



VALLÉE DU TARN
& MONTS DE L'ALBIGEOIS

TOURISME | OCCITANIE

SCHÉMA DIRECTEUR DE L'OFFICE DE TOURISME VALLÉE DU TARN ET MONTS DE L'ALBIGEOIS

2023-2025



www.valleedutarn-tourisme.com



CONTEXTE DE LA MISE EN PLACE D'UN SCHEMA DIRECTEUR PLURIANNUEL

En 2016, l'Office de Tourisme Vallée du Tarn & Monts de l'Albigeois est créé par les Communautés de Communes (Monts d'Alban et du Villefrancois et Val 81), sous l'impulsion du Syndicat Intercommunal d'Aménagement de la Vallée du Tarn (SIAVT) et des syndicats d'initiative. La création de l'Office de Tourisme répond à la problématique d'une meilleure valorisation des atouts touristiques en vue de **renforcer les retombées économiques pour le territoire**. Les Offices de Tourisme jouent un rôle important dans l'attractivité et la compétitivité de la « destination France ». Malgré la jeunesse de l'Office de Tourisme Vallée du Tarn & Monts de l'Albigeois, ce dernier participe à la renommée **des destinations « France », « Occitanie », « Tarn » et « Albi, Vallée du Tarn »**.

Les actions de l'Office de Tourisme ont également un impact sur la connaissance et la perception du milieu rural, la sensibilisation et la préservation de l'environnement, le renforcement du lien sociétal ou encore l'accès à la culture. Il est un **outil d'attractivité du territoire**.

Les missions et actions de l'Office de Tourisme émanent du **schéma stratégique commun de développement touristique local** détaillées dans la convention de délégation d'actions, de moyens et d'objectifs 2022-2025 qui lie la structure aux communautés de communes. Un point annuel est réalisé, le bilan de l'année écoulée est présenté, le programme d'action de l'année N et le budget prévisionnel sont exposés.

Afin de **clarifier, anticiper, avoir une meilleure visibilité des actions à court, moyen et plus long terme**, l'Office de Tourisme se dote d'un **schéma directeur établi sur la période 2023-2025** soit trois années pleines, se terminant avant la prochaine élection municipale en 2026. Un nouveau schéma sera donc à établir en 2026 pour la période 2026-2028. Ce schéma présente des actions qui sont portées exclusivement par l'Office de Tourisme inhérentes aux missions qui lui sont confiées. **Ce nouvel outil doit permettre une meilleure lisibilité de nos actions et opérations pluriannuelles.**

Les missions de l'Office de Tourisme sont rappelées :

- 1 ACCUEIL ET INFORMATION DES VISITEURS
- 2 PROMOTION DE LA DESTINATION
- 3 COORDINATION ET ANIMATION DES ACTEURS TOURISTIQUES
- 4 DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LA DESTINATION
- 5 RÉALISATION D'ANIMATIONS
- 6 COMMERCIALISATION DE PRODUITS ET SERVICES
- 7 GESTION DE LA TAXE DE SEJOUR
- 8 GESTION D'ÉQUIPEMENT



POSITIONNEMENT - ANALYSE

La **Destination Vallée du Tarn** est une destination touristique nature, reposante, constituée de paysages variés, vallées, collines, monts allant jusqu'à 800m d'altitude et plateaux. La Vallée du Tarn, prolongement des Gorges du Tarn, se situe sur l'**axe de la rivière entre Millau et Albi** et plus précisément au nord-est du département du **Tarn**, sur les premiers contreforts du Massif Central aux portes de l'**Aveyron**. Ici, vous êtes au coeur de la région **Occitanie**, à seulement 1h30 de **Toulouse**, 1h de **Rodez**, 1h30 de **Millau** et 2h de **Montpellier** ou des **Gorges du Tarn**. En bref, une destination idéale à la **campagne**, pour **se ressourcer au vert au coeur du Sud-Ouest** et découvrir de grands sites patrimoniaux à proximité.

La **Presqu'île d'Ambialet** est une jolie surprise au coeur de la Vallée du Tarn pour un effet waouh garanti ! De magnifiques panoramas permettent d'admirer l'ancienne cité médiévale, aujourd'hui labellisée **Petites Cités de Caractère®** qui intègre le **Grand Site Occitanie Sud de France « Albi, Vallée du Tarn »**.

Avec ses sentiers de **randonnées** aux dénivelés variés, sa **baignade** en eaux vives dans la rivière à Trébas-les-Bains, ses parcours de **canoë**, ses fresques de **Greschny**, sa **centrale hydro-électrique**, ses **visites de ferme**, la Destination Vallée du Tarn propose toute une palette d'**activités**.

Mots-clés et thématiques identifiés à travailler :

Campagne, slowtourisme, itinérance, ressourcement, produits locaux, calme, rivière, activité de pleine nature, zone de moyenne montagne, randonnée, tourisme vert et responsable, vélo, canoë

Accentuer le site d'Ambialet comme point d'entrée sur le territoire, richesse du Tarn et de l'Occitanie

Conforter la place de Trébas-les-Bains comme base de loisirs et baignade en eaux vives majeures du Tarn

Développer le potentiel d'attractivité des œuvres de Greschny et de Laclau au niveau du Tarn



POSITIONNEMENT - ANALYSE

Analyse de la destination : forces-faiblesses-opportunités-menaces identifiées

ATOUTS DU TERRITOIRE

- La proximité avec de grands sites dont la Cité épiscopale d'Albi inscrite sur la Liste du patrimoine mondial par l'UNESCO
- Complémentarité de l'offre avec Albi (patrimoine et tourisme vert)
- La presqu'île d'Ambialet, site reconnu dans tous les guides touristiques nationaux et cœur emblématique dans le contrat GSO et labellisée Petites Cités de Caractère
- La rivière Tarn, fil conducteur et canoë
- Baignade en eaux vives à Trébas
- Point de fraîcheur et poumon vert du Tarn
- Topographie/dénivelé/offre de randonnée
- Fresques de Greschny

POINTS À CONFORTER (FAIBLESSES)

- Une destination en construction
- L'accès à la Vallée du Tarn et le réseau de transport
- Une saisonnalité très forte
- Les moyens financiers
- La commercialisation de l'offre
- La présence de la destination sur le canal principal de consommation : internet à améliorer
- Qualité de l'offre à renforcer

OPPORTUNITÉS

- La notoriété des Gorges du Tarn
- La proximité de Toulouse et d'Albi, Cordes sur Ciel
- L'accompagnement financier Région-Leader
- La curiosité des habitants de la nouvelle Région et du Tarn à découvrir leur patrimoine
- Futur site d'escalade n°1 de la région
- La promotion du Tarn et d'Albi

POINTS D'ATTENTION (MENACES)

- La dynamique du réseau GSO pour optimiser les renvois d'un site à l'autre
- Diversification et saisonnalité de l'offre
- Concurrence des destinations infra Tarn et région
- Réouverture des frontières post Covid

ENJEUX - OBJECTIFS - CIBLES

LES ENJEUX :

- Le maintien et le développement de l'activité économique et touristique à l'année
- Le développement de l'attractivité de la destination
- La préservation de l'environnement et la biodiversité
- Dynamiser et diversifier le développement de l'offre (culturelle et de loisirs)



LES 5 OBJECTIFS DU SCHÉMA :

1

STRUCTURER L'OFFICE DE TOURISME, ACTEUR MAJEUR DU TOURISME SUR LE TERRITOIRE

2

STRUCTURER ET DÉVELOPPER L'OFFRE TOURISTIQUE DE LA DESTINATION

3

S'ENGAGER POUR UN TOURISME DURABLE : FAIRE DE LA VALLÉE DU TARN UNE DESTINATION VERTE DE LA RÉGION OCCITANIE

4

CONFORTER ET ASSEOIR LA NOTORIÉTÉ DE LA DESTINATION VALLÉE DU TARN

5

AUGMENTER LES NUITÉES SUR LE TERRITOIRE DE 10% EN 3 ANS AINSI QUE LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES ET LA CONSOMMATION TOURISTIQUE

PUBLICS CIBLES :



PROVENANCE	PROFIL	TYPE
Clientèle de proximité : 81, 31, 12, 34, 82, 11 Clientèle française : Île de France, 44, Nord Clientèle étrangère : Belgique, Pays-Bas, Espagne	Famille enfants +7ans/ados Couples qui n'ont pas d'enfant/retraités/jeunes actifs CSP+ Groupe de séniors Colonies de vacances	Randonneurs Gastronomes



AXES DU SCHÉMA DIRECTEUR MESURES - ACTIONS

**LE SCHÉMA DIRECTEUR REPOSE SUR 3 AXES DE DÉVELOPPEMENT,
8 MESURES ET 26 ACTIONS :**

AXE 1

CONFORTER ET ANCRER L'OFFICE DE TOURISME COMME ACTEUR INCONTOURNABLE DU TERRITOIRE

MESURE 1 Poursuivre la structuration de l'Office de Tourisme et sa montée en puissance

- ACTION 1** Engager l'Office de Tourisme dans une véritable démarche qualité
- ACTION 2** Mise en place d'un observatoire touristique (Pilot)
- ACTION 3** Classer l'Office de Tourisme en catégorie II

MESURE 2 Augmenter la visibilité de l'Office de Tourisme sur le territoire

- ACTION 1** Ouvrir les lieux d'accueil du public en adéquation avec la fréquentation
- ACTION 2** Améliorer les points relais info tourisme
- ACTION 3** Valoriser les actions de l'OT toute l'année

AXE 2

RENFORCER LA VISIBILITÉ ET L'ATTRACTIVITÉ DE LA DESTINATION

MESURE 1 Structurer une stratégie de destination « Vallée du Tarn »

- ACTION 1** Construire une stratégie de communication "Vallée du Tarn", en lien avec le Grand Site Occitanie « Albi, Vallée du Tarn »
- ACTION 2** Mettre en place une véritable gestion de la relation client
- ACTION 3** Créer un dossier de presse spécifique et événements média (presse, blogueurs)

MESURE 2 Structurer la diffusion de l'information sur le territoire et gérer les flux

- ACTION 1** Mettre en place un schéma d'accueil et de diffusion de l'information (SADI)
- ACTION 2** Réorganiser la politique des éditions en fonction de l'offre/cibles
- ACTION 3** Améliorer la récolte de l'offre événementielle et d'animations
- ACTION 4** Améliorer la signalétique hors et infra territoire

MESURE 3 Construire une offre commerciale

- ACTION 1** Développer et diversifier la programmation culturelle et nature
- ACTION 2** Concevoir des packages pour groupe et individuel et les vendre
- ACTION 3** Créer une boutique au sein du point d'accueil d'Ambialet
- ACTION 4** Créer un pass visite des sites partenaires

MESURE 4 Promouvoir un tourisme responsable

- ACTION 1** Qualifier, développer l'offre touristique durable et valoriser les écogestes
- ACTION 2** Mener une étude de faisabilité sur le projet de labellisation Famille Plus



AXES DU SCHÉMA DIRECTEUR MESURES - ACTIONS

AXE 3

DÉVELOPPER L'ANIMATION ET LA COORDINATION DES ACTEURS DU TOURISME

MESURE 1 Accompagner le réseau dans la qualification de son offre

- ACTION 1** S'assurer de la conformité légale de l'offre d'hébergement
- ACTION 2** Être au service de ses adhérents : formations, livrets, événements
- ACTION 3** Soutenir l'excellence de l'offre et des services portés par les démarches qualité

MESURE 2 Favoriser l'émergence de nouvelles offres et les structurer

- ACTION 1** Accroître le développement et la valorisation des savoir-faire
- ACTION 2** Déployer une nouvelle offre sur la presqu'île d'Ambialet correspondante aux attentes de la clientèle
- ACTION 3** Redévelopper l'application les Légendes du Tarn en déployant de nouveaux points d'intérêts et créer un livret jeu accompagnant
- ACTION 4** Participer au déploiement de circuits du patrimoine sur les communes et déployer des itinéraires sur l'outil Cirkwi (story guide)



© Entre2pôles

AXE

1

CONFORTER ET ANCRER L'OFFICE DE TOURISME COMME ACTEUR INCONTOURNABLE DU TERRITOIRE

MESURE

1

Poursuivre la structuration de l'Office de Tourisme et sa montée en puissance



La qualité, c'est la capacité à satisfaire les besoins des clients à travers son organisation et ses prestations. La démarche qualité est une dynamique de progression et un outil d'efficacité qui permettra à l'Office de Tourisme d'être plus performant dans ses missions quotidiennes.



OBJECTIFS

- une plus grande satisfaction de la clientèle
- une meilleure visibilité des actions à mener
- une reconnaissance et intérêt vis à vis de la structure

ACTION

1

Engager l'Office de Tourisme dans une véritable démarche qualité

2023-2025

Rédaction de fiches techniques et de procédures de tous les services et missions (manuel qualité), outils utilisés en intégrant une dimension RSE, prêter attention aux achats locaux

ACTION

2

Mise en place d'un observatoire touristique (Pilot)

2025

Montée en gamme des lieux d'accueils, créer des lieux de découverte de la destination, proposer des produits boutique de territoire et locaux, acheter du mobilier avec des entreprises locales, acquisition des critères du classement II et label tourisme et handicap, qualité tourisme

ACTION

3

Classer l'Office de Tourisme en catégorie II

2025

Définition : Le classement constitue un levier puissant pour renforcer le rôle fédérateur de l'Office de Tourisme au regard de l'action touristique à développer dans la zone géographique d'intervention et permet aux collectivités d'accéder à certains avantages : 3 communes touristiques dans le Tarn (Castres, Revel, St Pierre de Trivisy) et 4 stations tourisme (Albi, Lacaune, Sorèze, Cordes).

Acquérir les critères de classement :

- Adapter les moyens humains et financiers à la stratégie de développement touristique : pérenniser 3 emplois à temps plein e reconduire une alternance et stages.
- Conforter le budget : reconduire la nouvelle campagne d'adhésion sur le modèle de 2023 et fidéliser les adhérents, augmenter les recettes liées aux publicités, sponsoring, taxe de séjour, ventes.
- Qualifier les lieux d'accueil du public dans une optique de développement durable : montée en gamme, créer des lieux de découverte de la destination, proposer des produits boutique de territoire et locaux, tendre vers le label tourisme et handicap, se doter de logiciels adaptés, réduire le papier.



Cibles : visiteurs, adhérents et partenaires



Partenaires : Tarn Tourisme, SPSTT, Région Occitanie



Indicateurs : acquisition du classement II et labels, réalisation du manuel qualité

CALENDRIER

2023-2024-2025

AXE

1

CONFORTER ET ANCRER L'OFFICE DE TOURISME COMME ACTEUR INCONTOURNABLE DU TERRITOIRE

MESURE 2

Augmenter la visibilité de l'Office de Tourisme sur le territoire



L'Office de Tourisme en dehors la période estivale n'est pas visible et nous souhaitons remédier à cela. L'accueil ne représente qu'une mission parmi d'autres. Savoir bien communiquer est important pour s'assurer une reconnaissance et une visibilité toute l'année.



OBJECTIFS

- un Office de Tourisme bien identifié (futur lieu d'accueil)
- une reconnaissance du travail effectué toute l'année
- un acteur qui permet de générer de l'économie

ACTION 1

Ouvrir les lieux d'accueil du public en adéquation avec la fréquentation

2024

Un nouveau lieu d'accueil pérenne à Ambialet avec une ouverture élargie de Pâques à Toussaint, soit 6 mois, cibler les vacances scolaires et week-end ; un nouvel accueil mobile à Trébas ouvert en saison.

ACTION 2

Améliorer les points relais info tourisme

2023

Suivi des 5 points relais actuels et mise en place du 6ème à la porte d'entrée de la vallée du Tarn. Rendre plus attractifs et plus visibles ces points de l'extérieur avec une signalétique. Améliorer l'espace écran + point documentation avec un entourage couleurs de l'OT avec logo. Mettre en avant le partenariat OT-commerce. Messages à diffuser sur les écrans (comment adhérer, être labellisé, sortie du rapport d'activité...) Poursuivre les interventions "hors les murs" en été (en lien avec les hébergements adhérents) et sur les événements importants du territoire et Tarn.

ACTION 3

Valoriser les actions de l'OT toute l'année

2023-2025

- Communiquer auprès des élus

Présenter le bilan/perspectives à chaque commune et aux deux intercommunalités puis s'ouvrir au territoire extérieur. Envoyer le rapport d'activité. Participer aux commissions économie, tourisme, patrimoine, culture.

- Communiquer auprès des acteurs touristiques

Transmettre les chiffres clés/tendance plus régulièrement ainsi que le programme d'événements et compétitions sportives (Tarn et Albi). Valoriser la campagne d'adhésion (écrans/plateforme taxe de séjour).

- Communiquer auprès des habitants et visiteurs

Parution d'un article dans les bulletins municipaux/interco au minimum une fois dans l'année.

- Communication générale

Utiliser les nouveaux supports de communication, écran/club Facebook/newsletters, etc. Diffuser des messages ciblés "on s'engage pour un tourisme durable, pendant votre randonnée, nettoyez la nature", éco-gestes, rapport d'activité, contact pour référencer les animations, etc.



Cibles : visiteurs, habitants, élus, adhérents et acteurs



Partenaires : mairies, intercommunalités, commerces



Indicateurs : parutions d'articles, retours clients, chiffres de fréquentation

CALENDRIER



AXE

2

RENFORCER LA VISIBILITÉ ET L'ATTRACTIVITÉ
DE LA DESTINATION

MESURE

1

Structurer une stratégie de destination « Vallée du Tarn »



Capitaliser sur le nom de destination porteuse "Vallée du Tarn" associé aux Gorges du Tarn en construisant une stratégie à l'échelle de l'axe Albi-Millau.



OBJECTIFS

- créer de nouveaux partenariats et multiplier nos forces
- identifier la destination au sein de la région Occitanie
- vendre davantage et mieux la destination auprès des clientèles cibles

ACTION

1

Construire une stratégie de communication Vallée du Tarn

en lien avec le Grand Site Occitanie « Albi, Vallée du Tarn »

2023-2024

- Associer les acteurs de l'axe Albi-Millau sur certaines actions en fonction des supports et thématiques.
- Une stratégie digitale est en cours de définition. A poursuivre en élargissant à tous les supports.
- Créer un planning éditorial annuel avec indicateurs, conforter la charte graphique, consolider la photothèque, commander un reportage "professionnel".
- Créer des articles et publi-reportages sur le blog > thématiques nature/histoire/gastronomie (associer les habitants, associations).
- Poursuivre les publications du guide "Albi, Vallée du Tarn" et la carte touristique.

ACTION

2

Mettre en place une véritable gestion de la relation client

2023-2024

- Qualifier les contacts des bases de données, acquisition du logiciel Avizi : récolte de données et tri affinitaire.
- Capitaliser sur le pop-up du site web pour la récolte de contacts / projet de newsletters en lien avec Tarn Tourisme et les Conteurs.
- Travailler avec les hébergeurs sur le "avant séjour/pendant/après" : relayer l'agenda, idées de visites et fidélisation/offres via le carnet de séjour (outil edit yourself)

ACTION

3

Créer un dossier de presse spécifique et évènements média
(presse, blogueurs)

2023

- Rédiger un dossier de presse présentant la destination "élargie" en lien avec les acteurs aveyronnais
- Créer des évènements type Instameet générant du trafic, accueils de blogueurs, journalistes spécialisés (travail sur la notoriété) avec l'Office de Tourisme d'Albi et Tarn Tourisme.



Cibles : visiteurs, habitants, élus, adhérents et acteurs, journalistes



Partenaires : offices de tourisme, Tarn Tourisme, CRTL, hébergeurs, habitants, visiteurs



Indicateurs : gain de notoriété, augmentation des flux, nombre de contacts et de parutions d'articles

CALENDRIER



AXE

2

RENFORCER LA VISIBILITÉ ET L'ATTRACTIVITÉ
DE LA DESTINATIONMESURE
2

Structurer la diffusion de l'information sur le territoire et gérer les flux



Une réflexion est à engager sur la stratégie d'accueil des touristes sur l'ensemble de la destination, à l'Office de Tourisme, dans les hébergements, restaurants, sites de visites, etc. visant à améliorer l'accueil de la clientèle.



OBJECTIFS

- appréhender les flux touristiques
- améliorer la connaissance des clientèles
- améliorer la diffusion de l'information touristique

ACTION
1

Mettre en place un schéma d'accueil et de diffusion de l'information (SADI)

2024

- Mettre en place des enquêtes de satisfaction dans les lieux d'accueil du public.
- Lancer la démarche de SADI en concertation avec les acteurs touristiques et les collectivités.

ACTION
2

Réorganiser la politique des éditions en fonction de l'offre/cible

2023-2025

- Réfléchir à la pertinence de certains supports (réduire papier, infos plus précises demandées, optique de réduction des coûts, participation au coût/vente au comptoir).
- Création de carnets de séjour (edit yourself)
- Poursuivre la publication du guide commun avec l'OT d'Albi, faire évoluer le support.
- Créer un flyer sur la baignade à Trébas et un livret sur l'histoire d'Ambialet en lien avec les Mairies.

ACTION
3

Améliorer la récolte de l'offre événementielle et d'animations

2023-2024

- Mener un travail de collecte des données et contacts resserrées avec les associations et les intercommunalités.

ACTION
4

Améliorer la signalétique hors et infra territoire

2023-2025

- Mettre en place la signalétique Grand Site Occitanie au sein de l'Office de Tourisme.
- Mettre en place des panneaux d'information touristique sur les grands axes routiers de la destination.
- Améliorer la signalétique extérieure notamment sur l'autoroute A68.



Cibles : visiteurs, habitants, acteurs de l'économie touristique



Partenaires : offices de tourisme, acteurs de l'économie touristique, mairies, intercommunalités, associations



Indicateurs : retour des utilisateurs, augmentation des animations, gain de visibilité pour la destination

CALENDRIER



AXE

2

RENFORCER LA VISIBILITÉ ET L'ATTRACTIVITÉ
DE LA DESTINATIONMESURE
3

Construire une offre commerciale



Un nouveau local va permettre à l'Office de Tourisme de bénéficier d'un espace de vente. La création d'une boutique permettra de valoriser les produits made in Tarn et identitaires de la destination. La structuration de l'offre commerciale permettra de générer des recettes supplémentaires sur le territoire et pour la structure.



OBJECTIFS

- dynamiser le territoire à l'année
- faire connaître et valoriser les richesses du territoire
- capitaliser sur le réseau d'offres en se renvoyant la clientèle

ACTION
1

Développer et diversifier la programmation culturelle et nature

2023-2025

- Créer une programmation variée et thématisée à visée pédagogique, en privilégiant les périodes de vacances scolaires et déployer une offre ciblée pour le public scolaire.
- Mettre en place un jeu de piste à faire toute l'année à Ambialet, à destination d'un public familial.
- Valoriser l'offre de visites spécifique aux groupes.

ACTION
2

Concevoir des packages pour groupe et individuel et les vendre

2023-2025

- Mettre en œuvre la conception de produits groupe avec l'OT d'Albi, immatriculée opérateur de voyages et de séjours (conventions, démarchage...) et créer une brochure groupe.
- Faire connaître l'offre de la Vallée du Tarn à l'OT Albi - visites de terrain et éductour interne.

ACTION
3

Créer une boutique au sein du point d'accueil d'Ambialet

2024-2025

- Mettre en place une boutique de produits locaux, artisanaux et identitaires du Grand Site Occitanie et Légendes du Tarn. Valorisation de produits écoresponsables et en lien avec la nature, la biodiversité.
- Valoriser les adhérents de l'OT en leur offrant un point de vente et visibilité supplémentaire.

ACTION
4

Créer un pass visite des sites partenaires

2025

Préalable à la réalisation de cette action : immatriculer l'OT en tant qu'opérateur de voyages et de séjours auprès d'Atout France ou mettre en place un partenariat spécifique avec l'OT d'Albi.

- Concevoir une offre de visites groupées permettant de visiter plusieurs sites avec un billet. Partenariat à mettre en place avec les sites adhérents (châteaux, musées...etc.) ; réfléchir au modèle économique, l'objectif étant de générer des retombées économiques pour les sites et l'OT.
- Communiquer sur l'offre après des acteurs touristiques et de la clientèle.



Cibles : visiteurs, habitants, acteurs de l'économie touristique, adhérents



Partenaires : AGIT, mairies, Office de Tourisme d'Albi



Indicateurs : chiffres de fréquentation, ventes, nombre de contacts/transformation, billets vendus, chiffres d'affaire

CALENDRIER

2023-2024-2025

AXE

2

RENFORCER LA VISIBILITÉ ET L'ATTRACTIVITÉ
DE LA DESTINATIONMESURE
4

Promouvoir un tourisme responsable



La destination touristique intègre un environnement naturel bien identifié du Tarn. Plusieurs espaces naturels sensibles et zones naturelles d'intérêts faunistiques et floristiques sont identifiées, faisant de ce territoire un habitat écologique riche et diversifié. L'OT souhaite préserver et valoriser la biodiversité présente. Il sensibilise déjà depuis plusieurs années à travers des balades nature. La protection de l'environnement est un enjeu majeur pour la préservation de notre territoire et l'OT souhaite s'investir et contribuer au changement des pratiques, modes de vie, modes de consommation et notamment valoriser les richesses de la campagne. L'OT est également soucieux de son impact et met en place un certain nombre d'actions éco-responsables.



OBJECTIFS

- participer activement aux changements de mentalité et répondre aux nouvelles attentes de la clientèle
- sensibiliser les acteurs touristique aux labels
- porter une offre touristique éco-responsable

ACTION
1

Qualifier, développer l'offre touristique durable et valoriser les écogestes

2023

- Améliorer la connaissance de l'offre éco-responsable
- Promouvoir les écolabels auprès des acteurs touristiques notamment des hébergeurs
- Promouvoir l'offre éco-responsable sur les supports de communication (thématique "voyager vert" sur le site web, etc.) notamment les labels station verte et pavillon bleu.
- Informer des bonnes pratiques et écogestes : création d'un livret " Voyager vert", articles de blog, diffusion de messages notamment sur les écrans > on s'engage pour un tourisme durable « pendant votre randonnée, nettoyez la nature », etc.
- Remettre des sacs à déchet aux randonneurs à l'accueil pour chaque fiche vendue et pochettes rando
- Privilégier les envois numériques aux envois papiers

ACTION
2

Mener une étude de faisabilité sur le projet de labellisation Famille Plus

2025

Préalable à la réalisation de cette action : une commune doit être adhérente à l'une des trois associations copropriétaire suivantes > Association Nationale des Élus des Territoires Touristiques, Association Nationale des Maires des Stations de Montagne, Fédération Française des Stations Vertes de Vacances et des villages de Neige (ce qui est le cas pour Trébas-les-Bains, station verte).

- Engager une démarche globale en faveur de l'accueil des familles sur l'ensemble du territoire.
- Réaliser un inventaire de l'offre en fonction des critères demandés (objet d'un stage réalisé en 2019).
- Évaluer la viabilité du projet, établir un programme et calendrier de mise en œuvre opérationnelle.



Cibles : visiteurs, habitants, acteurs de l'économie touristique, adhérents



Partenaires : mairies, intercommunalités, acteurs touristiques



Indicateurs : nombre d'offres, nombre de sacs donnés, retours, offres labellisées, mise en place du label Famille Plus

CALENDRIER

2023-2024- 2025

AXE 3

DÉVELOPPER L'ANIMATION ET LA COORDINATION DES ACTEURS DU TOURISME

MESURE 1

Accompagner le réseau dans la qualification de son offre



La coordination et l'accompagnement du réseau des acteurs touristiques est une mission importante de l'Office de Tourisme qui s'attache depuis sa création à accompagner les porteurs de projets dans leurs démarches, à faire monter en compétence ses partenaires, soutenir les démarches de qualité et à être au service de ses adhérents.



OBJECTIFS

- Qualifier l'offre touristique et rendre la destination plus performante
- Déployer des démarches qualité en phase avec l'offre et des démarches de progrès (numérique/développement durable, montée en gamme d'hébergements)

ACTION 1

S'assurer de la conformité légale de l'offre d'hébergement



- Veiller les nouvelles offres et leur conformité aux démarches administratives (déclaration en mairie, n° SIRET, taxe de séjour, etc.).
- Déployer l'outil de déclaration dématérialisé des meublés et chambres d'hôtes "Déclaloc", lié à la plateforme taxe de séjour.
- Proposer une formation spécifique sur la réglementation juridique, fiscale et sociale de la location en meublé chaque année et mettre en place des permanences en hors saison sur cette thématique pour accompagner individuellement les adhérents.

ACTION 2

Être au service de ses adhérents : formations, livrets, évènements



- Mettre en place une politique d'adhésion attractive et des services dédiés aux adhérents :
- Proposer un programme de formation annuel (numérique et développement durable avec la CCI et le réseau des OT du PETR Albigeois et Bastides sur 2023-2024) et des accompagnements individuels.
 - Déployer une collection de livrets thématiques (en cours) : porteurs de projets gîte et chambre d'hôtes, gestes responsables et sobriété énergétique, cybersécurité, décoration et marketing.
 - Créer des offres partenariales privilèges accessibles sur présentation de la carte d'adhérent.
 - Faire connaître le territoire et favoriser la mise en réseau : éductour, balade-rando, soirée loto.
 - Mettre en place un lancement de saison "numérique", présenter l'offre, actus, nouveautés.

ACTION 3

Soutenir l'excellence de l'offre et des services portés par les démarches qualité



- Présenter les démarches qualité (labels et classement), notamment celles portées par l'OT, Tarn Tourisme et le CRTL : label accueil vélo, qualité tourisme et tourisme & handicap, clef verte.
- Accompagner à la qualification et la valorisation, démarcher les acteurs touristiques, visiter les hébergements et apporter des conseils, engager une démarche de progrès pour faire monter en gamme les hébergements.



Cibles : acteurs touristiques, hébergeurs, adhérents

Partenaires : PETR, CCI, Tarn Tourisme, CRTL, adhérents

Indicateurs : nombre de déclarations, porteurs de projets, accompagnements, participants, labellisés,

CALENDRIER



AXE 3

DÉVELOPPER L'ANIMATION ET LA COORDINATION DES ACTEURS DU TOURISME

MESURE 2

Favoriser l'émergence de nouvelles offres et les structurer



Le dynamisme d'un territoire est vital pour son développement économique. De nouveaux produits sont nécessaires au renouveau de l'offre et de l'image de la destination. Pour faire rester et consommer visiteur, il faut répondre à ses attentes et le surprendre. Le renouvellement et l'originalité de l'offre sont un enjeu crucial pour faire perdurer et augmenter les retombées économiques sur le territoire.



OBJECTIFS

- Favoriser l'implantation d'activités et d'animations sur le territoire
- Accroître la fréquentation du territoire
- Impulser une dynamique et engendrer une croissance économique

ACTION 1

Accroître le développement et la valorisation des savoir-faire

2023-2024

- Démarcher les entreprises et mettre en place des partenariats.
- Accompagner les entreprises dans la construction de visites et l'ouverture au public.
- Développer une offre et une gamme variées sur les ailes de saison (avant/après) notamment en matière d'agritourisme, d'artisanat d'art et d'énergies renouvelables (hydraulique et éolien).

ACTION 2

Déployer une nouvelle offre sur la presqu'île d'Ambialet correspondante aux attentes de la clientèle

2024

- Créer un produit audioguidé pour découvrir l'histoire d'Ambialet (circuit du patrimoine).
- Favoriser l'implantation d'un petit train touristique sur la presqu'île d'Ambialet.

ACTION 3

Redévelopper l'application les Légendes du Tarn en déployant de nouveaux points d'intérêts et créer un livret jeu accompagnant

2025

- Agrémenter le jeu de points supplémentaires dans les mêmes villages de manière à fournir une offre plus importante et ainsi engendrer davantage de consommation de la part du visiteur.
- Créer un livret de jeux et coloriage en lien avec l'application à vendre (produits identitaires > projet de boutique Axe 2 Mesure 3)

ACTION 4

Participer au déploiement de circuits du patrimoine sur les communes et déployer des itinéraires sur l'outil Cirkwi (story guide)

2025

- Contribuer à la mise en oeuvre de circuits notamment sur les secteurs les plus fréquentés dont Ambialet.
- Créer des circuits à valoriser sur les supports numériques via l'outil Cirkwi et créer des story guide.



Cibles : visiteurs, habitants, acteurs économiques, adhérents



Partenaires : PETR, Tarn Tourisme, Entreprise & Découverte, intercommunalités, mairies



Indicateurs : nombre de nouvelles offres et participants, chiffres et statistiques de fréquentation

CALENDRIER





CALENDRIER OPERATIONNEL PLURIANNUEL 2023-2025

AXES - MESURES	ACTIONS	2023	2024	2025	
1.1	1- Engager l'Office de Tourisme dans une véritable démarche qualité	[Bar chart: 2023-2025]			
	2- Mise en place d'un observatoire touristique (Pilot)			[Bar chart: 2025]	
	3- Classer l'Office de Tourisme en catégorie II			[Bar chart: 2025]	
	1.2	1- Ouvrir les lieux d'accueil du public en adéquation avec la fréquentation		[Bar chart: 2024]	
		2- Améliorer les points relais info tourisme	[Bar chart: 2023]		
		3- Valoriser les actions de l'OT toute l'année	[Bar chart: 2023-2025]		
2.1	1- Construire une stratégie de communication "Vallée du Tarn"	[Bar chart: 2023]			
	2- Mettre en place une véritable gestion de la relation client		[Bar chart: 2024-2025]		
	3- Créer un dossier de presse spécifique et événements média	[Bar chart: 2023]			
2.2	1- Mettre en place un schéma d'accueil et de diffusion de l'information		[Bar chart: 2024]		
	2- Réorganiser la politique des éditions en fonction de l'offre/cibles	[Bar chart: 2023-2025]			
	3- Améliorer la récolte de l'offre événementielle et d'animations	[Bar chart: 2023-2024]			
	4- Améliorer la signalétique hors et infra territoire	[Bar chart: 2023-2025]			
2.3	1- Développer et diversifier la programmation culturelle et nature	[Bar chart: 2023]			
	2- Concevoir des packages pour groupe et individuel et les vendre	[Bar chart: 2023]		[Bar chart: 2025]	
	3- Créer une boutique au sein du point d'accueil d'Ambialet		[Bar chart: 2024]		
	4- Créer un pass visite des sites partenaires			[Bar chart: 2025]	
2.4	1- Qualifier, développer l'offre touristique durable et valoriser les écogestes	[Bar chart: 2023]			
	2- Mener une étude de faisabilité sur le projet de labellisation Famille Plus			[Bar chart: 2025]	
3.1	1- S'assurer de la conformité légale de l'offre d'hébergement	[Bar chart: 2023-2025]			
	2- Être au service de ses adhérents : formations, livrets, événements	[Bar chart: 2023]			
	3- Soutenir l'excellence de l'offre et des services portés par les démarches qualité		[Bar chart: 2024]		
3.2	1- Accroître le développement et la valorisation des savoir-faire		[Bar chart: 2024-2025]		
	2- Déployer une nouvelle offre sur la presqu'île d'Ambialet correspondante aux attentes de la clientèle		[Bar chart: 2024]		
	3- Redévelopper l'application les Légendes du Tarn en déployant de nouveaux points d'intérêts et créer un livret jeu accompagnant		[Bar chart: 2024-2025]		
	4- Participer au déploiement de circuits du patrimoine sur les communes et déployer des itinéraires sur l'outil Cirkwi (story guide)			[Bar chart: 2025]	