

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2021



OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL MILLAU GRANDS CAUSSES

En 2021 comme en 2020



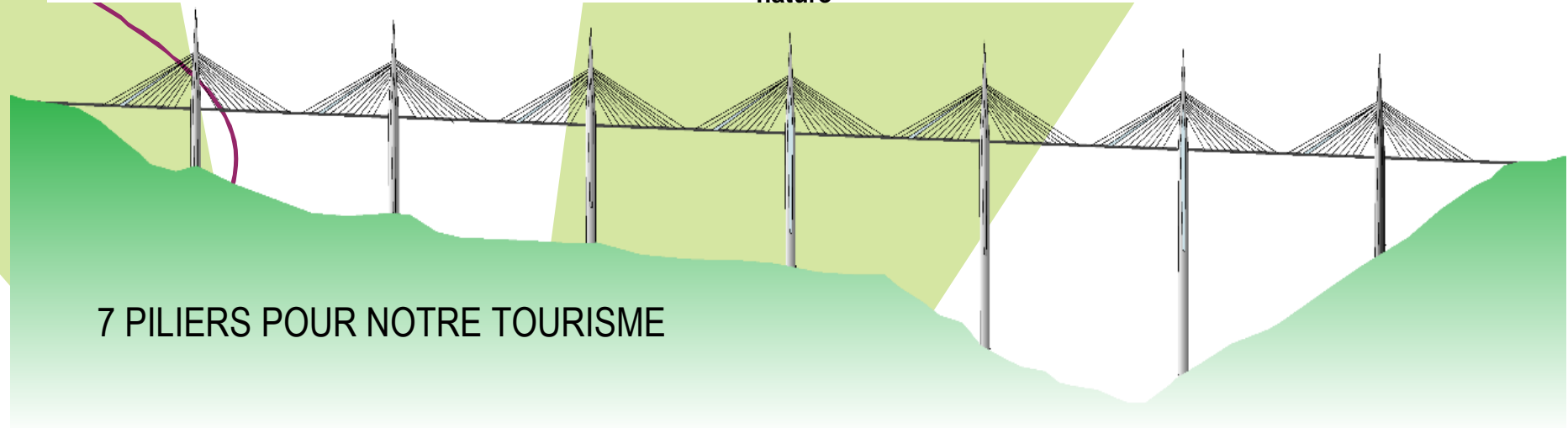
le même leitmotiv

SOMMAIRE

STRATEGIE	p 4
NOS ENGAGEMENTS 2021	p 5
ACCUEIL	p 6
COMMERCIALISATION	p 25
ADMINISTRATIF & FINANCIER	p 34
ANIMATIONS	p 43
COMMUNICATION	p 53
DEVELOPPEMENT	p 83
EN CONCLUSION...	P 86



- L'éco-responsabilité et le cyclable
- La clientèle famille
- L'événementiel en fer de lance
- L'excellence des sports nature
- La diversité patrimoniale
- L'image du Viaduc de Millau
- La synergie entre les acteurs



6
OBJECTIFS STRATEGIQUES

- Faire vivre l'esprit « Millau » en Sud Aveyron
- Structurer l'événementiel en 4 saisons
- Adapter l'offre touristique et les services
- Promouvoir Efficacement la destination MGC
- Accueillir, informer, pousser vers l'offre
- Favoriser la commercialisation digitale

« Une politique qualité doit se définir en totale transversalité avec les acteurs d'une destination touristique en ayant comme objectifs d'améliorer en permanence l'accueil, l'information, et la satisfaction des visiteurs (physiques ou connectés), de construire avec les professionnels et les élus tout en assurant un management interne adapté à son application ».

Être à l'écoute et placer le client au cœur de la stratégie :

- Offrir et garantir un accueil efficace et performant en évolution permanente (définition du SADI de destination) ;
- Prendre en compte les retours et avis clients afin d'orienter nos services ;
- Renouveler chaque année nos offres « produits » en fonction des attentes.

Donner les moyens à l'équipe :

- Permettre aux salariés de progresser en permanence ;
- Intégrer la qualité dans le management et impliquer l'équipe dans les décisions collectives ;
- Donner les moyens à l'équipe d'anticiper pour ne pas subir.

Être à l'écoute des socioprofessionnels :

- Définir et ancrer un mode de concertation permanent avec l'ensemble des filières de la destination ;
- Accompagner les professionnels à adapter leurs offres en fonction du comportement des clientèles et des tendances du marché (Style Millau & CO) ;
- Bâtir nos plans d'actions et de promotion de la destination en fonction des cibles prioritaires partagées.

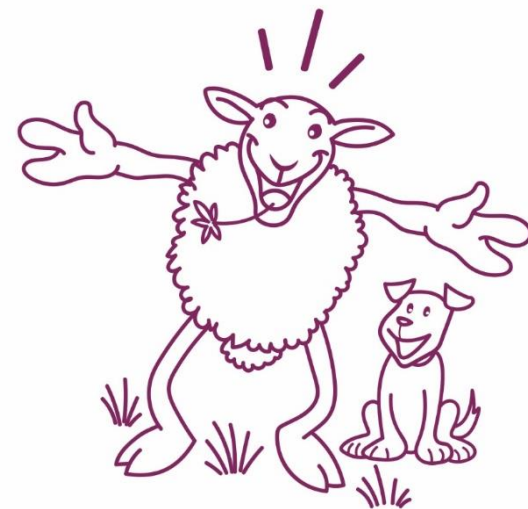
Faire le lien entre les élus et la stratégie touristique :

- Finaliser et mettre en application la stratégie touristique de destination en adéquation avec les documents cadres (Schéma régional du tourisme et charte PNR)
- Favoriser le travail avec les équipes de la communauté de communes.

Construire avec les partenaires publics et privés :

- Collaborer avec Aveyron Tourisme, le Comité Régional du Tourisme Occitanie, le Parc Naturel Régional des Grands Causses et l'ensemble des offices de tourisme des deux Grands Sites d'Occitanie « Millau-Roquefort-Sylvanès » et « Gorges du Tarn ».

ACCUEIL





Nuitées totales = 1 343 671 contre **1 136 285** en 2020 (1,7 M en 2019)
(1 504 315 nuitées avec les Aveyronnais)



Touristes : **890 481** contre 745 449 en 2020

Habituellement présents: **175 274** contre 161 478 en 2020



Touristes : **262 500** contre 207 93

Habituellement présents: **15416** contre 21 421

Présence en journée = 3 330 766 contre **2 601 093** en 2020 (2,9 en 2019)
(4 028 649 excursionnistes avec les Aveyronnais)



Excursionnistes : **2 489 052** contre 1942 314 en 2020

Excursionnistes récurrents: **325 454** contre 397 201



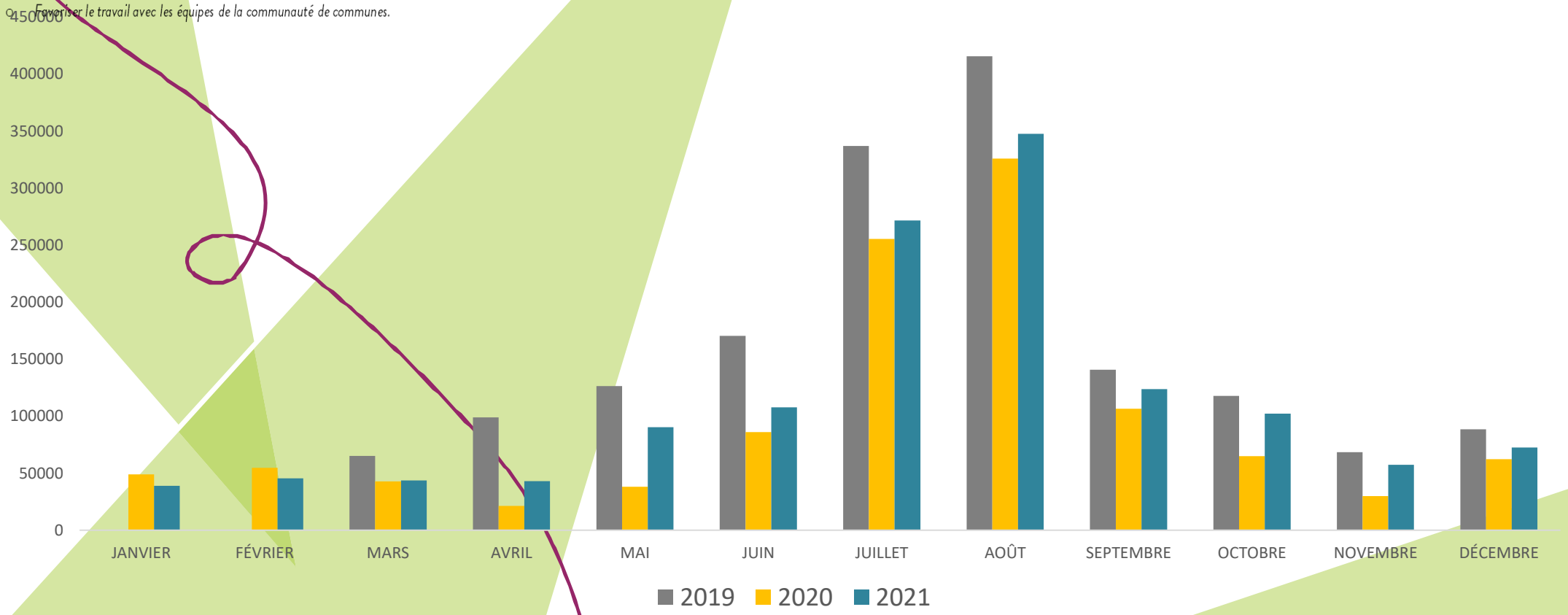
Excursionnistes : **473 129** contre 223 049

Excursionnistes récurrents: **43 131** contre 38 529

Analyse de fréquentation «flux vision»

Evolutions totales des nuitées 2019 - 2020 - 2021

Faciliter le travail avec les équipes de la communauté de communes.

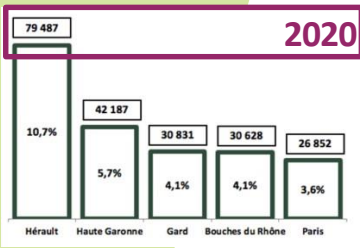
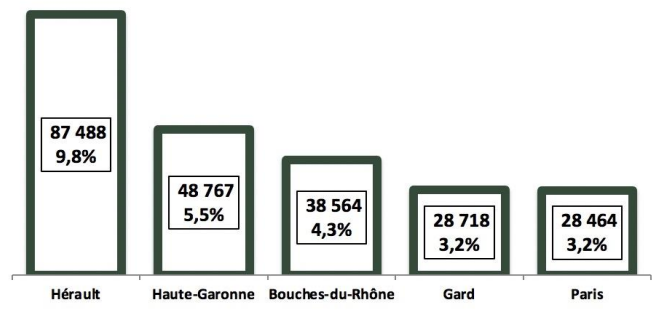


Analyse de fréquentation «flux vision»



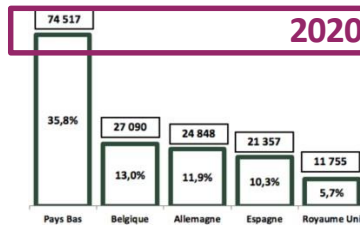
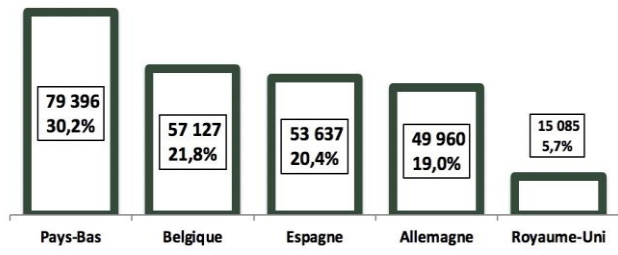
Origine nuitées  (Total Touristes 1 065 755)

2021



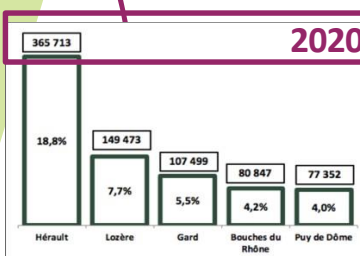
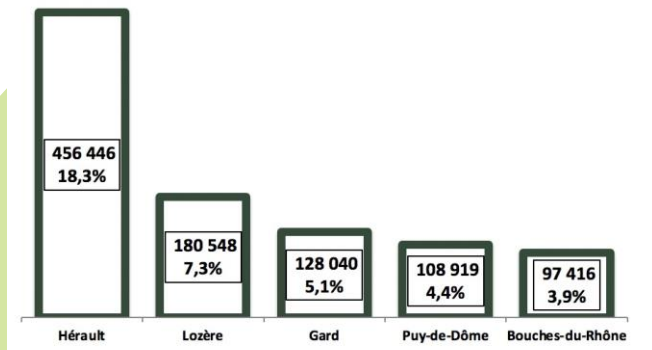
Origine nuitées  (Total Touristes 277 916)

2021



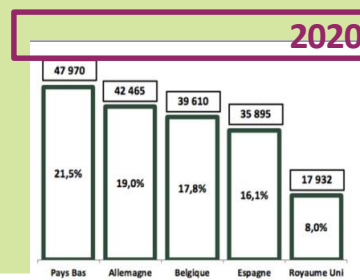
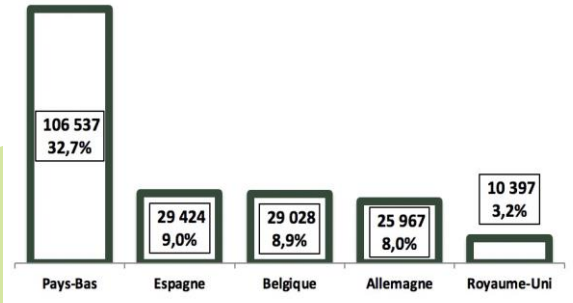
Origine diurnes  (Total Excursionnistes: 2 814 506)

2021



Origine diurnes  (Total Excursionnistes: 516 260)

2021





BIT de MILLAU

291 jours d'ouverture
(209 en 2020)

2 006 heures d'ouverture au public (1382 en 2020)

41 765 = fréquentation (38 516 en 2020)
(ex 1 contact pour une famille de 4 personnes)

14 665 contacts comptoir (10 875 en 2020)

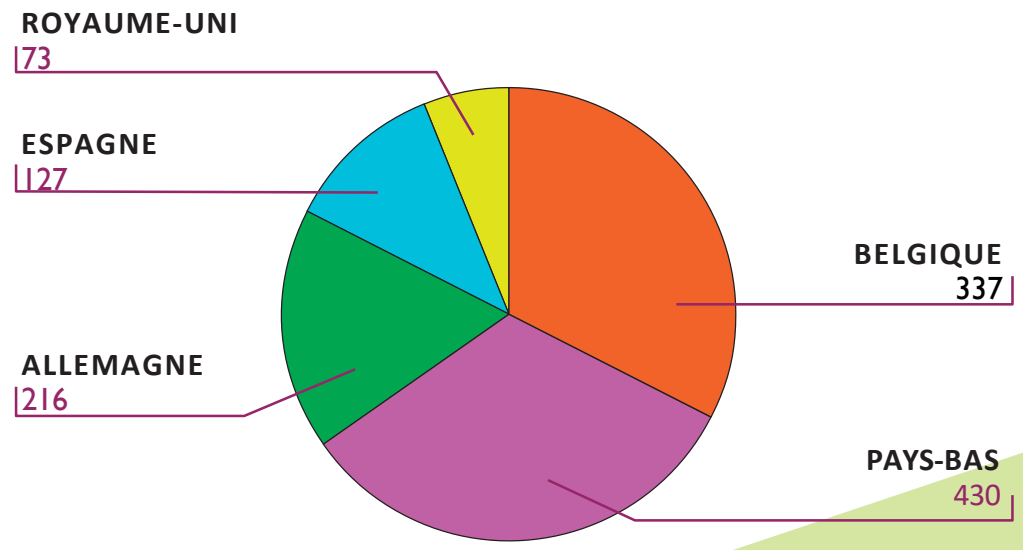
6 864 contacts standards (6017 en 2020)



Une deuxième saison estivale bleu-blanc-rouge : les Français restent en France

4 337 contacts d'Occitanie : développement du Staycation ,
tourisme de proximité à la journée, mini vacances.

CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES



Une baisse conséquente de la clientèle étrangère, mais certains marchés européens de proximité bien présents (retour, dès début juillet, des belges, néerlandais , allemands et suisses)

Hébergement : les locations de vacances plébiscitées ainsi que les campings, une tendance plutôt à la baisse pour l'hôtellerie et les campings pour les emplacements nus

Activités : demande importante des activités sportives et de loisirs et des activités de plein air (vélo, canoë, batellerie, randonnée, découverte de la nature...), des marchés et circuits courts, des visites de fermes.

L'activité du pôle Accueil en 2021 reste marquée pour la 2ème année consécutive par la crise sanitaire COVID : couvre-feu à 18h sur le 1^{er} trimestre, confinement avec fermeture au public du 02 avril au 09 mai inclus, une jauge de 20 personnes, l'annulation de nombreux évènements, l'instauration du pass sanitaire... impactant fortement les chiffres présentés sur l'année.



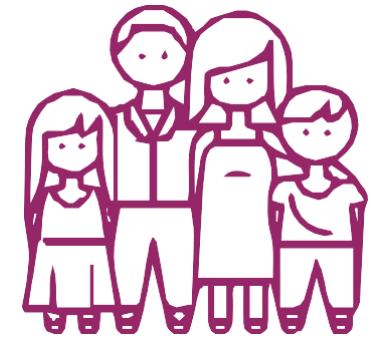
BIT de RIVIÈRE/ TARN

Dans le cadre de la nouvelle Maison France Services, le Point Info Tourisme en libre service est ouvert à l'année du lundi au vendredi de 8h30 à 12h30. Le PIT est équipé de documentations et d'une table tactile diffusant des circuits de randonnées issus de Géotrek et les contacts de prestataires des 2 Grands Sites Occitanie.

350

contacts environ d'avril au 25 août avec une cinquantaine de sollicitations de l'agent d'accueil.

BIT du ROZIER



A la charnière des 2 Grands Sites Occitanie, « Millau-Roquefort-Sylvanès » et « Gorges du Tarn » qui ne forment qu'une seule et même destination, Le Rozier est à la fois un lieu de passage, de séjour et le point de départ de randos « mythiques » et d'activités nature nombreuses.

«La Caselle», telle qu'elle a été surnommée par les conseillers en séjour, est un office de tourisme format « de poche ». Tout y est : cartographie touristique grand format, documentation, vente de topofiches, réservation d'activités, écran promotionnel...

La demande 1ère des visiteurs : les randonnées !

440 fiches de randonnées à 1 € vendues et 768 Guides du Voyageur à 4 €.

**Ouverture saisonnière au public retardée par le 3ème confinement :
111 jours d'ouverture au public du 13 mai au 30 septembre**

Les bons conseils d'**Experts de la Destination** au plus près des vacanciers...
Les temps changent, la consommation des vacances et du tourisme aussi !

114

contacts par jour,
maximum atteint pour 1 conseillère le 11 août !

11 542

fréquentation à La Caselle (9 977 en 2020)

5 529

contacts (4 699 en 2020)



Du dimanche au jeudi, au volant d'une **voiture électrique** Explore Millau, les équipes font la tournée des campings, villages vacances, aire de camping-cars, bases de loisirs, sites de visite, spots de pleine nature allant au-devant du visiteur, dans les allées du camping et dans les lieux où l'affluence touristique se présente.

Au programme : **conseil sur mesure**, à la carte, diffusion de l'agenda et de la carte touristique, promotion de la destination, expertise et réassurance, proximité, partage, convivialité. L'interaction n'est pas numérique et virtuelle mais bel et bien naturelle entre les conseillères en séjour et les visiteurs.

Cette **Brigade S** donne une image nouvelle à la médiation touristique et ça marche : une centaine de contacts par jour, couples, tribus, familles, avec chien, autant de visiteurs captés qui ne se seraient peut-être pas rendus à l'office de tourisme.

Ce « **contact humain** » permet aux équipes de prendre en temps réel le pouls du terrain et ainsi connaître le niveau de satisfaction des visiteurs. Le lien avec les professionnels est également renforcé au travers d'échanges professionnels, livraison de documentations, bilans de fréquentation, questionnements et présentation d'actus et nouveautés.

Les chiffres sur 2 mois juillet - août

36 tournées du 5 juillet au 23 août

1894 contacts total

252,5 moyenne de contacts / semaine

52,6 moyenne de contacts / jour

33 nombre de spots de contacts/ semaine



voir Bilan
BRIGADE S 2021

Une Brigade Sourire pour séduire les touristes

TOURISME Pour sa deuxième saison, la Brigade Sourire de l'Office de Tourisme Millau Grands Causses sillonne les routes des vacances de notre région.

Du dimanche au jeudi, au volant d'une voiture électrique Explore Millau, Chloé et Stéphanie font la tournée des campings, villages vacances, aire de camping-cars, bases de pleine nature allant au-devant du visiteur, dans les allées du camping et dans les lieux où l'affluence touristique se présente.

Au programme : conseil sur mesure, à la carte, diffusion de l'agenda et de la carte touristique, promotion de la destination, expertise et rassurance, proximité, partage, convivialité. L'interaction n'est pas numérique et virtuelle mais bel et bien naturelle entre les conseillères en séjour et les visiteurs. Cette Brigade S donne une image nouvelle à la médiation touristique et ça marche : une centaine de contacts par jour, couples, tribus, familles, avec chien, autant de visiteurs cap-



tés qui ne se seraient peut-être pas rendus à l'office de tourisme. Ce « contact humain » permet aux équipes de prendre en temps réel le pouls du terrain et ainsi connaître le niveau de satisfaction des visiteurs. Le lien avec les professionnels est également renforcé au travers d'échanges professionnels, livraisons de documentations, bilans de fréquentation, questionnements et présentation d'actus et nouveautés. Née des discussions remue-méninges collectives entre acteurs du tourisme durant le 1er confinement, la Brigade S répond aux nouveaux modes de consommation touristique et place l'hospitalité et le service au cœur de

l'accueil millavois. S comme les routes Sinuuses du territoire, mais surtout S comme Sourire, Soleil, Solidarité, Surprise ! Et effectivement, le visiteur est souvent surpris de cette démarche mais toujours ravi du service et une fois l'étonnement passé, il n'est pas rare de se faire inviter pour un p'tit café en terrasse du bungalow. La Brigade Sourire complète un dispositif d'accueil touristique déjà très centré « écoute client » sur Millau Grands Causses : accueil mobile en touristique-truck sur Le Rozier, accueil déporté sur les grands événements, office central au cœur de Millau, tchat et outils en ligne, éditions pensées en fonction entre autres des retours clients.

La brigade sourire apporte joie et informations aux vacanciers

TOURISME
Les équipes font le tour du territoire pour renseigner et accueillir les arrivants.

La brigade Sourire porte bien son nom. Leur tee-shirt est vert, saisonnier, et facile d'accueil. Une humeur. Chloé aussi dit « vacances ! », ses collègues, qui ont une bonne humeur. Les alertes.



Le dimanche, la brigade fait le tour des campings millavois

« Nous sommes là pour rassurer et accompagner. En réalité... nous sommes l'apéritif, la mise en bouche du territoire. Nous voulons donner envie aux gens. L'idée c'est qu'ils repartent avec des beaux souvenirs de vacances, qu'ils en parlent à leur famille en rentrant pour qu'eux aussi aient envie de venir en Aveyron », témoigne Nathalie. « Un simple sourire et un merci en retour, c'est la meilleure des récompenses », se réjouit Stéphanie, fière de rendre service. Cette initiative, en place depuis deux saisons, aide l'office de tourisme. « Nous écoutons beaucoup les touristes. Une dame vient de me demander s'il y avait un compost collectif sur Millau. Non, il n'y en a pas mais c'est une super idée à étudier ! », déclare Stéphanie, enthousiaste. Les deux acolytes notent l'idée dans leur carnet avant de continuer leur tournée.

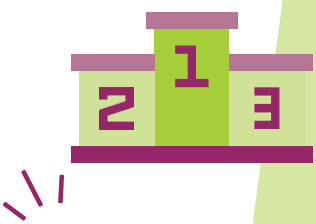
un couple qui a de jeunes enfants et à ceux qui ont des adolescents. Certains viennent avec des animaux et veulent les inclure dans leurs aventures etc. », développe la brigade. Pour fournir des conseils à la carte, les deux compères font appel à leur mémoire d'éléphants : « Lors des tournées, nous n'avons pas internet mais juste notre tchat et nos connaissances ! Avant de par-

Des conseils gratuits
Ces coups de pouce envers les touristes sont totalement gratuits. Le devis est sur-mesure en échange d'un simple remercie-



**NEW
2021**

des portes clés mouton, magnets mouton et bornes Michelin, de la bière du Larzac....



TOP 3 DES VENTES

- 1 Les topos et cartes (randos, VTT, Trail, Escalade)
- 2 Les produits locaux
- 3 Les magnets, porte-clés

10 671€

Billetterie de spectacles (0€ en 2020)

49 270€

Chiffre d'affaires des produits de la boutique (45 502 en 2020).



208 permis de pêche vendus sur Millau pour l'AAPPMA Gaule Millavoise (138 en 2020)

7 263€ CA grâce aux ventes des permis de pêche (7 432€ en 2020)

NEW
2021

En début d'été , le comptoir de vente est géré par l'**outil GUIDAP** avec le développement de la plateforme de vente en ligne **ExploreMillau** : animations et visites de l'OT, certaines activités et loisirs sont réservables au comptoir via cet outil.

7000€ de réservations au comptoir de fin mai à fin octobre.

Deuxième édition du guide du voyageur

Un véritable recueil d'expériences, bons plans, astuces du personnel de l'OT... Il est le complément idéal à la carte Loisirs Nature et facilite le séjour de nos visiteurs...
Un conseil en séjour maxi format de poche au prix mini de 4€.

3 480

guides vendus sur les 2 points d'accueil
(2 888 en 2020, 1700ex vendus en 2019 sur 3 points)

12 587€

CA vente du guide (5 776€ en 2020)

1 333

dépôts-vente chez les pros, en forte baisse
(397 en 2020, 1 158 en 2019)

Les pros sont facturés 3 € et le revendent 4 €, leur permettant une petite marge.
Les Experts du territoire vendent au comptoir la destination et les prestataires conventionnés.



QUALITÉ
TOURISME

Renouvellement de la marque Qualité Tourisme

Qualité Tourisme : reconduction et nouveautés

+ de 91% de critères validés et + de 9% en Audit Mytère

Après avoir obtenu la marque en 2014, les 9 et 10 janvier l'office de tourisme a renouvelé et obtenu pour 5 ans la Marque Qualité Tourisme, en adéquation avec le nouveau référentiel (nouvelle méthode et nouveaux critères).

L'audit réalisé par Madame Gwenaëlle De Linage en présence de Julien Andurand de Tourisme Aveyron a mis en évidence nos forces positives :

- système qualité mis en place garantissant la continuité de service.
- bonne écoute client dans les différents services. Maîtrise de l'amélioration continue.
- très bonne appropriation du nouveau référentiel.
- équipe dynamique et professionnelle.
- nouvelle stratégie territoriale collaborative en cours (équipe de l'office de tourisme, élus, prestataires et habitants) ; 16 forums ont déjà été organisés en novembre 2019.
- travail en étroite collaboration avec les services de la Communauté de Communes (le directeur pilote à la fois l'office de tourisme et le service tourisme de la collectivité).
- démarche « Style Millau & Co » pour l'accompagnement des professionnels avec un programme annuel très complet : ateliers boîtes à outils, petits déjeuners remue-méninges, apéro tourisme, lancement de saison, accompagnements personnalisés, éductours pros, forums, ...
- amélioration de la communication interne et de la transversalité des missions avec notamment la création du CoOp, comité opérationnel mensuel, avec toutes les personnes de l'équipe : planification de toutes les actions de l'office de tourisme, animation de projets.
- mise en place récemment d'un tableau de bord avec indicateurs chiffrés dans tous les services.

- soin apporté à l'accueil des saisonniers : livret du nouvel entrant, bout de quelques semaines, saisonniers présents au lancement de saison, bilan de saison en interne.

- utilisation de Fairguest pour faire de la veille sur la satisfaction client à l'échelle de la destination.

- groupe Qualité de Destination : nouvelle formule avec des réunions de travail thématiques par communes. Très bonne écoute client et synthèse des indicateurs.

- espace d'accueil entièrement refait et agrandi en 2017 : tout confort pour les visiteurs et les conseillers en séjour, favorisant la mobilité du personnel et l'interaction avec les visiteurs.

- maîtrise des supports numériques par les conseillers en séjour.

- très bon accueil client, conseil éclairé (satisfaction client et mise en situation).

- « Services plus » pour les clients : espace boutique, billetterie, salle de projection, organisation de visites guidées et de sorties nature, évènementiels,

- accueil en mobilité avec la Caselle depuis l'été 2019 : camionnette aménagée sûr mesure, outil de promotion de la destination défini par l'équipe. - de très bons retours clients.

- l'office de tourisme est labellisé Tourisme & Handicap pour les 4 déficiences ; identification précise des structures accessibles sur la destination (pas de prestataire labellisé).

- pilotage du label Famille Plus par l'équipe de l'office de tourisme.

- développement de la boutique depuis 2017 ; produits qualitatifs mettant en avant les savoirs-faires de la destination. Utilisation du logiciel Welogin pour toute la procédure : approvisionnement, vente, gestion des stocks, comptabilité.

- animations : très bonne gestion interne (tableau de suivi complet, fiches techniques présentant les différentes visites, création du « memento » pour les clients). Plus de 200 animations par an avec des retours clients très positifs.

NEW 2021 : obtention de la marque Qualité Occitanie Sud de France

**NEW
2021**

Marque régionale qui permet de valoriser une offre touristique qualifiée reflétant la diversité des prestataires et des territoires de la Destination Occitanie, la rendre accessible aux clientèles diverses et opérateurs de voyages.

L'OT doit être prescripteur auprès des professionnels du territoire, communiquer sur le réseau et le développer.


1390 professionnels dans le réseau


1 marqué: l'Hôtel Restaurant de la Muse et du Rozier




2020 = 2021

Malgré les circonstances, nous ne sommes pas restées inactives : nous avons dû nous adapter à la situation sanitaire, être là pour nos pros, répondre à leurs interrogations (protocoles sanitaires, annulations des réservations en cascade, achat / distribution de matériel d'hygiène...), explorer de nouvelles pistes pour l'après confinement et partager le résultat de nos réflexions avec l'ensemble de nos partenaires tout en poursuivant au jour le jour nos missions régaliennes.


 les missions classiques de l'accueil hors ouverture au public : mails, webchat, téléphone, mise à jour des brochures et site internet, revue de presse, suivi boutique conventions de resas avec les pros, commande de nouveaux produits, refonte du planning de travail de l'accueil adapté au mode crise, etc ...

 rédaction de contenus pour le site web, suivi des ateliers pros., vente en ligne, gestion de la e-réputation...

 des missions exceptionnelles en relation avec la crise sanitaire : webinaires et formations en visio, mise en place des protocoles sanitaires par filières et information des pros, veille et suivi sur le Tourisme en général, relance des pros pour préparer l'après confinement, accompagner les professionnels

Et avec le 2ème confinement (automne)...

 Les missions classiques de l'accueil

 Construction des mini-sites en langues étrangères, rendez-vous personnalisés pour ateliers en visio avec des pros, suivi mise à jour de la base de données SITA, rédaction du 2ème guide de destination, travail de réseaux : Emmène-ton-chien à Millau en Aveyron, Géotrek (Rando Grands Causses), Circuits courts (avec agriculteurs)...

On s'est adapté!

On a fait!

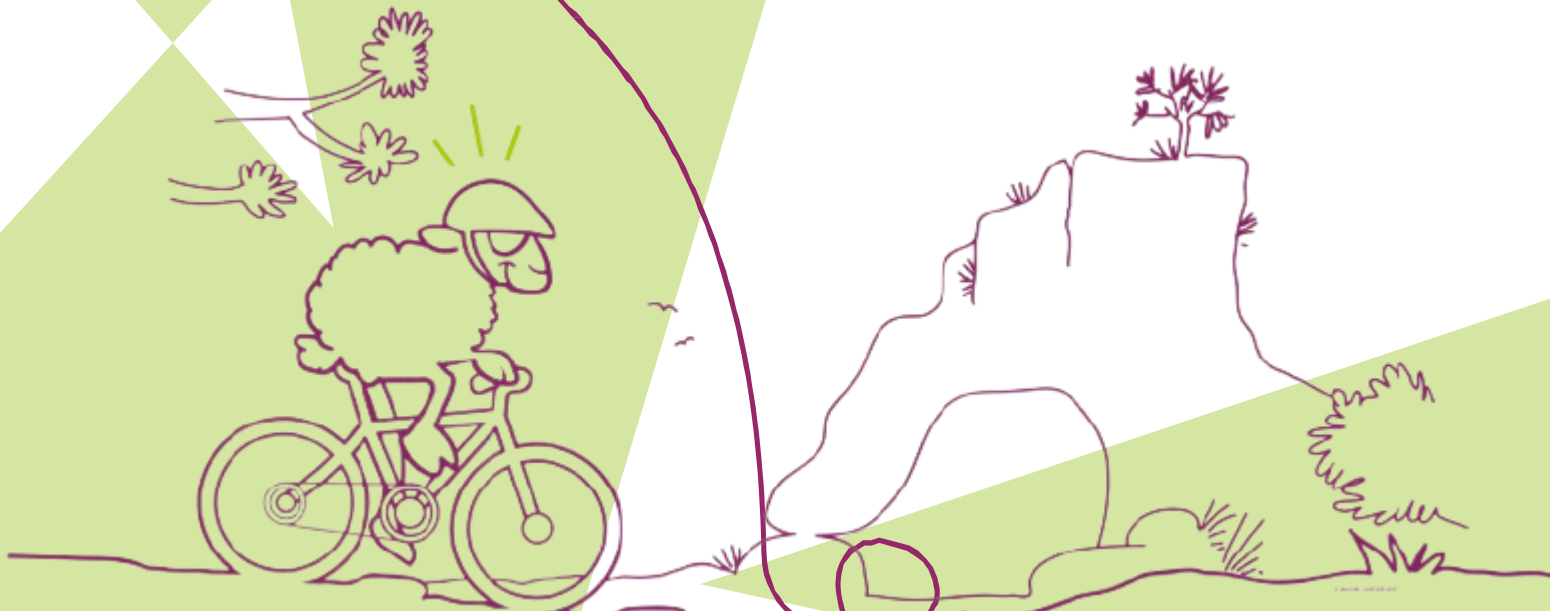
Cette crise sanitaire a eu un impact fort et déstabilisant sur un service dont la mission principale est l'accueil du public.

On s'est bougé!

On était là pour les pros!



COMMERCIALISATION





Développement de la commercialisation en ligne avec le pôle communication

Une commercialisation globale :

- individuelle www.explore-millau.fr
- groupes www.millau-viaduc-tourisme.fr/groupes
- événementielle
- billetterie spectacles

..avec un outil commun et partagé professionnels – destination.

Accompagnement des professionnels :

- à l'appropriation de l'outil pour leur propre site web
- à la stratégie commerciale
- à la notion de conciergerie

2ème année noire consécutive pour le réceptif liée à la crise sanitaire

- Trop d'incertitudes, de contraintes d'organisation trop restrictives et menaces sanitaires toujours présentes ;
- La clientèle sénior ne veut pas prendre d'engagement : pas ou trop peu de visibilité ;
- Le milieu associatif a beaucoup souffert depuis le début de la crise avec une perte importante d'adhérents (lassitude des membres, peu de perspectives positives...)
- Les reports de 2020 s'annulent et basculent sur 2022.

Une activité toujours au ralenti...

26 groupes réalisés pour 685 pax accueillis
(2020 : 6 groupes accueillis soit 190 pax)

Typologie :
une entreprise, des groupes d'amis, des groupes de séniors et des clubs sportifs

33 614€ contre **6714,30 €** en 2020

121 contacts entrants

Une production ciblée sur nos salons thématiques :

- séjour Randuro VTT 3J/2N pour le salon Roc d'Azur (octobre)
- produits randonnée en itinérance dans les Gorges du Tarn en 5J/4N pour le salon de la Rando de Lyon (mars)

ACTIONS EN COURS

- > Lancement d'un nouveau site internet groupes www.millau-groupes.fr intégré au portail de destination, intégration de contenus toujours en cours
- > Partenariat avec le site groupes de l'ADT www.groupes-aveyron.com: intégration en cours de produits vitrine
- > Millau, Centre de préparation aux Jeux Paris 2024 pour le cyclisme sur route, la natation, l'athlétisme, le tir olympique et paralympique

PATENARIATS A POURSUIVRE

Zoom 11è Rencontres Nationales des Territoires à Energie Positive TEPOS – du 29 Septembre au 1^{er} Octobre 2021 – 600 personnes accueillies à Millau durant 3 jours

Co-organisées par le PNRGC, le CLER (Réseau pour la Transition Energétique) et la Ville de Millau

3 missions confiées à l'OTMGC :

- > la gestion des inscriptions par la plateforme de vente en ligne Billetweb
- > la conception et gestion de circuits de découverte de la destination
- > la gestion de l'hébergement des intervenants



11^È RENCONTRES NATIONALES ÉNERGIE ET TERRITOIRES RURAUX, VERS DES TERRITOIRES À ÉNERGIE POSITIVE
29 / 30 SEPT. / 1^ÈR OCT. 2021
PARC NATUREL DES GRANDS CAUSSES

Participation de l'OTMGC à 2 workshops :

> **Tourism Online Meetings** organisé en visio en mars 2021 autour de l'activité Loisirs & Affaires
120 participants (destinations, agences voy., TO).

Organisation en 15 rdv planifiés.

15 contacts qualifiés (*Trobada Viatges, Kaban Events, Alma Mundi, Ailleurs Voyages...*) avec des propositions de produits clés en main pour référencement en catalogue, à suivre...

> **1^{er} Workshop BtoB avec une co-organisation ADT et ANCV** à Micropolis en novembre 2021
avec pour cibles les voyageurs et CSE de proximité : 10 à 12 contacts qualifiés

Lettre Nouveautés Destination Occitanie, cible voyageurs français et francophones et internationaux, publication bi-annuelle avec mise en avant de nos partenaires

Participation au dispositif **Tourmag** (média de référence dans le monde du voyage) en partenariat avec l'ADT et le CRTL ; publication d'offres de séjours

Une nouvelle stratégie de commercialisation définit en 2021

Tourism'Development a accompagné à l'automne 2021 l'OTMGC dans la définition de sa nouvelle stratégie commerciale 2022 – 2027.

Double Objectif :

Le premier objectif à atteindre est de favoriser l'accessibilité à la commercialisation électronique de toute activité ou service (hébergement, site de visite, activité sportive...) liés à un séjour touristique ou à une journée passée sur notre territoire, via la place de marché de destination Explore Millau lancée à l'été 2021.

Le deuxième objectif est de définir une nouvelle politique commerciale autour de l'axe groupes loisirs/affaires en l'adaptant aux nouvelles tendances du marché post COVID.



LES ORIENTATIONS DÉFINIES

- Favoriser la fréquentation sur les ailes de saison ;
- Créer, développer et structurer la commercialisation de produits pour la clientèle individuelle, les mini-groupes privés, les professionnels privés de la distribution, les groupes d'excursionnistes, les groupes affinitaires notamment sportifs, et les groupes d'affaires via notre place de marché Explore Millau et notre service réceptif local ;
- Proposer un programme de visites guidées et d'animations pour valoriser le patrimoine naturel et bâti ;
- Développer une boutique pour valoriser la production locale, les circuits courts (artisanat, gastronomie, souvenirs...) ;
- Gérer une billetterie pour les visiteurs et la population locale (spectacles, animations, événementiel...) ;
- Développer les partenariats B TO B ;
- Des recettes pour l'OT = du volume d'activités pour les professionnels de la destination.



LA VALEUR AJOUTÉE DU SERVICE COMMERCIALISATION DE L'OFFICE DE DE TOURISME

Rassurance « institutionnelle » : notre n° d'immatriculation et notre garantie financière : confiance et fiabilité. Un service réceptif local dédié à l'organisation de vos projets et événements en lien direct avec les professionnels locaux ;

Notre expertise du territoire : conseils, recommandations, notre sélection des partenaires...

LE MARCHÉ AFFAIRES

Développer le marché pour les groupes affaires.

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

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

L'incentive, le corporate, les conventions (jusqu'à 200 pax.)

Notre positionnement : Apporteur d'affaires, « bureau » du tourisme d'affaires de la destination



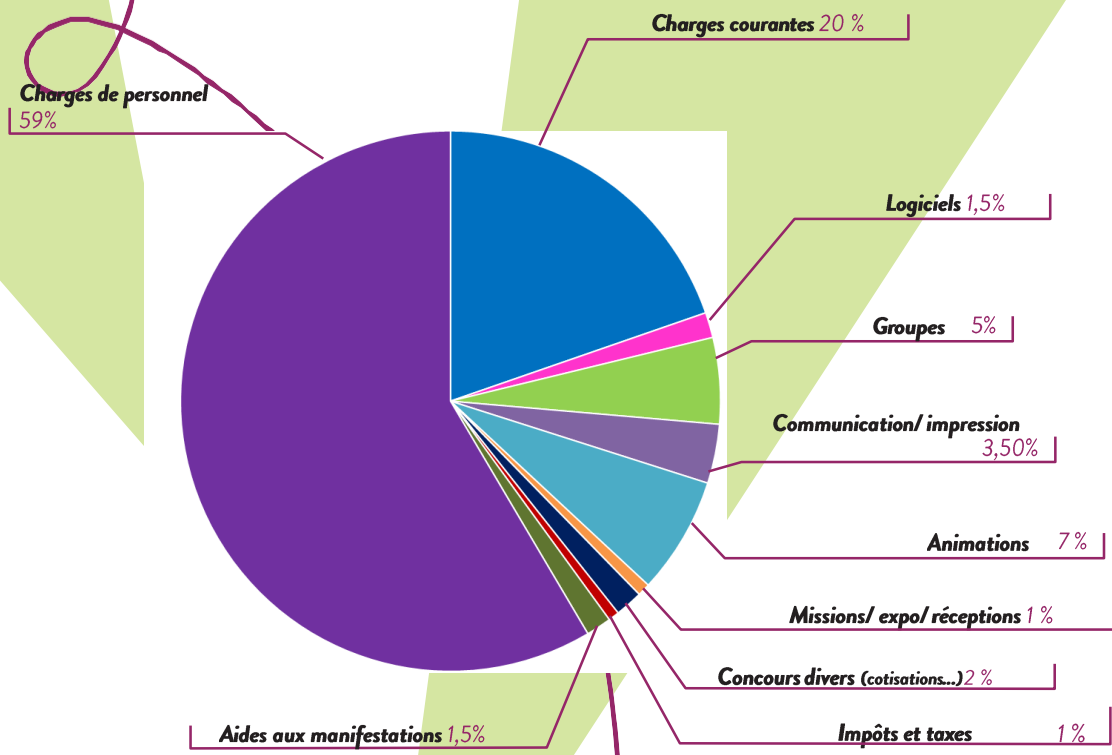
ADMINISTRATIF & FINANCIER

Vie statutaire & Ressources Humaines



860 677,02€

DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT 2021

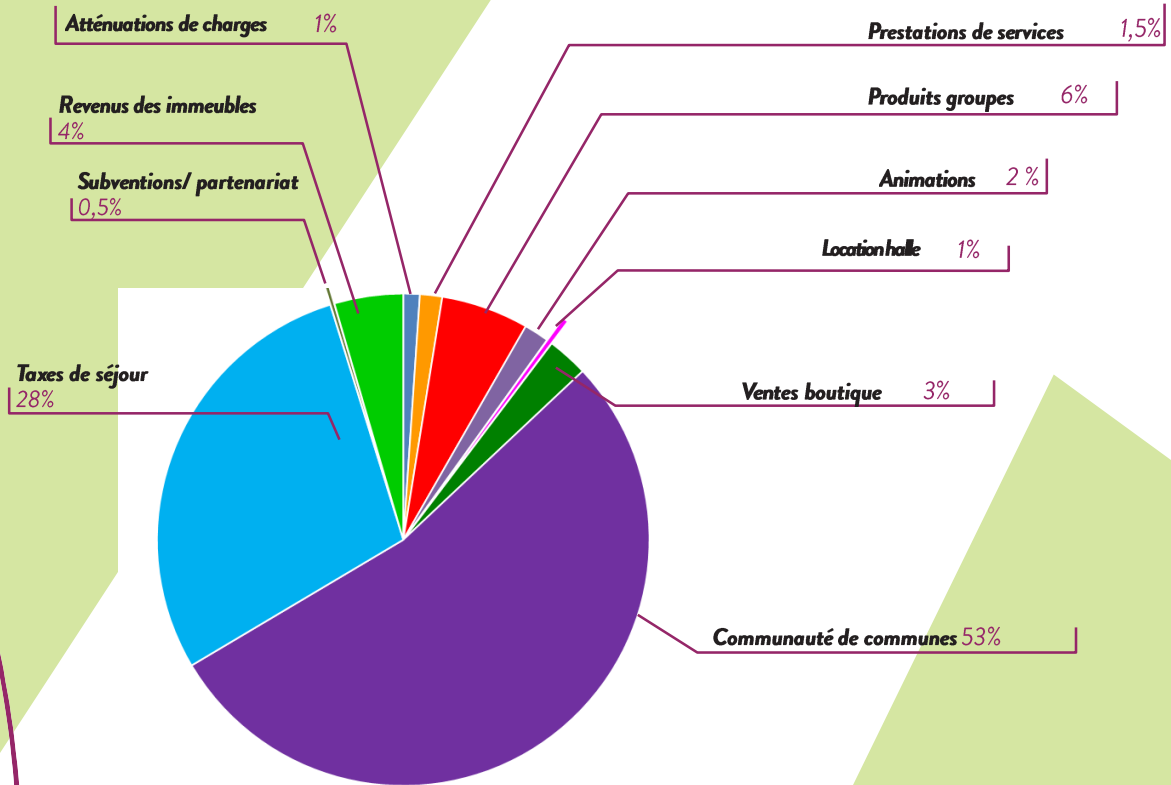


	2020	2021
Charges courantes	101 210,14 €	169 558,00 €
Logiciels	19 187,68 €	13 003,01 €
Groupes	12 234,87 €	44 392,21 €
Communication s/ impression	26 131,20 €	30 454,98 €
Animations	45 575,68 €	60 368,60 €
Missions/expo/réceptions	11 082,23 €	6 545,20 €
Concours divers (cotisations...)	10 954,90 €	14 255,30 €
Impôts et taxes	4 354,67 €	5 616,57 €
Aides aux manifestations	13 935,00 €	13 000,00 €
Charges de personnel	537 666,81 €	503 483,15 €

897 839,19 €

RECETTES DE FONCTIONNEMENT 2021

	2020	2021
Atténuation de charges	12 328,84 €	9 657,00 €
Prestations de services	3 461,50 €	13 083,43 €
Produits groupes	8 998,29 €	51 518,16 €
Animations	9 345,84 €	14 660,39 €
Location Halle	1 183,33 €	3 366,67 €
Ventes boutique	10 838,84 €	24 073,98 €
Communauté de communes	695 590,28 €	479 097,93 €
Taxe de séjour	140 909,72 €	257 402,07 €
Subventions/ partenariat	24 184,75 €	2 500,00 €
Revenus des immeubles	0,00 €	40 454,56 €

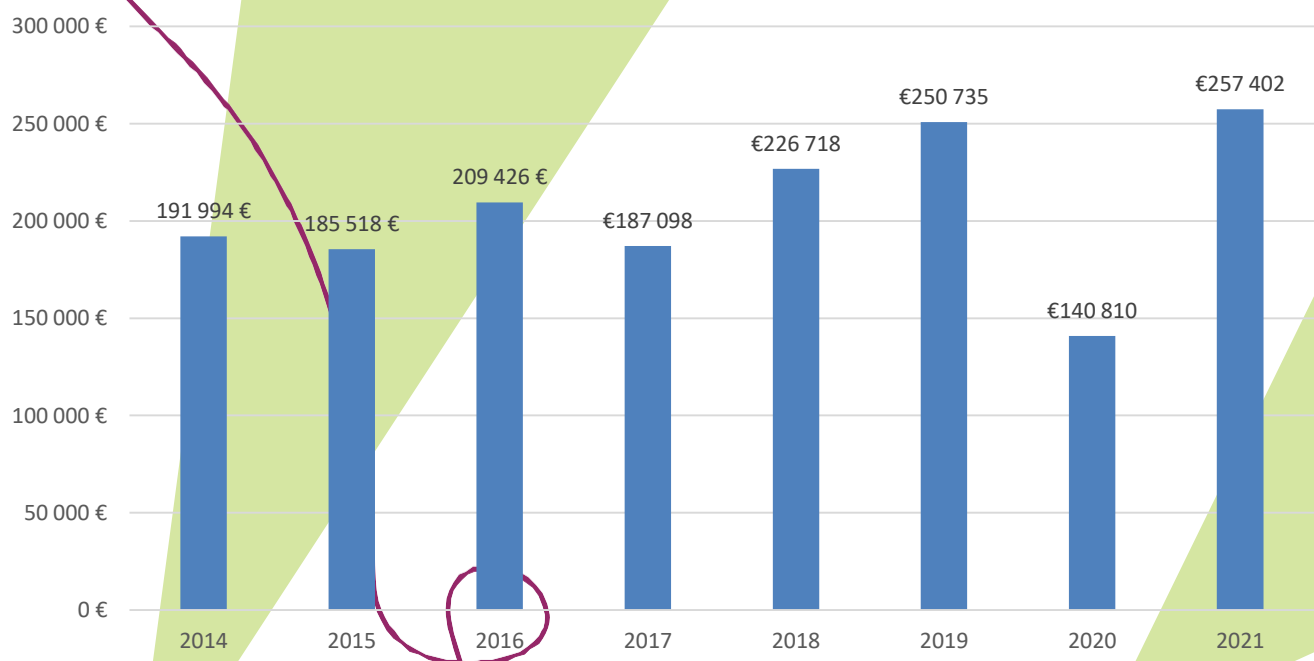


257 402,07€ de collecte de la taxe de séjour de la taxe de séjour pour l'année 2021

+55%

Bien qu'elle soit largement impactée par la crise sanitaire, la collecte de la taxe de séjour sur les activités d'hébergements touristiques a connu une nette progression sur l'exercice 2021 due notamment à une campagne de relance sur impayés des années antérieures (2018 à 2020). Cette opération a permis de recouvrer un montant total de 50 481,88 euros de taxe de séjour. La collecte rattachée à l'activité d'hébergement s'élève à elle seule et pour l'exercice 2021, à la somme de 206 910,19 euros.

Taxe de séjour perçue

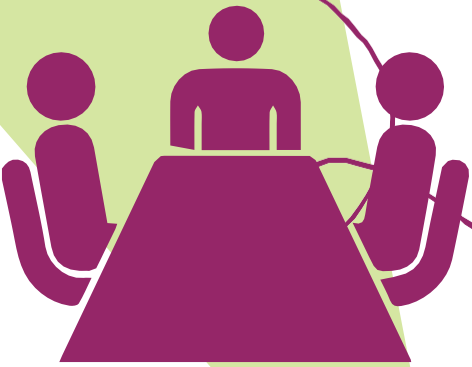


Total taxe de séjour encaissée en 2021	257 402.07€
Dont rattachement TS 2018	3 450.20€
Dont rattachement TS 2019	2 631.64€
Dont rattachement TS 2020	44 400.04€
Dont rattachement TS 2021	206 920,19€

- + de 50 000 € recouvert sur les années antérieures ;
- 70 000 € provenant des plateformes en ligne ;
- + de 50% de recouvrement sur la commune de Millau.

LE COMITÉ DE DIRECTION

Installé depuis septembre 2020, le comité de direction se compose de **29** membres : **16** représentants de la communauté de communes et **13** représentants des filières professionnelles ou associatives liées au tourisme.



Président : **Monsieur Christian FORIR**
Vice-président : **Monsieur Philippe FAYRET**

5 comités de direction ont été organisés en 2021

Vie statutaire de l'OT

A l'ordre du jour de la séance du 1^{er} février 2021 :

Convention de partenariat sur la commercialisation avec les offices de tourisme du Grand Sites Occitanie Millau Roquefort Sylvanès,
Contrat de mandat avec le Parc Naturel Régional des Grands Causses pour les rencontres des territoires à énergie positive,
Convention de mise à disposition de l'auditorium de la Halle Viaduc,
Convention de mise à disposition de la Halle Viaduc,
Demande de subvention pour l'organisation du festival des Sites et des Sons,
Demande de subvention pour l'organisation du festival Mio Nino,
Demande de subvention pour l'organisation des randonnées artistiques,
Modification de la régie d'avance de l'office de tourisme.

A l'ordre du jour de la séance du 11 mars 2021 :

Adoption du compte administratif 2020 et affectation des résultats 2020,
Adoption du compte de gestion 2020,
Vote du budget primitif 2021,
Participations financières aux événements d'intérêt touristique communautaire,
Présentation du programme d'animations de l'office de tourisme (pour information),
Validation des tarifs animations 2021,
Présentation du plan de promotion, de communication et d'actions par filière 2021 (pour information)

A l'ordre du jour de la séance du 30 juin 2021 :

Présentation du Bilan d'activités 2020,
Présentation du tableau des emplois 2021,
Liste des partenaires prestataires extérieurs à la communauté de communes,
Convention parade dans le cadre du festival Bonheur d'Hiver avec la Ville de Millau et l'association Festiparade,
Avenant à la convention d'occupation de la Halle Viaduc avec la Région Occitanie,
Convention auto partage avec le Parc Naturel Régional des Grands Causses,
Modification régie de recettes, Admission en non-valeur,
Présentation des projets en cours 2021

A l'ordre du jour de la séance du 7 octobre 2021

Liste des décisions du directeur,
Bilan de saison 2021,
Présentation du projet de Stratégie Tourisme 2022/2027 de la communauté de communes,
Présentation du tableau des amortissements,
Avenant à la convention de mise à disposition du BIT de Rivière sur Tarn.

A l'ordre du jour de la séance du 13 décembre 2021 :

Liste des décisions du Directeur, Groupe Qualité Local de destination (bilan 2021),
Demande de subvention pour l'organisation du festival des Sites et des Sons,
Demande de subvention pour l'organisation de la programmation des randonnées artistiques,
Projet d'activité 2022 et débat d'orientation budgétaire,
Demande de partenariat de l'association des campings « Du Viaduc de Millau aux Gorges du Tarn »,
Convention d'objectifs entre la communauté de communes, l'office de tourisme Millau Grands Causses et le comité d'organisation des NG,
Convention de mise à disposition du BIT de Rivière sur Tarn.



11 collaborateurs permanents dont un agent contractuel de droit public

10 salariés de droit privé dont un cadre

6 salariés en contrat saisonnier

1 salariée a vu son contrat se prolonger jusqu'en décembre 2021.

MOUVEMENT DE PERSONNEL : Chloé NEUILLE intègre l'Office de Tourisme Millau Grands Causses sur le poste d'assistante administrative et de gestion au 14 juin 2021.

L'équivalent temps plein en 2021 est évalué à 12.72.
3 stagiaires ont été également accueillis en 2021 dont 2 sur le pôle accueil et 1 sur le pôle commercialisation groupes.



LE COMITÉ SOCIAL ET ECONOMIQUE

Le Comité Social et Économique est installé depuis le 1er janvier 2020 avec ses deux membres élues, mesdames AGRINIER Sandra (membre titulaire) et DE SOUZA Myriam (membre suppléante).

Instance représentative du personnel, elle contribue au maintien du dialogue social au sein de l'Office de Tourisme et dans laquelle sont abordés :

- la règlementation en matière du droit du travail et de la convention collective des Offices de Tourisme
- les questionnements / réclamations collectives ou individuelles des salariés
- les réflexions sur les thèmes de l'amélioration de la santé, la sécurité et les conditions de travail

En 2021, le CSE a été consulté pour avis sur les actions suivantes :

- Evolution du protocole sanitaire (dont télétravail) en fonction des mesures gouvernementales prises pour assurer la santé et la sécurité des salariés en entreprise face à l'épidémie de Covid-19
- Plan de continuité d'activité
- Organisation et aménagement des espaces de vie du prototypage
- Revalorisation du point d'indice de la grille de rémunération des Offices de Tourisme

LES ENTRETIENS PROFESSIONNELS

Les entretiens professionnels se sont déroulés courant décembre 2021 pour l'ensemble des salariés de l'Office de Tourisme.

Il ont permis de faire le point sur les perspectives d'évolution et de définir le plan d'action professionnel pour chaque salarié.

- les actions de formations suivies
- les éléments de certification acquis par la formation
- les progressions salariales ou professionnelles.

JOURNEE COHESION : DEVELOPPER SES COMPETENCES RELATIONNELLES/CLES DE LA PERFORMANCE DE L'EQUIPE

Une journée « incentive » a été programmée en décembre 2021 pour l'ensemble du personnel du service tourisme (OT et CCMGC), et pendant laquelle les préférences comportementales, ou comment se connaître soi-même et comprendre les autres, a permis de nous amener, individuellement, à mieux appréhender la relation à l'autre et mettre à disposition les clés pour préserver la qualité de nos échanges.

LES FICHES DE POSTES

Un travail d'actualisation de fiche de poste a été mis en place en collaboration avec chaque salarié de l'Office de Tourisme et dont l'objectif se définit par la revalorisation de l'expérience professionnelle et les compétences de chacun. Ce travail permettra d'établir, dans le cadre d'une gestion prévisionnelle des emplois et des compétences, notre futur plan de développement des compétences et notre stratégie d'organisation et de mobilité interne.



LE TELETRAVAIL

Le télétravail s'est mis en place au sein de l'Office de Tourisme lors du premier confinement lié à la crise sanitaire.

Une charte télétravail formalise les conditions d'organisation du télétravail au sein de l'Office de Tourisme comme à titre d'exemple :

- les conditions d'éligibilité
- l'accès au télétravail
- la durée hebdomadaire...



ORGANISATION DU TRAVAIL

Le prototypage accueille les bureaux de l'Office de Tourisme depuis le 20 octobre 2020 qui partagent cet espace de travail avec les services tourisme et communication de la Communauté de Communes. Cet espace, conçu en mode « ouvert » et collaboratif, a défini un nouvel environnement de travail, depuis la réalisation de ses missions jusqu'à son organisation interne.



Les bureaux de **Millau Grands Causses Tourisme (Service Tourisme + Office de Tourisme)** sont maintenant regroupés au 12, rue de l'ancienne commune à Millau (avec le service communication de la Ville de Millau et de la communauté)

Une organisation de travail qui permet la création et le partage des projets avec tous les acteurs de la destination :

- bureaux en flex-office pour les équipes de MGC-T
- salle de réunion et de groupes de travail équipée en multimédia
- petit salon de réception pour des échanges et rendez-vous plus informels
- coin café pour les pauses et accueil de partenaires
- en lien direct avec l'accueil au public de l'office de tourisme et le siège de la communauté de communes.

L'OT poursuit ainsi ses :

- petits-déjeuners remue-méninges par projet et/ou filière de partenaires touristiques
- rendez-vous pros personnalisés pour une problématique, un accompagnement, un projet...
- groupes de travail en mode projet et en interne

ANIMATIONS





BILAN SAISON POLE ANIMATIONS 2021

Un contexte très particulier, marqué par :

- La crise sanitaire encore et toujours : confinement du printemps et PASS SANITAIRE ensuite
- Une abondance d'offres d'animations sur le territoire
- Et... un tout nouveau système de vente en ligne

entre le 1^{er} avril et fin octobre

180 animations initialement prévu !

163 réalisées

Animations et activités réalisées

30

spectacles : concerts, spectacles enfants, animations de rue lors de marchés

133

départs en visites guidées ou balades/randos accompagnées



ANALYSE

Visites Guidées et randonnées accompagnées

- 2021, nouvelles visites et randonnées accompagnées pour coller au plus près des tendances actuelles et donner une image toujours plus attractive au territoire.
- Un début de saison amputée par le confinement
- Un taux de départ et de remplissage particulièrement bons par la suite
Quelques annulations cependant liées à la météo capricieuse du mois de juillet.
- Les plus gros succès : street art / randos accompagnées à thèmes / visite ganterie ...



Une année record avec 1269 personnes sur nos visites guidées ! Une fréquentation doublée !

BILAN QUANTITATIF PAR VISITE

- **Visites guidées de la ville :**
19 visites / 186 participants
- **Visites thématiques ganterie :**
18 visites / 125 participants
- **Visites du château de Sambucy :**
16 Visites/ 118 participants
- **Visite du Beffroi :** 18 visites / 92 participants
- **Visite nocturne au Beffroi :**
4 Visites / 42 participants
- **Excursion au Viaduc :**
11 Visites / 200 participants
- **Visites contée & décalée de Peyreleau :**
5 visites / 42 participants
- **Visites animées à Peyre :**
2 Visites / 26 participants CPIE
- **CPIE 4 sorties castor /** 32 participants
- **CPIE 2 sorties étoiles /** 27 participants
- **Visites Street Art :**
4 Visites / 49 participants
- **Rando croquis :**
2 visites réalisées / 20 participants
(et 2 sorties annulées)
- **Découverte Pêche enfants :**
6 programmées mais 6 réalisées / 14 participants
- **Découverte Pêche en Famille :** 6 programmées et 6
réalisées / 46 participants
- **Les Randos musicales :**
4 Visites / 74 participants
- **Les randos « on connaît la chanson » :**
2 visites réalisées (3 programmées) / 47
participants (et 2 randos annulées)
- **Les randos aligot :**
5 Visites et 54 participants
- **Sorties LPO :**
4 visites / 75 participants

1269 clients visites guidées au total (613 en 2020 , 916 en 2019 , 603 en 2018 et 362 en 2017)



Nouveauté très attendue cette saison, c'est la bonne surprise de l'été ! La quasi-totalité des visites ont affiché complet (seule la première ne l'était pas).

Une excursion qui a permis de renouer avec des visites du Viaduc au départ de Millau, très demandées par nos visiteurs.

Une visite co-construite en partenariat avec la **société Eiffage**, très motivée pour que celle-ci puisse se réaliser dans les meilleures conditions. Visite incluant une prise en charge en bus de **23 places** au **départ du centre-ville** et de la **zone des campings** par une guide de l'O.T + accès par les pistes de chantier avec visites de la pile P2 et du Sentier des Explorateurs par un guide Eiffage et une dégustation à l'espace gourmand Bras

Une visite très complète et très qualitative !
A noter que les Autocars Causse sont à féliciter pour leur implication, leur geste commercial et leur professionnalisme dans la mise en œuvre de ces visites.

EXCURSION VIADUC VIP



Nombre de départs

11



Nombres de clients

200



#exploremillau.fr



FESTIVAL DES SITES & DES SONS

Début le mercredi 16 juin et clôture le mercredi 15 septembre

Un démarrage assez laborieux...

- Démarrage le 16 juin à **Compeyre**, sous une chaleur caniculaire...**Un beau temps qui nous fait défaut sur de nombreux mercredis par la suite...**
- Annulation totale à **Aguessac**, protocole sanitaire interdisant le repli à l'intérieur.
- **Pierrefiche, St André, Veyreau...** météo difficile impactant fortement la fréquentation.
- 21 juillet > arrivée du **PASS SANITAIRE**
Fort impact sur la fréquentation
- Les dernières dates, à compter de la mi-août ont connu plus de succès ! Météo favorable, nombre de personnes vaccinées en hausse et autorisées à assister aux concerts.
- Succès mitigé pour le lancement des **Formules XL** du festival.
- Le concert final à Mostuéjols a pris l'eau...

XL

4 belles soirées offrant de 17H00 à 22H00 un spectacle familial, une mini ferme, des jeux, un apéro avec restauration possible sur place et un concert.



Nombre de dates

14



Nombres de clients

1089

1277 en 2020 - 2620 en 2019



Point de vue logistique, investissement des communes participantes et satisfaction du public, cela reste un beau succès !

#exploremillau.fr



FOIRE D'AUTOMNE AUX PRODUITS FERMIERES

RDV traditionnel, cette année, la Foire prend place au cœur de la ville de Millau. Le samedi 16 octobre, de 10H00 à minuit, places E.Calvé et des Consuls.



2 concerts d'exception

De quoi dynamiser le centre-ville et mettre à l'honneur les productions fermières locales en ce début d'automne...





CHÂTEAU DE PEYRELADE

Animations médiévales

Reconstitution historique au château : campement médiéval, beursault d'archerie, frappe de la monnaie, démonstration de combats, vie quotidienne au Moyen-Age.

2698 personnes au total sur ces animations, qui représentent près de 15% du nombre annuel de visiteurs. (3940 visiteurs en 2020)

A noter que les animations prévues aux vacances de printemps ont elles aussi été victimes de la crise sanitaire.

☀
Nombre de dates

10

☀
Nombres de clients

2698



COMMUNICATION

WAOUH!

WAOUH!

Cibles & Marchés



NOS CIBLES DE CLIENTELE

Familles en vacances scolaires, week-end
Tribus – « Cousinades » en vacances scolaires, week-end, courts-séjours
Couples sur les week-end sur les ailes de saison mais aussi en saison
Seniors sur les ailes de saison
Sportifs sur les ailes de saison et évènementiel
Groupes et mini-groupes

NOS MARCHES

Proximité : Occitanie + Clermont-Ferrand
Bassins émetteurs : Lyon, Paris, Pays de Loire
Europe : Pays-bas, Belgique, Angleterre, Espagne, Allemagne



NOS AXES MARKETING

Nature – Rando – Activités nature – aventure (trail, itinérance...)
Offre festive et culturelle – Grands Evénements
Marchés et circuits-courts
Patrimoine bâti et vivant, culturel
Savoir-faire locaux
...qui ont une histoire, qui « livrent des secrets »

Indicateur complémentaire : Enquête de notoriété - ADT Aveyron - 2019

Production collaborative et continue EN INTERNE de contenus performants :

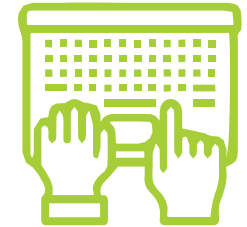
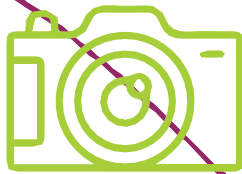
- contenus de positionnement
- contenus de captation (études potentiels SEO)
- contenus de conversion

de type topitos, incontournables, produits commercialisés, expériences...



Type de contenus :

- textes, photos, vidéos
- en lien avec / sur la base de l'analyse curative FairGuest de la destination
- en observant l'UX via les stats de fréquentation et SEO (intentions et requêtes Google) pour travailler des cocons sémantiques
- accompagnés de campagnes Adwords



De bons chiffres obtenus grâce à un travail quotidien de :

- SEO - référencement organique de nos contenus
- netlinking – partage de liens internes/externes pointant vers nos contenus
- création et mise à jour permanente de contenus de + en + ciblés et personnalisés
- apport de nouveaux contenus à forte valeur ajoutée autour des activités nature, circuits-courts, webcams, événements...
- développement de la **vente en ligne** via

Site web de destination



AUDIËNCE : VUE D'ENSEMBLE



+33.94%
2020/146220



+33.67%
2020/204538

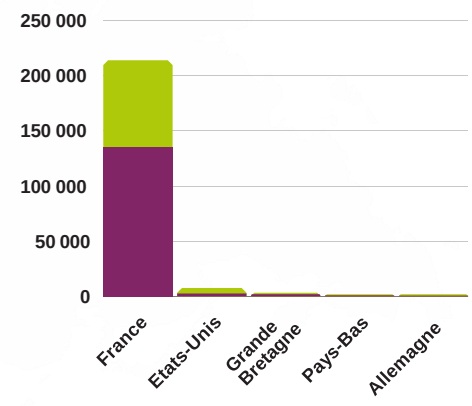


+18.55%
2020/565014



ORIGINE

France : +63.03%
Etats-unis: +125,56%
Grande-Bretagne : +73,22%
Pays-Bas : +149,39 %
Allemagne : + 94,35%



AUDIËNCE : SUPPORTS



Mobile

122952 users 2021
86063 users 2020
62.71%



Tablet

10239 users 2021
9830 users 2020
5.22%



Desktop

62878 users 2021
51808 users 2020
35.08%



TOP 5 URLS

- 1 - Homepage / Millau-viaduc-tourisme.fr - 60850 vues / - 27.50 %
- 2 - /agenda/tout-l-agenda - 14871 vues / +34.92 %
- 3 - /top-10/.../top-5-des-randonnees - 10316 vues / + 4.87 %
- 4 - / top-10/.../top-rando-dans-les-gorges-du-tarn- 9668 vues / + 23.03 %
- 5 - /Réserver-en-ligne- 9128 vues /+216,63 %

Millau dans l'objectif de 2 webcams touristiques



A l'instar des stations touristiques balnéaires ou de montagne, Millau Grands Causses Tourisme (en partenariat avec le CDVL Aveyron) s'est équipé de **2 webcams touristiques situées sur les aires d'envol de Brunas et de la Pouncho d'Agast.**

Ces webcams sont hébergées sur le site web de destination www.millau-viaduc-tourisme.fr et bénéficient d'une URL directe **www.webcam-millau.fr**

Les **webcams du Viaduc de Millau (CEVM)** sont également accessibles sur cette page et complètent le dispositif. Possibilité de faire des captures photos, timelapses, panoramiques...

Amis deltistes et parapentistes, ça souffle comment aujourd'hui ? Pouncho ? Brunas ?

Amis épicuriens, que c'est beau un coucher de soleil sur le Viaduc de Millau et Millau !

Que c'est beau un ciel scintillant de 1000 couleurs en plein jour... Tiens, un vautour s'invite au milieu des parapentes !

Que c'est beau ce rosé à l'aube sur la Ville et les Grands Causses (celui-ci est à consommer sans modération) !

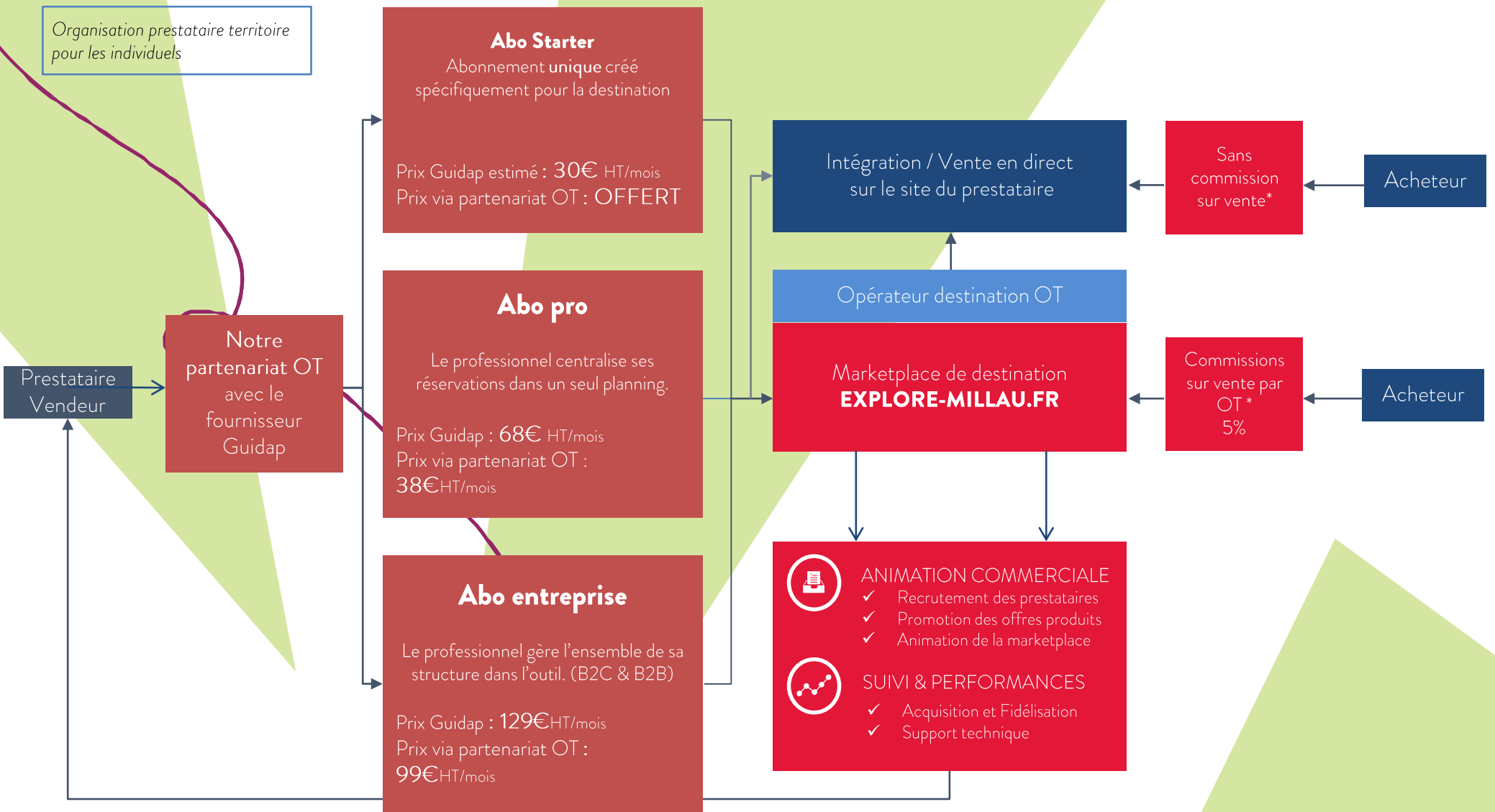
Amis montpelliérains, regardez, il fait beau à Millau, pourquoi pas une rando ou une descente en canoë aujourd'hui ?



Place de marché : le dispositif pour les APN et sites de visites



Organisation prestataire territoire pour les individuels



En 2021 sur la place de marché explore-millau.fr...

30 professionnels partenaires de l'OT

Une centaine de produits à la vente directe

Chiffre d'affaires de 16 330€

20 000 pages web vues

EXPLOREZ MILLAU
LES GRANDS CAUSSES - LES GORGES DU TARN

RÉSERVEZ

toutes vos activités
loisirs & visites



DERNIÈRE MINUTE, BON PLAN,
AVENTURE INSOLITE, EN FAMILLE, BON CADEAUX,...

WWW.EXPLORE-MILLAU.FR



SERVICE OFFICIEL DE
L'OFFICE DE TOURISME
MILLAU GRANDS CAUSSES



ACTIVITÉS TESTÉES
PAR NOS EXPERTS



RÉSA FACILE ET
100% SÉCURISÉ !

- VIA FERRATA
- RANDO-AQUA
- SPÉLÉOLOGIE
- CANOE
- RANDOS-ACCOMPAGNÉES
- VISITES GUIDÉES
- PARAPENTE
- VIADUC DE MILLAU



#explore**millau.fr**
TESTER - VIVRE - PARTAGER

Votre Office de Tourisme 24h/24
MILLAU GRANDS CAUSSES GORGES DU TARN

Publication sponsorisée

Cible locale – in situ

Couverture : 36 648

Impressions : 148 030

Audience : 52 % femmes – 48 % hommes (18-24 ans)

Clics sur un lien (campagne trafic) : 1621

Coût par résultat : 0,15 €



Publication sponsorisée

Cible proximité

Couverture : 106 173

Impressions : 216 298

Clics sur un lien (campagne trafic) : 2 655

Coût par résultat : 0,09 €





Notre métier sur les réseaux sociaux, c'est de raconter de belles histoires...
Il faut donc aussi les produire !

Pour activer une dynamique communautaire dans notre promotion touristique, nous avons pris appui sur l'agence My destination, spécialisée dans les stratégie digitale et social media des destinations touristiques.

Leur périmètre d'intervention :

- co-construction de la stratégie social media,
- optimisation de la rédaction de contenus éditoriaux inspirants (tous réalisés en interne),
- analyse et optimisation de ces contenus,
- mise en place de contenus organiques/sponsorisés différenciés selon les objectifs (trafic, conversion...),
- permettre à l'équipe de prendre de la hauteur et de bénéficier d'un point de vue extérieur





559 118

consultations de la fiche établissement

430 708 en 2020

Actions les plus courantes sur notre fiche GMB :

40%

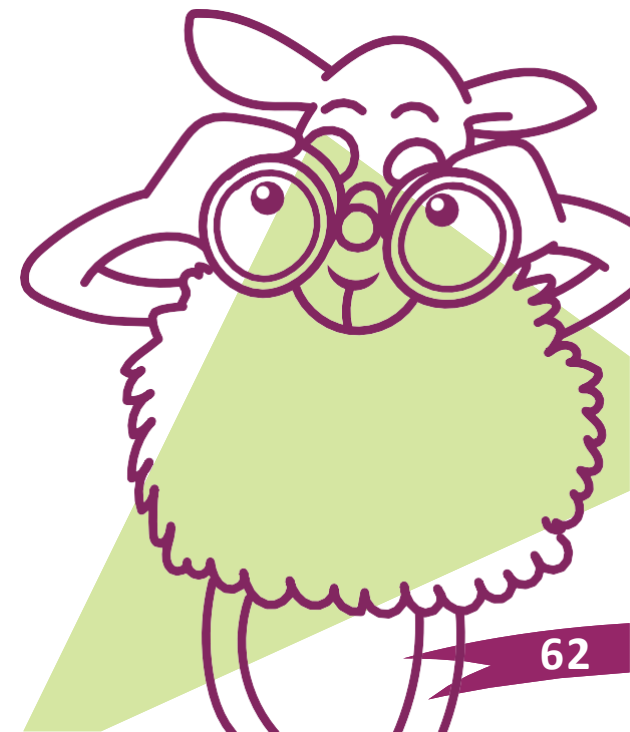
Visite du site Web

40%

Demande d'itinéraire

20%

Appel au standard de l'OT



6541

abonnés de la page



5061 en 2020



Publication sponsorisée

Cibles géographiques : Clermont (+60km), Occitanie
Personnes touchées : 134 935
Audience : 33,4 % femmes – 66,6 % hommes (18-65 ans)
Interactions avec la publication : 14 743
Coût par interaction avec le post : 0,02 €
Réactions, commentaires et partages : 4330



Publication non sponsorisée portée organique

Personnes touchées : 32716
Réactions, commentaires et partages : 4188 Clics

Réseaux sociaux

1 725 abonnés instagram



1244 en 2020

Explore Millau Sponsorisé · 🌐

Que diriez-vous de 🦋 découvrir le monde souterrain des Grands Causses en spéléo ? Nous, en Aveyron, on aime bien explorer notre "chez nous" de manière... amusante ! Dépaysement garanti ! 🍷 L'ailleurs n'est pas loin !



AVEYRON

millau-viaduc-tourisme.fr
Nos aventures insolites [En savoir plus](#)

Publication sponsorisée

Couverture : 123 968
 Impressions: 452 720
 Audience : 52 % femmes – 48 % hommes (18-24 ans)
 Clics sur un lien (campagne trafic) : 4583
 Coût par interaction avec le post : 0,14 €

exploremillau
Le Labo Traiteur Millau



exploremillau 🌄 🍷 Une vue merveilleuse peu importe la saison ! On ne s'en lasse pas 🍷

#exploremillau #AveyronEmotion #millau #viaducdemillau #pointofview #automne #lights #grandscausses #fly #adventures #tourisme_en_occitanie #occitanie_focus_on #outdoors #nature #outdoorphotography #outdooractivities #naturephotography

3 nov 2021

Publication non sponsorisée portée organique

Couverture : 2107
 Impressions : 2222
 Réactions, commentaires et enregistrements: 288
 Interactions : 19



Fair Guest

Fairguest observe, organise et décrypte une 20aine de plateformes d'avis clients dans le monde.

Au-delà d'une e-réputation maîtrisée, l'outil propose une analyse statistique croisée avec une analyse sémantique, par mots-clés, ce que les vacanciers disent le plus de l'établissement (points positifs et à améliorer)... et devient donc un **outil marketing pour les professionnels** (et la destination).

L'OT peut établir des tableaux de bord individualisés et ainsi **accompagner en version personnalisée les professionnels** sur leurs positionnement, cibles de clientèles, optimisation des contenus web, automation...

L'OT peut établir des tableaux de bord par filière et ainsi **travailler avec les représentants sur des problématiques de fond (équipements, services, accès...) et proposer des accompagnements, actions, formations...**

Abonnement en partenariat avec l'ADT de l'Aveyron. Mise à disposition gracieuse aux partenaires touristiques de la destination.

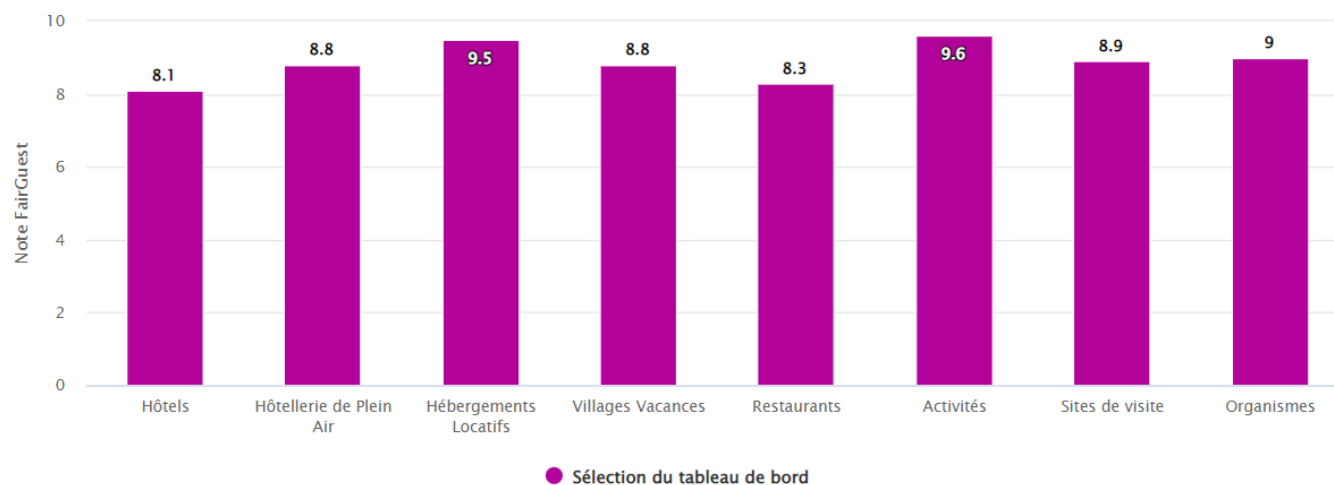


Avis collectés sur l'année 2021 toutes filières confondues : 17 571

Avis collectés sur l'année 2020 toutes filières confondues : 9435

Répartition de la Note FairGuest par types d'établissements

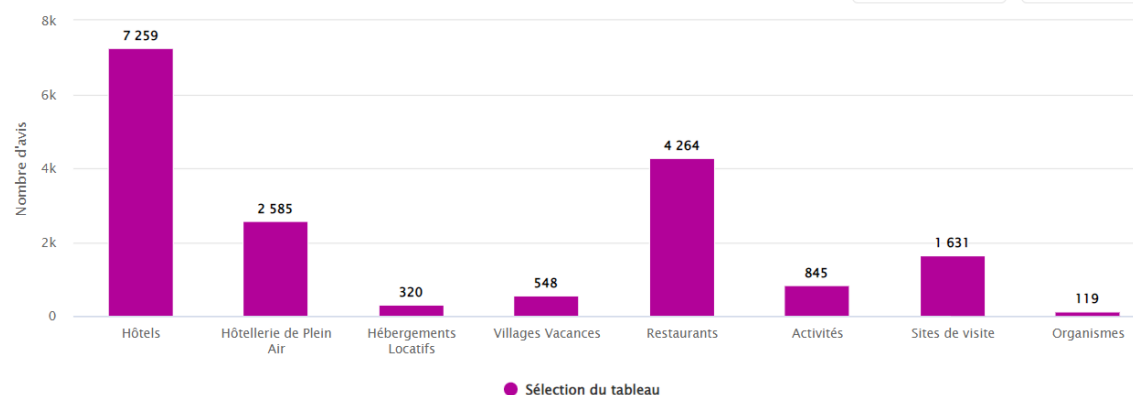
	Sélection du tableau de bord
Hôtels	8,1
Hôtellerie de Plein Air	8,8
Hébergements Locatifs	9,5
Villages Vacances	8,8
Restaurants	8,3
Activités	9,6
Sites de visite	8,9
Organismes	9



Calculs réalisés par www.fairguest.com

Avis collectés par types d'établissements

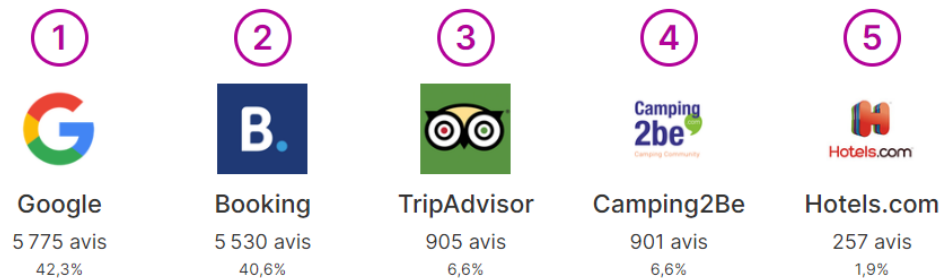
Sélection du tableau	
Hôtels	7 259
Hôtellerie de Plein Air	2 585
Hébergements Locatifs	320
Villages Vacances	548
Restaurants	4 264
Activités	845
Sites de visite	1 631
Organismes	119



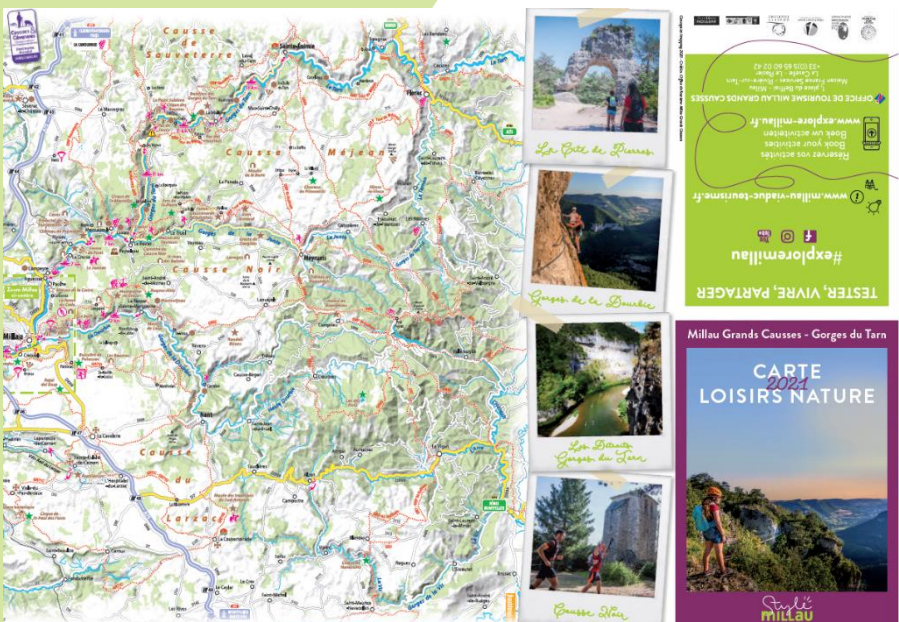
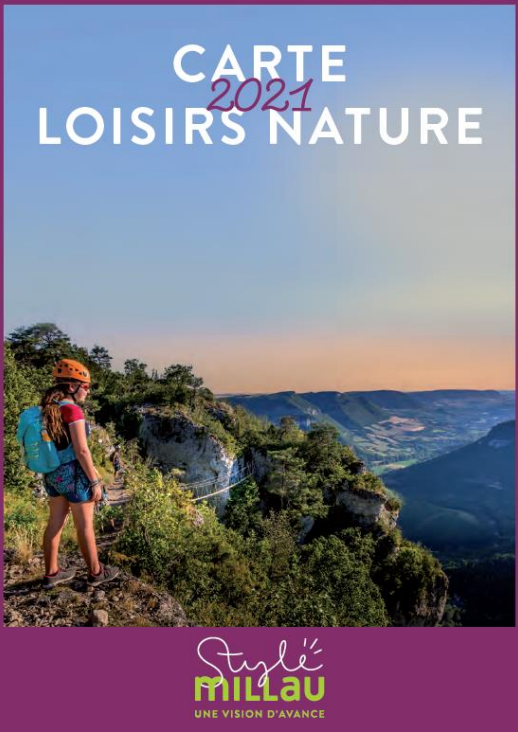
Télécharger en PNG Télécharger en CSV

Calculs réalisés par www.fairguest.com

Top site d'avis



Millau Grands Causses - Gorges du Tarn



Mise à jour et réédition de la **Carte Loisirs Nature**, toujours aussi plébiscitée par les partenaires et les visiteurs.
Tirage : 35 000 exemplaires.

DÉCOUVRIR / VISIT / DESCUBRIR MILLAU 1 H

1 Hôtel de Ville
Hôtel particulier (XVIII^e), cette ancienne maison de négociants a conservé son caractère. Hôtel particulier de l'Office de Tourisme.
This 18th century private mansion which has preserved a striking look, has remained in complete originality. Hotel particulier de l'Office de Tourisme.
Hôtel particular of the 18th century. Atypical and original house that has preserved its character. Hotel particulier de l'Office de Tourisme.

2 Hôtel de Ruffiac - Buffière
Haut de 42 mètres, cet ensemble de 2 tours en tuffeau est Millau.
La tour nord Orléans symbolise le fil d'Arques, le buffier le versant Sud de l'Orléans.
This 18th century private mansion which has preserved a striking look, has remained in complete originality. Hotel particulier de l'Office de Tourisme.
Hôtel particular of the 18th century. Atypical and original house that has preserved its character. Hotel particulier de l'Office de Tourisme.

3 La Halle
Les Halles de Millau (XVIII^e), impressionnant pavillon Renaissance du XVI^e siècle, construit par le marchand de la ville, Marché le mercredi et vendredi matin.
This 16th century hall in Millau, designed by the architect Pierre de La Roche, is an excellent example of Renaissance architecture. Market every Wednesday and Friday morning.
This 16th century hall in Millau, designed by the architect Pierre de La Roche, is an excellent example of Renaissance architecture. Market every Wednesday and Friday morning.

4 La Place du Forum
Avec son architecture remarquable de Millau, la place du Forum est un véritable joyau de la ville.
This 18th century hall in Millau, designed by the architect Pierre de La Roche, is an excellent example of Renaissance architecture. Market every Wednesday and Friday morning.

5 Ancêtre de la Dame de l'Espérance
Construite au XII^e, elle tire son nom d'une religieuse légende de la couronne de Charolais.
This 12th century hall in Millau, designed by the architect Pierre de La Roche, is an excellent example of Renaissance architecture. Market every Wednesday and Friday morning.

6 Ancêtre de la Dame de l'Espérance
Construite au XII^e, elle tire son nom d'une religieuse légende de la couronne de Charolais.
This 12th century hall in Millau, designed by the architect Pierre de La Roche, is an excellent example of Renaissance architecture. Market every Wednesday and Friday morning.

7 Ancêtre de la Dame de l'Espérance
Construite au XII^e, elle tire son nom d'une religieuse légende de la couronne de Charolais.
This 12th century hall in Millau, designed by the architect Pierre de La Roche, is an excellent example of Renaissance architecture. Market every Wednesday and Friday morning.

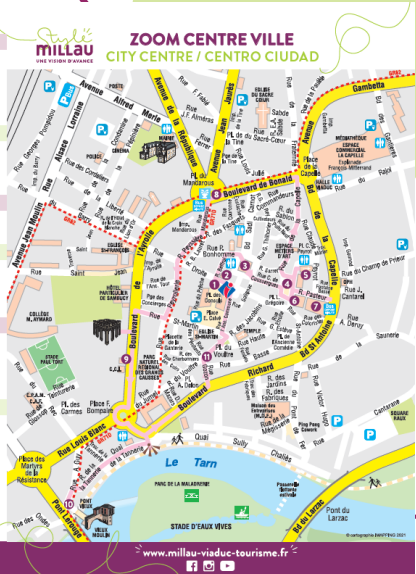
8 Ancêtre de la Dame de l'Espérance
Construite au XII^e, elle tire son nom d'une religieuse légende de la couronne de Charolais.
This 12th century hall in Millau, designed by the architect Pierre de La Roche, is an excellent example of Renaissance architecture. Market every Wednesday and Friday morning.

9 Ancêtre de la Dame de l'Espérance
Construite au XII^e, elle tire son nom d'une religieuse légende de la couronne de Charolais.
This 12th century hall in Millau, designed by the architect Pierre de La Roche, is an excellent example of Renaissance architecture. Market every Wednesday and Friday morning.

10 Ancêtre de la Dame de l'Espérance
Construite au XII^e, elle tire son nom d'une religieuse légende de la couronne de Charolais.
This 12th century hall in Millau, designed by the architect Pierre de La Roche, is an excellent example of Renaissance architecture. Market every Wednesday and Friday morning.

OFFICE DE TOURISME MILLAU GRANDS CAUSSES
1, place du Buffier - 12100 Millau
T. +33 (0)3 45 40 02 42
Compteur, billetterie et réservations. Boutique : souvenirs, topas... Visites guidées, animations... Service Groupes.
Ticketing and reservations desk. Souvenir shop. Guided tours, events, Catering & more... Group Department.
Reservations and tickets. Tickets of souvenir & gifts. Visites guidées, animations. Animation pour groupes.

MILLAU VILLE FORTE ET D'HISTOIRE
TESTER - VIVRE - PARTAGER
#EXPLOREMILLAU



Mise à jour et réédition du plan de ville touristique de Millau.
Tirage : 30 000 exemplaires.



Le Guide du Voyageur Millau – Grands Causses – Gorges du Tarn se métamorphose :

- du noir & blanc à la couleur
- intégration de randonnées, circuits de villages
- **210 pages de contenus rédactionnels et visuels entièrement créés par l'équipe de l'OT**
- 3000 exemplaires édités
- un **prix public à 4€, 3€ pour les partenaires revendeurs**



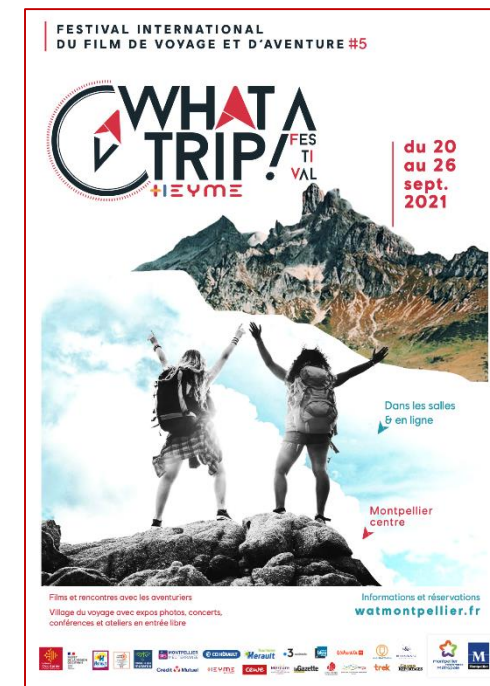
39 points de revente chez les partenaires et les fournisseurs

Sur 8 mois de saison 2021, **3600 guides vendus** :

- 2200 exemplaires vendus aux comptoirs des OT
- 1400 exemplaires vendus via nos partenaires et diffuseurs locaux

Salons et événements

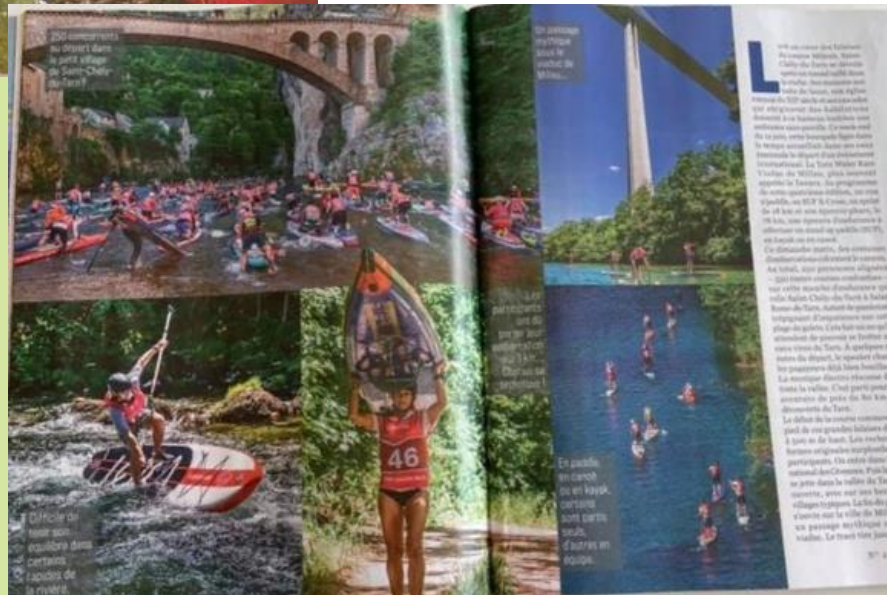
Participation à quelques salons très ciblés, souvent en partenariat avec des organisateurs d'événements (Natural Games, Templiers) et/ou des destinations (Aveyron, PNR des Grands Causses...)





Les « accueils presse » traditionnels sont peu présents en 2021. Les grands événements constituent un axe fort de communication en presse écrite et permettent une valorisation plus large de la destination.

Couverture de la TaWaRa - Tarn Water Race par VSD magazine.



INFLUENCEURS

La tendance en terme d'accueil de médias se tourne vers l'accueil d'influenceurs (réseaux sociaux, blogueurs...).

SAVE THE DATE PRESSE L'ÉVÈNEMENT PRESSE D'ADN TOURISME

PARTIR EN FRANCE

lundi 18 & mardi 19
JANVIER 2021

Aux Salons de l'Aveyron
Paris 12^e (Bercy)

ADN Tourisme crée l'événement en janvier prochain en organisant le 1er workshop réunissant l'ensemble des destinations françaises.

Un nouveau rendez-vous annuel pour vous donner toutes les nouveautés et actualités touristiques pour 2021.

ADN Tourisme Une invitation vous sera adressée dans les prochaines semaines pour permettre votre inscription en ligne.

@ADN_Tourisme #partirenfrance

CONTACTS PRESSE
AGENCE COMADEQUAT
04 72 40 54 10

Marie Tissier
06 15 39 59 65
m.tissier@comadequat.fr

Laurène Sorba
06 16 54 55 08
l.sorba@comadequat.fr

SAVE THE DATE PRESSE L'ÉVÈNEMENT PRESSE D'ADN TOURISME

PARTIR EN FRANCE #2

Vendredi 9 avril 2021

Workshop presse
Partir en France #2 en distanciel
Spécial «Ressourcement» et «événementiel»

L'OT participe au **1^{er} workshop de France** regroupant destinations françaises et influenceurs :
Partir en France organisé par ADN Tourisme.

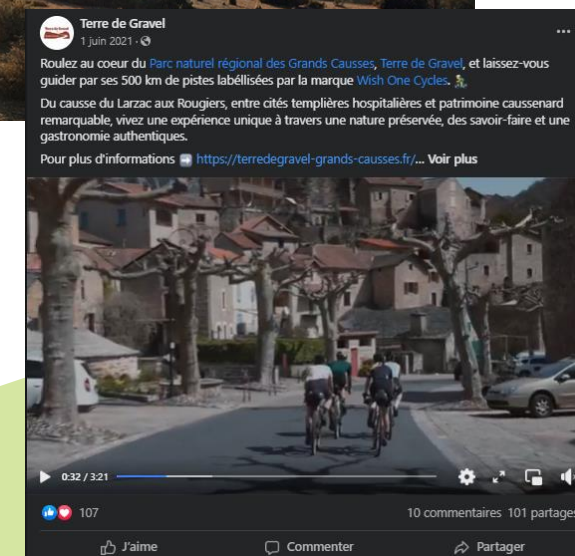
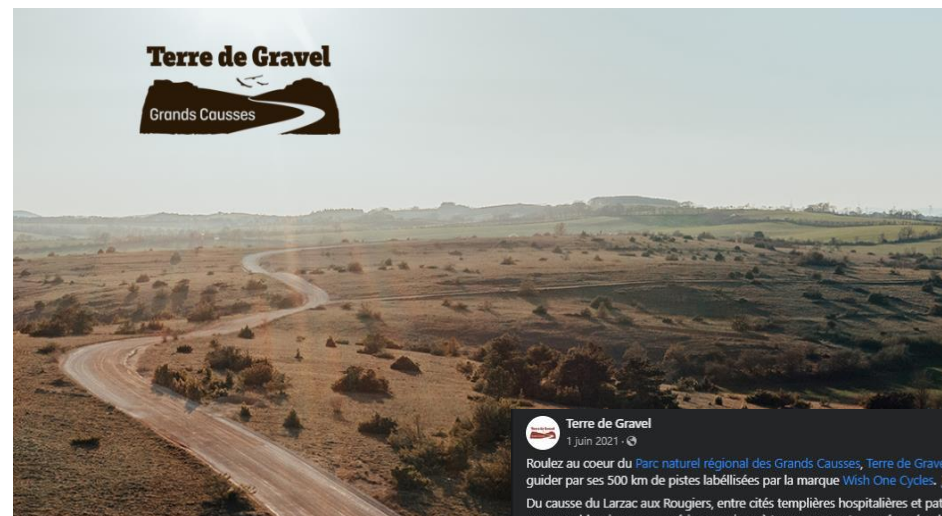
Accueil d'influenceurs en partenariat avec l'ADT de l'Aveyron,
www.la-poze-travel.com/millau-gorges-du-tarn



Parc Naturel des Grands Causses

Partenariat avec le Parc Naturel Régional des Grands Causses et les offices de tourisme du sud-Aveyron sur

- l'animation de pages réseaux sociaux dédiées au trail et au gravel
- l'animation du site web terredegravel-grands-causses.fr



Participation technique et financière à la seconde année de la campagne de communication départementale
« Trop loin | Si proche... L'ailleurs n'est pas loin ».

OT Millau Grands Causses = représentant des OT de l'Aveyron dans le Comité de Pilotage de cette campagne

Création de visuels pour les partenaires touristiques qui souhaitent porter cette campagne,

Création de visuels pour la destination et relais de la campagne sur nos propres réseaux sociaux,

Création d'expériences à vivre en Aveyron pour alimenter le site *enaveyron.com*, point de chute de la campagne ainsi que notre propre site *www.millau-viaduc-tourisme.fr*

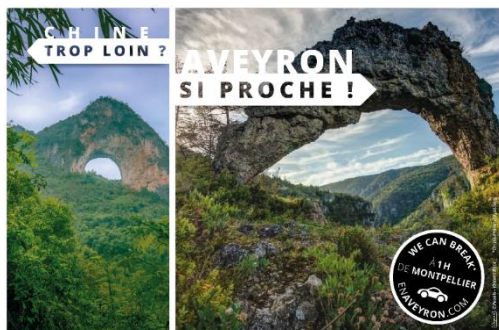
Intégration d'une dimension plus locale à la campagne

Campagne mix-media : presse écrite, radio, display digital, réseaux sociaux, tournage clip cinéma, affichage urbain...



**TOURISME
AVEYRON**

De nouveaux visuels avec toujours le même « air de famille », adaptables à tous les supports et toutes les occasions de communication



MILLAU-VIADUC-TOURISME.FR
#aveyronemotion #exploremillau



MILLAU-VIADUC-TOURISME.FR
#aveyronemotion #exploremillau

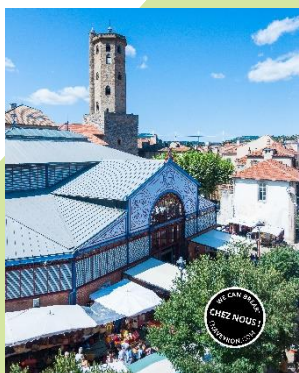


MILLAU-VIADUC-TOURISME.FR
#aveyronemotion #stylemillau



Série de visuels en diptyques pour des communications locales et départementales sur tous les supports, pour des cibles régionales ou plus lointaines.

Série de visuels simples estampillés du macaron de la démarche pour des publications réseaux sociaux sur des cibles locales ou de proximité.



Une appropriation et une déclinaison par les partenaires touristiques pour leurs propres campagnes de communication.
Création graphique par l'OT, adaptée directement au support de communication du partenaire :



Poursuite des actions de **promotion des Grands Sites Occitanie par la Région**

Tournage d'un clip à destination des réseaux sociaux, des sites webs régionaux, d'opération de communication...

Nos 2 ambassadeurs pour ces clips :

- Valentin Grollemund, guide AMM dans les Gorges du Tarn
- Virginie Lignon, éleveuse de brebis en sud-Aveyron et présente sur le Festival Des Sites & Des Sons





Un contenu cohérent sur toute la destination Gorges du Tarn,
 Une identité unique et des valeurs partagées,
 Une découverte dynamique sous forme de magazine & bons plans.

Un beau succès de la saison 2021. Un tirage sera à prévoir pour 2022.

Gorges du Tarn

On bouge !

Les Gorges du Tarn et les Causses s'offrent de mille et une manières aux amateurs d'activités de pleine nature. Prenez de la hauteur, aventurez-vous sous terre, dévalez les pentes rocheuses, profitez de minuscules départementales pour pédaler longtemps, usez vos chaussures de marche... Sans oublier de vous jeter à l'eau ou de vous laisser glisser sur le cours tranquille du Tarn. Ici se fabriquent des souvenirs intenses, parfois teintés d'adrénaline.

À chacun sa descente

De la petite descente (8 km, 2 h) pour ceux qui ne sont jamais montés dans un canoë ou un kayak à la petite odyssée (30 km - 2 jours) réservée aux plus aguerris, le Tarn se dévoile en pagayant entre avril et octobre. Les loueurs installés entre Mombun et Millau fournissent le matériel et assurent le retour. Certains prestataires proposent de petites escapades dans un canoë entièrement transparent pour admirer les fonds multicolores de la rivière.



Des km à pied

Les Causses et les Gorges du Tarn sont un spot pour des marcheurs venus des quatre coins du monde. La profusion de sentiers balisés et l'imminence du site garantissent toutefois une très faible densité de randonneurs. Balade familiale ou grande traversée des causses Méjean et de Sauveterre ? Consultez les nombreux topo-guides, demandez conseil dans les bureaux de tourisme ou auprès de vos hôtes. Vous pouvez aussi faire appel à des accompagnateurs diplômés.



Entre rando et escalade

Plus ludiques que la randonnée, moins techniques que l'escalade, les parcours de Via Ferrata ouvrent aux marcheurs un univers minéral insoupçonné. Aménagés à l'abri de falaises, elles permettent d'escalader sans difficulté majeure à d'exceptionnels points de vue. Une bonne condition physique est recommandée. Vous êtes sujet au vertige ? Optez pour une autre activité.



LA RIVIÈRE EN ÉQUILIBRE

Plus technique et plus sportif, le stand-up paddle offre une tout autre vision de la rivière. Le Tarn et ses rives se découvrent également à la nuit tombée, en compagnie de monteurs, et avec l'aide d'une pagaye lumineuse. Une expérience unique dans un calme total.

Les sentiers en bonne compagnie

Randonner avec un âne, un bon moyen pour inciter les enfants à enfiler leurs chaussures. L'animal, sur lequel ils peuvent monter quand ils sont fatigués, les enchante ! Balade de quelques heures ou randonnée de plusieurs jours entièrement organisées par les loueurs (filasie, hébergements, restauration) : différentes formules sont proposées.

On prend de la hauteur

Réservées aux grimpeurs confirmés, de nombreuses voies d'escalade des falaises du Tarn attirent un public international. Sur place, prestataires guides diplômés et équipés par leurs soins. Éclats de rire et frissons garantis, l'eau est fraîche.



EAUX VIVES

Le canyoning pour les plus grands et les randos aquatiques, accessibles à presque toute la famille, ne se pratiquent qu'en groupe, accompagnés de moniteurs et équipés par leurs soins. Éclats de rire et frissons garantis, l'eau est fraîche.



VTT classique ou à assistance électrique ?

De nombreux prestataires en louent pendant toute la saison. Plusieurs parcours spécifiquement balisés pour les VTT sillonnent les Causses. À réaliser en quelques heures, une journée ou une semaine, du niveau familial au niveau expert engagé. À tester, les sorties en groupe, accompagnées de moniteurs diplômés. Une bonne mise en jambe pour découvrir une activité peu commune : la course d'orientation à VTT proposée à partir du Misesgrès. À noter : la très faible pression de pratiquants.

LES TROTINETTES PRENNENT LAIR

Mobilité douce des centres urbains, les trottinettes électriques ont elles aussi des envies de grand air et de grands espaces. À Saint-Étienne, la société ADN La Capelle ou à Meyrueis la société FREMYC proposent des descentes de 20 km accompagnées par un moniteur en trottinette électrique. Une activité ouverte à tous.



Sous la terre

Encore sauvage, le monde souterrain est un espace à fréquenter et admirer en compagnie de professionnels. Né au XIX^e siècle dans les cavités du causse et des gorges, la spéléologie est incontournable pour les amateurs d'aventures extraordinaires. Par une simple initiation à partir d'un parcours facile ou au cours d'un bivouac où vous passerez la nuit sous terre, gouffres, grottes et avens se dévoilent à tous, offrant leurs trésors minéraux sculptés par l'eau.

Un petit air de Tour de France

Sur le Causse, où il n'y a pas de fort dénivelé, ou sur les pentes très raides des routes départementales reliant les Gorges au Sauveterre et au Méjean, les cyclistes s'en donnent à cœur joie, se réjouissant autant de la variété des paysages que de leurs performances. Les loueurs de vélos classiques proposent aussi des vélos électriques. Un vrai plaisir sans (trop) d'effort !



107 M

Unique au monde pour son départ en falaise. Après vingt minutes de marche, les amateurs de sensations fortes s'élancent pour un saut à l'élastique vertigineux de 107 mètres en chute libre dans le cirque des Bouaumas. Autre spot incontournable : le Vieux de Millau qui invite à un incroyable saut dans le vide.

Emmène ton chien à Millau, en Aveyron

Qualification des accueils chien



Poursuite de la démarche Emmène-ton-chien à Millau, en Aveyron, en partenariat avec l'ADT de l'Aveyron et la start-up Emmène-ton-chien.com



Affichette pour les campings partenaires



Création d'un parcours d'agilité canine en partenariat avec Eiffage

Info personnalisée via la Brigade Sourire

















Création d'un Mémor Canin, disponible en ligne et imprimable

Toutoubar et goodies à l'Aire du Viaduc de Millau et à l'OT de Millau



14

 <p>Parcours agilité canine ★★★★</p>	 <p>Hôtel Restaurant Campanile ★★★★ 7,8 Bon</p>	 <p>La Toscane</p>	 <p>La Cité de Pierres à Montpellier-Le-Vieux 8,7 Très bon</p>
 <p>Aire du Viaduc de Millau 8,9 Très bon</p>	 <p>La Barbote Canoë Kayak 9,3 Excellent</p>	 <p>Camping Le Saint Lambert ★★★★ 8,8 Très bon</p>	 <p>Camping La Muse ★★ 8,7 Très bon</p>
 <p>Hôtel de La Muse et du Rozier ★★★★★ 9,2 Excellent</p>	 <p>Camping Huttopia Millau ★★★★ 7,8 Bon</p>	 <p>Camping La Belle Etoile ★★★★ 8,8 Très bon</p>	 <p>Camping Le Pont ★★★★ 9,5 Excellent</p>
 <p>Camping Saint-Martin ★★★★ 9,6 Excellent</p>	 <p>Hôtel de la Muse et du Rozier 9,2 Excellent</p>	<p>Chat</p>	

14 professionnels volontaires pour expérimenter la démarche en 2021

Emmène ton chien à Millau, en Aveyron

Insertion d'aventures à vivre en famille, avec son chien :

- sur l'Aire du Viaduc en lien avec le parcours agilité
- à la Cité de Pierres avec sensibilisation aux chenilles
- en canoë, en balade cache-cache à la Grotte du Hibou, en cani-skate sur les quais du Tarn...
- dans le cadre de la campagne Trop loin, si proche



Qualification et valorisation des partenaires via le SIT départemental et donc visible en local – départemental - régional

AVEYRON SI PROCHE!

WE CAN BREAK À 1H DE MONTPELLIER EN AVEYRON.COM

Explore Millau
16 juin · G

Autour de Millau, il y a toujours une belle balade à partager en famille, avec son chien. 🐾
Panoramas pour truffe en fair et poils au vent, rochers/trous pour se percher ou jouer à cache-cache, grotte pour vaincre sa peur du noir... c'est le paradis de la cani-rando.
📍 Millau - Grands Causses - Gorges du Tarn, une destination au poil!

Performances de votre publication

134 816 Personnes touchées

5 168 Réactions, commentaires et partages 🗨️

3 828 J'aime	3 359 Sur la publication	479 Sur les partages
608 Partage	501 Sur la publication	107 Sur les partages
2 Haha	2 Sur la publication	0 Sur les partages
22 Wouah	20 Sur la publication	2 Sur les partages
157 Commentaires	86 Sur la publication	71 Sur les partages
548 Partages	548 Sur la publication	0 Sur les partages

9 573 Click sur la publication

4 815 Téléchargés de photos

15 Cliquez sur un lien

4 742 Autres clics 🗨️

10 Masquer la publication

2 Masquer toutes les publications

0 Signaler comme inappropriable

0 Je n'aime plus la Page inappropriable

Les statistiques rapportées peuvent présenter un décalage par rapport à ce qui est affiché sur les publications.

134 816 Personnes touchées

14 741 Interactions

3,7 K

65 commentaires 548 partages

J'aime Commenter Partager

Stylé MILLAU
UNE VISION D'AVANCE

TOP 10 NOS AVENTURES VIBRER AGENDA PLANIFIER

Réserver en ligne

Retour à la liste

VOIR LES PHOTOS (10)

Hôtel Restaurant Campanile

Accès direct de Paris au Languedoc. A deux pas du Viaduc de Millau, à 25 minutes des célèbres caves de Roquefort, et à 15 kms du seul musée français d'insectes "Micropolis". Situé face à un centre commercial.

L'hôtel est ouvert au public au mois d'avril.

Situé à 2 km du centre ville et de la gare de Millau, à proximité de l'A75, l'hôtel restaurant Campanile de Millau bénéficie d'une situation privilégiée et d'un équipement pour faciliter au mieux votre séjour (parking gratuit, accès internet WiFi gratuit pour tous, salle de conférence, chambre climatisée, literie haut de gamme).

Chien bienvenu

Un vrai accueil pour les quatuorpèdes
Une surprise aussi à l'arrivée dans la chambre : je suis une star!
Sur les hauteurs de Millau, à quelques pattes de la verdure pour se les dégourdir!
Une équipe attentive et toujours prête à conseiller.

Accès

Aéroport/Aérodrome : Rodez - Marillac à 76 km
Gare SNCF : Millau à 2 km
Gare Routière : Millau à 2 km
Autoroute : A75 à 4 km

HORAIRES NON DÉFINIS

VOIR TOUTS LES TARIFS

Bon 7,8

78 % des voyageurs ont apprécié!

Excellent 655
Très bon 710
Bon 435
Moyen 436
Médiocre 64

Données calculées sur 2300 avis collectés sur les 3 dernières années.

En savoir plus

Contactez Hôtel Restaurant Campanile

Tchattez avec nous

Dans les demandes clients, les circuits-courts ne cessent d'augmenter, sous des aspects divers : visites de fermes, rencontres avec les agriculteurs, découverte du terroir, animations, aires de pique-nique et achats de produits pour consommer sur place ou pour souvenirs...

Une démarche a donc été lancée par l'OT Millau Grands Causses, en partenariat avec la Chambre d'Agriculture et le réseau Bienvenue à la ferme.

Une 1^{ère} rencontre avec les agriculteurs a eu lieu le 30 mars 2021, et ouvrira sur des axes de travail (2021-22) autour de :

- l'accompagnement à la mise en tourisme d'une exploitation
- la création d'un espace dédié sur le site web de destination avec intégration des agriculteurs sur le SIT départemental
- la qualification des aires de pique-nique par intérêt touristique avec suggestion de produits
- la création de pique-nique 100% local sous forme de sac à dos rando, bidon canoë, « déjeuner sur l'herbe »...
- une réflexion sur le développement d'un réseau de bivouac à la ferme pour répondre aux attentes des itinérants et vanlifers
- un partenariat avec le PNR des Grands Causses, notamment dans le cadre du PAT



<p>Projet tourisme autour de la PROMOTION DE LA FILIERE</p> <p>Création d'un espace dédié « Circuits courts et Terroir » sur le site web de destination www.millau-grands-causses.fr</p> <ul style="list-style-type: none"> - avec une URL dédiée court permettant un partage facile (au comptoir, sur des affiches, sur les réseaux sociaux...) - répondre aux producteurs partenaires - en lien avec des pages de contenu à créer traitant: d'opérations, de savoir-faire, du terroir, de gastronomie, de spécialités, des agriculteurs, des 4 saisons de la terre, de nouveautés... 	<p>Projet tourisme autour du produit VISITE</p> <p>Créer de choix du client « la promesse de son lieu de séjour », d'où l'intérêt de compléter une offre locale Millau Grands Causses existante mais faible:</p> <p>Demander client « visite de l'exploitation par le producteur, dégustation, participation à une étape de la vie de l'exploitation, achat des produits d'ici la ferme...</p> <p>VISITES RECURRENTES (visites régulières et ponctuelles)</p> <p>VISITES PONCTUELLES (à la demande)</p> <p>VISITES MINI-GROUPES (visites de groupe)</p> <p>Dans le cas de visites ponctuelles, l'OT pourrait organiser des visites de manière à proposer dans l'agenda de destination un ou plusieurs créneaux réguliers de visites de ferme mais avec des exploitations différentes chaque semaine.</p> <p>Précisément, le service commercialisation - groupe affiliaire pourrait proposer une visite de ferme et/ou une rencontre avec un agriculteur à des créneaux (départ d'entreprises, matin de fin de semaine...), elles sont plus adaptées à des moments particuliers et de « parler à la ferme ».</p> <p>En lien qu'avec le PNR des Grands Causses - CAUSSES - UNESCO, l'OT peut également accompagner les producteurs sur leur labellisation « Ambassadeur Causse & Caussen », bénéficiant ainsi de la visibilité CAC.</p>	<p>Projet tourisme autour du produit ANIMATION</p> <p>Dans le cadre de ses missions d'animation de territoire, l'OT pourrait organiser une « semaine » des fermes et exploitations, sorte de Festival de ferme en ferme:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 fois par semaine - visite d'une exploitation, circuits-courts ou autre - apéritif / dégustation, promenade pas avec des produits issus des producteurs de cette démarche - atelier / participation à une étape de la vie de l'exploitation - animation musicale, burlesque, balade... - vente des produits de la ferme <p>We Can Do It!</p> <p>Conseil et accompagnement de l'agriculteur par le service animations de l'OT:</p> <ul style="list-style-type: none"> - à l'adresse à toutes les agricultures, bio, maraîchage, arboriculture, arômes, élevage, vigne, apiculture... - partenariat possible avec Chambre d'agriculture, CPE, PNR... 	<p>Projet tourisme autour du PIQUE-NIQUE</p> <p>Fortes demandes de lieux de pique-nique... à rapprocher des produits locaux</p> <p>Dans un premier temps, création de contenus spécifiques associés aux producteurs tels que:</p> <ul style="list-style-type: none"> - top des lieux pour un pique-nique en famille - suggestion de panier pique-nique gourmand 100% local - manger local en randonnée: qu'est-ce que ça me mets dans mon sac? 7 recommandations locales dans mon bidon canoë <p>Dans un second temps, création d'un « drive gourmand » à l'OT (souvenirs ou cadeaux à ramener des vacances) vente de paniers pique-nique 100% local avec adaptation pour le terroir (sac à dos ou le sac de l'herbe)</p> <p>ouverture aux producteurs de la vente en ligne sur notre plateforme explore-millau.fr (produits en lien avec les projets touristiques « visites... »)</p> <p>Partenariat pour venir dans notre boutique de l'Office de Tourisme de Millau</p>
--	---	---	--

WAOUH!

SERVICE DEVELOPPEMENT

WAOUH!



1 Sports Nature

- 1 Veille et entretien des sentiers sports nature et des sites verticaux
- 2 Mission « Destination Randonnée »
- 3 Valorisation des aires de vol libre
- 4 Remise en état des courses d'orientation du territoire
- 5 Création de la Pouncho Vélo
- 6 Homologation du GR736 Gorges et Vallée du Tarn et travaux de sécurisation
- 7 Devenir du site des Cazalous
- 8 Création du Collectif de la pleine nature

2 Patrimoine

- 1 Valorisation et préservation du château de Peyrelade
- 2 Valorisation du site archéologique de la Granède
- 3 Valorisation du moulin du Tournal et des Cascades de Creissels
- 4 Préservation du site de Saint-Marcellin
- 5 Valorisation du site de Roquesaltes





3 Accueil / Information

- 1 Gestion et suivi des aires touristiques
- 2 Actualisation de la signalétique d'information locale
- 3 Création de la signalétique piétonne en centre-ville de Millau
- 4 Installation de stations services VTT

4 Partenariats et accompagnements

- 1 Partenariats avec les évènements majeurs
- 2 Partenariats et accompagnement de projets filière tourisme
- 3 Partenariats pour l'animation de l'espace trail
- 4 Partenariat avec la licence professionnelle Tourisme (GDOSSL) de Millau



EN CONCLUSION...



Les 12 marqueurs de 2021

- 1 Renouveau de la marque Qualité Tourisme et Qualité Sud de France Occitanie
- 2 Une crise sanitaire sans précédent qui se poursuit (recours au chômage partiel et fermeture de l'OT)
- 3 Une nouvelle stratégie votée pour 5 ans par le conseil communautaire en décembre 2021
- 4 Agilité et réactivité des équipes pour répondre aux pros et aux clients
- 5 Accompagnement social média et nouvelle ligne éditoriale autour de « Frisouille » et Explore Millau
- 6 Création d'un poste transversal au sein de l'office sur des missions liées au tourisme responsable
- 7 Une très belle fréquentation de la destination en haute-saison
- 8 Poursuite du travail engagé en mode projet avec le service de développement touristique
- 9 Fréquentation x2 sur l'ensemble de nos animations
- 10 Lancement de la plateforme de commercialisation Explore Millau
- 11 Lancement de la nouvelle stratégie de commercialisation groupes et individuels
- 12 Mise en place du PACT Gorges du Tarn et actions sur les 2 GSO en partenariat avec le PNR

