

2022

RAPPORT D'ACTIVITÉS

OFFICE DE TOURISME DU GRAND PIC SAINT-LOUP



LA TABLE DES MATIÈRES

P.3

TOURISME & LOISIRS EN GRAND PIC SAINT-LOUP



- 4** Le territoire du Grand Pic Saint-Loup
- 5** Le Grand Pic Saint-Loup en chiffres clés
- 6** L'Office de Tourisme du Grand Pic Saint-Loup
- 8** Organigramme fonctionnel
- 9** Les démarches qualité
- 12** La qualification du personnel

P.14

LES CHIFFRES DE LA FRÉQUENTATION ET DE L'ÉCONOMIE TOURIS- TIQUE EN GRAND PIC SAINT-LOUP



- 15** Des nouveaux outils de mesure
- 19** L'Office de Tourisme du Grand Pic Saint-Loup
- 23** La Taxe de Séjour

P.24

L'ACCUEIL



- 25** Les Bureaux d'Information Touristique
- 25** Saint-Martin-de-Londres
- 25** Saint-Clément-de-Rivière

P.26

LES PROFESSIONNELS DU TOURISME & LES STRUC- TURES PARTENAIRES



- 27** Le réseau des partenaires
- 27** Les relations partenaires et l'animation
- 28** Le conseil et l'accompagnement

P.29

COMMUNICATION & PROMOTION



- 30** Une stratégie de communication 2021-2023
- 41** L'œnotourisme en Grand Pic Saint-Loup
- 45** La presse

P.50

LES CHIFFRES DE L'AC- TIVITÉ



Tourisme & loisirs en Grand Pic Saint-Loup



LE GRAND PIC SAINT-LOUP EN CHIFFRES CLÉS

36
COMMUNES



24 COMMUNES DE MOINS DE
1 000 habitants



8 COMMUNES ENTRE
1 000 et 3 000 habitants



4 COMMUNES DE PLUS DE
3 000 habitants



57 000
HECTARES



9%
DE L'HÉRAULT



90%
D'ESPACES NATURELS
& AGRICOLES



10%
DE VIGNOBLES

soit près de 4 000 hectares
sur le territoire, soit 1/3 de
la surface agricole utilisée

49 676

HABITANTS
(EN 2019)

soit 86,4 habitants / km²



L'OFFICE DE TOURISME DU GRAND PIC SAINT-LOUP

En 2010, les Communautés de Communes du Pic Saint-Loup, de l'Orthus et du Vallon de Londres ont fusionné, créant ainsi la Communauté de Communes du Grand Pic Saint-Loup. Cette dernière ayant pris la compétence tourisme, les trois offices de tourisme intercommunaux ont également fusionné.

L'Office de Tourisme du Pic Saint-Loup situé sur les communes de Saint-Mathieu-de-Trévières et de Les Matelles, de l'Orthus et du Chemin des Verriers situé à Claret, et du Vallon de Londres-Vallée de la Buèges localisé à Saint-Martin-de-Londres sont devenus l'Office de Tourisme du Grand Pic Saint-Loup.

Dans un premier temps de statut associatif, l'Office de Tourisme du Grand Pic Saint-Loup est devenu en 2014 un Etablissement Public Industriel et Commercial (EPIC) marquant ainsi la volonté des élus de la Communauté de Communes du Grand Pic Saint-Loup d'assumer pleinement la compétence tourisme sur leur nouveau territoire.

L'EPIC Tourisme et Loisirs en Grand Pic Saint-Loup est un établissement public indépendant. A ce titre un Comité de Direction gère la structure. Composé en majorité d'élus, le Comité de Direction est composé de 2 collèges :

- Le collège des représentants des professionnels du tourisme du territoire (8 Membres)
- Le collège des élus de la Communauté de Communes du Grand Pic Saint-Loup (12 Membres)

Faisant suite aux élections municipales et communautaires 2020, une nouvelle gouvernance a été mise en place avec l'élection de Mme Laurence Cristol à la présidence de l'EPIC Tourisme & Loisirs en Grand Pic Saint-Loup. Un nouveau Comité de Direction a été élu avec de nouveaux membres composant les collèges des représentants de la Communauté de Communes du Grand Pic Saint-Loup et des professionnels du Tourisme du territoire.

Collège des élus communautaires

Titulaires			
Madame	Laurence	CRISTOL	ST CLÉMENT-DE-RIVIÈRE
Madame	Dominique	POUDEVIGNE	ST MARTIN-DE-LONDRES
Madame	Myriam	SABATIER	ROUET
Monsieur	Philippe	LECLANT	ST GÉLY-DU-FESC
Monsieur	Antoine	MARTINEZ	STE CROIX-DE-QUINTIL-LARGUES
Monsieur	Gérard	FABRE	VALFLAUNÈS
Monsieur	Pierre	ANTOINE	GUZARGUES
Monsieur	Jean-Pierre	RAMBIER	ST JEAN-DE-CUCULLES
Monsieur	Eric	RIGUET	MURLES
Monsieur	Jérôme	LOPEZ	ST MATHIEU-DE-TRÉVIERS
Suppléants			
Madame	Corinne	MARTINEZ	ASSAS
Madame	Martine	DURAND RAMBIER	CLARET
Madame	Anne	DURAND	VIOLS-LE-FORT
Monsieur	Stéphane	CATANIA	LAURET
Monsieur	Romain	KUSOSKY	NOTRE-DAME-DE-LONDRES
Monsieur	Pascal	VABRE	LE TRIADOU
Monsieur	Pierre	NICOT	CAZEVIEILLE
Monsieur	René	ALBE	ST ANDRÉ-DE-BUÈGES
Monsieur	Laurent	SENE	ST JEAN-DE-BUÈGES

Collège des professionnels du tourisme

Titulaires			
Monsieur	Régis	VALENTIN	VALFLAUNÈS
Monsieur	Bruno	LEBRETON	COMBAILLAUX
Monsieur	Yezid	ALLAYA	ST CLÉMENT-DE-RIVIÈRE
Monsieur	Ludovic	DOLEZ	VIOLS-EN-LAVAL
Monsieur	Lionel	SCHWARTZ	ST MATHIEU-DE-TRÉVIERS
Madame	Christiane	MASTRI	ST JEAN-DE-BUÈGES
Suppléants			
Monsieur	Jean-Pierre	GIRARD	CAZEVIEILLE
Madame	Marie	DURAND	GUZARGUES
Monsieur	Roch	VIALLA	COMBAILLAUX
Madame	Marie	MOST	VIOLS-LE-FORT
Madame	Laure	CAMUS	ST CLÉMENT-DE-RIVIÈRE
Monsieur	Guy	GINER	ST MARTIN-DE-LONDRES

Les comités de direction 2022

Après une année 2021 marquée par des mesures sanitaires de confinement et de restriction, le déroulement administratif des Comités de Direction a dû s'adapter aux échéances électorales et à leurs répercussions sur la composition du collège des élus. La Présidente du Comité de Direction Mme Laurence Cristol ayant participé aux élections législatives et ayant été élue, la réserve électorale et le non-cumul lié à la fonction de députée ont impacté le déroulement du temps administratif des Comités de Direction.

26 janvier 2022

Modification du projet du Plan d'actions 2022 - Présentation des nouveaux intervenants pour la Communication 2022- Révision de la participation à la Foire Internationale de Montpellier - Budget Prévisionnel 2022 - Charte de Télétravail Office de Tourisme du Grand Pic Saint-Loup

30 mars 2022

Cession budgétaire - Bilan financier 2021 : Vote du Compte Administratif 2021 -Approbation du Compte de Gestion 2021 - Affectation des résultats 2021 - Budget 2022 : Vote du Budget Principal 2022 - Social : Consultation pour les prestations de Prévoyance et de Complémentaire Santé du personnel

2 décembre 2022

Annnonce de la démission de Mme Cristol, Présidente de l'EPIC TL-GPSL en application de la loi sur le non-cumul des mandats - Bilan fréquentation des BIT pour la saison estivale 2022 - Communication et Presse : bilan des actions 2022 - Préparation du programme d'action 2023 - Approche budgétaire et préparation du Débat d'Orientation Budgétaire de janvier 2023 - Vote du tarif du partenariat 2023 - Homogénéisation informatique de la paye 2023.

La convention d'objectifs avec la Communauté de Communes du Grand Pic Saint-Loup

La création de L'EPIC Tourisme et Loisirs en Grand Pic Saint-Loup répond à une volonté de la Communauté de Communes du Grand Pic Saint-Loup de mettre en place une structure référente pour assumer le développement de l'économie touristique sur son territoire de compétence.

Dans ce contexte, une convention d'objectif triennale est rédigée fixant les engagements et les obligations des deux collectivités. Un volet annuel précise le plan d'action de l'année en cours. Ce plan d'action, est débattu en Comité de Direction lors des Débats d'Orien-

tation Budgétaire (DOB) par les représentants de la Communauté de Communes du Grand Pic Saint-Loup (collège des élus) et ceux des professionnels du tourisme du territoire (collège des professionnels). Après débat et échanges sur le programme annuel, en cohérence avec le cadre stratégique triennal, un budget est édifié et fait l'objet d'une demande de subvention auprès de la Communauté de Communes du Grand Pic Saint-Loup.

La convention triennale actuelle couvre les années 2022 à 2024

ORGANIGRAMME FONCTIONNEL



Recrutement :

Jason Echerei - saisonnier juillet et août 2022
 Nelly Lafaye - conseillère en séjour - Passage en CDI

Stagiaires :

Faustine Moreau : stage de 3ème du 12 au 16 décembre

LES DÉMARCHES QUALITÉ

La qualité, un engagement au quotidien

L'Office de Tourisme s'est engagé la démarche Qualité Tourisme, marque d'état attribuée pour la qualité de l'accueil et des prestations proposées par les professionnels du tourisme. La démarche visant à l'obtention de la marque étant assez longue (? à conserver ou pas !), le dossier sera présenté à l'horizon 2024. Sa durée de validité est de 5 ans. Le classement de l'Office de Tourisme est l'une des conditions sine qua none à l'obtention de la marque.

Au-delà d'un simple Label, il s'agit d'un véritable mode de fonctionnement. Nos équipes sont toutes mobilisées et concernées. Cet engagement s'est poursuivi tout au long de l'année : accompagnement de l'Office de Tourisme par le Relais Départemental 34 des Offices de Tourisme, suivi de formations/webinaire, visites surprises ou contrôles inopinés ...

Les principaux points marquants du référentiel associé concernent l'accueil (téléphonique, numérique et physique qualificatif et personnalisé, tout au long

du parcours clients – environnement agréable) / une connaissance de satisfaction de nos visiteurs et leurs attentes (mise en place d'indicateurs qualité : écoute client, traitement des réclamations, questionnaires de satisfaction, analyse de l'e réputation) / un accès aisé à l'information (site web, réseaux sociaux,...) / la proposition de services annexes (boutique, billetterie...) / un personnel formé en continu / un accès WIFI offert / l'obtention de la marque Tourisme et Handicap / une augmentation des impacts positifs de nos activités sur le plan environnemental / une stratégie de communication bien définie.

L'objectif de présenter un Office de Tourisme structuré et engagé dans une démarche de progrès est source de dynamique aussi bien en interne qu'en externe. La mise en œuvre d'une politique qualité vise l'ensemble des interlocuteurs de l'Office (visiteurs, partenaires sociaux pro, élus...) et favorise grandement le développement de la notoriété du territoire de compétence auquel l'Office de Tourisme est rattaché.

En 2023, poursuite des engagements qualités cités précédemment, renouvellement du classement de l'Office de Tourisme en catégorie II.





La démarche RSE (RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES)

Nos engagements à ce jour

Sur le plan social :

Les collaborateurs, qu'ils soient salariés, dirigeants, sont tous concernés par les préoccupations sociales à intégrer à la démarche RSE. Nos engagements se portent sur :

- la qualité de vie au travail,
- le suivi et l'écoute,
- le respect de notre convention collective,
- des plannings cohérents,
- les montées en compétence à travers un plan de formation défini, ...
- L'intégration du handicap à travers l'implication dans le label Tourisme et Handicap

Sur le plan environnemental :

Suite au diagnostic permettant de cibler l'ensemble des domaines à impact environnemental des actions de sensibilisation auprès de l'équipe ont programmés tout au long de l'année :

- Les éco gestes sur la consommation d'énergie
- Le tri des déchets
- La sobriété numérique

Suite au bilan carbone, et à l'impossibilité d'organiser du co-voiturage en interne :

- Achat de vélos électriques à disposition de l'équipe,
- Des plannings adaptés en fonction des lieux de résidence afin d'éviter les déplacements
- Mise en place d'une charte de télétravail adapté en fonction des missions de chacun.

Sur nos actions de promotion :

Nos animations : l'organisation de nos animations et visites de découverte du territoire du Grand Pic Saint-Loup prévoit en fil conducteur :

- L'accompagnement de spécialistes en bio diversité et de préservation des espaces naturels.
- Une sensibilisation à la sur-fréquentation de certains sites en incitant les visiteurs à se rendre sur des sites moins fréquentés et tout aussi intéressants et attractifs.
- Création d'un carnet de balade naturaliste : livret pédagogique et ludique familial conçu pour accompagner les visiteurs en toute autonomie sur les sentiers du Bois Saint Sauveur. Livret accès sur la découverte d'un éco système très particulier.

Nos éditions : toutes imprimées avec de l'encre végétale et sur du papier eco responsable. Un suivi constant de nos stocks permet un réajustement annuel du nombre de nos impressions.

Notre espace boutique : 90% des produits sont issus de circuits courts, locaux et éco-responsables. Une charte d'achat auprès des fournisseurs est en cours de rédaction.

Nos éducteurs : participation aux Universités du Tourisme Durable du 6 & 7 octobre 2022 sur le thème générique : « Affronter les paradoxes, transition ou rupture ? », le territoire du Grand Pic Saint-Loup a été un des cinq terrains d'actions choisis par les organisateurs, les Acteurs du tourisme durable (ATD) et le Comité régional de tourisme et des loisirs Occitanie (CRTLO), en partenariat avec Hérault Tourisme, pour faire émerger des solutions d'avenir en matière de développement durable dans le tourisme :



Accueil à la Chapelle de Montlobre pour la présentation des démarches qualifiantes du domaine de la Jasse.



Visite de l'Hortus et des vignes de l'AOP Pic Saint-Loup.

Pour nos visiteurs :

L'amélioration de nos services et plus particulièrement de notre mission d'accueil est au centre de notre démarche RSE. Cette mission d'accueil se trouve au plus près du public, qu'il soit touristes, locaux, ou socio professionnels.

Plusieurs procédures sont activées en 2022 :

- Étude et suivi de la satisfaction
- Avis et suggestions de nos visiteurs
- Prise en compte par les conseillères en séjour
- Veille constante pour une mise à jour des informations au quotidien (agenda des activités, actualisation des données partenaires etc...)

L'Office de Tourisme doit se montrer exemplaire en s'impliquant dans une stratégie de développement durable ; pour se faire, un travail conjoint avec des acteurs impliqués dans des valeurs éco responsables et durables est primordial.

Il s'agira en un 1er temps en 2023/2024 de qualifier une offre touristique éco responsable en sensibilisant les prestataires et/ou accompagnant les acteurs locaux sensibles à la démarche lors d'ateliers dédiés.



Tourisme & Handicap

Pour les Offices de Tourisme, la marque initiée par l'état, est attribuée aux structures qui proposent aux personnes en situation de handicap (tous types confondus) des informations fiables sur les lieux de loisirs, hébergements, restaurants... du territoire de compétence, susceptibles d'être accessibles ; et de ce fait permettre à toutes personnes concernées de choisir leur lieu de vacances et activités en toute autonomie et liberté.

La mise en conformité à la démarche, engagée par l'Office de Tourisme et ses services, s'est poursuivie cette année 2022. Faisant suite à la modification du cahier des charges, quelques démarches en ont suivi : formations en lien avec l'accessibilité (accueil, aménagement...), travail de traduction d'une brochure en FALC (Facile à Lire et à Écrire), recueil de l'ensemble des structures accessibles sur le territoire, RV conseil avec le service de l'ADT Hérault Tourisme en charge du label, aménagements incontournables structurels et numériques...

L'ensemble de ces éléments devraient être finalisés en 2023 pour une labellisation au cours de celle-ci. Une sensibilisation à l'accessibilité auprès de nos partenaires sera alors de mise : sous forme de réunions, sensibilisation et accompagnement personnalisé...



LA QUALIFICATION DU PERSONNEL

Une grande partie du plan de formation de l'équipe a été consacrée au numérique ; rédaction de contenu expérientiel, conception de vidéo via un portable pour un partage sur RS, conception de visuels pour les non-graphistes ...; conséquence du virage numérique pris et accentué au sortir d'une période de COVID prégnante, une nouvelle ligne éditoriale pour nos supports de communication etc... les missions de tous évoluent pour une meilleure adaptation aux nouvelles habitudes de consommation et de recherches/réception d'information.

La fréquentation étrangère proche de 0 ces 2 dernières années, la pratique de l'anglais s'est réduite à peau de chagrin. Le besoin d'une remise à niveau en anglais s'est avéré nécessaire également, aussi bien à l'oral qu'à l'écrit.

En matière de RH, il a été également primordial de suivre les évolutions permanentes de l'actualité juridique et sociale.

L'ensemble de l'année a été ponctuée par des webinaires, ateliers, réunions et formations dispensées par l'ADT Hérault Tourisme en matière de qualité, connaissance du territoire, RH et développement durable. Ensemble de thématiques indispensables à la professionnalisation de l'ensemble de l'équipe et des missions de l'Office de Tourisme.

En 2022, 274 h de formation ont été suivies par 5 de nos salariés (soit 36 jours).

JANVIER

11 Formation MAJ référentiel « chambres d'hôtes référence »

Organisée par ADN Tourisme.

20 Atelier « parlons RH » évolutions du DUERP

Organisé par ADT Hérault Tourisme.

24 Suivi démarche Qualité « management de la démarche et retour sur les audits mystères » - 1

Organisée par le relais des Offices de Tourisme de l'Hérault et le centre de formation Authentis.

FÉVRIER

4 Suivi démarche Qualité « management de la démarche et retour sur les audits mystères » - 2

Organisé par le Relais 34 des O.T. centre de formation Authentis.

22 Eductour Vins & Saveurs en Grand Pic Saint-Loup - Mieux connaître les Vins du Territoire - Histoire du Vin

Organisé par l'Office de Tourisme /le réseau Vignoble & Découverte Terres de Garigue du Pic Saint-Loup dans le cadre du FNE.

4 1/2 journées formation « se tenir à jour du droit social et gestion RH » à compter de février

Organisées par CRT Occitanie – Cabinet Yves Blohorn.

MARS**8, 9 Formation « concevoir des vidéos avec un portable pour communiquer sur les réseaux sociaux »**

Organisée par le CRT Occitanie – LOGITOURISME.

21, 22, 23 Formation obligatoire référent sécurité

Dispensée par CAPICONSULT.

Dans le cadre du FNE.

14, 17, 24 Formation rédactionnel web « rédaction du contenu expérientiel pour des offres »

Organisé par le CRT Occitanie – DVM Tourisme.

AVRIL**1 Atelier Tourisme Durable : politique d'achat et plan d'action RSE**

Organisé par Relais 34 des OT – Hérault Tourisme.

12 Eductour – Mieux connaître l'offre locale – prestataires V&D

Organisé par l'Office de Tourisme /le réseau Vignoble & Découverte Terres de Garigue du Pic Saint-Loup.

MAI**13 Mise en place du DUERP**

Organisé dans le cadre du FNE.

9, 13, 16, 20 Formation CANVA « conception de visuels pour les non-graphistes »

Organisée par le CRT Occitanie – LOGITOURISME.

JUIN**13 Formation 1ers secours – PSC1**

Organisé par la communauté de communes du GPSL.

SEPTEMBRE**29 Eductour Monts et Lacs**

Organisée par le relais des Offices de Tourisme de l'Hérault et l'Office de Tourisme des Monts et Lacs.

OCTOBRE**14 Journée des Conseillers en Séjour**

Organisée par le relais des Offices de Tourisme de l'Hérault.

NOVEMBRE**Eductour Vins & Saveurs en Grand Pic Saint-Loup – Mieux connaître l'offre locale à travers le prisme de la biodiversité**

Organisé par l'Office de Tourisme /le réseau Vignoble & Découverte Terres de Garigue du Pic Saint-Loup.

14 Formation « suivi qualité et animation »

Organisée par le relais des Offices de Tourisme de l'Hérault et le centre de formation Authentis.

21,22 Formation « développer et harmoniser le guide des offres accessibles »

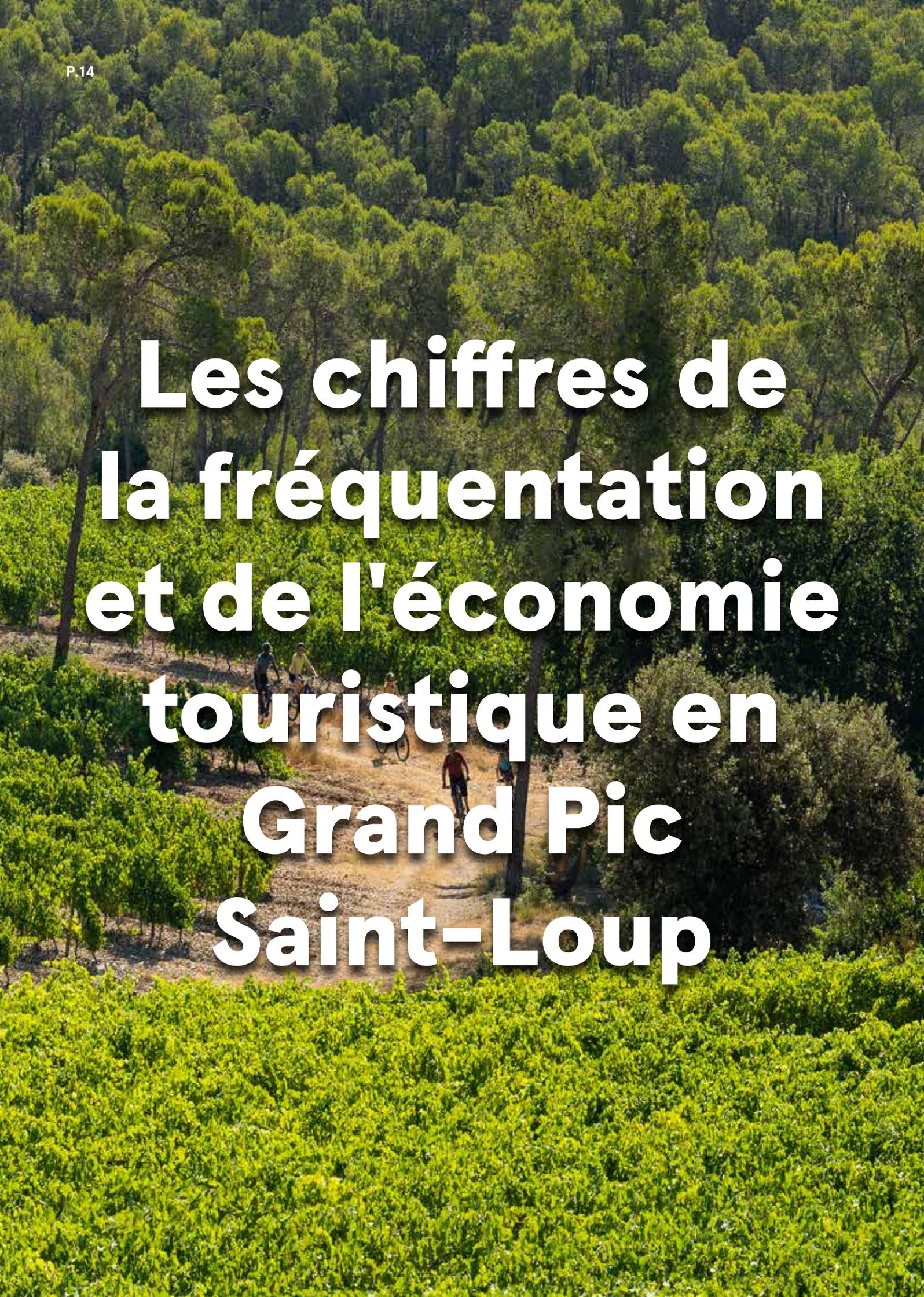
Organisée par CRT Occitanie – CLCPH.

DÉCEMBRE**9 Journée des Conseillers en Séjour -2 – La Domitienne**

Complément de la journée du 14 octobre – organisée par le relais des Offices de Tourisme de l'Hérault.

15 Eductour Vins & Saveurs en Grand Pic Saint-Loup – présentation de l'appellation Grés de Montpellier

Organisé par l'Office de Tourisme /le réseau Vignoble & Découverte Terres de Garigue du Pic Saint-Loup.

An aerial photograph of a dirt trail winding through a lush green forest. Several cyclists are riding along the path, kicking up a small amount of dust. The trees are dense and vibrant green, suggesting a healthy, natural environment. The overall scene is bright and sunny.

Les chiffres de la fréquentation et de l'économie touristique en Grand Pic Saint-Loup

DE NOUVEAUX OUTILS DE MESURE

Jusqu'à présent les statistiques de fréquentation du territoire du Grand Pic Saint-Loup étaient basées sur la fréquentation des grands sites naturels, des bureaux d'information touristique de l'Office de Tourisme et des extrapolations de la fréquentation des hébergements touristiques via la taxe de Séjour.

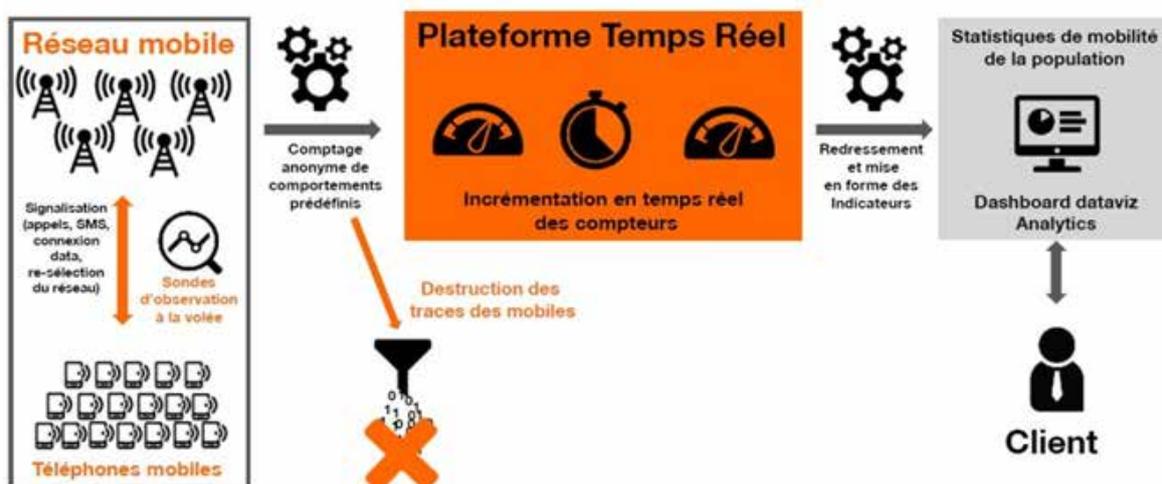
En 2022, de nouveaux procédés de comptage ont été mis en place en partenariat avec l'ADT 34 :



Le système Flux Vision-Visitdata basé sur le comptage des personnes se déplaçant dans une zone définie par rapport au bornage des téléphones portables. En fonction de la domiciliation du numéro de téléphone et de la durée du séjour, le statut de touriste (1 nuitée sur le territoire) ou d'excursionniste (1 journée) est défini. On mesure ainsi la fréquentation réelle du territoire en différenciant touristes et excursionnistes moyennant des incréments afin d'obtenir des statistiques de mobilité au plus proche de la réalité

Flux Vision : schéma de fonctionnement

Flux de données



AIRDNA : C'est un outil numérique d'analyse des données concernant les hébergements inscrits sur la plateforme de location saisonnière de meublés AirBnB. AIRDNA permet aux investisseurs en matière de location saisonnière d'investir sur divers marchés au travers d'étude de marché et d'analyse comparative des performances. Pour les Offices de Tourisme, il permet à partir d'un zonage défini, le territoire du Grand Pic Saint-Loup, de mesurer les flux financiers correspondant aux locations saisonnières directement inscrits sur la plateforme numérique. On peut ainsi avoir un retour sur le chiffre d'affaires généré sur le Grand Pic Saint-Loup par les locations AirBnB et VRBO (Homeway et Aritel).

13 200 lits touristiques en Grand Pic Saint-Loup pour 2 millions de nuitées

L'OFFRE EN HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES

2 200 lits marchands en 2022



• 3 hôtels, soit **160** lits

• 255 meublés, soit **1 420** lits



• 104 chambres d'hôtes, soit **500** lits

• 6 gites de groupe, soit **123** lits

6 000 lits en résidences secondaires



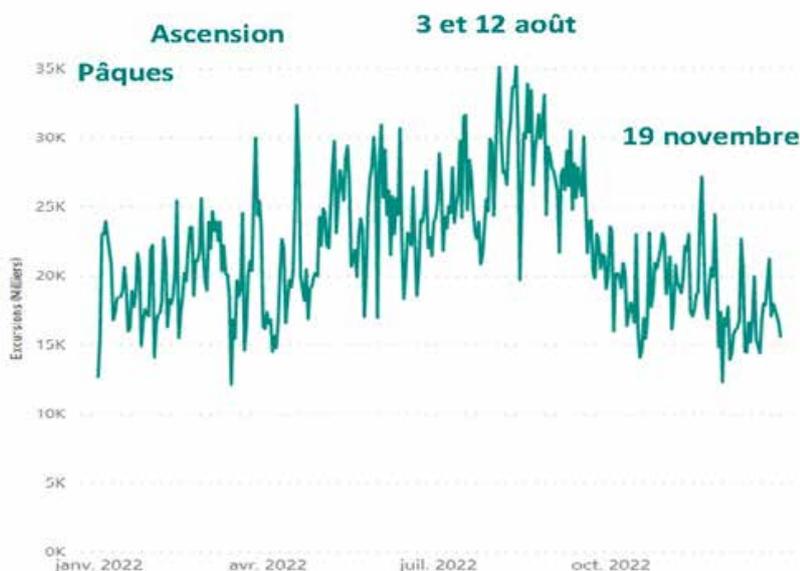
850 logements proposés à la location sur les plateformes en ligne, soit 5 000 lits



Source : Hérault Tourisme / Airdna 2022

Les excursionnistes en Grand Pic Saint-Loup

8 millions en 2022

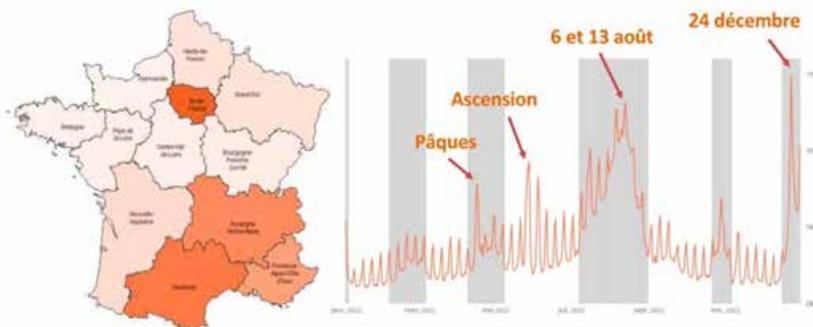


Source : Hérault Tourisme / Flux Vision 2022

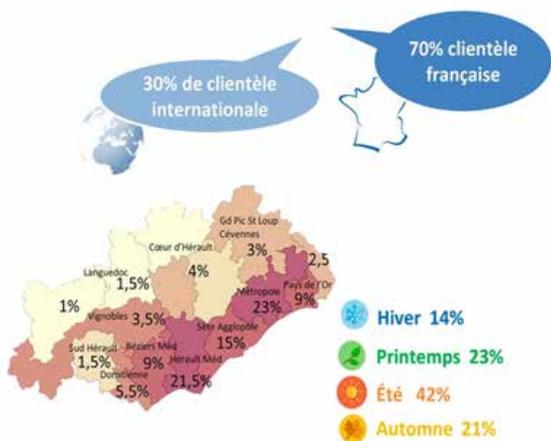
Une clientèle française majoritaire et une saison touristique qui s'étale

SAISONNALITÉ ET ORIGINE DES CLIENTÈLES FRANÇAISES

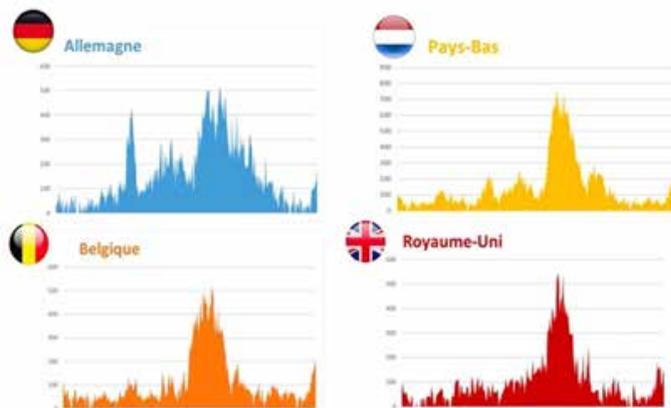
1,4 million de nuitées françaises en 2022



Source : Hérault Tourisme / Flux Vision 2022



Source : Hérault Tourisme / Flux Vision 2022



Source : Hérault Tourisme / Flux Vision 2022

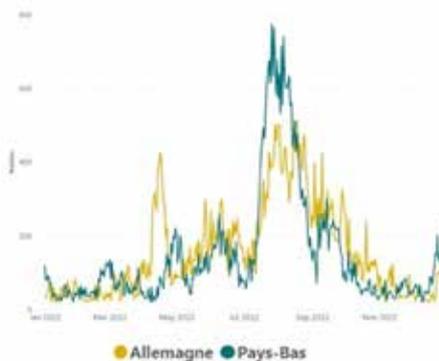
ORIGINE ET SAISONNALITÉ DES CLIENTÈLES INTERNATIONALES

600 000 nuitées étrangères

Origine des clientèles internationales de proximité



Comparaison de la saisonnalité de marchés internationaux



Source : Hérault Tourisme / Flux Vision 2022

Les plateformes numériques : une offre et des retombées économiques importantes

L'OFFRE LOCATIVE

850 offres, soit 5 000 lits

Prix moyen :

- Logements entiers 223 € (108€ prix moyen en Hérault)
- Chambres 62€ (58€ prix moyen en Hérault)

Taux d'occupation moyen de 52% (52% en Hérault)

Note 4,2 ★★★★★☆



11 500 avis



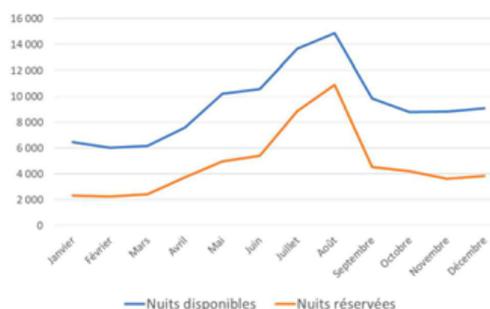
17 300 photos



Source : Hérault Tourisme / Airdna 2022

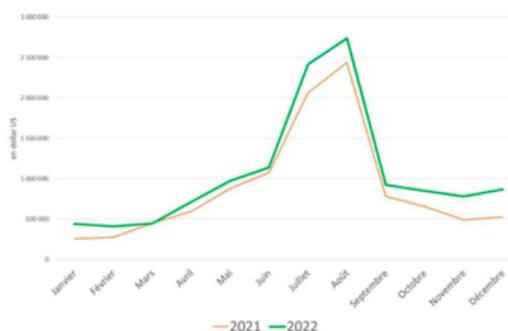
L'APPORT ÉCONOMIQUE

Taux d'occupation



56 000 nuits réservées sur 112 000 nuits disponibles

Revenu



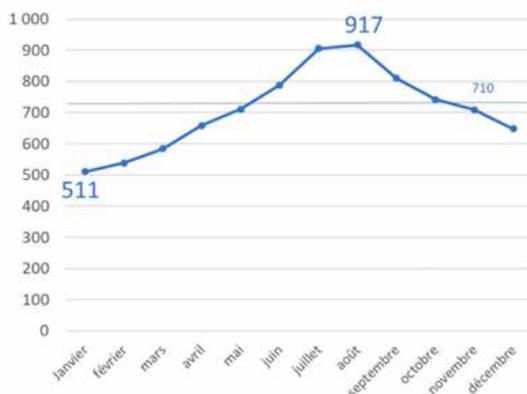
Revenu mensuel généré en 2022 **11,3 millions d'euros**

Source : Hérault Tourisme / Airdna 2022

LES EMPLOIS TOURISTIQUES EN GRAND PIC SAINT-LOUP

710 emplois touristiques en moyenne annuelle

- 598 emplois salariés, soit 12 % de l'emploi marchand
- 112 emplois non salariés (3%)



Source : Hérault Tourisme / INSEE DSN 2019

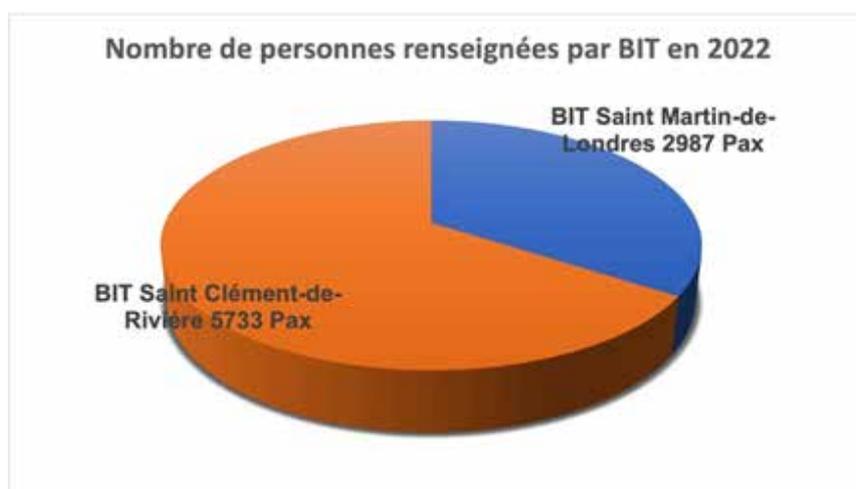


L'OFFICE DE TOURISME DU GRAND PIC SAINT-LOUP

Les bureaux d'information touristique

Comme chaque année, les conseillères en séjour comptabilisent le nombre de personnes ayant effectué une demande de renseignements dans les Bureaux d'Information Touristique et non pas l'ensemble des personnes fréquentant nos établissements.

La fréquentation **8 720 PAX en 2022**



Malgré une reprise évidente de la fréquentation touristique sur une période post-crise sanitaire on note une baisse de la présence des visiteurs dans les bureaux d'information touristique de l'office de tourisme du Grand Pic Saint-Loup, notamment sur la période estivale fortement impactée par un contexte climatique hors norme.

De fait, notre offre touristique qui fait la part belle à la pleine nature n'était pas adaptée aux fortes chaleurs qui limitent les déplacements sur une grande partie de la journée.

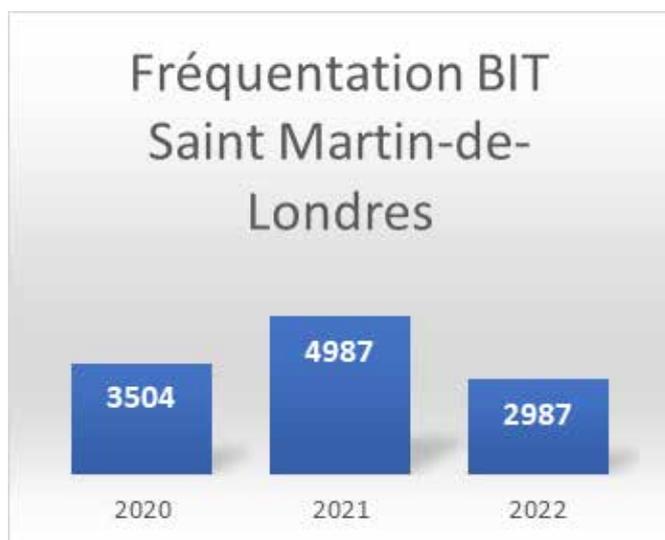
On note également que les pratiquants de l'information traditionnelle aux comptoirs de nos bureaux d'information touristique passent plus de temps avec nos conseillères en séjour avec une moyenne de 12 minutes par personnes renseignées.

Les clientèles

Elles ont peu évolué dans leurs compositions par rapport à 2021. On reste sur :

- Une clientèle prioritairement française
- Une part importante de clientèle de proximité (Occitanie)
- Une clientèle étrangère en augmentation (+ 4%) bien qu'encore peu présente dans les Bureaux d'Information Touristique
- Une clientèle famille toujours présente sur le territoire notamment en période estivale

Le bureau d'information touristique de Saint-Martin-de-Londres



ORIGINE DE LA CLIENTÈLE :

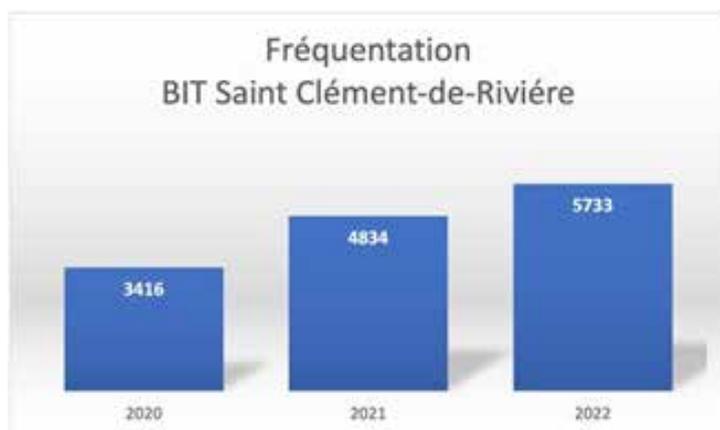
90% FRANCE

1. Occitanie : 51%
2. Ile-de-France : 23%
3. Auvergne-Rhône-Alpes : 8%

51% OCCITANIE

1. Hérault : 61%
2. Gard : 14%
3. Toulouse : 9%

Le bureau d'information touristique de Saint-Clément-de-Rivière



ORIGINE DE LA CLIENTÈLE :

94% FRANCE

1. Occitanie : 57%
2. Ile-de-France : 19%
3. Auvergne-Rhône-Alpes : 17%
4. Provence-Alpes-Côte d'Azur : 7%

57% OCCITANIE

1. Hérault : 68%
2. Gard : 19%
3. Toulouse : 17%



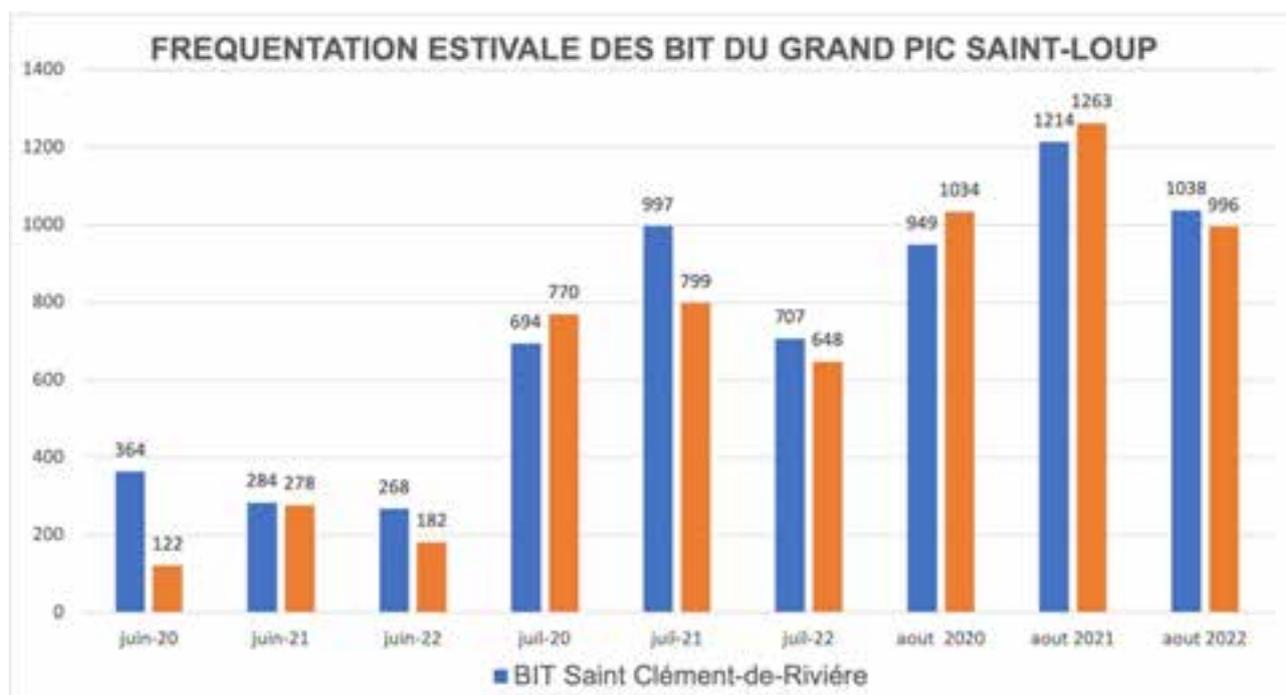
Zoom sur la période estivale

La période estivale reste encore marquée en Grand Pic Saint-Loup bien que les ailes de saison printemps – automne s’affirment de plus en plus comme des périodes où la fréquentation ne cesse de croître.

Dans une conjoncture générale post COVID d’augmentation générale de la fréquentation, les fortes températures ont largement perturbé l’activité touristique des destinations hors littoral. L’activité de pleine nature fortement sollicitée sur notre territoire a été impactée réduisant notre offre touristique dans un contexte hors norme.

L’été 2022 confirme la tendance de l’année avec une baisse certaine sur juillet et août qui met fin à une augmentation régulière depuis 2019.

Évolution également sur le temps moyen passé par client durant cette période estivale estimé à 13 minutes soit plus de 35% d’augmentation par rapport à 2021.



TOP 3 DES DEMANDES D'INFORMATIONS

1 : Randonnées et balades

2 : Patrimoine et Artisanat d'Art

3 : Activités pour les enfants

Comme en 2021 la pleine nature reste en tête des demandes d'information en comptoir, suite logique à un contexte de sortie de crise sanitaire. La clientèle française très présente sur notre territoire reste également friande de propositions de découverte du patrimoine et de l'artisanat d'art Saintlouvien. Les activités en famille et les produits pour les enfants se placent en troisième position marquant ainsi la vocation du territoire dans l'accueil de ce type de profil. **Mention spéciale pour nos boutiques qui apparaissent en quatrième position dans les préférences de nos visiteurs.**

LES DEMANDES D'INFORMATIONS HORS COMPTOIR



LA FRÉQUENTATION DES SITES NATURELS EN GRAND PIC SAINT-LOUP

RAVIN DES ARCS



+43%

39 300 VISITEURS

PIC SAINT-LOUP



-10%

83 000 VISITEURS

CHÂTEAU
DE MONTFERRAND



-3%

21 600 VISITEURS

LA TAXE DE SÉJOUR

Pour rappel, la taxe de séjour est une contribution dont s'acquittent les touristes lorsqu'ils séjournent dans un hébergement marchand, sur un territoire qui en a institué la mise en place.

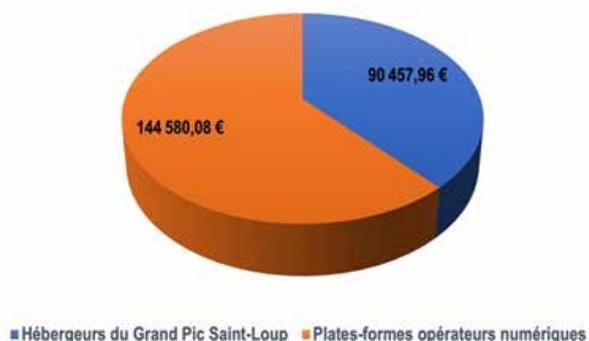
C'est le cas en Grand Pic Saint-Loup depuis 2018. Les hébergeurs, ou opérateurs numériques qui la collectent, la reversent à la Communauté de Communes du Grand Pic Saint-Loup. Le statut public de l'Office de Tourisme lui permet de récupérer cette taxe de séjour, moins 10% reversé au Conseil Départemental de l'Hérault. L'intégralité de la taxe de séjour est dédiée à la promotion touristique du territoire : communication, site web, réseaux sociaux, presse, ...

Cette part collectée puis reversée fait de nos hébergeurs et de leurs clients, de véritables ambassadeurs de nos destinations.

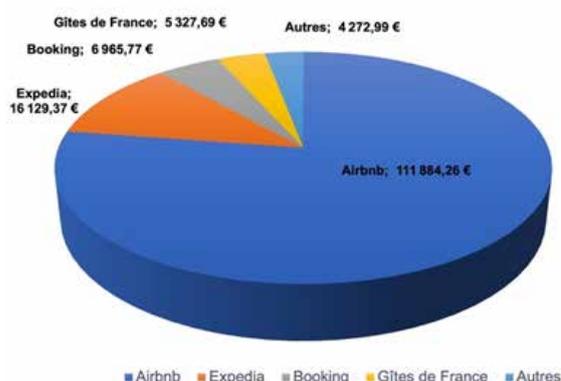
En 2022, la sortie de la crise sanitaire et le besoin de revenir à une vie normale ont fortement marqué la fréquentation des hébergements du Grand Pic Saint-Loup.

La part des opérateurs (plateformes numériques) reste très importante puisqu'elle représente 61,50%, soit 144 580 € du montant total de la taxe de séjour reversée.

CANAL DE REVERSEMENT DE LA TAXE DE SEJOUR 2022



MONTANTS REVERSES PAR LES OPERATEURS NUMERIQUES



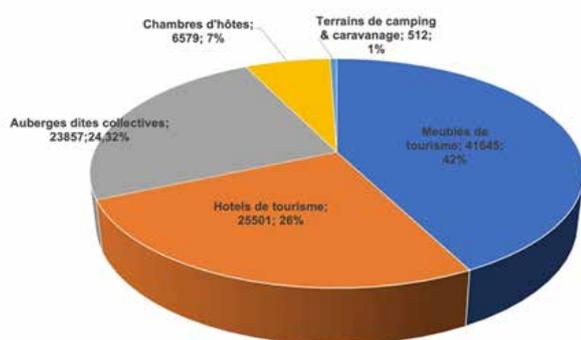
LA TAXE DE SÉJOUR 2022

235 038€ **+46,8%**

La part des hébergeurs la déclarant en direct, représente 38,5% du montant total, soit 90 458€.

Sur la partie déclarée en ligne par les hébergeurs, 298 hébergements (tous types confondus) représentant 2195 lits marchands) ont versé 90458 € pour 98094 nuitées.

NUITEES DECLAREES PAR TYPE D'HEBERGEMENT
Total de nuitées en 2022: 98 094 nuitées



Opérateurs numériques	Montants reversés	En proportion des montants reversés (%)
Airbnb	111 884,26€	7739%
Expedia	16 129,37€	1116%
Booking	6 965,77€	482%
Gîtes de France	5 327,69€	368%
RELI	1 185,45€	82%
Novasol	1 128,59€	78%
Adevinta/Leboncoin	605,39€	42%
HHD	557,86€	39%
Autres	278,36€	19%
Bellevilla	247,77€	17%
Locasun	206,22€	14%
Mister B&B	31,35€	2%
Green Go	32,00€	2%
TOTAL	144 580,08€	

L'accueil



LES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

Saint-Martin-de-Londres

TOTAL DES JOURS D'OUVERTURE EN 2022 : 210 JOURS
OUVERTURE AU PUBLIC :

DE JANVIER À MI-MAI :

Lundi, mardi, vendredi + jours
fériés et week-end en fonction
de l'agenda des manifestations

DE MI-MAI AU 30 JUIN :

Du lundi au vendredi + jours
fériés et week-end en fonction
de l'agenda des manifestations

EN JUILLET ET EN AOÛT :

Ouverture
7j/7j

EN SEPTEMBRE :

Du lundi au vendredi

D'OCTOBRE À DÉCEMBRE :

Lundi, mardi et vendredi

Saint-Clément-de-Rivière

TOTAL DES JOURS D'OUVERTURE EN 2022 : 275 JOURS
OUVERTURE AU PUBLIC :

DE JANVIER À JUIN :

Du lundi au vendredi + jours
fériés et week-end en fonction
de l'agenda des manifestations

EN JUILLET ET EN AOÛT :

Ouverture
7j/7j

DE SEPTEMBRE À DÉCEMBRE :

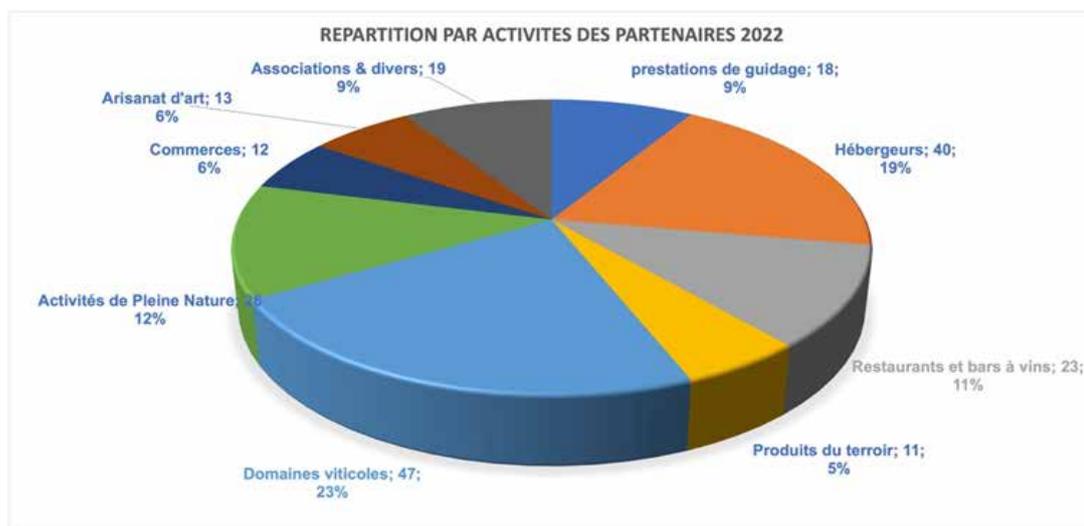
Du lundi au vendredi
et week-end en fonction de
l'agenda des manifestations

A group of hikers is seen from behind, walking along a dirt trail that winds through a lush, green landscape. The hikers are wearing backpacks and casual hiking attire. The terrain is hilly and covered with dense vegetation, including various shrubs and trees. In the background, a prominent, rocky mountain peak rises against a bright blue sky filled with scattered white clouds. The overall scene conveys a sense of outdoor recreation and nature exploration.

Les professionnels du tourisme & les structures partenaires

LE RÉSEAU DES PARTENAIRES

209 partenaires en 2022

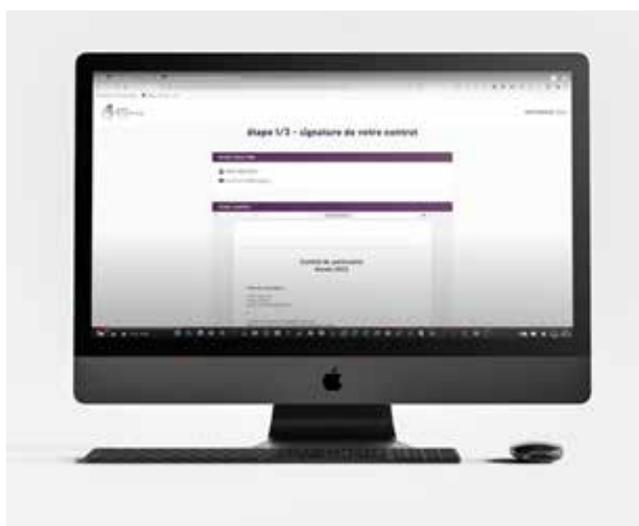


LES RELATIONS PARTENAIRES ET L'ANIMATION

Un nouveau partenariat, 100% digitalisé :

- renouvellement en quelques clics
- mise à jour immédiate des infos partenaires
- syndication des infos partenaires (print et digital)
- paiement en ligne du pack partenaire (60€ en 2022)
- intégration dans la base centralisée

Une nouvelle newsletter partenaire en pleine cohérence avec les éléments de communication 2022.



LE CONSEIL ET L'ACCOMPAGNEMENT

En 2022, l'Office de Tourisme a poursuivi ses actions d'accompagnement, en faveur de ses partenaires actuels et à venir.

Plusieurs axes d'accompagnement :

L'accompagnement des hébergeurs

L'Office de Tourisme est régulièrement sollicité par les hébergeurs, de toute nature et pour type de raisons : conseil en matière d'ouverture d'un hébergement (démarches à suivre, déclaration en mairie, à l'INPI, conseils en matière de tarifs, prestations, conseils juridiques...), accompagnement, classement ou labellisation, signalisation, partenariat, mise à jour des fiches Tourinsoft (base de données partagée qui alimente en partie notre site internet), information, accompagnement et création d'espace sur la plateforme de la taxe de séjour...

En 2022 :

- plus de 30 hébergements ont été suivis – certains à distance mais pour la grande majorité en RV in situ
- 15 hébergements ont été classés
- 30 suivis et assistés en matière de taxe de séjour

Les ateliers numériques

Sous l'animation de notre webmaster plusieurs sessions en 2022 qui ont toutes rencontré un grand succès. Au programme : tous les aspects du numérique, du référencement aux intégrations de photos en passant par la saisie sur la base de données tourinsoft.

L'accompagnement de porteurs de projets

Jusqu'à présent les porteurs de projet touristique étaient orientés vers le service du développement économique de la Communauté de Communes du Grand Pic Saint-Loup. La spécificité des projets touristiques a motivé le démarrage d'un accompagnement en collaboration avec tous les intervenants du monde économique.





Communication & promotion

UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION 2021-2023

RAPPEL DES OBJECTIFS

- Construire sur la durée une communication structurée qui capitalise d'année en année
- Monter en gamme sur des clientèles choisies et créatrices de valeur
- Orienter le trafic vers les professionnels
- Favoriser une synergie entre stratégie touristique, professionnels et habitants
- Éviter la tentation du tourisme de masse pour préserver un environnement et un art de vivre
- Favoriser une circulation touristique plus homogène sur le territoire et en connexion avec les territoires voisins
- Encourager un tourisme mieux réparti sur l'année
- Insertion dans un tourisme et un flux touristique régional
- Construire une marque territoriale touristique
- Favoriser la proposition touristique

RAPPEL DES AXES STRATÉGIQUES

- Elargir sa clientèle
- Développer des contenus qualitatifs & pertinents
- Un déploiement digital structuré porteur de valeur et de sens
- Refondre les éditions
- Planifier un plan média, presse, affichage, digital
- Enclencher une dynamique progressive de relation presse

Pour 2022

Un premier déploiement des actions de communication

Développement du site web et de son environnement numérique

Une refonte des éditions papier

Lancement du web marketing

Développement de nouveaux contenus

Un premier déploiement des actions de communication

Le plan média 2022

2 temps forts : « Printemps et automne en Grand Pic Saint-Loup ».

LA CAMPAGNE DE PRINTEMPS

Pour :

- développer nos valeurs,
- acter notre positionnement,
- monter en gamme,
- développer les thématiques agricoles, environnementales, patrimoniale, culturelles, événementielles, viticoles, humanistes ...
- référencer l'ensemble des partenaires de l'office de tourisme

- Diffusion du Magazine itinérance N°1 en asilage diffusé avec la Gazette en 15000 exemplaires en kiosque et pour les abonnés



- Annonce presse dans le magazine « Echappées belles en Occitanie », paru le 23 juin et diffusé en kiosque en 15 000



- Communication relayée sur le Site Web et les réseaux sociaux avec de nouveaux contenus dédiés sur les balades de printemps



- News-Letter ADT / 5 Juillet
25 000 envois / 22 650 ouvertures / 3 250 clics



- 6 Campagnes Facebook & Instagram thématiques en juillet, portée 296 000 / 7 245 clics



LA CAMPAGNE D'AUTOMNE

Pour :

- Adapter l'offre au contexte automnale (vins nouveaux, paysages de l'automne, ..)
- Continuer le ciblage de clientèle

· News-Letter ADT / 4 octobre

24 000 envois / 18 600 ouvertures / 2 035 clics



· 10 Campagnes FB & Insta thématiques en Septembre / Octobre, portée 426 000 / 12 535 clics



· Mise à jour des contenus correspondant sur le site internet



· Publi-rédactionnels dans La Gazette, 14 400 exemplaires diffusés sur Montpellier, Sète, Nîmes et Béziers



LA CAMPAGNE CIBLE TOURISME D'AFFAIRES

Ce type de tourisme présente un potentiel réel et en phase avec les préoccupations du territoire sur un marché captif : Montpellier Métropole.

Les objectifs de lancement pour cette année 2022 ont été de :

- Construire une offre ciblée utilisant le réseau Vignoble & Découverte
- Campagne dédiée sur les réseaux sociaux
- Valorisation des prestataires se positionnant sur une offre sur la thématique



Une refonte des éditions papier en cohérence avec le site Internet, la promotion et la commercialisation

Les objectifs :

- Passer d'une gamme d'édition de type inventaire à une gamme, valorisant les expériences et les offres, afin d'affirmer le nouveau positionnement
- Monter en gamme sur le contenu et sur la forme avec l'application de la nouvelle charte graphique.
- Refonte du magazine en s'appuyant sur une nouvelle formule axée sur de l'éditorial, de l'expérience en logique avec une « autre idée du voyage »
- Redistribution du reste de la gamme en guide d'information pratique thématique (famille, vins & saveurs)
- Conservation de la carte en tant que document d'appel
- Passage du catalogue V&D en support numérique ciblé
- Prise en compte de la démarche RSE dans le choix des papiers (Imprim'vert / PEFC / recyclé), mais aussi dans leur usage : plus de distributeur, meilleure articulation avec les e-brochures, privilégier les usages multiples aux usages uniques, cibler la distribution
- Capitalisation du contenu et du rédactionnel des éditions sur Internet et les réseaux sociaux. Ces contenus vont permettre d'orienter le positionnement et d'enrichir la valeur de l'offre du Grand Pic Saint-Loup.

· **Le Magazine itinérance** - 68 pages dos carré collé
22 000 exemplaires dont 8 000 pour la diffusion (partenaires – autres OT – institutionnels – visiteurs etc ...) + 16 000 exemplaires pour asilage magazine La Gazette : un nouveau contenu intégrant des témoignages, des expériences, dans l'esprit d'une « autre idée du voyage ».



· **La Carte Touristique** - 10 x 21 fermé 12 faces
10 000 exemplaires en français et 1000 exemplaires en anglais. Le document le plus demandé qui regroupe l'ensemble des principaux points d'intérêts du territoire ainsi que le tracé du GRP et toutes les randonnées balisées du territoire.

· **Guide Entre amis – en famille** - 68 pages brochées - format 15X20

Tirage 5000 exemplaires présentant l'ensemble des activités à faire en famille ou entre amis sur le territoire, allant de la randonnée en autonomie à l'activité de pleine nature accompagnée, en passant par la visite d'une grotte...

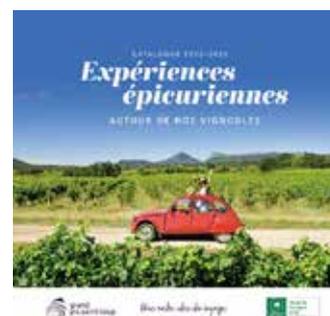


· **Guide Vins & Saveurs** - 68 pages brochées - format 18X24

Tirage 5000 exemplaires présentant l'ensemble des domaines viticoles, les restaurants, les producteurs du terroir, tous partenaires de l'Office de Tourisme.



· **Le guide des offres touristiques et le magazine Itinérances en anglais** - en format numérique uniquement



Développement du site web et de son environnement numérique

Le Site Internet s'intègre pleinement dans le lancement de la phase 2 de notre stratégie de communication. Il entame une mise à jour globale qui débouchera sur une refonte en profondeur programmée pour 2024.

Changement du nom de domaine en cohérence avec la nouvelle marque

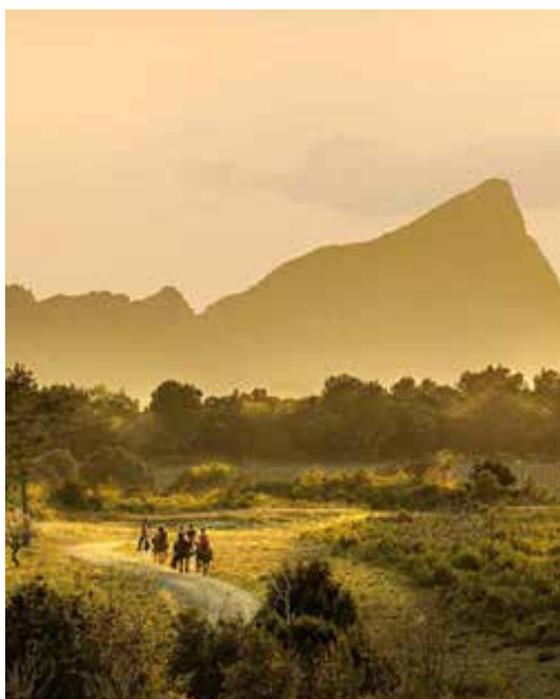


Renforcement du SEO (référencement et positionnement dans les moteurs de recherche) et SEA (publicité sur les moteurs de recherche) engagé en 2021.

L'acquisition SEO optimisation pour les moteurs de recherche est à terme le levier le plus efficace pour créer du trafic vers les professionnels au travers du site internet. C'est une action constante, tout au long de l'année qui progresse d'année en année.

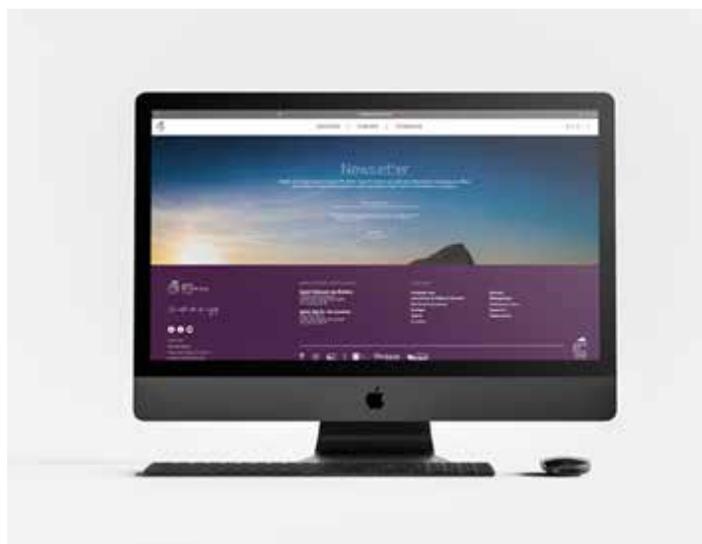
Mise en place des modules complémentaires - Début de migration vers le nouveau site Internet 2024

- Nouvelles campagnes photos avec plus de 15 reportages, des achats d'art et la réalisation d'une vidéo sur les balades vigneronnes



Développement de la relation client & de la fidélisation

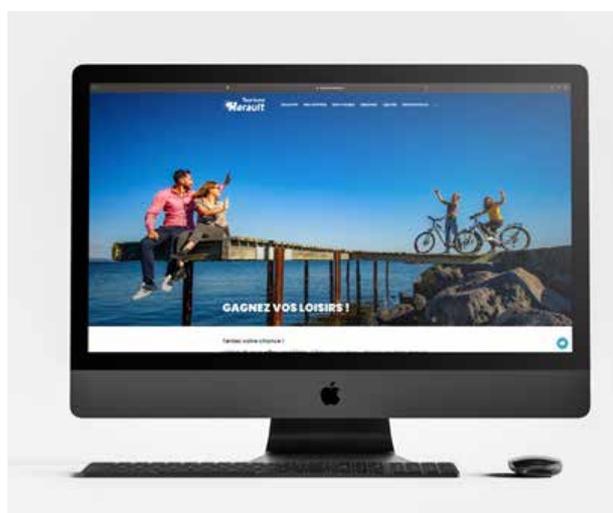
- Mise en œuvre d'un module contact pour la gestion d'une base de données par typologie de cibles (Partenaires, Grand Public, Institutions, ...)
- Mise à jour de la base de données contacts avec 3000 prospects pour la Newsletter Grand public 2022



Lancement du web marketing

En collaboration avec l'ADT 34, un programme d'action marketing a été mis en œuvre :

- Une campagne vin avec 8 pages encartées dans le magazine Terres & Vins,
- Une campagne de publicité ciblé ADS Google (portée 102 691 / 1171 clics vers plateforme ADT),
- Des jeux-concours,
- Réalisation de nouveaux supports vidéo en adéquation avec les campagnes de saison



- Campagne FB Ads associée : Liens sponsorisés Google Ads (cf tableau KPI)
- SEO (référencement naturel) : Audit + Optimisation technique du site web

L'animation des réseaux sociaux

2022 est une année de transition pour le développement des réseaux sociaux en attendant la campagne de communication « Printemps Automne en Grand Pic Saint-Loup ».



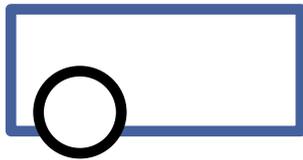
131 PARUTIONS

+23% D'AUGMENTATION

facebook



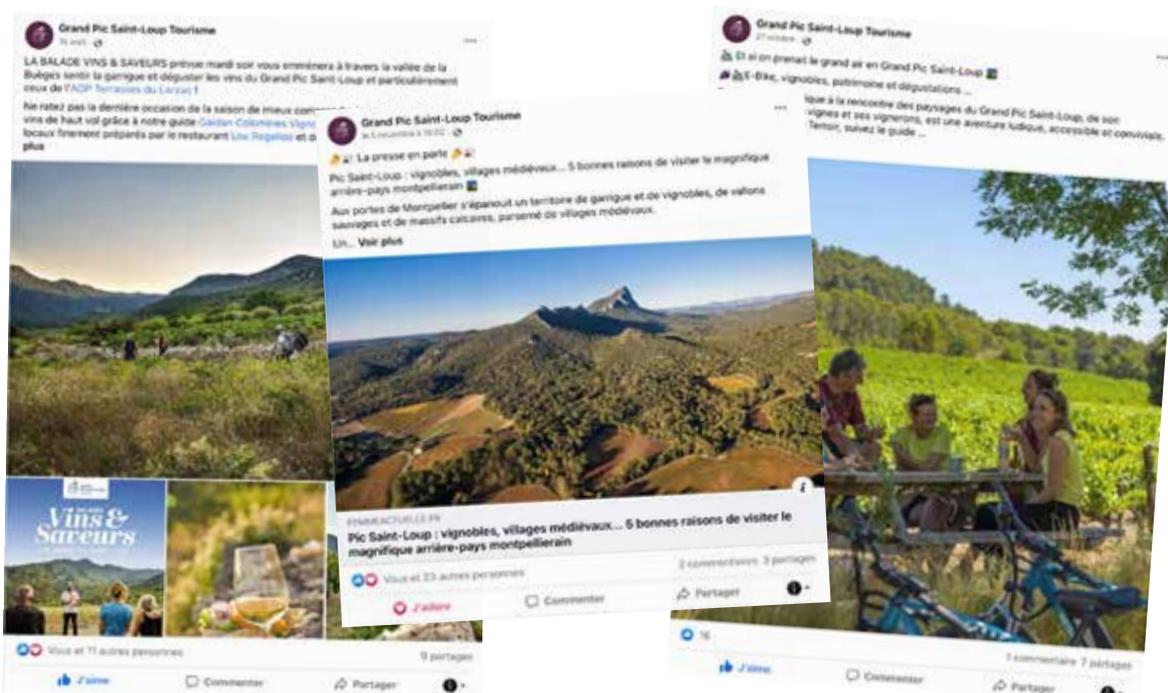
4 200 ABONNÉS

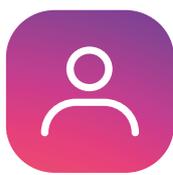


453 200 COUVERTURES



8 119 VISITES SUR LA PAGE





2 315

FOLLOWERS

+30% D'AUGMENTATION

Instagram

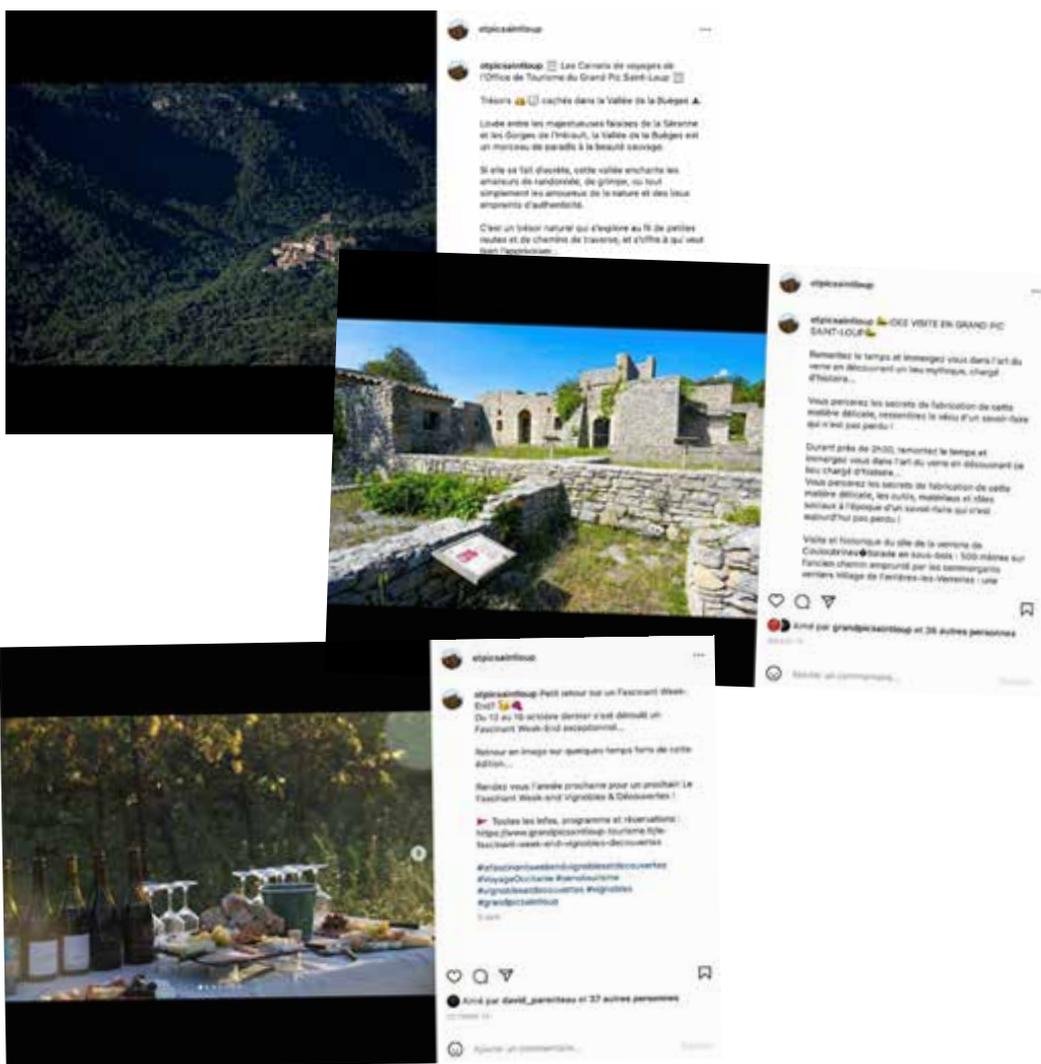


43 PARUTIONS



1 180 VISITES
SUR LE PROFIL

19 300 COUVERTURES



Le site internet www.grandpicsaintloup-tourisme.fr

2022 - Une forte évolution de la fréquentation - des statistiques de plus en plus précises - les premiers résultats des opérations de référencement



VISITEURS :
93 472

**+40% DE
FRÉQUENTATION**



PAGES VUES :
243 091



UTILISATEURS DIFFÉRENTS :
69 768

CRÉATION D'UNE ANNÉE DE RÉFÉRENCE, BASÉE SUR DES OBJECTIFS IDENTIFIÉS :

8 770 OBJECTIFS ATTEINTS

65% (5658)

LIENS SORTANTS VERS LE SITE
D'UN PROFESSIONNEL

20% (1833)

TÉLÉCHARGEMENT
D'UN PDF

6% (560)

DEMANDE DE RÉSERVATION

4% (309)

APPEL
(CLIC SUR N° DE TÉL.)

5% (410)

E-MAIL

Top 10 des pages vues :

Balades et randonnées

Pic Saint-Loup

Restauration **Agenda**

En bus **Hébergements**

Les villages

Autour de la vigne

Carnets de voyages

Gorges de l'Hérault

Top 6 des requêtes :

PIC SAINT-LOUP / RESTAURANTS

GORGES DE L'HÉRAULT

SAINT-MARTIN-DE-LONDRES

RANDONNÉES / VIN PIC SAINT-LOUP

Top 6 des sites référents :

montpellier-tourisme.fr

herault-tourisme.com

tourisme-occitanie.com

valflaunes.fr

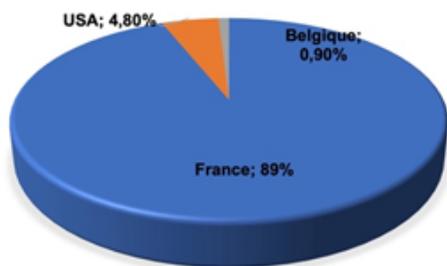
search.lilo.org (moteur de recherche solidaire)

saint-martin-de-londres.fr

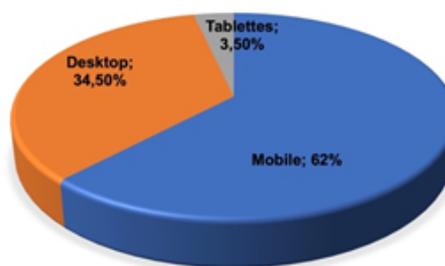
P.40 | COMMUNICATION & PROMOTION

Canal d'acquisition	NB de sessions	NB de conversions	Taux de transfo	% des visites	% des conversions
SEO (référencement naturel)	32 117	4 197	13,03	34%	48%
Trafic Direct	15 733	1 464	9,31	17%	17%
Sites référents	10 529	963	9,15	11%	11%
Liens Sponsorisés	13 273	855	6,44	14%	10%
Facebook Ads	16 823	848	5,04	18%	10%
Newsletter ADT	2 413	244	10,11	3%	3%
Réseaux sociaux	2 446	195	7,97	3%	2%
Emails	38	4	10,53	0%	0%
TOTAL	93 472	8 770	9,38		

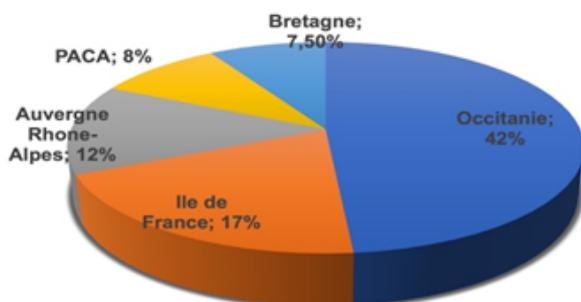
CONNEXIONS WEB TOP 3 DES PAYS



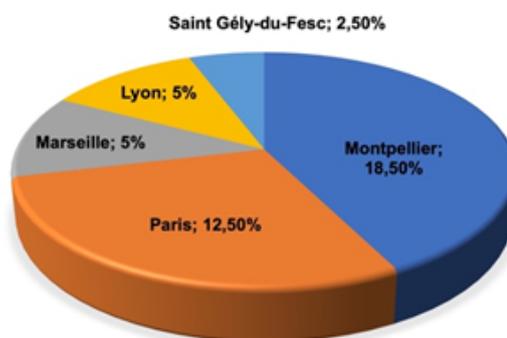
SOURCES DE CONNEXION WEB



CONNEXIONS WEB TOP 5 DES REGIONS



CONNEXIONS WEB TOP 5 DES VILLES



L'ŒNOTOURISME EN GRAND PIC SAINT-LOUP

L'œnotourisme a une place privilégiée en Grand Pic Saint-Loup, terre de vins dont la notoriété n'est plus à faire.

Le territoire du grand Pic Saint-Loup avait engagé en 2019 une démarche qualifiante par le label Vignobles & Découvertes obtenu sous la dénomination « Terres de Garrigue et du Pic Saint-Loup ». Label renouvelé en mai 2022.

Le personnel en charge de cette thématique a rejoint l'équipe de l'OTGPSL afin donner à ce nouveau réseau d'animation une place importante dans la stratégie de développement et de communication touristique du territoire saint-louvien.



LE RÉSEAU VIGNOBLES & DÉCOUVERTES « TERRES DE GARRIGUE ET DU PIC SAINT-LOUP : UN RÉSEAU QUI ÉVOLUE BIEN

	Déc 18	Mai 19	Févr 20	Févr 21	Mai 21	Févr 22	Avr 22	Janv 23
Hébergements	12	13	19	23	22	23	21	20
NB lits	175	195	250	303	263	285	256	220
Restaurants	9	10	11	11	11	13	13	13
Domaines viticoles	21	22	23	25	26	26	21	23
Loisirs	11	11	12	13	13	15	15	14
Réceptif	1	2	2	2	2	2	2	3
Sites	4	5	5	5	5	5	4	3
O.T	1	1	1	1	1	1	1	1
Événements	7	7	8	8	8	9	8	10
TOTAL	66	71	81	88	88	94	85	87

L'œnotourisme constitue un axe privilégié de notre nouvelle stratégie de communication

Sur les réseaux sociaux

- 4200 abonnés (3900 en 2021)
- 36 Publication oeno - 43 9040 couvertures et 554 réactions
- Facebook Ads V&S juillet - couverture 53279 - clic 967
- Facebook Ads oeno sept - couverture 56432 - clics 1382
- Facebook Ads rencontres vigneronnes sept - couverture 48959 - clics 1380

Contenu photo et vidéo

1 vidéo œnotourisme sur les balades Vins et Saveurs

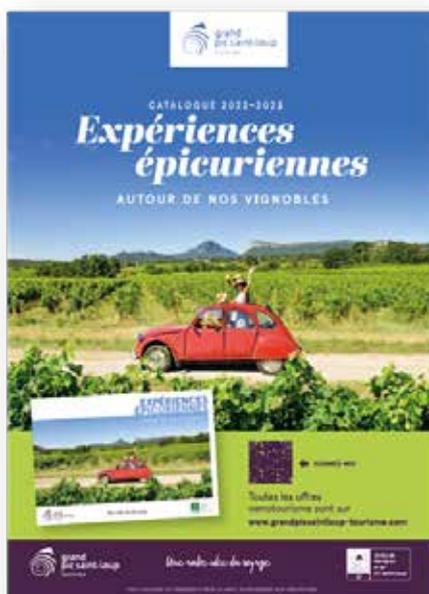
Finalisation de la campagne photo portant sur la valorisation des appellations

1 shooting nature + 1 shooting studio + 1 shooting soirée Guinguette Haut-Lirou



Structuration de l'offre vignobles & découvertes : Catalogue œnotouristique 2022/2023

- Développement et mise en ligne du nouveau catalogue 2022/2023 « Expériences épicuriennes autour de nos vignobles » généré à partir du site internet. (Optimisation des bases de données)
- 563 téléchargements (292 sur la page du catalogue + 51 sur la page brochure + 220 sur la page expérience/offre)
- Création d'une affiche en version numérique



Animations et accompagnement des professionnels du réseau

Les Balades Vins & Saveurs

En place depuis 2 ans la programmation des balades Vins & Saveurs en Grand Pic Saint-Loup a proposé 11 balades (9 à pied et 2 dans le cadre des expositions « Au Bord des Paysages »)

- 19 vigneron concernés
- 50 participants (67 en 2021)

Une communication intégrée à la nouvelle stratégie de communication

- 1 communiqué de presse
- 1 affiche distribuée chez tous les membres du réseau (100) + 1000 flyers
- En « Home » du site web pendant la période estivale : 2427 vues - 2051 vues uniques
- 2'22 min temps moyen sur la page.
- 10 publications - 2050 personnes touchées - 7 partages en moyenne.
- Facebook Ads V&S juillet - couverture 53279 - 967 clics
- 1 newsletter du 05/07 - 25 012 prospects - 22 647 ouvertures - 3 248 clics générés
- Parutions régulières dans : MIDI LIBRE - LA GAZETTE - LE METROPOLITAIN



Le Fascinant Week-end Vignobles & Découvertes

- 4 jours d'animations chez les partenaires labellisés V&D - 1 communiqué de presse
- 9 animations : dont 3 portées par l'OT (1 réalisée sur Pic Natura : 12 adultes et 7 enfants)
- 1 Page dédiée sur site internet OT - 1 Site régional et 1 national Fascinant week-end
- 1 Campagne générique réseaux sociaux
- 1 Affiche numérique programme FWE adressée aux membres V&D
- 7 Publications Facebook du 15 sept au 16 octobre
- Informations via newsletter Hérault Tourisme 5/07/22



Le Salon Destination Vignoble

- Première participation à ce workshop dédié à l'oénotourisme
- Participation sur le stand de la destination Vignobles de Montpellier.
- Présence de 3 agences réceptives avec produits touristiques sur le territoire du Grand Pic Saint-Loup.



L'animation de réseau des partenaires « Terres de garrigue et du Pic Saint-Loup »

· 2 Eductours

En avril : autour de la Halle du verre

En novembre : enjeux croisés entre patrimoine naturel, biodiversité et agritourisme »



· 2 ateliers thématiques :

En février sur la géologie et l'histoire du vin par Ingeniosus - 19 participants

En mars sur l'offre famille adaptée à l'œnotourisme

· 2 ateliers Google en partenariat avec Hérault Tourisme et ?)

· Un atelier dégustation en décembre sur l'AOP Grés de Montpellier

· 1 partenariat avec la CCGPSL et le CD34 sur une journée de sensibilisation à la plateforme « Agrilocale »

· Mobilisation des restaurateurs et producteurs du réseau pour le développement du circuit court.

· 7 Newsletters internes

Accueil des Universités du Tourisme Durable - 7 octobre 2022

Eductour en GRAND PIC SAINT-LOUP.

« Grand Pic Saint-Loup, un terroir viticole, des paysages, des pépites... »



Lancement d'un appel à projet pour 4 événements œnoculturels au domaine

« Les œnoculturelles en Grand Pic Saint-Loup »

Les objectifs :

- Valoriser les domaines viticoles et contribuer à leur notoriété
- Valoriser des événements œnoculturels
- Optimiser leur communication
- Contribuer à valoriser une offre différenciante et complémentaire sur le territoire

Les critères :

- Exposition, théâtre, musique, danse, ciné-concert, ciné-débat, spectacle vivant....
- Artistes professionnels
- Une période ou une seule soirée/journée.
- Hors juillet/août
- Valoriser l'échange et le débat

Co-financement OT à hauteur de 1000 €/projet dans la limite de 50% du coût total.



LA PRESSE

Les relations presse

Depuis leurs mises en œuvre en 2021, les relations presse sont devenues un élément incontournable de notre stratégie de communication 2021-2023.

Les objectifs 2022 :

- Créer les outils de base de la relation presse
- Augmenter la visibilité de la marque Grand Pic Saint-Loup
- Renforcer les axes de communication
- Accompagner et rassurer nos visiteurs dans un nouveau contexte de l'accueil touristique

Un nouvel outil et un espace dédié

Le dossier de presse générique

« Voyage en Grand Pic Saint-Loup » - 32 pages couleur - Distribué à chaque journaliste visitant notre territoire ou sur demande.



Création d'un espace dédié

Mise en œuvre d'une salle de presse sur le site internet

Création d'un gabarit et d'une identité visuelle pour tous les communiqués de presse

Augmenter la visibilité de la marque Grand Pic Saint-Loup auprès de la presse régionale et en dehors de l'Occitanie

Rédaction et envoi de communiqués de presse à la presse régionale :

15 communiqués de presse de mai à octobre 2022 sur :

- Les rendez-vous de l'été
- Ouverture de la verrerie Couloubrine
- Balades Vins et Saveurs été 2022
- Agenda Gazette de Montpellier Juillet et aout
- Ouverture verrerie Couloubrine
- Balades Vins et saveurs Canicule
- L'office du tourisme diversifie son offre
- Balades Vins et saveurs labellisées Atout France
- Balades Vins et saveurs déplacées au Mas neuf
- Journées du Patrimoine
- UTD Programme
- Fascinant WE Vins et Découvertes
- UTD en Grand Pic Saint-Loup



Les accueils et voyages de presse

Organisation de 2 voyages de presse du 11 au 14 mai et du 2 au 4 juin pour des journalistes nationaux et spécialisés dans le tourisme.

Nom Journaliste	Médias	RUBRIQUE
SAHEL Nadia Rédactrice en chef	WEBZINE FUNTRIBE	Tourisme www.cpourlesparents.com www.cpourlesseniors.com www.cpourlesfemmes.com www.cpourleshommes.com
VUILLEMIN Claire	Webzine Claire en France et réalisatrice émission Label France pour Radio France et "Bonnes tables"	www.claireenfrance.fr
DENIS-BOUCHET Berenice	Webzine TRAVELSTYLE	
KNIDLER Céline	WEB TV TOURISME	www.web-tv-tourisme.com
DELALOYE Martine Rédactrice en chef adjointe	Voyager Magazine - Magazine d'informations sur le voyage (Europe, Asie, Afrique, Amérique du Nord,...)	www.voyager-magazine.fr
HALUSIAK Chris	ABCfeminin.com, le magazine féminin en ligne des femmes futées et créatives	www.abcfeminin.com
ALBAN Gaëlle	Dynamic Seniors	www.dynamic-seniors.eu
REGALI Jérôme	M6	
FINGER Sarah	Corresp LIBERATION & MAIRES de France	
BOURGET Philippe	Télégramme, Le Quotidien du médecin / pharmacie, Détours en France, Site Air France ENVOL	
TOUSSAINT Jean-Marc Chef du service magazine	L'Est Républicain - Vosges matin - Le Républicain Lorrain	Idées voyage et conseils pour découvrir vos régions - Le Républicain Lorrain www.republicain-lorrain.fr

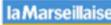
Accueil personnalisé de journalistes France 2



Retombées presse nationale

-  TRAVEL & STYLE Juin 2022 **UN GRAND BOL D'AIR AU PIC SAINT LOUP**
[OCCITANIE / Un grand bol d'air au Pic Saint- Loup - // TRAVEL STYLE & LIFE //](#)
-  WEB-TV-TOURISME juillet 2022 : **LE VOYAGE AU NATUREL**
<https://www.web-tv-tourisme.com/emission/grand-pic-saint-loup-le-voyage-au-naturel-53380.html>
-  VOYAGER MAGAZINE Juillet 2022 **UN PARADIS GRANDEUR NATURE**
<http://www.voyager-magazine.fr/m-1368-le-pays-du-grand-pic-saint-loup-un-paradis-grandeur-nature-.html>
-  ABCféminin Juin 2022 **LES CURIOSITES ET LA VIE ANIMEE ATOUR DU PIC**
https://www.abcfeeminin.com/Les-curiosites-et-la-vie-animee-autour-du-Pic-Saint-Loup_a2216.html
-  CLAIRE EN FRANCE 20 juillet 22 **ESCAPADES AU PIC SAINT-LOUP**
<https://www.claireenfrance.fr/Escapades-Escapade-au-Pic-Saint-Loup-2182.htm>
-  LE QUOTIDIEN DU MEDECIN 8 Juillet 2022 **EN LANGUEDOC, DE VIGNES EN OLIVIERS**
[En Languedoc, de vignes en oliviers | Le Quotidien du Médecin \(lequotidiendumedecin.fr\)](#)
-  DYNAMIC SENIORS 25 juillet 2022 **LE GRAND PIC SAINT-LOUP : PATRIMOINE, GASTRONOMIE ET ACTIVITES NATURES A DECOUVRIR**
<https://dynamic-seniors.eu/le-grand-pic-saint-loup-patrimoine-gastronomie-nature/>
- CPOURLESPARENTS **DESTINATION PIC SAINT-LOUP**
 - CPOURLESFEMMES
 - CPOURLESSENIORS
 - FUNTROTTER
 - CPOURLESHOMMES 28 juillet 2022
- <https://www.cpourlesparents.com/cp-tourisme/destination-pic-saint-loup>
<https://www.cpourlesfemmes.com/cf-tourisme/destination-pic-saint-loup>
<https://www.cpourlesseniors.com/cs-tourisme/destination-pic-saint-loup>
<https://www.funrotter.fr/ft-destination/destination-pic-saint-loup>
<https://www.cpourleshommes.com/ch-tourisme/destination-pic-saint-loup>
-  MAGAZINE En Vols Air France 31 juillet 2022 **LE PIC SAINT-LOUP, POUR UN WEEK-END NATURE ET GOURMAND AUX PORTES DE MONTPELLIER**
<https://www.en-vols.com/evasion/voyage/pic-saint-loup-week-end-montpellier/>
-  Le Télégramme 3 septembre 2022 **LE LANGUEDOC AU NATUREL**
<https://www.letelegramme.fr/voyage/pic-saint-loup-le-languedoc-au-naturel-03-09-2022-13166311.php>
-  Le Quotidien du Pharmacien 8 septembre 2022 **EN LANGUEDOC, DE VIGNES EN OLIVIERS**
<https://www.lequotidiendupharmacien.fr/le-grand-pic-saint-loup-pres-de-montpellier-en-languedoc-de-vignes-en-oliviers>
-  MAIRES DE France- Septembre 22 **L'HERAULT CAPITALISE SUR L'OENOTOURISME**
L'Hérault capitalise sur l'oénotourisme
-  FRANCE 2 JT13H 21 octobre Hérault : **A LA DECOUVERTE DES HAUTEURS DU PIC SAINT-LOUP**
https://www.francetvinfo.fr/economie/tourisme/herault-a-la-decouverte-des-hauteurs-du-pic-saint-loup_5431831.html
-  ELLE MAGAZINE 14 juillet : **CINQ ACTIVITES 100% ADRENALINE**

Presse locale et régionale

-  **MIDI LIBRE DES 3 ET 4 juillet 2022 : Balades Vins et Saveurs**
<https://www.midilibre.fr/2022/07/03/grand-pic-saint-loup-des-balades-a-pieds-autour-du-vin-10412015.php>
-  **ECOMNEWS 16 juin 2022 BALADES VINS ET SAVEURS**
<https://ecomnews.fr/article/Grand-pic-saint-loup-balades-vins-saveurs-faire-decouvrir-produits-terroir>
-  **QUOTIDIEN 20 MINUTES 4 juillet 22 BALADES VINS ET SAVEURS p 10**
[Journal numérique 20 Minutes](#)
-  **MIDI LIBRE 13 juillet 2022 VISITE VERRERIE COULOUBRINE**
[À la découverte des gentilshommes verriers ! - midilibre.fr](#)
-  **MIDI LIBRE 3 aout 2022 LE CIRCUIT DES BALADES OENOTOURISQUES AMENAGE**
[Le circuit des balades oenotouristiques aménagé - midilibre.fr](#)
-  **MIDI LIBRE 4 aout 2022 P.VALLET : Valoriser et diversifier l'offre touristiques**
<https://www.midilibre.fr/2022/08/04/pascal-vallet-valoriser-et-diversifier-loffre-touristique-10471401.php>
-  **MIDI LIBRE 15 aout 2022 OENOTOURISME DU GPSL LABELLISE ATOUT FRANCE**
<https://www.midilibre.fr/2022/08/15/oenotourisme-du-grand-pic-saint-loup-labellise-par-atout-france-10489033.php>
-  **LE METROPOLITAIN 22 aout 2022 BALADES OENOTOURISTIQUES DEPLACEES**
https://actu.fr/occitanie/claret_34078/herault-vigilance-incendie-les-balades-oenotouristiques-du-pic-saint-loup-deplacees_53277199.html
-  **GAZETTE DE MONTPELLIER 26 aout 2022 OENOTOURISME RECOMPENSE**
-  **MIDI LIBRE 28 aout 2022 L'OFFICE DU TOURISME REAMENAGE LE CIRCUIT DE SES DERNIERES BALADES**
[L'office de tourisme réaménage le circuit de ses dernières balades - midilibre.fr](#)
-  **COTE MONTPELLIER 31 aout 2022 BALADE V&S**
<https://fr.calameo.com/read/000039193962d094cac2f>
-  **COTE MONTPELLIER 14 sept 2022 JOURNEES DU PATRIMOINE**
<https://fr.calameo.com/read/0000391937f22ef63af11>
-  **MIDI LIBRE 11 Septembre 22 JOURNEES DU PATRIMOINE**
<https://www.midilibre.fr/2022/09/11/des-animations-inedites-en-un-lieu-somptueux-10536185.php>
-  **CLAAP Site internet FASCINANT WEEK END Vignobles et découvertes 9 octobre 2022**
<https://claap.fr/2022/10/10/vignobles-et-decouvertes-un-fascinant-week-end-au-grand-pic-saint-loup/>
-  **MIDI LIBRE LE GRAND PIC SAINT-LOUP MILITANT DE LA TRANSITION TOURISTIQUE**
 12 octobre 22
<https://www.midilibre.fr/2022/10/12/le-grand-pic-st-loup-militant-de-la-transition-touristique-10729920.php>
-  **LA MARSEILLAISE 7 Octobre 22 LE TOURISME DURABLE SE CONJUGUE AU PRESENT**
-  **LA LETTRE T 17 septembre 2022 8EME EDITION DES UNIVERSITES DU TOURISME DURABLE**
 LETTRE T 15 juillet 2022 **BALADES VINS ET SAVEURS**
-  **MAGAZINE EnVols Air France 31 juillet 2022**
<https://www.en-vols.com/evasion/voyage/pic-saint-loup-week-end-montpellier/>
-  **LE ROUTARD Juin 2022**
-  **MagazineGESTJAFINN (Islande) Oct 2022**

Les chiffres de l'activité



L'Établissement Public Industriel et Commercial Tourisme & Loisirs en Grand Pic Saint- Loup est soumis à une comptabilité publique de type M4. Cette gestion impose une séparation entre l'ordonnateur des dépenses (le Directeur) et le payeur à savoir le Trésor Public.

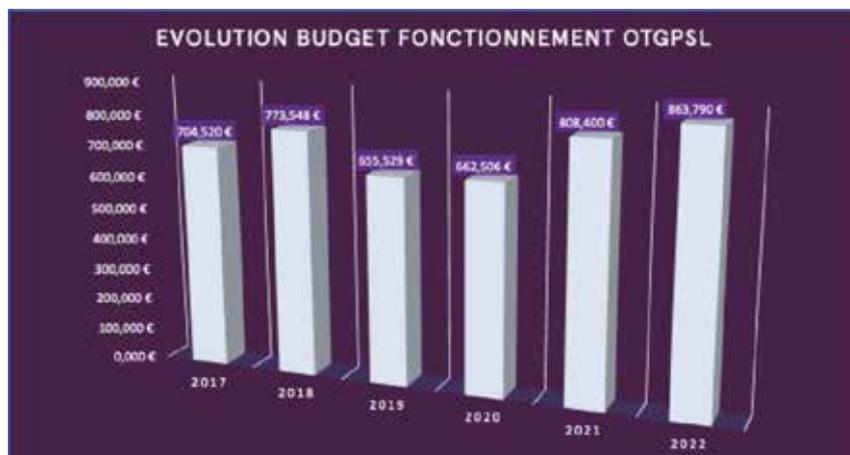
Chaque année le bilan financier est effectué en deux volets, le Compte Administratif résultat de la comptabilité du Directeur et le Compte de Gestion généré par le Trésor Public.

Ces deux documents doivent être identiques pour obtenir le bilan financier annuel qui sera voté et délibéré par le Comité de Direction.

UN BUDGET 2022 de 863 790 € orienté vers le lancement de la stratégie de communication et de marketing de l'OTGPSL.

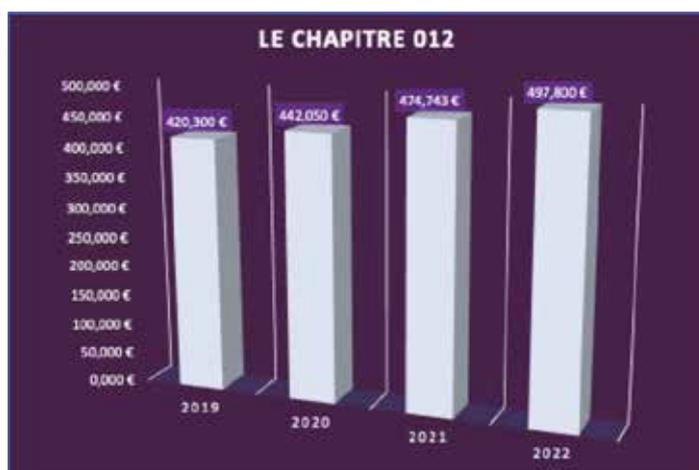
C'est le budget le plus élevé voté en Comité de Direction mais qui intègre la totalité du salaire du personnel Vignobles & Découvertes transféré à l'OTGPSL pour un montant de 86000 € refacturé par la CCGPSL.

Le budget actif s'élève donc à 755 790 € et s'inscrit dans la moyenne des budgets de ces dernières années.



Les charges du personnel

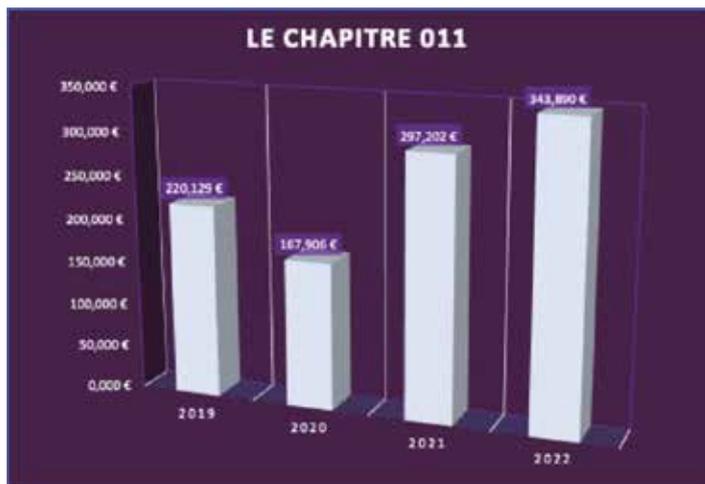
Le compte 012 comprend les dépenses inhérentes aux ressources humaines et aux charges sociales et fiscales correspondantes. Il reste stable depuis plusieurs années et représente plus de 50% du budget globale de fonctionnement. Malgré un affichage d'une augmentation de 5% correspondant à l'intégration des salaires du personnel mis à disposition, le chapitre 012 est en baisse réelle de 12%.



Le fonctionnement et les actions

Le compte 011 comprend toutes les dépenses inhérentes au fonctionnement matériel des Bureaux d'Information Touristique et à la mise en œuvre du plan action de l'OTGPSL.

Le budget 2022 présente une augmentation de 5% du chapitre 011 qui correspond aux actions de communication et de promotion de la nouvelle campagne.



Les recettes

La subvention de fonctionnement de la Communauté de Communes du Grand Pic Saint- Loup est stable depuis plusieurs années.

En 2022, une augmentation de 11 % permet de financer l'augmentation du Chapitre 011 et plus précisément la mise en œuvre des opérations de communication.

L'augmentation importante du montant de la taxe de séjour (+ 46%) avec les versements obligatoires des plates formes numériques permettent désormais de financer un programme d'actions conséquent (236 000 €).



Le bilan financier 2022

BUDGET PRINCIPAL	RÉSULTAT BP 2022	REPORT DE L'EXERCICE 2021	RÉSULTAT DE CLÔTURE
Investissement	- 265,13€	25 185,46€	24 920,33€
Fonctionnement	- 34 264,70€	98 787,31€	64 522,61€
TOTAL	- 34 529,83€	123 972,77€	+ 89 422,94€

Le bilan financier de 2022

Un résultat déficitaire de

-34 529,83€

Un résultat de clôture de

89 422,94€

Ce dépassement budgétaire a été induit par des opérations de communication d'opportunité : accueils presse, opération de promotion pour le lancement du magazine.

Le résultat reste positif du fait de l'existence d'un report d'exercice (002) conséquent mais qui reste obligatoire puisque la Trésorerie impose une trésorerie correspondant à 2 mois de masse salariale compensant en début d'exercice le versement de la subvention de la CCGPSL. De plus le début d'année correspond en tourisme aux mois les plus consommateurs de crédit notamment en matière de communication.

L'affectation des résultats 2022

Les résultats de l'exercice 2022 sont affectés par délibération du Comité de Direction au budget 2022 et ventilés de la manière suivante :

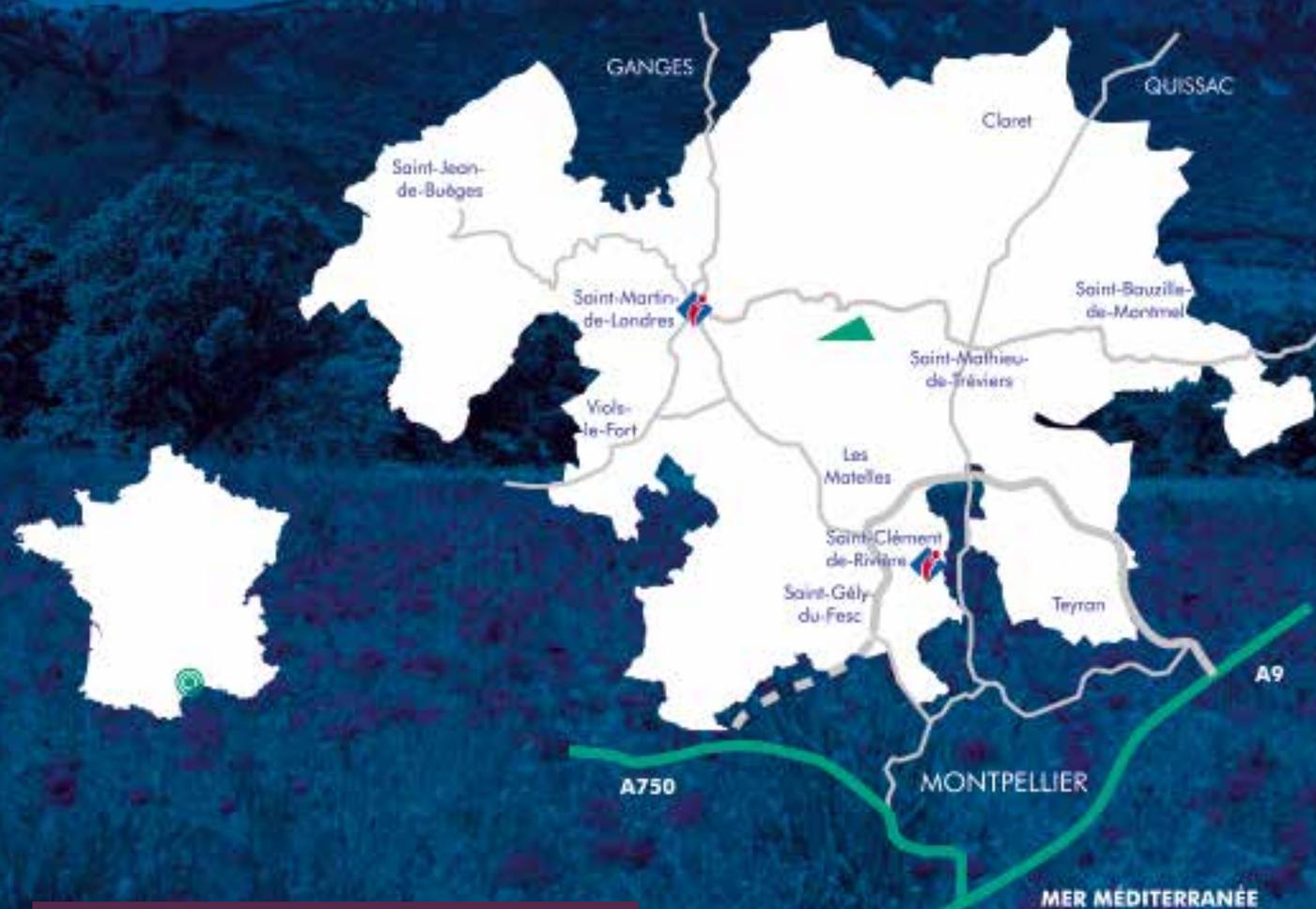
- la section de fonctionnement pour un montant de 64 522,61 €
- la section d'investissement pour un montant de 24 920,23 €

LES PARTENAIRES

2022

Vinaigrerie Montpelliéraine	AOP Pic Saint Loup	La truffe de Saint-Jean-de-Buèges
Lou Pic Au Loup	Un nid entre vignes et pierres	Fileur de Verre
Villa Sidou	Côté Chênes Verts	Glass Dog
Accrobranche et Laser Game	Les Hauts d'Issensac	Horse Aventure
Oc Aventures	Vue d'en Haut	Le Douze
Golf du Pic Saint-Loup	Wisud	Domaine Pech-Tort
Château Lascaux	Lutin Jardin	In Vina Terra
Ô calme	Domaine de Cantafaroune	Kayak Tribu
Le Nid du Mas	Domaine de la Triballe	Pizzeria Al Italia
Canoë Montana	Le Saint-Bonheur	Vica Sculpture
Villa Capselle	Mas Gourdou	Boulangerie - Pâtisserie La
La Palanche	Château La Roque	Tour Gourmet
Le Clos des Olivettes	Nicolas Bertin	Domaine de Saint-Clément
Lou Régalido	Camargue Autrement	Mas de Fournel
Château Boisset	La ferme des garrigues	Mas de Coulet
Gîte La Capitelle	Pierre & Eau	Domaine de Massillan
Domaine les Grandes Costes	Mas Bouvier	Le Grimpadou
Canoë Le Moulin	Domaine Clavel	Centre de vol à voile Mont-
Les Vignerons de la Gravette	Domaine de Brunet	pellier Pic Saint-Loup
Chambres d'hôtes du	Château Lascours	Office des moniteurs du Lan-
Pic-Saint-Loup	Le jardin de Nathalie	guedoc
L'Alzon	Domaine de L'Oulivie	Ô Jasmin
Ingeniosus	Hakun'ânes Matata	Terre des 2 sources
Auberge de Saugras	Mas de Farjou	Ferme équestre Les Farfadets
Atelier Le Junter	Belle Tourisme	Cirta
Mas de Daumas Gassac	Les Cycles du Terroir	Les Muses en Dialogues
Mas des Barandons	La Chouette du Chai	Château des Mouchères
Les Accros d'Anjeau	Auberge de la Filature	Rando et Compagnie
Domaine de la Borie	Atelier Boutique Midi 32	Association les Champs du
Couleurs Demesterres	Maya M création Textile	possible
Gîte Rougé	La Frandomière	L'expédition Souterraine
Kayak Hérault	La Récrée	Le Castellans du Pic Saint-
Canoë Hérault La Vallée des	Association Arts des Rem-	Loup
Moulins	parts	Les bocalx des jardins du Pic
Judith Brunel	Domaine de Villeneuve	Camargue Aventure - Pierrot
Le Cellier du Pic - Saint-Gé-	Aux Délices de Maya	le Camarguais
ly-du-Fesc et Assas	Bergerie du Capucin	Ecologistes de l'Euzière
Domaine de la Vieille	Aire de la Séranne	Gaïa création Valérie Simonet
Le Clos des Oliviers	La Caminaira	Sélections Barthez
Domaine des Olivèdes	Canoë Rapido	La Table d'Aurore
Domaine de la Jasse	Bergerie de Fenouillet	Vigno'Vins
La Cabane Paysanne	Côté Cour	

Montpellier Wine Tours	Moun Oustal	Chez Louis
Tartines et bestioles	Association "Randonnées vers Soï"	Taxi du Pic
Domaine le Chemin des Rêves	Yves Trucchi	Dégustez Sud
Maison des Consuls	Culture Vélo Montpellier	Auberge du Cèdre
Halle du Verre	Clos des Augustins	Mas de Baumes
Grotte de Clamouse	Mas de l'Oncle	
Château Montel	Le Cocon des Palombes	
Grotte des Demoiselles	Immersion Hérault	
Vignobles des 3 châteaux	E-dventure	
Cypréo	Esprit du Sud	
Vins du Pic & d'Ailleurs	L.C.B. (local craft beer)	
Domaine Puech	À cheval sur les Monts	
La Belle Vigne	Massage Nomade du Pic	
Clos des Reboussiers	Chateau le Villarel	
Restaurant J'Adore	Au P'tit Poney Club	
Collectif des Garrigues	La Déridière	
Seb Eco Bike	Atelier Simplement Terre	
Association Bouillon Cube	Caroline Millot	
Association Melando	Natureo	
Mamie Lasagnes	GEM Bikes	
Charles Malherbe	Tony Pizza	
Haut-Lirou Wine Tour	Gite des Bois	
Domaine du Haut Lirou	Mas des Oliviers	
Domaine de la Perrière	Les Ailes des Matelles	
Piscine du Pic Saint-Loup	L'Aven des Nymphes	
Société Préhistorique de Cambous	Jardin de Mère Nature	
Maison départementale de l'Environnement	BB Kombucha	
Les Coulondrines	Artésian Création	
L'Étrier des Cabanelles	La cabane paysanne	
L'Auberge de la Vallée	Camping Val d'Hérault	
Le Pic St Loup	MFR Des Garrigues du Pic Saint-Loup	
Gite le Pic Saint Loup - Presbytere et Maison du Parc	Gîte La Maison Vialla	
Le rucher du Pic	Horizons Nature	
Âme et charme	Parenthèse Sport Nature	
A la petite ferme	Camping Domaine de Gajan	
Poterie de Biranques	Mas de Martin	
Château de Lancyre	Véronique Tempier	
Domaine Coulet	Restaurant Parc le Duc	
Canoë Borg	Guide Touristique	
Groupe Local Grand Pic	Cévennes Parapentes	
Saint-Loup de la LPO Occitanie	Gite l'Oustalas	
Altéo Nature	Les pépites de Noëlle	
Goût d'aventures	Location Touristique	
Global Adventure	Terre & Racines	
	Electro Bike Discovery	
	Mas les Jasses	
	Mas de la Draille	



Bureaux d'information touristique

SAINT-CLÉMENT-DE-RIVIÈRE

290 Parc de Saint-Sauveur
34980 Saint-Clément-de-Rivière
Tél. : 04 48 20 05 28

SAINT-MARTIN-DE-LONDRES

Place de la Mairie
34380 Saint-Martin-de-Londres
Tél. : 04 67 55 09 59

Ouverts toute l'année

HORAIRES D'OUVERTURE :

Se renseigner sur internet ou sur la page facebook

OFFICE DE TOURISME DU GRAND PIC SAINT-LOUP SIÈGE ADMINISTRATIF

Pic Natura
290 Parc de Saint-Sauveur
34980 Saint-Clément-de-Rivière

www.grandpicsaintloup-tourisme.fr

contact@tourisme-picsaintloup.fr