



POLITIQUE STRATEGIQUE DE L'OFFICE DE TOURISME GRAND ORB

L'Office de Tourisme Grand Orb est la « vitrine » du territoire du Haut Languedoc. Outre ses missions habituelles d'accueil et d'information, l'Office de Tourisme Communautaire participe à la politique touristique du territoire et mène des opérations de promotion et de communication : « L'Office de Tourisme ne doit plus être un distributeur de dépliant mais un véritable expert et conseiller de séjour ».

Relais avec les institutions : Pays Haut Languedoc et Vignobles, Parc Naturel Régional du Haut Languedoc, Département de l'Hérault, Hérault Tourisme, Région Occitanie et Comité Régional du Tourisme, l'Office de Tourisme Communautaire contribue grandement au rayonnement de la Communauté de communes Grand Orb.

L'objectif principal est le développement d'une démarche globale et transversale en lien avec la sensibilisation au développement durable,

La richesse et la préservation de nos espaces naturels, la montée en gamme de notre offre touristique constituent évidemment des enjeux forts du développement touristique de Grand Orb.

La politique stratégique de l'Office de Tourisme Grand Orb s'articule autour de trois axes stratégiques principaux, à savoir :

1. Développer une politique touristique qualitative en tissant des partenariats forts avec les acteurs touristiques du territoire : opérateurs thermaux, prestataires de loisirs, hébergeurs, restaurateurs...

2. Développer une stratégie globale de promotion et de communication vers les socio professionnels et les clientèles touristiques.

3. Structurer une économie touristique en développant les quatre thématiques identitaires de Grand Orb :

- **Le thermalisme,**
- **Les sports et activités de pleine nature :**
 - **Développer une offre riche et diversifiée.**
 - **Imposer le territoire « Montagnes du Caroux » comme une destination pleine nature de référence.**
- **Le patrimoine : valoriser l'identité de Grand Orb, son patrimoine bâti, culturel et environnemental.**
- **L'œnotourisme et la gastronomie : valoriser les producteurs et les produits locaux,**

PLAN D' ACTIONS

AXE 1 – DEVELOPPER UNE POLITIQUE TOURISTIQUE QUALITATIVE EN TISSANT DES PARTENARIATS FORTS AVEC LES ACTEURS TOURISTIQUES DU TERRITOIRE

➤ **Axe 1.A. – Amélioration permanente de la mission « Accueil du public »**

↪ Action 1.1. Obtenir le classement en catégorie 2

↪ Action 1.2. Optimiser l'accueil touristique

✓ 1.2.1. Adapter l'ouverture des différents points d'accueil à la fréquentation

✓ 1.2.2. Moderniser l'aménagement des BIT

✓ 1.2.3. Accentuer l'accueil hors les murs (manifestations, marchés, thermes...)

✓ 1.2.4. Former en continu les personnels permanent et saisonnier

✓ 1.2.5. Favoriser la mobilité du personnel d'accueil en renforçant l'identité avec des tenues « Fun »

✓ 1.2.6. Développer l'accueil numérique (Wifi, tablettes...)

➤ **Axe 1.B. – Améliorer la gestion de l'offre afin de satisfaire les demandes des visiteurs.**

↪ Action 1.3. Développer l'utilisation de la base de données Tourinsoft (collecte via le VIT...)

↪ Action 1.4. Suivre les indicateurs et indices de satisfaction de la clientèle touristique

➤ **Axe 1.C. – Dynamiser et animer la démarche qualité**

↪ Action 1.5. Mettre à jour les procédures

↪ Action 1.6. Organiser et animer le groupe qualité de destination

➤ **Axe 1.D. – Développer l'offre touristique par la constitution d'un réseau de socio-pros**

↪ Action 1.7. L'Office de Tourisme à la rencontre des socio professionnels

✓ 1.7.1. Accueil hors les murs chez les prestataires touristiques (campings...)

✓ 1.7.2. Visites de prestataires en interne par les conseillers en séjour

✓ 1.7.3. Tournée et distribution des guides d'animations (prestataires et Mairies)

↳ Action 1.8. Tisser un réseau de socio professionnels

✓ 1.8.1. Eductours

✓ 1.8.2. Rencontres à destination des socio-professionnels (ANT, taxe de séjour...)

✓ 1.8.3. Créer le guide du partenariat

✓ 1.8.4. Communiquer des infos via l'espace pro sur le site Internet, groupe privé FB...

➤ **Axe 1.E. – Aider à la modernisation et au développement de l'offre d'hébergements**

↳ Action 1.9. Favoriser le renforcement d'une offre d'hébergements de qualité, extension et qualification du parc d'hébergements touristiques

↳ Action 1.10. Mise en avant, mise en réseau et qualification des prestataires touristiques : label Vignobles et Découvertes, label Accueil Vélo, chambres d'hôtes référence...

AXE 2 – DEVELOPPER UNE STRATEGIE GLOBALE DE PROMOTION ET DE COMMUNICATION VERS LES SOCIO PROFESSIONNELS ET LES CLIENTELES TOURISTIQUES

➤ **Axe 2.A -- Renforcer la communication, accroître et consolider l'image du territoire**

↳ Action 2.1. Améliorer les outils et supports de communication touristique.

✓ 2.1.1. Créer une charte graphique

✓ 2.1.2. Créer un nouveau site Internet

✓ 2.1.3. Poursuivre la stratégie et la visibilité sur les réseaux sociaux

✓ 2.1.4. Créer un guide d'accueil de la destination

✓ 2.1.5. Créer un film touristique promotionnel du territoire (accueils curistes...)

✓ 2.1.6. Créer des contenus en interne en développant le côté « Expérientiel »

↳ Action 2.2. Maintenir l'appui aux événements identitaires majeurs

↳ Action 2.3. Soutenir la création de produits et séjours touristiques (TO...)

↳ Action 2.4. Renforcer le lien avec les entreprises locales comme vecteur de communication de la destination Grand Orb (Avène, Vernière...)

↳ Action 2.5. Renforcer la communication auprès des collectivités locales et des prestataires (distribution de packages en début de saison...)

➤ **Axe 2.B -- Renforcer la fréquentation des clientèles de proximité : Occitanie**

↪ Action 2.4. Multiplier les actions marketing en partenariat avec le Pays Haut Languedoc et Vignobles et Hérault Tourisme sur le bassin de vie

↪ Action 2.5. Créer un agenda mensuel numérique

↪ Action 2.6. Fidéliser la clientèle touristique (newsletter...)

➤ **Axe 2.C -- Renforcer la fréquentation de la clientèle nationale et étrangère**

↪ Action 2.7. Multiplier les actions marketing en partenariat avec le Pays Haut Languedoc et Vignobles et Hérault Tourisme sur la France

↪ Action 2.8. Accentuer les accueils Presse et influenceurs

↪ Action 2.9. Cibler les clientèles en lien avec les lignes aériennes de l'aéroport Béziers

↪ Action 2.10. Développer un réseau d'ambassadeurs du territoire (locaux et résidents secondaires) et un réseau de Greeters

AXE 3 – STRUCTURER UNE ECONOMIE TOURISTIQUE EN DEVELOPPANT LES QUATRE THEMATIQUES IDENTITAIRES DE GRAND ORB

➤ **Axe 3.A – Grand Orb : une destination thermale**

↪ Action 3.1. Travailler en lien avec les opérateurs thermaux pour accentuer la promotion du territoire auprès des curistes

↪ Action 3.2. Maintenir et renforcer les partenariats avec les opérateurs thermaux (conventions)

↪ Action 3.3. Renforcer le partenariat avec le club national des OT des stations thermales

✓3.3.1. Participer aux opérations de communication nationale du club (Thermalies...)

✓3.3.2. Participer aux accueils et conférences de presse

➤ **Axe 3.B – Grand Orb : une destination de sports et activités de pleine nature**

↪ Action 3.4. Participer au développement d'une offre riche et diversifiée

↪ Action 3.5. Imposer Grand Orb comme une destination pleine nature de référence

↪ Action 3.6. Valoriser la politique stratégique du Pôle Pleine Nature Montagnes du Caroux

✓3.6.1. Participer aux manifestations d'intérêt extra-communautaire (EWS...)

✓3.6.2. Participer aux salons et workshop spécialisés sur la promotion et la pratique des sports et activités de pleine nature (Roc d'Azur, Green France...)

- ↪ Action 3.7. Promouvoir les lieux de pratique
 - ✓ 3.7.1. Mettre en avant les dépliants dans les BIT afin de valoriser les itinéraires
 - ✓ 3.7.2. Organiser des sorties et animations pour les visiteurs sur les lieux de pratique
- ↪ Action 3.8. Organiser des journées découverte pour les prestataires et les scolaires.
- **Axe 3.C – Grand Orb : une destination au patrimoine unique**
- ↪ Action 3.9. Valoriser la richesse patrimoniale de Grand Orb
- ↪ Action 3.10. Promouvoir le patrimoine
 - ✓ 3.10.1. Mettre en avant les dépliants dans les BIT afin de valoriser les itinéraires patrimoniaux du territoire
 - ✓ 3.10.2. Organiser des visites et animations dans les lieux patrimoniaux
- **Axe 3.D – Grand Orb : une destination œnotouristique et la gastronomique**
- ↪ Action 3.11. Valoriser la qualité et la diversité des producteurs du territoire
- ↪ Action 3.12. Promouvoir les savoir-faire et les acteurs locaux
 - ✓ 3.12.1. Mettre en avant les producteurs locaux dans les BIT
 - ✓ 3.12.2. Organiser des visites et animations chez les producteurs (Mercredis au Pays, animations pour les curistes...)
- ↪ Action 3.13. Créer une boutique afin de valoriser les produits identitaires du territoire