



VALLÉE DU TARN  
& MONTS DE L'ALBIGEOIS

TOURISME | OCCITANIE

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

2026-2028

[www.valleedutarn-tourisme.com](http://www.valleedutarn-tourisme.com)

# INTRODUCTION

En 2023, afin de **clarifier, anticiper, avoir une meilleure visibilité des actions à court, moyen et plus long terme**, l'Office de Tourisme s'est doté d'un **schéma directeur établi sur la période 2023-2025**. Ce schéma présente des actions qui sont portées exclusivement par l'Office de Tourisme inhérentes aux missions qui lui sont confiées. **Ce nouvel outil a permis une meilleure lisibilité de nos actions et opérations pluriannuelles.**

Nous ferons, dans les pages suivantes, un **bilan des actions menées** lors de ces trois dernières années.

**Pour rappel, 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 Villefranchois 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**. L'Office de Tourisme Vallée du Tarn & Monts de l'Albigeois participe à la renommée **des destinations « France », « Occitanie », « Tarn » et « Albi, Vallée du Tarn » et a pu conforter son assise au cœur de notre destination touristique.**

## QUELQUES DATES IMPORTANTES DES DERNIÈRES ANNÉES

Mai 2016	CRÉATION DE L'ASSOCIATION DE L'OFFICE DE TOURISME
2017	CRÉATION D'UN SECOND POSTE ET GESTION DU PARC DE VELOS
2018	NOUVEL LIEU D'ACCUEIL À AMBIALET (CHALET), NOUVEAU SITE INTERNET, MISE EN PLACE DE 3 POINTS RELAIS AVEC ECRANS
2019	1er CONTRAT GRAND SITE OCCITANIE ET MISE EN PLACE DE LA PLATEFORME TAXE DE SÉJOUR
2022	REFONTE DU SITE INTERNET, ÉVOLUTION DU PARC D'OUTILS NUMÉRIQUES (2 BORNES NUMÉRIQUES Et 4 NOUVEAUX ECRANS), CREATION D'UN TROISIEME POSTE
2024	NOUVEAU LIEU D'ACCUEIL À AMBIALET (6 ROUTE DU PRIEURÉ) AVEC UNE BOUTIQUE
2025	2nd CONTRAT GRAND SITE OCCITANIE, OUVERTURE DE L'ACCUEIL 7 MOIS, INSTALLATION DU BACK OFFICE DANS LES LOCAUX AU DESSUS DE L'ACCUEIL TOURISTIQUE

**Le nouveau schéma directeur court de 2026 à 2028**, soit trois ans, couvrant ainsi les trois premières années du nouveau mandat municipal et les deux dernières années de la **convention de délégation d'actions, de moyens et d'objectifs 2025-2027** qui lie la structure aux communautés de communes **et le second contrat Grand Site Occitanie Sud de France "Albi, Vallée du Tarn" 2025-2027** qui lie la structure à la Région Occitanie, au Département du Tarn, à la Communauté d'Agglomération du Grand Albigeois, à la Communauté de Communes des Monts d'Alban et du Villefranchois, à la Communauté de Communes de Val81, à la commune d'Albi, à la commune d'Ambialet et à l'Office de Tourisme d'Albi.

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 2025-2027. 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.

La réussite de ce schéma directeur repose sur plusieurs conditions :

- la mobilisation de tous les partenaires et de leur volonté de reconnaître l'Office de Tourisme Vallée du Tarn & Monts de l'Albigeois comme un acteur touristique majeur du territoire
- la résolution des communautés de communes à maintenir une subvention pérenne qui permette de mener à bien les actions proposées.
- la connaissance fine et la prise en compte des besoins des clientèles et de l'évolution de leur comportement et des attentes



# BILAN DU SCHÉMA DIRECTEUR 2023-2025

Le schéma directeur 2023-2025 se déclinait en 3 axes de développement, 8 mesures et 26 actions.

Action non réalisée / Actions non prévues dans le schéma directeur mais réalisées

Actions réalisées	
<b>AXE 1 : CONFORTER ET ANCRER L'OFFICE DE TOURISME COMME ACTEUR INCONTOURNABLE DU TERRITOIRE</b>	
<b>Mesure 1 : Poursuivre la structuration de l'Office de Tourisme et sa montée en puissance</b>	
Action 1 : Engager l'Office de Tourisme dans une véritable démarche qualité	<p>Non réalisé</p> <p>2023 : suivi une formation en interne pour mettre en place notre démarche qualité et prétendre au label Qualité Tourisme</p> <p>2024 le label devient Destination d'Excellence ajoutant plus de 100 critères supplémentaires avec une dimensions RSE/tourisme durable ce qui nous a freiné dans la démarche.</p>
Action 2 : Mise en place d'un observatoire touristique (PiLOT)	Intégration des données 2023 et 2024 dans l'outil PiLOT Evaluametriz avec ADN Tourisme. Cet outil de pilotage permet d'obtenir des indicateurs de performance et de vérifier les efforts de l'OT en adéquation avec la stratégie.
Action 3 : Classer l'Office de Tourisme en catégorie II	Acquisition des derniers critères (3 ETP , ouverture 180 jours...) pour obtenir le classement et réalisation du dossier de demande de classement. Obtention prévue pour 2026.
<b>Mesure 2 : Augmenter la visibilité de l'Office de Tourisme sur le territoire</b>	
Action 1 : Ouvrir les lieux d'accueils du public en adéquation avec la fréquentation	Ouverture du nouveau accueil touristique en 2024 dans un bâtiment en dur avec ouverture en 2025 du 12 avril au 2 novembre (quasi 7 mois) Déplacement du chalet d'Ambialet à Trébas avec une ouverture en juillet et août
Action 2 : Améliorer les points relais info tourisme	6 points relais info tourisme avec écrans et players (pour modifier le contenu à distance) ont été installés. Des cadres pour les écrans sont en cours d'installation avec la mention "l'Office de Tourisme Vallée du Tarn & Monts de l'Albigeois vous informe" et la mention du site internet également Accueil hors les murs : PRL depuis 2023 et la Marquisié (fin en 2024, reprise possible en 2026)
Action 3 : Valoriser les actions de l'OT toute l'année	Envoi du rapport d'activité à chaque mairie. Actualités de l'Office de tourisme envoyées pour diffusion dans les bulletins municipaux.



# BILAN DU SCHÉMA DIRECTEUR 2023-2025

Actions réalisées

## 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"

Stratégie digitale de communication réalisée en 2023. Création d'un planning éditorial annuel pour les réseaux sociaux. Création de plus de 35 articles de blog. Renforcement des liens avec l'OT d'Albi autour du GSO (Instameet, visites pour les scolaires,...) et avec les OT aveyronnais autour du GR736 (topoguide, carte touristique...)  
**Non réalisé : reportage photographique professionnel**

Action 2 : Mettre en place une véritable gestion de la relation client

Installation d'un pop-up GRC avec envoi de newsletter collaborative avec Tarn Tourisme et les Conteurs sur notre site internet  
**Non réalisé : acquisition du logiciel de GRC Avizi**

Action 3 : Créer un dossier de presse spécifique et événements média (presse, blogueurs)

Rédaction et actualisation d'un dossier de presse. Accueil d'une blogueuse en 2025. Renforcement des liens avec Tarn Tourisme pour l'accueil presse.

### 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)

Mise en place de questionnaire de satisfaction à l'accueil et relai d'une enquête de clientèle régionale.  
**Non réalisé : démarche SADI**

Action 2 : Réorganiser la politique des éditions en fonction de l'offre/cibles

Mise en place de carnets de séjours avec Edit Your Self. Guide commun avec l'OT d'Albi "Albi, Vallée du Tarn". Refonte du plan d'Ambialet. **Création d'un guide pêche, guide mobilité. Début de création d'un livret micro-aventure sur le GR736 (non diffusé).**

Action 3 : Améliorer la récolte de l'offre événementielle et d'animations

Actualisation de l'annuaire des associations. Lien amélioré avec la CCMAV pour collecte des données.

Action 4 : Améliorer la signalétique hors et infra territoire

Début de la faisabilité pour changer le panneau de l'autoroute A68.  
**Non réalisé : mise en place de panneaux d'information touristique sur els grands axes routiers de la destinations**



## BILAN DU SCHÉMA DIRECTEUR 2023-2025

Actions réalisées	
<b>Mesure 3 : Construire une offre commerciale</b>	
Action 1 : Développer et diversifier la programmation culturelle et nature	Intégration au guide des visites guidées Curiosité avec l'OT d'Albi et l'AGIT. Création chasse au trésor autonome "le butin disparu de la presqu'île". Nouvelles visites : balade nature Ambialet, Miolles et Fraysse, églises des Monts d'Alban, flâneries nocturnes. Peugeot et Citroën. <b>Billetterie partagé avec l'OT d'Albi.</b>
Action 2 : Concevoir des packages pour groupe et individuel et les vendre	Non réalisée car pas encore de commercialisation. Visites incluses dans le catalogue groupe de l'OT d'Albi et virée verte de Cécile et Henri.
Action 3 : Créer une boutique au sein du point d'accueil d'Ambialet	Création de la boutique avec des produits locaux, point de vente pour les adhérents.
Action 4 : Créer un pass visite des sites partenaires	<b>Non réalisé.</b>
<b>Mesure 4 : Promouvoir un tourisme responsable</b>	
Action 1 : Qualifier, développer l'offre touristique durable et valoriser les écogestes	Déploiement du label Accueil Vélo, WeGoGreenR, Green Destinations. Création rubrique Voyager vert dans le site internet. Début du travail de création d'un guide nature. 7 nouvelles fiches randonnées. Mise en place de sac poubelle pour les visiteurs souhaitant ramasser les déchets.
Action 2 : Mener une étude de faisabilité sur le projet de labellisation Famille Plus	<b>Non réalisé.</b>



# BILAN DU SCHÉMA DIRECTEUR 2023-2025

Actions réalisées	
<b>AXE 3 : DÉVELOPPER L'ANIMATION ET LA COORDINATION DES ACTEURS DU TOURISME</b>	
<b>Mesure 1 : Accompagner le réseau dans la qualification de son offre</b>	
Action 1 : S'assurer de la conformité légale de l'offre d'hébergement	Vérification de la conformité aux démarches admin (déclaration en mairie...), Formation sur la réglementation juridique et fiscale des meublés. Accompagnement individuel des adhérents.
Action 2 : Être au service de ses adhérents : formations, livrets, événements	Création de livrets thématiques (porteurs de projets, éco-gestes, décoration et cuber-sécurité). Développement des rencontres : éductour, rando-rencontre.... Création de vidéos format réel. Création d'un groupe Whatsapp pour les pro.
Action 3 : Soutenir l'excellence de l'offre et des services portés par les démarches qualité	Présentation des labels. Accompagnement à la labélisation.
<b>Mesure 2 : Favoriser l'émergence de nouvelles offres et les structurer</b>	
Action 1 : Accroître le développement et la valorisation des savoir-faire	Collaboration avec Tarn Tourisme sur le tourisme de savoir-faire, diffusion du guide pratique du tourisme de savoir-faire.
Action 2 : Déployer une nouvelle offre sur la presqu'île d'Ambialet correspondant aux attentes de la clientèle	Non réalisé : audioguide et petit train sur Ambialet
Action 3 : Redévelopper l'application les Légendes du Tarn en déployant de nouveaux points d'intérêts et de créer un livret jeu accompagnant	Intégration du Sidobre en 2023. Suppression de l'application en 2025 faute de financement par le PETR pour la maintenance.
Action 4 : Participer au déploiement de circuits du patrimoine sur les communes et déployer des itinéraires sur l'Outil Cirkwi (story guide)	Cirkwi a été remplacé par Geotrek (gestion du logiciel, intégration des 29 sentiers de randonnées + intégration à l'application Tarn Pleine Nature)



# BILAN DU SCHÉMA DIRECTEUR 2023-2025

## Bilan du dernier schéma directeur Chronologie des nouveautés 2023-2025

- Refonte de la carte Vallée du Tarn et des flyers Ambialet, locations de vélos et Greschny
- Chasse au trésor « Le Butin Disparu de la presque île »
- 3 nouvelles visites : Balade nature Ambialet et Miolles, Eglises des Monts d'Alban, Flâneries nocturnes
  - 1<sup>er</sup> instameet Albi Vallée du Tarn
  - Topoguide GR736 Gorges et Vallée du Tarn
- Nouvel accueil Hors les Murs : PRL Domaine Vallée du Tarn
  - Nouvelle grille tarifaire des cotisations
  - Stratégie digitale de communication
- Ouverture sur 6 mois
- Observatoire PilOT
- Création dossier de Classement (classement en 2026)
- Amélioration des points relais info tourisme (cadre écran)
  - Création guide nature
- Livret thématique : nouveaux porteurs de projet
  - 7 nouvelles fiches rando
    - DUERP
    - Guide pêche
- Micro-aventure GR736 Gorges et Vallée du Tarn
  - Guide mobilité



- Nouvel accueil touristique à Ambialet
  - Boutique
  - Chalet déplacé à Trébas
- Mise en place des enquêtes de satisfaction
- Newsletter GRC collaborative avec les Conteurs
  - Dossier de presse
- 2 nouvelles visites : Balade nature Le Fraysse, Peugeot et Citroën + Billetterie OT Albi
  - Livrets thématiques : écogestes, décoration, cybersécurité
    - Refonte du plan d'Ambialet
- Carte touristique GR736 Gorges et Vallée du Tarn
  - Refonte du guide de l'adhérent
    - 3 ETP permanents
      - Outil Geotrek
- Groupe WhatsApp pour les hébergeurs
- Vidéo promotion sous format réels
  - Rando-rencontre



# SCHÉMA DIRECTEUR 2026-2028

## 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 (PR et GR) aux dénivelés variés, sa baignade en eaux vives dans la rivière à Trébas-les-Bains, ses parcours de canoë/paddle, son pôle nature escalade, ses fresques de Greschny, sa centrale hydro-électrique, ses visites de ferme, sa Maison des illustres Jean Jaurès, ses parcs animaliers, 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, paddle, escalade, quad

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 sur les thèmes du patrimoine minier, des APN, de Greschny

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



# SCHÉMA DIRECTEUR 2026-2028

## 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/paddle
- Baignade en eaux vives à Trébas, Station Verte et Pavillon Bleu
- Point de fraîcheur et poumon vert du Tarn
- Topographie/dénivelé/offre de randonnée et GR (36 et 736 Gorges et Vallée du Tarn)
- Fresques de Greschny
- Pôle Nature Escalade
- Jean Jaurès

### **POINTS À CONFORTER (FAIBLESSES)**

- Une destination en développement
- L'accès à la Vallée du Tarn et le réseau de transport
- Une saisonnalité forte
- Les moyens financiers
- La commercialisation de l'offre
- Qualité de l'offre à renforcer
- Tourisme de savoir-faire
- Les châteaux privés non visitables
- Les points de vues non aménagés
- Le manque d'hébergements sur les GR
- Le manque d'autres points de baignade (rivière et lacs)

### **OPPORTUNITÉS**

- La notoriété des Gorges du Tarn
- La proximité de Toulouse et d'Albi, Cordes sur Ciel et l'Aveyron
- L'accompagnement financier Région-Leader
- La curiosité des habitants de la nouvelle Région et du Tarn à découvrir leur patrimoine
- Terre d'activités pleine nature : VTT, vélo, trail, pêche, quad, escalade
- Le patrimoine minier
- Le tourisme vert/durable et de proximité
- La dynamique du réseau GSO pour optimiser les renvois d'un site à l'autre

### **POINTS D'ATTENTION (MENACES)**

- La continuité du contrat GSO
- Diversification et saisonnalité de l'offre
- Concurrence des destinations infra Tarn et région



# SCHÉMA DIRECTEUR 2026-2028

## 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. Clientèle française : Paris, 44, 59, 33 Clientèle étrangère : Pays-Bas, Espagne, Royaume-uni	Famille enfants +7ans/ados Couples qui n'ont pas d'enfant/retraités/jeunes actifs CSP+ Groupe de séniors Colonies de vacances	Randonneurs Amateurs de nature



# AXES DU SCHÉMA DIRECTEUR 2026-2028

## MESURES - ACTIONS

**LE SCHÉMA DIRECTEUR REPOSE SUR 4 AXES DE DÉVELOPPEMENT,  
11 MESURES ET 27 ACTIONS :**

réparties comme suit : 7 pour les adhérents, 13 pour les visiteurs et 7 pour l'organisation interne

### AXE 1

## RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ ET LA PROMOTION DE LA DESTINATION ET ACCROITRE LA VISIBILITÉ DE L'OFFICE DE TOURISME

### MESURE 1 Renforcer la notoriété de la destination par des actions de communication

- ACTION 1** *ORGA INTERNE (1/7)* Déployer une stratégie de communication digitale renforcée (en lien avec le Grand Site Occitanie Albi, Vallée du Tarn)
- ACTION 2** *VISITEURS (1/13)* Créer du contenu pour les supports de promotion
- ACTION 3** *VISITEURS (2/13)* Améliorer la signalétique hors territoire

### MESURE 2 Engager l'Office du Tourisme dans de nouvelles démarches de progrès

- ACTION 4** *ORGA INTERNE (2/7)* Classer l'office de Tourisme en catégorie II
- ACTION 5** *ORGA INTERNE (3/7)* Engager l'Office de Tourisme vers une démarche qualité
- ACTION 6** *ORGA INTERNE (4/7)* Réaliser un état des lieux RSE au sein de l'Office de Tourisme

### MESURE 3 Augmenter la visibilité de l'Office de Tourisme sur le territoire

- ACTION 7** *ORGA INTERNE (5/7)* Mettre en place un schéma d'accueil et de diffusion de l'information (SADI)
- ACTION 8** *VISITEURS (3/13)* Mettre en place une véritable gestion relation client
- ACTION 9** *ORGA INTERNE (6/7)* Valoriser les actions de l'OT toute l'année

### AXE 2

## VERS UN TOURISME DURABLE ET RESPONSABLE

### MESURE 4 Accompagner les acteurs touristiques vers des pratiques durables

- ACTION 10** *ADHÉRENTS (1/7)* Aller à la rencontre des prestataires pour sensibiliser aux écogestes et aux démarches de labellisation
- ACTION 11** *ADHÉRENTS (2/7)* Mettre en place des éducteurs et formations avec des partenaires

### MESURE 5 Favoriser la mobilité douce et la préservation des espaces naturels

- ACTION 12** *VISITEURS (4/13)* Aider au développement et à la valorisation des offres autour de la mobilité douce
- ACTION 13** *VISITEURS (5/13)* Mettre en œuvre des actions de préservation de l'environnement

### MESURE 6 Structurer et valoriser une offre de pleine nature et de multi-activités

- ACTION 14** *VISITEURS (6/13)* Valoriser une offre multi-activités (randonnée, vélo, canoë, escalade) autour des sites et itinéraires existants
- ACTION 15** *VISITEURS (7/13)* Concevoir des produits de noctourisme et de ressourcement



# AXES DU SCHÉMA DIRECTEUR 2026-2028

## MESURES - ACTIONS

### AXE 3

#### DÉVELOPPER ET DIVERSIFIER L'ACTIVITÉ COMMERCIALE DE L'OFFICE DE TOURISME

##### MESURE 7 Enrichir et structurer l'offre commerciale

- ACTION 16** *ADHÉRENTS (3/7)* Développer des paniers d'accueil et offres dédiées aux hébergeurs et à leurs clients.
- ACTION 17** *VISITEURS (8/13)* Développer et promouvoir des itinéraires d'inspiration thématiques (famille, couples, seniors, amis).
- ACTION 18** *ORGA INTERNE (7/7)* Créer une offre commerciale groupe et individuel

##### MESURE 8 Faire de la boutique un véritable lieu d'expérience

- ACTION 19** *ADHÉRENTS (4/7)* Organiser des événements réguliers à la boutique
- ACTION 20** *VISITEURS (9/13)* Développer une boutique éthique

##### MESURE 9 Développer une offre de visites et expériences à forte valeur ajoutée

- ACTION 21** *VISITEURS (10/13)* Créer de nouvelles expériences de découverte patrimoniale et naturelle
- ACTION 22** *VISITEURS (11/13)* Développer de nouvelles visites guidées (individuel et groupe)

### AXE 4

#### COORDONNER ET ANIMER LE RÉSEAU DES ACTEURS DU TOURISME ET DES HABITANTS

##### MESURE 10 Renforcer et élargir le réseau des acteurs touristiques

- ACTION 23** *ADHÉRENTS (5/7)* Organiser des rencontres de réseau
- ACTION 24** *ADHÉRENTS (6/7)* Créer une charte ambassadeur et des outils de reconnaissance et développer la fierté d'appartenance
- ACTION 25** *ADHÉRENTS (7/7)* Accompagner à la qualification des acteurs touristiques

##### MESURE 11 Animer le réseau des habitants

- ACTION 26** *VISITEURS (12/13)* Travailler sur une offre scolaire pour les écoles locales
- ACTION 27** *VISITEURS (13/13)* Faire des habitants et associations du territoire des acteurs à part entière de la démarche de promotion de la destination

## AXE

## 1

# RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ ET LA PROMOTION DE LA DESTINATION ET ACCROITRE LA VISIBILITÉ DE L'OFFICE DE TOURISME

## MESURE

1

## Renforcer la notoriété de la destination par des actions de communication



Cette mesure vise à affirmer l'identité du territoire, valoriser ses atouts distinctifs et développer une image cohérente, attractive et différenciante. Il est essentiel pour l'Office de Tourisme de la Vallée du Tarn & Monts de l'Albigeois de structurer et intensifier ses actions de communication. En s'appuyant sur des outils de communication adaptés et une stratégie multicanale, l'Office de Tourisme entend renforcer sa visibilité auprès des clientèles cibles et améliorer la reconnaissance de la destination à l'échelle locale, régionale et nationale.



### OBJECTIFS

- Développer une stratégie de communication globale, cohérente et partagée.
- Accroître la visibilité digitale (site internet, réseaux sociaux, référencement).
- Fidéliser les visiteurs et encourager le bouche-à-oreille positif.

## ACTION

1

### Déployer une stratégie de communication digitale renforcée (en lien avec le Grand Site Occitanie Albi, Vallée du Tarn)

- Réaliser une stratégie de com 360 (diffusion doc, réseaux sociaux, réels, portraits d'acteurs, storytelling, site web, éditions, newsletter Grand Public) en lien avec le Grand Site occitanie et la région
- Continuer l'organisation des "instameet" avec l'Office de Tourisme d'Albi et Albitadam

## ACTION

2

### Créer du contenu pour les supports de promotion

- Réaliser un reportage photographique avec des personnes ressources du territoire et organiser un concours photo
- Se former à la vidéo en drone
- Améliorer la communication en format vidéo : vlog GR 36 et 736 et pôle nature / réel hébergement, acteurs touristiques
- Consolider la photothèque
- Créer du contenu dédié aux articles de blogs et aux éditions,
- Cibler les contenus manquants et mettre en place des collaborations avec les assos locales/habitants pour valoriser du contenu historique (cartes postales (ex: expo en 2014 de cartes postales à Trébas, se rapprocher des MJC...))

## ACTION

3

### Améliorer la signalétique hors territoire

- Remplacer le panneau autoroutier de l'A68 "Vallée du Tarn"



**Cibles : visiteurs et partenaires**



**Partenaires : OT Albi, Associations locales, Communautés de Communes**



**Indicateurs : nombres de participants aux instameet, statistiques des outils numériques**

## AXE

## 1

# RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ ET LA PROMOTION DE LA DESTINATION ET ACCROITRE LA VISIBILITÉ DE L'OFFICE DE TOURISME

**MESURE**  
2

**Engager l'Office du Tourisme dans de nouvelles démarches de progrès**


Cette mesure vise à transformer l'organisation interne de l'Office de Tourisme pour en faire un moteur d'excellence territoriale. En s'inscrivant dans une dynamique d'amélioration continue, la structure cherche à optimiser son efficacité opérationnelle et à professionnaliser ses services. L'enjeu est double : assurer une satisfaction client irréprochable et affirmer le rôle fédérateur de l'Office auprès des partenaires locaux et des collectivités.


**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**  
4

**Classer l'Office de Tourisme en catégorie II**

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).

- Déposer le dossier

**ACTION**  
5

**Engager l'Office de Tourisme dans une véritable démarche qualité**

- S'inspirer des critères du label Destination d'excellence pour mettre en place des actions au sein de l'office de tourisme et rédiger des fiches procédures

**ACTION**  
6

**Réaliser un état des lieux RSE au sein de l'Office de Tourisme**

- Rentrer dans une démarche RSE en se formant avec Climat Local, aider de Tarn Attractivité et l'ADEME pour réaliser notre raison d'être et définir nos actions prioritaires
- Etudier la demande d'un label tourisme et handicap



**Cibles : OT, visiteurs, adhérents et partenaires**



**Partenaires : Tarn Attractivité, Climat Local, ADEME, AFDAS Région Occitanie**



**Indicateurs : acquisition du classement II et labels, réalisation de fiches procédures**

## AXE

## 1

# RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ ET LA PROMOTION DE LA DESTINATION ET ACCROITRE LA VISIBILITÉ DE L'OFFICE DE TOURISME

**MESURE**  
3

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


Cette mesure vise à ancrer physiquement et numériquement l'Office de Tourisme au cœur de son territoire pour devenir le point de référence incontournable de l'information. Parallèlement, un effort de communication institutionnelle sera mené pour valoriser l'expertise de l'équipe et les succès de la structure auprès des professionnels, des élus et des habitants.


**OBJECTIFS**

- Garantir une couverture informative efficace sur l'ensemble du territoire
- Moderniser l'expérience client et le suivi relationnel
- Affirmer l'identité et la valeur ajoutée de l'Office

**ACTION**  
7

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

- Lancer la démarche de SADI en concertation avec les acteurs touristiques et les collectivités.

**ACTION**  
8

**Mettre en place une véritable gestion relation client**

- Etudier la faisabilité d'acquérir le logiciel CoqTrotteur pour une meilleure gestion du avant pendant et après séjour
- Mettre en place des propositions de prise de rendez-vous visio ou par téléphone aux visiteurs en prévision de leur séjour

**ACTION**  
9

**Valoriser les actions de l'OT toute l'année**

- Travailler sur des newsletters affinitaires  
Newsletter mensuelle pro (1 : avec les chiffres clés, nb de visiteurs, flux des sites touristiques, CA boutique, observatoire... 2 : initiatives durables et le slow tourisme, veille informatique, formation CCI...)
- Valoriser les actions de l'OT sur le compte pro facebook et LinkedIn
- Valoriser les avis clients
- Valoriser les 10 ans de création de l'OT
- Identité à l'accueil : tenue vestimentaire (T-shirt, sweat, gilet, etc.)



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



**Partenaires : mairies, intercommunalités, commerces, Coq Trotteur**



**Indicateurs : statistiques newsletter, retours clients, chiffres de fréquentation**

## AXE

## 2

## VERS UN TOURISME DURABLE ET RESPONSABLE

## MESURE

4

## Accompagner les acteurs touristiques vers des pratiques durables



Cette mesure place l'Office de Tourisme dans un rôle de catalyseur de la transition écologique sur le territoire. L'objectif est d'agir comme un relais de proximité pour sensibiliser, former et accompagner les prestataires. En s'appuyant sur un réseau d'experts techniques, l'Office souhaite lever les freins au changement et valoriser les initiatives locales engagées. Cette dynamique collective vise à transformer l'offre touristique de la Vallée du Tarn et des Monts de l'Albigeois en une destination exemplaire et labellisée.



## OBJECTIFS

- Professionnaliser le réseau de prestataires
- Valoriser l'offre de tourisme durable

## ACTION

10

## Aller à la rencontre des prestataires pour sensibiliser aux écocgestes et aux démarches de labellisation

À destination des hébergeurs, restaurateurs, sites

- Être au plus près des acteurs touristiques sur le terrain et sensibiliser et accompagner les acteurs touristiques au développement durable et aux labels (Clé Verte, LPO, Gîtes de France).
- Participer avec Tarn Attractivité au questionnaire Green Destinations
- Diffuser le guide nature / livret des 9 écocgestes
- L'Office de Tourisme se veut un relais de l'information sur les initiatives durables
- Intégrer les pros dans la page "Voyager vert" du site web et améliorer la mises en avant des pratiques vertes sur le site internet pour plus de visibilité

## ACTION

11

## Mettre en place des éductours et formations avec des partenaires

- Proposer des éductours sur l'environnement : initiation pêche, tri sélectif, économie d'eau, préservation et plantation de haie, hébergement de la biodiversité, économie d'énergie, création de nichoir...
- Mettre en place des partenariats avec l'ADEME, CCI, Trifyl, CPIE, LPO...



**Cibles : adhérents et acteurs**



**Partenaires : Tarn Attractivité, ADEME, CCI, Trifyl, CPIE, LPO, Clé Verte, Gîtes de France**



**Indicateurs : gain de qualité, augmentation de la fréquentation**

## AXE

## 2

## VERS UN TOURISME DURABLE ET RESPONSABLE

MESURE  
5

## Favoriser la mobilité douce et la préservation des espaces naturels



Cette mesure vise à concilier la découverte du territoire avec la protection rigoureuse de son capital naturel. L'Office de Tourisme s'engage à devenir un acteur central de la mobilité durable. Parallèlement, un volet crucial est dédié à la préservation directe de l'environnement : il s'agit de protéger les écosystèmes fragiles, comme les berges du Tarn et les zones forestières, tout en sensibilisant les publics par des actions concrètes de nettoyage et une signalétique pédagogique adaptée. L'objectif est de promouvoir un concept d'"aventure douce" qui respecte la biodiversité locale.



## OBJECTIFS

- Développer et structurer l'offre d'itinérance douce
- Protéger et valoriser les sanctuaires naturels
- Sensibiliser par l'action et la pédagogie

ACTION  
12

## Aider au développement et à la valorisation des offres autour de la mobilité douce

- Participer au plan vélo du département sur les déplacements doux (véloroute, sécurisation vélo route)
- Etudier la possibilité d'être sur Geovelo
- Aider à la création de parcours VTT reconnus
- Aider à la création de parcours trail / station trail / trail GR36
- Valoriser la biodiversité et la découverte de la nature en s'appuyant sur les itinéraires de découverte existants (panneaux ludiques, animations, visites...) et une documentation pédagogique. / Aider à la création de nouveaux parcours (Alban...)
- Miser sur le concept d'aventure douce

ACTION  
13

## Mettre en œuvre des actions de préservation de l'environnement

- Aider à la préservation des berges du Tarn : préserver les berges, améliorer l'aménagement, la signalétique et la sensibilisation, dans le but de préserver l'habitat naturel des loutres et les visites guidées
- Mettre en place des actions de nettoyage et de ramassage de déchets / clean day / randonnée 0 plastique
- Aider à la préservation de nos forêts / précaution incendie
- Aider à la mise en place de ponton de pêche handicap en lien avec le Syndicat de rivière, les collectivités, la fédération de pêche du Tarn et l'AAPPMA



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



**Partenaires : offices de tourisme, acteurs de l'économie touristique, mairies, intercommunalités, associations, département, Fédération de pêche, AAPPMA, Syndicat de rivière**



**Indicateurs : retour sur les animations et projets mis en place**

## AXE

## 2

## VERS UN TOURISME DURABLE ET RESPONSABLE

MESURE  
6

## Structurer et valoriser une offre de pleine nature et de multi-activités



Cette mesure vise à transformer le potentiel naturel du territoire en une offre touristique structurée, diversifiée et accessible. L'objectif est de fédérer les activités de pleine nature en proposant des services complets incluant l'hébergement et la restauration. En misant sur le concept de "micro-aventure" et sur des thématiques innovantes comme le noctourisme, l'Office de Tourisme souhaite positionner la destination comme un espace de ressourcement privilégié.



## OBJECTIFS

- Structurer et commercialiser l'itinérance et développer des services facilitateurs
- Moderniser la visibilité numérique et physique
- Développer une offre de "noctourisme" et de contemplation

ACTION  
14

## Valoriser une offre multi-activités (randonnée, vélo, canoë, escalade) autour des sites et itinéraires existants

- Structurer une offre séjour (hébergement, restauration) autour des sentiers de randonnée GR et la commercialiser avec Sud Rando ou la Balaguère
- Améliorer la communication autour des GR avec Tarn Attractivité
- Mise en place d'un guide des micro-aventure du GR736 (multimodal : canoë, rando, cheval, âne, vélo)
- Mise en place de location vélo électrique spécial participants GR
- Participer à la mise en place du site web GR736
- Participer au salon du randonneur de Lyon
- Structurer l'offre autour du Pole Nature de Mont-Roc + mise en avant du futur topoguide + création de contenus
- Conforter la base de données geotrek avec passerelle Apidae et mise en commun avec l'Aveyron / POI geotrek (tablette)
- Créer les points Google My Business de tous les départs de randonnée

ACTION  
15

## Concevoir des produits de noctourisme et de ressourcement

- Créer un produit marketing « Les nuits du méandre » (escape géant priuré)
- Référencer et aménager des sites de contemplation et de ressourcement (observation des étoiles, sorties crépusculaires, nuit de la chouette LPO)
- Référencer et aménager des points de vue
- Étude de faisabilité du label Villes et Villages étoilés



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



**Partenaires : PNR, Office de Tourisme, Tarn Attractivité, intercommunalité, associations, LPO**



**Indicateurs : chiffres de fréquentation, statistiques numériques, nombres de visiteurs**

# AXE 3

## DÉVELOPPER ET DIVERSIFIER L'ACTIVITÉ COMMERCIALE DE L'OFFICE DE TOURISME

### MESURE 7 Enrichir et structurer l'offre commerciale



Cette mesure vise à transformer l'expertise territoriale de l'Office de Tourisme en une offre commerciale structurée, génératrice de valeur pour la structure et ses partenaires. L'enjeu est de passer d'un rôle d'informateur à celui d'apporteur d'affaires en créant des synergies directes entre la boutique, les hébergeurs et les prestataires d'activités.



#### OBJECTIFS

- Booster la commercialisation locale et partenariale
- Structurer une offre de groupes et de produits exclusifs
- Améliorer le conseil expert par l'offre thématique

### ACTION 16

#### Développer des paniers d'accueil et offres dédiées aux hébergeurs et à leurs clients.

- Mise en place de codes promo pour les clients des hébergements pour une visite guidée par ex
- Création de paniers de produits locaux pour l'arrivée des clients (lié à la boutique) (à voir en vente à la boutique également)

### ACTION 17

#### Développer et promouvoir des itinéraires d'inspiration thématiques (famille, couples, seniors, amis).

- Concevoir des fiches journalières « idées sorties » et des journées types de visite adaptée aux contraintes du territoire et des professionnels pour mettre à disposition des clients des adhérents

### ACTION 18

#### Créer une offre commerciale groupe et individuel

- Etudier d'une faisabilité de commercialisation (garanties)
- Valoriser des packages par thématiques avec visites et activités de loisirs avec le GSO (Cécile et Henri, brochure groupe)
- Créer des pass visite des sites partenaires
- Développer des animations diversifiées et adaptées à divers publics (itinéraires gourmands, visites à la ferme...)
- Créer des outils de promotion des marchés, de la vente directe, des produits locaux
- Développer des animations diversifiées et adaptées à divers publics (visite d'ateliers, stage, marchés d'artisanat...)
- Mettre en place des offres VIP et comité d'entreprise (visites privatisées privilèges/uniques)



**Cibles : acteurs touristiques, hébergeurs, adhérents**



**Partenaires : Tarn Attractivité, Office de Tourisme d'Albi**



**Indicateurs : chiffres de fréquentation, nombres de ventes**

# AXE

## 3

# DÉVELOPPER ET DIVERSIFIER L'ACTIVITÉ COMMERCIALE DE L'OFFICE DE TOURISME

### MESURE 8

## Faire de la boutique un véritable lieu d'expérience



Cette mesure vise à transformer l'espace boutique de l'Office de Tourisme en un lieu de vie dynamique, éthique et attractif, dépassant sa simple fonction de point de vente. L'objectif est de renforcer l'attractivité de la structure en organisant des événements réguliers qui favorisent la mise en réseau des acteurs locaux et la découverte des produits du territoire. Parallèlement, la boutique s'inscrit dans une démarche de responsabilité sociétale en privilégiant des partenariats éthiques et en améliorant son identité visuelle pour devenir une vitrine exemplaire de l'art de vivre en Vallée du Tarn et Monts de l'Albigeois.



### OBJECTIFS

- Dynamiser le lieu par l'événementiel et le réseau
- Engager la boutique dans une démarche éthique et locale

### ACTION 19

## Organiser des événements réguliers à la boutique

- Mise en réseau avec cafés, lancements de saison, dégustations, bilans de saison

### ACTION 20

## Développer une boutique éthique

- Améliorer l'attractivité extérieure et l'entrée de la boutique
- Créer une charte fournisseurs (produits locaux, démarche RSE)
- Être revendeur de la carte de pêche



**Cibles : visiteurs, adhérents, producteurs**



**Partenaires : AAPPMA, Fédération de pêche du Tarn**



**Indicateurs : nombre de ventes, satisfaction des adhérents**

# AXE 3

## DÉVELOPPER ET DIVERSIFIER L'ACTIVITÉ COMMERCIALE DE L'OFFICE DE TOURISME

MESURE  
9

### Développer une offre de visites et expériences à forte valeur ajoutée



Cette mesure vise à enrichir l'offre de découverte du territoire par la création d'expériences immersives et mémorielles qui valorisent les spécificités locales. L'objectif est de moderniser la médiation culturelle en intégrant des outils numériques, comme des podcasts ou des visites audioguidées, tout en réhabilitant des pans méconnus de l'histoire locale, notamment le patrimoine minier et industriel. En s'appuyant sur des partenariats avec des guides conférenciers et des experts nature, l'Office de Tourisme souhaite proposer une programmation renouvelée, capable de captiver aussi bien les clientèles individuelles que les groupes, tout en pérennisant le devoir de mémoire au sein de nos villages.



#### OBJECTIFS

- Diversifier les formats de médiation et de découverte
- Valoriser l'identité singulière du territoire

ACTION  
21

### Créer de nouvelles expériences de découverte patrimoniale et naturelle

- Mettre en valeur le patrimoine minier et industriel
- Réaliser des podcast/visites audioguidées via des applis pour mettre en valeur nos villages (devoir de mémoire)
- Participer à la réalisation d'un parcours de visite sur Ambialet (livret + panneau)

ACTION  
22

### Développer de nouvelles visites guidées (individuel et groupe)

- Travailler sur un nouveau programme avec l'AGIT et Bastien guide nature (ex: visite de Grandval? Château de St André?...)



**Cibles : visiteurs, habitants**



**Partenaires : AGIT, mairie d'Ambialet, intercommunalités, associations**



**Indicateurs : chiffres de fréquentation**

## AXE

## 4

## COORDONNER ET ANIMER LE RÉSEAU DES ACTEURS DU TOURISME ET DES HABITANTS

MESURE  
10

## Renforcer et élargir le réseau des acteurs touristiques



Cette mesure vise à consolider le rôle fédérateur de l'Office de Tourisme en animant une communauté dynamique d'acteurs locaux engagés. L'enjeu est de transformer les prestataires (hébergeurs, restaurateurs, commerçants) en véritables ambassadeurs du territoire en renforçant leur sentiment d'appartenance et leur qualification professionnelle.



## OBJECTIFS

- Affirmer sa valeur ajoutée en tant qu'apporteur d'affaires et centre de ressources techniques pour l'ensemble de la filière touristique
- Soutenir l'entrepreneuriat et les projets locaux

ACTION  
23

## Organiser des rencontres de réseau

- Rencontrer directement chez les non adhérents (restaurateurs, hébergements) : rencontre avec témoignages pour inciter à adhérer et parler de ce que l'office nous apporte
- Démontrer la valeur ajoutée de l'Office de Tourisme comme apporteur d'affaires.
- Continuité des éductours, rando rancontre + café, lancements de saison (CF boutique lieu de rencontre)

ACTION  
24

## Créer une charte ambassadeur et des outils de reconnaissance et développer la fierté d'appartenance

- Faire des adhérents de vrais ambassadeurs
- Créer une charte ambassadeur : valeur et pratique
- Avoir une mascotte « la loutre » : autocollant pour commerce et voiture
- Faire connaître le réseau ambassadeurs aux pros d'Albi par rapport au GSO (OT Albi et ABI, eductour interne)
- Offrir une visite guidée aux adhérents
- Repenser l'outil de communication vers les pros et l'animer
- Penser à un réseau des bénévoles pour faire de l'accueil hors les murs lors de manifestations par exemple

ACTION  
25

## Accompagner à la qualification des acteurs touristiques

- Être habilité à labeliser chambre d'hôtes référence
- Mettre en place une formation avec le Centre des Finances Publiques du Tarn sur la fiscalité en lien avec Tarn Attractivité et les Offices de Tourisme Tarnais
- Mettre en place un parcours d'accompagnement des porteurs de projets et des prestataires touristiques intégrant les champs d'intervention des Communautés de communes
- Visite sur place des porteurs de projets / acteurs touristiques
- Actualiser le livret porteur de projets



**Cibles :** adhérents, commerces, habitants, hébergeurs et acteurs touristiques



**Partenaires :** Tarn Attractivité, intercommunalités, Centre des Finances Publiques du Tarn



**Indicateurs :** augmentation du nombre d'adhérents, visibilité de l'Office de Tourisme

## AXE

## 4

## COORDONNER ET ANIMER LE RÉSEAU DES ACTEURS DU TOURISME ET DES HABITANTS

MESURE  
11

## Animer le réseau des habitants



Cette mesure vise à transformer les habitants et les associations locales en véritables acteurs du développement et de la promotion de la destination. L'objectif est de renforcer le lien social et le sentiment de fierté territoriale en impliquant directement la population dans la valorisation du patrimoine local et de la mémoire collective.



## OBJECTIFS

- Structurer et valoriser une offre dédiée à la jeunesse locale
- Impliquer les habitants dans la promotion du patrimoine
- Fédérer le tissu associatif et améliorer la communication de proximité

ACTION  
26

## Travailler sur une offre scolaire pour les écoles locales

- Mettre en place le pass culture/chèque vacances
- Valoriser nos visites pour en faire une vraie offre scolaire et offre colonies de vacances/bases de loisirs départementales (visite nature, visites guidées thématiques, sentier d'interprétation...)
- Formation interne de guide conférencier
- Offre sorties pédagogiques GSO

ACTION  
27

## Faire des habitants et associations du territoire des acteurs à part entière de la démarche de promotion de la destination

- Améliorer la communication avec les associations locales via des réunions générales
- Faire des habitants et associations du territoire des acteurs à part entière de la démarche de promotion du patrimoine local en incitant et accompagnant les initiatives participatives autour de la mémoire collective et de l'histoire des lieux (passé industriel, sportif...)
- Améliorer notre communication sur les écrans
- Inviter les assos locales au lancement de saison
- Mettre en place un véritable calendrier des événements phares sur l'année à diffuser aux adhérents
- Identifier une personne référente par secteur : un portrait = un village



**Cibles :** visiteurs, habitants, écoles, acteurs touristiques



**Partenaires :** Office de Tourisme d'Albi, associations, AFDAS



**Indicateurs :** nombres de réservation de visites, chiffres de fréquentation



## CALENDRIER OPERATIONNEL PLURIANNUEL 2026-2028

AXES - MESURES	ACTIONS	2026	2027	2028	
<b>1.1</b>	1- Déployer une stratégie de communication digitale renforcée				
	2- Créer du contenu pour les supports de promotion				
	3- Améliorer la signalétique hors territoire				
	<b>1.2</b>	4- Classifier l'office de Tourisme en catégorie II			
		5- Engager l'Office de Tourisme vers une démarche qualité			
		6- Réaliser un état des lieux RSE au sein de l'Office de Tourisme			
	<b>1.3</b>	7- Mettre en place un schéma d'accueil et de diffusion de l'informaton (SADI)			
		8- Mettre en place une véritable gestion de la relation client			
		9- Valoriser les actions de l'OT toute l'année			
<b>2.4</b>	10- Aller à la rencontre des prestataires pour sensibiliser aux écogestes et aux démarches de labellisation				
	11- Mettre en place des éductours et formations avec des partenaires				
<b>2.5</b>	12- Aider au développement et à la valorisation des offres autour de la mobilité douce				
	13- Mettre en œuvre des actions de préservation de l'environnement				
<b>2.6</b>	14- Valoriser une offre multi-activités (randonnée, vélo, canoë, escalade) autour des sites et itinéraires existants				
	15- Concevoir des produits de noctourisme et de ressourcement				
<b>3.7</b>	16- Développer des paniers d'accueil et offres dédiées aux hébergeurs et clients.				
	17- Développer et promouvoir des itinéraires d'inspiration thématiques.				
	18- Créer une offre commerciale groupe et individuel				
<b>3.8</b>	19- Organiser des événements réguliers à la boutique				
	20- Développer une boutique éthique				
<b>3.9</b>	21- Créer de nouvelles expériences de découverte patrimoniale et naturelle				
	22- Développer de nouvelles visites guidées (individuel et groupe)				
<b>4.10</b>	23- Organiser des rencontres de réseau				
	24- Créer une charte ambassadeur et des outils de reconnaissance et développer la fierté d'appartenance				
	25- Accompagner à la qualification des acteurs touristiques				
<b>4.11</b>	26- Travailler sur une offre scolaire pour les écoles locales				
	27- Faire des habitants et associations du territoire des acteurs à part entière de la démarche de promotion de la destination				