur du Tourisme. A noter, une augmentation des performances des campagnes dédiées à notre fichier Bassin de Vie et des résultats en légère baisse pour les campagnes France.

- News « Bassin de Vie » : 38 e-news (567k ouvertures, 80k clics).
- News France : 27 e-news (1,2 M ouvertures, 100k clics).



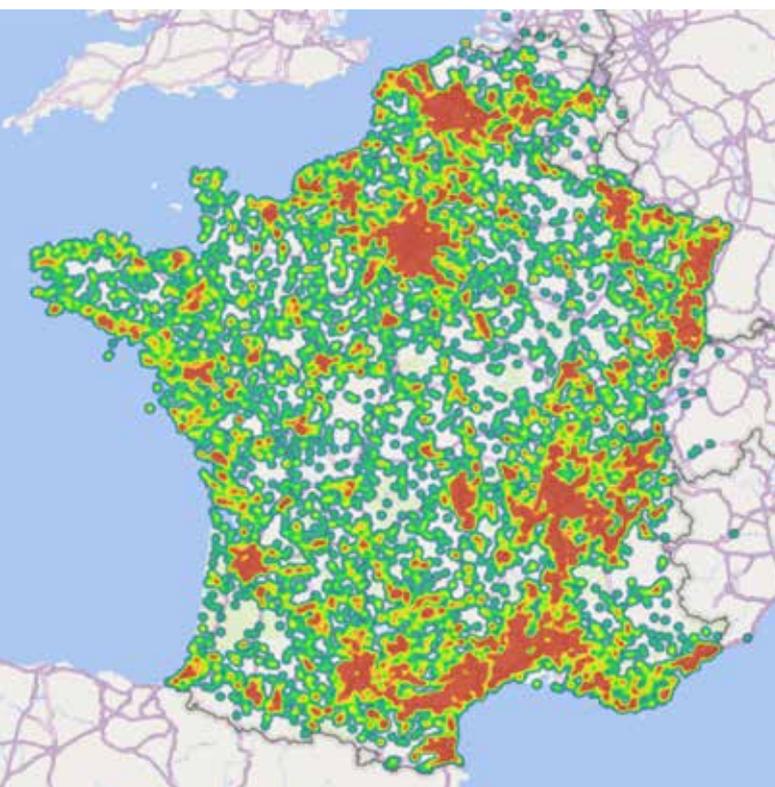
## DES SALONS THÉMATIQUES ET OPÉRATIONS DE PROMOTION DE PROXIMITÉ

### • Salon du Randonneur de Lyon

4 destinations partenaires, 15 000 visiteurs qualifiés. Un rendez-vous incontournable auprès de notre clientèle lyonnaise.

### • Conférence de presse Bruxelles

Une vingtaine de journalistes et influenceurs belges ont répondu à notre invitation pour (re)découvrir notre destination, sous l'angle de la culture et de l'art de vivre.



### Géolocalisation des clics sur les e-news adressées en 2023

Volume de clics décroissant du rouge au vert

## RÉPONDRE AUX ENJEUX DE DÉSAISONNALISATION AVEC DES CAMPAGNES À FORT IMPACT

### L'Hérault toute l'Année

Lancées fin 2022 avec «Vos jardins d'hiver» et reconduites en 2023 avec «L'Hérault, le vrai pays des sports divers», ces campagnes ont pour objectif de désaisonnaliser la destination via des canaux de communication innovants tels que la TV segmentée, IPTV, programmation vidéo, et de tester des réseaux sociaux ciblés vers les jeunes (TikTok), et des niches qualitatives (Pinterest). L'expertise en gestion de la relation client (GRC) et une présence active sur



les réseaux sociaux traditionnels viennent compléter le dispositif.

### LES OBJECTIFS

Cette stratégie est portée par le Schéma de Développement Touristique Durable et Responsable 2022/2028, et vise à faire évoluer l'image de l'Hérault en tant que destination ouverte à l'année et attractive dans les domaines des loisirs, de la culture, et du patrimoine.

### PLAN D'ACTION

- La production de 4 vidéos de 30 secondes pour IPTV et vidéo programmatique.
- La création de 12 mini-films de 15 secondes pour TikTok et les stories.
- Développement d'une page dédiée «Que faire en hiver ?» sur le site d'Hérault Tourisme, regroupant une trentaine de contenus expérientiels ou reportages.

**Des résultats très positifs tant d'un point de vue quantitatif que qualitatif :**

**+ 4,6 M de vues pour les vidéos.**

**+ 186 000 clics générés sur l'ensemble des contenus.**

## ACHAT D'ESPACE MÉDIA

### CAMPAGNES RADIO

Production et diffusion de 42 spots radio pour valoriser nos destinations partenaires.

**38 semaines d'antenne soit 782 spots diffusés** de

mars à octobre (56 semaines, 1,2k spots en 2022).

- Bassin local : RFM et Europe 2, France Bleu Hérault et RTS
- Bassin toulousain : Toulouse FM.
- Bassin lyonnais : RFM et Europe 2.



### CAMPAGNE « LE BONCOIN »

Une plateforme efficace pour atteindre notre public cible : 2 mois de présence sur les pages dédiées aux vacances du site Le Bon Coin qui ont généré 6 M d'impressions et redirigé 5 000 visiteurs vers les sites de nos partenaires. .

### PUBLI-RÉDACTIONNELS

**Magazine Balades : 140 000 exemplaires**

Edition novembre 2023 : 6 pages de publi-rédactionnel dédiées aux plus belles randonnées de l'Hérault.

**Magazine Géo : 70 000 exemplaires**

Edition décembre 2023: 6 pages dédiées à des idées week-ends à Montpellier, Archipel de Thau, Béziers, focus sur le Géoparc Terre d'Hérault et le Musée de Lodève dans la cadre de la campagne « L'Hérault, le vrai pays des sports divers ».



# MARKETING DE LA DESTINATION

INCARNER LA  
DESTINATION :  
PROCHE DE LA  
PRESSE ET DES  
INFLUENCEURS





# Proche de la Presse et des influenceurs

En 2023, l'Hérault a profité d'une excellente visibilité médiatique grâce à une série de reportages à la télévision, d'articles positifs dans la presse française et internationale, ainsi qu'une communication efficace sur le web. Cette réussite découle d'une stratégie collaborative, avec envoi d'informations et réalisation de voyages de presse et blogtrips en synergie avec les OT, le CRTLO, les professionnels et autres acteurs du secteur touristique de l'Hérault. En 2023, plus que jamais, il a été question de réorienter le propos vers une communication davantage ciblée hors saison, au bénéfice de sites moins sensibles et dans une approche plus raisonnée...

## L'HÉRAULT, VU À LA TV

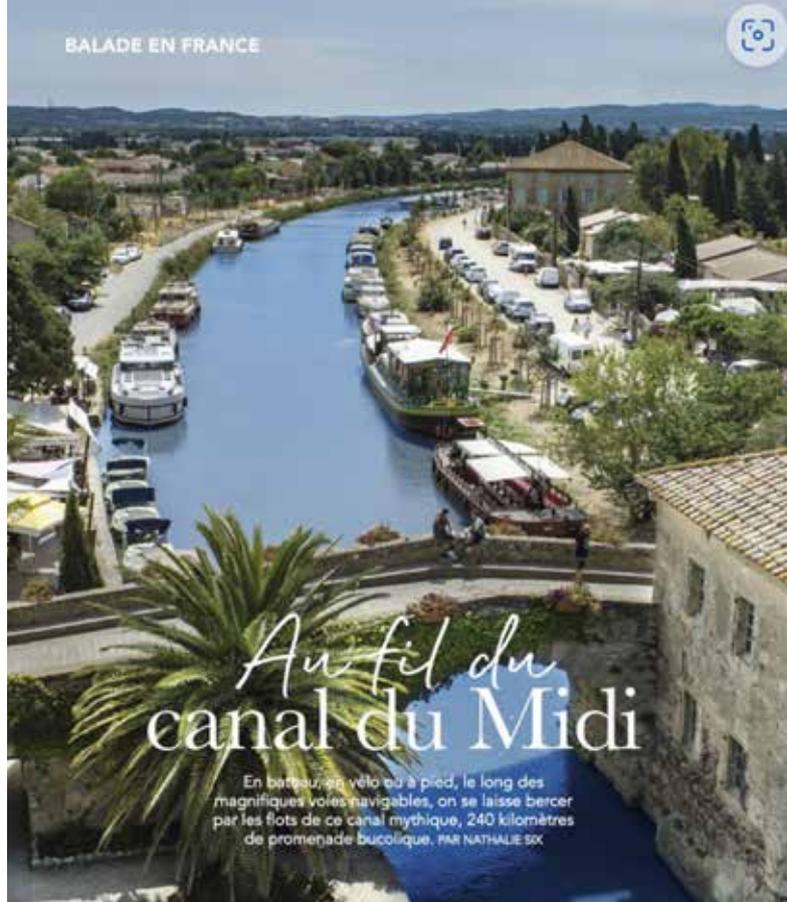
JT de TF1, France 2 et France 3, l'émission William à Midi sur C8, les 100 lieux qu'il faut voir et Echappées Belles sur France 5, Météo à la Carte sur France 3...

Autant d'émissions qui ont montré l'Hérault sous ses nombreuses facettes.

## LE SLOWTOURISME A TOUJOURS LE VENT EN POUPE !

Reportages autour de la randonnée, itinérance à vélo, croisières fluviales ou encore voyage en train... Journalistes et influenceurs ont été cette année, plus que jamais, au rendez vous.

- Plein feu sur le GR de Pays entre 2 lacs Avène-Salagou dans l'émission **William à Midi** sur C8 et dans le **JT de France 3**.
- A pieds ou à vélo, de beaux zooms sur le Haut-



Languedoc, le Minervois et les Grands Sites du Salagou/Mourèze et Cirque de Navacelles réalisés pour le magazine GB **France Today**.

- 6 pages consacrées à l'étape entre St Maurice de Navacelles et St Guilhem le Désert du Chemin de St Guilhem dans le magazine **Détours en France**.
- Coup de projecteur sur notre mythique voie d'Arles vers St Jacques de Compostelle dans l'émission les **100 Lieux qu'il faut voir** sur France 5.
- La voie verte PassaPaïs mise en lumière dans le **JT de France 2** et dans une sélection de 5 véloroutes en France dans **l'Epoque, le supplément du Monde**.
- La Viarhõna à Vélo a fait l'objet d'une émission d'**Echappées Belles**.
- La nouvelle voie verte entre Ganges et Sumène et les Cévennes mis en lumière dans **jolieslueurs.com**.
- Le canal du Midi mis à l'honneur dans **Wandel**, le magazine néerlandais spécialisé « rando », en version fluviale dans le magazine belge **Deuzio**, comme fil conducteur dans 6 pages du magazine **Avantages** et sur les réseaux sociaux des influenceurs espagnols **sincoordenadas.com**.
- Le canal du Rhône à Sète valorisé dans le magazine **Détours en France**, expérimenté par 6 journalistes allemands ou encore par **Fish TV**, une émission TV Canadienne.
- Les citytrip en train, portés par la campagne railtour du CRTLO, ont séduit la presse étrangère (Espagne, Suède, Allemagne)





## GASTRONOMIE ET ŒNOTOURISME, DES INCONTOURNABLES...

L'art de vivre à la française est sans nul doute un pilier du tourisme national. Et l'Hérault a de quoi susciter l'intérêt, avec ses paysans de la mer et de la terre, ses artisans vignerons, ses chefs de renom qui affectionnent le circuit-court... Journalistes et influenceurs ne s'y trompent pas et sont toujours friands d'aller à la rencontre de celles et ceux qui cultivent et animent notre terroir.

- Le magazine **Saveurs** a consacré 2 reportages côté Archipel de Thau et côté Cévennes, Larzac et Gorges de l'Hérault.
- Le critique gastronomique **Gilles Pudlowski** a enrichi sa liste de savoureuses adresses Héraultaises, notamment montpelliéraines.
- Le magazine belge **Deuzio** a dédié un article sur le restaurant la Table Castigno à Assignan et les visites à faire alentours.
- La journaliste anglaise Anthea Gerry a effectué plusieurs sujets autour de l'œnotourisme et la gastronomie à Marseillan et Montpellier pour les sites américains **viemagazine.com** et GB **tripreporter.co.uk**.
- Pour France 3, **Météo à la Carte** a complété ses reportages d'adresses gourmandes et artisans de talents.
- Le **JT de TFI** a mis des coups de projecteur sur la conchyliculture, la criée du Grau d'Agde ou encore l'œnotourisme du côté du Minervois et du St Chinianais.
- Le journal **Le Monde** a valorisé le concept des œnorandos de l'Hérault.
- Des produits de l'étang et de la mer ont fait l'objet d'un reportage pour le magazine **Rustica**.
- Les blogueuses Laure de **copinesdebonsplans.fr**, Mathilde de **staytunedforlife.com** et Gaëlle de **mademoisellebonsplans.fr** ont découvert de belles adresses gourmandes et viticoles du côté de Saint-Chinian et du canal du Midi.
- Les vins du minervois et de Saint-Jean-du-Minervois ont quant à eux séduit le journaliste du magazine GB **France Today**.

## LE LITTORAL S'ABORDE SOUS L'ANGLE DES ESPACES NATURELS PROTÉGÉS, DE L'ARCHITECTURE SINGULIÈRE ET L'AMBIANCE CHALEUREUSE DE NOS STATIONS TOURISTIQUES ET VILLES PORTUAIRES

Que ce soit dans le magazine **Détours en France**, pour le magazine le **Monde du Plein Air**, avec les blogueuses Adeline de **voyagesetc.fr** ou Laure de **copinesdebonsplans.fr**, pour le **JT de TFI**, pour **Version Femina**... La luminosité de nos lagunes peuplées de flamants roses et autres oiseaux migrateur... L'atmosphère vivante et chaleureuse de nos pépites du bord de mer... Les activités sportives ou contemplatives... séduisent sans conteste.

## ACTUALISATION DE GUIDES, UNE ANNÉE RICHE

Guide du Routard Cévennes Hérault, guide Michelin Languedoc Roussillon, nouveau guide Michelin accessible, nouveau guide sur le tourisme Durable pour le Lonely Planet, guide allemand des éditions Michaël Müller Verlag.

Les grands guides ont envoyé leurs correspondants sillonner l'Hérault pour réactualiser leurs éditions ou en créer de nouvelles. Des mises à jour qu'ils ont souhaité axer davantage sur le durable pour s'adapter à la tendance.



## VOYAGES DE PRESSE ET BLOGTRIPS



**46** accueils presse et blogtrips



**37** voyages de presse  
16 étrangers et 21 français



**9** blogtrips 3 étrangers et 6 français



**57** journalistes et 15 blogueurs accueillis

## RETOMBÉES PRESSE



**21** articles papier



**22** articles web



**17** émissions TV



Crédits photo: ©Hérault Tourisme - Régis Domergue, Sam Bié, Françoise Collet-Jeanjean, E. Brendle, Didier Cavailhes, Olivier Octobre, Henri Comte, Olivier Diaz de Zarate, Xavier Quantien, Claude Blaho Ponce, Anthony Allies, M. Delerue, DR



## HÉRAULT TOURISME, AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Maison du Tourisme, Avenue des Moulins,  
34184 Montpellier Cedex 4  
Tél.: +33 (0)4 67 67 71 71  
herault-tourisme.com • adt-herault.fr



@HeraultTourismePro



HeraultTourisme

Réalisation **esope** - Crédit photo couverture: ©Hérault Tourisme - Régis Domergue  
Impression Cocoon Silk - Papier couché 100% recyclé - certifié FSC® Recycled - Encre végétale

