

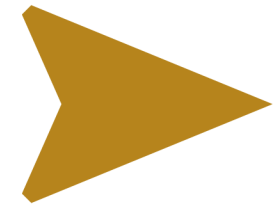


BILAN D'ACTIVITÉ
TOURISTIQUE 2024



SOMMAIRE

- Observatoire touristique 01-10
- Communication & Promotion 11-21
- Animations..... 22-24
- Qualité 25-28
- Stratégie & Perspectives 2025 29-35



MÉTHODOLOGIE GÉNÉRALE

Des données traitées à l'aide de différents outils

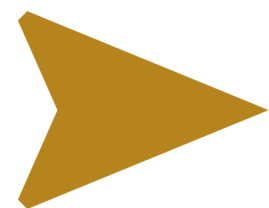
ECOUTE CLIENT

- Questionnaires de satisfaction
- Fiches observations et réclamations
- Cahier de remarques partagées en interne
- Retour des services Mairie et socios-pros
- Avis sur les réseaux sociaux :
Google, Tripadvisor, Facebook, Instagram...

OBSERVATOIRE TOURISTIQUE

- Module d'accueil > Tourinsoft
- Cellule de comptage > Winflow
- Observation des chiffres sur le territoire
> Nouveaux Territoires
- Données de fréquentation > ADN Tourisme
- Données locatives courte durée (Airbnb,
Booking, Homeaway) > Lighthouse





SYSTÈME DE COMPTAGE WINFLOW

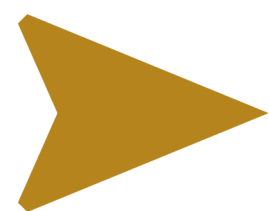
Une technologie au service de l'accueil touristique

L'Office de Tourisme de Mauguio Carnon est équipé de l'outil Winflow, une technologie permettant le comptage de visiteurs en temps réel. Grâce à cet outil, l'OT dispose de données précieuses afin de mieux comprendre les tendances de fréquentation tout au long de l'année.

Comme annoncé lors du bilan d'activité touristique 2023, un dysfonctionnement technique en lien avec la plateforme Winflow a été repéré en mai 2023. Ce dysfonctionnement a engendré des comptages aléatoires sur des périodes de fermeture de l'OT.

N'ayant pas obtenu de corrections réalistes quant aux comptages du premier trimestre 2023, nous avons choisi de ne pas effectuer de comparatif sur cette période par rapport à 2024. Les données des mois suivants **ont été rétablies**.





SYSTÈME DE COMPTAGE WINFLOW

Analyse de la fréquentation totale en 2024



32188 visiteurs en 2024

→ **PAR RAPPORT À 2023 :**

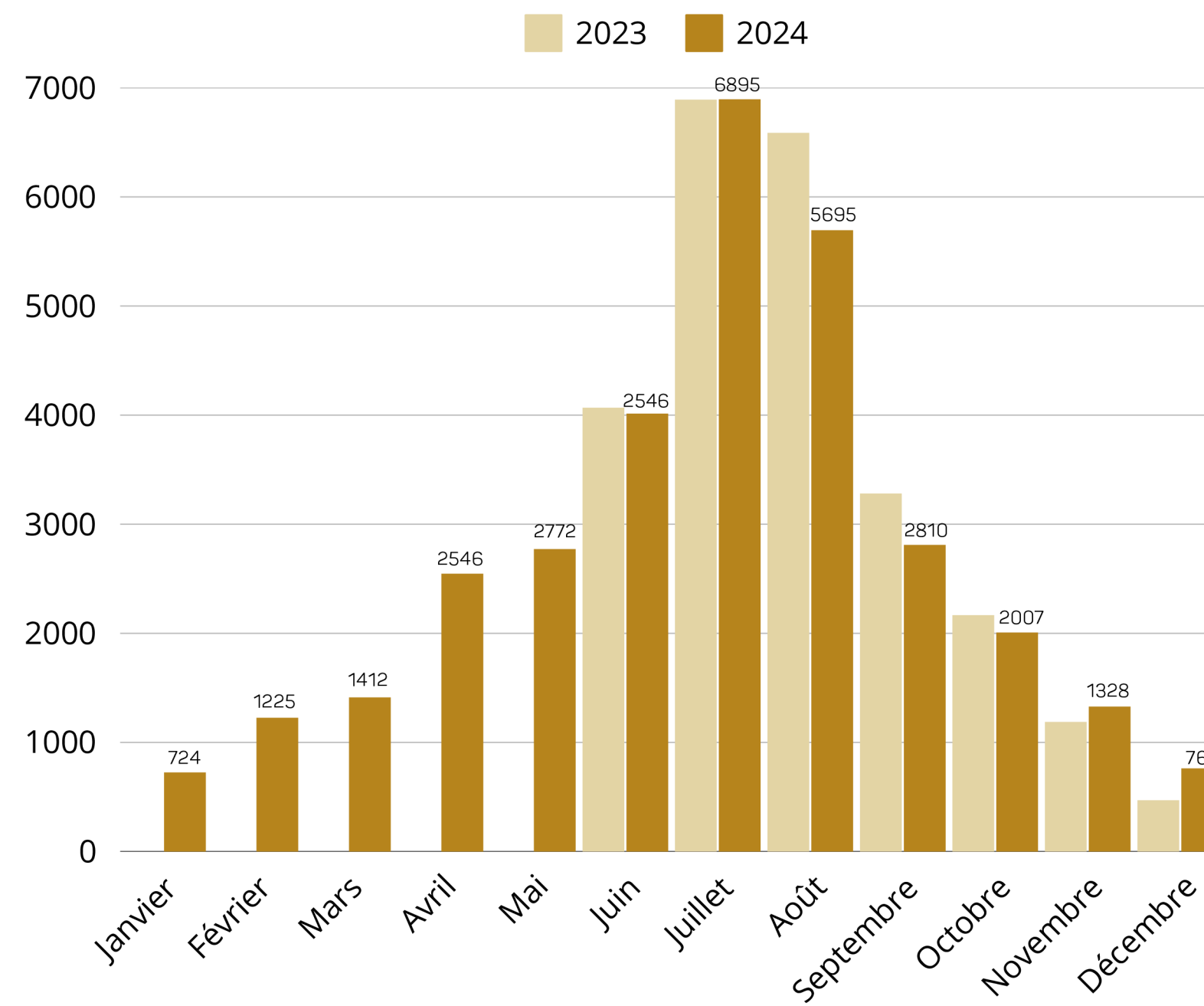
HAUTE-SAISON :

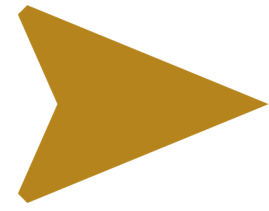
- > Pic de fréquentation en juillet (6895 visiteurs)
- > Fréquentation **stable en juillet** par rapport à juillet 2023
- > **Légère baisse de fréquentation** en août par rapport à août 2023 (-13,5%)

AILES DE SAISON :

- > Fréquentation **stable avant l'été**
- > Légère baisse sur l'arrière-saison (-11% en sept/octobre)
- > **Hausse** de fréquentation sur la **fin d'année** (+36% en novembre/décembre)

Sources : cellule de comptage Winflow





NOS VISITEURS

Visiteur type et principales demandes

→ ILS SÉJOURNENT



En famille (38%)



En couple (36%)

→ ILS RESTENT



Une semaine (41%)



+ d'une semaine (29%)

→ ILS VIENNENT



En voiture (62%)



À pied (17%)



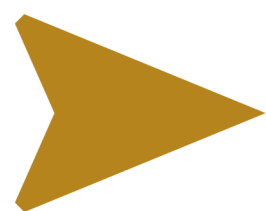
En train (8%)



En vélo (4%)



Sources : base de données SIT 34 (Tourinsoft)
Saisie des conseillers en séjour



NOS VISITEURS

Provenance nationale



L'Occitanie en tête : 29%

Cette année encore, le tourisme de proximité prédomine avec l'**Occitanie** en tête suivie de la région **Auvergne Rhône-Alpes**.

Top 3 départements : Hérault 21% , Rhône 6% et Isère 5%.
Nouvelles régions touchées : Bourgogne-Franche-Comté et Hauts-de-France dans le Top 6.

BASSE-SAISON (novembre à mars) :

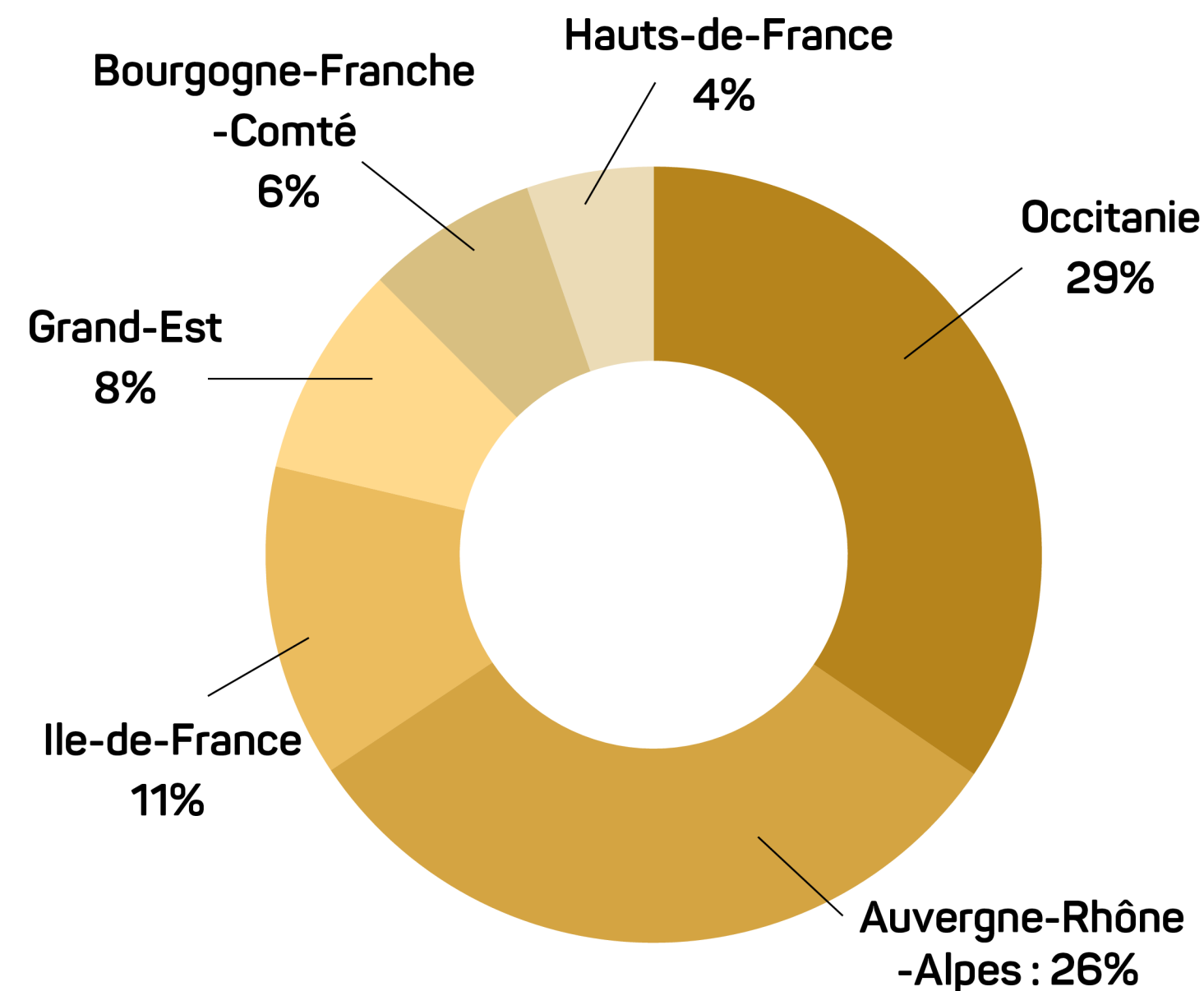
> Proportion plus importante de locaux, notamment sur les périodes de vacances scolaires (Mes P'tites Vacances)

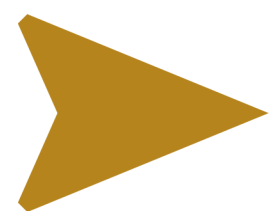
→ **PAR RAPPORT À 2023 :**

> +2 points pour l'Ile-de-France

> La région des Hauts-de-France a dépassé la région PACA qui n'est plus dans le top 6.

TOP 6 RÉGIONS





NOS VISITEURS

Provenance internationale



La France en tête : 85%

La portion de clientèle française (85%) continue de diminuer doucement d'année en année, laissant place aux nouvelles clientèles étrangères, une tendance qui se confirme depuis 4 ans.

→ **PAR RAPPORT AU GLOBAL 2024 :**

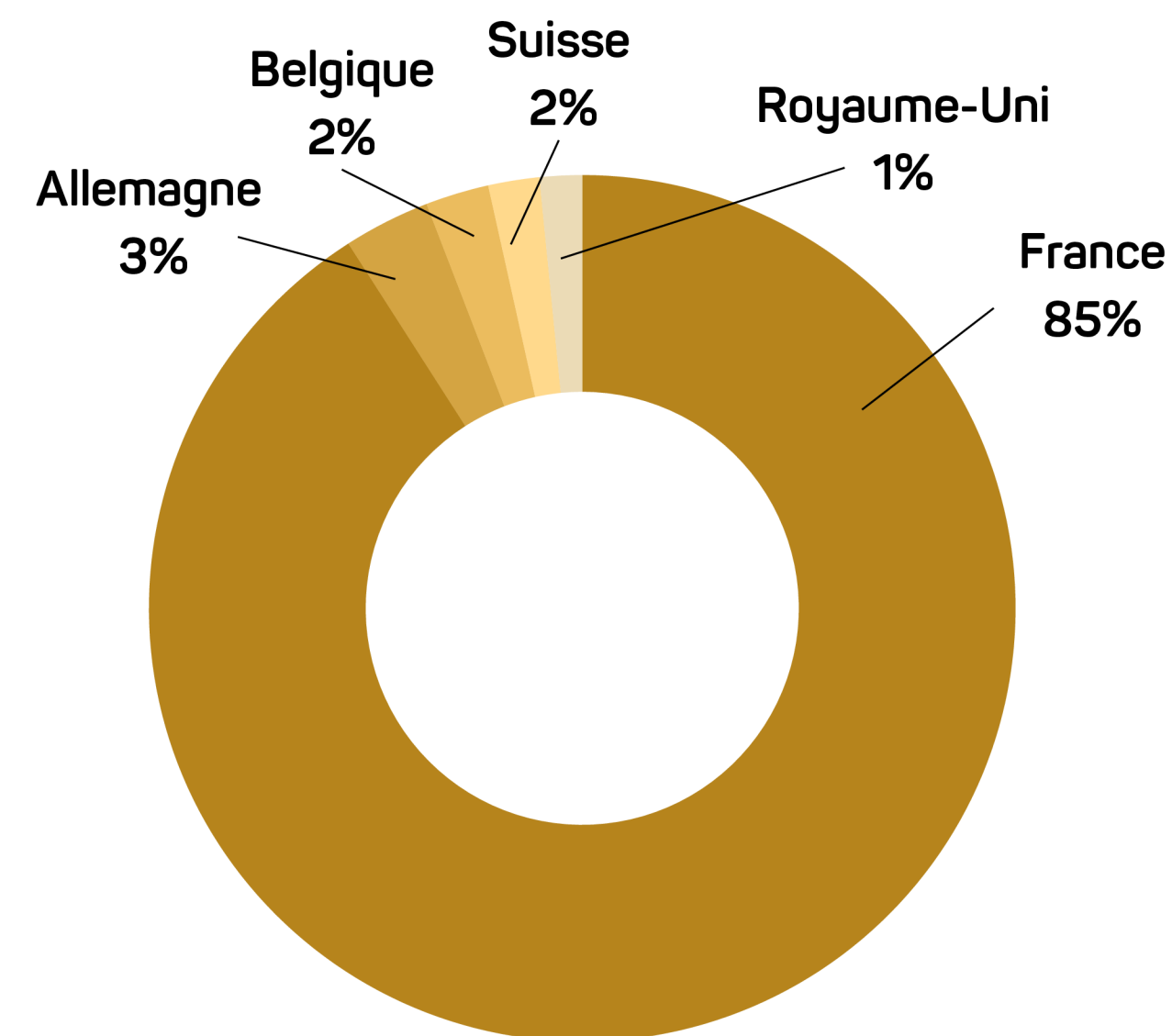
PRÉ-SAISON (avril à juin)

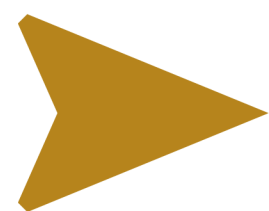
- > Proportion plus importante de clientèle étrangère (+2 pts)
- > Les Pays-Bas entrent dans le top 3 après l'Allemagne, contrairement au global de l'année (2%)

ARRIÈRE-SAISON (septembre à octobre) :

- > Baisse de la clientèle française (-15 pts) au profit des clientèles étrangères du Royaume-Uni (4%), de Belgique (4%) et des Pays-Bas (3%).

TOP 5 PAYS





LOCATIONS PAP

Statistiques locations par Airbnb et Abritel à Mauguio Carnon

→ ÉVOLUTION DE 2023 À 2024 EN MOYENNE SUR L'ANNÉE

TAUX D'OCCUPATION

28% (-4%)

NUITÉES RÉSERVÉES

+10%

(98 338 en 2024, 89 813 en 2023)
15671 nuitées réservées pour 2025

DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR

4 JOURS

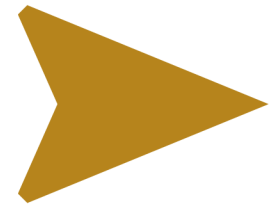
TARIF JOURNALIER MOYEN

106€ (+6%)

REVENUS TOTAL

10 426 280€ (+25%)
(8 971 911€ en 2023)

Source : Données Lighthouse par Hérault Tourisme (résultats au 07/02/2025)

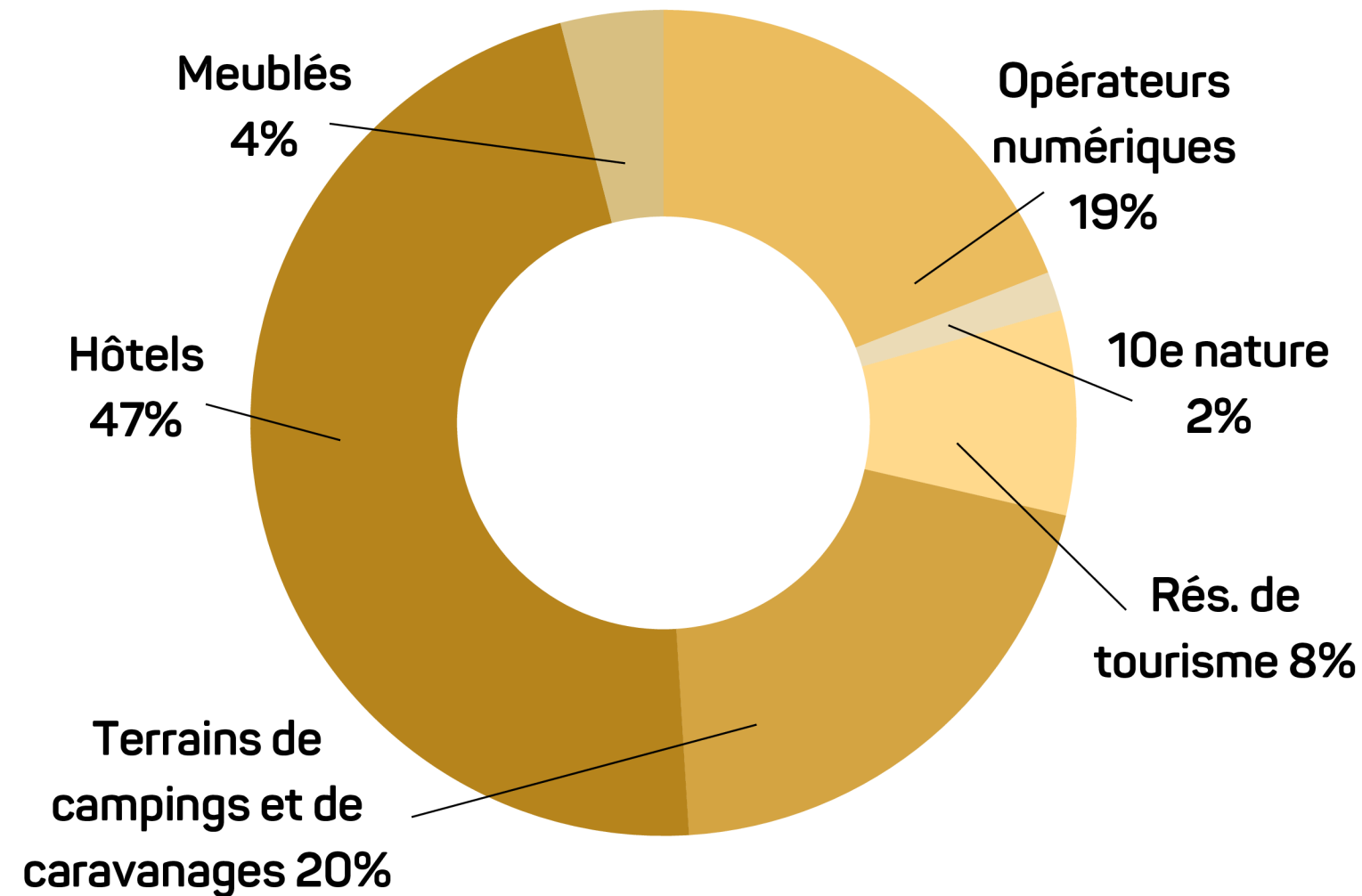


LES HÉBERGEURS

523 hébergeurs en activité en 2024 (+39% par rapport à 2023)

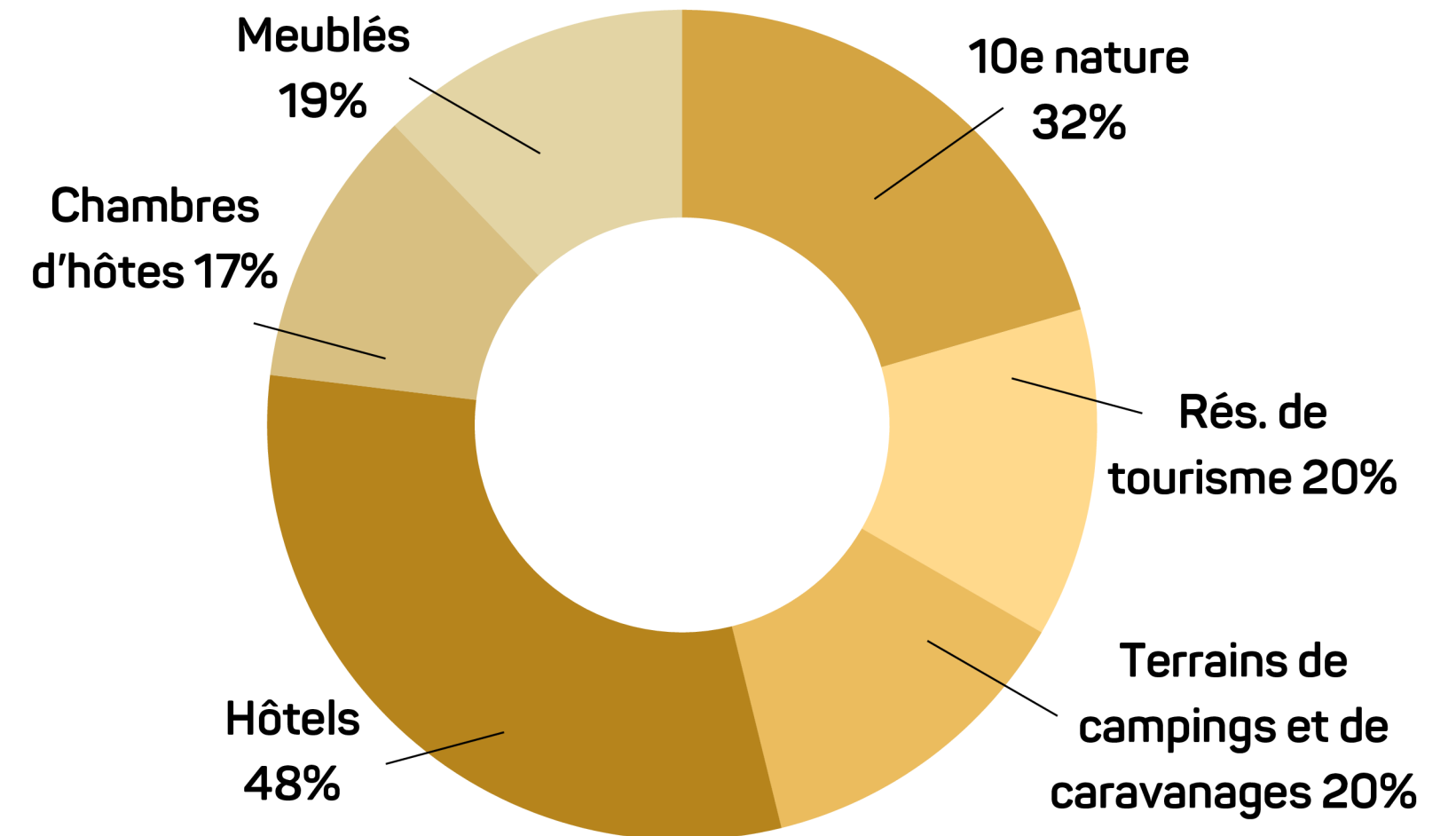
NUITÉES DÉCLARÉES

En direct et par les opérateurs numériques



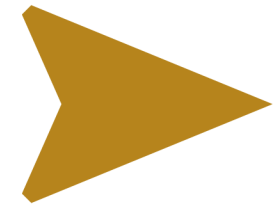
TAUX D'OCCUPATION DES LITS

En direct



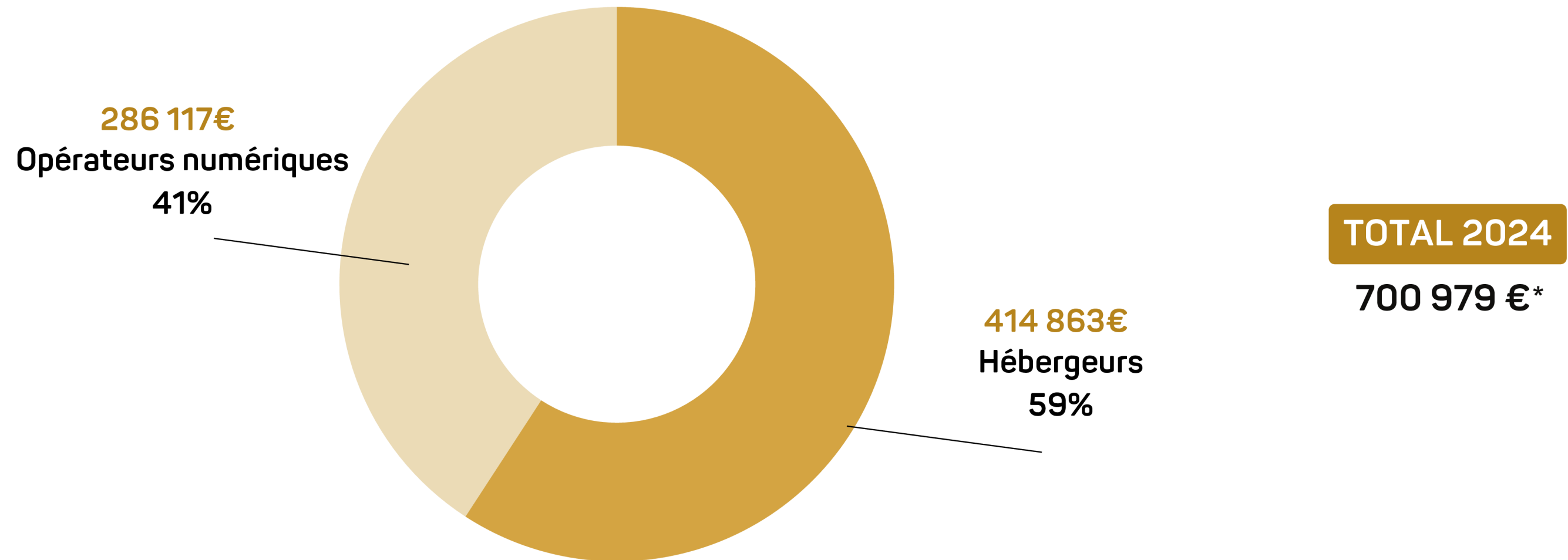
EVOLUTION DU TAUX D'OCCUPATION GLOBAL : **-4%** par rapport à 2023

Source : Nouveaux Territoires, logiciel de déclaration de la taxe de séjour (résultats au 23/01/2025)



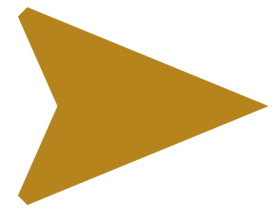
LA TAXE DE SÉJOUR

Un financement clé pour le développement touristique de Mauguio Carnon



*sont déduits de ce montant : 10% de taxe départementale et 34% de taxe régionale
(TAR - Loi de finance depuis janvier 2024)

Source : Nouveaux Territoires (résultats au 13/03/2025), montants reversés en direct et par les opérateurs numériques.



RETOURS DES HÉBERGEURS

Ressenti des hébergeurs sur l'année 2024

Nous avons sondé les hébergeurs du territoire afin de recueillir leurs appréciations sur cette année 2024. Comparativement à l'année passée, ils estiment que la fréquentation en 2024 a été...

Supérieure



Égale



Inférieure



Des **fréquentations stables** ont été observées durant les **longs week-ends** de Pâques, du 14 juillet, et du 15 août. Près de 67% des hébergeurs interrogés estiment que la fréquentation durant les vacances de Noël 2024 a été inférieure à 2023.

FRÉQUENTATION ÉTRANGÈRE (en %) : 17,3%



► SITE INTERNET

La vitrine du territoire

En 2024, le site internet de l'Office de Tourisme de Mauguio Carnon a continué de jouer un rôle clé dans la promotion de notre destination, offrant aux visiteurs une plateforme riche en informations et services pratiques.

→ TOTAL VISITEURS

151 812 (+188% par rapport à 2023)

→ DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES

Top 3 pays : France, Belgique, Indonésie

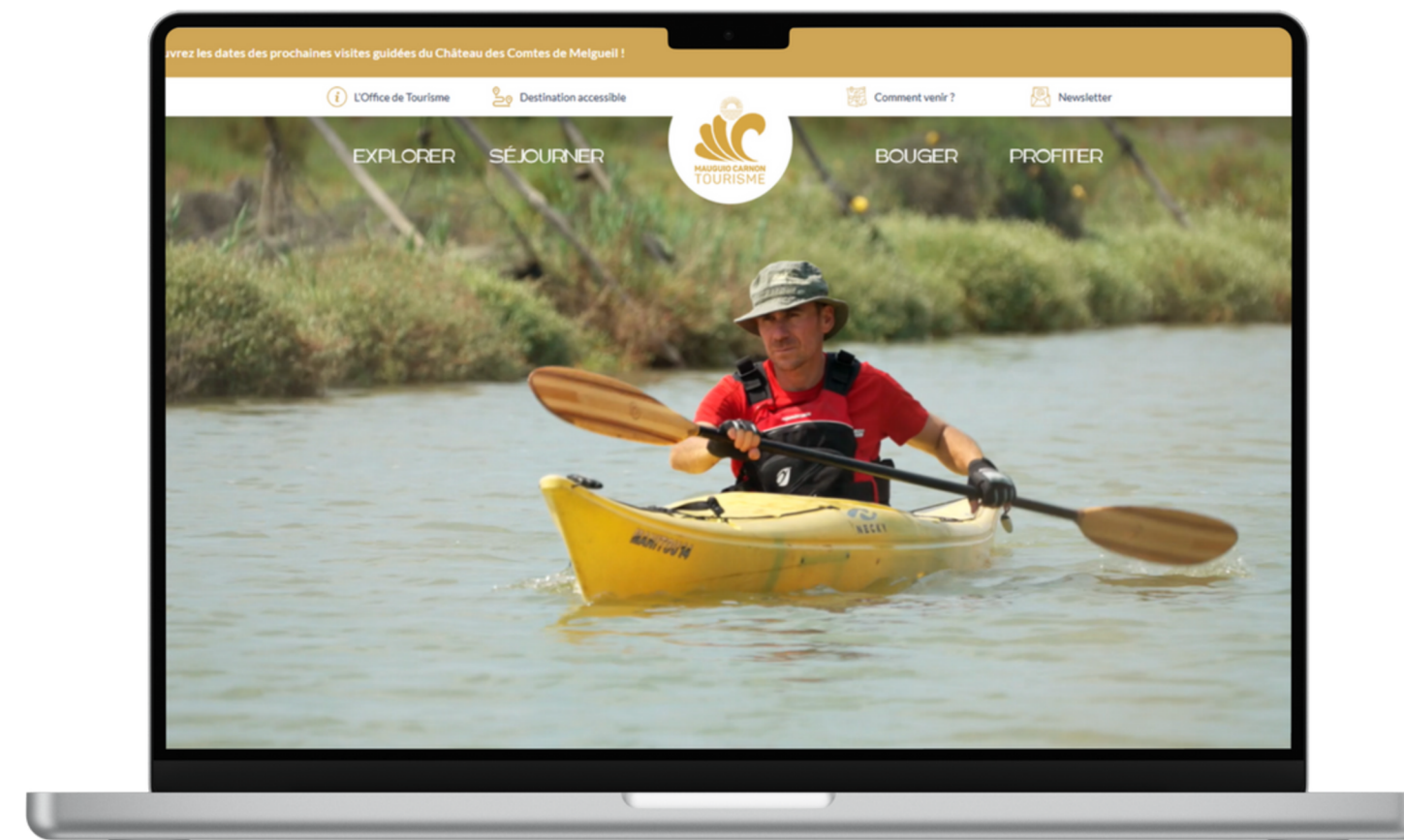
Top 3 régions : Occitanie, Ile-de-France, Auvergne-Rhône-Alpes

→ DONNÉES TECHNOLOGIQUES

Appareils depuis lesquels notre site est consulté :

● Mobile	● Ordinateur	● Tablette
74,2%	23,5%	2,3%

Source : Google Analytics



Landing page de mauguio-carnon-tourisme.com

NOS RÉSEAUX SOCIAUX

Une audience en croissance continue



FACEBOOK

7158 abonnés (+378 par rapport à 2023)



INSTAGRAM

5819 abonnés (+1149 par rapport à 2023)



LINKEDIN

485 abonnés (+210 par rapport à 2023)

→ PROFIL VISITEUR

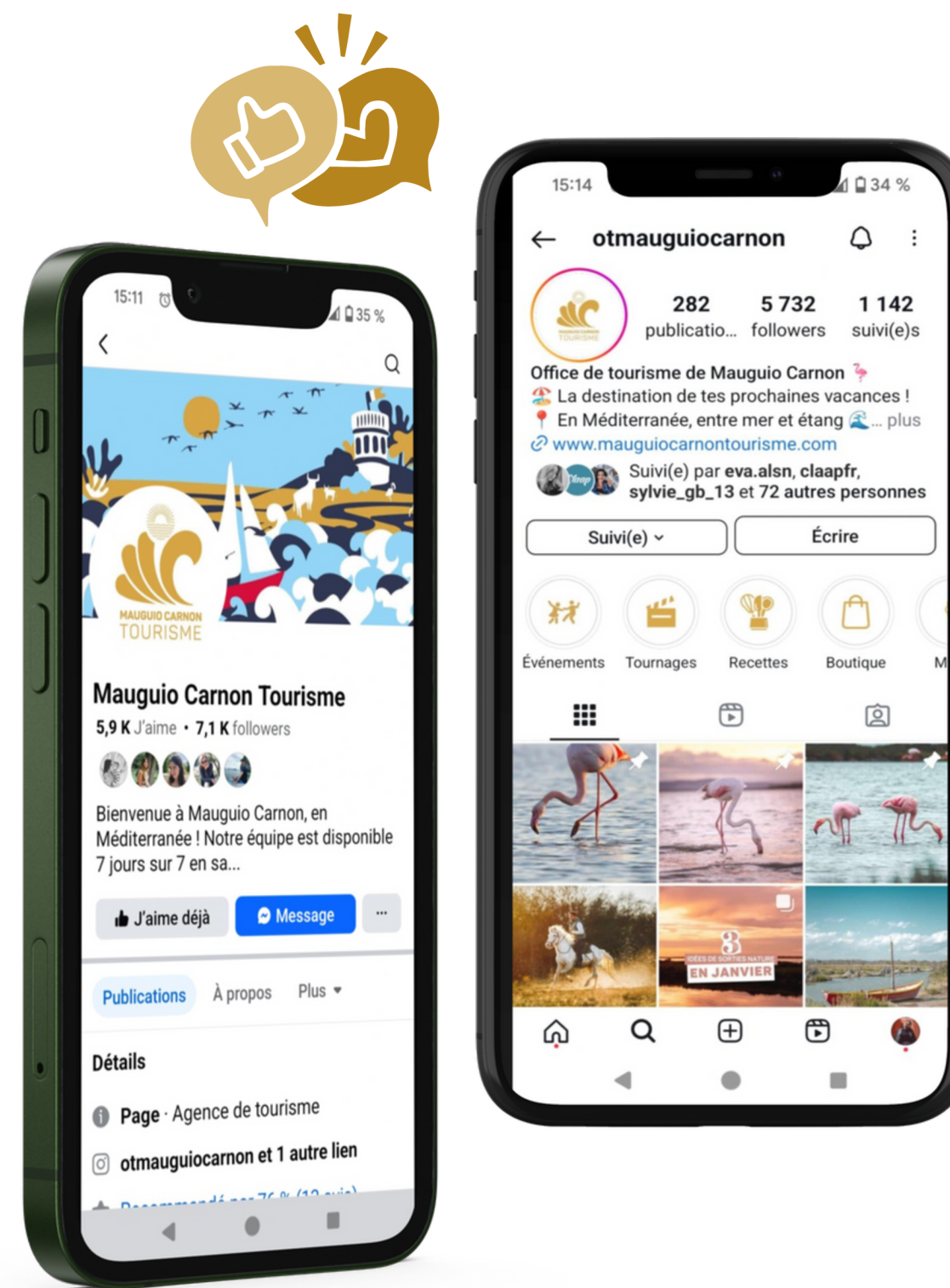


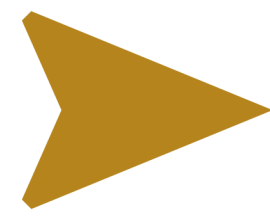
Femmes : 73,6% / Hommes : 26,4%
Entre 35 et 44 ans



Femmes : 74,2% / Hommes : 25,8%
Entre 25 et 34 ans

Source : Meta Business Suite





GUIDE TOURISTIQUE

Une édition incontournable entièrement repensée en 2024

En 2024, l'Office de Tourisme de Mauguio Carnon lance une nouvelle édition de son guide touristique, entièrement repensée pour offrir une expérience plus immersive et personnalisée. Composée de 88 pages, cette édition vise à enrichir la découverte de notre destination en mettant l'accent sur les moments de partage et d'interaction avec la communauté locale.

Traduit en anglais, espagnol et allemand, ce guide a été mis à la disposition de nos visiteurs en version numérique, permettant ainsi une consultation facile à tout moment. Une version papier a également été disponible à l'OT, offrant ainsi à tous, la possibilité de se procurer ce précieux outil.

Ce projet a été mené en partenariat avec l'agence de rédaction de contenu touristique Les Conteurs et l'agence de communication Trait d'Union.

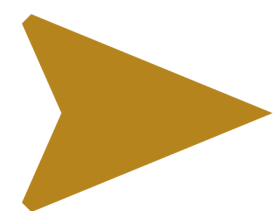
Cette version sera actualisée et renouvelée en 2025.



Quand Mauguio passe à l'heure espagnole

Et si vous viviez au rythme de l'Espagne tout en restant en France... La Romería Del Encuentro, ce sont 3 jours de fête qui roulent le "r" et les poignets. Messes flamencas traditionnelles, danses, chants, concours de paëlla et de sévillanes, animations tauromachiques, spectacles équestres, conférences et expositions... Passez 72 heures hors des frontières françaises à Mauguio et imprégnez-vous d'une ambiance 90% espagnole. Une chose est sûre : quand vous fermerez les yeux, une fois rentré chez vous, c'est le rythme de la guitare andalouse qui sonnera dans vos oreilles !

- MANADE LE SOLEIL**
Route de Baillargues
34130 Mauguio
+33 (0)6 11 80 28 45
christian.sandrine34@free.fr
- MANADE DE L'AUREOLE**
Chemin de l'Arboras
34130 Lansargues
+33 (0)4 67 29 31 59
- MANADE RAMBIER**
Chemin de Nabrigas
34130 Valergues
+33 (0)6 03 76 50 54
info.manaderambier@gmail.com
- MANADE ROUQUETTE**
Mas des Pauvres
Candillargues
+33 (0)4 67 29 31 44
- MANADE DU TERNET**
Mas des Pauvres
Candillargues
+33 (0)6 03 76 50 54



NOS JEUX CONCOURS

6 jeux concours sur Instagram avec nos socioprofessionnels en 2024



1 ÉPIPHANIE | Du 4 au 6 janvier (2839 personnes touchées)

1 galette des rois offerte par la boulangerie/pâtisserie *Virginie et moi*

2 SAINT-VALENTIN | Du 14 au 21 février (2921 personnes touchées)

1 nuit pour 2 + 1 bouteille + dégustation au *Domaine La Clausade*, 1 nuit pour 2 + petit-déjeuner à bord du *Next Yacht*, 1 bon cadeau de 20€ au *Corner Pub*, 1 séance de yoga pour 2 avec *Les Jeunes Yogis*

3 NEPTUNALIA | Du 15 au 21 juillet (6698 personnes touchées)

1 baptême de plongée avec *Plongée Carnon*, 1 repas pour 2 au restaurant *Cœur des Sables*, 2x2 cocktails au restaurant *Nouba*

4 RENT MY BOAT | Du 12 au 19 août (3708 personnes touchées)

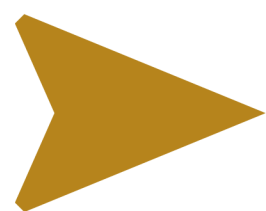
2h de location de bateau sans permis offert par *Rent My Boat*

5 LE LIBANAIS | Du 16 au 22 septembre (3578 personnes touchées)

2 menus entrée/plat/dessert au restaurant *Le Libanais*

6 CALENDRIER DE L'AVENT | Du 1er au 24 décembre (Entre 600 et 4000 personnes touchées par post)

Nombreuses dotations offertes par nos socioprofessionnels (ex : repas, nuitées, coffrets de vin, etc.)



E-REPUTATION

Les avis de nos visiteurs sur les plateformes en ligne



GOOGLE MY BUSINESS ★★★★★

366 avis et une note de **4.3 sur 5**

- "Un accueil très agréable, de bons conseils, les personnes connaissent et ont l'air d'aimer leur ville et leur région !"
- "Cadre chaleureux, personnel, très accueillant et professionnel, bravo !"
- "Nous ne connaissions pas Carnon. Une dame charmante s'est occupé de nous et nous avons été renseignés au delà de nos demandes."



TRIPADVISOR ●●●●○

17 avis et une note de **4.5 sur 5**

- "On nous a donné des dépliants et des cartes pour mieux connaître la région et c'était de très bons conseils !"
- "Accueil très agréable, à l'écoute, nous sommes repartis avec toutes les infos nécessaires ! Parfait !"
- "Très bon service, un personnel très accueillant et agréable.
N'hésitez pas à y aller si vous voulez plus d'infos sur Carnon et ses alentours !"

CAMPAGNES E-MARKETING

Les campagnes e-marketing avec Hérault Tourisme

En partenariat avec nos socioprofessionnels et l'ADT Hérault Tourisme, ces campagnes ont pour objectif de valoriser la destination, les activités à la journée et les courts séjours à l'année, pour nos clientèles régionales. Leur visibilité est boostée par des campagnes sponsorisées sur les réseaux sociaux tout au long de l'année.



3 campagnes e-marketing en 2024

→ Du 01/11/2023 au 29/02/2024:

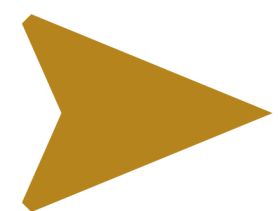
2 éco-circuits en kayak sur l'étang de l'Or avec *L'Échappée Verte*, 2 invitations pour la saison culturelle 2023-2024 du Théâtre Bassaget / Salle Rosa Parks par le *Service Culturel*, 1 séance de yoga en famille + 1 séance de yoga adulte avec *Les Jeunes Yogis*.

→ Du 01/03 au 30/06/2024:

Une bouteille de vin + visite et dégustation pour 6 pers. max offert par le *Domaine La Clausade*, 1h de location de paddle pour 2 personnes au *Yacht Club de Mauguio Carnon*, 1 séance de yoga en famille + 1 séance de yoga adulte avec *Les Jeunes Yogis*.

→ Du 01/07 au 31/10/2024:

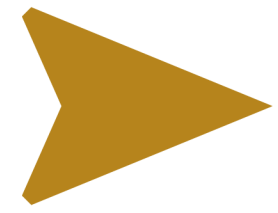
Un cours d'initiation à la voile habitable avec *Envoil'*, deux bons d'une heure de jeu pour 5 joueurs à *Prison Island*, 1 séance de yoga en famille + 1 séance de yoga adulte avec *Les Jeunes Yogis*.



L'OT DANS LES MÉDIAS

De nombreuses parutions (presse, radio, sites internet) tout au long de l'année





BORNE INTERACTIVE




Nouveauté 2024 : Une borne interactive sur le port de Carnon

Depuis le 16 juillet 2024, l'Office de Tourisme renforce sa présence grâce à l'installation d'une borne interactive touristique sur le port de plaisance.

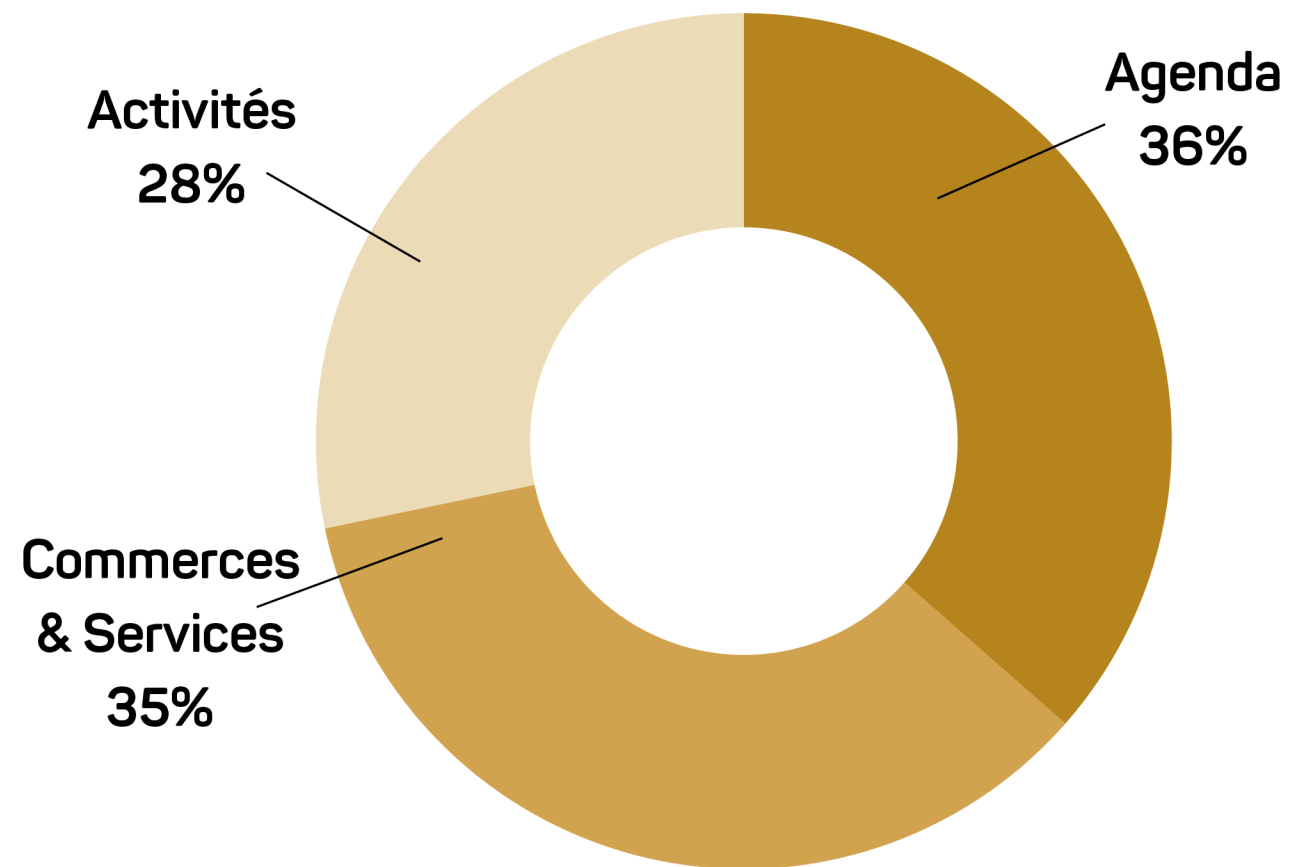
Cette borne est accessible 24H/24 et permet à nos visiteurs d'obtenir les informations nécessaires à leur séjour : hébergements, agenda, météo, commerces et bien d'autres informations diffusées en temps réel.

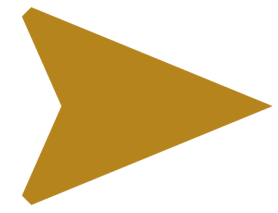


NOMBRE DE CLICS EN 2024
(du 16/07 au 31/12/2024) :
8808 CLICS

-  AGENDA
1054 clics
-  COMMERCES & SERVICES
1019 clics
-  ACTIVITÉS
817 clics

TOP 3 RUBRIQUES CONSULTÉES





LE CLUB AMBASSAD'OR

Une nouvelle approche de la valorisation du territoire


En 2024, notre engagement pour la promotion de Mauguio Carnon s'est renforcé avec la **mobilisation d'un réseau d'ambassadeurs passionnés.**

L'idée ? **Associer locaux et amoureux de la destination** dans la valorisation du territoire en créant un **groupe de personnes prêts à faire connaître** leurs passion pour la destination Mauguio Carnon.

Le 7 mai, nous avons eu le plaisir de rencontrer ces futurs porte-paroles de notre territoire, prêts à contribuer à son rayonnement. Cette rencontre a été un moment riche en échanges et en partage, où la diversité des perspectives et des expériences a constitué une véritable source d'inspiration.

L'enthousiasme et l'engagement de chacun témoignent de la force de notre destination et de la volonté collective de la faire briller.

Le Club sera renouvelé en 2025.



**Charte de
Ambassadeur**

iens ambassadeur de la destination

Mauguio Carnon

▶ VISITES PRESTATAIRES

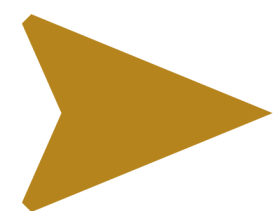
Des campagnes diffusées tout au long de l'année sur LinkedIn

Afin de faire connaître l'offre touristique de Mauguio Carnon et renseigner au mieux nos visiteurs, notre équipe part tout au long de l'année à la rencontre des acteurs locaux (hébergeurs, restaurateurs, prestataires d'activités etc.), essentiels au développement touristique de notre territoire.

Afin de donner de la visibilité à ces initiatives et de partager nos découvertes, nous diffusons après chaque visite un **post dédié sur notre compte LinkedIn**. Ce canal de communication nous permet de toucher un large public professionnel et d'affirmer notre rôle de **relais de promotion touristique**.

Ces visites constituent un axe stratégique fort, pour le développement du territoire, et nous comptons **poursuivre cette dynamique en 2025** pour continuer à mettre en lumière la richesse de notre destination.





ACCUEIL HORS LES MURS

L'OT présent aux côtés de l'aéroport de Montpellier

L'année a été marquée par **l'inauguration**, le jeudi 7 novembre 2024, de la **nouvelle ligne aérienne reliant Rennes à Montpellier**, opérée par la compagnie Volotea. Ce vol, programmé deux fois par semaine, constitue une avancée significative en matière d'accessibilité, **favorisant les échanges entre la Bretagne et notre région**.

À l'occasion de ce premier vol, notre équipe était présente à l'Aéroport Montpellier Méditerranée pour accueillir les passagers et promouvoir notre destination. Cette nouvelle connexion permet aux voyageurs bretons de profiter du soleil du Sud tout en offrant aux Héraultais une opportunité de découvrir les richesses culturelles et patrimoniales de Rennes.

En 2025, l'OT renforcera ses accueils hors les murs au travers d'actions de promotion conjointement avec l'aéroport de Montpellier.



ÉVÈNEMENTS IDENTITAIRES

Trois évènements majeurs en 2024

→ LEVEZ L'ENCRE - NEPTUNALIA - CARNON WINGFOIL EVENT

Ces trois évènements forts jalonnent l'année en accord avec une politique de destination "4 saisons". Ils ont pour vocation de marquer l'identité de la commune et de créer des temps de rencontre :

LEVEZ L'ENCRE ! (22 & 23 juin) : 3ème édition de ce festival autour de la littérature et de l'illustration jeunesse (Service partenaire : Médiathèque de l'Ancre)

NEPTUNALIA (20 & 21 juillet) : Fête de la mer : animations, conférences scientifiques, défilés de bateaux, activités nautiques, ateliers (Service partenaire : Capitainerie)

CARNON WINGFOIL EVENT (21 & 22 septembre) : Compétition sportive pro et amateur organisée par le Service des Sports et le Yacht Club de Manguio Carnon (OT partenaire financier).

Ces trois évènements seront renouvelés en 2025.



➤ ANIMATIONS HORS-SAISON

➔ MES P'TITES VACANCES

4 sessions pendant les vacances scolaires sur les thématiques suivantes :

Hiver : Exprime-toi ! | Printemps : La Mer | Toussaint : Réveille tes papilles ! | Noël : Noël

➔ LES CHOUETTES RENCONTRES - 14, 15 et 16 juin

Festival pluridisciplinaire autour du texte français: récital de texte, danse, concerts autour du répertoire de Léo Ferré et de l'auteur-compositeur Eric Frasiak.

Non renouvelé en 2025.

➔ AUTRES ANIMATIONS

Twist & Cars : Exposition de voitures anciennes (9 mai)

Marche pour la vue (11 mai) : Organisé en partenariat avec l'IRRP; collecte de fond au profit de la recherche et animations de sensibilisation aux handicaps

Miss Carnon : Concours de beauté (17 mai)

Fête de la musique : Concert du groupe Eloah (21 juin)

Spectacle humoristique et concert en salle : Angel Ramos Sanchez & Teclao Flamenco (14 et 28 septembre)



▶ ANIMATIONS ESTIVALES

Animations « historiques » qui forment le cœur de la programmation estivale

→ CHAQUE SEMAINE

1 animation jeune public

1 animation de rue

1 séance de cinéma en plein air

2 à 3 spectacles tout public

→ ANIMATIONS PONCTUELLES

Balades naturalistes thématiques (de juin à septembre)

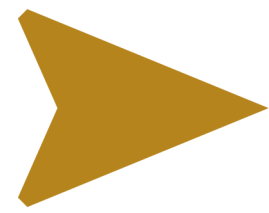
Manifestations ponctuelles (3 concerts à l'église, 1 roussataio)

Feux d'artifice (13 juillet et 15 août)

→ PETIT TRAIN TOURISTIQUE

Retour du petit train touristique (du 1er juillet au 31 août)





POLITIQUE QUALITÉ

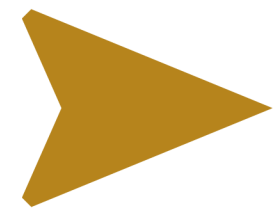
La satisfaction visiteur : notre engagement au quotidien



En 2026, la Marque Qualité Tourisme deviendra « Destination d'Excellence ».

Des critères d'évaluation qui évoluent vers une démarche toujours plus durable :

- Prendre en compte la **satisfaction des visiteurs**, collecter leur avis et tenir compte de leurs attentes
- Faire de la visite et du séjour de chaque visiteur un moment chaleureux et personnalisé
- Donner envie à nos visiteurs de **découvrir notre territoire** et leur donner envie de revenir
- **Renforcer les liens avec les socios-professionnels** par une collaboration étroite afin d'enrichir notre offre touristique
- Prendre en compte le **bien-être de nos collaborateurs** et leur montée en compétences
- **Satisfaire les habitants** en recueillant les éléments qui impactent leur qualité de vie, leurs remarques, suggestions sur leur perception des incivilités de l'environnement, manifestations organisées etc.
- **Satisfaire les élus** par la valorisation de notre territoire et de ses richesses pour un meilleur rayonnement
- Renforcer nos actions pour aller vers un **tourisme plus durable et accessible** pour tous.



QUESTIONNAIRES DE SATISFACTION

Résultats du nouveau questionnaire de satisfaction mis en place en mars

En 2024, nos visiteurs...



venaient pour la première fois chez nous

78%



ont facilement trouvé l'office

88 %



ont apprécié le lieu

96 %



ont exprimé l'envie de découvrir le territoire à l'issue de leur visite

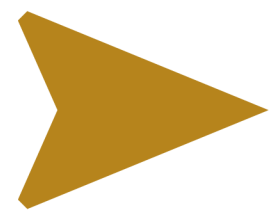
99 %



ont découvert les produits boutique

59 %

Sources : Questionnaires de satisfaction



QUESTIONNAIRES DE SATISFACTION

Synthèse 2024

598

Nombre de questionnaires complétés **en hausse**

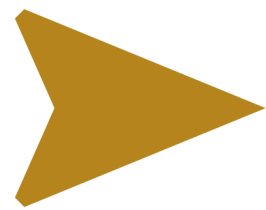


Un taux de satisfaction **très valorisant**

99%

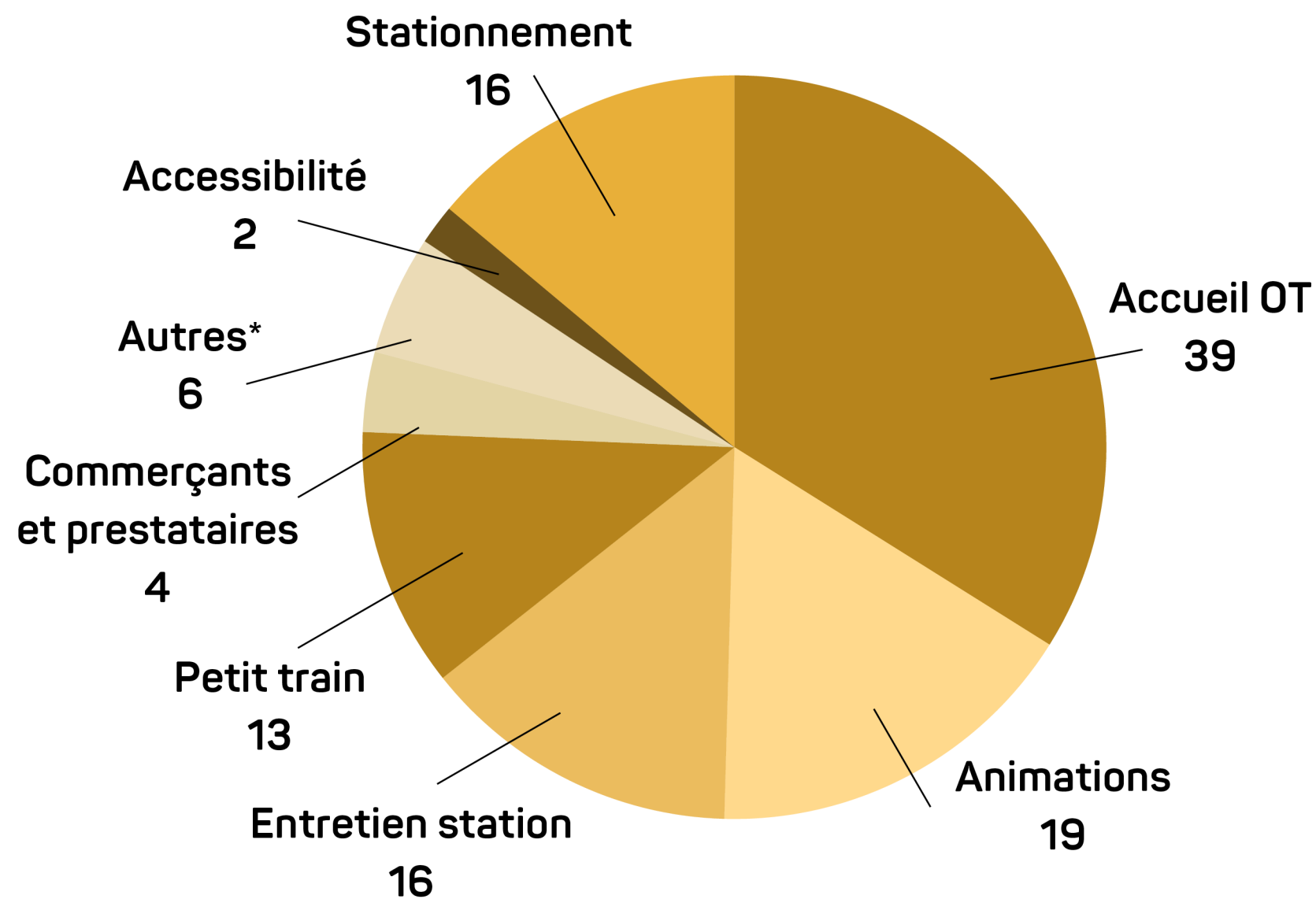
Sources : Questionnaires de satisfaction

En outre, différents moyens permettent de récolter les remarques des visiteurs :
fiches de suggestion, fiches de réclamation, avis en ligne, remarques orales...



ÉCOUTE CLIENT

Synthèse 2024 : répartition des remarques clients par thématique



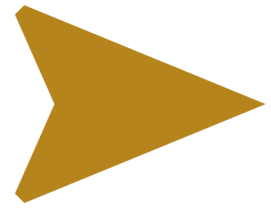
Diversité de la programmation
Retour du petit train gratuit



Stationnement : incompréhensions et remarques malgré une nette diminution des retours à ce sujet

Accessibilité : les efforts sont salués mais restent à poursuivre et à valoriser

*Boutique, transport en commun, signalétique, vélo...
Sources : Tableau de remarques, fiches suggestions...



PERSPECTIVES 2025

Plan d'actions 2025 issu du plan d'actions pluriannuel 2023-2028

1. QUALITE DE L'ACCUEIL ET ECOUTE CLIENT

→ OBJECTIFS

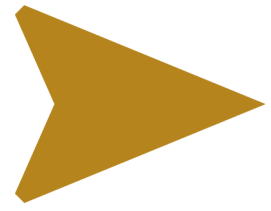
Renforcer la qualité de l'accueil et des services pour chaque visiteur

Optimiser nos outils numériques pour une information rapide et personnalisée

Tenir compte des retours visiteurs dans nos actions et nos projets.

→ ACTIONS

- Formation continue des équipes d'accueil pour garantir un accueil optimal et professionnel en renforçant leur expertise sur le conseil en séjour > **PRUF, tests mystères qualité, Tourinsoft, Eductours**
- Mise à jour régulière et actualisation des supports d'information en tenant compte de l'accessibilité. (documentation, borne interactive, site web etc.) > **Nouveau support : Annuaire**
- Optimisation des produits boutiques (gestion des invendus et des best-sellers) > **Appel à projet : pré-commercialisation de l'offre des socio-professionnels (visites guidées, circuits thématiques, activités sportives et de loisirs...)**
- Traitement des retours et réclamations des visiteurs en facilitant leur transmission aux services concernés grâce à nos outils d'écoute client.



PERSPECTIVES 2025

Plan d'actions 2025 issu du plan d'actions pluriannuel 2023-2028

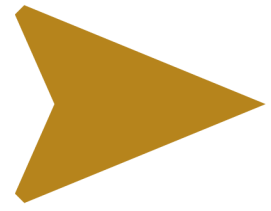
2. COMMUNICATION & PROMOTION DE LA DESTINATION

→ OBJECTIFS

Augmenter la visibilité et l'attractivité de la destination grâce à notre stratégie digitale
Attirer de nouveaux visiteurs tout en fidélisant les habitués.

→ ACTIONS

- Campagnes de communication digitale ciblée, incluant des publicités sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram) mettant en valeur les paysages, les activités et les événements
- Campagnes marketing et campagnes média > **Claap, Métropolitain**
- Partenariats avec des influenceurs pour promouvoir la destination (en partenariat avec l'OT et l'aéroport de Montpellier)
- Actions de promotion avec l'aéroport Montpellier Méditerranée et l'aéroport de Rennes
- Campagnes de communication avec nos socio-professionnels > **Jeux concours, campagne "visites prestataires" sur LinkedIn, stories "On a testé pour vous"** etc.
- Animation numérique du territoire > **Ateliers numériques à destination des SP (Google, Instagram etc.)**
- Faire vivre notre club Ambassad'Or.



PERSPECTIVES 2025

Plan d'actions 2025 issu du plan d'actions pluriannuel 2023-2030

3. DÉMARCHE DURABLE ET TOURISME RESPONSABLE

→ OBJECTIFS

Promouvoir un tourisme alternatif et respectueux de l'environnement.

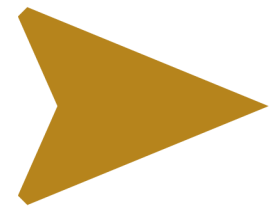
Sensibiliser les visiteurs à la préservation de la biodiversité locale par une offre adaptée.

Former notre équipe aux enjeux du tourisme durable et encourager les actions internes éco-responsables.

Poursuivre et encourager les démarches de labellisation favorisant un tourisme durable pour l'OT et les socios-pros.

→ ACTIONS

- Mise en place d'une charte écotouristique pour les prestataires encourageant des pratiques durables.
- Participation active aux projets en faveur d'un tourisme durable avec les institutions locales > **Mise en tourisme du Canal du Rhône à Sète avec VNF, Projet Alimentaire Territorial avec le POA.**
- Maintien d'opérations de sensibilisation à l'environnement avec les habitants, touristes, acteurs locaux tout au long de l'année > **Nettoyage de plage, ateliers etc.**
- Création d'un passeport du touriste responsable.
- Auto-évaluation et établissement d'un plan d'action en conformité avec le pilier Durable de "Destination d'Excellence" en vue de l'obtention du label en 2026.
- Réflexion et élaboration d'un plan d'actions pour l'obtention du label Accueil Vélo pour l'Office de tourisme.



PERSPECTIVES 2025

Plan d'actions 2025 issu du plan d'actions pluriannuel 2023-2030

4. ACCESSIBILITÉ

→ OBJECTIFS

Promouvoir une offre touristique inclusive et diversifiée.

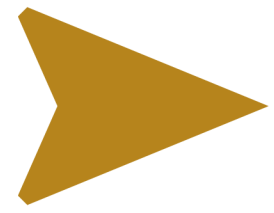
Améliorer en continu l'offre touristique accessible et les services proposés à nos visiteurs.

Sensibiliser et former les équipes et les acteurs touristiques.

Poursuivre et encourager les démarches de labellisation pour un tourisme pour tous à échelle de la destination et de l'OT.

→ ACTIONS

- Renouveler la marque Destination pour tous à l'échelle de la destination en partenariat avec la ville > **Jardin inclusif**
- Renouveler l'action "Marche pour la vue" en partenariat avec l'IRRP à Mauguio
- Valoriser les hébergements, restaurants, et activités labellisés Tourisme & Handicap dans notre communication
- Proposer des formations pour le personnel permanent et saisonnier sur l'accueil des personnes en situation de handicap
- Poursuivre le service d'accompagnement à la baignade pour les personnes en situation d'handicap > **Dispositif Tiralo**



PERSPECTIVES 2025

Plan d'actions 2025 issu du plan d'actions pluriannuel 2023-2030

5. ANIMATION ET ÉVÉNEMENTS

→ OBJECTIFS

Proposer des animations sur des lieux clés de la station afin de favoriser les retombées économiques des commerçants

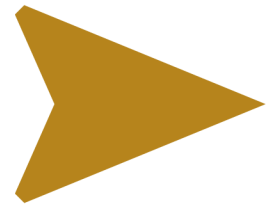
Maintenir les événements identitaires "Mauguio Carnon l'Intemporelle"

Proposer une offre d'animations tout public, inclusive et diversifiée

Réussir à maintenir une programmation variée en tenant compte des contraintes budgétaires.

→ ACTIONS

- Maintien des festivités du 21 juin, 14 juillet et du 15 août
- Recalibrage du format des Neptunalia, Levez l'Encre et du Carnon Wingfoil Event
- Nouvelle offre d'animations sur le "Jardin des Dunes" (Animation enfants)
- Retour de l'animation place Cassan
- Présence du petit train touristique en juillet et août
- Mise en place de pots d'accueil tous les lundis en fin de journée, du 07 juillet au 25 août.



PERSPECTIVES 2025

Plan d'actions 2025 issu du plan d'actions pluriannuel 2023-2030

6. PARTENARIATS ET COLLABORATION AVEC LES ACTEURS LOCAUX

→ OBJECTIFS

Renforcer les partenariats avec les entreprises locales pour créer des synergies

Organiser des rencontres, réunions, et rendez-vous personnalisés

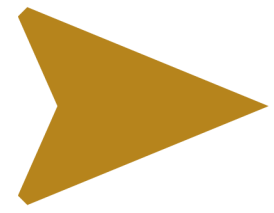
Accompagner les prestataires locaux dans leur évolution numérique

Communiquer et sensibiliser sur les actions Tourisme et Handicap, Destination pour Tous, Marque Qualité Tourisme

Soutenir les initiatives locales pour améliorer l'offre touristique.

→ ACTIONS

- Appel à projet aux restaurateurs, hôteliers et prestataires d'activités pour proposer la commercialisation de leurs produits et activités au sein de l'OT afin d'introduire de futurs projets de forfaits combinés (hébergement + activités).
- Maintien du groupe Qualité de Destination incluant des acteurs publics et privés pour coordonner les actions de développement touristique.
- Lancement de campagnes de promotion commune avec les commerçants locaux pour attirer les visiteurs et favoriser la consommation locale > **Jeux concours sur Instagram, partenariat évènementiel lors des Neptunalia** etc.
- Campagnes de sensibilisation des pros aux labels, formations et outils durables qui leur sont proposés > **Clé Verte, formation WE GO GREEN R, Accueil Vélo** etc.



PERSPECTIVES 2025

Plan d'actions 2025 issu du plan d'actions pluriannuel 2023-2030

7. LES ENGAGEMENTS (MARQUES ET LABELS)

→ QUALITÉ TOURISME

Préparer l'évolution de la marque vers Destination d'Excellence en juin 2026, développer notre plan d'actions en faveur d'un tourisme durable en maintenant la qualité de nos services et de l'accueil des visiteurs.

→ TOURISME ET HANDICAP / DESTINATION POUR TOUS

Valoriser le tourisme accessible et inclusif par la promotion d'une destination touristique pour tous, habitants du territoire comme visiteurs extérieurs. *Marque « Tourisme et handicap »* : Maintien et développement de nos actions depuis le renouvellement en 2023. *Marque « Destination Pour Tous »* : Renouvellement de la marque en 2025 par la continuité d'un travail de transversalité mis en place avec la municipalité sur la thématique.

→ CLASSEMENT DE L'OT EN CAT.1 - STATION CLASSÉE - COMMUNE TOURISTIQUE CLASSÉE

Préparation du renouvellement du classement en 2026.

→ LABEL PAVILLON BLEU

Renouvelé chaque année et renforcé par des ateliers OT/Région.

→ LABEL ACCUEIL VÉLO

Adhésion au label en cours de réflexion et établissement d'un plan d'actions en vue de son obtention en 2026.

Ensemble, continuons à faire rayonner **notre destination !**

Des questions ? Des suggestions ? Nous sommes à votre écoute.
Contactez-nous : officedetourisme@mauguiocarnon.com

