

ÉDITION HÉRAULT TOURISME

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2024



À vos côtés!



Éditorial



MICHELLE CASSAR
Présidente d'Hérault Tourisme
Conseillère départementale

Je veux commencer par dire merci. Merci de la confiance que nos partenaires, Offices de tourisme et autres acteurs de ce noble sujet qu'est le tourisme, nous accordent années après années. Les coopérations restent actives et se déploient sur de nombreux thèmes qu'il s'agisse de développement ou de marketing.

Mais les temps sont difficiles... pour tous. Dans ce contexte de contraintes multiples, Hérault Tourisme a mobilisé toutes sa ressource humaine, toute son ingénierie, toute son expertise, tous ses partenaires, pour répondre au mieux à l'accomplissement des actions du Schéma de Développement pour un Tourisme Durable et Responsable voté par l'assemblée départementale il y a 2 ans.

Aussi, je ne peux que me réjouir d'avoir pu évaluer combien Hérault Tourisme est actif sur nos territoires, dans une proximité que je vois comme irremplaçable et que je constate appréciée. C'est le maillon proche et c'est ainsi que je le vois quand il s'agit de partager une vision, de stimuler tel label auprès de professionnels, de structurer une expérience, d'en communiquer le récit, d'évaluer une fréquentation...

Dans cette mission, je veux saluer aussi la qualité des relations et des échanges avec l'administration du Département, particulièrement la direction du tourisme, la direction des sports, la direction de la communication. Un collectif et une synergie de pilotage et d'actions particulièrement efficaces.

Enfin, que dire aujourd'hui, le monde a besoin de paix et le tourisme - le voyage, la vacance, l'expérience de l'autre, d'un ailleurs, d'une découverte - en est un vecteur puissant. Ceux qui œuvrent à cette ouverture-là méritent notre respect.

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.



ORIENTE
les projets dans leurs choix stratégiques (territoires, entreprises...) et réalise des expertises et études ciblées.



ACCOMPAGNE
les professionnels et les offices de tourisme (information, qualité, transition durable et numérique...).



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



MESURE
les résultats de l'économie touristique.

Schéma pour un tourisme durable et responsable



Sommaire

EDITO	2
SOMMAIRE	3
2024 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
• Transition durable • Démarches qualité et accessibilité • Transition digitale des entreprises • Accompagner le réseau des Offices de Tourisme	
STRUCTURER ET DYNAMISER L'OFFRE TERRITORIALE ET THÉMATIQUE	25
• Projets stratégiques et coordination aux différentes échelles territoriales • Tourisme de Nature • Espaces protégés • Mobilités décarbonées, Itinérances cyclables et CEnotourisme • Pour un tourisme inclusif et solidaire	

Communication et marketing

SCÉNARISER LA DESTINATION	38
• Stratégie et comités éditoriaux : les grands récits 2024	
(CO)PRODUIRE DES CONTENUS EXPÉRIENTIELS ET LES DIFFUSER	41
• Co-productions partenariales • Diffusion des contenus	
INCARNER LA DESTINATION	51
• Proche de la Presse et des influenceurs	
COMMUNICATION CORPORATE : RESTEZ INFORMÉS !	53

2024 en un clin d'œil

Actions, projets et moments forts ! Ils ont marqué l'année 2024



- **Le site herault-tourisme.com a enregistré 3 137 716 visites.**

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



- **Nos vidéos comptabilisent 3 095 802 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 610 000 clics.**

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



- **Notre expertise sur la diffusion numérique des itinéraires est valorisée au plan national** : 550 itinéraires diffusés, des partenariats innovants avec les plateformes spécialisées, **près de 1,3 million de fiches itinéraires vues** sur l'ensemble de nos diffusions : le Pôle Ressource National Sport de Nature a choisi l'Hérault pour sa Journée Technique 2024 consacrée au numérique dans les sports de nature.



- **Valorisation des offres vertueuses sur les sites webs de la destination** : 1453

prestataires touristiques ont saisi les critères correspondant à leurs engagements durables dans la base de données Tourinsoft.



- **Les 10 ans de Flux Vision** ont mis en lumière notre forte implication en faveur du développement et du déploiement de cet outil auprès de nos partenaires : aujourd'hui plus de 45 zones sont suivies par l'Observatoire d'Hérault Tourisme.



- **Progression continue de l'intérêt des professionnels pour la transition durable et les mobilités douces** : 25 nouvelles candidatures Clef Verte génèrent un total de **78 lauréats**, soit +30% par rapport à 2023. Accueil Vélo passe le cap des **300 labellisés** en 2024.



- **Un réseau d'Offices de Tourisme résolument engagés** dans la qualité de service, dans l'accessibilité de tous les publics et en faveur de la transition durable de leur territoire, et qui a commencé à travailler dès 2024 à la future labellisation Destination d'Excellence.



- **Appui aux projets départementaux**

- Lancement de la 1^{ère} boucle CEnovélo
- Contribution au projet de candidature UNESCO du Géoparc Terres d'Hérault et co-construction de la rubrique Géoparc sur herault-tourisme.com
- Contribution au lancement du Conchylitour de l'Hérault
- Tourisme social et solidaire : signature de deux conventions de partenariat avec VACAF et ANCV, et édition du guide «Pour le départ en vacances et l'accès aux loisirs pour tous» à l'attention des travailleurs sociaux (sortie en 2025).



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 2024, nous avons fait le bilan de notre politique RSE dans l'optique de la faire évoluer en 2025.



LA PREUVE PAR L'ACTION...

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

Gestion des déchets et consommation responsable

- 6 types de déchets triés
- 156 Kg de biodéchets collectés
- Actions récurrentes : Noël plus responsable, prime à l'achat de téléphones reconditionnés.

Numérique responsable

- Diffusion du Guide pratique de l'usage responsable du numérique
- Formation du personnel sur le numérique responsable
- Calcul de l'éco-index Green IT pour le site grand public

Mobilités douces

- Atelier réparation vélo
- Centre de ressources sur l'écomobilité à destination des collaborateurs
- Ambassadeurs vélo et véhicules électriques
- Actions récurrentes : kit réparation vélo, remboursement à 100% des abonnements de transport en commun.

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

- 8 temps collectifs proposés de juin à décembre sur des thématiques variées : sport, ergonomie au travail, atelier créatif, jeux... en faisant appel, en majorité, aux talents internes
- Semaine de la QVCT : 4 activités avec 15 participants en moyenne pour chaque activité.

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

- Mise à jour du diagnostic RSE et sensibilisation aux risques climatiques
- 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.



Ressources Humaines : un levier stratégique dans un contexte d'optimisation

La gestion des Ressources Humaines en 2024 s'est inscrite dans une logique d'optimisation, alliant stabilité des effectifs, développement des compétences et amélioration du bien-être au travail. Les efforts ont visé à maintenir la performance organisationnelle tout en soutenant la transition numérique et en renforçant le dialogue social.

GESTION DE L'EMPLOI ET OPTIMISATION DES RESSOURCES

Dans un contexte de restrictions budgétaires, nous avons poursuivi nos efforts pour optimiser la gestion des Ressources Humaines. L'effectif global en équivalent temps plein est resté stable, en cohérence avec notre stratégie de pérennisation. Le recours au télétravail et aux dispositifs existants a contribué à une meilleure articulation vie professionnelle / vie personnelle, tout en limitant les coûts logistiques et en préservant la santé des collaborateurs.

PERENNISATION DE LA NOUVELLE ORGANISATION

En 2024, l'objectif principal est resté la consolidation de la nouvelle organisation matricielle initiée en 2023. Ce modèle favorise **la transversalité et le travail en mode projet**. Les équipes se sont mobilisées pour fluidifier les processus de coordination, notamment à travers les conseils stratégiques et comités opérationnels. Cette dynamique collective a permis de maintenir un haut niveau d'efficacité malgré un contexte budgétaire contraint.

FORMATION ET DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES

En 2024, nous avons concentré nos efforts sur la montée en compétences autour de **l'intelligence artificielle**, enjeu majeur pour accompagner notre transition numérique. Un programme complet de formation a été déployé, combinant des modules d'initiation pour sensibiliser l'ensemble des équipes aux usages de l'IA, et des sessions de perfectionnement, axées sur des applications concrètes telles que la **rédaction web et le traitement des photos**. Ces formations ont permis aux collaborateurs de développer de nouvelles expertises, directement mobilisables dans leurs projets quotidiens, renforçant ainsi l'agilité et la réactivité de l'organisation.

DIALOGUE SOCIAL ET QUALITE DE VIE AU TRAVAIL

L'année 2024 a été marquée par le renforcement du dialogue social, avec l'installation de nouveaux membres élus au sein du Comité Social et Économique en début d'année. Un lien de qualité a été noué avec cette nouvelle équipe, favorisant un climat de confiance et de collaboration, essentiel pour assurer la continuité des projets en cours. Parmi les actions structurantes engagées, nous avons préparé la mise en place d'une enquête sur les risques psychosociaux (RPS), prévue pour 2025, afin d'affiner notre stratégie de prévention et d'amélioration des conditions de travail.

OBJECTIF D.U.E.R !

Par ailleurs, nous avons entrepris un travail approfondi de mise à jour du Document Unique d'Évaluation des Risques (DUE), en intégrant de nouvelles perspectives issues des échanges réguliers avec les représentants du personnel. Ce processus vise à renforcer notre démarche proactive en matière de **santé, sécurité et bien-être au travail**. Enfin, le télétravail, toujours partie intégrante de notre organisation, continue de jouer un rôle clé dans l'amélioration de la qualité de vie au travail, en permettant flexibilité et équilibre entre vie professionnelle et personnelle.

EFFECTIFS PERMANENTS FIN 2024

32

salariés

3

salariés MAD

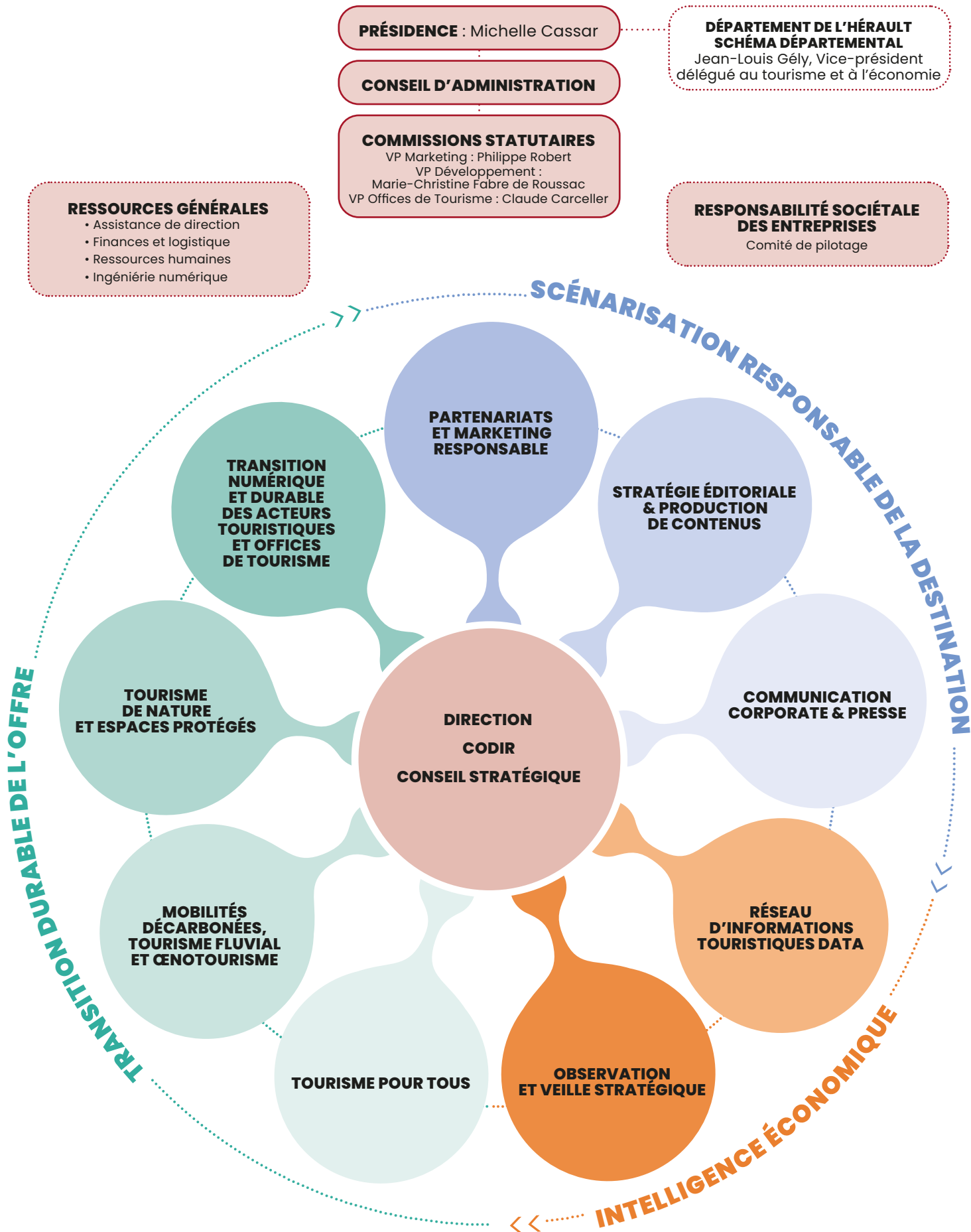
32,70

Total en ETP (CDI + MAD)

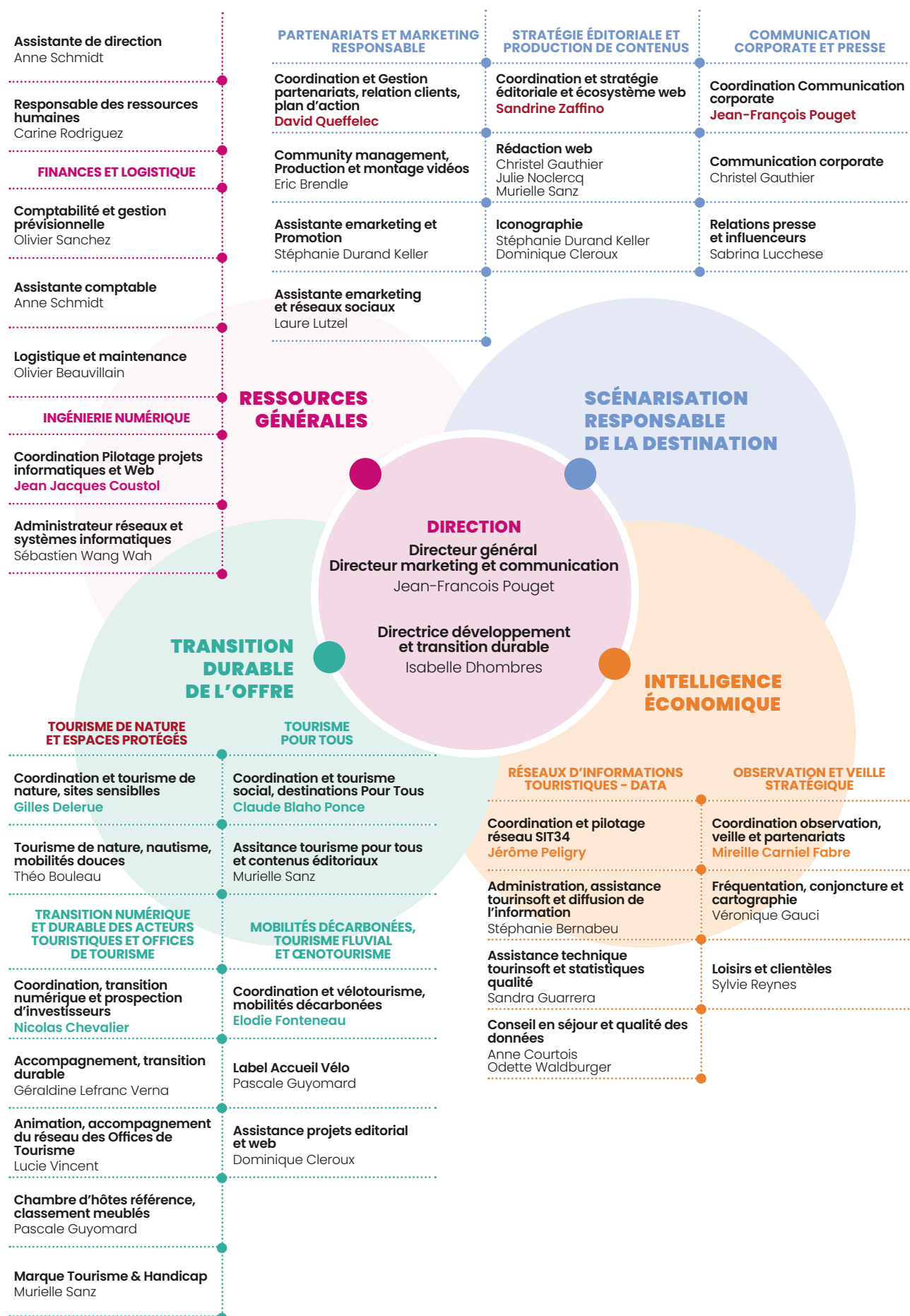
513,50

Heures de formation dispensées

Schéma d'organisation



Organigramme opérationnel



Le budget, les recettes, les dépenses

Le **BUDGET** total d'Hérault Tourisme pour l'année 2023 s'élève à **3 782 687 €**.

RECETTES : la subvention du Conseil Départemental représente **3 330 000 €**,
et les contributions des partenaires **382 599 €**.

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

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



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.
- Analyses marketing d'origine des clientèles pour les différents **marchés français et étrangers**.
- Analyses **territoriales** et réalisation de baromètres mensuels.
- Analyse de la **saisonnalité** par marchés.
- **Accompagnement** et formation des partenaires à l'utilisation de l'outil de traitement des données Visit Data.
- Intégration de la livraison continue **des données journalières** et mise à disposition des partenaires de nouveaux tableaux de bord.
- Obtention d'un cofinancement de la DREAL pour la mise en place du suivi de la **fréquentation dans les Grands Sites Héraultais** avec le dispositif Flux Vision et formation des gestionnaires à l'utilisation des données.
- Suivi de l'évolution pluriannuelle de la fréquentation du département et de ses destinations depuis 2019.

LOCATIF EN PLATEFORME

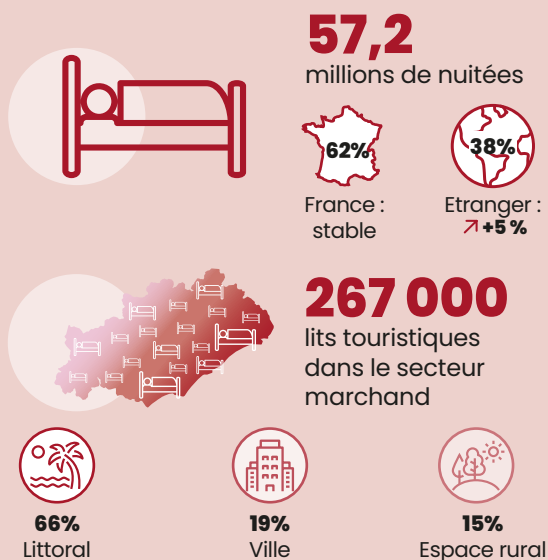
- Adhésion à la nouvelle plateforme **LightHouse** pour le traitement des données du locatif commercialisé via les plateformes en ligne.
- Création de comptes pour les partenaires d'Hérault Tourisme, **formation** à l'utilisation de l'outil et **accompagnement** pour l'analyse des données territoriales.
- Analyse de l'offre départementale et **cartographie** à l'échelle des communes et des destinations héraultaises.
- Analyse des **données de réservation** pour une approche prédictive.

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.
- Suivi de l'**offre labellisée**.
- Réalisation d'une **étude de l'offre et la fréquentation** en hébergements 2019/2022, à la demande du Conseil Départemental.

L'ANNÉE TOURISTIQUE 2024

2024 a été une belle année touristique pour la destination Hérault, avec **57,2 millions** de nuitées totales, marchandes et non marchandes. La fréquentation a été marquée par une progression des clientèles internationales et une hausse des nuitées réalisées en hors saison.



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, le Réseau Occigène.
- Intégration de **3 nouveaux partenaires** sur ce dispositif d'enquête mutualisée, l'OT Sud Cévennes, l'OT La Domitienne, l'OT Grand Pic St Loup.
- Publication de **baromètres mensuels** de conjoncture estivale et valorisation des résultats sur le site pro d'Hérault Tourisme.
- Réponse aux sollicitations des média (Midi Libre, France Bleu, la Gazette, ...).



350
Hébergeurs



190
Commerces et services



225
Prestataires de loisirs



154
Restaurants



31
Points d'information touristique



OBSERVATION DES CLIENTÈLES

- Participation au groupe de travail régional pour l'analyse de la **fréquentation du Canal du Midi**.
- Analyse thématique des données de l'enquête « **Comportement et satisfaction des clientèles françaises** » dédiée à la **clientèle venue en train**.

ENQUÊTE LOISIRS

- Interrogation de **826 professionnels** dans le secteur des loisirs et de l'événementiel, 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.



272
Caveaux



65
Musées



21
Lieux de dégustation



225
Festivals et manifestations



55
Activités nautiques



16
Prestataires vélo



121
Sites de loisirs



36
Loisirs nature



15
Tourisme fluvial



INDICATEURS DE TOURISME RESPONSABLE

- Mise en place d'un tableau de bord 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 les opérateurs de **tourisme social** CAF et ANCV pour un partage de données.
- Analyse des données « **offre durable non labellisée** » dans le cadre du groupe de travail dédié.

COMMUNICATION, ANIMATION, RÉSEAU

- Animation du **Club des Observateurs** : réunion annuelle et réunions thématiques avec les partenaires (Offices de Tourisme, Pays, EPCI, ...).
- 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.
- **Diffusion** de post FB et LinkedIn pour la valorisation de données d'observation.
- **Partage de données** sur les marchés internationaux avec l'aéroport de Montpellier.
- Participation active au **réseau régional d'observation** coordonné par le CTRL, ainsi qu'au réseau national animé par ADN Tourisme.
- Participation au groupe de réflexion mis en place par Atout France pour la réalisation d'un **Mémento National du Tourisme**.

PUBLICATION

Publication de l'édition 2024 des « Chiffres clés du Tourisme et des Loisirs en Hérault », avec un zoom sur l'Hérault, destination durable et solidaire.



ZOOM SUR...

LES 10 ANS DE FLUX VISION

C'est en 2014 que s'est mis en place le **groupe de travail national composé d'Orange, ADN et de 4 ADT**, dont Hérault Tourisme. L'objectif était de développer une méthodologie qui permette de répondre aux besoins du secteur touristique, à partir de l'opportunité qu'offraient **les données de téléphonie mobile**.

Une aventure passionnante, qui demanda de longues heures de réflexion et d'échanges, mais aussi de doute et parfois même de frustration, mais qui a permis aux destinations touristiques françaises, de disposer enfin d'un outil qui permette d'évaluer le volume de touristes et d'excursionnistes, français comme étrangers présents sur leur territoire, quel que soit leur mode d'hébergement ou de transport.

Aujourd'hui **Flux Vision Tourisme** s'est imposé comme un pilier de l'observation du tourisme en France, et 66 ADT ont souscrit au dispositif.

En Hérault, ce sont plus de **45 zones** qui sont suivies par l'Observatoire d'Hérault Tourisme, qui a accompagné 17 partenaires pour l'exploitation de l'outil à leur échelle territoriale.

En avril 2024, Orange a souhaité fêter cet évènement et la **Revue Espaces Tourisme et Loisirs** a publié à cette occasion un hors-série dédié !





RÉSEAU SIT34 : PARTAGER LA DATA

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

Le Réseau SIT 34 (Système d'Information Touristique) fait coopérer des acteurs institutionnels du tourisme pour gérer de façon mutualisée l'ensemble des données descriptives de l'offre touristique et de loisirs : il recense et distribue gratuitement ces contenus sur les sites web des destinations, en France et au-delà pour faire levier sur l'économie.

DE NOUVEAUX CONTENUS SUR LA PLATEFORME PARTAGÉE « TOURINSOFT »

- **Données « mobilité »** : l'intégration de la distance et de la durée de trajet pour se rendre dans un hébergement, un restaurant, un lieu de loisirs, un événement, un site culturel ou naturel, ou au départ d'un itinéraire depuis la gare la plus proche ou depuis l'arrêt de bus le plus proche, informe la clientèle des **possibilités de transport bas carbone** pour venir et se déplacer dans l'Hérault pour ses loisirs et ses vacances (cf. zoom).
- **Labels et certifications durables** : 37 labels et certifications durables ont fait l'objet d'une recherche de sources de données, d'une collecte de logo et des offres labellisées/certifiées. Leur intégration est prévue en 2025.
- **Valorisation des prestataires touristiques engagés pour un tourisme responsable** : les prestataires touristiques sont évalués selon un barème composé de 3 niveaux calculés automatiquement en fonction de leurs engagements pour un tourisme durable qu'ils ont eux-mêmes saisis sur l'extranet VIT parmi une cinquantaine de critères

➔ L'extranet VIT



ZOOM SUR...

L'INTÉGRATION DES DONNÉES MOBILITÉ

Ces données sont récupérées automatiquement grâce à une connexion du système d'information touristique **Tourinsoft** au hub d'information touristique régional qui intègre lui-même la source régionale **Lio Train/Lio Bus**, garantissant ainsi la fiabilité des informations.

Pour chaque offre, sont présentes :

- La distance et la durée depuis la gare ou l'arrêt de bus le plus proche (à pied, en vélo, en vélo électrique, en voiture),
- La desserte et un lien vers tous les horaires de bus et TER,
- Un lien vers un calcul d'itinéraire pour se déplacer dans l'Hérault,
- Le widget SNCF CONNECT (train, bus et covoiturage) pour venir dans l'Hérault.

Plus de 3 000 arrêts de bus et toutes les gares sont également présents et géolocalisés.



CHIFFRES CLÉS DU RÉSEAU SIT 34

25 616

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



13 629

Fêtes-manifestations (➔ + 33)

DIFFUSION EN OPEN DATA SUR «DATATOURISME»



9 465 offres actualisées

13 629 fêtes-manifestations

DONNEES HANDICAP ENRICHIES

Les données sur l'accueil des personnes en situation de handicap ont été enrichies :

- Au-delà des offres porteuses de la marque Tourisme Handicap et des offres Destination Accessible, nous intégrons désormais **les données de la plateforme « Accès libre »** renseignée par les ERP.
- De plus, les **données déclaratives** des prestataires touristiques sont maintenant déclinées selon les 4 types de handicap.

DONNEES APIDAE DES OFFICES DE TOURISME SUB-CEVENNES ET DESTINATION HAUT-LANGUEDOC

- 2 destinations bi-départementales
- Données **intégrées dans Tourinsoft** par la passerelle avec le Hub d'information touristique du CRTLO suite à l'analyse de la structure de données des loisirs, des activités et des commerces, au mapping de plus de 2 000 critères, et à plusieurs tests.

« TOURINSOFT » POUR LES OFFICES DE TOURISME DU RESEAU SIT 34

- **Nouveau module accueil** : accompagnement au déploiement du module comprenant une personnalisation par office de tourisme, une formation au paramétrage du responsable accueil et une formation des conseillers en séjour à l'utilisation en Front office pour 13 Offices de Tourisme : 10 Offices sont utilisateurs et 3 en cours.

NOUVELLES DIFFUSIONS DE L'OFFRE TOURISTIQUE ET DE LOISIRS AUX TOURISTES ET HABITANTS

- Borne numérique **Port de Carnon** (commande OT)
- **Site web** de l'office de tourisme Minervois Caroux (nouveau site)
- L'application de l'**AOC Faugères**
- **Table numérique Kalkin** à Mons-La Trivalle à la Maison des Montagnes du Caroux inaugurée en 2024 : valorisation des offres des Offices de Tourisme Caroux-Minervois, Grand Orb et Destination Haut-Languedoc.
- **2 224 demandes** (- 460) sur le service de chat grand public du site web **herault-tourisme.com**. Le plus de demandes en avril, juillet et août, environ 255 demandes (pour rappel en 2023 le mois avec le plus de demandes était le mois de mai avec 380 demandes contre 220 en 2024).

GOVERNANCE ET ANIMATION DE RESEAU

- Réunion en présentiel des directeurs des Offices de Tourisme le 6 Juin 2024 : restitution de l'audit Tourinsoft, annonce d'un projet d'étude nationale porté par ADN Tourisme « **Quel avenir pour la gestion de la data touristique ?** ».
- Choix du scénario de suivi renforcé et décision du maintien de Tourinsoft avec une évaluation des avancées tous les 6 mois.
- Mise en place en septembre de visios mensuelles des référents SIT 34 des Offices de Tourisme les premiers vendredis de chaque mois (4 ont eu lieu en 2024) :
 - Pour une meilleure communication des informations importantes auprès des membres
 - Pour recueillir les avis ou les difficultés ponctuelles des utilisateurs.



Gestion des déchets - Camping Beauregard-Plage à Marseillan

1453 PRESTATAIRES TOURISTIQUES ONT SAISI LEURS ENGAGEMENTS DURABLES À CE JOUR



Les règles de calcul du taux d'engagement et du niveau obtenu par chaque prestataire touristique ont été définies ainsi :

- **NIVEAU 1** => **50 à 60 %** des critères applicables à leur filière
- **NIVEAU 2** => **60 % ou plus** des critères applicables à leur filière
- **NIVEAU 3** => **être labellisé/certifié** dans un des labels/une des certifications durables suivantes :

- | | |
|-----------------------------|------------------------------------|
| ◦ AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL | ◦ ECOTABLE |
| ◦ B CORP | ◦ ENGAGÉ RSE |
| ◦ CLÉ VERTE | ◦ ISO 14001 |
| ◦ DIVERTISSEMENT DURABLE | ◦ ISO 20121 |
| ◦ DESTINATION D'EXCELLENCE | ◦ LUCIE 26000 |
| ◦ ECOGÎTES | ◦ NF ENVIRONNEMENT SITES DE VISITE |
| ◦ GÎTE PANDA | ◦ ECOLABEL EUROPÉEN |
| ◦ GREEN GLOBE | |

L'affichage du niveau obtenu et des engagements durables de chaque prestataire touristique sera effectif début 2025 sur les sites web de Hérault Tourisme et des Offices de Tourisme qui le décident.



A photograph of a garden scene. In the foreground, a stone planter box is filled with lush green plants and numerous bright pink flowers. To the left of the planter, a small wooden birdhouse with a blue roof is visible. Above the planter, a dark metal trellis archway is covered with green vines and leaves. The background shows a grassy lawn and more greenery, with sunlight filtering through the trees.

INGÉNIERIE ET DÉVELOPPEMENT

ACCOMPAGNER
LES ACTEURS
DANS LEUR
DÉVELOPPEMENT
ET LEURS
TRANSITIONS

Transition durable

Hérault Tourisme accompagne et conseille les professionnels du tourisme dans l'élaboration et le déploiement de leur stratégie de développement. À travers des actions ciblées sur des thématiques variées et complémentaires, notre engagement vise à renforcer la qualification de l'offre tout en favorisant une transition écologique durable.

FONDS TOURISME DURABLE DE L'ADEME ET SENSIBILISATION A LA TRANSITION ECOLOGIQUE

- **Le Fonds Tourisme Durable (FTD)** dédié à l'accompagnement des hébergeurs et restaurateurs pour le financement de leur transition, dont Hérault Tourisme était partenaire depuis 3 ans, est arrivé à terme en juillet 2024. En 2024, 3 professionnels ont été accompagnés par Hérault Tourisme et **3 dossiers** ont été déposés pour un montant de **33000€** de subvention. Toutefois la collaboration au sein du collectif partenaire du FTD (Hérault Tourisme, Pays Cœur d'Hérault, Parc Naturel Régional du Haut Languedoc) s'est poursuivie sur des actions de **sensibilisation** des professionnels à la transition écologique avec le financement de l'ADEME.
- Ainsi, **trois journées thématiques** consacrées à l'eau, à l'économie circulaire et à la biodiversité ont rassemblé une soixantaine de professionnels et partenaires (20 à chaque session). Ces rencontres ont permis de mettre en lumière des **solutions innovantes**, de valoriser des acteurs engagés et de renforcer les synergies autour de la transition écologique. Ces actions de sensibilisation se poursuivront en 2025.

PARCOURS DE FORMATION ET PLATEFORME D'ACHAT ECORESPONSABLE

Hérault Tourisme a déployé un **parcours de formation en ligne** (prestation de service avec la plateforme **We Go GreenR**) permettant d'accompagner la transition écologique des hébergements. Le déploiement de ce dispositif est mené en collaboration avec les Offices de Tourisme.

Le dispositif

- **Un parcours de 19 modules ludiques et pratiques** parmi lesquels on retrouve la gestion de l'eau, la biodiversité ou encore les achats responsables. Chaque module est enrichi de vidéos, quizz, témoignages et documents ressources pour comprendre les enjeux et passer à l'action, connaître les solutions existantes et comment les mettre en place.
- A l'issue de la formation, les professionnels peuvent éditer un **plan d'action**.
- Les professionnels inscrits ont aussi accès à une **plateforme d'achats écoresponsables** (700 services et produits écoresponsables sourcés afin de promouvoir des achats plus locaux).



Eductour «Biodiversité, accueillir la nature»

Les hébergeurs destinataires et financement

Le parcours est ouvert à tous les hébergeurs. Son coût est pris en charge pour la grande majorité des hébergeurs, selon des modalités spécifiques à chaque filière.

- Meublés et chambres d'hôtes : gratuit, prise en charge à 100% par Hérault Tourisme.
- Hébergements adhérents de l'UNAT : gratuit (l'UNAT est partenaire de We go greenR).
- Hôtels et campings : prise en charge par l'OPCO (AFDAS ou AKTO).
- Autres hébergements : à partir de 300 euros.

Les résultats

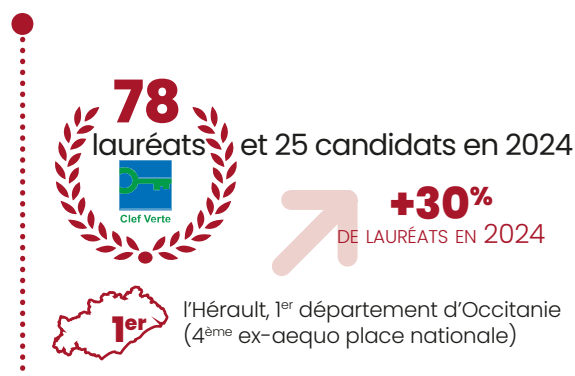
14 OT partenaires et près de 30 personnes au-delà des 50% du parcours de formation.

[Voir la vidéo We Go GreenR Hérault](#)

ACCOMPAGNEMENT VERS LE LABEL CLEF VERTE

Dans le cadre d'un partenariat structurant avec l'association nationale **Teragir**, des actions de communication, de sensibilisation et d'accompagnement des candidats à la labellisation ont été mises en place :

- **Soutien à la campagne Clef Verte 2024**, durant le 1er semestre pour mobiliser les professionnels de l'Hérault, et les **inciter à s'engager** : coordination permanente avec Teragir pour le suivi des professionnels candidats. Réalisation d'une **enquête** auprès des lauréats, réunions de sensibilisation.
- **Renforcement de l'accompagnement, nouveauté 2024** : Dès l'automne, des visioconférences de sensibilisation et **des ateliers** de préparation au label ont été organisés afin d'accompagner les candidats le plus en amont possible dans leur démarche. Cette initiative vise à leur offrir un soutien optimal et à **maximiser leurs chances** de réussite.
- **Soutien financier** : dans le cadre du partenariat avec Terragir, Hérault Tourisme a poursuivi la prise en charge d'une partie des frais de participation au label des candidats pour encourager et soutenir leur engagement dans la transition durable.



Démarches qualité et accessibilité

QUALITÉ TOURISME OCCITANIE SUD DE FRANCE / DESTINATION D'EXCELLENCE

Depuis mai 2024, le label Qualité Tourisme évolue en **Destination d'Excellence**, porté par Atout France, afin d'inscrire le tourisme français dans une démarche durable et répondre aux exigences des visiteurs :

- ▮ Ce nouveau label garantit non seulement la qualité des services, mais aussi des engagements **durables et sociaux**, en phase avec les préoccupations actuelles des touristes et des professionnels.
- ▮ Hérault Tourisme fait le lien entre le CRT, pilote du label au plan régional, les professionnels du tourisme et les Offices de Tourisme : sensibilisation, animation de réunions, **soutien aux dossiers** présentés en commission régionale, **appui au renouvellement** pour les établissements en difficulté.



403
établissements



L'Hérault conserve sa 1^{ère} place en Occitanie.

CLASSEMENT MEUBLÉS DE TOURISME ET QUALIFICATION DES CHAMBRES D'HÔTES

Atout majeur pour les propriétaires et les voyageurs, le classement en meublés de tourisme garantit un niveau de confort et de qualité conforme à des critères officiels, renforçant ainsi la confiance des clients et la visibilité de l'hébergement. Hérault Tourisme est agréé et réalise une partie des classements aux côtés d'autres organismes en 2024.

- 2 079 meublés classés dont 207 par Hérault Tourisme (soit 88% de plus qu'en 2023). Avec près de 7 000 meublés classés sur le territoire, cette filière d'hébergement est particulièrement dynamique.
- En lien avec les OT, Hérault Tourisme participe au déploiement de « Chambres d'Hôtes Référence » En 2024, ce sont 69 chambres pour 27 propriétaires qui sont référencées.



207 (↗+88%)
classements « meublés de Tourisme » réalisés par Hérault Tourisme

7000

meublés classés dont 2079 en 2024

LABEL ACCUEIL VÉLO ET GTMC (GRANDE TRAVERSÉE DU MASSIF CENTRAL)

Hérault Tourisme, en collaboration avec les Offices de Tourisme de l'Hérault, accompagne les professionnels, sites et territoires 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 ou l'espace public en mobilier vélo ou consignes à bagages : appel à projet de l'ADEME "développer le vélotourisme", Programme Alvéole +, AMI Cycling Hub Occitanie du Comité régional du tourisme.

- **Accompagnement et Labellisation "Accueil vélo" ou établissements recommandés GTMC** : 70 professionnels labellisés en 2024 (et 88 renouvelés) soit **302 établissements Accueil Vélo** au total (hébergeurs, restaurateurs, loueurs, réparateurs, sites touristiques ou Offices de Tourisme) et + 25% par rapport à 2023.
- **Animation du réseau** : rencontre Accueil Vélo le 10 octobre 2024 à la Maison du Malpas en partenariat avec l'OT La Domitienne (43 inscrits). Au programme, actualités du tourisme à vélo, témoignages de professionnels qui ont misé sur le vélotourisme et atelier de réparation vélo.

CHIFFRES CLÉS



24 hébergements recommandés GTMC. Un déploiement en lien avec la démarche Accueil Vélo (double labellisation)



302 labellisés Accueil Vélo (soit ↗+ 25%)



QUALIFICATION DE L'OFFRE ACCESSIBLE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Hérault Tourisme déploie le label national « Tourisme et Handicap » ainsi qu'une distinction départementale, « Hérault Destination Accessible », permettant de valoriser les structures accessibles au sens de la loi de 2015, mais ne répondant pas aux exigences du label.

Label Tourisme et Handicap

Créé en 2003 ce label national est géré par ATOUT France depuis mai 2024. Hérault Tourisme en est **le relais local**. Il constitue à ce jour la seule certification dédiée à l'accessibilité touristique des personnes en situation de handicap et est unique au monde.

Il vise deux objectifs :

- ▶ Apporter un repère clair et rassurant aux visiteurs en situation de handicap par une information fiable.
- ▶ Inciter les professionnels à adapter leur offre.

Il permet d'accompagner les structures touristiques dans leur accessibilité avec une démarche de progrès sur les **4 types d'handicap** (visuel, mental, auditif et moteur) :

- ▶ **55 visites conseil** ou de labellisation ont été réalisées par Hérault Tourisme en 2024 dont certaines avec des évaluateurs représentants les associations de personnes en situation de handicap en lien avec les référents TH des Offices de Tourisme.
- ▶ **8 dossiers de labellisation** ont été validés pour l'Hérault en commission d'attribution Tourisme & Handicap Est Occitanie (5 départements), portant à **100** le nombre de professionnels et sites labellisés Tourisme & Handicap.



Hérault destination accessible

Cette distinction créée en juin 2022 par Hérault Tourisme permet de valoriser des prestataires offrant des services conformes aux exigences de **la loi de 2015**, mais ne répondant pas entièrement aux critères du label Tourisme & Handicap.

16 nouveaux prestataires ont été distingués en 2024.

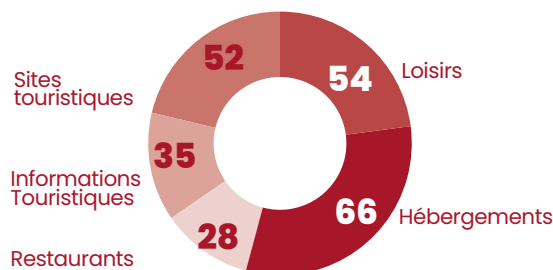


LES CHIFFRES CLÉS

235 sites marqués dont **100** sites marqués Tourisme & Handicap (3 nouveaux & 5 renouvellements)



135 sites "Hérault, Destination Accessible" (**7+16** en 2024)



SYSTÈME D'INFORMATION LOCAL (SIL)

Ce dispositif départemental offre aux professionnels du tourisme une solution réglementaire, claire et harmonisée pour **signaler leur activité**, contribuant ainsi à la qualité de l'information et à la qualité paysagère en limitant l'usage des panneaux sauvages.

Hérault Tourisme assure l'animation de la **Charte SIL**, informe les professionnels et instruit les dossiers, tandis que le Conseil Départemental pilote les aspects financiers et techniques (études et implantation des panneaux) garantissant ainsi un cadre structuré et efficace.

L'ensemble des territoires héraultais ayant fait l'objet d'une mise à jour globale de la SIL, nous gérons désormais les demandes au fil de l'eau.

En 2024 :

- 8 nouvelles demandes de signalisation ont été instruites
- Le travail de refonte du Schéma Directeur de signalisation porté par le Département s'est poursuivi en collaboration avec Hérault Tourisme.

CHIFFRES CLÉS SIL



396 établissements signalés



1245 panneaux implantés

Transition digitale des entreprises

Aux côtés des Offices de Tourisme, le dispositif **HERON** soutient la professionnalisation des acteurs touristiques dans leurs pratiques numériques au travers de conférences, d'ateliers, des outils de diagnostics et conseils sur les bonnes pratiques.



En 2024, conscient des enjeux autour de l'IA dans le tourisme, Hérault Tourisme a souhaité orienter les contenus sur cette thématique.

Ainsi près de **200 professionnels ont découvert l'IA** et les impacts concrets dans leurs métiers au travers de 10 dates de conférences sur l'ensemble du territoire, organisées en lien avec les offices du tourisme.

CHIFFRES CLÉS



10

conférences IA réunissant près de 200 professionnels



130

professionnels accompagnés en ateliers collectifs pour améliorer leurs pratiques numériques et booster leur visibilité en ligne



+ de 50

autodiagnoses depuis 2022



Journée d'ouverture de la tournée 2024 sur le thème de l'IA à Montpellier

Accompagner le réseau des Offices de Tourisme

Hérault Tourisme assure la mission de relais départemental et de 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 la totalité du réseau des Offices de Tourisme est engagée dans l'amélioration de sa qualité de services. Hérault Tourisme les accompagne dans leur démarche d'amélioration continue et dans leur **responsabilité sociétale et environnementale**.

ACCOMPAGNEMENT A LA QUALITE ET A LA RSE

Marque Qualité Tourisme et classement en catégorie :

- **1 séminaire qualité** départemental réunissant 28 référents qualité et directeurs pour des partages d'expériences et de bonnes pratiques.
- **3 ateliers collectifs** pour accompagner la transition de la marque Qualité Tourisme vers le nouveau label Destination d'Excellence (50 participants).
- **1 formation de 2 jours** à destination des nouveaux référents qualité (taux de satisfaction de 10/10).
- **1 audit blanc** "audit complet" pour l'Office de Tourisme La Domitienne, réalisé par Hérault Tourisme et 6 référents qualité du réseau des Offices de Tourisme. Audit final réussi en été 2024, une première attribution de la marque pour cet Office de Tourisme.
- **17 Testings à distance** (clients mystères) auprès des Offices de Tourisme afin de veiller à la continuité de la qualité du conseil en séjour. En complément de ces tests « client mystère » financés et organisés par Hérault Tourisme, le relais des OT a participé avec certains Offices de Tourisme de l'Hérault aux testings organisés par le CRTLO.
- **9,5 journées** d'accompagnement / formation personnalisée de référents qualité pour 11 Offices de Tourisme.
- **4 OT** ont été accompagnés dans leur démarche de classement.

RSE des Offices de tourisme :

Le Relais des Offices de Tourisme favorise et soutient l'engagement des Offices de Tourisme dans une démarche RSE structurée (diagnostic et plan d'action) et aide à capitaliser sur certaines pratiques et/ou à les mutualiser.

En 2024 le Relais a co-accompagné avec le cabinet MLS conseils, l'OT de Palavas-les-Flots sur son diagnostic RSE interne et l'élaboration de son plan d'actions.

Formation des saisonniers :

- **6 sessions** d'une journée de formation aux techniques d'accueil ont été organisées et suivies par **47 personnels saisonniers** (taux de satisfaction de 9,4/10).

ANIMATION DU RÉSEAU : COHÉSION ET CONSEIL JURIDIQUE

- **La journée annuelle des Offices de Tourisme** a réuni **83 participants** au Cap d'Agde, autour de partages d'initiatives et de retours d'expériences (voir zoom).
- **3 réunions des Directeurs d'Offices de Tourisme** sur les thèmes suivants : prospective, partenariat avec les professionnels, services aux visiteurs, démarches de qualification des OT, clarification des rôles des OT et de l'ADT en matière d'accompagnement des professionnels. Une formule repensée pour favoriser en 2024 les échanges et les **partages d'expériences** et tester des méthodes plus collaboratives sur certains sujets.
- **2 éducteurs de terrain** en partenariat avec les Offices de Tourisme du Minervois au Caroux et de La Grande Motte ont mobilisé **66 personnels** d'Offices de Tourisme et de l'ADT. Taux de satisfaction de 9,4/10.
- **1 atelier destiné aux chargés d'organisation d'événements** dans les OT pour mieux connaître les événements organisés, faciliter les échanges et partager des outils.
- **1 formation "chambres d'hôtes référence"** pour les nouveaux référents dans les OT.
- **15 demandes de conseil juridique traitées en 2024** dans le cadre du service d'assistance juridique pour les Offices de Tourisme proposé par Hérault Tourisme avec un cabinet juridique (20h par an).

LE RÉSEAU EN CHIFFRES

17 Offices de Tourisme gèrent 51 BIT + 2 OT Interdépartementaux (Gard-Hérault et Tarn-Hérault) qui gèrent 3 BIT dans l'Hérault

13 Offices de Tourisme marqués **Qualité Tourisme**

13 Offices de Tourisme marqués **Tourisme & Handicap** (soit 30 BIT labellisés sur 2 à 4 handicaps)

14 Offices de Tourisme classés, dont 11 en **catégorie I**

4 Offices de Tourisme dans l'**AMI Green Destination** (ADEME/CRTLO/AFDAS)

15 Offices de Tourisme labellisés **Accueil Vélo** (soit 36 BIT labellisés)

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.

En 2024, elle a été coorganisée avec l'OT du Cap d'Agde Méditerranée le 8 octobre, au Palais des Congrès.

Avec le record de 83 participants et 17 OT représentés (sur 19), un taux de satisfaction de 9,32/10, l'édition de 2024 a été fortement appréciée.

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

3 témoignages

► L'OT du Minervois au Caroux : **« mission de création d'itinéraires et d'offres pleine nature »** une mission tout terrain et un enjeu fort pour le territoire où une vingtaine d'activités sont aujourd'hui proposées et gérées par diverses collectivités et acteurs privés. Coup de cœur pour le tout nouveau Bureau d'information touristique dédié aux pratiques APN à Mons-la-Trivalle, la Maison de la Montagne du Caroux.

► L'OT du Grand Orb : **« les Rendez-Vous de 5 à 7 »**,

superbe nouvelle formule d'accueil des visiteurs et curistes. Un format original et un créneau bien réfléchi pour créer du lien en petits groupes, avec des bons plans, des RDV « conseils personnalisés » pour présenter les offres de services de l'office, du territoire, les activités et les acteurs locaux.

► L'OT Lodévois et Larzac : **« Rendez-vous portes ouvertes et interventions en lycées lors de la semaine des métiers du tourisme »**, l'évènement national pour promouvoir la diversité de nos métiers aux étudiants, aux habitants et aux demandeurs d'emploi. Un évènement qui crée du lien avec les habitants et qui pourrait être exporté chez les hébergeurs, ouvert à d'autres offices de tourisme et même porté au plan départemental ?

4 ateliers ont suivi autour des solutions durables mises en place par les Offices de Tourisme sur les thèmes de « la boutique », « les évènements », « l'animation de la démarche RSE en interne » et « la communication grâce à un réseau d'ambassadeurs locaux » : très instructif !

3 belles visites guidées : le tout nouveau Bureau d'Information du Cap d'Agde, le magnifique Château Laurens à Agde, et le Belvédère de la Criée du Grau d'Agde.



Visite du nouvel Office de Tourisme Cap d'Agde Méditerranée



INGÉNIERIE ET DÉVELOPPEMENT

STRUCTURER
ET DYNAMISER
L'OFFRE
TERRITORIALE
ET THÉMATIQUE

Projets stratégiques et coordination aux différentes échelles territoriales

Hérault Tourisme soutient et accompagne les stratégies territoriales en cohérence avec le schéma départemental pour un tourisme durable et responsable ainsi que 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 À DIVERSES ÉTUDES ET PROJETS STRATÉGIQUES PORTÉS PAR LE DÉPARTEMENT OU LES COLLECTIVITÉS LOCALES

- Adaptation de l'Hôtellerie de Plein Air **aux enjeux littoraux** : poursuite de la concertation engagée en 2023 avec les services de l'Etat, la fédération de l'Hôtellerie de Plein Air et les collectivités, pour la recherche de solutions d'adaptation.
- **Géoparc Terres d'Hérault** : participation au comité stratégique, co-animation de la commission tourisme et du comité éditorial.
- Feuille de route du **tourisme durable de Montpellier Méditerranée Métropole** : participation aux COPIL, COTEC et lères réunions de concertation.
- Suivi de l'étude pour la **valorisation du canal du Rhône à Sète** portée par les services de l'Etat et cofinancée par les Départements de l'Hérault et du Gard.

COORDINATION AU PLAN DÉPARTEMENTAL ET LOCAL

- Coordination permanente avec les services du Département pour la mise en œuvre du schéma pour un tourisme durable et responsable 2022-2028.
- Actions partenariales avec les acteurs territoriaux au travers de **conventions de développement ou marketing** : convention Département / Hérault Tourisme / Montpellier Méditerranée Métropole / OT de Montpellier, ou conventions marketing avec les Offices de Tourisme.

COORDINATION AU PLAN RÉGIONAL

- **J13 et J14** : les 13 ADT d'Occitanie animent le J13, "Think Tank" informel des destinations départementales. Les réflexions engagées en 2023 sur la spécificité du maillon départemental dans la chaîne touristique institutionnelle se sont poursuivies et concrétisées par l'élargissement à tous les ADTs et Départements de France dans le cadre du réseau ADN et ADF.
- **Contrats de destinations** avec le CRT et Atout France : participation, 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 » du CRTLO**, aux rencontres régionales des Offices de Tourisme, aux journées partenariales APN à Millau et contribution aux diverses commissions (agritourisme, vélotourisme, club des observateurs).

DYNAMIQUE DE RÉSEAU AU PLAN NATIONAL

- Au sein d'**ADN TOURISME** (Fédération nationale des organismes institutionnels du tourisme OT, ADT, CRT), Hérault Tourisme a participé activement à différentes **instances et commissions thématiques** : AG (4/07), rencontres nationales (29-30/10), clubs Ingénierie, Observation, DATA tourisme, commission Tourisme & Handicap et commission **Tourisme durable** (avec un travail spécifique sur les indicateurs du tourisme durable). Hérault Tourisme était aussi présent aux rencontres nationales du réseau ADN sur ce thème.
- Au sein de la **Commission tourisme des Départements de France (DF)** tout nouvellement créée. Les travaux initiés par le J13 et élargis au plan national au sein du réseau ADN se sont concrétisés par la création au sein de l'assemblée des Départements de France (DF) d'une commission tourisme dont la 1^{ère} réunion a eu lieu le 10 avril à Toulon (cf. zoom).
- Au sein du réseau des **Acteurs du Tourisme Durable (ATD)** : Hérault Tourisme est membre de ce réseau national qui réunit des acteurs du tourisme et des experts de la transition durable et bénéficie ainsi de l'accès aux ressources et travaux menés dans ce cadre. Hérault Tourisme a été nommé aux **Trophées du Tourisme Durable 2024** pour son site d'aide à la mobilité pour les personnes en situation de handicap **« Hérault-Mobility »**.
- **Réseau national des Grands Sites de France** : participation aux côtés du Département aux rencontres nationales à Aurillac sur le thème des **mobilités douces**, à l'occasion desquelles Jean-Louis Gély, Vice-Président délégué à l'économie et au tourisme est intervenu pour présenter les actions du Département en termes de mobilités.



1^{ERE} REUNION DE LA COMMISSION TOURISME DES DEPARTEMENTS DE FRANCE (DF), UN ENGAGEMENT FERME POUR PRESERVER LA COMPETENCES TOURISME DES DEPARTEMENTS.

Jean-Louis Gély, Vice-Président du Département, délégué à l'économie et au tourisme, Pascal Schmid Directeur Général d'Hérault Tourisme, Jean François Pouget, Directeur Adjoint, étaient présents lors de la réunion d'installation de la Commission Tourisme de Départements de France à Toulon le 10 avril, ainsi qu'à sa 1^{ère} réunion le 29 octobre à Dijon, marquant ainsi un moment crucial dans la défense des compétences départementales en matière de tourisme.

- Présidée par Jean-Louis Masson, Président du Var et en présence de François Sauvadet, Président de Départements de France, cette réunion a réaffirmé l'engagement des Départements à voir préservé leur rôle majeur en matière de tourisme aux côtés et en appui des communes.
- Cette première réunion de la Commission Tourisme marque **le début d'une collaboration renforcée entre les Départements**, dans le but de défendre et de promouvoir le potentiel touristique de nos territoires.

« Nous avons, dans le domaine du tourisme, une compétence partagée et qui doit le rester. Au niveau départemental, les marques et les identités touristiques sont bien identifiées ; et au niveau communal les actions touristiques déjà mises en place sont complémentaires », a expliqué François Sauvadet, Président de Départements de France.

Tourisme de Nature

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 les réseaux professionnels et destinations positionnés sur ces filières.

CONTRIBUTIONS AU PLAN DÉPARTEMENTAL DES ESPACES SITES ET ITINÉRAIRES (PDESI)

Compétence du Département, le PDESI concourt à l'organisation, au développement et à l'encadrement des **sports de nature**. Il est voté par le Département sur proposition de la commission CDESI qui réunit l'ensemble des partenaires concernés.

- 13 sites évalués et avis techniques rendus pour l'inscription de nouveaux sites au PDESI (volet tourisme) par Hérault Tourisme.
- 2 réunions de COTEC PDESI, et co-animation avec la Direction Sports des groupes de travail thématiques : 1 réunion "Fréquentation", 2 réunions "Itinérance".
- Intervention lors de la Commission Départementale des Espaces Sites et Itinéraires (CDESI) le 12/12/2024 sur la stratégie de diffusion numérique des itinéraires et ses résultats.

CHIFFRES CLÉ PDESI

272 sites inscrits au PDESI **(+13 ESI)**

107 itinéraires pédestres **(+5)**

26 tronçons Passa Meridia **(+9)**

3 voies vertes dont Passa Pais **(+2)**

67 circuits VTT (dont la GTMC)

10 parcours de trail **(+1)**

36 sites d'escalade **(+3)** et **2** via-ferrata

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

19 autres sites de loisirs nature (vol libre, ULM, orientation, spéléo..) **(+1 site spéléo)**

CONTRIBUTIONS À LA STRUCTURATION DE L'OFFRE LOISIRS NATURE & NAUTISME

- **Pôles de Pleine Nature** « Montagnes du Caroux » et « Monts et Lacs au cœur de l'Occitanie » : participation à une dizaine de réunions de travail en 2024 (COPI, COTEC et Conseil des Pros, groupe « Fréquentation Caroux – Espinouse », et nouveau groupe de travail « Itinéraires bas carbone Montagnes du Caroux »).
- **Schémas territoriaux randonnées / sports de nature** : contributions aux études « sentiers Cœur de site – Grand Site de France de Navacelles », « Stratégie randonnée pédestre – Agglomération Hérault Méditerranée », « Schéma Directeur des itinéraires de Randonnée Pédestre – CC Avant-Monts », « Etude bivouac – PNR Haut-Languedoc ».
- **Nautisme** : intervention « Comment communiquer avec son OT & son ADT ? » au RDV Pro de la Fédération Française de Voile / Nautigloss (novembre 2024 – le Cap d'Agde) ; participation aux colloques de l'Union des Villes Portuaires d'Occitanie (UVPO) « transition énergétique » (novembre 2024 à La Grande Motte), et « Tourisme & Plaisance » (décembre 2024 à Narbonne).



ZOOM SUR...



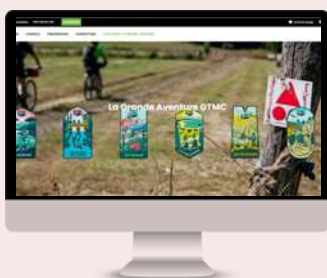
LA GRANDE TRAVERSEE DU MASSIF CENTRAL EN VTT & EN GRAVEL

L'Hérault a accueilli le Comité d'Itinéraire de la GTMC le 16 mai 2024, en marge de l'Assemblée Générale d'Hérault Tourisme au Domaine de Malmont à Villeneuve. La journée a été marquée par l'inauguration de la GTMC version « Gravel » qui renforce l'attractivité de cet itinéraire pour un public encore plus large. A cette occasion, élus et techniciens du Comité d'Itinéraire ont pu tester des vélos Gravel et des VTT à Assistance Electrique lors de sorties accompagnées par Hérault Sport entre Mourèze et Salagou, et entre Clermont l'Hérault, Nébian et Villeneuve.

- Les nouveautés de la GTMC en 2024, sources d'inspiration pour d'autres itinéraires :

► **La version Gravel de l'itinéraire**, d'Avallon au Cap d'Agde (3 régions, 12 départements, 5 Parcs) : les secteurs les plus techniques sont évités par de petites routes, ce qui rend aussi l'itinéraire plus accessible aux vététistes moins avertis, et aux Vélos Tous Chemins à assistance électrique. L'itinéraire est diffusé sur le site internet de la GTMC, sur la plateforme Komoot ; et sur herault-tourisme.com (tronçon du Larzac à la Méditerranée).

► **La Grande Aventure GTMC** : ce challenge numérique invite les pratiquants à collectionner les 6 tronçons de la GTMC pour remporter des badges et intégrer le tableau d'honneur de la GTMC. Ce dispositif de fidélisation a séduit les pratiquants (145 participations en 2024).



- **Groupe Facebook « La GTMC VTT et Gravel – Une itinérance à partager »** : lancé en mai 2024, il fédère plus de 1300 membres fin 2024. Cet espace d'échanges entre amoureux de la GTMC est un excellent outil de veille sur les besoins des pratiquants, et sur leurs comportements.



Inauguration de la version Gravel de la GTMC

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 réunissant plusieurs partenaires territoriaux : études de fréquentation, qualification et développement des services, stratégies marketing, actions de communication..

Passa Meridia, itinérances en Terres d'Hérault (grands itinéraires départementaux multi-pratiques : VTT, pédestre, équestre)



- Mise en ligne de **nouveaux tronçons produit VTT** sur herault-tourisme.com : branche Est Lunel – Bédarieux, branche Nord Bédarieux – la Salvetat, branche Sud Bédarieux – Carcassonne.
- Appui technique au Département et à la FFCyclisme pour l'intégration des Grandes Traversées VTT de l'Hérault sur **Komoot** (Application et réseau communautaires dédié aux activités de plein air permettant de planifier, enregistrer ses itinéraires via un GPS et de les partager).
- **Relais du « Font du Griffon »** sur la Passa Meridia : accompagnement du Département vers une mise à disposition du site à un prestataire privé.
- Passa Meridia Equestre : **contributions à l'expertise** comité FFEquitation (praticabilité et variantes équestres, identification des services aux cavaliers).

Chemins vers Saint-Jacques de Compostelle

GR® 653 Voie d'Arles, GR® 78 Chemin du Piémont Pyrénéen (en coordination avec l'AFFC – Agence Française des Chemins de Compostelle et la FFRandonnée).



- Participation aux Assises de la Voie d'Arles à Sorèze le 26 avril 2024, et aux divers groupes de travail sur la **dynamisation** de l'itinéraire : aménagements et services, attirer plus de flux, gouvernance, observation, sentier / signalétique.
- **Label hébergeurs « Accueil – Chemins de Compostelle en France »** : participation au groupe de travail « nouvelle stratégie de déploiement » et mise en synergie avec la démarche « Compagnon de Route du comité » de la FFRandonnée.
- **Nouvel écosystème web de l'AFFC** : participation aux réunions de suivi du projet financé par l'AMI Atout France Destinations Digitales, fourniture des données « services » sur les itinéraires par le SIT34 / Datatourisme.

Sentiers de Grande Randonnée de Pays

(coordination avec la FFRandonnée et les Offices de Tourisme concernés)

- Développement de **pages web Transports et Séjours**, Hébergements et services pour les GR® de Pays « Entre 2 Lacs Avène – Salagou » et « Minervois – Saint Chinian – Faugères ».
- Préparation de la mise en ligne des GR® de Pays « Tour du Larzac Méridional » et « Tours en Grand Pic Saint-Loup » (projets 2025).
- Poursuite de l'accompagnement en communication du GR® de Pays Entre 2 Lacs Avène – Salagou (voir partie Communication et Marketing / Diffuser l'offre).

VALORISATION NUMERIQUE DES ITINÉRAIRES ET SITES DE PRATIQUE DE LOISIRS NATURE

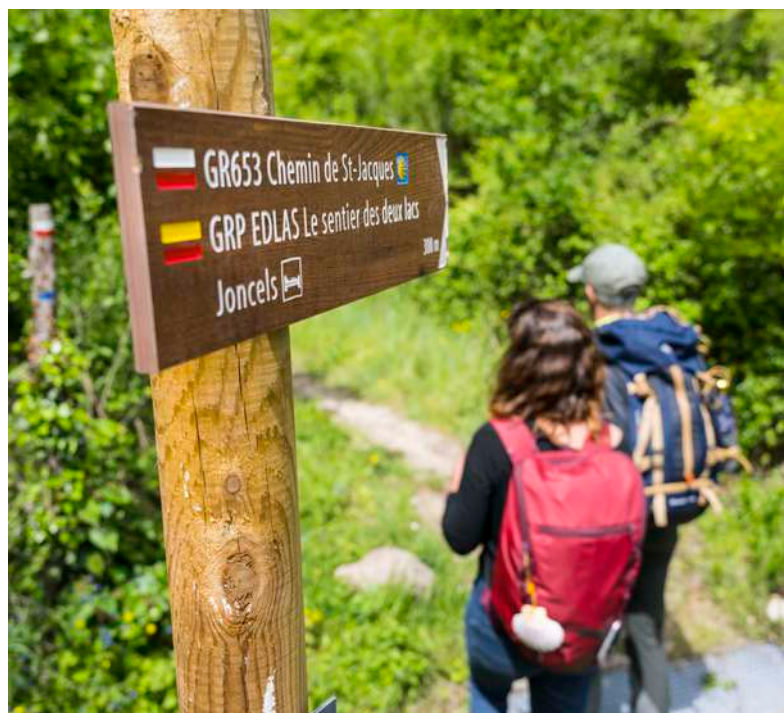
Hérault Tourisme apparaît comme une référence nationale pour sa stratégie de valorisation et diffusion numérique des itinéraires, sur son site herault-tourisme.com et auprès de diffuseurs externes spécialisés. Ce leadership s'appuie sur une **gouvernance transversale** interne et externe de la data (Département, comités sportifs, Offices de Tourisme, collectivités locales, environnementalistes...).

L'objectif est de rendre visible **l'offre officielle** qualifiée & concertée, afin de limiter les conflits d'usages et l'impact sur l'environnement et de capter de nouvelles clientèles en toute saison.

REPONDRE AUX BESOINS DES CLIENTS

Sur herault-tourisme.com et sur les sites des OT et des professionnels

- L'offre s'est enrichie avec de **nouveaux types d'itinéraires** valorisés sur herault-tourisme.com : cœnovélos, trail, gravel, sentiers d'interprétation, visites de villes et villages.
 - Poursuite du développement des fonctionnalités « itinéraires » : intégration des **fonds de carte IGN**, nouvelles règles d'affichage des services autour des itinéraires.
 - Déploiement des widgets itinéraires auprès des partenaires : 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 pour la valorisation des itinéraires.
- Fin 2024, **3 Offices de Tourisme** (Destination Salagou, Grand Orb, Pays de Lunel) et premiers professionnels utilisateurs suite aux présentations auprès des réseaux Accueil Vélo, Vignobles et Découvertes, Sites d'Exception en Languedoc.



COOPERER AVEC LES PLATEFORMES COMMUNAUTAIRES LEADERS

Certaines plateformes leaders auprès des pratiquants ne peuvent pas intégrer les flux de données Tourinsoft. Dans ce cas, Hérault Tourisme noue des **coopérations** pour contribuer à la **modération** des informations communautaires, et pour proposer la version officielle des itinéraires les plus stratégiques.

- **VISORANDO** – plateforme leader en France sur la randonnée : participation à l'équipe de modération de Visorando, et ouverture d'un compte 'auteur' permettant de remplacer les propositions d'itinéraires communautaires par l'offre officielle (suppression ou modification de 12 itinéraires communautaires, intégration de la trace officielle de la randonnée du Ravin des Arcs).
- **KOMOOT** – plateforme leader en Europe sur le vélo et le trail : création d'un compte auteur, préparation de l'intégration de **80 itinéraires**, création des premières « collections » officielles Hérault Tourisme (boucles cyclo et CEnovélo®, GR® de Pays Entre 2 Lacs).



CHIFFRES CLÉS DIFFUSION NUMÉRIQUE ITINÉRAIRES

550 itinéraires diffusés fin 2024
(**+4%** par rapport à 2023)



235 itinéraires pédestres officiels dont 26 CEnorandos® (**+6** par rapport à 2023)



191 itinéraires VTT
(**-1** par rapport à 2023)



40 boucles cyclo et voies vertes dont 1 CEnovélo® (**+5** par rapport à 2023)



23 parcours de trail
(**+17** par rapport à 2023)



7 sentiers d'interprétation
(**+2** par rapport à 2023)



9 visites de villes et villages
(**+6** par rapport à 2023)



26 itinéraires routiers dont **21** routes des vins (**+6** par rapport à 2023)



3 itinéraires moto



3 cheminements handicap

1 296 665 consultations au total en 2024 (**+50%** par rapport à 2023)

→ SUR HERAULT-TOURISME & LES WIDGETS ITINÉRAIRES

- **808 497** consultations d'itinéraires, soit **+ 44%** par rapport à 2023
- **56%** des consultations sur l'application MaRando FFRando

→ SUR IGN RANDO

- **36 504** consultations d'itinéraires, soit **x 2** par rapport à 2023

→ SUR CIRKWI & SES DIFFUSEURS

- **290 829** consultations d'itinéraires, soit **+ 5,5%** par rapport à 2023
- **56%** des consultations sur l'application MaRando FFRando

→ SUR OUTDOOR ACTIVE

- **149 337** consultations d'itinéraires, soit **x 26** par rapport à 2023

Espaces Protégés

Hérault Tourisme intervient, 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).

VALORISER L'EXPERIENCE GRANDS SITES DE FRANCE

L'Hérault est riche de 5 territoires emblématiques engagés dans la démarche Grands Sites de France (labellisés ou en projet), chacun doté d'un plan de gestion pluriannuel.

• Co-animation du réseau et accompagnement

En lien étroit avec le Département, Hérault Tourisme co-anime le réseau départemental des Grands Sites de France, et accompagne les structures porteuses dans la mise en œuvre de leurs actions, **sur le volet tourisme** : développement des itinérances douces, observation touristique, gestion de la fréquentation et mise en tourisme, etc.

En 2024, les Grands Sites ont pu disposer grâce à un financement de l'Etat et en partenariat avec l'Observatoire d'Hérault Tourisme des données de fréquentation Flux Vision sur leurs périmètres respectifs.



ZOOM SUR...

VERS 5 GRANDS SITES DE FRANCE LABELLISÉS DANS L'HÉRAULT

Hérault Tourisme et le Département ont été mobilisés en 2024 sur l'accompagnement de la labellisation et des renouvellements de label sur les 5 Grands Sites héraultais :

- ▮ **Salagou – Cirque de Mourèze** : le label a été obtenu en juillet 2024
- ▮ **Cirque de Navacelles** : le label a été renouvelé en décembre 2024
- ▮ **Gorges de l'Hérault** : dossier de renouvellement du label finalisé en novembre 2024, pour validation par l'Etat courant 2025
- ▮ **Cité de Minerve–Gorges de la Cesse et du Brian** : dossier de candidature finalisé fin 2024, premier avis très positif des services de l'Etat, en vue d'une labellisation en 2025
- ▮ **Canal du Midi–Béziers** : la rédaction du dossier de candidature au label a été engagée en 2024

- **Escapades Nature sans voiture entre Grands Sites** : Hérault Tourisme poursuit, en partenariat avec les Grands Sites et les départements limitrophes, l'animation et la valorisation des offres de séjours itinérants créées dans le cadre de ce concept porté par le réseau national des Grands Sites de France pour favoriser un mode de découverte immersif et en mode doux dans et entre les Grands Sites.

HÉRAULT / AUDE – Grands Sites « Canal du Midi–Béziers » ; « Cité de Minerve–Gorges de la Cesse et du Brian » ; « Cité de Carcassonne » (en coordination avec Aude Tourisme et le Réseau des Grands Sites de France) :

- ▮ COTEC élargi aux Offices de Tourisme, pour favoriser l'appropriation du concept et la réflexion collective sur la communication.
- ▮ Vidéos : diffusion de la vidéo "Sud – De Carcassonne à Béziers", et finalisation du tournage de la vidéo "Nord – de Béziers à Carcassonne".

HÉRAULT / GARD – Grands Sites de France « Cirque de Navacelles » ; « Gorges de l'Hérault » ; « Salagou – Cirque de Mourèze » (en coordination avec le Pays Cœur d'Hérault et le Réseau des Grands Sites de France) :

- ▮ Groupe de travail Pays Cœur d'Hérault : travail sur la communication et projets de déclinaison de l'Escapade Nature sans Voiture en produits commercialisables.



GESTION DES FLUX ET VALORISATION RESPONSABLE DES ESPACES PROTEGES ET SITES SENSIBLES

Au-delà des Grands Sites et Grands Sites de France, l'Hérault est riche de multiples **espaces labellisés** pour leurs qualités paysagères, culturelles et naturelles : Parcs Naturels Régionaux du Haut Languedoc et des Grands Causses ; 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 qui 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...

LE GÉOPARC TERRES D'HÉRAULT, CANDIDAT GEOPARC MONDIAL UNESCO

Le Département de l'Hérault porte ce projet et la candidature du Géoparc Terres d'Hérault auprès de l'UNESCO. Hérault Tourisme collabore étroitement avec le Conseil Départemental, à la mise en tourisme de l'offre de **géotourisme** associée avec les territoires concernés :

- Contribution au dossier de **candidature** Géoparc Mondial UNESCO (dépot en novembre 2024).
- Animation de la commission Tourisme du Géoparc (2 réunions en 2024), participation à la Commission Médiation, au Comité Territorial et au Comité Technique 'groupe Hérault.
- Intégration des **offres Géoparc** dans la base de données touristique SIT34 : géo-randos et randonnées géoparc, géo-sites, géopartenaires, géo-événements et événements géoparc..
- Création et animation de la **rubrique Géoparc** sur herault-tourisme.com : voir la partie Communication et marketing « (co)production des contenus expérientiels ».

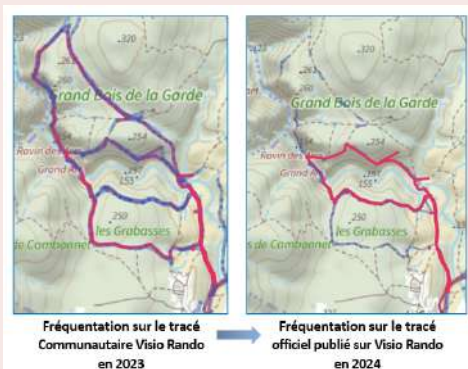


ZOOM SUR...

LE RAVIN DES ARCS

Le site du Ravin des Arcs est un espace naturel particulièrement sensible. Il est concerné par un Arrêté Préfectoral de Protection du Biotope (APPB) qui interdit la fréquentation hors du sentier balisé entre les mois de janvier et juin. Un plan de gestion associant le Département, la Communauté de Communes du Grand Pic Saint-Loup et le Conservatoire des Espaces Naturels est en cours de mise en œuvre.

- Randonnée « phare » de l'arrière-pays montpellierain, c'est l'itinéraire le plus consulté en 2024 sur l'ensemble des diffusions numériques « itinéraires » d'Hérault Tourisme avec plus de **50 000 vues** au total en 2024.
- Les données du dispositif **Outdoor Vision**, dont l'Hérault est partenaire expert, montrent l'impact



du partenariat noué par Hérault Tourisme avec la plateforme **Visorando**.

Ce partenariat a permis d'informer les pratiquants sur l'Arrêté préfectoral de protection du biotope, puis de dépublier les tracés « communautaires » sur Visorando, pour les remplacer par l'itinéraire officiel.

RÉSULTAT : UNE ATTÉNUATION TRÈS NETTE DE LA FRÉQUENTATION EN DEHORS DU TRACÉ OFFICIEL.



Mobilités décarbonées, Itinérances cyclables et Œnotourisme

Les actions de structuration se sont poursuivies autour de l'Œnotour de l'Hérault et de la dynamique Vignobles & Découvertes avec l'inauguration de la première Œnovélo® développée en étroite concertation avec le territoire pour enrichir l'offre Héraultaise et répondre aux enjeux d'un tourisme durable.

ŒNOTOUR DE L'HERAULT ET VIGNOBLES & DECOUVERTES

• Animation de réseau

Hérault Tourisme participe aux comités de pilotage des **7 Destinations Vignobles & Découvertes**, pour le suivi de leurs plans d'actions respectifs et des réflexions menées en vue des dossiers de renouvellement au label qui auront lieu en 2025 pour la plupart d'entre elles.

Une animation dédiée a été mise en place pour **mobiliser les professionnels** labellisés V&D (caveaux, restaurateurs, hébergeurs, sites) dans le cadre de la mise en œuvre des **projets de circuits Œnovélo®** (cf. ci-dessous).

• Actualisation des supports de communication et du site Œnotour de l'Hérault :

- ▮ Contribution à la nouvelle carte Œnotour de l'Hérault éditée par le Département.
- ▮ Mise à jour régulière, qualification des descriptifs des caveaux et animation des contenus éditoriaux en collaboration avec les territoires.
- ▮ Mise à jour et réédition de la carte Route des vins du Pays Haut Languedoc & Vignobles.

• **Actions de promotion partagées** : présence au Salon de l'Agriculture sur le stand du Département, soutien en communication pour l'opération "Fascinant Week-End" du 17 au 20 octobre.

ŒNOVELO® ET VALORISATION DES BOUCLES CYCLO DÉPARTEMENTALES

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

• Découverte douce du vignoble : le projet Œnovélo®

Ce projet piloté par le Département, avec l'appui d'Hérault Tourisme, est mené en concertation avec les destinations pour enrichir l'offre œnotouristique. Hérault Tourisme accompagne les territoires dans la définition et le test des tracés, l'information et la mobilisation des professionnels et le développement des services dédiés (notamment le label Accueil Vélo) ainsi que dans la promotion du concept et des itinéraires :

- ▮ **La première boucle Œnovélo®, « De Saint-Chinian au canal du Midi »**, combinant découverte œnotouristique et pratique du vélo, a été inaugurée par le Département le 26 juillet 2024 en lien avec la destination Vignobles & Découvertes « Minervois, Saint-Chinian, Faugères et Haut-Languedoc ». Ce parcours de 70 Km relie Saint-Chinian et le canal au fil de voies vertes et routes partagées sillonnant les paysages et les villages viticoles. Il propose également un itinéraire de **connexion à la gare**

CHIFFRES CLÉS



7 destinations labellisées Vignobles & Découvertes



+ DE 750 prestataires labellisés Vignobles & Découvertes, ambassadeurs de l'Œnotourisme en Hérault dont **155 caveaux étape**



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



26 Œnorandos®



1 Œnovélo®

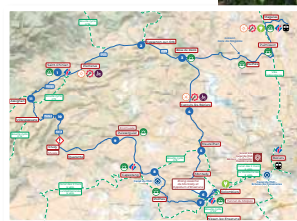
SNCF de Magalas. Ce nouveau produit a généré de nombreuses retombées auprès de la presse et des influenceurs.

- ▮ **La seconde Œnovélo® « Vignobles et gorges de l'Hérault »**, en projet, est une boucle de **25 Km** à travers le vignoble de Gignac et Aniane et rejoignant le Pont du Diable, proposée sur la destination Vignobles & Découvertes « Languedoc Coeur d'Hérault ».

- ▮ **Deux autres boucles** sont en cours d'élaboration sur la destination « Camargue, Languedoc, Muscat de Lunel » et la destination « Terres de garrigues et du Pic-Saint-Loup ».

• Valorisation numérique de 2 circuits connectés à la voie verte Passa Païs

Les boucles 29 et 30, jalonnées par le Département de l'Hérault et situées à proximité de l'itinéraire de la Véloccitanie, sont désormais accessibles sur notre **portail Web grand public** : descriptif, carte interactive, trace GPX, carnet de route sont à portée de clic.



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 le cadre des comités techniques et comités de pilotage :

- **La Méditerranée à vélo** (EuroVélo 8 de Cadix à Izmir – 2 régions, 9 départements en France) : réflexion autour du nouveau plan marketing, réédition de la carte globale de l'itinéraire et des cartes par tronçon.
- **Le Canal des 2 mers à vélo** de Royan à Sète (Véloroute 80 – 2 régions, 7 départements) : suivi de l'étude d'impact et de fréquentation démarrée en 2023. A noter : **1 900 000 sorties cyclistes** recensées dont 10% d'itinérants, une dépense par itinérant par jour de **83€** et un choix par les itinérants du train à 53%. 31% de cette clientèle itinérante est étrangère.
- **Viarhônga** (EuroVélo 17 du Lac Léman à Sète) : réédition de la carte du tronçon Sud (Avignon – Méditerranée)
- **La Véloccitanie** (seuil de Naurouze à Béziers par Passa Pais – piloté par le PNR Haut-Languedoc) : réflexion autour des actions de marketing et de communication.

UNE ETUDE PARTENARIALE POUR UN POLE VELO ET MOBILITE A AGDE

Dans la continuité de l'étude de valorisation du canal du midi réalisée par la communauté d'agglomération Hérault Méditerranée en 2022/23, Hérault Tourisme, le Département de l'Hérault et la Communauté d'agglomération ont décidé de mener une étude pour **définir les équipements et services d'un pôle mobilités à Agde**, entre gare ferroviaire, pôle d'échange multimodal, berges du canal du Midi (où passent les grands itinéraires cyclables du Canal des 2 mers à vélo et de La Méditerranée à vélo) et le port fluvial.

Réunissant plusieurs **moyens de transport bas-carbone** dans un espace restreint, c'est un lieu idéal pour réfléchir, suivant le type d'usager, aux dispositifs et aménagements qui favoriseront les mobilités douces et l'intermodalité, notamment touristiques.

Il s'agit selon une **approche « persona » et « design de services »** d'imaginer des solutions adaptées aux besoins et aux pratiques actuels et futurs des différents profils d'usagers, notamment usagers de loisirs et de tourisme itinérants ou en séjours, et de **favoriser ainsi la pratique du vélo** comme mode de déplacement et de découverte.

L'étude sera menée sous maîtrise d'ouvrage Hérault Tourisme en copilotage avec la communauté d'agglomération et le Département. Nous avons travaillé en 2024 sur la rédaction du cahier des charges, la recherche de **financements** (appel à projet vélo de l'ADEME), le lancement de **l'appel d'offre** (Novembre 2024) et une 1^{ère} présélection de Bureaux d'études. Le démarrage de l'étude est prévu début 2025.



ZOOM SUR...

CYCLING HUBS D'OCCITANIE, DESTINATIONS IDÉALES POUR CYCLISTES

- Le CRTL d'Occitanie, associé aux ADTs, a lancé un projet pour identifier et promouvoir des destinations clés sur la thématique vélo. Accessibilité aisée en **transports en commun, multitude d'équipements et services** pour faciliter la pratique du vélo, tant pour **les visiteurs** que **les habitants**, font partie des critères obligatoires de ce nouveau concept.
- Après une phase expérimentale en 2024 menée sur plusieurs destinations dont **l'Archipel de Thau**, et l'envoi de candidatures par le biais d'un formulaire d'autodiagnostic, **3 territoires héraultais** sont sur les rangs pour devenir **les premiers Cycling Hub de la Région**.

A LA CLÉ : UN ACCOMPAGNEMENT SUR MESURE PAR HÉRAULT TOURISME ET LE CRTLO AINSI QUE DES ACTIONS DE COMMUNICATION COLLECTIVES. RÉSULTATS À VENIR EN JUIN 2025.

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

Cette étude pilotée par VNF et les services de l'Etat est cofinancée par les départements du Gard et de l'Hérault. Hérault Tourisme, comme les acteurs locaux, les autorités compétentes et les partenaires concernés, s'impliquent dans cette réflexion collective à travers des **ateliers collaboratifs** afin d'aboutir à l'élaboration d'une **stratégie partagée** pour le développement de l'offre touristique et des loisirs fluviaux et fluvestres.



Pour un tourisme inclusif et solidaire

Hérault Tourisme met en œuvre l'action 11 du Schéma du Tourisme 2022-2028 « Agir en faveur d'un tourisme inclusif et accessible à tous les publics ». Au-delà des actions habituelles en faveur de l'accessibilité, des 1^{ères} actions concrètes ont été engagées sur le tourisme social en lien avec les services concernés du Département de l'Hérault (social, tourisme).

PROGRESSION DE LA DÉMARCHE DESTINATION POUR TOUS

En complément du label Tourisme Handicap attribué aux professionnels, la marque Destination Pour Tous vise les **démarches territoriales d'accessibilité** prenant en compte l'ensemble de la chaîne du déplacement (voirie, parkings, balades transports..) et des services (commerces, vie quotidienne, médecins, banque..).

Accompagnement en 2024

Nous avons poursuivi l'accompagnement des **4 territoires labellisés ou en cours**, dans leur démarche de progrès et pour l'élaboration de leur dossier de candidature ou de renouvellement, en lien avec les communes et EPCI concernés :

- **Agde le Cap d'Agde** : élaboration du dossier de candidature autour de deux périmètres (bourg centre d'Agde / port du Cap d'Agde) avec l'appui d'une étudiante en Master 1 et organisation d'un éducteur avec le CRTLO le 14 mai 2024.
- **Archipel de Thau** : finalisation du dossier de renouvellement du label pour la station de Balaruc-les-Bains avec extension vers Sète via la voie verte.

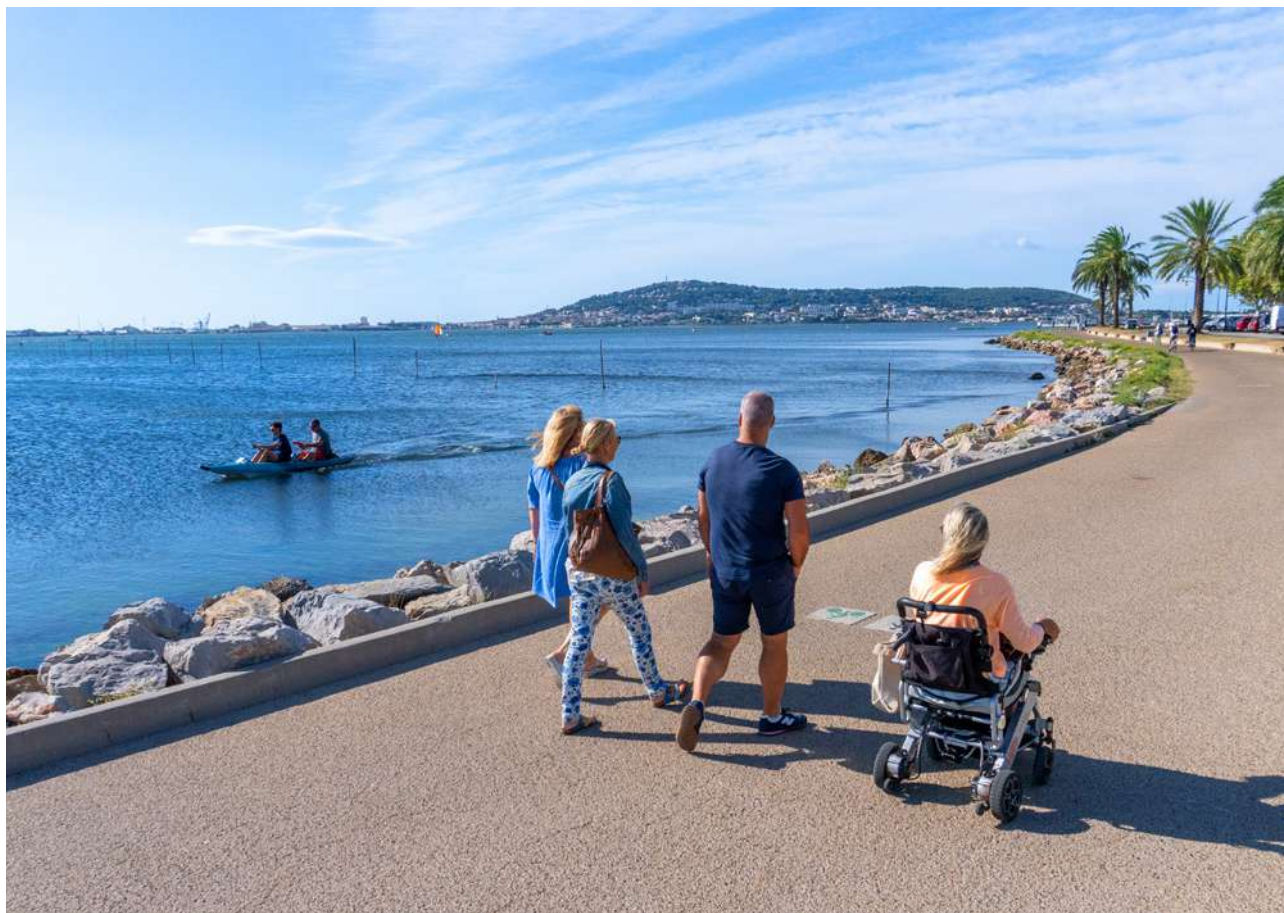
► **Colombiers –Lespignan** : dossier de renouvellement avec extension du périmètre vers Nissan-lez-Ensérune.

► **Mauguio–Carnon** : dossier de renouvellement avec connexion des 2 périmètres labellisés Destination Pour Tous via la nouvelle piste cyclable.

Valorisation du dispositif Hérault Mobility

► La Version 2 du site Hérault Mobility lancée depuis 2 ans, pour faciliter les déplacements des personnes en situation de handicap via un GPS précisant le niveau d'accessibilité des cheminements, a été **reconnue au plan national** comme dispositif innovant et valorisée dans 2 guides nationaux : le guide « **Inspir'Actions** » du réseau ADN et le **guide Michelin 2024** des Vacances accessibles en France.

Dans l'objectif de déployer ce dispositif à plus grande échelle, nous nous sommes attachés en 2024 à consolider le cadre juridique de participation des **18 territoires** et sites partenaires ainsi que des futurs entrants via une convention d'usage.



APPUI AUX PROGRAMMES DÉPARTEMENTAUX ET ACTIONS LOCALES POUR UN TOURISME ACCESSIBLE

Les actions de structuration se sont poursuivies auprès des territoires engagés pour l'accessibilité territoriales.

- **La Mer Ouverte à Tous** : Réactualisation des 13 fiches « Une journée à la plage » et de l'e-book « Activités nautiques accessibles », diffusion sur le site handitourisme.com.
- Appui pour l'organisation de la « **Journée Thermalisme Tourisme Handicap-handisport** » le 31 mai 2024 à Lamalou les Bains, par Grand Orb Tourisme et la chaîne thermale du soleil, à l'occasion des JOP 2024.

VALORISATION DES ACTIONS ET DE L'OFFRE ACCESSIBLE

Actions de communication

- **Site handitourisme.com** : mise à jour et développement du contenu.
- **Magazine national Tourisme Accessible d'ATH** : 5 pages pour l'Hérault (large lectorat : entreprises, particuliers, institutionnels, acteurs privés).
- **Revue APF France Handicap 2024/2025** : Création d'une page commune avec les 3 Destinations DPT.
- **Salon du SETT à Montpellier du 5/6/7 Novembre** : Animation du stand Tourisme & Handicap d'ATH avec le Comité de Liaison et de Coordination des associations Handicaps, l'ANCV et VACAF.
- Participation aux CA et AG de l'association nationale Tourisme & Handicap.

Travail en réseau, échanges d'expériences

- Participation aux 3 réunions du réseau des référents Tourisme & Handicap et des « Destination Pour Tous » d'Occitanie organisées par le CRTLO.
- Groupe de travail national d'ATD/Atout France sur les indicateurs du tourisme accessible.



TOURISME SOCIAL

Hérault Tourisme s'implique aux côtés du Département pour 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).

En 2024 nous avons travaillé sur le porté à connaissance des **dispositifs d'aide et des offres de proximité** auprès des travailleurs sociaux et des associations et structures intervenant dans le champ de l'action sociale qui accompagnent ces publics :

- **Elaboration du Guide « pour le départ en vacances et l'accès aux loisirs pour tous »** :
 - ▶ Ce guide numérique présente les principaux opérateurs du tourisme social et les dispositifs d'aides par public cible. Un lien vers le site d'Hérault Tourisme permet de connaître l'offre de tourisme et de loisirs adaptée.
 - ▶ Création d'une page dédiée « Sorties et vacances, l'Hérault de tous les budgets » sur le site d'Hérault Tourisme (Offres de loisir, de tourisme et d'hébergement de proximité peu onéreuses)
- **Suivi des indicateurs Tourisme social** par l'observatoire d'Hérault Tourisme : aides à la pierre, hébergements agréés VACAF ou partenaires ANCV, montant des aides VACAF, ANCV, nombre de personnes accueillies.).
- **Partenariats avec des opérateurs nationaux du tourisme social**
 - ▶ Adhésion au réseau international ISTO (Organisation internationale du tourisme social)
 - ▶ Conventions de partenariat avec l'ANCV et VACAF pour l'échange de données sur le tourisme social, la valorisation des programmes d'aide sociale (une 20^{aine}) auprès des acteurs du social et du tourisme, et le déploiement des dispositifs Chèque Vacances et Vacances Connect.



ZOOM SUR...

L'ACCUEIL DE VIAJEROS SIN LIMITE

- Du 30/05 au 02/06/2024 Hérault Tourisme a accueilli **Miguel Nonnay, influenceur espagnol, blog « Viajeros Sin Limite »** pour découvrir l'offre Tourisme & Handicap de la **Destination Grand Orb** (offres thermales, matériel handisport de « La station », randonnée sur la Passa pais accessible).
- La voie verte Passa Pais (72 km entre l'Hérault et le Tarn) a fait l'objet d'une **étude d'évaluation** de son accessibilité par tronçons avec relevé et cartographie des points d'intérêts et services accessibles.



Le blog *viajeos sin limite*

CHIFFRES CLÉS

-  **4,6** millions de bénéficiaires ANCV en France
-  **5724** points d'accueil acceptant les chèques vacances dans l'Hérault
-  **8786** séjours VACAF en Hérault
-  **65** professionnels agréés VACAF

COMMUNICATION ET MARKETING

SCÉNARISER LA DESTINATION



Stratégie et comités éditoriaux : les grands récits 2024

La méthode ? Tout commence par un positionnement déterminé par le Schéma de Développement et une vision stratégique des clientèles choisies. Suit une construction éditoriale structurée en comité ad hoc, reposant sur la création de récits immersifs et expérientiels porteurs d'un tourisme durable et hors saison. Une démarche travaillée toute l'année, en interne et avec nos partenaires Offices de Tourisme, réseaux de professionnels, collectivités...

LE COMITÉ ÉDITORIAL : UNE MÉTHODO APPLIQUÉE ET APPROUVÉE !

Positionné autour des grands axes du marketing, le comité éditorial interne et partenarial est au cœur de **notre stratégie de contenus "4 saisons"** (approches immersives et expérientielles).

Autour de ce comité gravitent :

- Des groupes personas qui étudient les cibles de clientèle et leur évolution afin de calibrer au plus près des propositions de contenus.
- Des comités de production qui enrichissent et optimisent les contenus rédactionnels basés sur la recommandation et le conseil, et selon un calendrier éditorial.
- Des groupes post-production et médias, experts en image, qui commandent auprès des photographes des prises de vue, optimisent les médias et gèrent les droits photos et les droits à l'image.

LE 1^{ER} COMITÉ ÉDITORIAL PARTENARIAL

En 2024, Hérault Tourisme a réuni l'ensemble de ses partenaires au Domaine de Bayssan soit 31 participants, représentant les Offices de Tourisme, les destinations Vignobles & Découvertes, le Parc Naturel du Haut-Languedoc et le réseau Occigène (professionnels de la filière pleine nature).

► **Objectif** : travailler ensemble les grands axes thématiques de co-production pour 2024



HERAULT-TOURISME.COM EN 2024

3 137 716 visites, soit **+27,1%**

6 354 329 pages vues, soit **+26,3%**

3'5" de durée moyenne de visite, soit **+44,5%**

OPTIMISER LE SITE WEB POUR MAXIMISER L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR

• **Optimisation SEO** : dans la continuité de notre **partenariat avec SEMJI**, l'agence SEO d'Hérault Tourisme, nous avons mesuré l'efficacité SEO de 56 contenus éditoriaux existants et obtenu un content score moyen de 74/100.

Ces contenus optimisés ont enregistré **2,5M impressions** (+60%) et 103K clics (+24%).

Parallèlement, pour améliorer les performances de productivité et d'aide à la rédaction, **une formation accélérée sur les nouvelles fonctionnalités IA de l'outil SEMJI** a été réalisée.

• **Usage de l'IA** : Les rédacteurs et le groupe post-production ont été accompagnés par ID-REZO pour apprendre à construire des **prompts efficaces** en fonction d'un contexte.

Objectifs : enrichir et performer les contenus rédactionnels, monter en compétence pour la création d'illustrations et la retouche d'images et in fine gagner du temps.

LES NOUVEAUTES 2024 !

• **GR® de Pays EDLAS : un collectif, des expériences**

Forts de 65 km d'itinérance au travers de trois destinations jalonnées de sites naturels d'exception, nos partenaires OT du Lodévois & Larzac, Grand Orb et Destination Salagou Cœur d'Hérault ont prêté leurs plumes et ont enrichi notre site avec une collection de trois belles expériences de randonnée sur ce sentier. Ce premier travail rédactionnel collectif au service d'une offre rando a porté ses fruits avec un total **3 314 vues** sur la ligne d'arrivée.

• **L'Hérault vu par les influenceurs...**

Parce qu'ils ont vécu, aimé et rédigé une expérience "coup de cœur" dans l'Hérault, les influenceurs disposent de leur écrin sur notre site herault-tourisme.com. **Objectif** : inspirer !

• **Versions étrangères : elles sont en ligne !**

A consulter depuis la Home page de notre site web français, **quatre versions étrangères** de notre site ont vu le jour pendant l'été 2024, renvoyant les internautes vers les sites web traduits de nos partenaires OT et totalisant **7 615 vues de page**.

PLEINS FEUX SUR LES CONTENUS ÉDITORIAUX MAJEURS CO-TRAVAILLÉS AVEC LE DÉPARTEMENT

LES HÉRAULT DE LA RÉSISTANCE

Dans le cadre du 80^{ème} anniversaire de la Libération, Hérault Tourisme s'est inscrit en 2024 dans un projet autour du tourisme mémoriel en collaboration avec les Archives Départementales. Ainsi est né tout un univers web dédié aux héros de la résistance héraultaise avec parcours mémoriels, film, récits, images... comptabilisant au 31 décembre **13 346 vues**.



Maquisards - image créée par l'IA

LE GÉOPARC TERRES D'HÉRAULT

Candidat au label "Géoparc Mondial UNESCO", le Géoparc Terres d'Hérault, ses 9 espaces géo-touristiques, 54 Géosites et 9 Géorandos proposent un voyage à travers plus de 540 millions d'années en continu. De fabuleux récits co-produits avec l'équipe Géoparc du Département, en ligne sur notre site qui totalisent **5 951 vues**.



1^{ÈRE} BOUCLE CÉNOVELO®

Suite au développement du concept innovant des Cénovélos® copiloté par le Département et Hérault Tourisme, reportage, escapade et itinéraires autour de l'œnotourisme et du cyclotourisme ont trouvé leur cocon sur notre site web, invitant nos cibles à une belle découverte des vignobles de l'Hérault à vélo. Un succès s'élevant à **3 252 vues**.



LE CONCHYLITOUR DE L'HÉRAULT

Partir de dégustations de coquillages en découvertes le long du littoral, voici le challenge du Conchylitour lancé par le Département à l'été 2024. Savoir-faire, dégustations, paysages, expériences, balades.... Hérault Tourisme valorise le patrimoine conchylicole autour de la lagune de Thau et de Vendres sur un espace web dédié et bien iodé. 4 416 vues enregistrées depuis son ouverture.



LES ROUTES MÉDIÉVALES

Identifiés et co-rédigés avec le Pôle Routes et Mobilités du Département, cinq itinéraires médiévaux à parcourir en voiture ou à vélo, des étangs jusqu'à nos montagnes, sont en cours d'intégration sur notre portail sous forme d'escapades. Passionnés d'histoire ou simples curieux trouveront prochainement leur bonheur pour remonter le temps au coeur de l'Hérault médiéval.



A full-page background image showing two mountain bikers riding on a dirt trail. The biker in the foreground is wearing a white t-shirt with a logo, black pants, and a black helmet. The biker behind him is wearing a blue shirt and a blue helmet. They are riding through green bushes with small white flowers. In the background, there are large, rocky mountains under a blue sky with some clouds.

COMMUNICATION ET MARKETING

(CO)PRODUIRE
DES CONTENUS
EXPÉRIENTIELS
ET LES DIFFUSER

Co-productions partenariales

WEB RÉDACTION

Orientés récits d'expérience, sous l'angle de la connivence, nos contenus web prodiguent conseils, recommandations, bons plans... Rassurer, inspirer, surprendre, générer des émotions... Tels sont les objectifs de nos contenus 4 saisons produits en interne, comme avec nos partenaires.

PRODUCTION DE CONTENUS EN 2024



17 pages internes produites par les rédacteurs d'Hérault Tourisme.

21 pages partenariales coproduites avec les OT (Montpellier, Minervois au Caroux en HL, Destination Salagou – Coeur d'Hérault, Lodévois & Larzac, Grand Orb, Palavas-Les-Flots, Monts & Lacs en HL), le Conseil Départemental, les Archives Départementales, Visages du Sud (collectif de blogueuses), un cinéaste allemand.

137 pages existantes mises à jour en interne et/ou avec l'appui des Offices de Tourisme ou encore des animateurs V&D.

Création de 5 espaces web dédiés à savoir Conchylitour de l'Hérault et versions étrangères EN/DE/ES/NL de notre site.

CHIFFRES CLÉS



40 vidéos produites



60 journées de tournage et montage



80 figurants



2,5 Millions de vues

PRODUCTIONS ET DIFFUSIONS DE VIDEOS

• **Production de vidéos partenariales** : 14 vidéos co-produites avec les **partenaires/destinations** (Archipel de Thau, Montpellier Méditerranée, Languedoc Coeur d'Hérault, Lodévois et Larzac, Destination Salagou, Grand Orb, Cap d'Agde Méditerranée, Béziers Méditerranée, Avant-Monts, Logis de l'Hérault...). Ces vidéos mettent en scène nos profils type de clientèles (familles, groupe d'amis, couples...) et associent paysages et activités.

• **Production de vidéos pour les campagnes de saison** : montage de 16 capsules vidéos au **format publicité** (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** », « **Un été servi frais** » et pour les destinations Montpellier Méditerranée, Archipel de Thau, Béziers Méditerranée et diffusées en IPTV, TV segmentée, programmation vidéo, et réseaux sociaux.

• **Production de vidéos « Mon Plaisir d'Hérault »** : 2 vidéos réalisées (le village de Puéchabon et le Neck de la Roque). Ces productions expriment le **coup de cœur** d'un ambassadeur du territoire. La série comporte désormais **22 épisodes** et continue de mailler le territoire.

• **Production de vidéos en mode reportage « Les Escapades de Plaisirs d'Hérault »**. 3 escapades réalisées en 2024 : Escapade Nature Sans Voiture (Carcassonne – Béziers), « Voyage au Pays des Paysages », et « Les Hérault de la Résistance ».

• **Nouveauté ! Création de la série « Vous avez 5 minutes »** : Chaque reportage met en lumière 5 spots pour illustrer une thématique particulière. Le rythme est rapide, le ton souriant et convivial, pour une efficacité maximale. Les 3 premiers épisodes dédiés aux villages, abbayes et jardins totalisent plus de **600 000 vues**.

• **Production d'images de drone** : 174 séquences de drone tournées cette année (1 282 au total). Certains rushes ont été exploités et diffusés dans les émissions et journaux télévisés de **TF1, France 2, France 3, France 5**.

Ces **40 vidéos** réalisées alimentent nos supports digitaux et ceux de nos partenaires, et sont diffusées via nos réseaux sociaux, e-mailings, expériences...



Plaisirs d'Hérault - YouTube



CO-PRODUCTIONS DE PHOTOS

Sur le même modèle que les productions vidéos (mise en scène de profils de clientèles en croisant les saisons, les thématiques et les activités), les productions de photos viennent enrichir les contenus rédactionnels et alimentent les leviers de diffusion promotionnels (site web, e-news, réseaux sociaux...) pour le compte d'Hérault Tourisme et de nos destinations partenaires.

- **Productions partenariales** : 11 journées de reportages avec 6 destinations (Archipel de Thau, Avant-Monts, Minervois Caroux, Cœur d'Hérault, Cap d'Agde Méditerranée, Lunel Agglo) et 2 photographes professionnels. **1 000 nouveaux clichés** illustrant nos profils de clientèles à travers des paysages et thématiques variés, venus enrichir notre photothèque partagée.

- **Collaboration avec les influenceurs** : blog trip dédié à l'CENovélo® du Canal du Midi au Saint-Chinian avec le collectif « Visages du Sud », reportages handitourisme avec « Viajersinlimite » et « Jolies Lueurs » sur le territoire des Monts & Lacs.

- **Partage de droits photographiques** : valorisation de l'itinérance douce avec les collectifs «Canal des 2 mers à vélo», «Vélocitatie PNR Haut-Languedoc», «La Méditerranée à vélo Eurovélo 8», «Escapade Nature sans Voiture Grands sites de France», «CENovelos®»..

- **Achats d'arts** : renouvellement des droits de la banque d'images d'un photographe et achat d'une vingtaine de clichés.

- **Captures d'images** : une centaine de photos issues des captures d'écran de vidéos.

- **Productions « Hérault Tourisme »** : **382 clichés** ont été réalisés en interne lors de différents reportages (GR de Pays entre 2 lacs Avène – Salagou, Géoparc, Escapades nature sans voiture...).

E-BOOKS

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

Ce format extrêmement bien accueilli par nos clients répond 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 et lien vers l'ensemble des randonnées.

Ces 2 e-books de 8 pages, produits en interne ont été diffusés via des campagnes sur les réseaux sociaux et des articles dans nos e-news.

Le bilan très positif confirme la pertinence de ce support et l'appétence des clientèles :

► **55 000 ouvertures**

► **405 000 pages vues** (7,2 pages vues par consultation)

► **20 000 clics** vers les circuits référencés sur notre site web.



CHIFFRES CLÉS

Près de **1 500** nouveaux médias (vidéos et photos) venus enrichir la médiathèque de la destination <https://phototheque.cdt34.com/>



7800 médias
(7 600 photos – 200 vidéos)



900 utilisateurs inscrits.



160 000 pages vues



PLAN D'ACTION DÉDIÉ AU « GR® DE PAYS ENTRE DEUX LACS AVÈNE SALAGOU »

En partenariat avec les 3 destinations traversées par l'itinéraire (Grand Orb, Lodévois et Larzac, Destination Salagou Cœur d'Hérault), un plan d'action dédié combinant de la co-production de contenus et le déploiement de nos outils de diffusion a été réalisé.

- **Co-production de contenus rédactionnels :**

création d'un espace dédié au GR® de Pays entre deux lacs Avène - Salagou sur Hérault-Tourisme qui intègre les différentes variantes du tracé, les fiches des tronçons, les hébergements et prestataires et 3 expériences co-produites avec le Lodévois et Larzac, le Grand Orb et la Destination Salagou Cœur d'Hérault. **L'ensemble des articles diffusés via des campagnes sur les réseaux sociaux et e-news a généré près de 29 000 visites sur cet espace.**

- **Co-production de 3 vidéos** en mode reportage réalisées avec le blog « Carnets de rando ». **Près de 385 400 vues générées.**

- ▶ Vidéo de présentation générale du GR : 381 000 vues
- ▶ Vidéo sur la variante « Tour du lac des Monts d'Orb » : 2 900 vues
- ▶ Vidéo sur la variante « Tour du lac du Salagou » : 2 500 vues

- **Co-production photos :** une cinquantaine de photos réalisées avec la destination Lodévois et Larzac pour la rédaction de l'expérience « Tour du lac du Salagou ».

- **Article dans le blog « Carnets de rando » :** près de 40 000 vues.

- **Salon du randonneur à Lyon (22-24 mars) :** espace dédié au GR® de Pays. 15 000 visiteurs.

- **E-news :**

▶ 3 articles dans les e-news produites par Hérault Tourisme (mars, avril et novembre) : plus de 1 000 clics générés.

▶ Réalisation d'une news dédiée au GR adressée le 26 novembre à 850 000 personnes : 76 000 ouvertures et 4 000 clics générés.

- **Réseaux sociaux :** diffusion de 4 campagnes en septembre et octobre.

▶ 9 500 clics

▶ 30 500 vues de vidéos



Diffusion des contenus

CAMPAGNES WEB-MARKETING BASSIN DE VIE ET FRANCE

Création de plateformes web hébergées sur herault-tourisme.com proposant des activités et séjours à gagner.

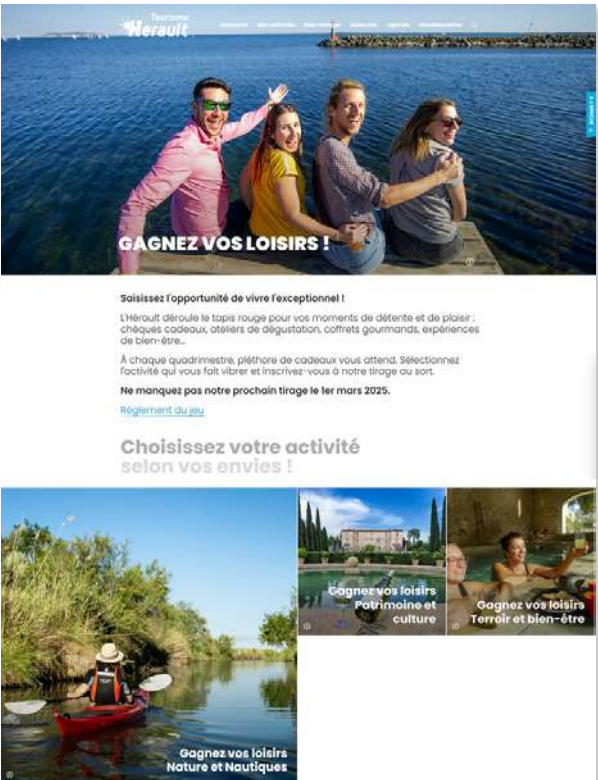
Objectif : assurer une excellente visibilité pour les destinations partenaires et acquérir de nouveaux prospects qualifiés. Ces prospects intègrent notre base de données et sont mis à disposition des partenaires lors des envois de newsletters dédiées.

• Bassin de Vie (Hérault, Gard, Bouches du Rhône, Aveyron, Tarn, Aude, Pyrénées Orientales, Haute Garonne) :

- ▮ Création d'une plate-forme dédiée aux 11 destinations partenaires, soit une soixantaine d'activités proposées à l'année, mises à jour 3 fois par an.
- ▮ **250 000 visites** sur les 60 pages des destinations partenaires (400 000 en 2023).

• France :

- ▮ Dispositif similaire, mais avec 6 destinations partenaires qui mettent en avant une douzaine de propositions de séjours à gagner.
- ▮ Cette plate-forme, mise à jour 2 fois par an a généré 270 000 visites sur les différentes pages des destinations partenaires (240 000 en 2023).



GESTION RELATION CLIENTS

Production d'e-news dédiées aux marques de la destination

Notre stratégie de la relation clients s'appuie sur une stabilisation de notre base de données **prospects très qualifiés** (50 à 60 000 Bassin de vie et France confondus), tout en sollicitant les **fichiers d'agences spécialisées** qui nous mettent à disposition leurs méga bases de données.

- ▮ Ce dispositif nous permet de maintenir une bonne **notoriété** auprès des fournisseurs d'accès internet, de préserver nos bases de données, d'assurer d'excellents résultats et une **excellente visibilité** en répondant aux attentes des destinations partenaires d'un point de vue quantitatif.
- ▮ Les résultats sont largement **supérieurs à l'année passée** (pour le même budget).

A noter cependant une légère baisse des taux d'ouverture et taux de clics : cette tendance est propre à la GRC, et malgré tout, nos résultats demeurent bien au-dessus des résultats dans le domaine du tourisme.

A l'instar des années passées, les campagnes dédiées à notre fichier bassin de vie performant et témoignent une fois de plus de **l'appétence de nos clientèles de proximité pour leur bassin de vie**.

Les résultats des campagnes France augmentent en volume mais les pourcentages d'ouvertures et de clics sont en légère baisse.

- **News « Bassin de Vie » :** 35 e-news, 717 600 destinataires, 734 400 ouvertures cumulées (102,3%) et 86 000 clics (11,7%).
- **News « France » :** 28 e-news, 1 749 500 ouvertures (12,3%) et 129 600 clics (7,4%).

CHIFFRES CLÉS



63 e-news produites dont 44 dédiées aux destinations (500 articles). 65 en 2023



14,9 millions de destinataires ciblés (9,1 M en 2023)



2,483 millions d'ouvertures (personnes touchées). 1,758 M en 2023



215 500 clics générés sur les contenus. 188 500 en 2023

	Envois	Destinataires	Ouvertures	Clics
2024	63 e-news	14 915 231	2 483 901 (16,7%)	215 508 (8,7%)
2023	65 e-news	9 154 167	1 758 431 (19,2%)	188 467 (10,7%)

CAMPAGNES « MULTI-CANAL »

Inspirées des campagnes de saison (L'Hérault, le vrai pays des sports *divers*), les outils de diffusion déployés (IPTV, TV segmentée, Programmatique vidéo, Pinterest), ont été proposés et mis à la disposition des destinations partenaires.

- Les Offices de Tourisme de l'Archipel de Thau, Montpellier Méditerranée et Cap d'Agde Méditerranée ont répondu favorablement à ce dispositif. En complément de ces leviers de diffusion, le plan d'action a été renforcé pour notre savoir-faire en intégrant nos leviers traditionnels : la production de contenus vidéo, la GRC et les réseaux sociaux.

BILAN GÉNÉRAL

- **15,3 M d'impressions**
- **100 000 clics générés sur les contenus des partenaires**

- Investissement de **49 000 €**.
- **6 mois** de campagnes (printemps et automne) pour les 3 destinations partenaires.
- **12 spots vidéos** réalisés (4 par partenaires pour les diffusions en IPTV et programmatique vidéos.) :
 - ▶ Programmatique vidéo : 3,48 M impressions – 21 000 clics générés.
 - ▶ IPTV – TV segmentée : 322 000 impressions.
- **6 e-news dédiées** : 3 M de destinataires – 490 000 ouvertures cumulées – 39 500 clics.
- **6 mois de campagne sur Pinterest** : 5,85 M d'impressions – 27 900 clics sur les contenus des partenaires.
- Une douzaine de campagnes réalisées **sur le réseau Méta** : 3 M d'impressions – 15 700 clics.



Campagnes multi-canal partenariales	Montpellier	Cap	Thau
Programmatique vidéo	1,1 M d'impressions 8 490 clics	1.2 M d'impressions 4 700 clics	1.2 M d'impressions 7 800 clics
Pinterest	1.8 M d'impressions 9 800 clics	1.4 M d'impressions 8 300 clics	2.6 M d'impressions 9 700 clics
IPTV – TV Segmentée	116 600 impressions	105 800 impressions	99 500 impressions
Réseaux sociaux			3 M d'impressions 15 700 clics
E-news	150 500 ouvertures 11 300 clics	161 600 ouvertures 13 100 clics	177 900 ouvertures 15 100 clics
Total	4 M d'impressions 29 700 clics	3.7 M d'impressions 26 000 clics	7.9 M d'impressions 48 400 clics

RÉSEAUX SOCIAUX

Objectifs

- Générer un maximum de trafic sur les différentes pages d'Hérault-tourisme.com, en provenance de nos réseaux sociaux, que ce soit en organique (publication sur la page Plaisirs d'Hérault) ou via des campagnes sponsorisées. La variété de contenus éditoriaux expérientiels, vidéos, 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'HERAULT

[WWW.YOUTUBE.COM/@PLAISIRSDHERAULT/](https://www.youtube.com/@PLAISIRSDHERAULT/)
VIDEOS

Elle valorise les découvertes, les activités et les professionnels. Elle est alimentée régulièrement par les vidéos réalisées avec nos destinations partenaires et par nos réalisations (Les Escapades de Plaisirs d'Hérault, Mon Plaisirs d'Hérault, Vous avez 5 Minutes ?..). Une trentaine de campagnes sponsorisées ont été diffusées en 2024.

40 nouvelles vidéos intégrées à notre chaîne

155 000 vues

4 300 abonnés



FACEBOOK

10 millions de personnes touchées (11 M en 2023).

701 000 personnes réactives (839 000 en 2023).

7,1% de taux d'engagement (8,5% en 2023).

119 500 fans (+2,5% par rapport à 2023)



INSTAGRAM

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

30 632 abonnés (+4,8%)

84 000 personnes touchées.

64% de l'audience est féminine



PINTEREST

Le réseau social en pleine vogue ! Parfaitement adapté au Tourisme ce levier de communication nous permet de cibler une clientèle très qualitative, essentiellement féminine, avide de découvertes, de photos et vidéos immersives. Les campagnes sponsorisées initiées en 2024 ont permis de générer plus de **100 000 clics** sur les contenus proposés. Les actions de communication via ce réseau social seront renforcées en 2025 et intégrées au plan d'action partenarial.

Les campagnes sponsorisées

Éléments incontournables et très efficaces de nos actions de communication, les réseaux sociaux (Youtube, Méta – Facebook, Instagram – réseaux network, et Pinterest) garantissent une visibilité exceptionnelle.



LES CHIFFRES



12 destinations partenaires



32 000 € d'investissement (dont 17 500 € dédiés aux campagnes partenariales).



251 campagnes réalisées (247 en 2023).



+ de 19 millions de personnes touchées (+14%) et ciblées selon leurs centres d'intérêts, lieux de résidences, âges...



1,7 M de personnes ont interagi (+20%).



394 000 de clics générés et 1.3 M de vues.



0,07 € coût / clic.



CAMPAGNES RADIO

France Bleu Hérault, Toulouse FM, RTS, RFM, Europe 2

Production et diffusion d'une vingtaine de spots radio pour le compte des Offices de Tourisme de Cap d'Agde Méditerranée, Du canal du Midi au Saint-Chinian, Archipel de Thau et Béziers Méditerranée.

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

36 semaines d'antenne soit 750 spots diffusés de mars à décembre (38 semaines, 782 spots en 2023).

EVENEMENTIELS – SALONS

• Salon du Randonneur de Lyon (22-24 mars) :



Cet événement auprès de la clientèle lyonnaise reste pour la destination et ses partenaires (Offices de Tourisme du Pays de Lunel, Avant Monts, Minervois Caroux, Grand Orb, Lodévois et Larzac, Destination Salagou et Languedoc Nature), un rendez-vous incontournable pour rencontrer cette clientèle très qualitative et en attente de nouveautés pour l'activité randonnée mais aussi de loisirs nature.

- ▮ Près de 15 000 visiteurs captifs et sensibles à notre offre.
- ▮ Un espace dynamique avec une offre adaptée aux attentes des clientèles : des nouveautés telles que le GR® de Pays entre 2 Lacs Àvenè Salagou.
- ▮ Un croisement de thématiques : rando, œno, grands sites, bord de mer.

• Conférence de presse Barcelone (12 mars) :

réalisée en partenariat avec Atout France Espagne, et l'Office de Tourisme de l'Archipel de Thau, **une trentaine de journalistes et influenceurs** ont répondu présents à notre invitation qui a mis en avant nos traditions maritimes et notre culture à travers l'évènement « Escale à Sète ».

• Conférence de presse Bruxelles (15 novembre) :

une dizaine de journalistes ont répondu présents à notre invitation pour déguster nos produits mais aussi (re)découvrir notre destination sur le thème « L'Hérault, le vrai pays des sports divers ».



CAMPAGNE « L'HERAULT, LE VRAI PAYS DES SPORTS DIVERS »

Initiée en 2023 la campagne multi-canal « L'Hérault, le vrai pays des sports divers » est reconduite en 2024. Un projet qui vise à désaisonnaliser la destination et cibler le grand public via des outils de communication innovants.

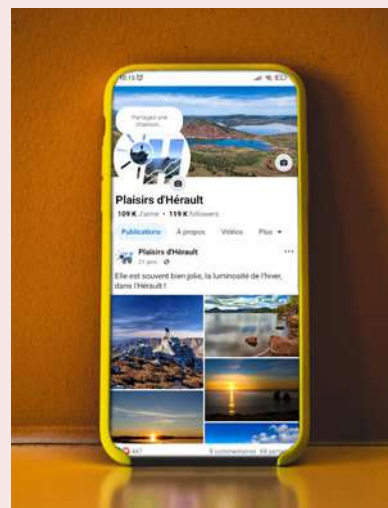
LES OBJECTIFS

- ▮ Crédibiliser la destination sur l'automne et l'hiver.
- ▮ Susciter des envies de courts séjours et d'escapades à la journée.
- ▮ Favoriser le « circuit court » et les consommations locales.
- ▮ Développer la notoriété de la destination hors périodes de forte fréquentation.

LE PLAN D' ACTIONS

Il s'appuie à la fois sur la maîtrise de nos outils sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram et YouTube), la Gestion Relation Client et le déploiement de leviers innovants tels que la programmation vidéo, l'IPTV et la TV segmentée (spots TV) :

- 4 vidéos de 30 secondes pour le dispositif IPTV et programmations vidéo et 12 mini-films de 15 secondes pour les stories (en utilisant les co-productions réalisées avec nos territoires).
- La création d'un espace dédié « **Que faire en hiver** » sur le site d'Hérault Tourisme qui compile une quinzaine d'expériences : les randos d'hiver, idées séjours en gîtes, city break à Montpellier, Sète ou Béziers, les saveurs d'hiver...



UN BILAN EXCELLENT

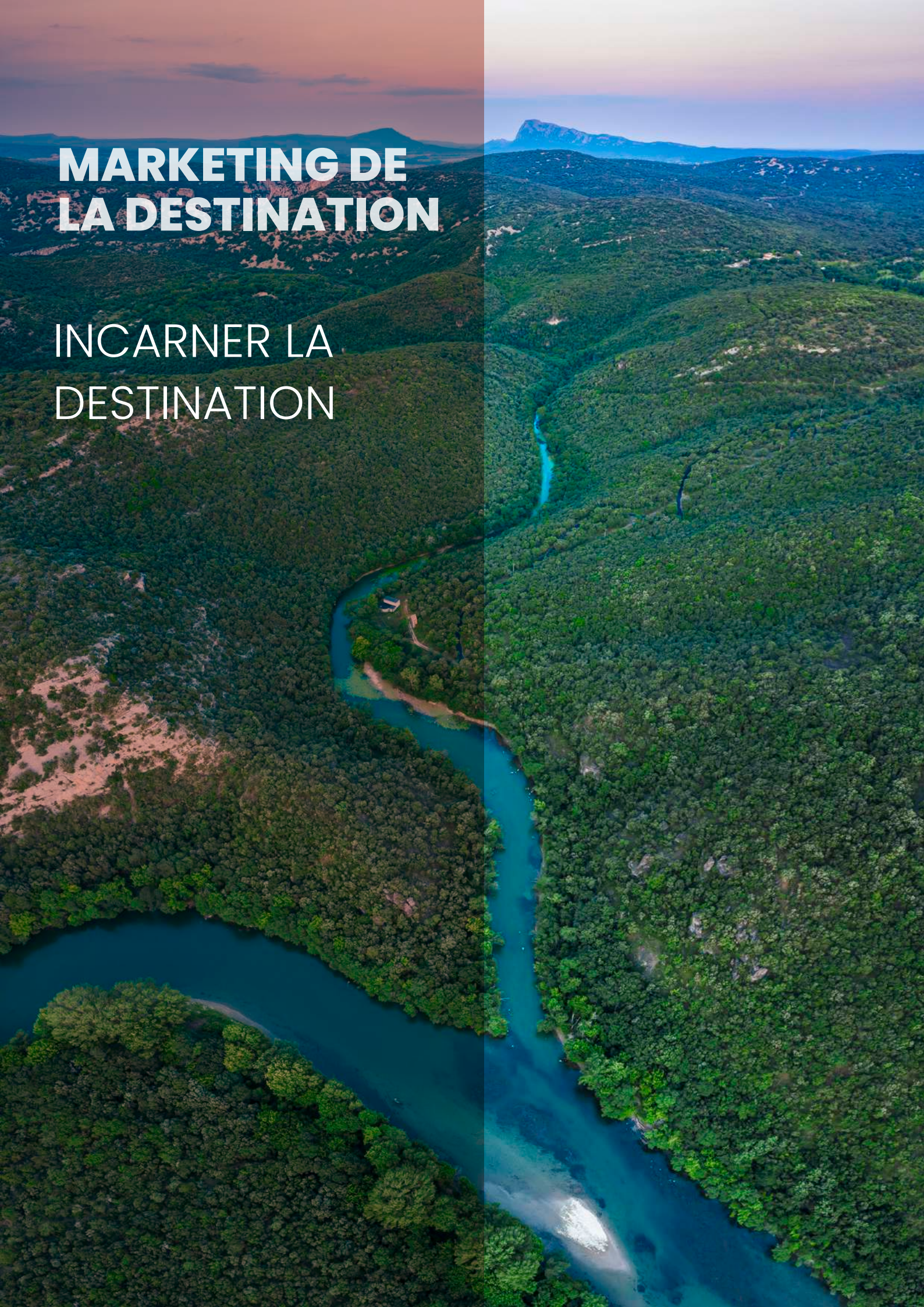
Tant d'un point de vue quantitatif que qualitatif, l'ensemble des dispositifs a généré :

- près de 12,4 M de vues des vidéos diffusées
- 185 000 clics générés sur les différents contenus

40% des résultats (vues et clics) sont générés par les campagnes opérées par Hérault-Tourisme (réseaux sociaux et GRC).



L'Hérault, le vrai pays des sports « divers »	Vues	Clics
Youtube	104 000	45
Méta (Facebook + Instagram) 30"	991 100	956
Méta (Facebook + Instagram) 15" Reels	87 000	907
Facebook (campagnes trafic)	6 600	49 900
Programmation vidéo	10,7 M	40 200
Pinterest		20 700
TV segmentée – IPTV	46 400	
E-news Hérault Tourisme	286 200	25 500
Total	12,4 M	185 678



MARKETING DE LA DESTINATION

INCARNER LA
DESTINATION

Proche de la Presse et des influenceurs

2024 fut une année riche côté presse, même si les élections imprévues, la météo changeante, les jeux olympiques, la crise budgétaire... ont bien occupé les médias, notamment télévisuels. L'Hérault, par sa richesse et sa capacité à sans cesse se renouveler, suscite toujours autant l'intérêt des journalistes et influenceurs.

Les grandes thématiques départementales, que sont le concept des **Œnovélo®**, le **Conchylitour** ou le **Geoparc Terres d'Hérault** ont eu une vraie résonance. Sans doute parce qu'elles sont d'actualité et répondent aux attentes du moment en termes de **slowtourisme**, **tourisme durable**, et **circuit-court**.

Une réussite qui 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. Certains découlent aussi des Contrats de Destination «Montpellier, Destination Languedoc», «Canal du Midi» et «Côte Méditerranée Occitanie».

LE GEOPARC TERRES D'HERAULT, EN ROUTE POUR LE LABEL UNESCO



C'est dans cette perspective qu'il a fait l'objet d'un article de **8 pages dans le magazine Grands Reportages** du mois de mai, consacré aux biens UNESCO. Une belle mise en lumière de l'ensemble des paysages et unités géologiques qui le composent, et notamment des 3 Grands Sites de France® héraultais.

L'ŒNOVELO® : UN CONCEPT QUI FAIT MOUCHE !

Avant même son inauguration officielle fin juillet, l'œnovélo® 1 de Saint-Chinian au canal du Midi a su séduire influenceurs et journalistes.

- Les **4 blogueuses du collectif Visages du Sud** ont parcouru l'itinéraire mi-février et témoigné avec enthousiasme, chacune à sa façon, de cette aventure sur leurs blogs respectifs.
- La journaliste anglaise Anna Richards a, elle aussi, valorisé l'itinéraire dans un article sorti dans l'édition automnale du magazine francophile **The Good Life France**.
- De même, la journaliste d'origine anglaise, Louise Hurren, a rendu compte de ce parcours dans le groupe **facebook Languedoc e-greeters** après l'avoir expérimenté fin juin.
- Enfin, l'Œnovélo® fait partie aussi du top 5 des activités slow tourisme proposé par le site web du **magazine Détours en France** mi-août.



PLUS QUE JAMAIS, LES GRANDS ITINERAIRES CYCLABLES ONT EU LE VENT EN POUPE

Il n'y a pas que l'Œnovélo® 1 qui a suscité l'engouement de la presse et des influenceurs. Les autres grands itinéraires cyclables ont, eux-aussi, été valorisés.

- **La Boucle Cyclo N°25**, ou le Tour de l'Etang de Thau : reportage du journaliste anglais Steve Turnbull et article sur le site web francophile **France Today**.

• La Voie Verte Passa Païs et les Montagnes du Caroux :

- ▶ blogtrip avec 4 blogueurs au mois de mars. Outre des posts sur leurs réseaux sociaux, on trouve aussi 3 articles sur les **blogs copinesdebonsplans.fr**, **staytunedforlife.com** et **mademoisellebonplan.fr**
- ▶ blogtrip en octobre avec vidéo fin novembre sur la chaîne youtube de **Louannmanshow**
- ▶ Reportage en novembre pour **E-Bike magazine** (parution en février 2025)
- ▶ C'est aussi en version accessible, que Miguel du blog **vijeros sin limite** a testé la voie verte.

• La Méditerranée à Vélo :

- ▶ Reportage de la journaliste allemande Ulrike Wiebrecht suivi d'un article dans le quotidien Berinois **Tagespiegel** à l'automne.
- ▶ Blogtrip en mai avec article sur le blog <https://www.labougeottefrancaise.com/>

• Le Canal des 2 mers à vélo :

- ▶ Valorisé en mai dans un top 5 des plus beaux itinéraires à vélo pour découvrir la France du site **Ouest France**
- ▶ Reportage pour l'émission voyage « zwischen Hamburg und Haiti » de la **radio allemande NDR** (Norddeutsche Rundfunk) – Emission diffusée en août.

- **L'itinéraire gravel de la GTMC** (Grande Traversée du Massif Central) parcouru par un journaliste néerlandais pour **Fiets Magazin**.



Blog Kikimytravel du Collectif Visages du Sud

LES CHIFFRES



38 accueils presse et blogtrips



28 voyages de presse
13 étrangers et 15 français



10 blogtrips 2 étrangers et 8 français



+ de 65 articles (web, print) ou émissions (radio, tv)

CHEFS ET PRODUITS LOCAUX : LA GASTRONOMIE A TOUJOURS DU SUCCÈS !

La production conchylicole, et notamment **l'huître de Méditerranée**, reste l'un des fleurons de la gastronomie héraultaise. Il faut dire qu'au-delà de la qualité gustative du coquillage, le lieu où il est produit émerveille et sait faire de l'œil à l'objectif. Aussi, la conchyliculture a-t-elle été au cœur de **reportages et d'articles** pour :

- Le magazine Rustica
- Le magazine Saveurs
- Le magazine Balades Estivales en Occitanie
- Les blogueurs de jolieslueurs.com
- Des journalistes espagnols d'Elperiodico.com



- Le site routard.com
- Météo à la Carte sur France 3
- La Minute Voyage de M6
- Le magazine Maxi Cuisine

L'huître de Méditerranée n'est pas le seul produit gourmand à avoir eu un beau coup de projecteur.

- Le Caviar de Château Castillonne et la culture de plantes aromatiques du Domaine de Pouzes ont fait l'objet de 2 beaux articles au printemps dans le **magazine Saveurs**.
- Les oignons doux de Lézignan-la-Cèbe, l'olive Lucques et le pointu ont fait les vedettes dans le **magazine Maxi Cuisine** du mois de mars.
- **Météo à la Carte** a réalisé des sujets sur la charcuterie Aninat à Hérépiat, la conserverie artisanale sétoise Azais Polito ou encore la pêche dans les étangs palavasiens avec une mise en avant du restaurant la Marine du Pêcheur.
- Un journaliste de **Notre Temps Jeux Régions** a découvert l'histoire et les



recettes de la conserverie artisanale Azais Polito.

- Les adresses montpelliéraines et notamment du marché du Lez ont été valorisées par le journaliste allemand Klaus Simon dans le **magazine gastronomique Der Feinschmecker**.

- La pâtisserie Al Canton, Château Petit Béret et le restaurant Cena ont été sélectionnés dans une page adresses du **Figaro Mag région** en mars.

Plusieurs restaurants, épiceries, brasseries/rhumeries et biscuiteries ont été testés et approuvés par le **critique gastronomique Gilles Pudlowski**, qui en a rendu compte sur ses réseaux sociaux et son blog.

CULTURE ET PATRIMOINE : LE SOCLE DE NOTRE IDENTITÉ

Qu'il s'agisse d'architecture, de patrimoines naturels, de musées, d'ouvrages d'art, de traditions ou de festivals, l'Hérault propose un panel de découvertes variées qui ne laissent aucun média indifférent.

- 3 journalistes de **Femme Actuelle Jeux Régions, Easyvoyage.com et du groupe com-press**, ont vécu la manifestation Escala à Sète en son cœur.

- Julie, Aurélien et Louison du **blog Jolies Lueurs** ont découvert avec enthousiasme le festival itinérant Marées Hautes et les paysages de la Destination Haut-Languedoc Lacauze – La Salvetat.

- Les médias webs **Dynamic Séniors, l'Indigo Mag, Infotavel** ont fait un focus culture autour de l'Archipel de Thau et Montpellier.





- **Des journalistes allemands** (Frankfurter Allgemeine Zeitung, Passauer Neue Presse, Tagespiegel, Deutsches Handwerksblatt, ND Die Woche...)

et danois (Kristelig Dagblad, Jysk Fynske Medier, Politiken...) ont apprécié l'architecture, l'ambiance et les musées de Montpellier, Sète et La Grande Motte.

- Les villages du Grand Pic Saint-Loup ont été à l'honneur dans le quotidien **Les Derniers Nouvelles d'Alsace** ou le **Journal de Saône et Loire**.
- La tradition verrière sur le Causse de l'Hortus a fait l'objet d'un article de 2 pages dans le **magazine Métropolitain**.

- Le sublime Château Laurens n'a pas laissé de marbre les journalistes de **The Good Life France**, **France Today**, **routard.com** ou encore **Notre Temps Jeux Régions**.

- Les espaces lagunaires protégés ont séduit **routard.com**, **Météo à la Carte** et **France 3 Occitanie**.

- Béziers et le canal du Midi ont été valorisés par **The Good Life France**, **Notre Temps Jeux Régions**, le magazine professionnel américain **Travel Weekly**, le guide **Carpediem Privilèges**, le magazine **Balades**, les blogueurs espagnols **d'avionesenpapel**, et les journalistes et blogueurs des itinéraires cyclables Méditerranée à Vélo et Canal des 2 mers à vélo.

- **Notre Temps Jeux Régions** a réalisé un reportage sur la cité de Minerve.

Communication corporate

Restez informé des services, actions et projets de l'ADT...

Nous invitons l'ensemble des acteurs et professionnels du tourisme à suivre les actualités du tourisme en Hérault en Home du site pro adt-herault.fr, et sur nos pages LinkedIn et Facebook Pro.

NOUVEL ESPACE PRO !

En 2024, les équipes d'Hérault Tourisme ont travaillé sur le nouvel espace pro de l'agence (lancement en 2025), un espace dédié aux acteurs du tourisme, riche en infos sur nos services et accompagnements, ressources, outils et tutos, témoignages et actus...

ACTUS PROS ET NOUVEAUTES ...

Vous êtes 4500 à nous suivre sur Fb HeraultTourismePro & 3021 sur LinkedIn. Des enews thématiques vous sont également adressées régulièrement pour vous tenir informés des actions et accompagnements d'Hérault Tourisme.





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



Philippe Hilaire

Crédits photo: ©Hérault Tourisme – Régis Domergue, Sam Bié, Eric Brendle, Olivier Octobre, Claude Blaho Ponce, Gilles Delerue, Eric Brendle, Nicolas Chevalier, Camping Beauregard-Plage, Gîte Le Rocadel, Elodie Fonteneau, Stéphanie Durand-Keller, M Ricard OT Archipel de Thau. Pages de couv ©Direction de la Communication du Département de l'Hérault – Philippe Hilaire