République Française
Département de l'Hérault
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES VALLÉE DE L'HÉRAULT

~~~~~~

DÉLIBÉRATION DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE - Réunion du : mercredi 9 juillet 2025

~~~~~~

CONVENTION D'OBJECTIFS ET DE MOYENS ENTRE L'EPIC OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL ST-GUILHEM LE DÉSERT VALLÉE DE L'HÉRAULT ET LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES VALLÉE DE L'HÉRAULT.

Le Conseil communautaire de la Communauté de communes Vallée de l'Hérault s'est réuni ce jour, mercredi 9 juillet 2025 à 18h00 en salle du Conseil communautaire, sous la présidence de Monsieur Jean-François SOTO, Président de la communauté de communes. La convocation a été adressée le 2 juillet 2025.

Étaient présents ou représentés	M. Jean-François SOTO, M. Philippe SALASC, Mme Nicole MORERE, M. Ronny PONCE, M. Olivier SERVEL, M. Jean-Claude CROS, Mme Josette CUTANDA, M. Jean-Pierre PUGENS, Mme Véronique NEIL, M. Pascal DELIEUZE, M. David CABLAT, M. Jean-Pierre GABAUDAN, Mme Roxane MARC, M. Yannick VERNIERES, M. Henry MARTINEZ, M. Yves GUIRAUD, Mme Marie-Françoise NACHEZ, M. José MARTINEZ, M. Jean-Marc ISURE, Mme Martine LABEUR, M. Philippe LASSALVY, M. Marcel CHRISTOL, M. Christian VILOING, M. Claude CARCELLER, Mme Marie-Agnès SIBERTIN-BLANC, Mme Martine BONNET, M. Jean-Luc DARMANIN, M. Jean-Pierre BERTOLINI, Mme Florence QUINONERO, M. Daniel JAUDON - Mme Martine JEANNIN suppléant de M. Stéphane SIMON, M. Jean-Louis RANDON suppléant de M. Bernard GOUZIN, M. Bernard CAUMEIL suppléant de M. Daniel REQUIRAND.
Procurations	M. Pierre AMALOU à M. José MARTINEZ, Mme Christine DEBEAUCE à Mme Martine LABEUR, M. Anthony GARCIA à M. Jean-Claude CROS, Mme Béatrice FERNANDO à M. Jean-Marc ISURE, M. Robert SIEGEL à Mme Véronique NEIL, Mme Jocelyne KUZNIAK à M. Pascal DELIEUZE, Mme Chantal DUMAS à M. Jean-Pierre GABAUDAN, Mme Christine SANCHEZ à M. Henry MARTINEZ, Mme Monique GIBERT à M. Jean-Luc DARMANIN, Mme Marie-Hélène SANCHEZ à M. Olivier SERVEL, M. Thibaut BARRAL à Mme Josette CUTANDA, Mme Valérie BOUYSSOU à M. Jean-Pierre PUGENS.
Excusés	M. Gregory BRO.
Absents	M. Nicolas ROUSSARD, M. Laurent ILLUMINATI.

Quorum : *25* Secrétaire de séance : *Daniel JAUDON*	Présents : 33	Votants : 45	Pour : 45 Contre : 0 Abstention : 0 Ne prend pas part : 0

Agissant conformément aux dispositions du Code général des collectivités territoriales et en particulier ses articles L 5214-1 et suivants et L 5211-6 alinéa 1.
Agissant conformément aux dispositions de son règlement intérieur.
VU l'arrêté préfectoral n°2023-10-DRCL-0518 du 10 octobre 2023 fixant les derniers statuts en vigueur de la Communauté de communes Vallée de l'Hérault, en particulier sa compétence obligatoire en matière de création et promotion d'Offices de Tourisme ;

CONSIDERANT que la convention d'objectifs et de moyens a pour but de définir les missions déléguées à l'Office de Tourisme Intercommunal Saint-Guilhem-le-Désert Vallée de l'Hérault par la Communauté de Communes Vallée de l'Hérault, relevant de sa compétence touristique, les conditions d'exécution de ces missions et les engagements réciproques des deux parties,
CONSIDERANT qu'elle s'inscrit dans le projet de la Communauté de Communes d'un tourisme démocratique, digital et durable,
CONSIDERANT que l'Office de Tourisme exerce ses missions en faveur du développement touristique local, sur la totalité du territoire spécifié dans ses statuts, soit les 28 communes de la Vallée de l'Hérault,
Le Conseil communautaire de la Communauté de communes Vallée de l'Hérault,
APRES EN AVOIR DELIBERE,
Le quorum étant atteint

DÉCIDE

à l'unanimité des suffrages exprimés,
- d'approuver les termes de la convention d'objectifs et de moyens entre l'Office de Tourisme Intercommunal et la Communauté de communes Vallée de l'Hérault ci-annexée,
- d'autoriser le Président à signer ladite convention et à accomplir l'ensemble des formalités utiles à sa bonne exécution.

Transmission au Représentant de l'État N° 3883
Publication le 10/07/2025
DÉLIBÉRATION CERTIFIÉE EXÉCUTOIRE
Gignac, le 10/07/2025
Identifiant de l'acte : 034-243400694-20250709-22396-DE-1-1
Auteur de l'acte : Jean-François SOTO, Président de la Communauté de communes Vallée de l'Hérault

Le Président de la communauté de communes



Jean-François SOTO

Secrétaire de séance



Daniel JAUDON

CONVENTION D'OBJECTIFS et de MOYENS

entre

L'EPIC OFFICE DE TOURISME SAINT-GUILHEM-LE-DESERT / VALLEE DE L'HERAULT

et

La COMMUNAUTE DE COMMUNES DE la VALLEE de l'HERAULT

Entre :

La Communauté de communes de la Vallée de l'Hérault,
représentée par Jean François SOTO dont le siège social est situé à GIGNAC, 2 parc d'activités de Camalcé (34)
ci-après « la Communauté de Communes »
d'une part

Et
L'Office de Tourisme Communautaire SAINT-GUILHEM-LE-DESERT – VALLEE DE L'HERAULT (EPIC) représenté par son Président, Claude CARCELLER, dûment habilité à cet effet, dont le siège social est situé à GIGNAC, 3 parc d'activités de Camalcé (34)

ci-après « l'Office de Tourisme Intercommunal » d'autre part

Dénommés ensemble « les Parties »

Préambule

Vu le Code du tourisme,

Considérant les missions déléguées à l'Office de Tourisme Intercommunal

Par délibération en date du 20 novembre 2006, annexée aux présentes (annexe 1), la Communauté de Communes a décidé la création d'un Office de Tourisme Intercommunal sous forme d'Etablissement Public Industriel et Commercial afin de lui confier les missions de service public suivantes :

- **Accueil et information des touristes en présentiel et par voie numérique sur 4 points d'accueil touristique**
- **Organisation de la promotion touristique de la Communauté de Communes en coordination avec la mission tourisme du Sydel - Pays Cœur d'Hérault, , Hérault Tourisme, le Comité Régional du tourisme et Atout France.**
- **Mise en cohérence de la promotion des différents partenaires du développement touristique local,**
- **Délivrance d'avis et de conseils sur les projets d'équipements collectifs touristiques pour lesquels il est obligatoirement consulté,**
- **Conception et élaboration en lien avec les services, du schéma de développement du Tourisme et des Loisirs de la Vallée de l'Hérault.**

Il a également été confié à l'Office de tourisme Intercommunal les missions ainsi que les conditions d'exécution des missions qui suivent :

- **L'élaboration et la mise en œuvre de la politique intercommunale du tourisme et des programmes intercommunaux de développement touristique,** notamment dans les domaines de l'élaboration des services touristiques, de l'exploitation d'installations touristiques et de loisirs, des études, de l'animation des loisirs,
- La commercialisation des prestations de services touristiques sous la forme d'une **agence de voyage réceptive locale,**
- La **création et l'animation d'événements** spécifiques au territoire intercommunal, organisation de fêtes et de manifestations culturelles,

L'Office de Tourisme Intercommunal exerce ses missions en faveur du développement touristique local, sur la totalité du territoire spécifié dans ses statuts, soit les 28 communes de la Vallée de l'Hérault. Il s'inscrit dans une démarche de développement durable du territoire.

Les statuts de l'Office de Tourisme sont annexés à la présente Convention.

Offices de Tourisme de France | St-Guilhem-le-Désert Vallée de l'Hérault

VALLÉE DE L'HÉRAULT COMMUNAUTÉ DE COMMUNES

Sommaire

1. OBJET DE LA CONVENTION

2. MISSIONS ET OBJECTIFS
   - 2.1. LES MISSIONS HISTORIQUES DE L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL (OTI)
   - 2.2. LES MISSIONS CONFIEES PAR LA COMMUNAUTE DE COMMUNES DE LA VALLEE DE L'HERAULT
   - 2.3. UNE MISSION SPECIFIQUE DE MISE EN MARKETING DURABLE ET ECO-RESPONSABLE
   - 2.4. UN TRAVAIL ORIGINAL DE MISE EN TOURISME DURABLE VIA UNE OFFRE ECO-RESPONSABLE
   - 2.5. UN ROLE STRUCTURANT POUR LE TISSU ECONOMIQUE LOCAL

3. LA DECLINAISON OPERATIONNELLE DU PROJET ECOTOURISTISQUE
   - 3.2. VALORISER L'OFFRE TOURISTIQUE ET LES PRODUITS LOCAUX
   - 3.3. SOUTENIR LA DURABILITE ET L'INNOVATION DANS LE TOURISME
   - 3.4. CREER ET DYNAMISER DES EVENEMENTS TOURISTIQUES ATTRACTIFS
   - 3.5. DEVELOPPER UNE OFFRE D'ANIMATIONS INNOVANTES ET RESPONSABLES
   - 3.6. COORDONNER LES ACTIONS DE MOBILITE DOUCE
   - 3.7. FAVORISER L'ANCRAGE LOCAL
   - 3.8. RENFORCER LA COLLABORATION INTERTERRITORIALE ET LES PARTENARIATS
   - 3.9. PROMOUVOIR UNE APPROCHE DU TOURISME DURABLE ET RESPONSABLE
   - 3.10. OPTIMISER LA GESTION ET LA PERFORMANCE DES RESSOURCES HUMAINES

4. UNE GOUVERNANCE PARTICIPATIVE
   - 4.1. LE COMITÉ DE DIRECTION
   - 4.2. LE FINANCEMENT : LES ENGAGEMENTS DE LA CCVH ET DE L'OTI
   - 4.3. DES MOYENS MUTUALISÉS
     - 4.3.1. Moyens humains
     - 4.3.2. Les locaux
     - 4.3.3. Entretien et refacturation
     - 4.3.4. Ingénierie territoriale
   - 4.4. ASSURANCE, CONVENTIONS ET CONDITIONS GENERALES DE VENTES

5. ÉLÉMENTS INDEXÉS

1. OBJET DE LA CONVENTION

La présente convention définit les missions confiées par la Communauté de Communes de la Vallée de l'Hérault à l'Office de Tourisme Intercommunal (EPIC-OTI), les modalités d'exécution de ces missions ainsi que les engagements réciproques.
Elle s'inscrit dans le projet d'un **Tourisme Démocratique, Digital, Durable et Doux** sur l'ensemble des 28 communes du territoire, et dans une logique de développement touristique durable et partagé.

2. MISSIONS ET OBJECTIFS

Les missions déléguées à l'OTI s'articulent autour des grands objectifs suivants :

- Mettre en œuvre **le Schéma de Développement du Tourisme et des Loisirs** et appliquer **les axes stratégiques issus du diagnostic de mise en tourisme réalisé en 2022.**
- Décliner les **6 valeurs fondatrices** du territoire (V.A.L.L.E.E.) :
  Viticulture – Argile & Abbayes – Loisirs de pleine nature – Liberté des grands espaces – Eau de l'Hérault – Expériences géologiques
- Déployer les **4 axes de développement touristique** retenus en 2022 :
  1. Métiers d'art
  2. Tourisme vigneron
  3. Patrimoine naturel et architectural
  4. Activités de pleine nature

Ces missions s'articulent autour des axes inscrits dans le schéma de développement du Tourisme et des Loisirs :

1. Favoriser l'ancrage local : mettre en avant les circuits courts, animer et valoriser les richesses locales comme leviers d'attractivité
2. Transformer l'hébergement : augmenter le nombre de lits et donc de nuitées, optimiser la taxe de séjour et encourager l'implantation d'hébergements écoresponsables
3. Contrôler la sur-fréquentation : mettre en place des mesures pour éviter la saturation des sites touristiques, notamment en répartissant les flux dans l'espace et le temps
4. Renforcer la protection environnementale : préserver les sites naturels et patrimoniaux en intégrant des pratiques respectueuses de l'environnement
5. Améliorer le stationnement des visiteurs dans le respect du plan de gestion et développer les mobilités douces : faciliter l'accès aux sites touristiques tout en réduisant l'impact environnemental des déplacements

Ces missions intègrent également les étapes stratégiques identifiées lors du diagnostic de mise en tourisme durable réalisé en 2022 :

1. Déployer une **stratégie d'accueil et d'information touristique** inclusive, adaptée aux nouveaux usages, et intégrant les habitants
2. Accompagner le développement d'une **offre de tourisme durable 4 saisons** en lien avec le positionnement « arts de vivre »
3. **Mobiliser et soutenir les acteurs locaux** et les habitants pour les engager autour du projet touristique global
4. Développer des **pratiques marketing responsables et ciblées**

5. Inscrire la destination dans une **logique d'excellence environnementale et bas carbone**

Ces missions ont pour finalité opérationnelle de :

- **Valoriser l'image de la Destination** Saint Guilhem- Vallée de l'Hérault auprès des clientèles de loisirs et sur les niches du tourisme de ressourcement et de savoir-faire
- **Structurer et présenter l'offre touristique** autour des avantages concurrentiels identifiés
- **Proposer à la vente** des objets emblématiques et des produits en circuits courts dans les boutiques de l'O.T.I.
- **Créer et animer un programme événementiel pertinent**, et construire une offre touristique adossée à ces temps forts
- **Accompagner les projets d'aménagements touristiques** et suivre leur évolution
- Être **l'interlocuteur privilégié des professionnels du tourisme**
- Promouvoir et exploiter les **marques spécifiques de la Destination** : Saint-Guilhem-le-Désert ; Argileum, Pont du Diable, Vallée de l'Hérault...
- Assurer la **coordination intercommunale** des projets touristiques avec les pôles, directions et services de la Communauté de Communes : Actions Culturelles et Patrimoniales, Grand Site, Attractivité dont l'économie, le sport et les activités de Pleine Nature…
- Gérer l'exploitation du **parking du Pont du Diable**
- Contribuer aux dispositifs de **mobilités douces** pour les visiteurs

Évaluation de l'action :

L'efficacité des actions de l'Office de Tourisme Intercommunal fera l'objet d'un suivi régulier à partir d'indicateurs de performance - (voir annexe 2) notamment restitués dans le rapport d'activités : fréquentation, nuitées, audience numérique, résultats financiers des régies afin d'appréhender l'indice de touristicité du Territoire.

2.1. LES MISSIONS HISTORIQUES DE L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL (OTI)

L'OTI exerce les missions obligatoires prévues à l'article L133-3 du Code du Tourisme :

- **Accueillir et informer** les clientèles touristiques ainsi que les habitants
- **Promouvoir le territoire** en France et à l'étranger
- **Commercialiser** des prestations touristiques et des produits locaux via son agence réceptive locale immatriculée nationalement
- **Coordonner les interventions des divers acteurs du développement touristique local**
- Participer à **l'observation et à l'analyse de la fréquentation touristique**
- **Consolider une organisation agile** : L'OTI repose sur **une gouvernance partagée** (Communauté de Communes, Communes, socio-professionnels), et une **équipe opérationnelle engagée** dans la mise en œuvre de la stratégie touristique
    - Son siège est à Gignac, ses 4 bureaux d'information sont à Gignac dans la future Maison du Tourisme et des mobilités, Saint-Guilhem-le-Désert, St Jean de Fos (Argileum) et Aniane (Maison du Grand Site)
    - Son **équipe est pluridisciplinaire** : accueil, développement, promotion, communication, partenariat, direction, secrétariat général. Une attention portée à la formation continue, la qualité de vie au travail et la montée en compétences dans une démarche de Responsabilité Sociale et Environnementale de l'entreprise.
    - **Son action est collaborative,** en mode projet, sous la Direction Générale en lien avec la Direction Générale adjointe du pôle Attractivité

2.2. LES MISSIONS CONFIEES PAR LA COMMUNAUTE DE COMMUNES DE LA VALLEE DE L'HERAULT

L'O.T.I. s'inscrit pleinement dans le projet de territoire et favorise sa mise en œuvre. Il déploie à ces fins des actions en synergie avec les politiques publiques territoriales et agit **en cohérence avec les orientations de la CCVH** et des grands partenaires institutionnels (Département, Région, Etat, ADT34, Grand Site de France, Atout France, ADN Tourisme…) :

- Il **contribue à la mise en œuvre du Schéma de Développement Touristique et des loisirs Intercommunal**
- Il **s'inscrit dans les stratégies territoriales** : mobilités douces, culture, transition énergétique, développement économique
- **Il participe activement aux démarches de labellisation**

Labels Professionnels

Qualité tourisme / Catégorie 1 / Communes touristiques / Tourisme et handicap

Labels Destination

Grand Site de France / Grand Site Occitanie / Plus beaux villages de France / Classement à l'UNESCO au titre de Chemins de St Jacques de Compostelle / (Prochainement) Géoparc / Vignobles et Découvertes / / Villes et métiers d'Art / Accueil Vélo

- Il **articule son action avec les communes** et leurs projets (fêtes locales, équipements, signalétique…)

Dans le cadre de son projet de territoire, la Communauté de Communes confie à l'OTI des missions supplémentaires à ses compétences légales pour :

- **Accompagner la structuration de l'offre** : création de produits via son agence réceptive locale, professionnalisation des prestataires, conseil, soutien à la qualité, développement d'itinérances douces, aide au montage de projets
- **Renforcer la lisibilité de la destination** par l'animation de marques territoriales et de l'obtention de labels :
  - **A l'échelon national et international :** Grand site de France, Grand Site Occitanie, Géoparc, Classement à l'Unesco au titre des chemins de Compostelle et de Causses et Cévennes.

- **A l'échelle locale :** Saint-Guilhem-le-Désert, Argileum, Pont du Diable, Vallée de l'Hérault. Catégorie 1 et Qualité Tourisme.

- **Gérer des équipements touristiques intercommunaux** : Argileum – la maison de la poterie, boutiques de la Maison du Grand site dont la vinothèque, boutique d'Argileum, de Gignac et de Saint Guilhem, parking touristique du Pont du Diable.
- La mise en place et le développement d'un service accueil parking : La gestion du parking du Pont du Diable fait partie des responsabilités de l'Office de Tourisme Intercommunal, avec une délégation spécifique pour son exploitation :
  - L'Office de Tourisme Intercommunal est chargé de la gestion du parking, de la politique tarifaire, et de la mise en place des équipes nécessaires 7 jours sur 7, d'Avril à Octobre.
  - Des moyens financiers sont alloués par la Communauté de Communes pour recruter les équipes nécessaires à ce service et assurer une gestion optimale du parking.

2.3. UNE MISSION SPECIFIQUE DE MISE EN MARKETING DURABLE ET ECO-RESPONSABLE

L'OTI mène pour le territoire une stratégie de communication et de marketing fondée sur **l'ancrage local** et commercialise des produits via son agence de voyage locale (04.67.57.00.03 / 06.02.41.02.25 / sejour@saintguilhem-valleeherault.fr)

- **L'identification de ses clientèles cibles et des niches,** en cohérence avec la démarche de transition (familles, seniors actifs, néo-ruraux, …)
- **Des outils numériques de promotion**, incluant un site internet enrichi, une billetterie en ligne, un community-management, des bornes numériques
- **Des campagnes ciblées**, valorisant les thématiques fortes du territoire (métiers d'art, vins, nature, …)
- **Une logique de tourisme doux**, privilégiant les séjours hors saison, l'itinérance douce, et les expériences immersives

L'objectif est de construire une image de destination authentique, engagée et conviviale, à forte valeur ajoutée locale. Un marketing de la demande a été amorcé et doit désormais se déployer

2.4. UN TRAVAIL ORIGINAL DE MISE EN TOURISME DURABLE VIA UNE OFFRE ECO-RESPONSABLE

L'OTI agit en lien étroit avec la politique culturelle, patrimoniale mais aussi sportive et environnementale de la Communauté de Communes. Il intervient dans :

- La **valorisation touristique du patrimoine bâti, naturel et immatériel** avec la spécificité forte des paysages reconnus par la démarche Grand site de France
- **L'animation de sites culturels** comme Argileum, l'Abbaye d'Aniane, le Pont du Diable, ou encore les villages patrimoniaux
- Le **soutien aux événements culturels** (expositions, festivals, journées européennes du patrimoine…) qui participent à l'attractivité du territoire.
- L'OTI porte une attention particulière à la mise en valeur des modes de découverte respectueux de l'environnement, en lien avec la transition écologique souhaitée par la collectivité
- Il crée une dynamique globale privé-public de développement et de promotion des itinéraires de randonnée (pédestre, cyclo, équestre…) à l'échelle intercommunale, conçoit et diffuse des supports cartographiques et numériques favorisant l'autonomie des visiteurs

- Il soutient les prestataires engagés dans une démarche écoresponsable ou labellisée (accueil vélo, éco-hébergement…)
- Il s'implique dans la sensibilisation des clientèles aux enjeux de préservation des sites naturels (clé verte)

Cette collaboration s'inscrit dans une logique de **croisement entre culture, tourisme et développement local**, au service d'un territoire vivant et créatif. L'objectif est de faire de la Vallée de l'Hérault une destination de référence pour les amateurs de nature, de plein air et d'expériences durables en synergie avec les services de la collectivité.

2.5. UN ROLE STRUCTURANT POUR LE TISSU ECONOMIQUE LOCAL

Au-delà de son rôle d'accueil et de promotion, l'OTI agit comme un **véritable partenaire des acteurs économiques** du tourisme et est tout orienté vers l'ancrage local de son offre.

- Il **accompagne les prestataires** dans leur professionnalisation : conseils, appui à la commercialisation, ateliers thématiques, animation de réseaux
- Il **favorise la mise en marché des produits locaux** (boutiques, billetterie, circuits courts…)
- Il **contribue à la structuration de filières** (métiers d'art, œnotourisme, activités de pleine nature…) avec les partenaires locaux
- Il **participe à la cohérence des projets** touristiques à l'échelle intercommunale, en lien avec les élus et les services de la CCVH

Ainsi, l'OTI s'affirme comme **un levier de développement territorial**, en phase avec les enjeux de résilience environnementale, d'attractivité et de qualité de vie.

3. UNE GOUVERNANCE PARTICIPATIVE

L'Office de Tourisme Intercommunal (OTI) participe activement à la réflexion sur le projet de territoire de la Communauté de Communes Vallée de l'Hérault (CCVH), favorisant une approche collaborative et intégrée.

3.1. LE COMITÉ DE DIRECTION

La Communauté de Communes désigne 14 élus du conseil communautaire comme membres de l'OTI, impliqués dans les décisions de l'organe décisionnaire de l'OTI, conformément aux statuts de ce dernier. Cette équipe est complétée par un collège de 14 socio-professionnels, garantissant ainsi une diversité de perspectives dans la gestion de l'Office.

3.2. LE FINANCEMENT : LES ENGAGEMENTS DE LA CCVH ET DE L'OTI

Le financement de l'OTI est assuré en partie par la CCVH, par le biais de subventions annuelles destinées à soutenir les missions déléguées, et basées sur un prévisionnel détaillant les besoins des activités d'intérêt général. Cette subvention, soumise à la condition du respect des objectifs définis dans la convention, pourra être complétée par des subventions en nature, allouées ponctuellement.

Les sources de recettes pour l'OTI incluent :

- Les subventions annuelles et ponctuelles
- Les souscriptions particulières et concours

- Les dons et legs
- Les recettes issues de la taxe de séjour
- Les revenus des boutiques et du parking du Pont du Diable
- Les régies liées au réceptif et à la billetterie en ligne

Des crédits complémentaires pourront être alloués pour des tâches spécifiques, avec des avenants détaillant la nature et la durée des services à réaliser.

3.3. DES MOYENS MUTUALISÉS

3.3.1. Moyens humains :

La CCVH autorise ponctuellement son personnel à prêter son concours, en tant que de besoin, à la bonne réalisation des missions définies dans la présente convention.

Toute mise à disposition permanente d'agents de la CCVH fera l'objet d'une convention spécifique, conforme à la législation en vigueur.

La Directrice de l'OTI, Fabienne Barrère-Ellul (Directeur Territorial) est mise à disposition de l'Office dans le cadre de cette collaboration. Par ailleurs, les services support de la Collectivité accompagnent l'Office de Tourisme Intercommunal dans ses missions, c'est-à-dire le service comptabilité, le service des marchés publics, le service informatique ainsi que les services de l'administration générale mais également la gouvernance administrative en lien avec la Directrice générale adjointe de l'Attractivité territoriale sous l'autorité du Directeur général des services.

L'Office de Tourisme met également du personnel à disposition de la CCVH, notamment auprès du service éducatif de la Direction des Actions Culturelles en charge de l'accueil des scolaires.

3.3.2. Les locaux :

La CCVH met à disposition plusieurs locaux et espaces, dont :

- Le point d'accueil de Gignac et son siège administratif,
- La Maison du Grand Site de France et son parking,
- Argileum, la maison de la poterie et son jardin,
- L'espace restauration du Pont du Diable, concession gérée par l'OTI.

Les locaux de l'OTI à Saint-Guilhem-le-Désert (incluant la Maison Flandres) sont de la propriété de l'OTI, tandis que l'entretien des bâtiments et des abords reste à la charge du propriétaire. L'OTI est responsable des charges d'utilisation courantes (eau, électricité, chauffage, entretien). De façon générale, l'obligation des deux parties s'inscrit dans les obligations de droit commun locataire/propriétaire.

3.3.3. Entretien et refacturation :

L'OTI prend en charge la maintenance quotidienne des locaux, y compris les charges courantes comme l'électricité, l'eau, et l'entretien de base. Les coûts d'entretien des locaux seront refacturés conformément aux termes convenus.

3.3.4. Ingénierie territoriale :

L'OTI s'engage à transmettre annuellement un compte-rendu financier attestant que les subventions ont été utilisées conformément aux objectifs définis dans la convention. Un rapport d'activités, incluant des indicateurs précis pour évaluer la réalisation des missions, sera également fourni pour assurer la transparence et l'efficacité des actions menées.

3.4. ASSURANCES, CONVENTIONS ET CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTES

L'Office de Tourisme Intercommunal exerce ses activités dans le respect strict des lois et règlements en vigueur. À cet effet, il s'engage à souscrire toutes les assurances nécessaires à la bonne réalisation de ses missions.

L'Office de Tourisme Intercommunal prend la responsabilité exclusive de ses activités et s'engage à contracter une police d'assurances couvrant les risques liés à ses activités, notamment l'incendie, l'explosion, les dégâts des eaux, assurance APST, et voyages AVL, ainsi que la couverture du mobilier et du matériel appartenant à la Collectivité.

L'Office de Tourisme Intercommunal souscrit également une garantie pour couvrir les dommages corporels pouvant être causés par les équipements mis à disposition du public ou par ses propres activités.

L'Office de Tourisme s'engage à payer les primes et cotisations liées à ces assurances, sans que la responsabilité de la Collectivité puisse être engagée. Il devra également justifier de l'existence de ces polices d'assurances et des modalités de paiement des primes sur demande.

De son côté, la Collectivité prend en charge l'assurance des immeubles qu'elle confie à l'Office de Tourisme, dans le respect de ses obligations en tant que propriétaire, ainsi que la couverture de son personnel, en tant qu'employeur. La Collectivité et son assureur renoncent à tout recours contre l'Office de Tourisme concernant l'occupation des locaux, sauf en cas de faute avérée de la part de ce dernier.

Concernant les immeubles dont la Collectivité est propriétaire, la CCVH veille au respect des normes en vigueur pour les Établissements Recevant du Public (ERP). Elle prend en charge les vérifications nécessaires effectuées par les organismes de contrôle, ainsi que tous les travaux et mises aux normes rendus obligatoires par l'évolution de la réglementation, notamment en matière d'accessibilité pour les personnes handicapées.

4. ÉLÉMENTS INDEXÉS

- **Annexe 1** : Les statuts
- **Annexe 2** : Les indicateurs de performance
- **Annexe 3** : La Charte du Tourisme Durable
- **Annexe 3 Bis** : Les conventions types
- **Annexe 4** : Les conditions générales de vente
- **Annexe 5** : La police d'assurance
- **Annexe 6** : Étude du Pays Cœur d'Hérault / étude ID Tourisme
- **Annexe 7** : Schéma de développement du Tourisme et des Loisirs
- **Annexe 8** : La Stratégie de communication
- **Annexe 9** : Conventions de mise à disposition
- **Annexe 10** : Déclinaison opérationnelle de la convention d'Objectifs et de moyens

La présente convention est conclue jusqu'au 31.12.2026. Elle peut être dénoncée par l'une des parties par lettre recommandée avec demande d'accusé de réception, la résiliation prenant effet deux mois après réception de cette notification.

En cas d'inexécution totale ou partielle des obligations contractuelles par l'une des parties, la convention pourra être résiliée de plein droit. Cette résiliation interviendra si, dans les 30 jours suivant l'envoi d'une notification écrite de mise en demeure, la partie défaillante n'a pas remédié à son manquement.

Le cas échéant, la partie non défaillante pourra demander réparation pour le préjudice subi.

En cas de désaccord sur l'interprétation ou l'exécution de la convention, les parties s'engagent à tenter de résoudre le conflit à l'amiable. Si la conciliation échoue dans un délai d'un mois suivant la réception des motifs de la contestation, les parties pourront saisir le tribunal administratif compétent pour régler leur litige.

Fait ..... le .....

Pour la Communauté de Communes De la Vallée de l'Hérault	Pour l'Office de Tourisme Intercommunal Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault
Jean François SOTO Président de la Communauté de Communes	**Claude Carceller** Président de l'Office de Tourisme Intercommunal.

Arrivé en Sous-Préfecture de LODEVE Le :
29 DEC. 2006

DELIBERATION DU COMITE DE DIRECTION
DE L'OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE
SAINT-GUILHEM-LE-DESERT-VALLEE DE L'HERAULT

Séance du 15 décembre 2006

Nombre de membres		
Afférents Au comité de direction	En exercice	Qui ont pris part à la délibération
33	33	26

Date de convocation
28 novembre 2006

Date d'affichage

Date de retrait d'affichage

L'an deux mille six, le 15 décembre 2006 à 18h, les membres du Comité de direction dûment convoqués, se sont réunis à la salle de l'ancienne mairie de Gignac, sous la présidence de madame Sabine PEYTAVI, membre qualifié.

Membres présents :

Collège des élus :

M. Belloc Jean-Paul, M. Carceller Claude, M. Donnadieu Jacques, M. Gastan François , Mme Gerbal Renée, Mme Guerre Nicole, M. Lassalvy Christian, Mme Martin Françoise, M.Mateu Gabriel, M. Sideris André, M. Villaret Louis, Mme Vivien Isabelle

Collège des socioprofessionnels :

Mme Carceller Véronique, M.José Cazes (amis de Saint-Guilhem), Mme Deleuze Anne-Marie, M. Destand Claude, Mme Dubois Nicole, M. Mourier Bernard, M. Palisse Bernard,
M. Simon Pascal M. Sodano Francis, Mme Thillaye du Boullay Isabelle

Collège des membres qualifiés :

Mme Peytavi Sabine, M. Buffandeau Jean-louis, M. Richard Jean-claude, M .Michel Jean-Hervé est représenté.

Membres d'honneur :

M. Theule Jean-Claude

Membres excusés :

Monsieur Andrieux Jacques, Mme Barral Héléne, M.Gomez René, M. Pierrugues Georges, M. Matet, M. Diaz Manuel

Le quorum étant atteint le Comité de direction peut délibérer.

Objet de la délibération

03-2006
Approbation des statuts

Vu la délibération n° 91-2006 du 20 novembre 2006 de la Communauté de communes Vallée de l'Hérault portant sur la création d'un Office de tourisme communautaire Saint-Guilhem-le-Désert-Vallée de l'Hérault constitué sous la forme d'un EPIC,

Le Président Louis VILLARET informe que le fonctionnement de l'EPIC –Office de tourisme communautaire Saint-Guilhem-le-Désert-Vallée de l'Hérault doit être encadré par des statuts définissants ses missions, son organisation, son mode de gestion et les conditions de dissolution.

Le Président donne lecture des statuts de l'Office de tourisme communautaire

Le Comité, ouï l'exposé du Président et approuve les statuts de l'Office de tourisme communautaire
Les statuts seront annexés à la présente délibération.

Fait à Gignac, le 18 décembre 2006

Le Président

Louis VILLARET

Arrivé en Sous-Préfecture
de LODEVE le :
29 DEC. 2006

STATUTS DE L'OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE
Saint-Guilhem-le-Désert-Vallée de l'Hérault

Conformément :

- à l'article L134-5 du Code du tourisme prévoyant la possibilité pour un groupement de communes de créer un organisme chargé de la promotion du tourisme,
- aux articles L133-1 à L133-10 et R133-1 à R133-18 du Code du tourisme posant les conditions de création d'un tel Office de Tourisme,
- à la délibération du conseil communautaire de la Vallée de l'Hérault du 20 novembre 2006 décidant la création d'un Office de Tourisme communautaire, en approuvant les missions, la forme juridique et en désignant les représentants au Comité de direction.

Il est créé un Office de Tourisme communautaire sous forme d'Établissement Public Industriel et commercial dénommé « Saint-Guilhem-le-Désert-Vallée de l'Hérault »

Titre I : Dispositions générales

Article 1er : Objet

L'Office de Tourisme communautaire a pour objet l'élaboration et la mise en œuvre de la politique du tourisme sur le territoire de la Communauté de Communes Vallée de l'Hérault.

A cet effet, il a en charge :

- l'accueil et l'information des touristes,
- l'organisation de la promotion touristique de la Communauté de Communes en coordination avec la mission tourisme du Pays, le Comité Départemental et le Comité Régional du tourisme,

- la cohérence de la promotion des différents partenaires du développement touristique local,

Il doit aussi fournir un avis et des conseils sur les projets d'équipements collectifs touristiques pour lesquels il est obligatoirement consulté.

Il peut en outre être chargé, sur délibération de la Communauté de Communes de :

- l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique intercommunale du tourisme et des programmes intercommunaux de développement touristique, notamment dans les domaines de l'élaboration des services touristiques, de l'exploitation d'installations touristiques et de loisirs, des études, de l'animation des loisirs, de l'organisation de fêtes et de manifestations culturelles,
- la commercialisation des prestations de services touristiques,
- la création et l'animation des événements spécifiques au territoire intercommunal.

Titre II : Administration

Article 2 : Organisation administrative

L'Office de Tourisme Communautaire est administré par un comité de direction et dirigé par un Directeur.

Article 3 : Composition du comité de direction

Le comité de direction doit être majoritairement composé de représentants de la Communauté de Communes.

Il est donc composé de 33 membres titulaires répartis en trois collèges :

I- 17 conseillers communautaires élus par le conseil communautaire pour la durée de leur mandat et leurs 17 suppléants

II- 12 représentants des activités, professions, organismes intéressés au tourisme dans le territoire de la Communauté de Communes, et leurs 12 suppléants désignés à raison de :

- 1 représentant de l'hôtellerie,
- 1 représentant de l'hôtellerie de plein air
- 1 représentant des loueurs de meublés et de gîtes classés et/ou labellisés
- 1 représentant des loueurs d'hébergements divers,
- 1 représentant des restaurateurs
- 1 représentant des producteurs privés
- 1 représentant des producteurs coopérateurs
- 1 représentant des commerçants et artisans,
- 1 représentant des artisans d'Art
- 1 représentant des prestataires de sports et de loisirs,
- 1 représentant de la culture et des associations
- 1 représentant des gestionnaires de sites

III- 4 membres qualifiés, désignés par la Communauté de communes sur proposition du président de cette même Communauté de communes.

Article 4 : Durée et renouvellement des mandats

Les fonctions des membres autres que conseillers communautaires prennent fin lors du renouvellement du conseil communautaire.
A titre transitoire, les membres du comité de direction restent en poste jusqu'à désignation de leurs successeurs pour assurer la gestion des affaires courantes.

Article 5 : Fonctionnement du comité de direction

Le comité élit en son sein un président et un vice-président parmi ses membres. Hormis la présidence de la séance du comité en cas d'empêchement du président, le

vice-président ne peut exercer d'autres pouvoirs que ceux qui lui ont été délégués par le président.

Le comité se réunit au moins six fois par an. Il est en outre réuni à chaque fois que le président le juge utile ou sur la demande de la majorité de ses membres en exercice.
Le délai de convocation est de 5 jours avant la date de la réunion. En cas d'urgence, ce délai peut être réduit par le président sans pouvoir être inférieur à 1 jour franc.

L'ordre du jour est arrêté par le président.

Le comité peut valablement délibérer dès lors que le nombre des membres présents dépasse la moitié de celui des membres en exercice. Lorsqu'un membre du comité, convoqué à une séance, fait connaitre qu'il ne pourra pas y siéger, le suppléant est convoqué. Lorsque, après une première convocation, le quorum n'est pas atteint, le président adresse une nouvelle convocation dans le délai minimum de 3 jours francs : le comité peut alors valablement délibérer, quel que soit le nombre des présents.

Les délibérations du comité sont prises à la majorité des votants. En cas de partage égal des voix, la voix du président est prépondérante.

Chaque suppléant ne peut assurer la représentation que du membre titulaire qu'il supplée.

Le directeur assiste aux séances du comité avec voix consultative sauf lorsqu'il est personnellement concerné par l'affaire en discussion. Il tient le procès-verbal de la séance, qu'il soumet au président.

Les séances du comité ne sont pas publiques.

Article 6 : Attribution du comité de Direction

Le comité délibère sur toutes les questions intéressant le fonctionnement et l'activité de l'office de tourisme communautaire, et notamment sur :

-Le plan d'actions annuel et pluriannuel

- Le budget des recettes et des dépenses de l'office ;
- Le compte financier de l'exercice écoulé ;
- La fixation des effectifs minimum du personnel et le montant de leurs rémunérations
- Le programme annuel de publicité et de promotion ;
- Le programme des fêtes, manifestations culturelles et artistiques, compétitions sportives ;
- Les projets de création de services ou installations touristiques ou sportifs ;
- Les questions qui lui sont soumises pour avis par le conseil communautaire.

Titre III : Le directeur

Article 7 : Recrutement et licenciement

Le directeur est recruté par contrat.

Il est nommé par le président, après avis du comité.

Le contrat est conclu pour une durée de trois ans, renouvelable par reconduction expresse, il peut être résilié sans préavis ni indemnités pendant les trois premiers mois d'exercice de la fonction.

La limite d'âge du directeur est celle prévue pour les agents non titulaires des communes.

En cas de non-renouvellement du contrat, l'intéressé perçoit une indemnité de licenciement calculée selon les dispositions en vigueur relatives au licenciement des agents civils non fonctionnaires des administrations de l'État.

Dans tous les cas, la décision de licenciement ou de non-renouvellement du contrat est prise par le président, après avis du comité.

Pour pouvoir être nommés directeur, les candidats doivent notamment respecter les conditions suivantes :

- Être de nationalité française ou avoir la nationalité d'un État membre de la Communauté européenne ou d'un État partie à l'accord sur l'Espace économique européen, jouir de leurs droits civiques et politiques et se trouver en position régulière au regard des obligations de service national de l'État dont ils sont ressortissants ;
- Être âgés d'au moins vingt-cinq ans ;
- Pratiquer au moins une langue étrangère ;
- Avoir une connaissance théorique ou pratique des principaux sports de la Communauté de Communes;
- Avoir une connaissance de la comptabilité ;
- Avoir fait un stage de deux mois au Ministère chargé du tourisme ou dans un organisme départemental de tourisme. Toutefois, ce stage peut se faire, avec l'accord du président, immédiatement après la nomination.

Article 8 : Incompatibilités

Le directeur ne peut être conseiller municipal et/ou communautaire.

Article 9 : Attributions

Il est le représentant légal de l'Office de Tourisme communautaire. A ce titre, il intente après autorisation du comité de direction et au nom de l'EPIC les actions en justice et le défend dans les actions intentées contre lui. Les transactions sont conclues dans les mêmes conditions.

Il peut, sans autorisation préalable du comité de direction, faire tous actes conservatoires des droits de l'Office de Tourisme communautaire.

Article 10 : Missions

Le directeur assure le fonctionnement de l'Office de Tourisme communautaire sous l'autorité et le contrôle du président et dans les conditions prévues notamment aux articles R2221-22, R2221-24, R2221-28 et R2221-29 du Code Général des collectivités Territoriales.
Il prend les mesures nécessaires à l'exécution des décisions du comité de direction.
Dans la limite des emplois prévus au budget, il recrute et licencie le personnel avec l'agrément du président.
Il peut faire assermenter certains agents nommés par lui et agrées par le préfet.
Le comité de direction peut lui donner délégation pour prendre toute décision concernant la préparation, la passation, l'exécution et le règlement des marchés de travaux, de fournitures et de services qui peuvent être passés selon la procédure adaptée.
De manière plus générale, il passe en exécution des décisions du comité de direction, tous actes contrats et marchés.

Il est l'ordonnateur de l'EPIC et à ce titre, prescrit l'exécution des recettes et des dépenses.

Il assiste aux séances du comité de direction avec voix consultative. Il tient le procès-verbal de la séance, qu'il soumet au président.

Il fait chaque année un rapport sur l'activité de l'Office de Tourisme communautaire qui est soumis au comité de direction par le président, puis au conseil communautaire.

Titre IV : Le comptable

Article 11 : Désignation

Les fonctions de comptable sont confiées au comptable du Trésor territorialement compétent.

Article 12 : Rôle

Le rôle et la responsabilité de l'agent comptable sont définis par les articles R2221-31 à R2221-34 du Code Général des Collectivités Territoriales applicables aux Offices de tourisme constitués sous la forme d'EPIC.

Titre V : Régime financier

Article 13 : Règles comptables

Les règles de la comptabilité intercommunale sont applicables à l'Office de Tourisme communautaire.
La comptabilité est tenue conformément à un plan comptable particulier établi sur la base du plan comptable général et approuvé par arrêté du ministre chargé de l'économie et des finances, du ministre de l'intérieur et du ministre chargé du tourisme. Jusqu'à ce que cet arrêté soit approuvé, le plan comptable utilisé sera le M4, applicable aux services publics locaux à caractère industriel et commercial.

Article 14 : Gestion comptable

La comptabilité des matières, qui a pour objet la description des existants et des mouvements concernant les stocks et les biens meubles, est tenue sous la responsabilité du directeur.

Les taux des redevances dues par les usagers de l'Office de Tourisme communautaire sont fixés par le comité de direction.

L'office de Tourisme communautaire est habilité à contracter des emprunts auprès de tous les organismes prêteurs et auprès des particuliers.

Article 15 : Budget

Le budget est établi conformément aux dispositions de l'article R2221-43 et suivants du Code Général des Collectivités Territoriales applicables au présent Office de Tourisme.

Préparé par le directeur de l'Office, le budget est présenté par le président au comité de direction, qui en délibère avant le 15 novembre.

Le conseil communautaire est saisi à fin d'approbation. S'il ne fait pas connaitre sa décision dans un délai de trente jours, le budget est considéré comme approuvé.

Article 16 : Compte de fin d'exercice

Le compte financier de l'exercice écoulé est présenté par le président au comité de direction, qui en délibère et le transmet au conseil communautaire pour approbation.

Titre VI : Dissolution

Article 17 : Procédure

L'Office de Tourisme communautaire cesse son activité en exécution d'une délibération du conseil communautaire. La délibération du conseil communautaire mettant fin à l'activité de l'Office de Tourisme communautaire détermine la date à laquelle prennent fin les opérations de celui-ci. Les comptes sont arrêtés à cette date.

Titre VII : Dispositions diverses

Article 18 : Membres honoraires

Sur proposition du président, le titre de président d'honneur ou de membre honoraire, sans voix consultative ni délibérative, pourra être accordé après vote du comité de direction.

République Française
Département de l'Hérault
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES VALLÉE DE L'HÉRAULT

DÉLIBÉRATION DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE - Réunion du : lundi 10 février 2014

MODIFICATION DES STATUTS DE L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL COMPOSITION DU COMITÉ DIRECTEUR.

Le Conseil communautaire de la Communauté de communes Vallée de l'Hérault s'est réuni ce jour, lundi 10 février 2014 à 18h00 à la Salle du Conseil Communautaire, sous la présidence de M. Louis VILLARET, Président de la communauté de communes.

Etaient présents ou représentés :	M. Philippe SALASC, M. Jean-Pierre VANRUYSKENSVELDE, M. Michel SAINTPIERRE, M. Maurice DEJEAN, M. Jean-Marcel JOVER, Mme Sylvie CONTRERAS, Mme Anne-Marie DEJEAN, Mme Maguelonne SUQUET, M. René GOMEZ, M. Robert POUJOL, Mme Marie-Claude BEDES, M. Gérard CABELLO, M. Jean-Pierre DURET, M. Claude CARCELLER, M. Bernard JEREZ, M. Louis VILLARET, M. André YVANEZ, M. Jacques DONNADIEU, Mme Martine BONNET, M. Bernard DOUYSSET, M. Jean-Pierre PECHIN, M. Franck DELPLACE, M. Michel COUSTOL, M. Robert SIEGEL, M. Jean-François RUIZ, Mme Agnès CONSTANT, Mme Fabienne GALVEZ, M. Jean-Pierre BERTOLINI, M. Jacky GALABRUN, M. Eric PALOC, Madame Monique GIBERT, Monsieur Christian DOUCE, Mme Catherine JOSIEN, M. Jean Pierre VANLUGGENE, Madame Danielle MORALES, M. Sébastien LAINE -Mme Nicole MORERE suppléant de M. Jérome CASSEVILLE, M. Bernard CAUMEIL suppléant de M. Daniel REQUIRAND, Madame Claire DE CHASSEY suppléant de M. David CABLAT
Procurations :	M. Jean-Claude MARC à M. Jacques DONNADIEU
Excusés :	M. Eric CORBEAU
Absents :	M. Georges PIERRUGUES, M. Christian LASSALVY, Mme Marie-Agnès VAILHE-SIBERTIN-BLANC, M. Jean-Pierre GABAUDAN, M. Frédéric GREZES, M. Pascal DELIEUZE, Mme Florence QUINONERO

Quorum : 25	Présents : 39	Votants : 40	Pour 40 Contre 0 Abstention 0

Agissant conformément aux dispositions des articles du Code général des collectivités territoriales et en particulier ses articles L 52 14-1
Agissant conformément aux dispositions de son règlement intérieur.
Vu le Code du Tourisme, en particulier ses articles L133-1 à L133-10, L134-5 et R133-1 à R133-18 ;
Vu le Code général des Collectivités territoriales, en particulier ses articles L2221-10 et R2221-1 et suivants ;
Vu la délibération de la Communauté de communes **Vallée de l'Hérault du 20 novembre 2006 décidant la création d'un Office de Tourisme intercommunal ;**
Vu que les statuts actuels de l'Office de Tourisme Intercommunal (OTI) n'ont pas été modifiés depuis la création de l'EPIC au 1er janvier 2007,
Considérant **que l'OTI et le territoire ont considérablement évolué et la composition actuelle de son** organe de direction ne lui permet pas un fonctionnement optimum,

Considérant qu'il est proposé de modifier les points principaux suivants :
- titre I, article 1er, dernier paragraphe : les termes « *sur délibération de la communauté de communes* » sont remplacés par « *en collaboration avec les services de la communauté de communes* ». **Cette disposition assouplit la prise de décision pour ce qui concerne l'animation**, la commercialisation **... considérant que les élus du Conseil communautaire sont majoritaires au Comité de Direction.**

- titre II, article 3 :
- la composition des représentants des activités, professions, organismes intéressés au tourisme est modifiée en passant de 12 à 14 membres. Les collèges sont simplifiés (collège des hébergeurs, collège **des producteurs...), et 1 membre est rajouté dans le collège des producteurs afin de mettre** particulièrement en avant les produits du terroir en général et le vin en **particulier ainsi qu' 1** membre supplémentaire dans le collège des restaurateurs.
- la composition des membres qualifiés est modifiée en la limitant à 2 personnes au lieu de 4 au profit des représentants des socioprofessionnels.

Considérant que pour le reste, seules des modifications de détails sont introduites,

Le Conseil communautaire de la communauté de communes Vallée de l'Hérault,
APRES EN AVOIR DELIBERE,
Le quorum étant atteint

DÉCIDE

à l'unanimité des suffrages exprimés,

- d'approuver les modifications des statuts de l'Office de Tourisme Intercommunal portant notamment sur la composition du Comité directeur applicables dès avril 2014.

Transmission au Représentant de l'Etat N° 920 le 11/02/2014 Publication le 11/02/2014 Notification le DÉLIBÉRATION CERTIFIÉE EXÉCUTOIRE Gignac, le **Identifiant de l'acte** : 034-243400694-20140210-lmc165716-DE-1-1 Le Président de la communauté de communes Signé : Louis VILLARET	Le Président de la communauté de communes  Louis VILLARET

STATUTS DE
L'OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE
Saint-Guilhem-le-Désert-Vallée de l'Hérault

Conformément :

- **à l'article L134-5** du Code du tourisme prévoyant la possibilité pour un groupement de communes de créer un organisme chargé de la promotion du tourisme,
- aux articles L133-1 à L133-10 et R133-1 à R133-18 du Code du tourisme posant les **conditions de création d'un tel Office de Tourisme,**
- **à la délibération du conseil communautaire de la Vallée de l'Hérault du** 20 novembre 2006 **décidant la création d'un Office** de Tourisme communautaire, en approuvant les missions, la forme juridique et en désignant les représentants au Comité de direction.

Il est créé **un Office de Tourisme communautaire sous forme d'Établissement** Public Industriel et commercial dénommé « Saint-Guilhem-le-Désert-**Vallée de l'Hérault** »

Titre I : Dispositions générales

Article 1er : Objet

L'Office de Tourisme communautaire **a pour objet l'élaboration et la mise en œuvre de la politique** du tourisme sur le territoire de la Communauté de Communes **Vallée de l'Hérault.**

A cet effet, il a en charge :

- **l'accueil et l'information des touristes,**
- **l'organisation de** la promotion touristique de la Communauté de Communes en coordination avec la mission tourisme du Pays **Cœur d'Hérault, l'Agence de Développement Touristique de l'Hérault** et le Comité Régional du tourisme,
- la cohérence de la promotion des différents partenaires du développement touristique local,

Il doit aussi fournir un avis et des conseils sur les projets d'équipements collectifs touristiques pour lesquels il est obligatoirement consulté.

Il peut en outre être chargé, en collaboration avec les services de la Communauté de Communes de :

- **l'élaboration** et de la mise **en œuvre** de la politique intercommunale du tourisme et des programmes intercommunaux de développement touristique, notamment dans les domaines de **l'élaboration des services touristiques, de l'exploitation d'installations touristiques et de loisirs, des études, de l'animation des loisirs, de l'organisation de fêtes et de manifestations** culturelles,
- la commercialisation des prestations de services touristiques,
- **la création et l'animation** des événements spécifiques au territoire intercommunal.

Titre II : Administration

Article 2 : Organisation administrative

L'Office de Tourisme Communautaire est administré par un Comité de Direction et dirigé par un Directeur.

Article 3 : Composition du comité de direction

Le comité de direction doit être majoritairement composé de représentants de la Communauté de Communes.

Il est donc composé de 33 membres titulaires répartis en trois collèges :

I- 17 conseillers communautaires élus par le conseil communautaire pour la durée de leur mandat et leurs 17 suppléants

II- 14 représentants des activités, professions, organismes intéressés au tourisme dans le territoire de la Communauté de Communes, et leurs 14 suppléants désignés à raison de :

- 4 représentants des hébergeurs,
- 2 représentants des restaurateurs,
- 3 représentants des producteurs,
- 2 représentants des commerçants, artisans et artisans d'art,
- 2 représentants des prestataires de sports, de loisirs, ou gestionnaires de sites,
- 1 représentant de la culture et des associations

III- 2 membres qualifiés, désignés par la Communauté de communes sur proposition du président de cette même Communauté de communes.

Article 4 : Durée et renouvellement des mandats

Les fonctions des membres autres que conseillers communautaires prennent fin lors du renouvellement du conseil communautaire.
A titre transitoire, les membres du comité de direction restent en poste jusqu'à désignation de leurs successeurs pour assurer la gestion des affaires courantes.

Article 5 : Fonctionnement du comité de direction

Le comité élit en son sein un président et un vice-président parmi ses membres. Hormis la présidence de la séance du comité en cas d'empêchement du président, le vice-président ne peut exercer d'autres pouvoirs que ceux qui lui ont été délégués par le président.
Le comité se réunit au moins six fois par an. Il est en outre réuni à chaque fois que le président le juge utile ou sur la demande de la majorité de ses membres en exercice.
Le délai de convocation est de 5 jours avant la date de la réunion. En cas d'urgence, ce délai peut être réduit par le président sans pouvoir être inférieur à 1 jour franc.

L'ordre du jour est arrêté par le président.

Le comité peut valablement délibérer dès lors que le nombre des membres présents ou représentés dépasse la moitié de celui des membres en exercice. Lorsqu'un membre du comité, convoqué à une séance, fait connaitre qu'il ne pourra pas y siéger, le suppléant siège à sa place. Lorsque, après une première convocation, le quorum n'est pas atteint, le président adresse une nouvelle convocation dans le délai minimum de 3 jours francs : le comité peut alors valablement délibérer, quel que soit le nombre des présents.

Les délibérations du comité sont prises à la majorité des votants. En cas de partage égal des voix, la voix du président est prépondérante.

Chaque suppléant ne peut assurer la représentation que du membre titulaire qu'il supplée.

Le directeur assiste aux séances du comité avec voix consultative sauf lorsqu'il est personnellement concerné par l'affaire en discussion. Il tient le procès-verbal de la séance, qu'il soumet au président.

Les séances du comité ne sont pas publiques.

Article 6 : Attribution du comité de Direction

Le comité délibère sur toutes les questions intéressant le fonctionnement et l'activité de l'office de tourisme communautaire, et notamment sur :
- Le plan d'actions annuel et pluriannuel
- Le budget des recettes et des dépenses de l'office ;
- Le compte financier de l'exercice écoulé ;
-La fixation des effectifs minimum du personnel et le montant de leurs rémunérations
- Le programme annuel de publicité et de promotion ;

- Le programme des fêtes, manifestations culturelles et artistiques, compétitions sportives ;
- Les projets de création de services ou installations touristiques ou sportifs ;
- Les questions qui lui sont soumises pour avis par le conseil communautaire.

Titre III : Le directeur

Article 7 : Recrutement et licenciement

Le directeur est recruté par contrat.
Il est nommé par le président, après avis du comité.
Le contrat est conclu pour une durée de trois ans, renouvelable par reconduction expresse, il peut être résilié sans préavis ni indemnités pendant les trois premiers mois d'exercice de la fonction.
La limite d'âge du directeur est celle prévue pour les agents non titulaires des communes.
En cas de non-renouvellement du contrat, l'intéressé perçoit une indemnité de licenciement calculée selon les dispositions en vigueur relatives au licenciement des agents civils non fonctionnaires des administrations de l'État.
Dans tous les cas, la décision de licenciement ou de non-renouvellement du contrat est prise par le président, après avis du comité.

Pour pouvoir être nommés directeur, les candidats doivent notamment respecter les conditions suivantes :
- Être de nationalité française ou avoir la nationalité d'un État membre de la Communauté européenne ou d'un État partie à l'accord sur l'Espace économique européen, jouir de leurs droits civiques et politiques et se trouver en position régulière au regard des obligations de service national de l'État dont ils sont ressortissants ;
- Être âgés d'au moins vingt-cinq ans ;
- Pratiquer au moins une langue étrangère ;
- Avoir une connaissance théorique ou pratique des principaux sports de la Communauté de Communes;
- Avoir une connaissance de la comptabilité ;
- Avoir fait un stage de deux mois au Ministère chargé du tourisme ou dans un organisme départemental de tourisme. Toutefois, ce stage peut se faire, avec l'accord du président, immédiatement après la nomination.

Article 8 : Incompatibilités

Le directeur ne peut être conseiller municipal et/ou communautaire sur son territoire de compétences.

Article 9 : Attributions

Il est le représentant légal de l'Office de Tourisme communautaire. A ce titre, il intente après **autorisation du comité de direction et au nom de l'EPIC les actions en** justice et le défend dans les actions intentées contre lui. Les transactions sont conclues dans les mêmes conditions.
Il peut, sans autorisation préalable du comité de direction, faire tous actes conservatoires des droits **de l'Office de Tourisme** communautaire.

Article 10 : Missions

Le directeur assure le fonctionnement de l'Office de Tourisme communautaire **sous l'autorité et le** contrôle du président et dans les conditions prévues notamment aux articles R2221-22, R2221-24, R2221-28 et R2221-29 du Code Général des collectivités Territoriales.
Il prend les mesures nécessaires à l'exécution des décisions du comité de direction.
Dans la limite des emplois prévus au budget, il recrute et licencie le personnel avec l'agrément du président.
Il peut faire assermenter certains agents nommés par lui et agrées par le préfet.
Le comité de direction peut lui donner délégation pour prendre toute décision concernant la **préparation, la passation, l'exécution et le règlement des marchés de travaux, de fournitures et de** services qui peuvent être passés selon la procédure adaptée.
De manière plus générale, il passe en exécution des décisions du comité de direction, tous actes contrats et marchés.

Il est l'ordonnateur de l'EPIC et à ce titre, prescrit l'exécution des recettes et des dépenses.

Il assiste aux séances du comité de direction avec voix consultative. Il tient le procès-verbal de la **séance, qu'il soumet au président.**

Il fait chaque année un rapport sur l'activité de l'Office de Tourisme communautaire qui est soumis au comité de direction par le président, puis au conseil communautaire.

Titre IV : Le comptable

Article 11 : Désignation

Les fonctions de comptable sont confiées au comptable du Trésor territorialement compétent.

Article 12 : Rôle

Le rôle et la responsabilité de l'agent comptable sont définis par les articles R2221-31 à R2221-34 du Code Général des Collectivités Territoriales applicables aux Offices de tourisme constitués sous la forme d'EPIC.

Titre V : Régime financier

Article 13 : Règles comptables

Les règles de la comptabilité intercommunale sont applicables à l'Office de Tourisme communautaire. La comptabilité est tenue conformément à un plan comptable particulier établi sur la base du plan comptable général et approuvé par arrêté du ministre chargé de l'économie et des finances, du ministre de l'intérieur et du ministre chargé du tourisme. Jusqu'à ce que cet arrêté soit approuvé, le plan comptable utilisé sera le M4, applicable aux services publics locaux à caractère industriel et commercial.

Article 14 : Gestion comptable

La comptabilité des matières, qui a pour objet la description des existants et des mouvements concernant les stocks et les biens meubles, est tenue sous la responsabilité du directeur.

Les taux des redevances dues par les usagers de l'Office de Tourisme communautaire sont fixés par le comité de direction.

L'office de Tourisme communautaire est habilité à contracter des emprunts auprès de tous les organismes prêteurs et auprès des particuliers.

Article 15 : Budget

Le budget est établi conformément aux dispositions de l'article R2221-43 et suivants du Code Général des Collectivités Territoriales applicables au présent Office de Tourisme.
Préparé par le directeur de l'Office, le budget est présenté par le président au comité de direction, qui en délibère avant le 15 novembre.

Le conseil communautaire est saisi à fin d'approbation. S'il ne fait pas connaitre sa décision dans un délai de trente jours, le budget est considéré comme approuvé.

Article 16 : Compte de fin d'exercice

Le compte financier de l'exercice écoulé est présenté par le président au comité de direction, qui en délibère et le transmet au conseil communautaire pour approbation.

Titre VI : Dissolution

Article 17 : Procédure

L'Office de Tourisme communautaire cesse son activité en exécution d'une délibération du conseil communautaire. La délibération du conseil communautaire mettant fin à l'activité de l'Office de Tourisme communautaire détermine la date à laquelle prennent fin les opérations de celui-ci. Les comptes sont arrêtés à cette date.

Titre VII : Dispositions diverses

Article 18 : Membres honoraires

Sur proposition du président, le titre de président d'honneur ou de membre honoraire, sans voix consultative ni délibérative, pourra être accordé après vote du comité de direction.

Statuts votés, le 10 février 2014

Les indicateurs de performance de l'Office de tourisme sont :

ACCUEIL /INFORMATION

- Fréquentation des visiteurs de l'office de tourisme :
  - Statistiques mensuelles et annuelles de fréquentation de l'espace d'accueil
  - Statistiques mensuelles et annuelles de fréquentation des demandes à distance (courriel, courrier, téléphone)
  - Mesure dans le temps de l'évolution de la fréquentation
- Satisfaction des visiteurs :
  - Bilan qualité annuel (synthèse des questionnaires de satisfaction, synthèse des réclamations et suggestions des visiteurs…)
  - Statistiques de connexion au réseau wifi de l'office de tourisme
- Gestion de la diffusion des documentations éditées par l'office de tourisme
  - Type et Nombre de documents disponibles/diffusés
  - Fourniture d'une information actualisée
  - Gestion de la diffusion des documentations de tiers
- Chiffre d'affaires de la vente des produits boutiques
- Fréquentation des navettes
- Bilan quantitatif et qualitatif des visites guidées, chiffre d'affaire réalisé

COORDINATION – ANIMATION DES ACTEURS TOURISTIQUES LOCAUX

- Bilan quantitatif et qualitatif des partenariats avec les prestataires sur les opérations de promotion du territoire
- Nombre de porteurs de projets rencontrés
- Nombre de réunions du groupe qualité local
- Fréquentation de l'espace pro
- Taux d'ouverture des newsletters pro
- Tableau de bord de l'offre touristique locale
- Nombre annuel de visites de meublés ou de labellisation sur le territoire

PROMOTION DU TERRITOIRE

- Statistiques mensuelles et annuelles de fréquentation du site internet
- Statistiques des réseaux sociaux
- Taux d'ouverture des newsletters grand public
- Enquête de conjoncture sur la fréquentation du territoire
- Bilan des actions médias/presse

AUTRES MISSIONS

- Commercialisation
  - Nombre de produits montés
  - Nombre de forfaits vendus
  - Chiffre d'affaires généré par le service
- Taxe de séjour :
  - Nombre de nuitées
  - Montant global de la Taxe de séjour
- Animations :
  - Bilan quantitatif et qualitatif des animations : nombre de journées, fréquentation des visiteurs et des exposants, chiffre d'affaire réalisé (le cas échéant)

- Gestion d'équipements (Argileum et parking Pont du Diable)
- Bilan annuel de la gestion des équipements : Chiffre d'affaire et volumes d'activité
- Statistiques de fréquentation des équipements

INDICATEURS INTERNES

- Nombre de réunions du comité de Direction et des commissions
- Nombre d'ETP
- Bilan du plan de formation annuel

CONVENTION DE PARTENARIAT

xxxx

&

L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL

La présente convention de partenariat est établie entre :

xxxx, Entreprise xxxxxxx, SIRET numéro xxxxxxx dont le siège est situé xxxxxx – xxx xxxx, immatriculé au Registre du Commerce et des Sociétés xxxxx sous le numéro xxxxxxx.

Représenté par son responsable commercial Monsieur xxxxx xxxxxx.

Ci-après dénommé **Le prestataire**

D'une part,

Et,

L'Office de Tourisme Intercommunal (OTI) Saint-Guilhem le Désert – Vallée de l'Hérault, établissement public industriel et commercial, SIRET numéro 494 316 581 00029, dont le siège est situé au 2, Parc d'Activités de Camalcé – 34150 GIGNAC, immatriculé au Registre des Opérateurs de Voyages et de Séjours sous le numéro IM034100015, ayant pour garant financier l'Association Professionnelle de Solidarité du Tourisme et pour assureur en Responsabilité Civile Professionnelle, MAÏF Assurances – contrat numéro 3424363B.

Représenté par son Président, Monsieur Claude CARCELLER.

Ci-après désigné, **l'Office de Tourisme Intercommunal (OTI)**.

D'autre part.

I - ENGAGEMENTS DE L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL

ARTICLE 1

L'Office de Tourisme Intercommunal s'engage à proposer à tous les groupes de plus de 10 personnes qui en font la demande ainsi qu'aux individuels, des produits touristiques incluant la découverte des richesses patrimoniales, viticoles et naturelles de la Vallée de l'Hérault.

Un catalogue indiquant toutes les prestations touristiques proposées par les partenaires participant à l'élaboration des produits journée et ½ journée sera envoyé à tous les clients ayant posé une réservation.

ARTICLE 2

Le catalogue Groupes de l'Office de Tourisme est outil de prospection et de commercialisation, actualisé chaque année et permettant de mettre en avant et de commercialiser les prestations de ses partenaires.

ARTICLE 3

La période couverte par la présente convention de partenariat court du **13 septembre 2023 jusqu'au 31 décembre 2023.** Cette convention de partenariat est renouvelable tacitement à échéance et dans le cadre d'une modification de fonctionnement dudit partenariat, un addendum sera proposé et signé.

ARTICLE 4

Lorsqu'un groupe ou des individuels regroupés choisiront une prestation packagée ou certains ou la totalité des déplacements inhérents au produit touristique vendu, les prestataires seront avertis par le Service réceptif de l'Office de Tourisme Intercommunal, au moins 20 jours avant la prestation effective.

II - ENGAGEMENT DE L'ENTREPRISE PRESTATAIRE

La prestation proposée par l'entreprise prestataire est la suivante :

L'offre pour la Carte Privilège du prestataire est la suivante :

Par ailleurs, l'entreprise prestataire s'engage à :

- ✓ Respecter les critères adhésion au Club des Partenaires de l'Office de Tourisme Intercommunal jointe en Annexe 1 à cette convention
- ✓ Respecter la charte du tourisme durable pour les acteurs touristiques de la Vallée de l'Hérault en Annexe 2
- ✓ Respecter les engagements mutuels entre les membres du Club des Partenaires et l'Office de Tourisme en Annexe 3

ARTICLE 5

En cas d'un désengagement ponctuel de la part du prestataire, l'Office de Tourisme Intercommunal devra être informé au minimum 30 jours auparavant.

ARTICLE 6

En cas de cession du prestataire, de changement de gérance ou de tout autre modification du contrat, l'Office de Tourisme Intercommunal se réserve le droit de suspendre la convention jusqu'à la signature d'une nouvelle convention.

III - RUPTURE DE CONVENTION

ARTICLE 7 - EXCLUSION

A partir de deux réclamations ou plaintes écrites et justifiées et de non-respect des engagements de la Charte d'éco-responsabilité, le prestataire est exclu de la liste des partenaires conventionnés de l'Office de Tourisme Intercommunal pour l'année en cours et l'année suivante.

ARTICLE 8 – RESILIATION ET LITIGES

En cas de contestations, litiges ou autres différends sur l'interprétation ou l'exécution de la présente convention, les parties s'efforceront de parvenir à un règlement à l'amiable par voie de conciliation dans le délai de deux mois.

Si néanmoins le désaccord persiste, le litige sera porté devant le Tribunal Administratif de Montpellier.

En cas de litige avec l'Office de Tourisme Intercommunal, la Présidence ou la Direction seront les seules interlocutrices des partenaires, le personnel ne faisant qu'appliquer les instructions de la hiérarchie.

Fait à Gignac, le 10 juin 2025

Monsieur Claude CARCELLER	**Monsieur xxxxx xxxxxx**
Président de l'Office de Tourisme Intercommunal	**xx**
	xxxx
Saint-Guilhem-le-Désert – Vallée de l'Hérault	
Précédé de la mention « Lu et approuvé »	***Précédé de la mention « Lu et approuvé «***

ANNEXE 1 : CRITERES D'ADHESION DES PRESTATAIRES ARTISANS D'ART AU CLUB DES PARTENAIRES DE L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL

Afin d'intégrer le Club des Partenaires de l'Office de Tourisme, l'acteur s'engage à respecter les critères d'adhésion suivants :

- **Artisans d'Art (sculpteurs, artistes, ferronniers…)**

1 - Etre engagé dans le tissu associatif local (associations, comités, confréries…)
ou bénéficier d'une reconnaissance institutionnelle locale, nationale ou internationale

2 - Avoir son activité installée sur le territoire de la Vallée de l'Hérault

- ✓ Etre installé dans une des 28 communes de la Vallée de l'Hérault :
  Aniane, Arboras, Argelliers, Aumelas, Bélarga, Campagnan, Gignac, Jonquières, La Boissière, Lagamas, Le Pouget, Montarnaud, Montpeyroux, Plaissan, Popian, Pouzols, Puéchabon, Puilacher, Saint-André-de-Sangonis, Saint-Bauzille-de-la-Sylve, Saint-Guilhem-le-Désert, Saint-Guiraud, Saint-Jean-de-Fos, Saint-Pargoire, Saint-Paul-et-Valmalle, Saint-Saturnin-de-Lucian, Tressan, Vendémian

3 - Etre engagé dans une démarche de développement durable

- ✓ Respecter deux de ces démarches écoresponsables :
  Etre impliqué dans la réduction des déchets, Effectuer le tri sélectif, Favoriser un emballage durable, Favoriser les circuits courts…

4 - Faire preuve d'un ancrage local

- ✓ Fournir un produit d'origine locale
- ✓ Créer des œuvres uniques, fait main, en petites séries
- ✓ Utiliser des matières naturelles et/ou recyclées

Charte pour le Tourisme Durable des acteurs du Tourisme de la Vallée de l'Hérault

Diablement durable, diablement local, diablement citoyen, le tourisme en Vallée de l'Hérault affirme ses valeurs d'hospitalité et de convivialité partagées entre les professionnels du tourisme, la communauté des 28 Communes de la Vallée et son Etablissement public, l'Office de Tourisme Intercommunal, en 15 engagements.

Les pratiques professionnelles des acteurs du tourisme intègrent au quotidien les valeurs du développement durable. Aqui !

1. Ici, le tourisme est supportable à long terme sur le plan environnemental, viable sur le plan économique et équitable sur le plan éthique et social, créateur d'emplois pour les populations locales.

2. Ici, Le développement durable est un objectif de gestion globale des ressources afin de préserver notre capital naturel et culturel.

3. Ici, L'environnement naturel est protégé notamment les équilibres fragiles et les zones écologiquement menacées. Les incidences humaines sur les ressources naturelles, sur la biodiversité et sur la capacité d'assimilation des déchets engendrés doivent rester acceptables.

4. Ici, un travail de sensibilisation de respect de l'environnement auprès des visiteurs est mené au quotidien.

5. Ici, la préservation, la protection et la mise en valeur de la richesse du patrimoine naturel et culturel passent par un catalogue d'offres originales.

6. Ici, notre hospitalité encourage et privilégie les circuits courts, les achats responsables et l'éco-mobilité.

7. Ici, la sécurité sanitaire de nos visiteurs comme la protection environnementale et culturelle des acteurs locaux avec lesquels nous travaillons est un effort de chaque instant.

8. Ici, hébergeurs, restaurateurs, acteurs du Tourisme et l'Office de tourisme ont mis en place des éco-gestes au quotidien.

9. Ici, les labellisations, Qualité Tourisme, **Grand Site de France**, Patrimoine Mondial de l'Humanité à l'UNESCO, Grands Sites de Occitanie et Monument Historique, garantissent la qualité, la dynamique et la visibilité du territoire au niveau national et international.

Diablement local

10. Ici, Le visiteur peut vivre des expériences originales et hédonistes par un tourisme véritable outil de croissance raisonnée. Il est informé de l'origine des produits proposés, en privilégiant la vallée de l'Hérault, origine Hérault, le type d'agriculture, la présence de labels, la saisonnalité.

11. Ici, Les activités touristiques proposées s'intègrent à la vie locale et contribuent de manière positive au développement économique local.

12. Ici , nous travaillons ensemble, main dans la main , au développement de notre territoire par la création d'outils de communication, de produits d'accueil, de conseil en séjour, la mise en place d'événements et la vente de produits artisanaux.

13. Nous sommes des locaux ! Tout naturellement, nous agissons avec la population locale en respectant les traditions et coutumes du territoire, leur identité, leur culture et leurs intérêts, points de référence incontournables lors de la conception de notre offre touristique.

Diablement citoyen

14. Ici, nous travaillons dans le respect mutuel et la participation de tous les acteurs, du secteur public et privé, impliqués dans la démarche de l'économie Sociale et Solidaire à tous les niveaux : local, national, régional et international. Nous travaillons avec les associations locales et accompagnons les démarches d'inclusion des publics en difficulté.

15. Ici, nos critères de qualité visent à assurer la valorisation douce de la destination touristique et le degré de satisfaction du touriste. Particuliers et professionnels sont réunis sur ce projet dans une volonté commune de contribuer à l'enrichissement socio-culturel de la destination.

Pour l'OTI St Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault
Monsieur Claude CARCELLER
Président de l'Office de Tourisme Intercommunal

Pour l'Etablissement XXX
Monsieur xxx xxxx

ANNEXE 3 : LES ENGAGEMENTS MUTUELS ENTRE LES MEMBRES DU CLUB DES PARTENAIRES ET L'OFFICE DE TOURISME

L'Office de Tourisme, dans ses missions d'accueil, de conseil, d'animation, d'agence réceptive, de promotion touristique et de coordination des acteurs locaux s'applique à valoriser l'ensemble des 28 communes de la vallée de l'Hérault. Aujourd'hui, une nouvelle stratégie est mise en œuvre dans l'objectif de fédérer et de mettre en lumière chaque professionnel. La collaboration entre l'office de tourisme et les acteurs du territoire participera au développement de la qualité de l'offre et de l'attractivité. Cette présente charte vient acter une entente mutuelle fondé sur des valeurs communes.

ARTICLE 1 : STATUT JURIDIQUE

L'Office de Tourisme Intercommunal Saint-Guilhem-Le-Désert-Vallée de l'Hérault est un Etablissement Public à caractère Industriel et commercial (EPIC) rattaché à la Communauté de communes Vallée de l'Hérault.

ARTICLE 2 : L'OFFICE DE TOURISME ET LA DESTINATION

Aujourd'hui l'Office de tourisme Saint-Guilhem-le Désert-Vallée de l'Hérault s'engage à fédérer l'ensemble des acteurs du territoire pour une mise en tourisme réussie. Développer et gérer l'attractivité de la vallée de l'Hérault grâce à une offre de qualité et un tourisme responsable en s'impliquant sur le tourisme doux, des savoir-faire, d'activités de pleine nature et d'agritourisme.

ARTICLE 3 : OBJET

Cette convention d'engagement a pour but d'informer chaque partie sur les missions et leurs responsabilités. Elle est valable du 4 septembre 2023 au 31 décembre 2023 avec tacite reconduction.

ARTICLE 4 : ÊTRE ACTEUR DU TERRITOIRE

Etre acteur du territoire de la vallée de l'Hérault c'est être ambassadeur de la destination et participer à la dynamique touristique. C'est s'intéresser à notre environnement et offrir aux visiteurs une offre de qualité qui leur donnera envie de revenir sur le territoire. Et enfin, c'est se fédérer autour d'un projet commun.

ARTICLE 5 : CONDITION DE DOMICILIATION

Pour devenir partenaire de l'Office de Tourisme Saint-Guilhem-le-Désert-Vallée de l'Hérault, le siège social de la structure touristique doit être domicilié sur le territoire de compétence de la vallée de l'Hérault.

ARTICLE 6 : TARIFS ET PAIEMENT

Pour chaque partenariat le prix professionnel est appliqué, Les factures seront à déposer sur le portail CHORUS suivant la procédure (logiciel dématérialisé) et payée par mandat administratif.

ARTICLE 7: CONDITION ET ENGAGEMENT DE L'ACTEUR

ARTISANS D'ART	
1	- Participer à la collecte annuelle des dotations de l'Office de Tourisme (don d'un produit, nuitée, réductions...) afin d'être mis en avant lors d'actions marketing (jeu-concours, tombolas…)
2	- Proposer une offre avantage pour la Carte Privilège
3	- Répondre à l'enquête de conjoncture de l'Office de Tourisme qui permet d'analyser la fréquentation et la saisonnalité du territoire
4	- Participer à la collecte des données de l'étape 1 Carignan chaque année
5	- Proposer dans son accueil et diffuser à sa clientèle la documentation de l'Office de Tourisme
6	- Proposer des tarifs professionnels pour l'Agence de Voyage Locale de l'Office de Tourisme

ARTICLE 8 – LES ENGAGEMENTS DE L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL

L'Office de Tourisme Intercommunal St Guilhem le Désert – Vallée de l'Hérault s'engage à :

OTI SAINT GUILHEM LE DESERT	
1	- Adhésion automatique au Groupe Facebook « Le Club des Partenaires de la Vallée de l'Hérault » pour bénéficier de l'actualité, être informés des ateliers de formation, des opérations et événements partenaires...
2	- Adhésion automatique à la newsletter professionnelle de l'Office de Tourisme
3	- Participation aux événements annuels BtoB partenaires de l'Office de Tourisme
4	- Participation aux ateliers « Les Ptit-déj' du Club des Partenaires » : des moments d'échanges conviviaux autour de thématiques actuelles pour développer sa structure et son ancrage local
5	- Mise en avant des activités des membres du Club des Partenaires lors des conseils donnés par les conseillers en séjour
6	- Possibilité de bénéficier du service d'accompagnement Mourvèdre p.14
7	- Possibilité de mettre en vente les produits des membres du Club des Partenaires au sein des 4 boutiques de l'Office de Tourisme
8	- Possibilité de diffuser la documentation des membres du Club des Partenaires dans les points d'informations touristiques de l'Office de Tourisme
9	- Possibilité de participer à des événements grand public aux côtés de l'Office de Tourisme
10	- Possibilité d'accueillir des clients de l'Agence de Voyage Locale (groupes, journalistes, scolaires, séminaires, individuels…) de l'Office de Tourisme
11	- Possibilité de faire partie des produits touristiques packagés de l'Office de Tourisme

OTI SAINT GUILHEM LE DESERT	
12	- Possibilité d'exposer ensemble lors de salons et d'opérations de promotion

Monsieur Claude CARCELLER
Président de l'Office de Tourisme Intercommunal
Saint-Guilhem-le-Désert – Vallée de l'Hérault
Précédé de la mention « Lu et approuvé »

Monsieur xxxx xxxx
xxxx xxxxxx
xxxxxxx– xxxxxxxx
Précédé de la mention « Lu et approuvé »

CONVENTION DE PARTENARIAT

xxxx

&

L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL

La présente convention de partenariat est établie entre :

xxxx, Entreprise xxxxxxx, SIRET numéro xxxxxxx dont le siège est situé xxxxxx – xxx xxxx, immatriculé au Registre du Commerce et des Sociétés xxxxx sous le numéro xxxxxxx.

Représenté par son responsable commercial Monsieur xxxxx xxxxxx.

Ci-après dénommé **Le prestataire**

D'une part,

Et,

L'Office de Tourisme Intercommunal (OTI) Saint-Guilhem le Désert – Vallée de l'Hérault, établissement public industriel et commercial, SIRET numéro 494 316 581 00029, dont le siège est situé au 2, Parc d'Activités de Camalcé – 34150 GIGNAC, immatriculé au Registre des Opérateurs de Voyages et de Séjours sous le numéro IM034100015, ayant pour garant financier l'Association Professionnelle de Solidarité du Tourisme et pour assureur en Responsabilité Civile Professionnelle, MAÏF Assurances – contrat numéro 3424363B.

Représenté par son Président, Monsieur Claude CARCELLER.

Ci-après désigné, **l'Office de Tourisme Intercommunal (OTI)**.

D'autre part.

I - ENGAGEMENTS DE L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL

ARTICLE 1

L'Office de Tourisme Intercommunal s'engage à proposer à tous les groupes de plus de 10 personnes qui en font la demande ainsi qu'aux individuels, des produits touristiques incluant la découverte des richesses patrimoniales, viticoles et naturelles de la Vallée de l'Hérault.

Un catalogue indiquant toutes les prestations touristiques proposées par les partenaires participant à l'élaboration des produits journée et ½ journée sera envoyé à tous les clients ayant posé une réservation.

ARTICLE 2

Le catalogue Groupes de l'Office de Tourisme est outil de prospection et de commercialisation, actualisé chaque année et permettant de mettre en avant et de commercialiser les prestations de ses partenaires.

ARTICLE 3

La période couverte par la présente convention de partenariat court du **13 septembre 2023 jusqu'au 31 décembre 2023.** Cette convention de partenariat est renouvelable tacitement à échéance et dans le cadre d'une modification de fonctionnement dudit partenariat, un addendum sera proposé et signé.

ARTICLE 4

Lorsqu'un groupe ou des individuels regroupés choisiront une prestation packagée ou certains ou la totalité des déplacements inhérents au produit touristique vendu, les prestataires seront avertis par le Service réceptif de l'Office de Tourisme Intercommunal, au moins 20 jours avant la prestation effective.

II - ENGAGEMENT DE L'ENTREPRISE PRESTATAIRE

La prestation proposée par l'entreprise prestataire est la suivante :

L'offre pour la Carte Privilège du prestataire est la suivante :

Par ailleurs, l'entreprise prestataire s'engage à :

- ✓ Respecter les critères adhésion au Club des Partenaires de l'Office de Tourisme Intercommunal jointe en Annexe 1 à cette convention
- ✓ Respecter la charte du tourisme durable pour les acteurs touristiques de la Vallée de l'Hérault en Annexe 2
- ✓ Respecter les engagements mutuels entre les membres du Club des Partenaires et l'Office de Tourisme en Annexe 3

ARTICLE 5

En cas d'un désengagement ponctuel de la part du prestataire, l'Office de Tourisme Intercommunal devra être informé au minimum 30 jours auparavant.

ARTICLE 6

En cas de cession du prestataire, de changement de gérance ou de tout autre modification du contrat, l'Office de Tourisme Intercommunal se réserve le droit de suspendre la convention jusqu'à la signature d'une nouvelle convention.

III - RUPTURE DE CONVENTION

ARTICLE 7 - EXCLUSION

A partir de deux réclamations ou plaintes écrites et justifiées et de non-respect des engagements de la Charte d'éco-responsabilité, le prestataire est exclu de la liste des partenaires conventionnés de l'Office de Tourisme Intercommunal pour l'année en cours et l'année suivante.

ARTICLE 8 – RESILIATION ET LITIGES

En cas de contestations, litiges ou autres différends sur l'interprétation ou l'exécution de la présente convention, les parties s'efforceront de parvenir à un règlement à l'amiable par voie de conciliation dans le délai de deux mois.

Si néanmoins le désaccord persiste, le litige sera porté devant le Tribunal Administratif de Montpellier.

En cas de litige avec l'Office de Tourisme Intercommunal, la Présidence ou la Direction seront les seules interlocutrices des partenaires, le personnel ne faisant qu'appliquer les instructions de la hiérarchie.

Fait à Gignac, le 10 juin 2025

Monsieur Claude CARCELLER	**Monsieur xxxxx xxxxxx**
Président de l'Office de Tourisme Intercommunal	**xx**
	xxxx
Saint-Guilhem-le-Désert – Vallée de l'Hérault	
Précédé de la mention « Lu et approuvé »	***Précédé de la mention « Lu et approuvé »***

ANNEXE 1 : CRITERES D'ADHESION DES PRESTATAIRES DE CHAMBRES D'HOTES AU CLUB DES PARTENAIRES DE L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL

Afin d'intégrer le Club des Partenaires de l'Office de Tourisme, l'acteur s'engage à respecter les critères d'adhésion suivants :

- **Hébergeurs locatifs : chambres d'hôtes**

1 - Etre engagé dans une démarche qualité (avoir un classement, label, appellation...)

- ✓ Posséder le classement : *Chambre d'hôte référence*
- ✓ Avoir le label : *Gîtes de France et/ou Clévacances*

2 - Avoir son activité installée sur le territoire de la Vallée de l'Hérault

- ✓ Etre installé dans une des 28 communes de la Vallée de l'Hérault :
  Aniane, Arboras, Argelliers, Aumelas, Bélarga, Campagnan, Gignac, Jonquières, La Boissière, Lagamas, Le Pouget, Montarnaud, Montpeyroux, Plaissan, Popian, Pouzols, Puéchabon, Puilacher, Saint-André-de-Sangonis, Saint-Bauzille-de-la-Sylve, Saint-Guilhem-le-Désert, Saint-Guiraud, Saint-Jean-de-Fos, Saint-Pargoire, Saint-Paul-et-Valmalle, Saint-Saturnin-de-Lucian, Tressan, Vendémian

3 - Etre engagé dans une démarche de développement durable

- ✓ Respecter trois de ces démarches écoresponsables :
  Avoir une politique de réduction des déchets, Réduire le gaspillage énergétique, Choisir des fournisseurs responsables, Favoriser les circuits courts, Favoriser des produits ménagers à faible impact environnemental.

4 - Faire preuve d'un ancrage local

- ✓ Etre à jour de la taxe de séjour
- ✓ Favoriser le fait maison et les produits locaux si vous fournissez petit-déjeuner et/ou repas à vos clients et/ou mener des actions de partenariats avec des associations locales, entreprises d'insertion locales (repasserie, décoration…)

Charte pour le Tourisme Durable des acteurs du Tourisme de la Vallée de l'Hérault

Diablement durable, diablement local, diablement citoyen, le tourisme en Vallée de l'Hérault affirme ses valeurs d'hospitalité et de convivialité partagées entre les professionnels du tourisme, la communauté des 28 Communes de la Vallée et son Etablissement public, l'Office de Tourisme Intercommunal, en 15 engagements.

Les pratiques professionnelles des acteurs du tourisme intègrent au quotidien les valeurs du développement durable. Aqui !

1. Ici, le tourisme est supportable à long terme sur le plan environnemental, viable sur le plan économique et équitable sur le plan éthique et social, créateur d'emplois pour les populations locales.

2. Ici, Le développement durable est un objectif de gestion globale des ressources afin de préserver notre capital naturel et culturel.

3. Ici, L'environnement naturel est protégé notamment les équilibres fragiles et les zones écologiquement menacées. Les incidences humaines sur les ressources naturelles, sur la biodiversité et sur la capacité d'assimilation des déchets engendrés doivent rester acceptables.

4. Ici, un travail de sensibilisation de respect de l'environnement auprès des visiteurs est mené au quotidien.

5. Ici, la préservation, la protection et la mise en valeur de la richesse du patrimoine naturel et culturel passent par un catalogue d'offres originales.

6. Ici, notre hospitalité encourage et privilégie les circuits courts, les achats responsables et l'éco-mobilité.

7. Ici, la sécurité sanitaire de nos visiteurs comme la protection environnementale et culturelle des acteurs locaux avec lesquels nous travaillons est un effort de chaque instant.

8. Ici, hébergeurs, restaurateurs, acteurs du Tourisme et l'Office de tourisme ont mis en place des éco-gestes au quotidien.

9. Ici, les labellisations, Qualité Tourisme, **Grand Site de France**, Patrimoine Mondial de l'Humanité à l'UNESCO, Grands Sites de Occitanie et Monument Historique, garantissent la qualité, la dynamique et la visibilité du territoire au niveau national et international.

Diablement local

10. Ici, Le visiteur peut vivre des expériences originales et hédonistes par un tourisme véritable outil de croissance raisonnée. Il est informé de l'origine des produits proposés, en privilégiant la vallée de l'Hérault, origine Hérault, le type d'agriculture, la présence de labels, la saisonnalité.

11. Ici, Les activités touristiques proposées s'intègrent à la vie locale et contribuent de manière positive au développement économique local.

12. Ici , nous travaillons ensemble, main dans la main , au développement de notre territoire par la création d'outils de communication, de produits d'accueil, de conseil en séjour, la mise en place d'événements et la vente de produits artisanaux.

13. Nous sommes des locaux ! Tout naturellement, nous agissons avec la population locale en respectant les traditions et coutumes du territoire, leur identité, leur culture et leurs intérêts, points de référence incontournables lors de la conception de notre offre touristique.

Diablement citoyen

14. Ici, nous travaillons dans le respect mutuel et la participation de tous les acteurs, du secteur public et privé, impliqués dans la démarche de l'économie Sociale et Solidaire à tous les niveaux : local, national, régional et international. Nous travaillons avec les associations locales et accompagnons les démarches d'inclusion des publics en difficulté.

15. Ici, nos critères de qualité visent à assurer la valorisation douce de la destination touristique et le degré de satisfaction du touriste. Particuliers et professionnels sont réunis sur ce projet dans une volonté commune de contribuer à l'enrichissement socio-culturel de la destination.

Pour l'OTI St Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault
Monsieur Claude CARCELLER
Président de l'Office de Tourisme Intercommunal

Pour l'Etablissement XXX
Monsieur xxx xxxx

ANNEXE 3 : LES ENGAGEMENTS MUTUELS ENTRE LES MEMBRES DU CLUB DES PARTENAIRES ET L'OFFICE DE TOURISME

L'Office de Tourisme, dans ses missions d'accueil, de conseil, d'animation, d'agence réceptive, de promotion touristique et de coordination des acteurs locaux s'applique à valoriser l'ensemble des 28 communes de la vallée de l'Hérault. Aujourd'hui, une nouvelle stratégie est mise en œuvre dans l'objectif de fédérer et de mettre en lumière chaque professionnel. La collaboration entre l'office de tourisme et les acteurs du territoire participera au développement de la qualité de l'offre et de l'attractivité. Cette présente charte vient acter une entente mutuelle fondé sur des valeurs communes.

ARTICLE 1 : STATUT JURIDIQUE

L'Office de Tourisme Intercommunal Saint-Guilhem-Le-Désert-Vallée de l'Hérault est un Etablissement Public à caractère Industriel et commercial (EPIC) rattaché à la Communauté de communes Vallée de l'Hérault.

ARTICLE 2 : L'OFFICE DE TOURISME ET LA DESTINATION

Aujourd'hui l'Office de tourisme Saint-Guilhem-le Désert-Vallée de l'Hérault s'engage à fédérer l'ensemble des acteurs du territoire pour une mise en tourisme réussie. Développer et gérer l'attractivité de la vallée de l'Hérault grâce à une offre de qualité et un tourisme responsable en s'impliquant sur le tourisme doux, des savoir-faire, d'activités de pleine nature et d'agritourisme.

ARTICLE 3 : OBJET

Cette convention d'engagement a pour but d'informer chaque partie sur les missions et leurs responsabilités. Elle est valable du 4 septembre 2023 au 31 décembre 2023 avec tacite reconduction.

ARTICLE 4 : ÊTRE ACTEUR DU TERRITOIRE

Etre acteur du territoire de la vallée de l'Hérault c'est être ambassadeur de la destination et participer à la dynamique touristique. C'est s'intéresser à notre environnement et offrir aux visiteurs une offre de qualité qui leur donnera envie de revenir sur le territoire. Et enfin, c'est se fédérer autour d'un projet commun.

ARTICLE 5 : CONDITION DE DOMICILIATION

Pour devenir partenaire de l'Office de Tourisme Saint-Guilhem-le-Désert-Vallée de l'Hérault, le siège social de la structure touristique doit être domicilié sur le territoire de compétence de la vallée de l'Hérault.

ARTICLE 6 : TARIFS ET PAIEMENT

Pour chaque partenariat le prix professionnel est appliqué, Les factures seront à déposer sur le portail CHORUS suivant la procédure (logiciel dématérialisé) et payée par mandat administratif.

ARTICLE 7: CONDITION ET ENGAGEMENT DE L'ACTEUR

CHAMBRES D'HOTES	
1	- Participer à la collecte annuelle des dotations de l'Office de Tourisme (don d'un produit, nuitée, réductions...) afin d'être mis en avant lors d'actions marketing (jeu-concours, tombolas…)
2	- Proposer une offre avantage pour la Carte Privilège
3	- Répondre à l'enquête de conjoncture de l'Office de Tourisme qui permet d'analyser la fréquentation et la saisonnalité du territoire
4	- Participer à la collecte des données de l'étape 1 Carignan chaque année
5	- Proposer dans son accueil et diffuser à sa clientèle la documentation de l'Office de Tourisme
6	- Proposer des tarifs professionnels pour l'Agence de Voyage Locale de l'Office de Tourisme

ARTICLE 8 – LES ENGAGEMENTS DE L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL

L'Office de Tourisme Intercommunal St Guilhem le Désert – Vallée de l'Hérault s'engage à :

OTI SAINT GUILHEM LE DESERT	
1	- Adhésion automatique au Groupe Facebook « Le Club des Partenaires de la Vallée de l'Hérault » pour bénéficier de l'actualité, être informés des ateliers de formation, des opérations et événements partenaires...
2	- Adhésion automatique à la newsletter professionnelle de l'Office de Tourisme
3	- Participation aux événements annuels BtoB partenaires de l'Office de Tourisme
4	- Participation aux ateliers « Les Ptit-déj' du Club des Partenaires » : des moments d'échanges conviviaux autour de thématiques actuelles pour développer sa structure et son ancrage local
5	- Mise en avant des activités des membres du Club des Partenaires lors des conseils donnés par les conseillers en séjour
6	- Possibilité de bénéficier du service d'accompagnement Mourvèdre p.14
7	- Possibilité de mettre en vente les produits des membres du Club des Partenaires au sein des 4 boutiques de l'Office de Tourisme
8	- Possibilité de diffuser la documentation des membres du Club des Partenaires dans les points d'informations touristiques de l'Office de Tourisme
9	- Possibilité de participer à des événements grand public aux côtés de l'Office de Tourisme
10	- Possibilité d'accueillir des clients de l'Agence de Voyage Locale (groupes, journalistes, scolaires, séminaires, individuels…) de l'Office de Tourisme
11	- Possibilité de faire partie des produits touristiques packagés de l'Office de Tourisme

OTI SAINT GUILHEM LE DESERT	
12	- Possibilité d'exposer ensemble lors de salons et d'opérations de promotion

Monsieur Claude CARCELLER
Président de l'Office de Tourisme Intercommunal
Saint-Guilhem-le-Désert – Vallée de l'Hérault
Précédé de la mention « Lu et approuvé »

Monsieur xxxx xxxx
xxxx xxxxxx
xxxxxxx– xxxxxxxx
Précédé de la mention « Lu et approuvé »

Annexe 3 Bis

CONVENTION DE PARTENARIAT
MEMBRE DU CLUB DES PARTENAIRES - BOUTIQUE
DEPOT VENTE - VIN
XXXX
&
L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL

La convention est établie

Entre

L'office de tourisme intercommunal Saint-Guilhem-le-Désert - Vallée de l'Hérault, Etablissement Public Industriel et Commercial, sis 3, parc d'activités de Camalcé, 34150 Gignac.

Dénommé ci-après « Office de Tourisme Intercommunal »
D'une part

Et
LE DEPOSANT :
Forme juridique :
Directeur :
Adresse :
N° Siret : APE :
Tél. : Fax : E-mail :

Dénommé ci-après le « Déposant »
D'autre part

La présente convention de dépôt-vente est définie comme suit :

Article 1 : Objet
Le déposant confie le(s) produit(s) déposé(s) à l'Office de Tourisme Intercommunal en vue de sa vente et de sa promotion à la Maison du Grand Site de France, dans l'espace du Mas des Agriculteurs.
Les produits déposés pourront parfois être intégrés à des paniers gourmands; dans ce cas ils seront associés à des produits d'autres partenaires.
Le prix d'achat du fournisseur, le prix de vente public ainsi que le stock déposé sont des éléments fixés d'un commun accord par les deux parties.

Article 2 : Charte durable et responsable
Les engagements des deux parties sont précisés dans la Charte éco-responsable annexée à ce document et/ou consultable librement en ligne sur www.saintguilhem-valleeherault.fr

Cette charte définit les conditions auxquelles doivent répondre les structures ou individus souhaitant vendre leurs produits à la boutique de la Maison du Grand Site. Elle définit également les règles que s'imposent mutuellement l'Office de tourisme Saint-Guilhem-le-Désert-la vallée de l'Hérault et le partenaire dans la gestion de leur relation partenariale.

Article 3 : Obligations des parties

Durant toute la saison, le déposant s'engage à fournir ses produits dans les meilleurs délais.
En contrepartie, l'Office de Tourisme Intercommunal s'engage à assurer les meilleures conditions de vente aux produits déposés. Il s'engage à informer le déposant de l'évolution des ventes. Un bordereau récapitulatif des réapprovisionnements et des ventes sera tenu à cet effet. Les deux parties s'engagent à signer la convention ainsi que la charte lors de la date de livraison pour la saison 2023.

Article 4 : Durée de la convention

La convention est valable pour la durée de la saison touristique, soit la durée de l'ouverture du Mas des Agriculteurs à partir de la première semaine des vacances de printemps, le 8 avril, jusqu'à la dernière semaine des vacances d'automne, le 7 novembre.
Les biens déposés non vendus seront restitués en fin de saison touristique, soit en novembre.
Cette convention de partenariat est renouvelable tacitement à échéance et dans le cadre d'une modification de fonctionnement dudit partenariat, un addendum sera proposé et signé.

Article 5 : Facturation et règlement

Conformément au système du **dépôt vente, les quantités restituées en fin de saison sont déduites du premier bon de livraison qui n'a pas été facturé.** Chaque bon de livraison intermédiaire fait l'objet d'une facture. La facturation est établie à l'ordre de l'Office de Tourisme Intercommunal de Saint- Guilhem-le-Désert- Vallée de l'Hérault.
Le règlement est effectué par mandat administratif.

Article 6 : Les tarifs

Pour chaque bouteille de vin déposée, le prix caviste est appliqué, nous nous engageons à pratiquer le prix public établi par le vigneron. Les parties doivent signer la grille tarifaire en annexe.

Article 6 : Résiliation et litiges

Les modalités de résiliation et de gestion des litiges sont précisées dans la convention de partenariat du Club des Partenaires précédemment signée.

Fait en deux exemplaires, à Gignac, le
……

Signature et cachet commercial,

Pour le déposant,

Pour l'Office de Tourisme Intercommunal, Le Président,

Claude CARCELLER



Grille tarifaire

CONVENTION DE DEPOT VENTE

NOM DU DEPOSANT : .....

NOMBRE	DESIGNATION DES PRODUITS	PRIX D'ACHAT (HTVA)	TAUX DE TVA APPLICABLE	PRIX DE VENTE PUBLIC UNITAIRE (TTC)

Fait en deux exemplaires, à Gignac, le .....

Signature et cachet commercial Intercommunal,

Pour l'Office de tourisme

Pour le déposant,

Le président,

Claude CARCELLER,



Annexe 3 Bis

CONVENTION DE PARTENARIAT PONCTUEL 2023
DEPOT VENTE - VIN
XXXX
&
L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL

La convention est établie

Entre

L'office de tourisme intercommunal Saint-Guilhem-le-Désert - Vallée de l'Hérault, Etablissement Public Industriel et Commercial, sis 3, parc d'activités de Camalcé, 34150 Gignac.

Dénommé ci-après « Office de Tourisme Intercommunal »
D'une part

Et
LE DEPOSANT :
Forme juridique :
Directeur :
Adresse :
N° Siret : APE :
Tél. : Fax : E-mail :

Dénommé ci-après le « Déposant »
D'autre part

La présente convention de dépôt-vente est définie comme suit :

Article 1 : Objet
Le déposant confie le(s) produit(s) déposé(s) à l'Office de Tourisme Intercommunal en vue de sa vente et de sa promotion à la Maison du Grand Site de France, dans l'espace du Mas des Agriculteurs.
Les produits déposés pourront parfois être intégrés à des paniers gourmands; dans ce cas ils seront associés à des produits d'autres partenaires.
Le prix d'achat du fournisseur, le prix de vente public ainsi que le stock déposé sont des éléments fixés d'un commun accord par les deux parties.

Article 2 : Charte durable et responsable
Les engagements des deux parties sont précisés dans la Charte éco-responsable annexée à ce document et/ou consultable librement en ligne sur www.saintguilhem-valleeherault.fr

Cette charte définit les conditions auxquelles doivent répondre les structures ou individus souhaitant vendre leurs produits à la boutique de la Maison du Grand Site. Elle définit également les règles que s'imposent mutuellement l'Office de tourisme Saint-Guilhem-le-Désert-la vallée de l'Hérault et le partenaire dans la gestion de leur relation partenariale.

Article 3 : Obligations des parties

Durant toute la saison, le déposant s'engage à fournir ses produits dans les meilleurs délais.
En contrepartie, l'Office de Tourisme Intercommunal s'engage à assurer les meilleures conditions de vente aux produits déposés. Il s'engage à informer le déposant de l'évolution des ventes. Un bordereau récapitulatif des réapprovisionnements et des ventes sera tenu à cet effet. Les deux parties s'engagent à signer la convention ainsi que la charte lors de la date de livraison pour la saison 2023.

Article 4 : Durée de la convention

La convention est valable pour la durée de la saison touristique 2023, soit la durée de l'ouverture du Mas des Agriculteurs à partir de la première semaine des vacances de printemps, le 8 avril, jusqu'à la dernière semaine des vacances d'automne, le 7 novembre.
Les biens déposés non vendus seront restitués en fin de saison touristique, soit en novembre.

Article 5 : Facturation et règlement

Conformément au système du **dépôt vente, les quantités restituées en fin de saison sont déduites du premier bon de livraison qui n'a pas été facturé.** Chaque bon de livraison intermédiaire fait l'objet d'une facture. La facturation est établie à l'ordre de l'Office de Tourisme Intercommunal de Saint- Guilhem-le-Désert- Vallée de l'Hérault.
Le règlement est effectué par mandat administratif.

Article 6 : Les tarifs

Pour chaque bouteille de vin déposée, le prix caviste est appliqué, nous nous engageons à pratiquer le prix public établi par le vigneron. Les parties doivent signer la grille tarifaire en annexe.

Article 6 : Résiliation et litiges

Les modalités de résiliation et de gestion des litiges sont précisées dans la Charte du Partenariat.

Fait en deux exemplaires, à Gignac, le
……

Signature et cachet commercial,

Pour le déposant,

Pour l'Office de Tourisme Intercommunal, Le Président,
Claude CARCELLER

Grille tarifaire

CONVENTION DE DEPOT VENTE

NOM DU DEPOSANT : .....

NOMBRE	DESIGNATION DES PRODUITS	PRIX D'ACHAT (HTVA)	TAUX DE TVA APPLICABLE	PRIX DE VENTE PUBLIC UNITAIRE (TTC)

Fait en deux exemplaires, à Gignac, le .....

Signature et cachet commercial Intercommunal,

Pour l'Office de tourisme

Pour le déposant,

Le président,

Claude CARCELLER,



CONVENTION DE PARTENARIAT

XXXX

&

L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL

La présente convention de partenariat est établie entre :

xxxx, Entreprise xxxxxxx, SIRET numéro xxxxxxx dont le siège est situé xxxxxx – xxx xxxx, immatriculé au Registre du Commerce et des Sociétés xxxxx sous le numéro xxxxxxx.

Représenté par son responsable commercial Monsieur xxxxx xxxxxx.

Ci-après dénommé **Le prestataire**

D'une part,

Et,

L'Office de Tourisme Intercommunal (OTI) Saint-Guilhem le Désert – Vallée de l'Hérault, établissement public industriel et commercial, SIRET numéro 494 316 581 00029, dont le siège est situé au 2, Parc d'Activités de Camalcé – 34150 GIGNAC, immatriculé au Registre des Opérateurs de Voyages et de Séjours sous le numéro IM034100015, ayant pour garant financier l'Association Professionnelle de Solidarité du Tourisme et pour assureur en Responsabilité Civile Professionnelle, MAÏF Assurances – contrat numéro 3424363B.

Représenté par son Président, Monsieur Claude CARCELLER.

Ci-après désigné, **l'Office de Tourisme Intercommunal (OTI)**.

D'autre part.

I - ENGAGEMENTS DE L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL

ARTICLE 1

L'Office de Tourisme Intercommunal s'engage à proposer à tous les groupes de plus de 10 personnes qui en font la demande ainsi qu'aux individuels, des produits touristiques incluant la découverte des richesses patrimoniales, viticoles et naturelles de la Vallée de l'Hérault.

Un catalogue indiquant toutes les prestations touristiques proposées par les partenaires participant à l'élaboration des produits journée et ½ journée sera envoyé à tous les clients ayant posé une réservation.

ARTICLE 2

Le catalogue Groupes de l'Office de Tourisme est outil de prospection et de commercialisation, actualisé chaque année et permettant de mettre en avant et de commercialiser les prestations de ses partenaires.

ARTICLE 3

La période couverte par la présente convention de partenariat court du **13 septembre 2023 jusqu'au 31 décembre 2023.** Cette convention de partenariat est renouvelable tacitement à échéance et dans le cadre d'une modification de fonctionnement dudit partenariat, un addendum sera proposé et signé.

ARTICLE 4

Lorsqu'un groupe ou des individuels regroupés choisiront une prestation packagée ou certains ou la totalité des déplacements inhérents au produit touristique vendu, les prestataires seront avertis par le Service réceptif de l'Office de Tourisme Intercommunal, au moins 20 jours avant la prestation effective.

II - ENGAGEMENT DE L'ENTREPRISE PRESTATAIRE

La prestation proposée par l'entreprise prestataire est la suivante :

L'offre pour la Carte Privilège du prestataire est la suivante :

Par ailleurs, l'entreprise prestataire s'engage à :

- ✓ Respecter les critères adhésion au Club des Partenaires de l'Office de Tourisme Intercommunal jointe en Annexe 1 à cette convention
- ✓ Respecter la charte du tourisme durable pour les acteurs touristiques de la Vallée de l'Hérault en Annexe 2
- ✓ Respecter les engagements mutuels entre les membres du Club des Partenaires et l'Office de Tourisme en Annexe 3

ARTICLE 5

En cas d'un désengagement ponctuel de la part du prestataire, l'Office de Tourisme Intercommunal devra être informé au minimum 30 jours auparavant.

ARTICLE 6

En cas de cession du prestataire, de changement de gérance ou de tout autre modification du contrat, l'Office de Tourisme Intercommunal se réserve le droit de suspendre la convention jusqu'à la signature d'une nouvelle convention.

III - RUPTURE DE CONVENTION

ARTICLE 7 - EXCLUSION

A partir de deux réclamations ou plaintes écrites et justifiées et de non-respect des engagements de la Charte d'éco-responsabilité, le prestataire est exclu de la liste des partenaires conventionnés de l'Office de Tourisme Intercommunal pour l'année en cours et l'année suivante.

ARTICLE 8 – RESILIATION ET LITIGES

En cas de contestations, litiges ou autres différends sur l'interprétation ou l'exécution de la présente convention, les parties s'efforceront de parvenir à un règlement à l'amiable par voie de conciliation dans le délai de deux mois.

Si néanmoins le désaccord persiste, le litige sera porté devant le Tribunal Administratif de Montpellier.

En cas de litige avec l'Office de Tourisme Intercommunal, la Présidence ou la Direction seront les seules interlocutrices des partenaires, le personnel ne faisant qu'appliquer les instructions de la hiérarchie.

Fait à Gignac, le 10 juin 2025

Monsieur Claude CARCELLER	**Monsieur xxxxx xxxxxx**
Président de l'Office de Tourisme Intercommunal	**xx**
	xxxx
Saint-Guilhem-le-Désert – Vallée de l'Hérault	

Précédé de la mention « Lu et approuvé »	***Précédé de la mention « Lu et approuvé »***

ANNEXE 1 : CRITERES D'ADHESION DES RESTAURATEURS AU CLUB DES PARTENAIRES DE L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL

Afin d'intégrer le Club des Partenaires de l'Office de Tourisme, l'acteur s'engage à respecter les critères d'adhésion suivants :

- **Restaurateurs (snacks, restaurants, glaciers, food-trucks et traiteurs) :**

  1 - Etre engagé dans une démarche qualité (avoir un classement, label, appellation...)

  - ✓ Posséder un label d'accueil *: Qualité Tourisme* et/ou *Tourisme & Handicap*
  - ✓ Posséder également un label qualité : *Vignobles & Découvertes, Maître restaurateurs* et/ou *Bienvenue à la Ferme*

  2 - Avoir son activité installée sur le territoire de la Vallée de l'Hérault

  - ✓ Etre installé dans une des 28 communes de la Vallée de l'Hérault :
    Aniane, Arboras, Argelliers, Aumelas, Bélarga, Campagnan, Gignac, Jonquières, La Boissière, Lagamas, Le Pouget, Montarnaud, Montpeyroux, Plaissan, Popian, Pouzols, Puéchabon, Puilacher, Saint-André-de-Sangonis, Saint-Bauzille-de-la-Sylve, Saint-Guilhem-le-Désert, Saint-Guiraud, Saint-Jean-de-Fos, Saint-Pargoire, Saint-Paul-et-Valmalle, Saint-Saturnin-de-Lucian, Tressan, Vendémian

  3 - Etre engagé dans une démarche de développement durable

  - ✓ Respecter trois de ces démarches écoresponsables :
    Etre impliqué dans la réduction des déchets, Effectuer le tri sélectif, Proposer des produits issus de l'une agriculture raisonné et/ou agriculture biologique, Réduire le gaspillage alimentaire

  4 - Faire preuve d'un ancrage local

  - ✓ Favoriser les circuits courts
  - ✓ Favoriser le fait maison et les produits locaux

Charte pour le Tourisme Durable des acteurs du Tourisme de la Vallée de l'Hérault

Diablement durable, diablement local, diablement citoyen, le tourisme en Vallée de l'Hérault affirme ses valeurs d'hospitalité et de convivialité partagées entre les professionnels du tourisme, la communauté des 28 Communes de la Vallée et son Etablissement public, l'Office de Tourisme Intercommunal, en 15 engagements.

Les pratiques professionnelles des acteurs du tourisme intègrent au quotidien les valeurs du développement durable. Aqui !

1. Ici, le tourisme est supportable à long terme sur le plan environnemental, viable sur le plan économique et équitable sur le plan éthique et social, créateur d'emplois pour les populations locales.

2. Ici, Le développement durable est un objectif de gestion globale des ressources afin de préserver notre capital naturel et culturel.

3. Ici, L'environnement naturel est protégé notamment les équilibres fragiles et les zones écologiquement menacées. Les incidences humaines sur les ressources naturelles, sur la biodiversité et sur la capacité d'assimilation des déchets engendrés doivent rester acceptables.

4. Ici, un travail de sensibilisation de respect de l'environnement auprès des visiteurs est mené au quotidien.

5. Ici, la préservation, la protection et la mise en valeur de la richesse du patrimoine naturel et culturel passent par un catalogue d'offres originales.

6. Ici, notre hospitalité encourage et privilégie les circuits courts, les achats responsables et l'éco-mobilité.

7. Ici, la sécurité sanitaire de nos visiteurs comme la protection environnementale et culturelle des acteurs locaux avec lesquels nous travaillons est un effort de chaque instant.

8. Ici, hébergeurs, restaurateurs, acteurs du Tourisme et l'Office de tourisme ont mis en place des éco-gestes au quotidien.

9. Ici, les labellisations, Qualité Tourisme, **Grand Site de France**, Patrimoine Mondial de l'Humanité à l'UNESCO, Grands Sites de Occitanie et Monument Historique, garantissent la qualité, la dynamique et la visibilité du territoire au niveau national et international.

Diablement local

10. Ici, Le visiteur peut vivre des expériences originales et hédonistes par un tourisme véritable outil de croissance raisonnée. Il est informé de l'origine des produits proposés, en privilégiant la vallée de l'Hérault, origine Hérault, le type d'agriculture, la présence de labels, la saisonnalité.

11. Ici, Les activités touristiques proposées s'intègrent à la vie locale et contribuent de manière positive au développement économique local.

12. Ici , nous travaillons ensemble, main dans la main , au développement de notre territoire par la création d'outils de communication, de produits d'accueil, de conseil en séjour, la mise en place d'événements et la vente de produits artisanaux.

13. Nous sommes des locaux ! Tout naturellement, nous agissons avec la population locale en respectant les traditions et coutumes du territoire, leur identité, leur culture et leurs intérêts, points de référence incontournables lors de la conception de notre offre touristique.

Diablement citoyen

14. Ici, nous travaillons dans le respect mutuel et la participation de tous les acteurs, du secteur public et privé, impliqués dans la démarche de l'économie Sociale et Solidaire à tous les niveaux : local, national, régional et international. Nous travaillons avec les associations locales et accompagnons les démarches d'inclusion des publics en difficulté.

15. Ici, nos critères de qualité visent à assurer la valorisation douce de la destination touristique et le degré de satisfaction du touriste. Particuliers et professionnels sont réunis sur ce projet dans une volonté commune de contribuer à l'enrichissement socio-culturel de la destination.

Pour l'OTI St Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault
Monsieur Claude CARCELLER
Président de l'Office de Tourisme Intercommunal

Pour l'Etablissement XXX
Monsieur xxx xxxx

ANNEXE 3 : LES ENGAGEMENTS MUTUELS ENTRE LES MEMBRES DU CLUB DES PARTENAIRES ET L'OFFICE DE TOURISME

L'Office de Tourisme, dans ses missions d'accueil, de conseil, d'animation, d'agence réceptive, de promotion touristique et de coordination des acteurs locaux s'applique à valoriser l'ensemble des 28 communes de la vallée de l'Hérault. Aujourd'hui, une nouvelle stratégie est mise en œuvre dans l'objectif de fédérer et de mettre en lumière chaque professionnel. La collaboration entre l'office de tourisme et les acteurs du territoire participera au développement de la qualité de l'offre et de l'attractivité. Cette présente charte vient acter une entente mutuelle fondé sur des valeurs communes.

ARTICLE 1 : STATUT JURIDIQUE

L'Office de Tourisme Intercommunal Saint-Guilhem-Le-Désert-Vallée de l'Hérault est un Etablissement Public à caractère Industriel et commercial (EPIC) rattaché à la Communauté de communes Vallée de l'Hérault.

ARTICLE 2 : L'OFFICE DE TOURISME ET LA DESTINATION

Aujourd'hui l'Office de tourisme Saint-Guilhem-le Désert-Vallée de l'Hérault s'engage à fédérer l'ensemble des acteurs du territoire pour une mise en tourisme réussie. Développer et gérer l'attractivité de la vallée de l'Hérault grâce à une offre de qualité et un tourisme responsable en s'impliquant sur le tourisme doux, des savoir-faire, d'activités de pleine nature et d'agritourisme.

ARTICLE 3 : OBJET

Cette convention d'engagement a pour but d'informer chaque partie sur les missions et leurs responsabilités. Elle est valable du 4 septembre 2023 au 31 décembre 2023 avec tacite reconduction.

ARTICLE 4 : ÊTRE ACTEUR DU TERRITOIRE

Etre acteur du territoire de la vallée de l'Hérault c'est être ambassadeur de la destination et participer à la dynamique touristique. C'est s'intéresser à notre environnement et offrir aux visiteurs une offre de qualité qui leur donnera envie de revenir sur le territoire. Et enfin, c'est se fédérer autour d'un projet commun.

ARTICLE 5 : CONDITION DE DOMICILIATION

Pour devenir partenaire de l'Office de Tourisme Saint-Guilhem-le-Désert-Vallée de l'Hérault, le siège social de la structure touristique doit être domicilié sur le territoire de compétence de la vallée de l'Hérault.

ARTICLE 6 : TARIFS ET PAIEMENT

Pour chaque partenariat le prix professionnel est appliqué, Les factures seront à déposer sur le portail CHORUS suivant la procédure (logiciel dématérialisé) et payée par mandat administratif.

ARTICLE 7: CONDITION ET ENGAGEMENT DE L'ACTEUR

RESTAURATEURS	
1	- Participer à la collecte annuelle des dotations de l'Office de Tourisme (don d'un produit, nuitée, réductions...) afin d'être mis en avant lors d'actions marketing (jeu-concours, tombolas…)
2	- Proposer une offre avantage pour la Carte Privilège
3	- Répondre à l'enquête de conjoncture de l'Office de Tourisme qui permet d'analyser la fréquentation et la saisonnalité du territoire
4	- Participer à la collecte des données de l'étape 1 Carignan chaque année
5	- Proposer dans son accueil et diffuser à sa clientèle la documentation de l'Office de Tourisme
6	- Proposer des tarifs professionnels pour l'Agence de Voyage Locale de l'Office de Tourisme

ARTICLE 8 – LES ENGAGEMENTS DE L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL

L'Office de Tourisme Intercommunal St Guilhem le Désert – Vallée de l'Hérault s'engage à :

OTI SAINT GUILHEM LE DESERT	
1	- Adhésion automatique au Groupe Facebook « Le Club des Partenaires de la Vallée de l'Hérault » pour bénéficier de l'actualité, être informés des ateliers de formation, des opérations et événements partenaires...
2	- Adhésion automatique à la newsletter professionnelle de l'Office de Tourisme
3	- Participation aux événements annuels BtoB partenaires de l'Office de Tourisme
4	- Participation aux ateliers « Les Ptit-déj' du Club des Partenaires » : des moments d'échanges conviviaux autour de thématiques actuelles pour développer sa structure et son ancrage local
5	- Mise en avant des activités des membres du Club des Partenaires lors des conseils donnés par les conseillers en séjour
6	- Possibilité de bénéficier du service d'accompagnement Mourvèdre p.14
7	- Possibilité de mettre en vente les produits des membres du Club des Partenaires au sein des 4 boutiques de l'Office de Tourisme
8	- Possibilité de diffuser la documentation des membres du Club des Partenaires dans les points d'informations touristiques de l'Office de Tourisme
9	- Possibilité de participer à des événements grand public aux côtés de l'Office de Tourisme
10	- Possibilité d'accueillir des clients de l'Agence de Voyage Locale (groupes, journalistes, scolaires, séminaires, individuels…) de l'Office de Tourisme
11	- Possibilité de faire partie des produits touristiques packagés de l'Office de Tourisme

OTI SAINT GUILHEM LE DESERT	
12	- Possibilité d'exposer ensemble lors de salons et d'opérations de promotion

Monsieur Claude CARCELLER
Président de l'Office de Tourisme Intercommunal
Saint-Guilhem-le-Désert – Vallée de l'Hérault
Précédé de la mention « Lu et approuvé »

Monsieur xxxx xxxx
xxxx xxxxxx
xxxxxxx– xxxxxxxx
Précédé de la mention « Lu et approuvé »

Office de Tourisme
St-Guilhem-Le-Désert
VALLÉE DE L'HÉRAULT

Charte pour le tourisme durable des acteurs du Tourisme de la Vallée de l'Hérault

QUALITÉ TOURISME

Notre charte de tourisme durable

Diablement durable, diablement local, diablement citoyen, le tourisme en Vallée de l'Hérault affirme ses valeurs d'hospitalité et de convivialité partagées entre les professionnels du tourisme, la communauté des 28 Communes de la Vallée et son Etablissement public, l'Office de Tourisme Intercommunal, en 15 engagements.

Les pratiques professionnelles des acteurs du tourisme intègrent au quotidien les valeurs du développement durable. Aqui !

DIABLEMENT DURABLE

1. Ici, le tourisme est supportable à long terme sur le plan environnemental, viable sur le plan économique et équitable sur le plan éthique et social, créateur d'emplois pour les populations locales.

2. Ici, Le développement durable est un objectif de gestion globale des ressources afin de préserver notre capital naturel et culturel.

3. Ici, L'environnement naturel est protégé notamment les équilibres fragiles et les zones écologiquement menacées. Les incidences humaines sur les ressources naturelles, sur la biodiversité et sur la capacité d'assimilation des déchets engendrés doivent rester acceptables.

4. Ici, un travail de sensibilisation de respect de l'environnement auprès des visiteurs est mené au quotidien.

5. Ici, la préservation, la protection et la mise en valeur de la richesse du patrimoine naturel et culturel passent par un catalogue d'offres originales.

6. Ici, notre hospitalité encourage et privilégie les circuits courts, les achats responsables et l'éco-mobilité.

7. Ici, la sécurité sanitaire de nos visiteurs comme la protection environnementale et culturelle des acteurs locaux avec lesquels nous travaillons est un effort de chaque instant

8. Ici, hébergeurs, restaurateurs, acteurs du Tourisme et l'Office de tourisme ont mis en place des éco-gestes au quotidien

9. Ici, les labellisations, Qualité Tourisme, Grand Site de France, Patrimoine Mondial de l'Humanité à l'UNESCO, Grands Sites de Occitanie et Monument Historique, garantissent la qualité, la dynamique et la visibilité du territoire au niveau national et international.

DIABLEMENT LOCAL

10. Ici, Le visiteur peut vivre des expériences originales et hédonistes par un tourisme véritable outil de croissance raisonnée. Il est informé de l'origine des produits proposés, en privilégiant la vallée de l'Hérault, origine Hérault, le type d'agriculture, la présence de labels, la saisonnalité.

11. Ici, Les activités touristiques proposées s'intègrent à la vie locale et contribuent de manière positive au développement économique local.

12. Ici, nous travaillons ensemble, main dans la main, au développement de notre territoire par la création d'outils de communication, de produits d'accueil, de conseil en séjour, la mise en place d'événements et la vente de produits artisanaux.

13. Nous sommes des locaux ! Tout naturellement, nous agissons avec la population locale en respectant les traditions et coutumes du territoire, leur identité, leur culture et leurs intérêts, points de référence incontournables lors de la conception de notre offre touristique.

DIABLEMENT CITOYEN

14. Ici, nous travaillons dans le respect mutuel et la participation de tous les acteurs, du secteur public et privé, impliqués dans la démarche de l'économie Sociale et Solidaire à tous les niveaux : local, national, régional et international. Nous travaillons avec les associations locales et accompagnons les démarches d'inclusion des publics en difficulté.

15. Ici, nos critères de qualité visent à assurer la valorisation douce de la destination touristique et le degré de satisfaction du touriste. Particuliers et professionnels sont réunis sur ce projet dans une volonté commune de contribuer à l'enrichissement socio-culturel de la destination.

Annexe 4

Office de Tourisme St-Guilhem-Le-Désert VALLÉE DE L'HÉRAULT

DELIBERATION DU COMITE DE DIRECTION
DE L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL
SAINT-GUILHEM-LE-DESERT-VALLEE DE L'HERAULT

Séance du 24 septembre 2024

Nombre de membres		
Afférents Au comité de direction	En exercice	Qui ont pris part à la délibération
24	22	14

Date d'affichage

Date de convocation
17 juillet2024

Date de retrait d'affichage

L'an deux mille vingt-quatre, le 24 septembre à 18h20, les membres du Comité de Direction dûment convoqués le 17 juillet 2024, se sont réunis dans les locaux d'Argileum à Saint-Jean-de-Fos, sous la présidence de Monsieur Claude Carceller.

Membres présents :
Collège des élus : Pierre AMALOU, David CABLAT, Claude CARCELLER, Pascal DELIEUZE, José MARTINEZ, Marie-Françoise NACHEZ, Daniel JAUDON
Collège des socioprofessionnels : Lydie CARBOU, Elodie LEGER, Clotaire GAILLARD, Magali LEON-PHILIP, Guy de LAPOYADE, Jacques PROUGET, Gérard SIMON.

Membres excusés :
Collège des élus : Thibaut BARRAL, Chantal DUMAS, Philippe LASSALVY, Xavier PEYRAUD, Nicolas ROUSSARD, Marie-Agnès SIBERTIN-BLANC, Robert SIEGEL, Jean-François SOTO, Jean-Pierre BERTOLINI, Martine BONNET, Grégory BRO, Jean-Luc DARMANIN, Béatrice FERNANDO, Bernard GOUZIN, Jean-Marc ISURE, , Véronique NEIL, Ronny PONCE, Jean-Pierre PUGENS, Florence QUINONERO, Marie-Hélène SANCHEZ, Christian VILOING
Collège des socioprofessionnels : Norbert ALAÏMO, Mireille CASAGRANDE BONVARLET, Isabelle du BOULLAY, Gaëlle JORAND, Jeanne NICOLLET, Stéphane PANIER, Martin ROCH, Bénédicte TOURNAY, François BOUDOU, Patrice COSTE, Claude DESTAND, Isabelle DHOMBRES, Amélie DHURLABORDE,

Techniciens présents : Fabienne Barrere-Ellul, Angéline Seylle
Le quorum est atteint. L'assemblée peut délibérer valablement.

Objet de la délibération

24-2024 : Modifications des Conditions Générales de Vente de l'Agence Locale

VU le code du tourisme, notamment ses articles L 133-4 et suivants et R.133-1 et suivants ;

VU le Code général des collectivités territoriales et notamment son article R.2221-18.

Dans un contexte où l'Agence de Voyage Locale évolue rapidement, il est crucial d'actualiser les Conditions Générales de Ventes (CGV), pour refléter ses changements.
La mise à jour de ces CGV, intègre, des clauses spécifiques de réservations et règlements adaptés aux nouvelles pratiques de la clientèle
Ces modifications visent à améliorer l'expérience client tout en s'adaptant aux contraintes des prestataires et des lieux d'accueils.

Le comité, Ouï l'exposé du Président, et après en avoir délibéré, décide

- D'approuver les nouvelles Conditions Générales de Ventes de l'Agence de Voyage Locale en annexe.

Vote pour : 14

Fait à Gignac, le 03/10/2024

Le président,
Claude Carceller



Office de Tourisme
St-Guilhem-Le-Désert
VALLÉE DE L'HÉRAULT

Conditions Générales de Vente de l'Agence de Voyage Locale de l'Office de Tourisme Intercommunal Saint-Guilhem-le-Désert – Vallée de l'Hérault

Article 1 : Cadre légal

Vu l'article L.133-3 du Code du tourisme issu de la loi de juillet 2009 qui dispose :
L'Office de Tourisme Intercommunal assure l'accueil et l'information des touristes ainsi que la promotion touristique de la commune ou du groupement de communes, en coordination avec le comité départemental et le comité régional du tourisme. Il contribue à coordonner les interventions des divers partenaires du développement touristique local. Il peut être chargé, par le conseil communautaire, de tout ou partie de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique locale du tourisme et des programmes locaux de développement touristique, notamment dans les domaines de l'élaboration des services touristiques, de l'exploitation d'installations touristiques et de loisirs, des études, de l'animation des loisirs, de l'organisation de fêtes et de manifestations culturelles.
L'Office de Tourisme Intercommunal peut commercialiser des prestations de services touristiques dans les conditions prévues au chapitre unique du titre Ier du livre II.
Dans le cadre de la vente de prestation touristique à la journée entre l'Office de Tourisme Intercommunal et le client, les conditions générales de ventes sont établies comme suit :

Article 2 : Conditions de réservations

- La réservation est effective dès que le client retourne à l'Agence de Voyage de Locale de l'Office de Tourisme Intercommunal le bon pour accord et le devis des prestations demandées signés accompagnés du montant de l'acompte (30% du montant de la prestation) ou bien d'un justificatif de paiement d'acompte (preuve de versement par la banque ou photographie du chèque envoyé)
- La durée de validité d'un devis s'étend à 15 jours. Au-delà, l'Agence de Voyage Locale ne pourra garantir la faisabilité des prestations demandées ainsi que le maintien du tarif communiqué.

En cas de modifications ou d'impossibilité de maintien des prestations demandées, une prestation de qualité similaire pourra être proposée.

- Pour toute réservation le client s'engage à prévenir l'Agence de Voyage Locale du nombre de participants définitif dans un délai de 7 jours calendaires avant la date prévue.

Article 3 : Durée de la prestation

- Le client signataire du contrat conclu pour une durée déterminée, ne pourra en aucune circonstance se prévaloir d'un quelconque droit au maintien à l'issue de la prestation.

Article 4 : Conditions de paiements

- En cas de paiement du solde avant la prestation sans avoir versé l'acompte demandé, aucun remboursement ne sera effectué si le montant final de la prestation ne correspond pas au solde réglé en amont.
- Le solde de toutes prestations réservées auprès de l'Office de Tourisme Intercommunal devra être réglé à réception de la facture. Les modes de paiement exclu la carte bancaire et les espèces. Le paiement peut uniquement se faire par virement bancaire ou par chèque à l'ordre du Trésor Public.
- Le délai de paiement du solde est de 30 jours à compter de la date d'envoi de la facture. En cas de non-paiement du client, un titre de recouvrement du Trésor Public lui sera envoyé.

Article 5 : Retard

- Le client doit se présenter au jour et à l'heure précisés sur le contrat de l'Office de Tourisme Intercommunal. Si un retard devait avoir lieu, les visites se dérouleraient en fonction de la disponibilité du guide et du planning de la journée. Elles seraient soit maintenues dans leur intégralité, soit écourtées, soit annulées. L'Office de Tourisme Intercommunal ne saurait être tenu pour responsable du non déroulement d'une ou de l'ensemble des prestations du fait d'un retard du client sur l'horaire indiqué sur le contrat de réservation. Les programmes sont dépendants des horaires et jours d'ouverture des musées, monuments et divers lieux de visite. Les prestations non consommées au titre du retard du client resteront dues et ne pourront donner lieu à aucun remboursement.

Article 6 : Conditions d'annulation

- Toute annulation doit être notifiée par écrit (lettre recommandée ou email) 15 jours avant la date de la prestation à l'Agence de Voyage Locale de l'Office de Tourisme Intercommunal. En deçà de ce délai, l'Office de Tourisme

Intercommunal conservera les acomptes versés ou exigera la totalité du montant si l'annulation se fait dans les 3 jours avant la date prévue.
• Vu l'article L.211-13, en cas de force majeure, l'Agence de Voyage Locale de l'Office de Tourisme Intercommunal s'engage soit à fournir une prestation de remplacement, soit à déplacer de la date de venue, ou bien au remboursement de la totalité des sommes versées par le client.

Article 7 : Gratuités
• Au-delà de 30 personnes, une gratuité chauffeur est accordée.

Article 8 : Le service des guides
• Les visites guidées proposées par l'Agence de Voyage Locale de l'Office de Tourisme Intercommunal incluent les services de guides-conférenciers qualifiés possédant leurs cartes nationales de guide.

Article 9 : Capacité d'accueil groupe
• Pour les visites guidées, au-delà de 45 personnes, un guide supplémentaire sera attribué au groupe afin de garantir une prestation conforme à nos exigences qualité.
• A sa convenance, le client peut solliciter l'accompagnement d'un second guide-conférencier, selon les disponibilités de nos effectifs, pour un groupe de moins de 45 personnes.
• Le supplément second guide est de 72 euros TTC, 60 euros HT.
• Pour Argileum, la jauge d'accueil pour une visite guidée est de 20 personnes et celle pour un atelier poterie est de 15 personnes.

Article 10 : Assurances
• Le client est responsable de tous les dommages survenant de son fait. L'Office de Tourisme Intercommunal ne pourra pas être tenu responsable des dommages survenus du fait des tiers et dans les lieux et bâtiments visités.

Article 11 : Responsabilité
• L'Office de Tourisme ne peut être tenu pour responsable des cas fortuits, des cas de force majeure ou des faits des tiers.

Article 12 : Conditions de visites de Saint-Guilhem-le-Désert
• La visite guidée de Saint-Guilhem-le-Désert ne peut pas s'effectuer entre 10h30 et 14h, le dimanche matin ainsi que certains jours fériés en raison des messes et autres célébrations religieuses.

Article 13 : Litiges
• Toute réclamation doit être adressée dans les trois jours à compter du jour et de l'heure de la prestation, par lettre recommandée, à l'Office de Tourisme Intercommunal.
• Tout litige portant sur l'application des présentes conditions générales sera de la compétence exclusive du Tribunal de Grande Instance de Montpellier.
• Après avoir saisi l'Agence de Voyage Locale et à défaut de réponse satisfaisante ou en l'absence de réponse dans un délai de 60 jours, le client peut saisir le médiateur du Tourisme et du Voyage, dont les coordonnées et modalités de saisine sont disponibles sur son site : www.mtv.travel

Article 14 : Supplément dimanche et jours fériés
• Une majoration forfaitaire de 60 euros TTC, 50 euros HT est exigée pour les dimanches et jours fériés.

Article 15 : Avertissements
• Les prix prévus au contrat ne sont pas révisables, sauf si celui-ci prévoit expressément la possibilité d'une révision tant à la hausse qu'à la b

MOD 183 -CONDITIONS GENERALES DE VENTE EN LIGNE

Pour les prestations proposées par l'Office de Tourisme Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault

Pour les entrées et prestations à Argileum la maison de la poterie gérée par l'Office de Tourisme Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault

Toute commande de droits d'entrée effectuée sur le site de billetterie en ligne https://reservation.saintguilhem-valleeherault.fr/ **de l'Office de Tourisme Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault est exclusivement régie par les présentes conditions générales de vente.**

ACCEPTATION DES PRESENTES CONDITIONS DE VENTE EN LIGNE :

L'acheteur reconnaît avoir pris connaissance des présentes conditions de vente en ligne préalablement à la validation de sa commande. Toute validation de la commande vaut acceptation des conditions générales sans exception.

L'Office de Tourisme Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault se réserve la possibilité d'adapter ou de modifier à tout moment les présentes conditions spécifiques de vente en ligne. En cas de modification, seront appliquées à chaque commande les conditions de vente en vigueur au jour de la passation de la commande.

IDENTIFICATION DES AUTEURS DE L'OFFRE :

Office de Tourisme Intercommunal Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault
N° Siret : **494 316 581 000 45**
3 parc d'activité de Camalcé – 34150 GIGNAC

Le service accueil et réservation est à votre disposition pour toute question concernant l'utilisation du site, les prestations associées aux droits d'entrée, leurs conditions d'utilisation ainsi que les modalités de commande et de délivrance.

Pour les prestations (entrées musée et ateliers de poterie) concernant Argileum contacter le 04 67 56 41 96.

Pour les prestations l'Office de Tourisme Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault (visites guidées, ateliers archéologie, dégustation de vin, etc…) joindre le 04 67 57 58 83.

L'ACHETEUR

L'acheteur déclare être une personne physique non commerçante, âgée d'au moins 18 ans. Le client doit s'assurer de remplir entièrement et avec exactitude le bon de commande : en cas d'erreur dans le libellé de ses coordonnées, le musée ne saurait être tenu responsable de l'impossibilité dans laquelle il pourrait être d'adresser le produit à l'acheteur. Par ailleurs, l'Office de Tourisme Saint-

Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault se réserve le droit de refuser toute commande d'acheteur avec lequel existerait un litige relatif au paiement d'une commande antérieure.

II. DROITS D'ENTREE

Les droits d'entrée peuvent prendre la forme d'un billet d'entrée à la journée ou d'un accès à un atelier.

ARTICLE 1 - PRESTATIONS

Les billets d'entrée disponibles sur ligne https://reservation.saintguilhem-valleeherault.fr/ **sont valables à titre individuel :**

- Soit pour **des entrées** à Argileum(collection permanente et expositions temporaires)
- Soit pour **des activités de médiation culturelle** (visites guidées, ateliers, conférences, spectacles…)

Les billets d'entrée au musée pour les moins de 18 ans ne peuvent être commandés en ligne que par une personne majeure, elle-même détentrice d'un billet d'entrée pour le musée.

Le nombre de billets vendus en ligne est limité à 10 par commande (visite à titre individuel).

Une tranche d'âge est précisée pour participer à certaines activités culturelles. En cas de non-respect, l'Office de Tourisme Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault et/ou Argileum se réserve le droit de refuser l'accès à un enfant d'un âge inférieur à celui indiqué à défaut de justificatif présenté par l'accompagnatrice.

Toute personne ayant acquis des billets à tarif réduit doit fournir à l'accueil du site un justificatif justifiant de ce tarif réduit. Dans le cas contraire, le personnel en place sera en droit de refuser l'accès aux personnes. La personne devra s'acquitter alors d'un nouveau billet de prestation au tarif plein.

Chaque billet acheté en ligne est personnel, nominatif et incessible. Il comporte le nom de son porteur, renseigné par l'acheteur au moment de l'achat en ligne. Un document d'identité en cours de validité peut être demandé. En cas de non présentation, l'accès à la prestation peut être refusé.

ARTICLE 2 - DUREE DE VALIDITE

A compter de leur date d'achat, les billets d'entrée en visite libre pour Argileum sont valables un an.

Chaque billet d'entrée pour une activité culturelle (Visite guidée, spectacle, conférence…) est valable uniquement pour la date et l'horaire indiqués sur celui-ci. Les conditions d'utilisation des droits d'entrée sont détaillées à l'article 1 des présentes conditions générales de vente.

L'acheteur ayant commandé une activité culturelle avec jauge doit se présenter 15 minutes avant le début de l'évènement. Passé ce créneau, l'Office de Tourisme Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault et/ou Argileum ne garantit plus l'accès à l'événement.

CDGV approuvées le 19 décembre 2019

ARTICLE 3 - TARIFS DES VISITES ET MONTANT DE LA COMMANDE

Différents types de tarifs sont proposés selon les prestations.
Le prix total lors de la validation de la commande est le prix définitif.
Les tarifs des billets et le prix total de la commande sont indiqués en euros, toutes taxes comprises.
L'Office de Tourisme Saint-Guilhem Vallée de l'Hérault se réserve le droit de modifier les tarifs à tout moment.

ARTICLE 4 - COMMANDE

La procédure de passation de commande en ligne comporte les étapes suivantes:

4.1 Obtention des billets d'entrée

L'acheteur sélectionne la prestation de son choix :

- Pour la visite d'Argileum, il sélectionne le nombre de billets d'entrée souhaités
- Pour les activités culturelles, il sélectionne le jour et l'horaire ainsi que le nombre de billets souhaités

Il est informé, en temps réel lors de la passation de sa commande de la disponibilité des billets souhaités. Celle-ci est inscrite dans son panier.

4.2 Création compte

Pour passer une commande, chaque acheteur devra être identifié après avoir préalablement créé un compte sécurisé par identifiants (login et mot de passe).

La création du compte suppose la communication des informations nécessaires et obligatoires au traitement de la future commande : nom et prénom, téléphone, adresse électronique et adresse postale.

Il est de la responsabilité de l'acheteur de s'assurer que les coordonnées communiquées lors de la commande sont correctes.

4.3 Le récapitulatif de la commande

Après avoir vérifié sa commande, lu et validé les présentes conditions générales de vente, l'acheteur effectue alors le paiement en ligne de sa commande en communiquant de façon sécurisée ses coordonnées bancaires (numéros, date de validité de la carte et cryptogramme).
En cas de refus par le centre de paiement concerné, la commande est automatiquement annulée.
Tout paiement de la commande par l'acheteur constitue une acceptation irrévocable de la commande qui ne peut être remise en cause.

4.4 Impression des billets

Les billets imprimables à domicile (voir conditions d'impression ci-dessous) sont disponibles au format PDF immédiatement après acceptation du paiement. Ils peuvent être imprimés par l'acheteur

jusqu'à sa date de visite en se connectant à son espace personnel ou en cliquant sur le lien figurant dans le courriel de confirmation d'achat.

L'acheteur devra, avant toute commande, s'assurer qu'il dispose de la configuration logicielle et matérielle requise pour imprimer : un ordinateur relié à Internet, disposant d'une imprimante et du logiciel Acrobate Reader version 8 minimum. Le billet peut également être présenté sous format PDF sur un smartphone ou une tablette au contrôle des billets du musée.

Le jour de la visite, aucun dispositif ne permet à l'acheteur d'imprimer sur place son billet.

Une bonne qualité d'impression est nécessaire. Les billets partiellement imprimés, souillés, endommagés ou illisibles ne sont pas acceptés et considérés comme non-valables. Pour vérifier la bonne qualité d'impression, le client doit s'assurer que les informations inscrites sur le billet ainsi que le code barre ou QR code sont bien lisibles.

Si l'acheteur choisi de télécharger son droit d'entrée sur son téléphone portable, il devra s'assurer que son téléphone est optimisé pour l'affichage de l'e-billet. Par ailleurs, l'acheteur ne pourra évoquer ni la perte, ni le vol, ni le dysfonctionnement du téléphone portable au moment de la présentation de son billet d'entrée au contrôle d'accès.

Pour les e-billets, tout support écran de smartphone rayé, endommagé ou présentant des problèmes de luminosité sera refusé au moment du contrôle d'accès.

ARTICLE 5 - MODALITES DE REGLEMENT ET PAIEMENT

5.1 Modalités de règlement

Le paiement des billets d'entrée par l'acheteur s'effectue exclusivement en euros et par carte bancaire. Les cartes acceptées sont les suivantes : CARTE BLEUE, VISA, EUROCARD et MASTERCARD.

5.2 Opération de paiement

Le compte bancaire de l'acheteur est débité du montant de la commande dès l'acceptation de la transaction par le centre de paiement.

5.3 Facture

Aussitôt la transaction effectuée, l'acheteur en est informé sur la fenêtre du navigateur ayant donné lieu à la requête sécurisée. Il reçoit un courriel de confirmation d'achat.

Il a la possibilité d'imprimer un justificatif de vente depuis son espace personnel accessible sur la billetterie en ligne du site https://reservation.saintguilhem-valleeherault.fr/ .

5.4 Sécurisation des paiements

Pour tout paiement effectué lors de la commande de billet(s) d'entrée sur https://reservation.saintguilhem-valleeherault.fr/, l'Office de Tourisme Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault recourt à un système de paiement en ligne sécurisé permettant de crypter le numéro de carte bancaire de l'acheteur par l'intermédiaire du protocole SSL (Secure Socket Layer).

ARTICLE 6 - CONFIRMATION DE COMMANDE

Dès confirmation du paiement de la commande par le centre de paiement, l'acheteur reçoit un courrier électronique en provenance de la billetterie en ligne de l'Office de Tourisme Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault.

Le courrier électronique de confirmation vaut « accusé de réception » de la commande et contient les informations suivantes :

- Les caractéristiques essentielles du ou des droit(s) d'entrée vendu(s)
- Le justificatif de vente de billets
- Le montant total de la commande

Une fois la commande confirmée, les billets sont disponibles à tout moment dans l'espace personnel de l'acheteur, sur la billetterie en ligne du site.

L'impression de la page de confirmation ou du courriel de confirmation d'achat envoyé par l'Office de Tourisme Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault et/ou Argileum à l'acheteur ne constitue pas un billet. Ce document ne peut en aucun cas servir de billet et permettre l'accès aux prestations de l'Office de Tourisme Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault et/ou Argileum.

ARTICLE 7 : CONDITIONS DE REMBOURSEMENT

7.1 Annulation du fait de l'acheteur

En application de l'article L.221-28 du code de la consommation, l'acheteur ne bénéficie pas d'un droit de rétractation pour les billets fournis à une date précise ou selon une périodicité déterminée.

Dans ces conditions les billets achetés en ligne ne sont ni remboursables, ni repris, ni échangés même en cas de perte ou de vol ou d'oubli lors de la visite.

Néanmoins toute annulation pour motifs graves peut être effectuée jusqu'à 48h ouvrables de la date de la prestation dans un courrier ou un courriel à billetterie@saintguilhem-valleeherault.fr motivé et accompagné d'un justificatif attestant – l'accident, la maladie, le décès d'un proche. Pour une activité culturelle, une proposition de date sera toutefois effectuée par l'Office de Tourisme Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault et/ou Argileum.

En raison d'un nombre insuffisants de participants, l'Office de Tourisme Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault se réserve le droit d'annuler la prestation, la veille de celle-ci.

A défaut d' accord sur une nouvelle date , il sera procédé à l'annulation définitive et au remboursement dans un délai de 30 jours après la date de la manifestation culturelle.

Aucun remboursement ne sera accordé suites aux erreurs de réservation effectuées par l'acheteur sur le site de vente en ligne de l'Office de Tourisme Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault. (erreur de date, de tarif ou de prestation).

Le personnel d'accueil pourra refuser le droit d'entrée aux personnes ne pouvant présenter un justificatif donnant droit à une réduction ou à un tarif gratuit. Les personnes ne pouvant présenter un justificatif devront s'acquitter d'un billet plein tarif en caisse pour participer à l'activité culturelle ou pour entrer au musée.

CDGV approuvées le 19 décembre 2019

De même, le personnel peut refuser l'accès à l'activité culturelle ou au musée si l'âge minimum requis n'est pas respecté.

7.2 Annulation du fait du l'Office de Tourisme Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault.

En raison d'impératifs de sécurité qui lui seraient assignés l'Office de Tourisme Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault se réserve le droit de fermer ses portes et ou celles d'Argileum, d'annuler une prestation ou de modifier ses horaires d'ouverture.

En cas de force majeure, l'Office de Tourisme Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault se réserve le droit d'annuler ou de déplacer une réservation. L'Office de Tourisme Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault ne saurait être tenu responsable de toute inexécution qui aurait pour origine un cas de force majeure considéré comme tel par la jurisprudence des cours et tribunaux français (catastrophes naturelles, évènements politiques majeurs, grèves nationales, raisons de sécurité).

Dans ce cas, les personnes ayant réservé et acquitté leur réservation seront prévenues par téléphone et/ou par courriel. Une proposition de date sera effectuée par l'Office de Tourisme Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault. Si cette date ne convient pas, il sera procédé au remboursement.

ARTICLE 8 - RESPONSABILITE

Sauf dysfonctionnement du https://reservation.saintguilhem-valleeherault.fr/ qui lui serait imputable, l'Office de Tourisme Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault ne pourra pas être tenu responsable des anomalies pouvant survenir en cours de commande, de traitement, de téléchargement ou d'impression du billet, imputables, soit au fait de l'acheteur, soit au fait imprévisible et insurmontable d'un tiers étranger à la prestation, soit à un cas de force majeure tel que défini à l'article 7 des présentes conditions générales de vente.

ARTICLE 9 - PREUVE, CONSERVATION ET ARCHIVAGE

Les registres informatisés, conservés dans les systèmes informatiques de l'Office de Tourisme Saint-Guilhem Vallée de l'Hérault ou par tout prestataire de service de ce dernier, dans des conditions raisonnables de sécurité seront considérés comme des preuves du contrat de vente, de sa date, des commandes et des paiements intervenus.

L'archivage des commandes et des factures est effectué sur un support fiable et durable de manière à correspondre à une copie fidèle, conformément à l'article 1379 du Code Civil.

ARTICLE 10 - COOKIES

Pour faciliter votre navigation sur le site, l'Office de Tourisme Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault utilise des «cookies».
Ces fichiers, enregistrés sur le disque dur du terminal utilisé, ont pour objet de signaler la visite de ce dernier sur le site visé ci-avant, à l'occasion de la consultation d'autres pages du site ou lors d'une nouvelle visite et d'enregistrer des informations relatives à la navigation (pages consultées, date et heure de consultation).

L'acheteur a un droit d'accès aux informations ainsi recueillies, de rectification et de suppression dans les conditions énoncées à l'article 11.

ARTICLE 11 - PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES

Lors de la passation de la commande, les données à caractère personnel sont demandées à l'acheteur (nom et le prénom, adresse e-mail, date de naissance et numéro de téléphone).

Ces données sont nécessaires au traitement et au suivi de ladite commande et sont également utilisées, dans l'hypothèse d'un éventuel report ou annulation de la prestation à laquelle donne accès le billet.

Le **Règlement Général de la Protection des Données européen** (RGPD), applicable dans toute l'Europe depuis le 25 mai 2018, encadre le traitement des données personnelles sur le territoire de l'Union européenne.

Les données personnelles collectées sont traitées par, l'Office de Tourisme Saint-Guilhem le Désert Vallée de l'Hérault, dans le respect des dispositions légales relatives à la protection des données personnelles issues de la Loi n°78-17 du 6 janvier 1978, dite « Informatique et Libertés».

L'acheteur dispose à tout moment d'un droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression des données personnelles le concernant. Il pourra exercer ce droit auprès du Service Accueil en envoyant un courrier électronique à billetterie@saintguilhem-valleeherault.fr

L'acheteur peut consentir, au moment de la collecte de ses données personnelles, à recevoir des lettres d'information par courrier électronique. Pour cela, il lui suffit de cocher la case correspondante.

ARTICLE 12 - DROIT APPLICABLE - LITIGES

Les litiges nés de l'application des présentes Conditions Générales de Vente sont soumis au droit français et relèvent de la compétence des tribunaux français.

En cas de réclamation, une solution amiable sera recherchée avant tout recours judiciaire.

L'acheteur dispose ainsi d 'un délai de 10 jours à compter de l'utilisation du billet acheté en ligne pour formuler, par tout moyen permettant d'accuser date de réception certaine une réclamation.

MAIF
Société d'assurance mutuelle à cotisations variables
Entreprise régie par le code des assurances
Groupe MAIF Gestion Courrier sociétaire 79018 Niort cedex 9
@ : www.maif-associationsetcollectivites.fr - Téléphone : 09 78 97 98 99 - Fax : 05 49 26 59 94

N° **3424363B**

OFFICE TOURISME INTER ST GUILHEM

3 PARC D ACTIVITES DE CAMALCE

34150 GIGNAC

ATTESTATION D'ASSURANCE RESPONSABILITE CIVILE
Contrat Risques Autres Que Véhicule A Moteur des Associations et Collectivités
Année 2025

La Mutuelle Assurance des Instituteurs de France (MAIF) - 200 Boulevard Salvador Allende - 79038 NIORT CEDEX - atteste que OFFICE TOURISME INTER ST GUILHEM a souscrit un contrat d'assurance sous le numéro 3424363 B.

Après la première période d'assurance qui s'étend de la date de prise d'effet du contrat au 31 décembre, l'année d'assurance commence le 1er Janvier et s'achève le 31 Décembre. Le contrat est renouvelable annuellement par tacite reconduction.

Le contrat garantit les conséquences pécuniaires de la responsabilité civile que la collectivité ou tout bénéficiaire des garanties, peut encourir à l'égard des tiers, lors de la survenance d'un évènement de caractère accidentel et notamment à l'occasion des activités que la collectivité organise (sous réserve que celles-ci aient été au préalable déclarées au contrat).

GARANTIES

➤ **Plafond de la garantie "Responsabilité civile" :**

* Dommages corporels ..... 30 000 000 €/sinistre
* Dommages matériels et immatériels consécutifs..... 15 000 000 €/sinistre

La garantie est toutefois limitée, tous dommages confondus à..... 30 000 000 €/sinistre

* Dommages immatériels non consécutifs..... 50 000 €/sinistre
* Responsabilité civile "produits" y compris intoxication alimentaire..... 5 000 000 €/année d'assurance
- dont frais de retrait..... 1 000 000 €/année d'assurance
* Atteintes à l'environnement..... 5 000 000 €/année

➤ **La garantie est applicable sans franchise**

La présente attestation est établie pour servir ce que de droit mais ne peut engager la MAIF au delà des conditions générales et particulières du contrat dont elle se prévaut.

Fait à Niort, 24/01/2025
Le représentant de la Société



Office de Tourisme
St-Guilhem-Le-Désert
VALLÉE DE L'HÉRAULT

Accompagnement opérationnel à la définition de la stratégie de développement touristique de la Vallée de l'Hérault



Rappel de la mission

Accompagnement opérationnel à la définition de la stratégie de développement touristique de la Vallée de l'Hérault

Les enjeux :

- une mise en tourisme du territoire plus large et diversifiée dans les saisons, de manière concertée et responsable
- Une proposition touristique re-designée
- un plan d'action opérationnel sur 3 ans

Rappel de la mission

Accompagnement opérationnel à la définition de la stratégie de développement touristique de la Vallée de l'Hérault

Le Contexte

- Une démarche d'élaboration de votre schéma de développement du tourisme et des loisirs en cours de rédaction
- Un été en demi-teinte : fréquentation en léger retrait ; expérience touristique qui se dégrade

Méthodologie de la mission

Phase 1 : compréhension du territoire

- Bibliographie
- Immersion locale (13ateliers - 8j) / Évaluation des projets touristiques locaux
- Analyse de la notoriété de la destination
- Diagnostic complet du territoire et premières préconisations

Phase 2 : audit de l'offre touristique

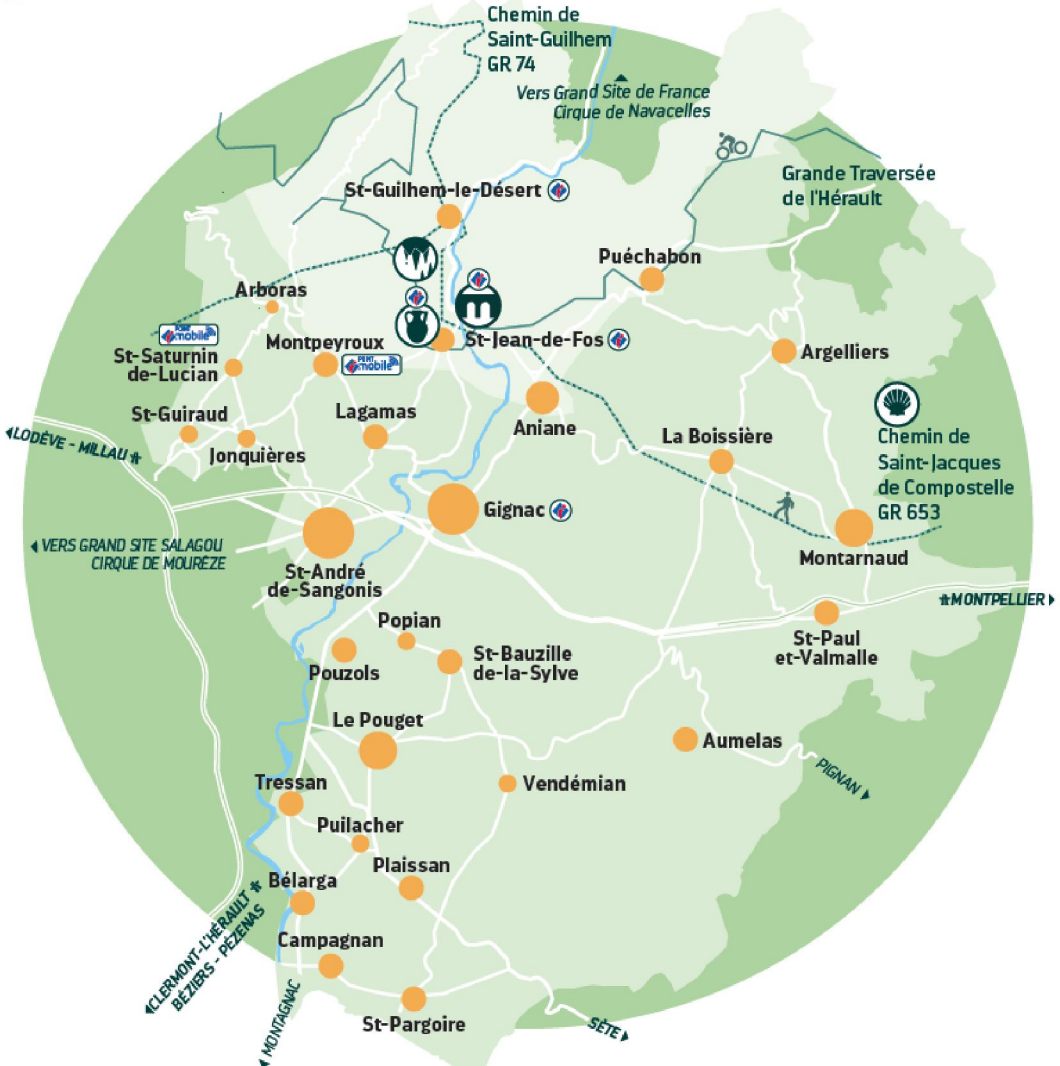
- Analyse des offres touristiques : 1 fiche par commune
- Analyse de l'offre évènementielle
- Rapport d'audit / 10 fortes opportunités de développement

Phase 3 : accompagnement au design de l'offre

- Ateliers de travail avec l'office de tourisme
- Élaboration du plan d'actions opérationnelles
- Plan détaillé du schéma de développement
- Option : plan de formation stratégie marketing pour l'OT

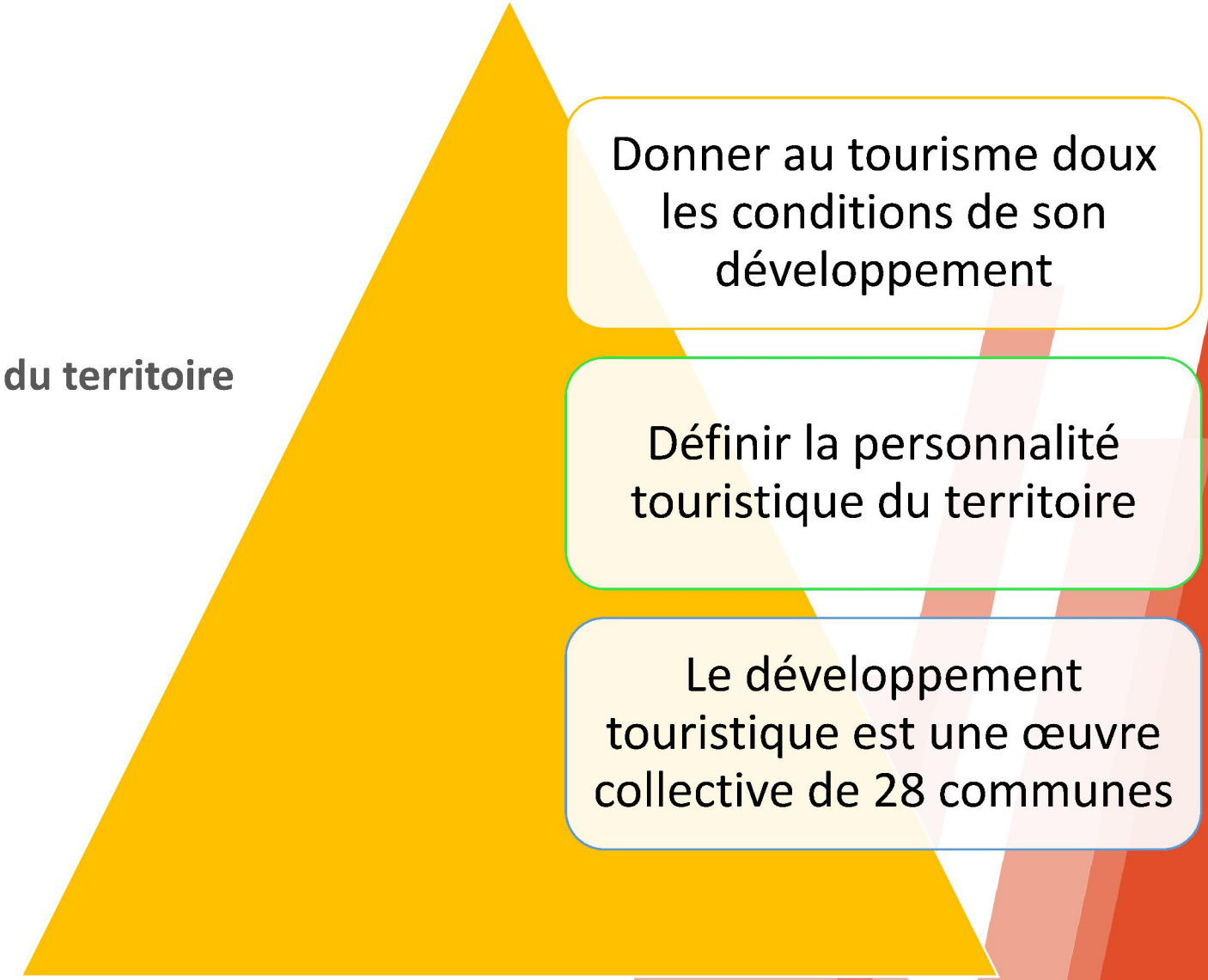
Rappel : Schéma de développement du tourisme et des loisirs

Office de Tourisme
St-Guilhem-Le-Désert
VALLÉE DE L'HÉRAULT



Rappel : Schéma de développement du tourisme et des loisirs Vallée de l'Hérault

3 axes forts autour de la stratégie du territoire



Rappel : Schéma de développement du tourisme et des loisirs Vallée de l'Hérault

Axe 1 : Le développement touristique est une œuvre collective de 28 communes

- Synergie institutionnelle au service de la destination
- Des projets structurants et une ingénierie financière partenariale
- Une ambition touristique affirmée
- Une démarche participative publique/privée
- Un dynamisme du territoire

Axe 2 : Définir la personnalité du territoire

- Un marketing de destination
- Des enjeux partagés pour une offre en pleine mutation
- Le positionnement de la destination

Axe 3 : Donner au tourisme doux les conditions de son développement

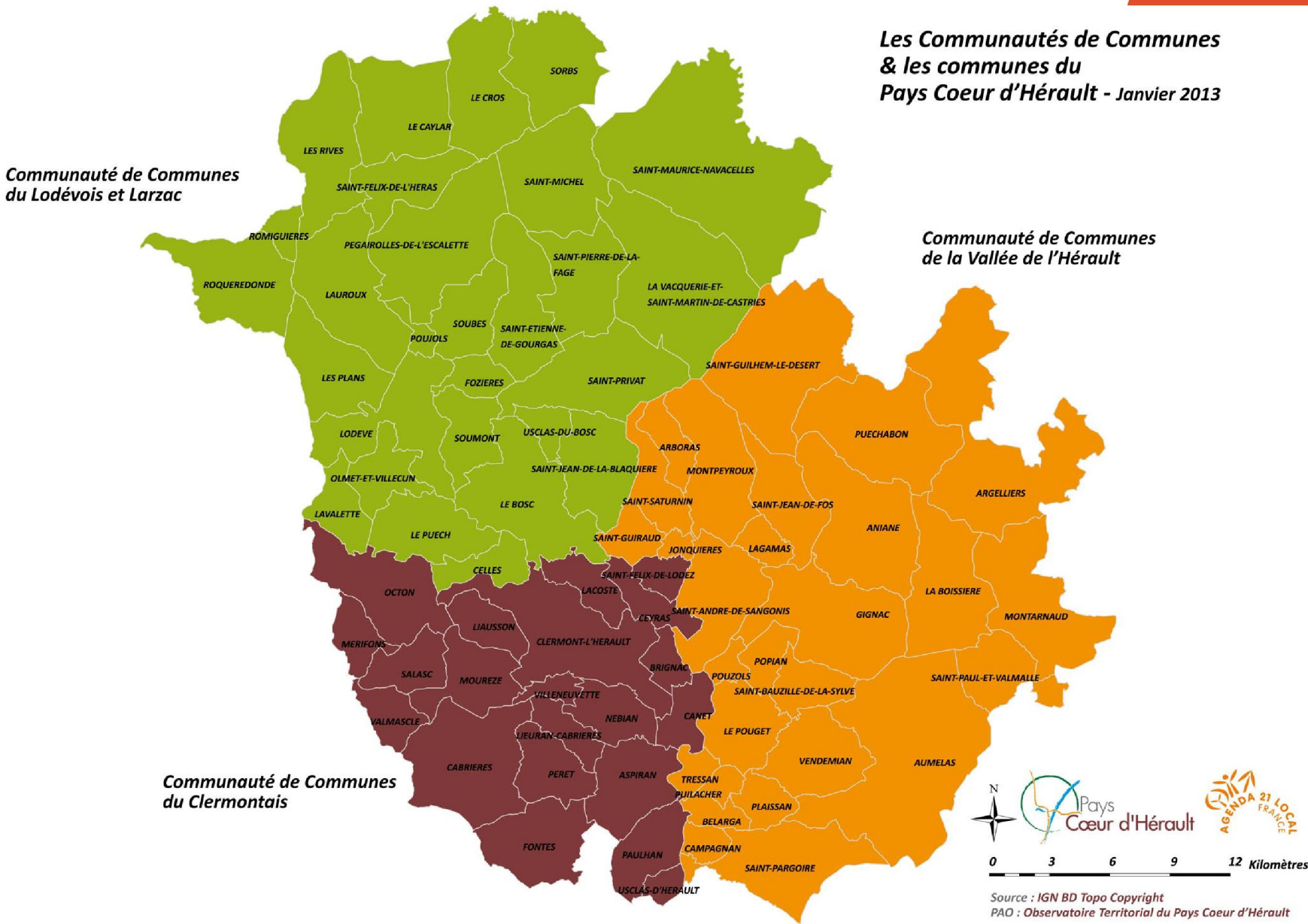
- Mise en tourisme : des actions à orchestrer sur 3 ans
- Equiper et structurer
- Une gouvernance impliquante

Situation géographique



Situation géographique de la Vallée de l'Hérault

- Vallée de l'hérault : Territoire en amont de Montpellier,
- 28 communes. Languedoc-Roussillon (région Occitanie)

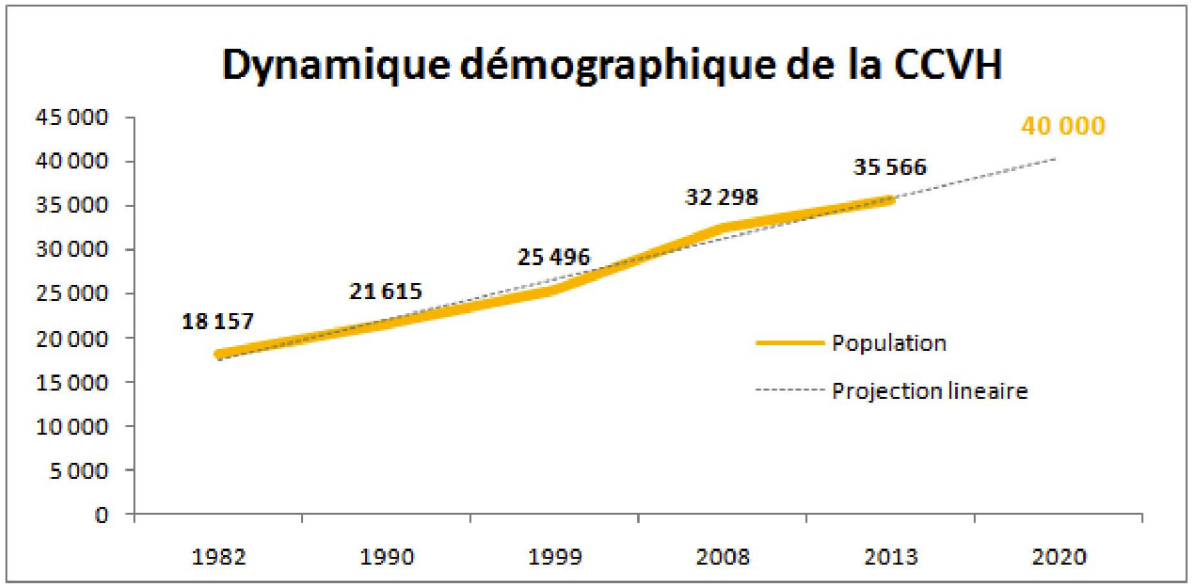


Contexte démographique



Contexte démographique

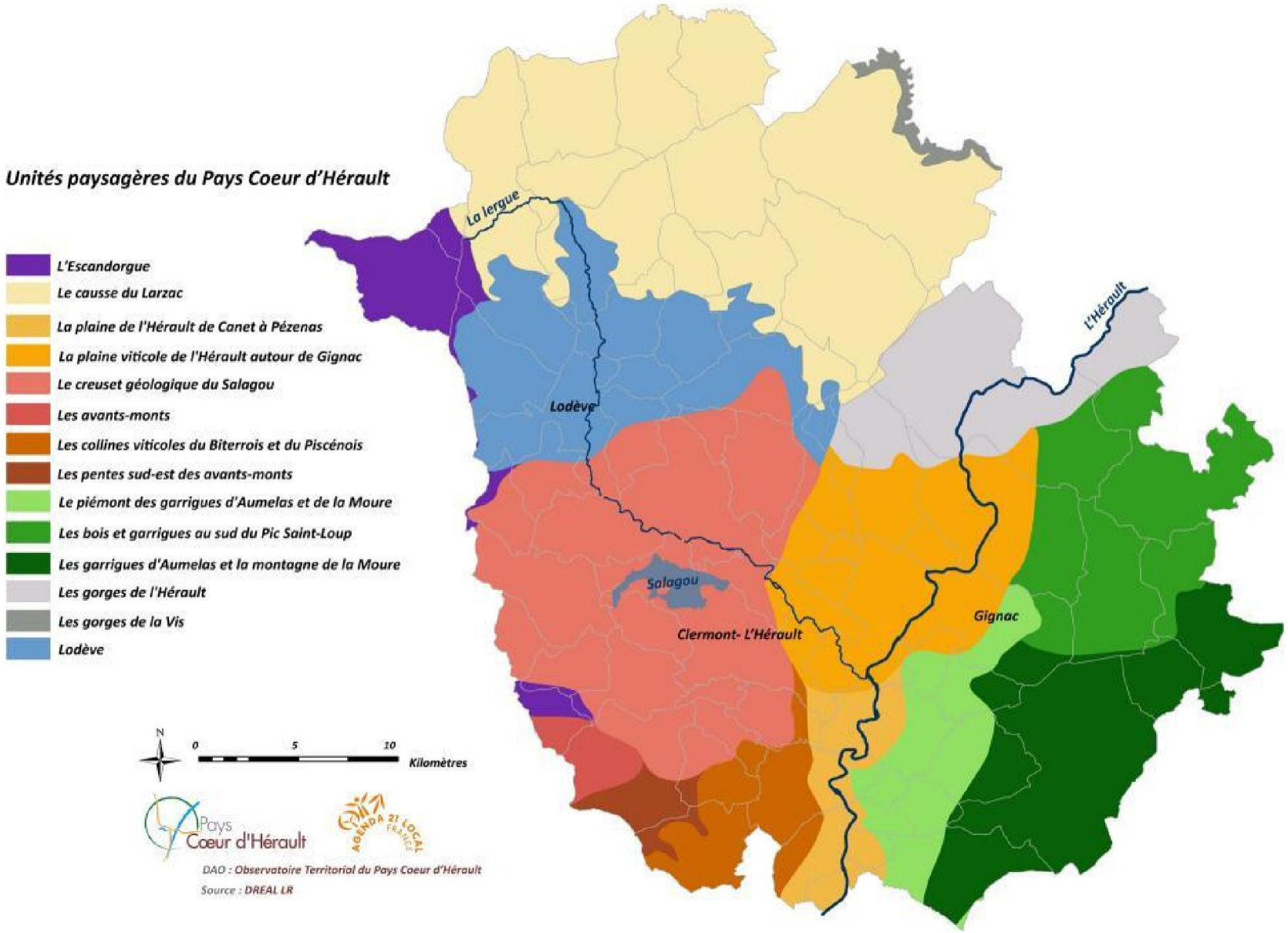
- **la croissance démographique la plus forte du département** avec une hausse de 2 % de la population par an, la vallée de l'Hérault est passée de 25 000 habitants en 2000 à plus de 40 000 habitants en 2020.
- **la part de jeunes la plus élevée du département** avec une tranche d'âge des moins de 14 ans dépassant les 20%
- **des projets d'infrastructures publiques** accompagnent cette tendance : implantation du nouveau lycée en 2020, création de parcs d'activités…



Analyse paysagère



Plan de Paysage des Plaines, Causses et Gorges de l'Hérault

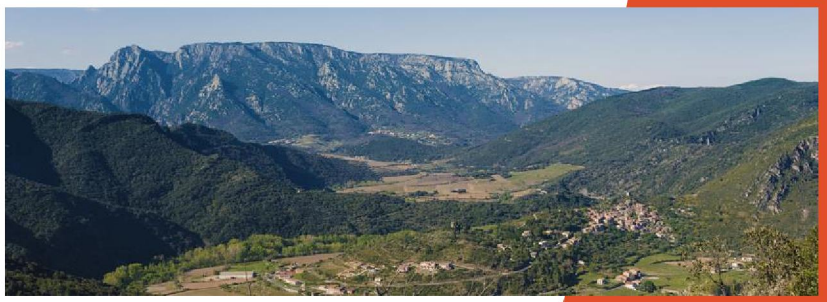


Paysages Vallée de l'Hérault

Paysages identitaires de la Vallée de l'Hérault







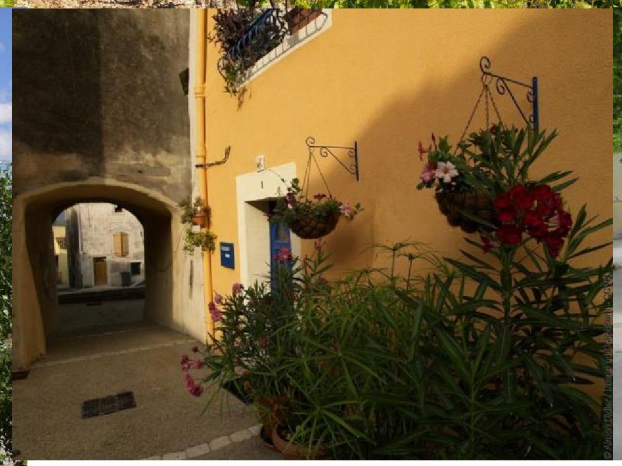




Paysages Vallée de l'Hérault







Economie territoriale



Données économiques

LA VALLÉE DE L'HÉRAULT, C'EST...

40 201 habitants
au 1er janvier 2021

La communauté de communes connaît une forte croissance démographique, avec une hausse de 2,05 % entre 2020 et 2021.

1 Grand Site de France
Gorges de l'Hérault

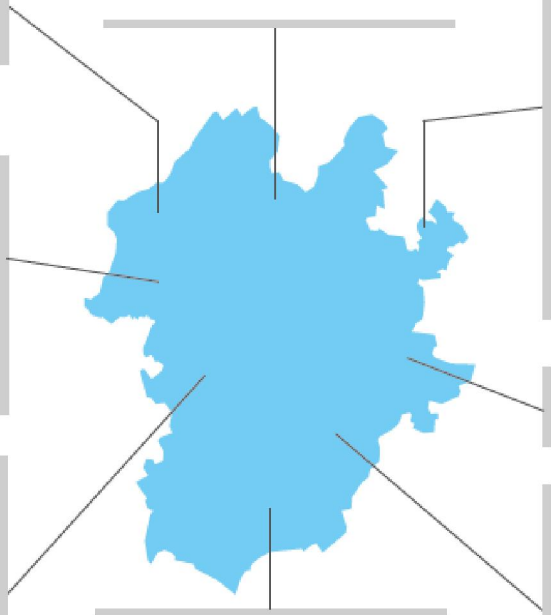
3 sites classés :

- Les gorges de l'Hérault
- Le cirque de l'Infernet et les abords du village de St-Guilhem-le-Désert
- La grotte de Clamouse

2 biens inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco :

- Les chemins de St-Jacques-de-Compostelle en France et, à ce titre, le pont du Diable et l'abbaye de Gellone
- Les Causses et Cévennes (au titre de leurs paysages agro-pastoraux)

481 km²
soit 8 % de la suface du département et plus de 37 % du Pays Cœur d'Hérault



28 communes
de 115 à 6 447 habitants

Source : Insee, population légale au 01/01/2021

6 sites Natura 2000
dont les 3 premiers sont gérés par la communauté de communes :

- Garrigues de la Moure et d'Aumelas
- Gorges de l'Hérault
- Montagne de la Moure et causse d'Aumelas
- Hautes garrigues du Montpelliérais
- Contreforts du Larzac
- Plaine de Montagnac - Villeveyrac

2 axes autoroutiers majeurs et gratuits :
A750 et A75

3 365 établissements
(unités de production économiques dépendantes d'une unité légale - Insee)
au 31 décembre 2018
dont **490 créés en 2019**

9 parcs d'activités et **2 hôtels d'entreprises**

3

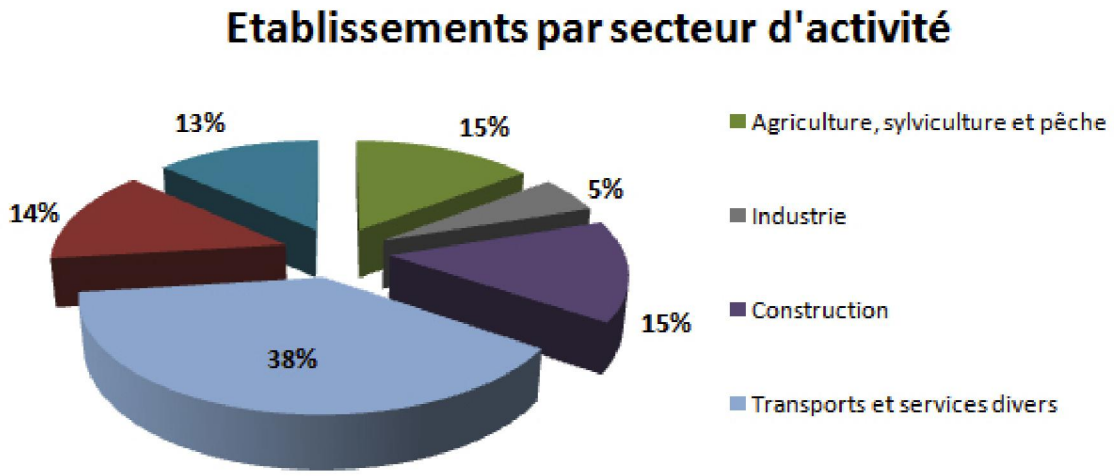
Données économiques

Une dynamique économique favorable

- **9 parcs d'activités économique**s (50 ha) et **2 hôtels d'entreprises** pour accueillir les entreprises sur le territoire
- **3 135 établissements** sur le territoire,
- **un réseau de TPE structurant le territoire** avec, en 2015, 97 % des établissements qui ont moins de 10 salariés
- **2 948 entreprises** (hors agricole) présentes sur le territoire en 2018 avec **429 créations d'entreprises** en 2018

EPCI de la CC Vallée de l'Hérault- Dossier complet INSSE)

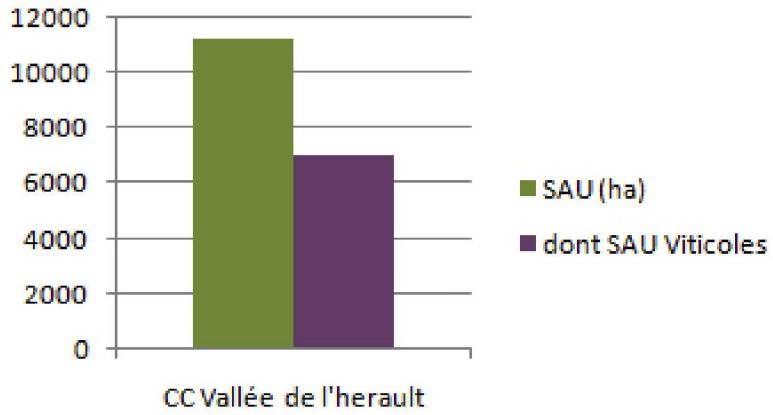
L'établissement est une unité de production géographiquement individualisée, mais juridiquement dépendante de l'entreprise. Un établissement produit des biens ou des services : ce peut être une usine, une boulangerie, un magasin de vêtements, un des hôtels d'une chaîne hôtelière, la « boutique » d'un réparateur de matériel informatique…



Données économiques

Un secteur agricole porteur, pour l'emploi et l'activité

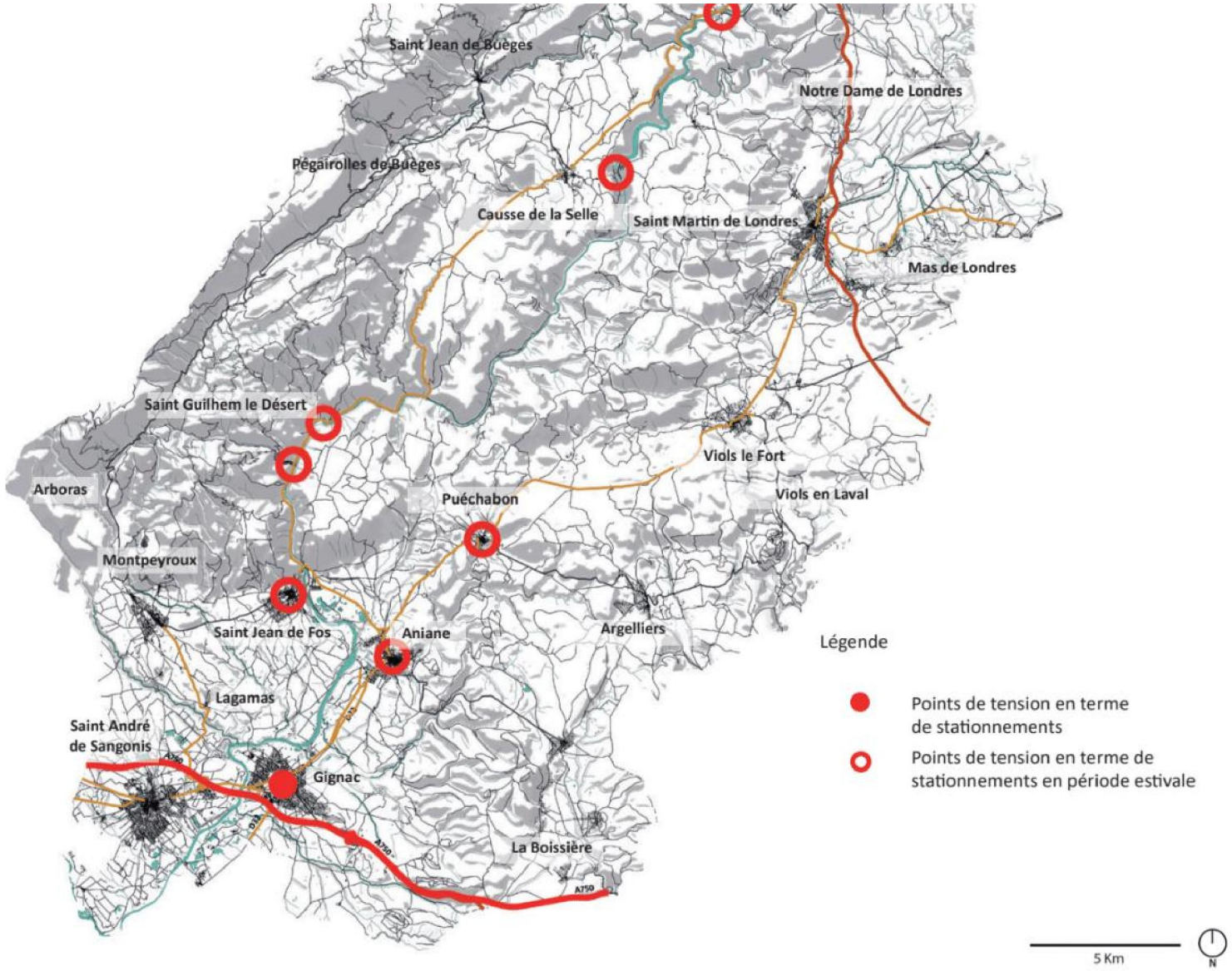
- **Dans la 1ère région viticole de France**, la viticulture représente **80 % de l'espace agricole** de la Communauté de communes Vallée de l'Hérault. Une surface agricole utile de plus de **11 000 hectares pour 1 067 exploitations agricoles** recensées en 2010
- **une qualité reconnue et une orientation bio croissante** pour toutes les filières agricoles. Appellations d'Origine Protégées (Coteaux du Languedoc, Clairette du Languedoc, Terrasses du Larzac, Pélardons) Indication Géographique Protégées (Pays d'Hérault, Pays d'Oc, Vicomté d'Aumelas, St-Guilhem-le-Désert, Volailles du Languedoc)



Accessibilité



Accessibilité



Des difficultés liées au stationnement sur les zones touristiques en période estivale ainsi qu'à Gignac toute l'année.
Réponse de l'OTIVH: Mise en place de navettes gratuites en périodes estivales reliant les hotspots touristiques et aménagements de zones de stationnement (Pont du Diable)

Source : Plan de paysage des plaines, causses et Gorges de l'Hérault

Projet de territoire

Objectif 12 mobilités
Projet de territoire 2021-2027 de la CCVH

Constat :

- Insuffisance de l'offre de transports en commun
- Proximité d'un carrefour autoroutier : accessibilité facilitée
- Liaisons internes difficiles : modèle de mobilité actuel basé sur le véhicule personnel
- Difficultés de déplacement pour les personnes en situation de handicap, les personnes âgées et les jeunes.

Enjeux :

- Améliorer la desserte en transports en commun
- Maillage des liaisons douces
- Développement d'une culture de la mobilité et de la réduction des déplacements en voiture individuelle

Actions phares :

- Mise en place du transport à la demande
- Mise en place de lignes de bus à haut niveau de service connectées au **PEM**, en lien avec les structures partenaires
- Aménagement de voies douces et de pistes cyclables (Passerelle Lycée Gignac et déclinaison du schéma cyclable du Pays Cœur d'Hérault)
- Développement de services et d'animations autour des mobilités actives
- Aménagement d'aires de covoiturage

Source : CCVH

Accessibilité – Zoom sur le Pôle d'échanges multimodal

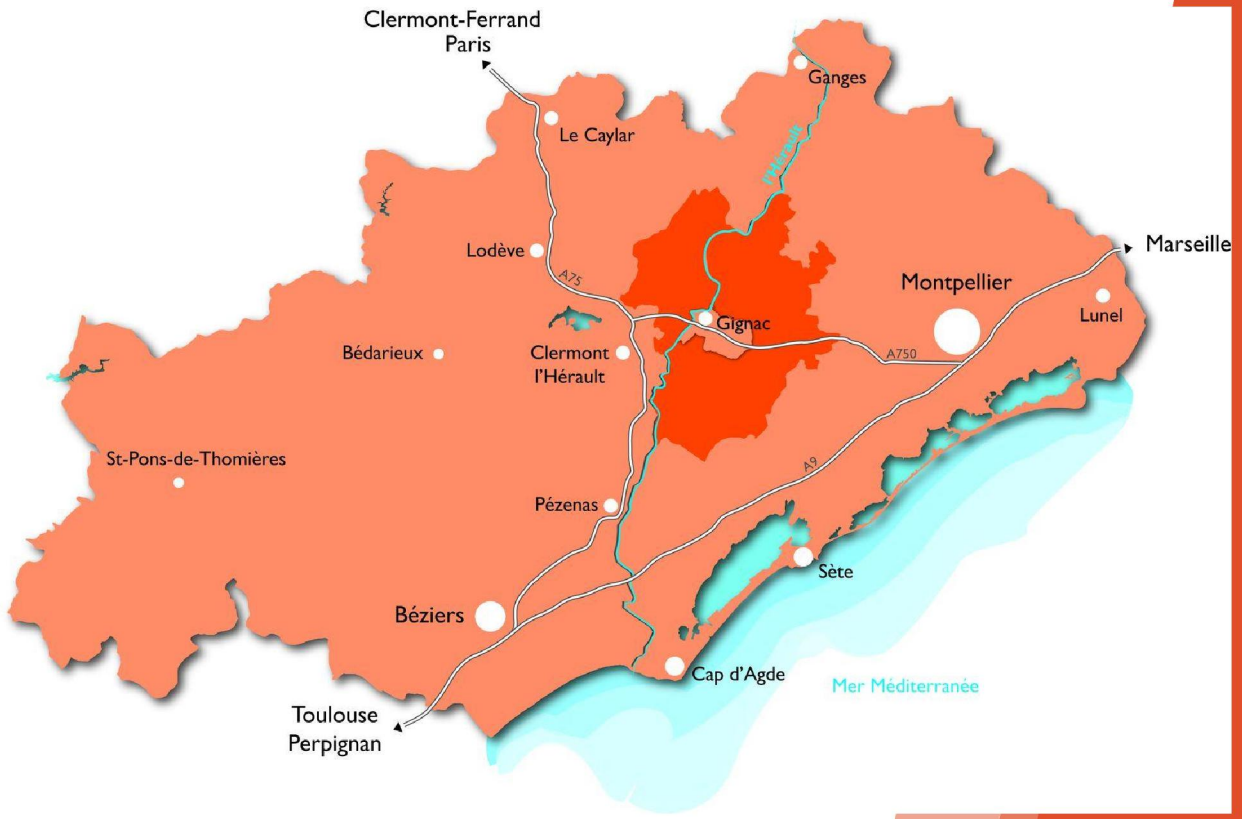
- Porté par la CCVH
- Intègre le projet de territoire « Vallée 3D »
- 7 millions d'Euros investis
- Un bassin d'influence avec plus de 13 000 déplacements / jours
- Une irrigation dans tout le territoire
- Une relation importante avec la Métropole de Montpellier (déplacements pendulaires / tourisme) mais aussi dans le Clermontais et le Lodévois
- Une mise en service prévue pour 2024

Objectif du PEM :
Proposer des mobilités fluides, adaptées à tous les usages et usagers, en alternative au véhicule personnel



Accessibilité – Voitures et camping-cars

- **Deux axes routiers majeurs (A75 et A750)**
  - Proximité Montpellier (15 min de voiture entre Montpellier et Gignac via A750), Béziers (45 min via A75) et 45 min de voiture du viaduc de Millau (A75)
  - Parkings :
    - Pont du Diable à Aniane (liaisons navettes), payant de Avril à Septembre, 6€ la journée
    - St Guilhem le Désert : Pré des pères (haut du village) et parking Saint Laurent (bas du village)



- **Accueil camping-cars :**
  - Pont du Diable (20€ journée + nuit), 48h consécutives maximum
  - Aniane – Aire de stationnement gratuite (15 places)

P **Tarif journée** *Parking rates*

Parking gratuit en dehors des périodes de circulation des navettes.

Parking is free of charge outside shuttle traffic periods.

	6€ - 30 minutes gratuites
Se présenter à l'accueil / Go to reception desk	**2€**
Abonnement saisonnier / Seasonal subscription	**15€**
Camping-car : Tarif jour (06h-00h) 6€ - Tarif nuit (stationnement toléré) (00h-06h) 8€. Limité à 48h. Borne-service payante. Camper van: Day (6am-12pm) €6- Night (12pm-6am) €8. 48h max. Pay service terminal.	**20€ /24h**

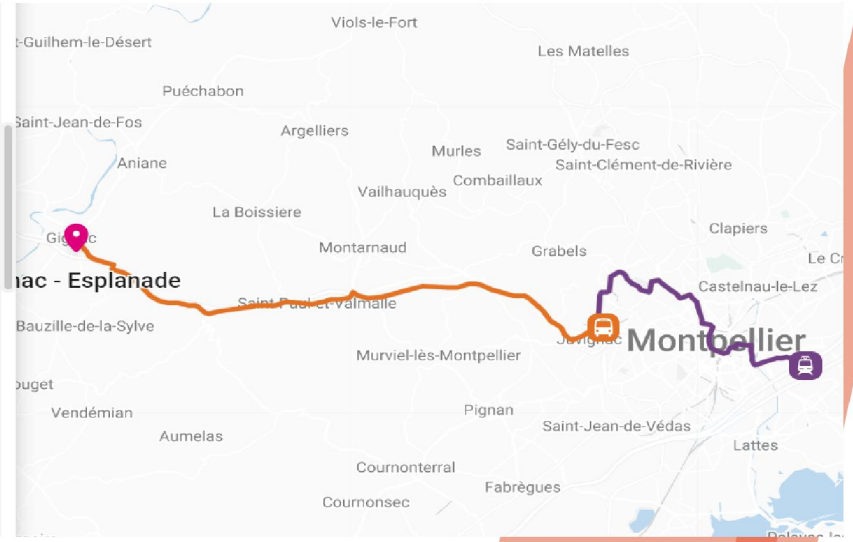
Accessibilité - Train

- **Gares les plus proches : Montpellier St Roche ou Montpellier Sud de France**.

Pas de liaisons directes avec les bus, il faut rejoindre les arrêts de bus desservant la CC Vallée de l'Hérault via les transports de la ville (TaM). Les liaisons avec la CCVH s'arrêtent à l'Ouest de Montpellier et les gares sont au centre ville ou au Sud Est. Plusieurs lignes de bus permettent de relier Montpellier à Gignac.

- **Itinéraire recommandé par le site Rome2Rio pour le trajet Montpellier Sud de France → Gignac en transports en commun :**
  - Temps de trajet : Entre 1h15 et 1h30
  - Estimation prix : 4€





Accessibilité - Train

- **Plusieurs lignes possibles pour le trajet Montpellier Sud de France→ Gignac**

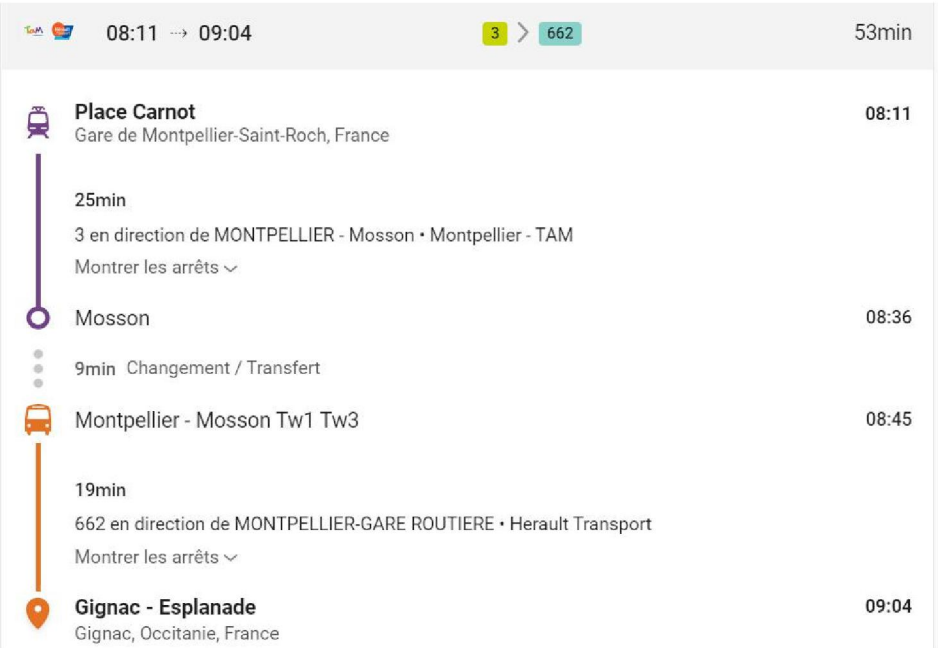
05:45 ⇢ 07:19	1 > 662	1h 34min
06:50 ⇢ 08:04	1 > 661	1h 14min
07:49 ⇢ 09:04	1 > 662	1h 15min
09:25 ⇢ 10:39	1 > 663	1h 14min
10:21 ⇢ 11:39	1 > 681	1h 18min
10:53 ⇢ 12:09	1 > 661	1h 16min
11:49 ⇢ 13:04	1 > 663	1h 15min
12:53 ⇢ 14:04	1 > 661	1h 11min
13:49 ⇢ 15:09	1 > 662	1h 20min

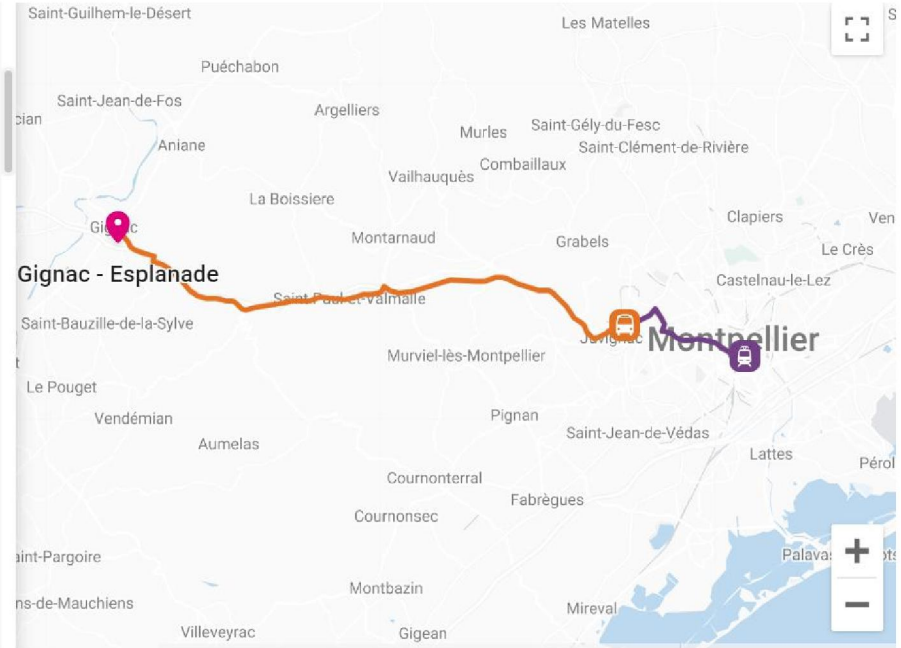
Accessibilité - Train

- **Itinéraire recommandé par le site Rome2Rio pour le trajet Montpellier Saint Roche → Gignac en transports en commun :**
  - Temps de trajet : Environ 1h
  - Estimation prix : 4€

Interfaces :

- Rome2rio
- SNCF
- Hérault Transport (peu adapté pour la planification de trajet)





Accessibilité - Train

- **Plusieurs lignes possibles pour le trajet Montpellier Saint Roche → Gignac**

06:20 ⇢ 07:19	3 > 662	59min
07:12 ⇢ 08:04	3 > 661	52min
08:11 ⇢ 09:04	3 > 662	53min
09:43 ⇢ 10:39	3 > 663	56min
10:40 ⇢ 11:39	3 > 681	59min
11:10 ⇢ 12:09	3 > 661	59min
11:55 ⇢ 13:05	3 > 3 > 3 > 668	1h 10min

Accessibilité – Bus

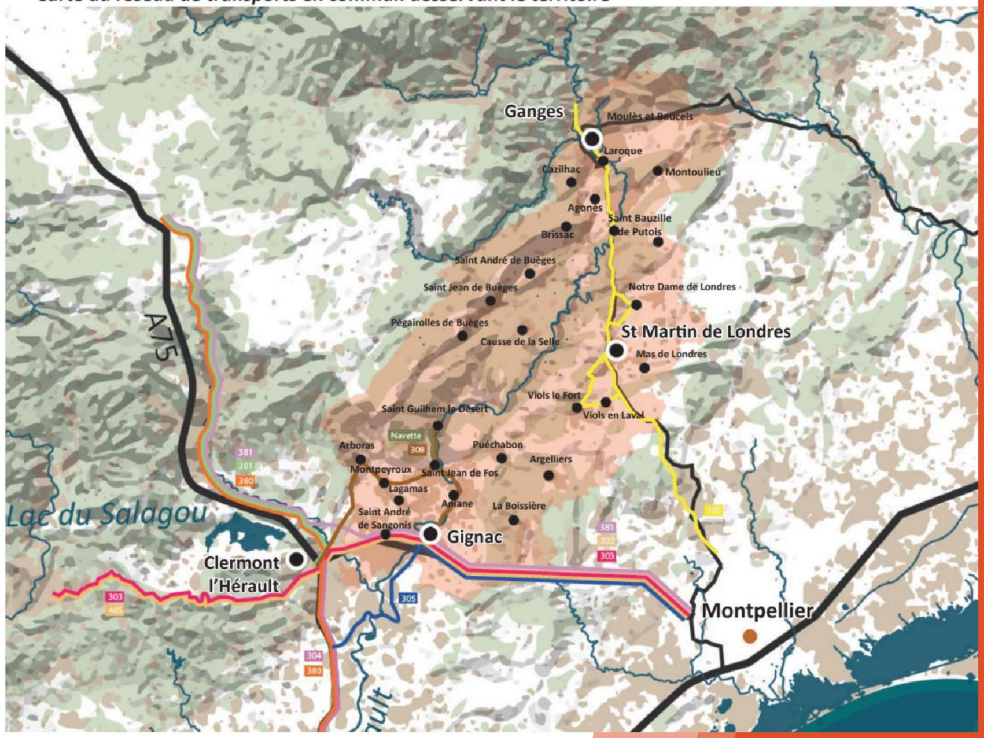
- Gestionnaire : Hérault Transport - réseau **liO Hérault Transport**
- Tarif **: 1€10** sur tout le réseau
- Détail des lignes principales (**en vert, les arrêts sur le territoire de la CCVH**) :

Ligne 661 / 681: Millau > CC Lodévois et Larzac > CC Clermontais > **Saint André de Sangonis > Gignac > St Paul et Valmalle** > Montpellier, fonctionne en été

Ligne 662 : CC Clermontais > **Saint André de Sangonis > Gignac > Aumelas > St Paul et Valmalle > Montarnaud** > Montpellier, fonctionne en été, l'une des lignes principales pour le territoire d'après l'OTI

Ligne 668 : CC Clermontais > **Jonquières > St Saturnin de Lucian > Arboras > Montpeyroux > St Guilhem le Désert > Argileum > Grotte de Clamouse > Pont du diable > Aniane > Gignac** > Montpellier, l'une des lignes principales du territoire d'après l'OTIO

Carte du réseau de transports en commun desservant le territoire



Interfaces :

- Site internet Hérault Transport : Plans, fiches horaires
- Site internet OTI
- Application Lio Occitanie (2,7/5 sur Playstore)

Accessibilité - Navettes

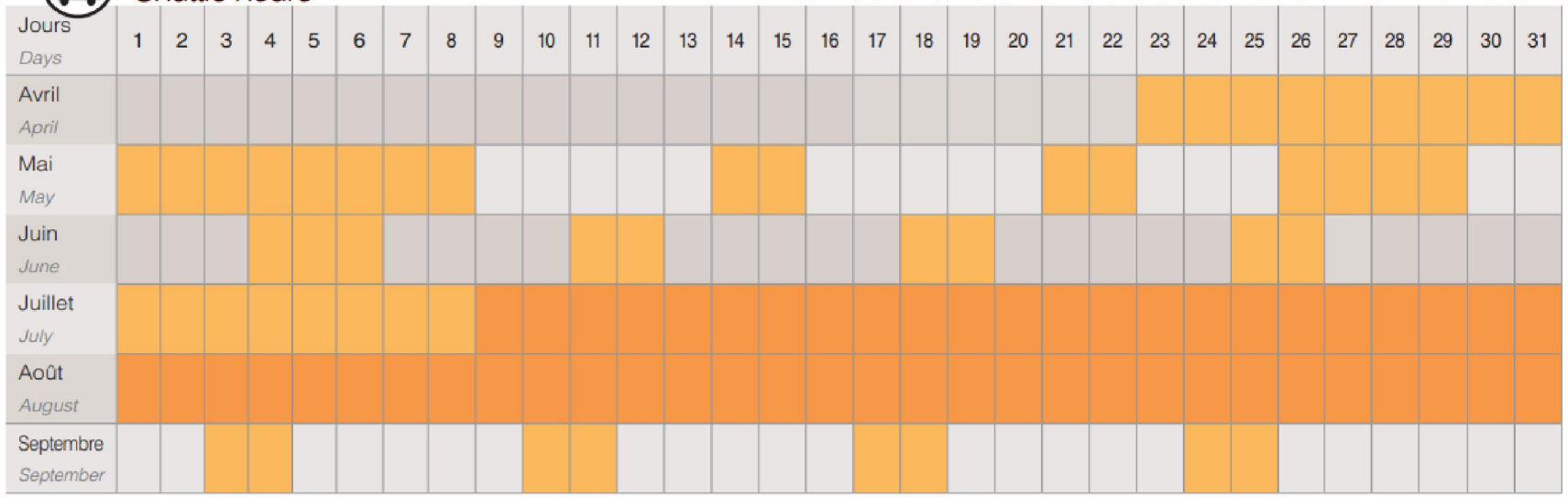
Navettes mises en place par la CCVH :

Interfaces :

- Site internet OTI
- Panneau d'information à télécharger
- QR Code à disposition sur le panneau qui renvoie vers le site

Horaires des navettes gratuites 2022
Shuttle hours

Maison du Grand Site - Clamouse - St-Guilhem-le-Désert



11h-19h toutes les 30 min.*

10h-20h45 toutes les 15 min. et 20h45-22h45 toutes les 30 min.*

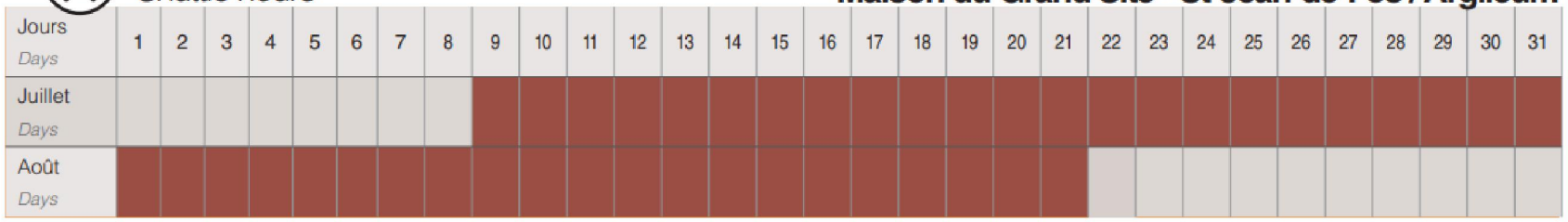
10h-19h toutes les 30 min.

*Dernier départ de St-Guilhem / Last departure from St-Guilhem
19h15, 23h

*Dernier départ de St-Jean-de-Fos / Last departure from St-Jean-de-Fos
19h05 mairie, 19h10 Argileum

Horaires des navettes gratuites 2022
Shuttle hours

Maison du Grand Site - St-Jean-de-Fos / Argileum



Accessibilité - Avion

- **Aéroport de Montpellier ou de Béziers.**
- **Pour l'aéroport de Montpellier :**
  - Temps de trajet en transports en commun : Environ 1h40
  - Estimation prix : 6€

Montpellier - Aéroport Montpellier Méditerranée 12:30
Aéroport de Montpellier (MPL), France

25min
620 en direction de Aéroport-Gare Sud France- • Herault Transport
Montrer les arrêts

Montpellier - Place De L'europe 12:55

9min Changement / Transfert

Place De L'europe 13:04

35min
1 en direction de MONTPELLIER - Mosson • Montpellier - TAM
Montrer les arrêts

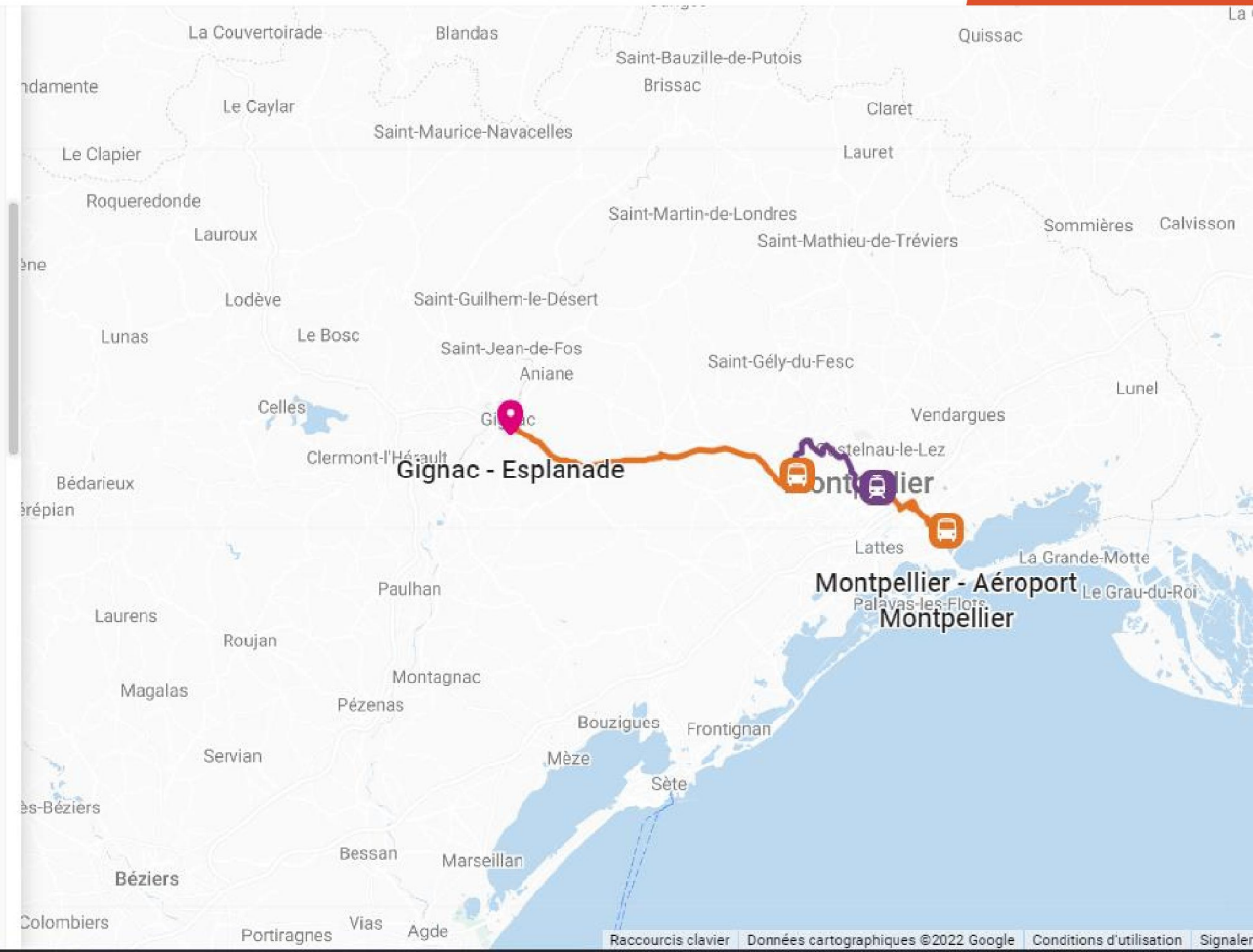
Mosson 13:39

6min Changement / Transfert

Montpellier - Mosson Tw1 Tw3 13:45

19min
661 en direction de MOSSON - LODEVE • Herault Transport
Montrer les arrêts

Gignac - Esplanade 14:04
Gignac, Occitanie, France



Accessibilité - Avion

- **Plusieurs lignes régulières pour le trajet Aéroport Montpellier → Gignac**

09:00 ⇢ 10:39	620 > 1 > 663	1h 39min
10:00 ⇢ 11:39	620 > 3 > 681	1h 39min
10:30 ⇢ 12:09	620 > 1 > 661	1h 39min
11:30 ⇢ 13:04	620 > 1 > 663	1h 34min
12:30 ⇢ 14:04	620 > 1 > 661	1h 34min
13:30 ⇢ 15:09	620 > 3 > 662	1h 39min
15:00 ⇢ 16:39	620 > 3 > 662	1h 39min
15:30 ⇢ 17:01	620 > 1 > 665	1h 31min
16:00 ⇢ 17:39	620 > 3 > 662	1h 39min

Interfaces :

- Rome2rio

Accessibilité – Covoiturage

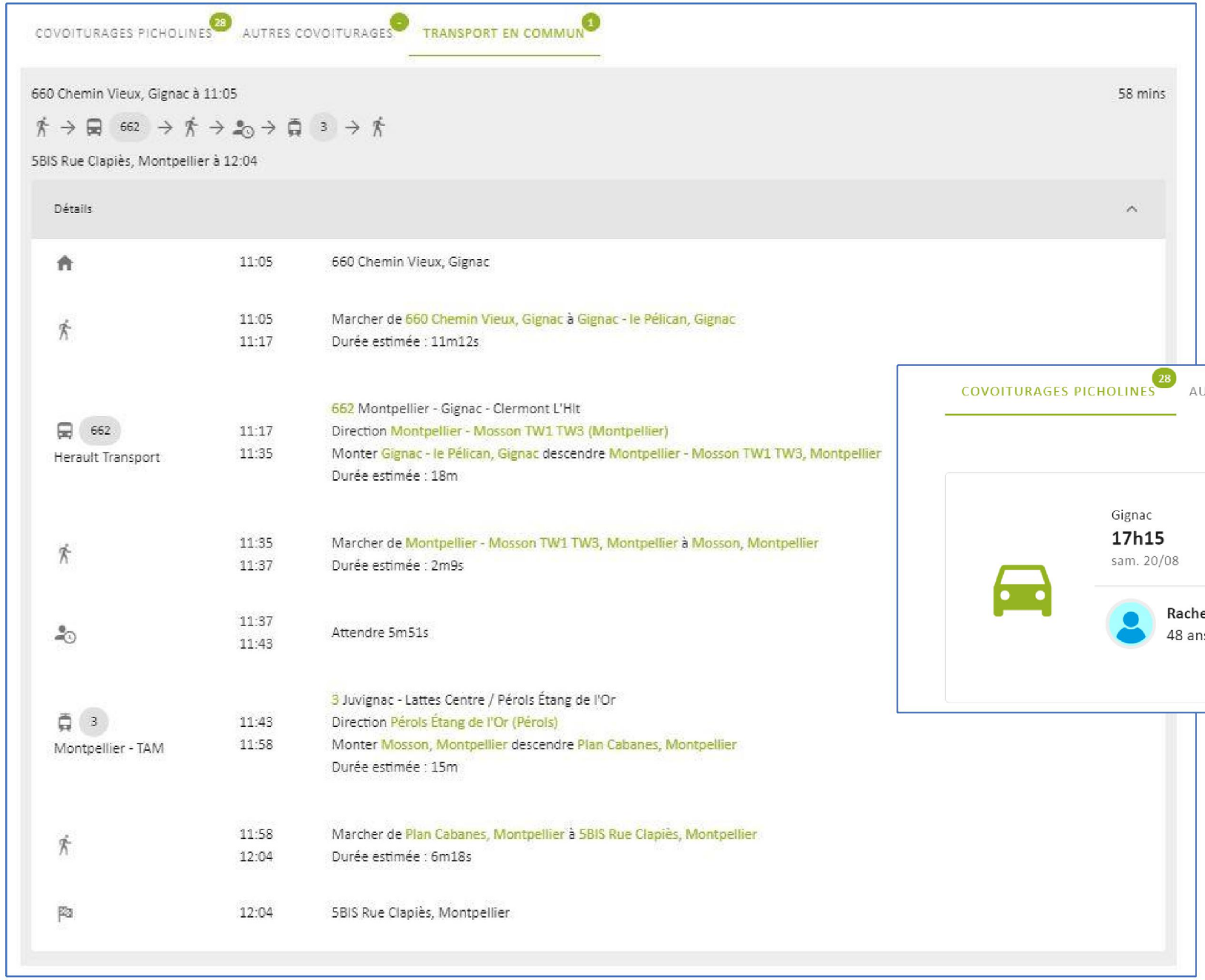
- **Deux plateformes mises en avant par la destination :**
  - Rézo Pouce → Dédiée à l'autostop
  - Picholine → Covoiturage en Cœur d'Hérault

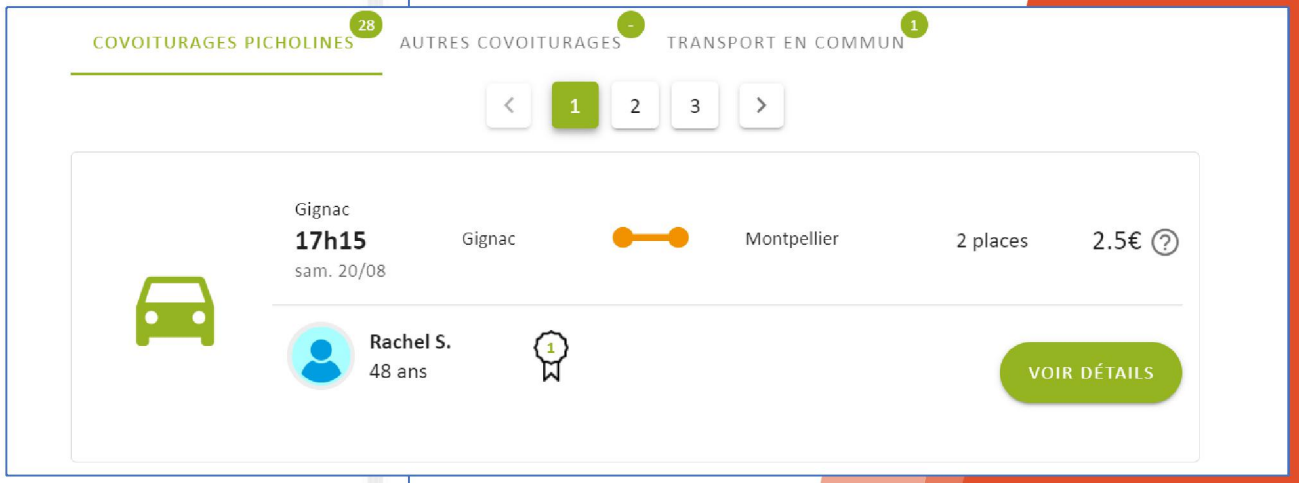
Interfaces :
- Applications
- Sites internet

- **Autres plateformes :**
  - Blablacar
  - Mobicoop → Covoiturage sans commission et coopératif

- **Zoom sur Picholine** : Lauréat du Trophée de l'Innovation territoriale 2020. Deux possibilités :
  - 1. **Réserver des trajets à l'avance** (payant). Plateforme qui semble plutôt bien fonctionner :
    - Exemple trajet Gignac-Montpellier le 21 Août : 28 Covoiturages proposés, environ 2€
    - Propose également le détail du trajet en transports en commun

  - 2. **Aménagement de « lignes quotidiennes de covoiturage »,** gratuit, sans commission
    - Des arrêts dédiés au covoiturage où les passagers peuvent se rendre, entrer leur destination permettant de les signaler via un panneau d'affichage aux conducteurs.
    - Les arrêts sont connectés aux transports en commun pour faciliter les liaisons
    - Arrêts : Clermont l'Hérault, Ceyras, Saint André de Sangonis et Gignac.





Exemples d'itinéraires sur Picholines

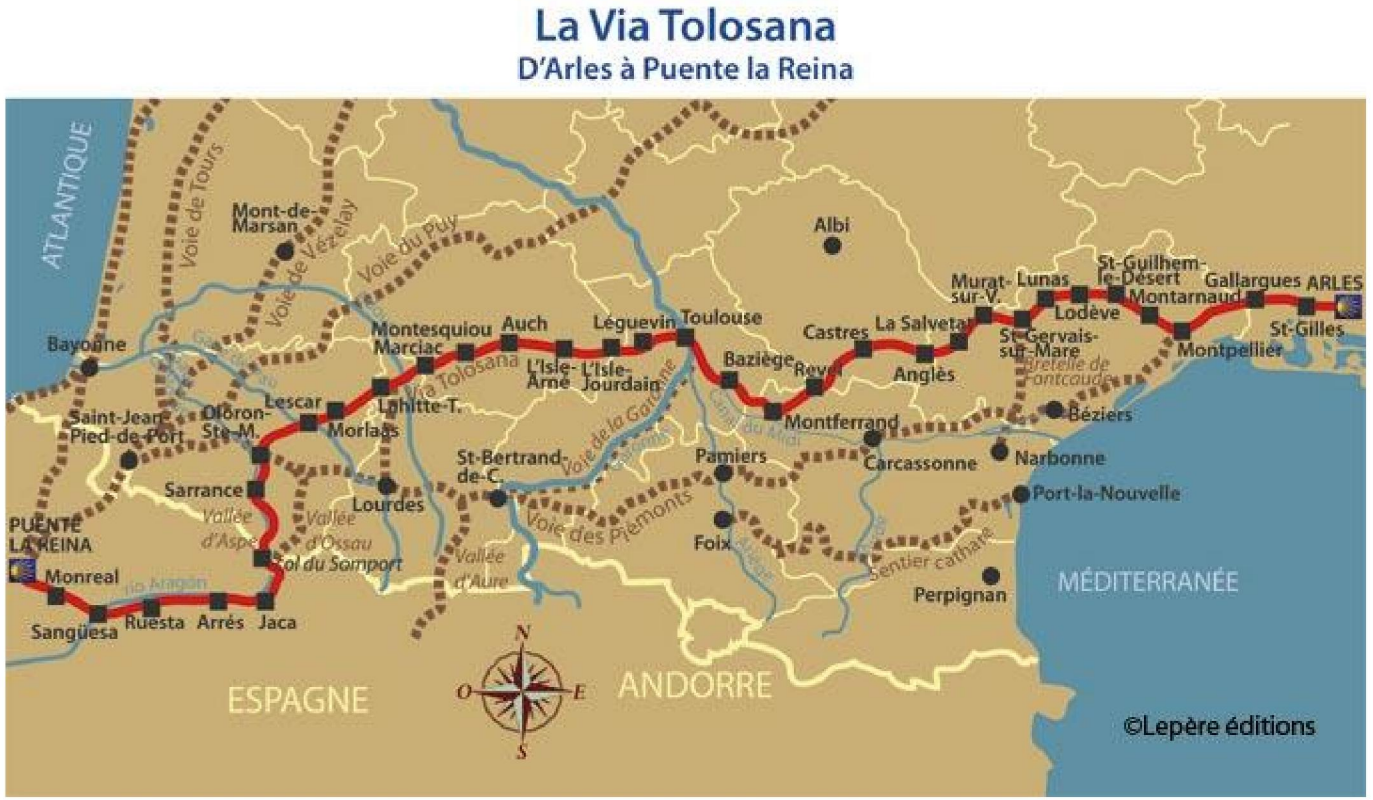
Accessibilité – Pèlerinage

- **La Via Tolosana (GR653)** → Traverse la Vallée de l'Hérault
  - Une page dédiée au pèlerins sur le site de l'OTI
  - Hotspots : Abbaye d'Aniane et de Gellone

Interfaces :

- Cartes sur internet
- Sites internet dédiés au pèlerinage
- Site OTI (cartes, brochures)



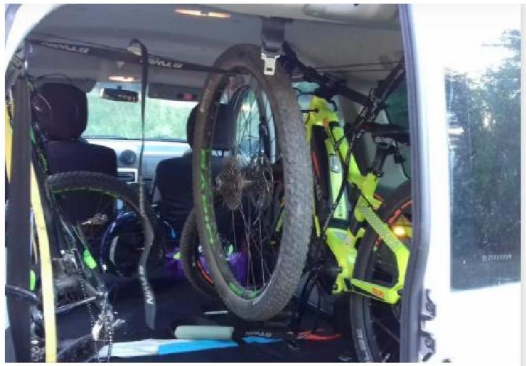


Activités de pleine nature



Activités de pleine nature – Vélo et cyclo

- **4 parcours cyclo** sur le territoire de la Vallée de l'Hérault
- **7 parcours VTT** en Vallée de l'Hérault (*source : carto vélo et vtt Cœur d'Hérault*)
- Total de **258km** de circuits (SDTL)
- **4 prestataires** sur le site de l'OTIVH :



VTT

CYCL'ONE AVENTURE

MONTARNAUD

Comment partager des moments en plein air entre amis ou en famille en voyageant en découvrant le monde et en se faisant du bien sans le soucis de comment de ...

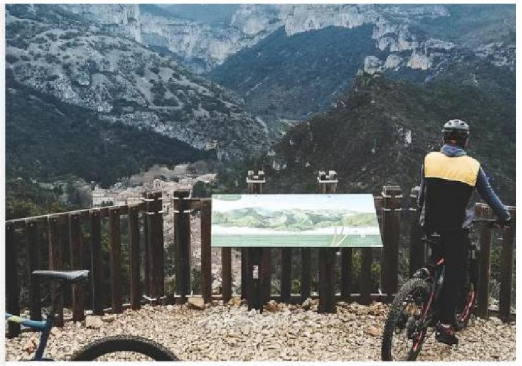


Trottinette tout terrain électrique, Trottinette tout terrain

LANGUEDOC EVASION - TROT EVASION

SAINT-GUILHEM-LE-DESERT

Trotinettes électriques tout-terrain - 100% évasion - 100% plaisirs Balades accompagnées de 2h autour de Saint-Guilhem-le-Désert De septembre à juin, parc...



VTC

OC.EBIKE

SAINT-JEAN-DE-FOS

Envie de nouvelles expériences? OC.EBIKE vous propose à la locations des vélos de ville et VTT électriques qui vous permettrons de (re)découvrir les plai...



SCOOT AND GAU

SAINT-JEAN-DE-FOS

Nous sommes situés sur la commune de Saint-Jean-de-Fos et nous proposons des locations à l'heure, à la demi-journée et à la journée.

Activités de pleine nature – Tourisme pédestre

- **15 sentiers de randonnées** en Vallée de l'Hérault, **150 km** (*source SDTL*)
- **2 offres à destination des enfants / familles** (Randoland) pour le site du Pont du Diable et de Saint-Guilhem-Le-Désert : Des fiches à télécharger pour les parents et pour les enfants selon leur âge.
    - Pour les parents : Itinéraire, descriptifs des monuments
    - Pour les enfants : Jeux et énigmes sur le patrimoine
    - Un format papier accessible dans sa lecture, non disponible sur outils numériques,



4/6 ans

Saint-Guilhem-le-Désert

RANDOLAND

Avant de partir

Trois jeunes tambours, s'en revenaient de guerre,
Trois jeunes tambours, s'en revenaient de guerre,
Et ri et ran, ranpataplan, s'en revenaient de guerre.
Le plus jeune a dans sa bouche une rose. (bis)
La fille du roi était à sa fenêtre. (bis)
Joli tambour, donnez moi votre rose. (bis)
Fille du roi, donnez moi votre coeur. (bis)

À l'aide de ta *check-list*, vérifie qu'il ne te manque rien. Coche les objets que tu emmènes avec toi pour la balade.

Check-list

- ❑ tes fiches randoland ;
- ❑ un crayon ;
- ❑ de bonnes chaussures ;
- ❑ un chapeau ;
- ❑ un vêtement de pluie (selon la météo) ;
- ❑ un petit sac à dos ;
- ❑ une gourde avec de l'eau ;
- ❑ un appareil photo (pour garder des souvenirs !).

En visite à Saint-Guilhem-le-Désert, les enfants doivent retrouver le bouclier de Guilhem, cousin du célèbre Charlemagne. Des indices sont à découvrir tout au long de ta balade. Utilise les informations fournies sur la page suivante pour retrouver le bon bouclier. En fin de parcours, note sa lettre dans la case prévue pour la réponse.

À l'office de tourisme ou sur le site randoland.fr, tu pourras vérifier si tu as trouvé la bonne réponse grâce au code suivant : 3426101P.

F A K N I D G C J E L H M B



Une balade ludique pour toute la famille à Saint-Guilhem-le-Désert

FACILE | 2,4 KM | 1 H 15 | SAINT-GUILHEM-LE-DÉSERT

Tout commence en 804 avec l'arrivée de Guilhem au Val de Gellone, petit fils de Charles Martel, cousin de Charlemagne. Guilhem s'illustre à partir de 790 dans de nombreuses campagnes militaires. Guilhem choisit de déposer les armes. Guidé par Saint-Benoît d'Aniane, fondateur du monastère à Aniane et réformateur de l'ordre bénédictin, il se retire à Gellone et y fonde le monastère Saint-Sauveur. Il y instaure le premier culte populaire : la vénération d'une relique de la Vraie Croix offerte par son cousin Charlemagne. Bien après sa mort en 812, la légende transmise par la geste de Guillaume d'Orange s'empare de l'histoire pour faire de ce grand seigneur et conquérant, un moine puis un saint vénéré durant tout le Moyen-Âge.

Débuter la balade depuis l'office de tourisme. Entrer dans l'abbaye pour résoudre la première énigme 1. *Possibilité de visiter le cloître sauf entre 12h et 14h.*
En sortant, monter tout de suite sur la droite puis après le passage tourner à droite. Après les jardins de l'abbaye, descendre à droite pour passer devant une fontaine 2.
Descendre dans la même direction et s'arrêter au bout de la rue du Font du Four pour examiner la façade du n° 40 3. Remonter à gauche la rue de la Descente du Portal. S'arrêter au n° 6 4. Continuer jusqu'au croisement du chemin de Las Costas et aller jusqu'au santonnier. S'arrêter aux n° 17 et 19 5. Au bout de la rue du Planol, monter à droite puis emprunter le chemin à droite. Passer sous les terrasses d'oliviers. Aller jusqu'à la porte du château 6.
Revenir sur ses pas et descendre de suite à droite sur le chemin pavé et jusqu'au village. Face à la croix, aller à droite, rue du Bout du monde et continuer jusqu'au bout du stade de foot pour observer les différents paysages 7.
Revenir sur ses pas jusqu'à l'entrée du village et continuer toujours tout droit pour arriver sur la place de la Liberté 8.
Terminer la balade à l'office de tourisme pour vérifier vos réponses.

SAINT-GUILHEM-LE-DÉSERT

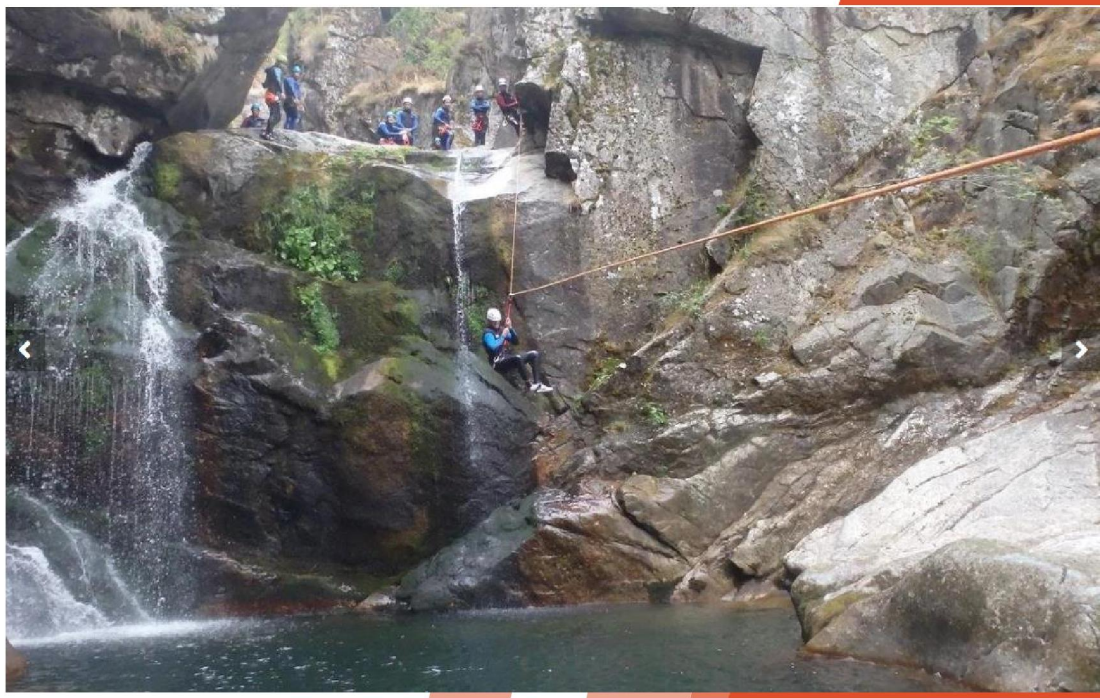
Activités de pleine nature – Activités aquatiques et tourisme fluvial

Canoé kayak :

- **6 prestataires de canoë** dans les communes de Saint-Guilhem (4 prestataires), Aniane (1 prestataire) et Gignac (1 prestataire).
- Parmi ces prestataires, certains proposent du **stand-up paddle** (**3 prestataires**) et **un prestataire proposant de la barque**.

Activités nautiques : 13 prestataires (dont 6 prestataires présents dans la catégorie Canoé)

- Des prestataires en doublon par rapport à la catégorie Canoë Kayak
- Plage surveillée : Pont du Diable, tous les jours du 1er juillet au 31 août, de 11h à 19h
- D'autres activités nautiques proposées : hydrospeed, spéléologie, hotdog, … Des offres et des prestataires nombreux



ENTRE 2 NATURE, OTIVH

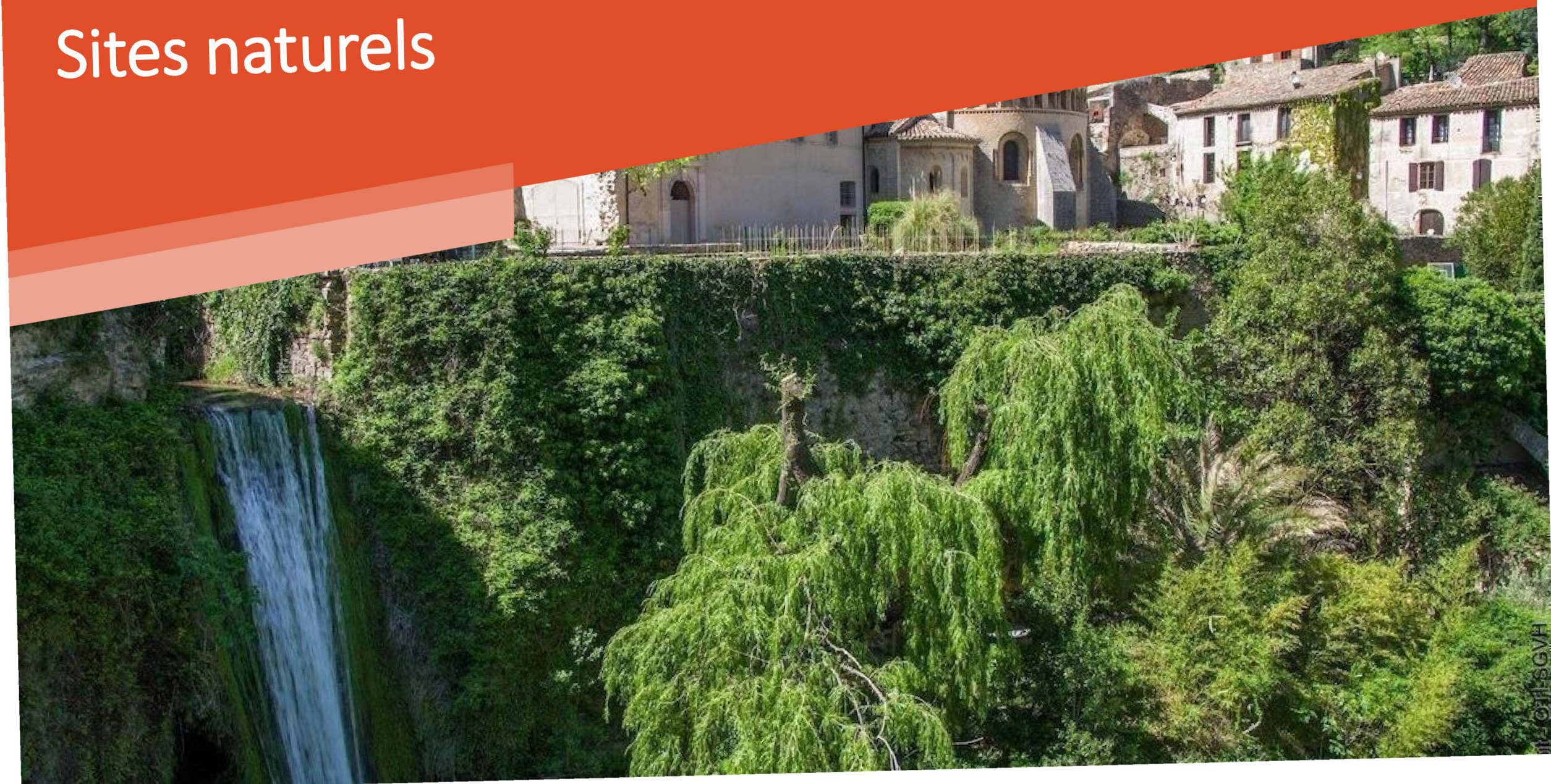
Activités de pleine nature – Autres activités

- **7 prestataires d'escalades**, proposant aussi de la via ferrata, du Rappel, de a via corda (mais aussi du canoë et activités nautiques)
- **Un centre équestre** répertorié par l'OTIVH : Le Club des Trois Fontaines
- **10 prestataires proposant des parcours d'accrobranches / sports de sensation** (présents aussi dans les catégories sports nautiques et escalade)
- **La Grotte de Clamouse** : Visites guidées, spéléo Park, escape game
- **3 parcs et jardins** : Une ferme pédagogique, une base de loisirs et un jardin botanique
- **1 observatoire astronomique (Astronarium)** proposant également un hébergement insolite afin d'observer les étoiles dans une bulle



Jardin botanique de la Font de Bezombes

Sites naturels



Sites naturels – Gorges de l'Hérault

- **Gorges de l'Hérault** (drop > PG UNESCO): **Classées Grand Site de France**. Compétence portée par la CC Vallée de l'Hérault

→ Objectif CCVH lors de la reprise de la compétence : Limiter les conséquences de la fréquentation pour préserver les lieux via l'aménagement des sites. Répondre à des exigences d'accueil, d'information, d'intégration dans le paysage, création de parcours découverte et interprétation

→ 3 sites grands sites: **Gorges de l'Hérault, Cirque de Navacelles, le Salagou-Cirque de Mourèze**

→ Le Cœur du Grand Site repose sur trois sites classés : Cirque de l'Infernet, les abords du village de St Guilhem, les Gorges de l'Hérault, Grotte de Clamouse

→ En 2018, à l'initiative du réseau Grands Sites de France **: Escapade nature sans voiture** afin de découvrir les 3 Grands Sites du Cœur d'Hérault





Sites naturels – Zoom sur les Escapades sans voiture

- 2018
- Mené par le **Réseau des Grands Sites de France**, en partenariat avec **Hérault Tourisme**, le **Pays Coeur d'Hérault, les Offices de Tourisme partenaires**, le **Cirque de Navacelles**, les **Gorges de l'Hérault**, le **Grand Site en projet Salagou-Cirque de Mourèze**
- Deux itinéraires :
  - **Itinéraire du Cirque de Navacelles à Saint-Guilhem-le-Désert**
  - **Itinéraire Saint-Guilhem-le-Désert à Salagou-Cirque de Mourèze**
- Les deux itinéraires sont connectés à Saint-Guilhem-Le-Désert
- Une brochure disponible présentant les deux itinéraires avec les informations nécessaires jour par jour (hébergements, restauration, commerces, transports …) + possibilité de prolonger le parcours (le Salagou-Cirque de Mourèze au Cirque de Navacelles)

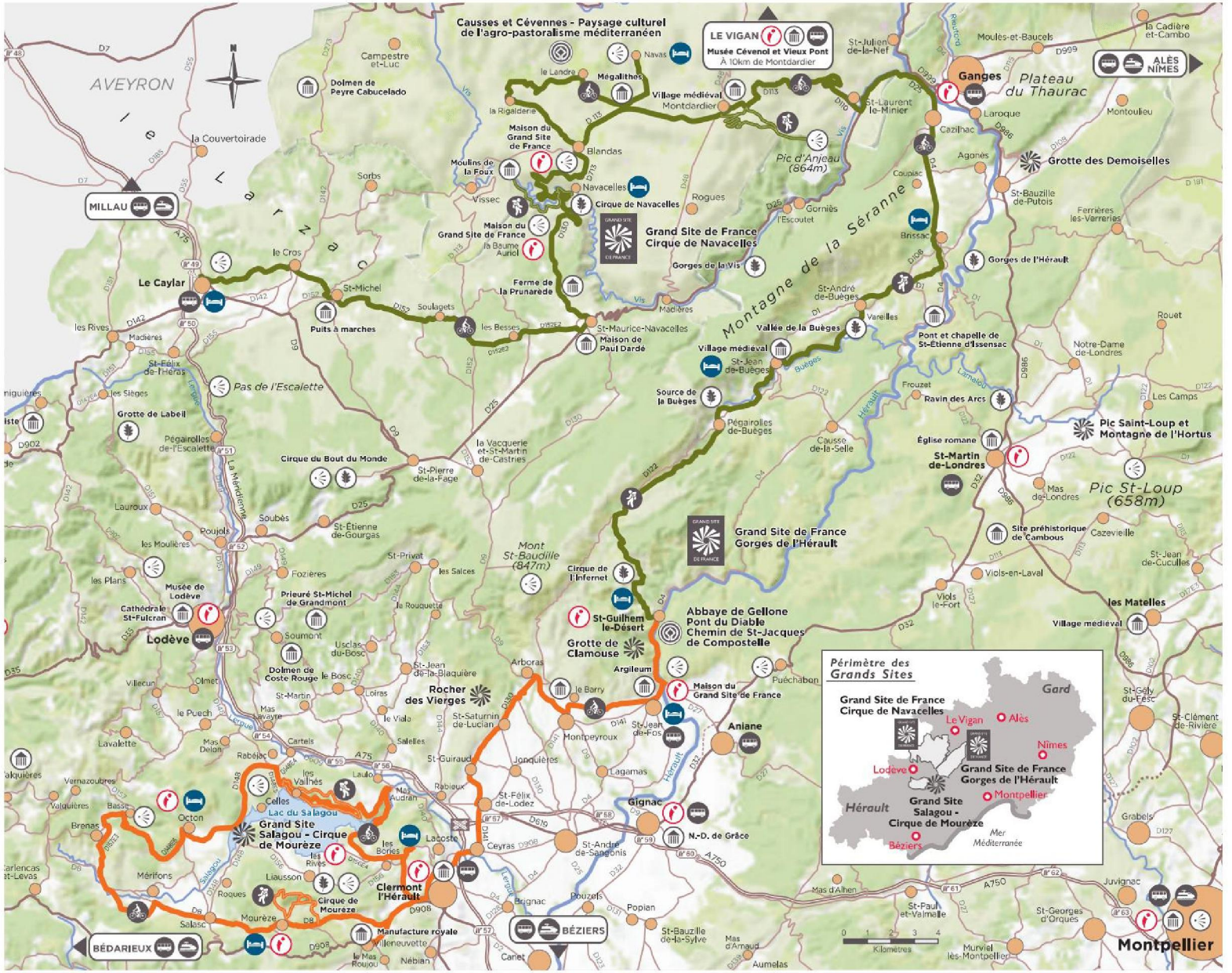
Initiative peu mise en avant par l'OTI VH. Un lien de renvoi vers le site Pays Cœur d'Hérault, mais pas de réelle mise en avant sur les Escapades Nature Sans Voiture par l'OTI.

Escapade nature sans voiture dans les Grands Sites de France

CIRQUE DE NAVACELLES
GORGES DE L'HÉRAULT
SALAGOU-CIRQUE DE MOURÈZE

- ITINÉRAIRE ***du Cirque de Navacelles / à Saint-Guilhem-le-Désert***
- ITINÉRAIRE ***Saint-Guilhem-le-Désert / Salagou-Cirque de Mourèze***
- PARCOURS ***vélo électrique***
- PARCOURS ***randonnées***
- ÉTAPE ***nuits***
- ACCÈS ***bus***
- ACCÈS ***train***

- GRAND SITE DE FRANCE
- GRAND SITE DE FRANCE EN PROJET ET SITE CLASSÉ
- BIEN INSCRIT SUR LA LISTE DU PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO
- PATRIMOINE CULTUREL
- SITE NATUREL
- PANORAMA
- OFFICE DE TOURISME ET POINT D'INFORMATION



Sites naturels - Géoparc

Géoparc : Démarche engagée pour la mise en place d'un Géoparc Terres d'Hérault. Un périmètre au-delà de la Vallée de l'Hérault.
A l'initiative : Association Demain La Terre!, assure le portage et l'animation tant que le périmètre n'est pas définit

- **Objectifs** 1ère phase du projet :

Engager le territoire et les parties prenantes dans la démarche géoparc (définition du portage, du périmètre etc) ; Participer à la connaissance et à la préservation du patrimoine géologique ; Informer, sensibiliser, éduquer ; Poser les bases de développement d'un géotourisme

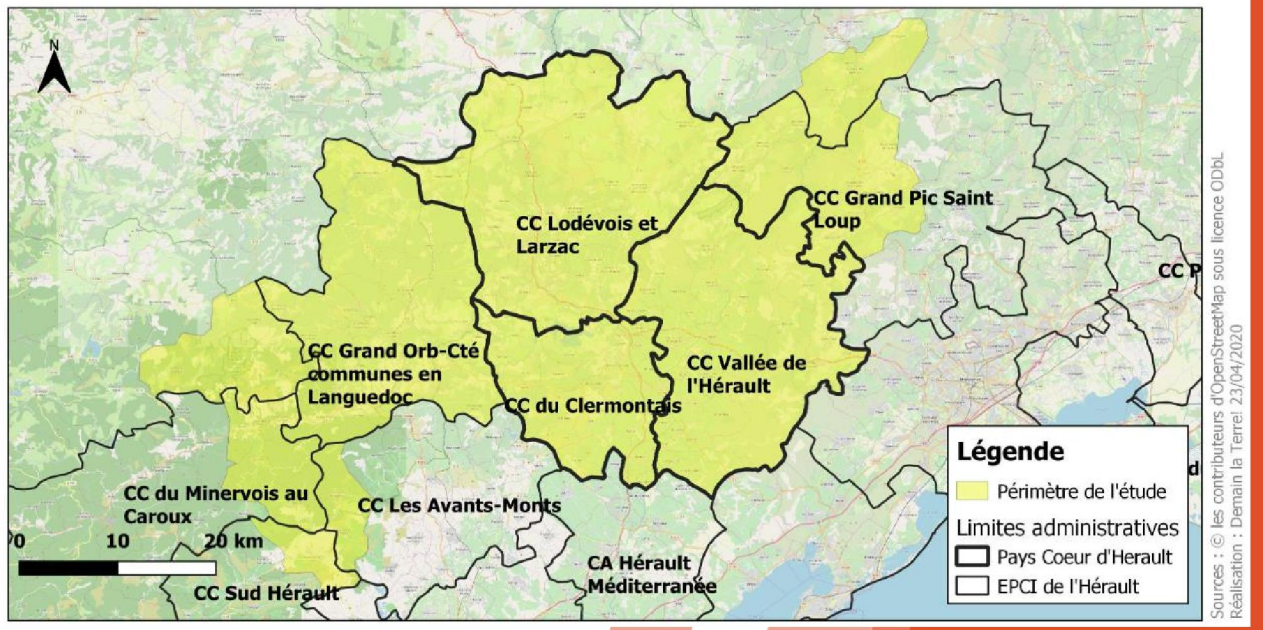
C'est quoi un Géoparc? Un label!

Le label Géoparc mondial UNESCO est attribué par l'UNESCO et le réseau mondial des Géoparcs à un territoire présentant un patrimoine géologique remarquable. Il consacre une démarche ambitieuse portée par un territoire et tous ses représentants : élus, associations, habitants…

Le label s'appuie sur trois piliers :

- **Préservation** : une meilleure connaissance scientifique des sites permet d'orienter et d'adopter, si nécessaire, des mesures de gestion pour la préservation des richesses géologiques.
- **Education** : dans un Géoparc, la géologie est une porte d'entrée privilégiée pour la sensibilisation à l'environnement et au territoire.
- **Tourisme durable** : Le géotourisme participe au développement local à travers un tourisme durable orienté sur la thématique de la géologie.

Périmètre d'étude du projet "Vers un Géoparc en centre Hérault"



Patrimoine culturel



Patrimoine culturel – Sites de visite

- **Le Pont du Diable** : **Monument historique** + inscrit sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO au titre des Chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle.



→ Programme d'aménagement du site et d'accessibilité PT du Diable →

- → Mise en œuvre : Maison du Grand Site au Pont du Diable, pôle d'accueil, aménagement d'un parking dédié, navettes entre Pont du Diable et St Guilhem + schéma de gestion des activités de pleine nature
- → Maison du Grand Site : Ouverture du 09/04/22 au 06/11/22

- **Abbaye de Gellone** : Inscrit à l'UNESCO au titre des Chemins de St Jacques de Compostelle

Un projet est en cours de construction, le projet Abbaye de Gellone 2050, dans le cadre du classement à l'UNESCO, porté par la commune.



Patrimoine culturel en Vallée de l'Hérault

Commune	Monuments historiques	Sites classés / Grands Sites de France/ Sites Unesco/ Parc Naturel Régional Haut Languedoc / AVAP (Aire de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine)	Plus Beaux Villages de France / Villages perchés / Autres sites d'intérêt
Aniane	4 MH classés (Abbatiale Saint-Sauveur d'Aniane, Abbaye Le village, Pont du Diable) 2 MH inscrits (Hôtel e Ville, Chapelle des Pénitents blancs)	Site classé des gorges de l'Hérault (7500ha), GSF Site Unesco Chemin de St-Jacques de Compostelle	Centre ancien, Parc du Ruisseau des Corbières, Chapelle de Valcrose
		AVAP de la commune d'Aniane	
Arboras	1 MH inscrit (Château d'Arboras)	Site Unesco Chemin de St-Jacques de Compostelle	Village perché
Argelliers	2 MH Classés (Chapelle d'Argelliers du Roc de Pampelune, Église Saint-Étienne d'Argelliers	Site classé des gorges de l'Hérault, GSF	Village perché
Aumelas	2 MH classés (Chapelle Saint-Martin-du-Cardonnet, Château d'Aumelas)		Site du Château d'Aumelas, Col de la Taillade
Bélarga	/		
Gignac	1 MH classé (Église Notre-Dame-de-Grâce de Gignac)		Centre ancien, Site des berge de l'Hérault entre pont de Gignac et pont du Languedoc, Col de la Taillade
	7 MH Inscrits (Chemin de croix de Notre-Dame-de-Grâce, Église Saint-Pierre de Gignac, Hospice de Gignac, Hôtel de Laures (Grand Rue), Mas de Rieussec, Pont de Gignac, Site du Castellas (boulevard de la tour))		

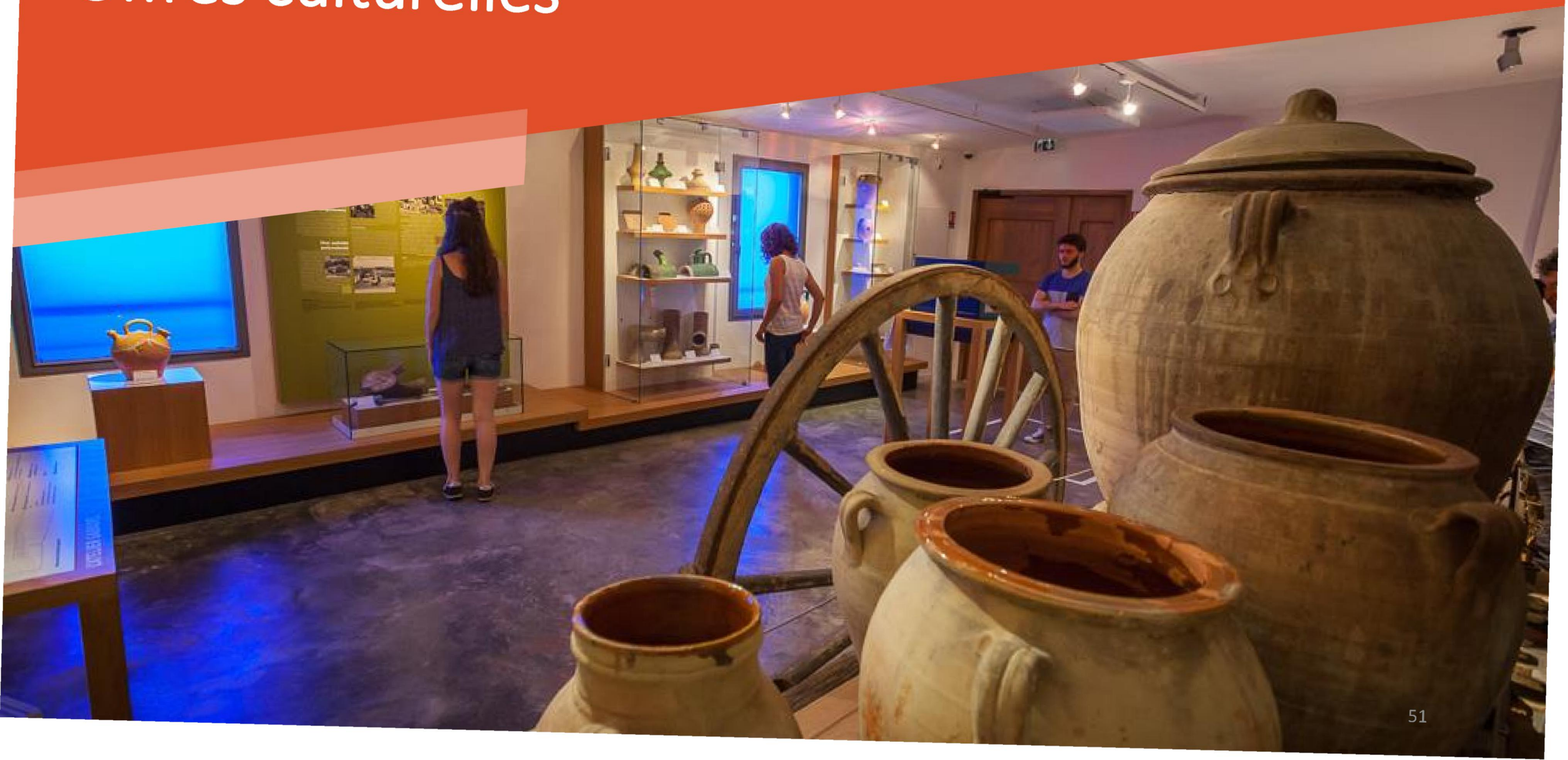
Patrimoine culturel en Vallée de l'Hérault

Commune	Monuments historiques	Sites classés / Grands Sites de France/ Sites Unesco/ Parc Naturel Régional Haut Languedoc / AVAP (Aire de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine)	Plus Beaux Villages de France / Villages perchés / Autres sites d'intérêt
Jonquières	1 MH Inscrit (Château de Jonquières)		
			Chemin de croix
Le Pouget	2 MH Inscrits (Église Sainte-Catherine d'Alexandrie du Pouget, Église Saint-Jacques du Pouget)		Circulade, Village perché, Village de caractère.
Montarnaud	2 MH Inscrits (Château de Montarnaud, Chapelle Notre-Dame-du-Fort de Montarnaud)		
Montpeyroux			Site du Castellas, Mont Saint-Baudille.
	1 MH Classé (Maison rue de la Dysse)		
Popian	/		Petit village perché, Château de Popian
Puéchabon	1 MH Classé (église Saint-Sylvestre de Montcalmes)	Site classé des gorges de l'Hérault, GSF	Circulade
Puilacher	1 MH Inscrit (Château de Puilacher)		Village perché

Patrimoine culturel en Vallée de l'Hérault

Commune	Monuments historiques	Sites classés / Grands Sites de France/ Sites Unesco/ Parc Naturel Régional Haut Languedoc / AVAP (Aire de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine)	Plus Beaux Villages de France / Villages perchés / Autres sites d'intérêt
Saint-Guilhem le Désert		Site classé des gorges de l'Hérault, GSF	
		Site classé « Abords du village de Saint-Guilhem-le-Désert et le cirque de l'Infernet (396ha) »,	Classement **« Plus beaux Villages de France »**
	1 MH Classé (Abbaye de Gellone de Saint-Guilhem-le-Désert),	Site Unesco Chemin de St-Jacques de Compostelle : Abbaye de Gellone	Village perché
	4 MH Inscrits (Église Saint-Laurent de Saint-Guilhem-le-Désert, Maisons, Moulin de l'abbaye de Saint-Guilhem-le-Désert (RD4), Tour des Prisons (Impasse de la Tour).	AVAP de Saint-Guilhem le Désert	Château des Géants, Ermitage de Notre- Dame de Belle Grace,
Saint-Guiraud	/		Village perché
Saint-Jean de Fos			
	1MH Classé (Pont du Diable) et 2 MH Inscrits (Église Saint-Jean-Baptiste, Atelier de potier Albe-Sabadel (6 avenue du monument))	Site classé des gorges de l'Hérault, GSF	Plage du Pont du Diable, Circulade et centre ancien
		Site classé de la "grotte de Clamousse (112ha)" ite Unesco Chemin de St-Jacques de Compostelle : Pont du Diable	

Offres culturelles



Offres culturelles

- **Carte Occ'Ygène** : Carte régionale, donne des avantages et réductions sur des activités de loisirs et hébergements. Carte gratuite pour les jeunes,

Ex : Visite guidée de St Guilhem à prix réduit, abbaye d'Aniane, visite Argileum



- **Carte Privilège Visa Loisirs** : tarifs préférentiels chez les sites partenaires de l'opération, Vallée de l'Hérault. Pas d'infos concernant les tarifs de la carte, et mauvaise communication sur les sites internet (lien de redirection vers l'OTIVH ne marche pas)



- **Application Baludik** (Drop > PG UNESCO): Jeu de piste numérique sur la thématique des chemins de St Jacques de Compostelle. Gratuit. D'autres parcours en Occitanie sont sur l'application
  - Le public ciblé sont les familles avec des enfants entre 8 à 12 ans. 2 à 4 km, 1h30
  - 1 parcours « Le chemin du chevalier Guilhem »



- **Centres d'interprétation** (Drop > PG UNESCO):
  - Argileum, St Jean de Fos sur les métiers d'art du territoire
  - A la Maison des Grands Sites, entre le Pont du Diable et Aniane sur la découverte de la région et du Grand Site

Offres culturelles – Visites, circuits et ateliers

3 circuits :

- Mythes et légendes en vallée de l'Hérault : 2J/1N à 200€
- Légendes d'aqui : Demi journée 55€
- Deux abbayes légendaires : 1 journée, 65€

Des ateliers pour les petits

- Atelier modelage Argileum
- Atelier de tournage Argileum l'Abbaye
- Petits archéologues

Visites guidées SAINT-GUILHEM-LE-DÉSERT ET LES TRÉSORS DE L'ABBAYE DE GELLONE

- ANCIENNE ABBAYE D'ANIANE
- SAINT-JEAN-DE-FOS
- VISITE PT DU DIABLE

VISITE GUIDÉE (données doc : PG UNESCO)	DONNÉES 2021	DONNÉES 2020
Saint-Guilhem-le-Désert	241 participants	390 personnes
Ancienne abbaye d'Aniane	77 participants	140 personnes
Ateliers de fouilles "petits archéologues	48 participant pour 6 ateliers	31 enfants et 5 ateliers

Offres culturelles – Visites, circuits et ateliers

- **Des visites audio guidées** avec IZI TRAVEL (application à télécharger), 9 sites disponibles (Visites audioguidées avec IZI TRAVEL - OTIVH - FR)
  - Aniane
  - Bélarga
  - Le pont du Diable
  - Gignac
  - Montpeyroux
  - Puéchabon
  - Saint Guilhem le Désert
  - Saint Pargoire
  - Saint Jean de Fos



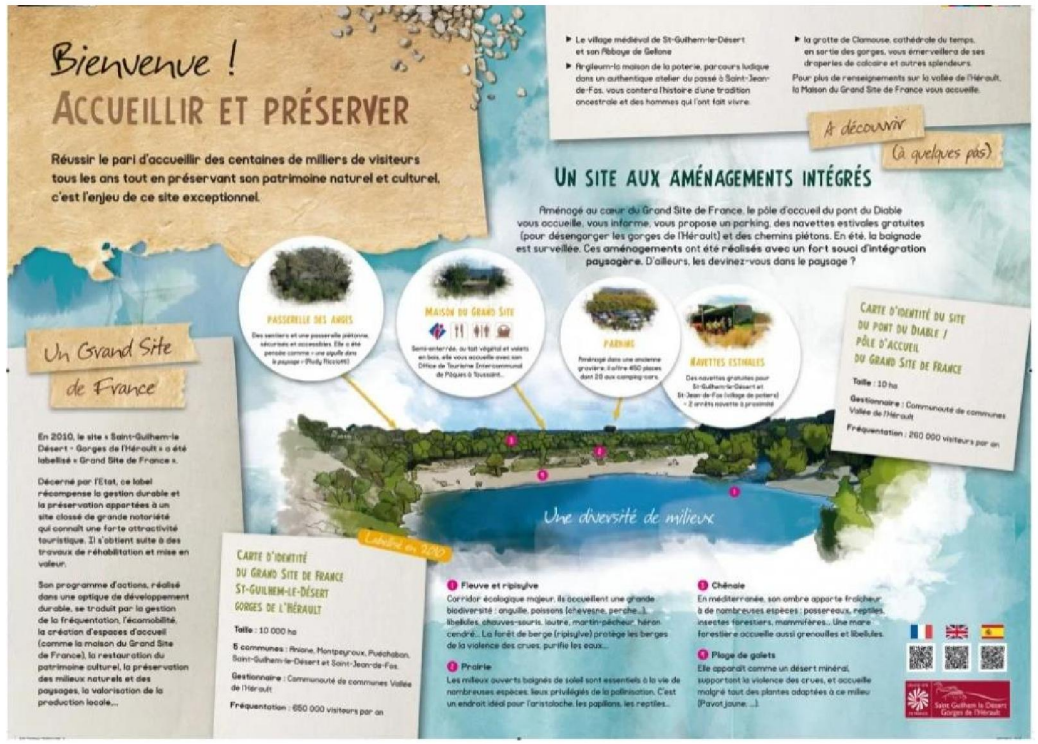


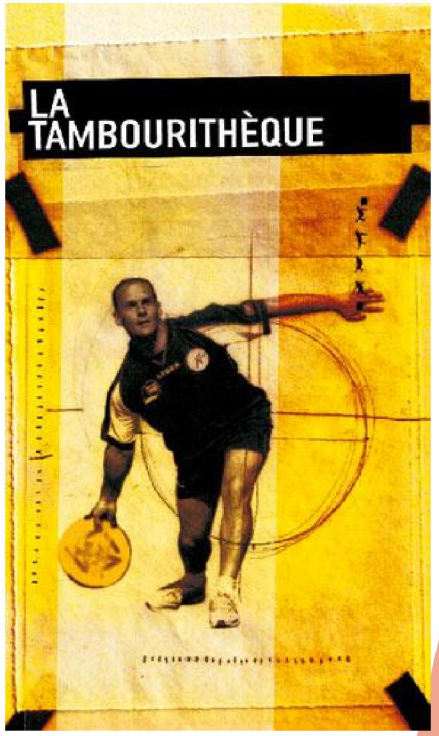
- **Des visites en autonomie** (support brochures)
  - La Trace Verte, Saint-André-de-Sangonis, réalisé avec un groupe d'habitants, l'association La Sauce et la municipalité

- **Parcours d'interprétation**
  - Pont du diable via panneaux d'interprétation

Offres culturelles - Musées

- **Musée** (site Office de Tourisme):
  - Musée du village d'Antan, St Guilhem
  - Musée du Tambourin - Tambourithèque, Gignac
  - Le musée Lapidaire (Abbaye de Gellone)
  - Le musée d'Argileum : pièces de poterie de Saint-Jean-de-Fos





Notre regard : Offres culturelles - Loisirs

- **Reconnectland**
  - Parc de loisirs dédié à la cohésion de groupe
  - Activités : paintball, mini-golf, laser-game, chasse au trésor
  - Situation : Puéchabon



Notre avis : *une belle proposition d'activités pour la famille, les tribus et les séminaires d'entreprise pour les inter-saisons hors périodes de chaleur*

Points de vigilance :

- nous notons une problématique entre le message (très éco-responsable et faisant penser à des séjours type reconnexion à la nature) et la proposition (activités à sensation basiques, détachées de la nature exceptée la situation géographique)

- La pratique estivale est délicate : chaleur, accès à l'eau

Notre regard : Offres culturelles - Loisirs

- **Au Pays des Carrioles**
  - Parc insolite de loisirs pour enfant, ouvert de février à octobre
  - Descente en caisse à savon et bolides écolos, de confection artisanale
  - Situation : La Boissière

Notre avis : *attention pépite pour les pitchouns! Un entrepreneur à rencontrer dans le cadre de la mission pour mieux comprendre son projet, les atouts et les contraintes du site*

Point de vigilance :

- il sera important de composer avec lui une réflexion responsables sur les partenariats possibles : mobilité, jauge de fréquentation, accompagnement sur la restauration…pour garder l'esprit d'origine!

- Un été difficile?

Animations et événementiel



Animations & événementiel

Sources : (PG UNESCO + dossier de presse drive + bilan drive)

- **Les soirées Place au Terroir** : Marchés nocturnes dans tout le territoire de Juin à Octobre + temps conviviaux, rencontre producteurs, artisans, visites guidées, ateliers poteries, concerts…
    - Edition 2021 : 10 soirées prévues, 5 annulations

- **Les Itinéraires bis du Somnambule**: Tout l'été, concerts

- **À la Maison du Grand Site de France**, pont du Diable : Eté et Septembre : concerts, dégustations, soirée brasero …

- **Les marteaux de Gellone** : plonger dans l'univers de la musique médiévale, ateliers, luthiers …

- **Journées Européennes du Patrimoine**
    - visites guidées de Saint-Guilhem-le-Désert = 35 participants et 19 participants au pont du Diable, visites en langue des signes proposées









Animations & événementiel

- **Les Drailhes du diable** : événement sportif
  - 750 vététistes en 2022

- **La fête de la nature** : sensibiliser, prévenir et découvrir le patrimoine naturel du territoire.
  - 6 000 visiteurs en 2019

- **La semaine européenne de la mobilité** : proposer des initiations aux mobilités douces : trottinettes électriques et VTT à assistance électrique au pont du Diable

- **Les animations de la vinothèque à la maison du Grand Site de France du Pont du Diable** : rencontres avec des vignerons et ateliers d'initiation à la dégustation

- **Les Rencontres Grands Sites de France en Hérault**
  - 200 personnes accueillies en 2021





Zoom animations Argileum

- **Nuits Européennes des Musées**
  - 3 Juillet 2021, 24 participants

- **Marché des potiers St Jean de Fos**
  - 7 et 8 Août 2021, 6 et 7 Août 2022

- **Installation de Natsuko Uchino** dans le jardin d'Argileum avec le MOCO (Montpellier Contemporain)

- **Autres animations Argileum** :
  - Ateliers pour enfants et adultes
  - Ateliers de poterie : 57 programmés, 18 annulés (covid), 487 participants (2021)
  - Stage tournage : 22 programmés, 6 annulés (2021)



Œnotourisme et oléiculture



Œnotourisme

- Label « **Vignobles & découvertes** » à l'échelle du Syndicat de Développement Local du Pays Cœur d'Hérault (sous le nom « Languedoc Cœur d'Hérault »
- Possibilité de mandater l'OTIVH pour **un séjour oenotouristique sur mesure**
- **Dégustations à la maison du Grand Site de France** selon deux formules (découverte et prestige)
- **Listing** des domaines et restaurants dans le catalogue groupe
- **Une formule packagée commercialisée par l'OTIVH** 45€/personne pour la journée (mais validité de Avril à Octobre 2021)
- Toutes les offres dans le catalogue « Groupes **2021** »
- 90 prestataires sur le site de l'OTIVH
- Un guide des vignerons sur le site, datant de **2020**, présentant des événements viticoles



Échappée vigneronne au cœur du Grand Site de France

A partir de 45 €/personne
(Tarif base 15 pers. Individuel: nous consulter

10h – **Dégustation de vins à la maison du Grand Site de France au pont du Diable - Aniane**
Au cours d'une initiation à la dégustation où vous découvrirez 3 vins, la sommelière de la vinothèque de la Maison du Grand Site de France vous fait découvrir l'histoire du territoire : à quel moment a-t-on commencé à cultiver essentiellement de la vigne ? Quelles sont les spécificités de ce terroir ? Quels sont les différents cépages ?...

La maison du Grand Site de France se situe sur le site du pont du Diable qui offre un point de vue magistral sur les **gorges de l'Hérault** et permet de mettre en avant le rôle essentiel de l'eau dans notre région.
Le fleuve façonne les paysages, creuse les gorges et, dans la plaine, permet aux hommes de cultiver oliviers et vignes.
Vous découvrirez sur place l'Office de Tourisme, la boutique culturelle où vous retrouverez **l'artisanat local** et les **produits du terroir**, un espace « Mas des Agriculteurs » qui propose les meilleurs représentants de la gastronomie de la vallée de l'Hérault (huiles d'olive, tapenades, olives Lucques, miels...) ainsi qu'une **vinothèque** qui référence les vins remarquables de la vallée de l'Hérault (AOC Terrasses du Larzac, AOC Languedoc-Grés de Montpellier, IGP Saint-Guilhem-le-Désert).

12h30 – **À la découverte d'un domaine viticole***
Déjeuner Champêtre (buffet)

Dégustation de vins du domaine et échange personnalisé avec le(s) viticulteur(s). Visite des chais et des vignes. Domaine au choix parmi la liste des labellisés Vignobles & Découvertes.

17h – **Fin de nos prestations**

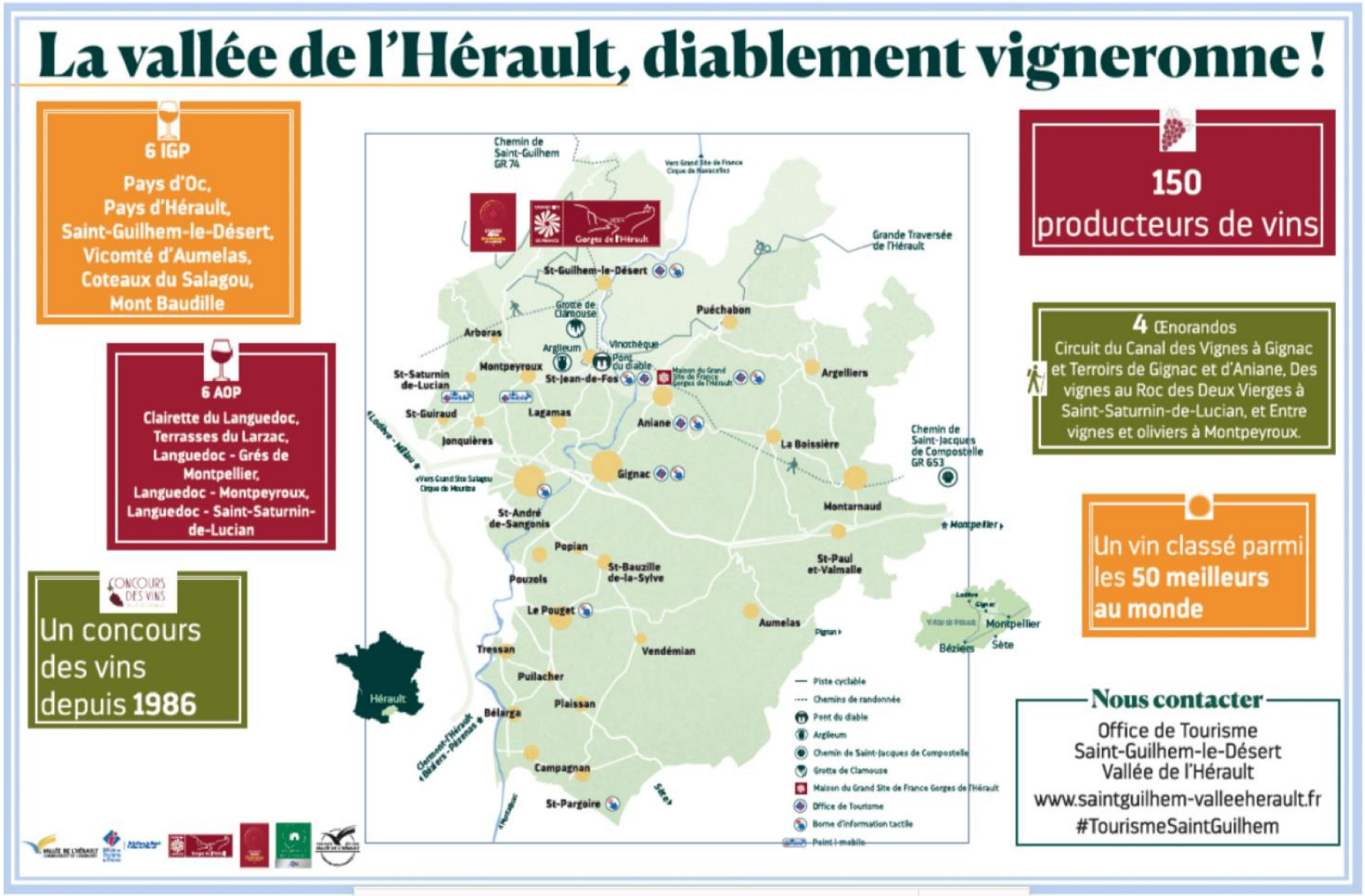
Ce prix comprend
La visite du Domaine
L'animateur vinothèque
Les dégustations de vins
Le déjeuner
Les entrées sur sites
Le stationnement
La feuille de route

Ce prix ne comprend pas
Le transport

Validité : Avril à Octobre 2021
Programme modulable

***Maison du Grand Site de France : 10% de remise** sur vos achats*

Œnotourisme



Oléiculture

4 prestataires :

- Initiation à la culture de l'olivier, extraction et dégustation et gîtes (Moulin du Mas Palat par exemple)
- Ventes de produits et accueil sur l'exploitation (Le Divin Olivier par exemple)
- Vente de produits issus des oliveraies, du vin, des produits cosmétiques, visite du moulin et magasin (Moulin de la Garrigue)
- Vente de produits uniquement (Mr Hosford Nigel)



Moulin du Mas Palat, GIGNAC

Gastronomie



Gastronomie

Des savoir-faire uniques et intrinsèques :

- **Les Escalettes de Montpellier** à Saint-Saturnin-de-Lucian : Spécialité Héraultaise, biscuits artisanaux
- **Miellerie du Salagou** à Clermont-l'Hérault (hors du territoire de l'OTIVH): Boutique, espace détente et librairie, salle de projection
- **Rue Traversette** : Conserverie, vente de produits artisanaux et végétaux (fruits, épices, légumes)
- **L'Artist'O Fruits** : Préparations aux fruits, confitures
- **Château Castillonne** : **Production de caviar éthique** à Saint-Guilhem-Le-Désert
- **Berthomieu** : Production de sirop de thym et de romarin
- **Philippe Hesse d'Alzon** : Production de céréales, transformation en farine et fabrication de biscuits, sans procédés chimiques









Gouvernance



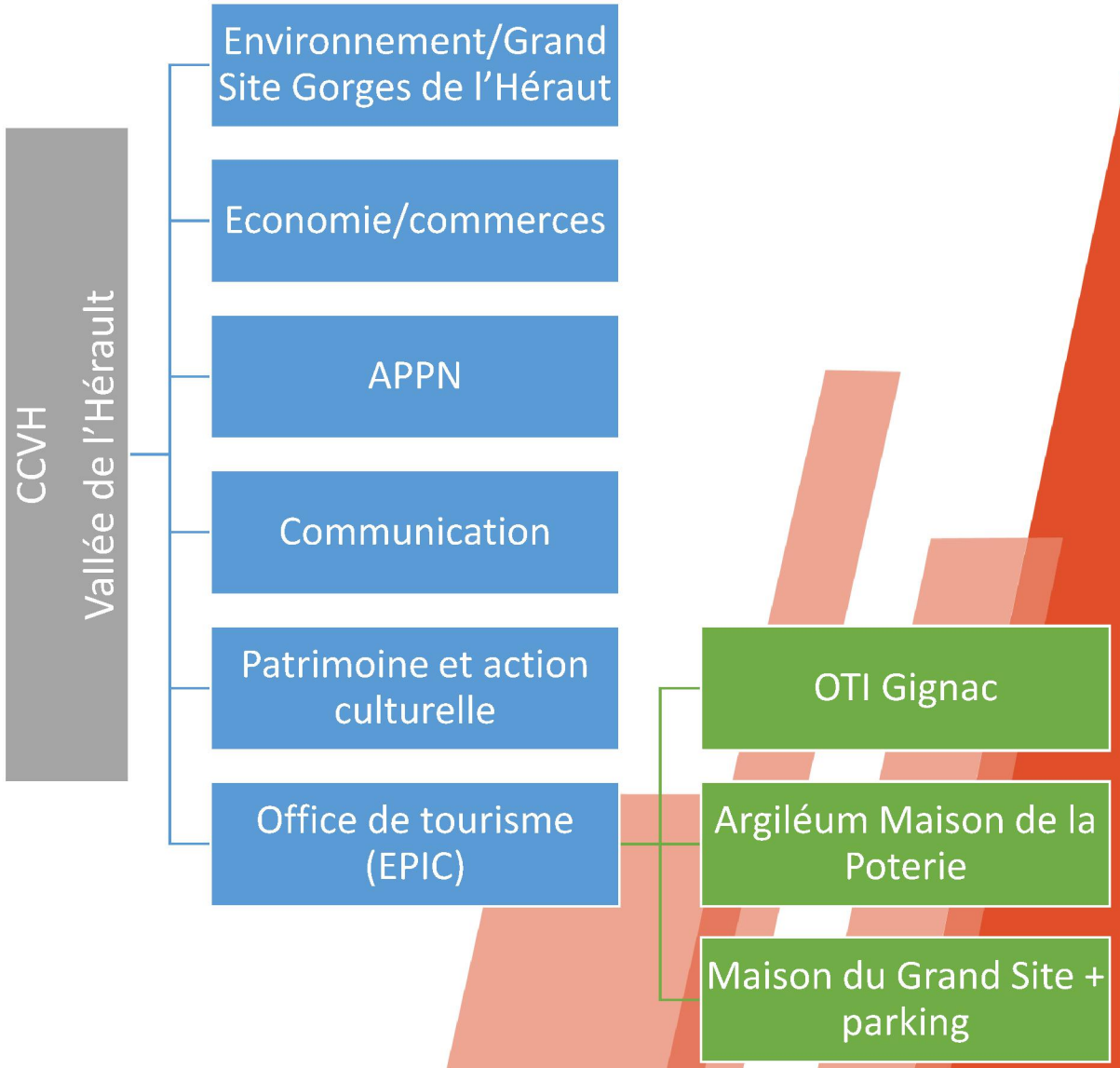
Gouvernance OTI / CCVH

- Un office de tourisme rattachée à la communauté de communes, et qui travaille de manière transversale avec les services de la CCVH, sur l'ensemble des missions historiques de l'OTI

- Une commission tourisme qui se réunie au moins 2 fois par an

- Une délégation de gestion d'équipements importants : Maison du Grand Site, Argiléum, et le projet récent de bureau d'information touristique à Saint Guilhem

- Une délégation de l'animation du territoire



Gouvernance OTI Vallée de l'Hérault

- Des acteurs institutionnels nombreux et structurés dans la région Occitanie, qui demande une forte coordination pour un développement efficient et efficace
- Des leviers de développement importants mobilisables à destination des parties prenantes du territoire, sur des thématiques incontournables : mobilité, hébergement, formation
- Une nécessité de travailler en interne OTI + CCVH de manière transversale



Gouvernance OTI VH – Partenariats sociopro

Relation avec les socioprofessionnels du territoire

- 194 partenariats 2021, modèle payant « à bout de souffle »
- Une réflexion sur un changement de stratégie partenariale (gagnant-gagnant)
- Aujourd'hui, un nouveau partenariat lié à un engagement en éco responsabilité avec 3 formules progressives
- La création d'une charte d'engagement éco-responsable afin d'engager et de fédérer les partenaires. L'objectif ? Structurer une offre touristique responsable et qualitative. La charte "informe chaque partie sur les missions et leurs responsabilités", valable du 1er Janvier 2022 au 31 Décembre 2022

Source : OTI CCVH bilan

Gouvernance CCVH – Zoom Projet de territoire

Projet de territoire « Vallée 3D » : Démocratique, durable, digitale

- Traduit la vision partagée, les ambitions de développement et une feuille de route pour les acteurs du territoire

Acte 1

1

- Développer une économie touristique de qualité, équilibrée et permettant l'accueil de séjours sur plusieurs jours
- Enjeux : Etalement de la fréquentation hors saison, répartition de la fréquentation, dynamique commune avec les territoires voisins, formes de tourisme nouvelles
- Actions :
  - Mettre en réseau les acteurs et les accompagner
  - Nouveaux outils numériques et de commercialisation
  - Développement œnotourisme
  - Animation patrimoine
  - Valorisation métiers d'arts

Acte 2

2

- Développer une économie touristique de qualité, équilibrée
- Enjeux : Préservation des richesses touristiques (paysages, patrimoines) pour renforcer le rayonnement et l'attractivité, allongement de la durée de séjour, diffusion des flux touristiques dans le temps et l'espace
- Actions :
  - Poursuite du développement de l'offre (APN, œnotourisme, tourisme expérientiel, cyclotourisme, animations…) à destination de plusieurs publics
  - Impulsion et soutien à la création d'hébergements

Bilan 2021 – Structuration des socioprofessionnels

Source : Bilan 2021

- Plus de 440 socioprofessionnels recensés dont :
  - Hébergeurs : 118
  - Producteurs du terroir : 41
  - Restaurateurs : 85
  - Loisirs : 9
  - Artisans d'art : 154
  - Patrimoine culturel : 10

→ Une offre en cours de saisie dans Tourinsoft, une base de donnée d'Hérault Tourisme requalifiée

Merci de votre attention

IDTOURISME

Guillaume CROMER / Florian Billaud

Bureau: Cowork in Grenoble, 93 Cours Berriat 38000 GRENOBLE

Siège social: 7, impasse du four 38000 GRENOBLE

Tel: 06 99 29 47 29 / 07 63 47 02 04

Email: guillaume@id-tourisme.fr / florian@id-tourisme.fr

Site Internet: www.id-tourisme.fr

Blog: www.tendances-tourisme.fr



Office de Tourisme
St-Guilhem-Le-Désert
VALLÉE DE L'HÉRAULT

Accompagnement opérationnel à la définition de la stratégie de développement touristique de la Vallée de l'Hérault



Panorama de la fréquentation en Hérault



Les sites les plus fréquentés en Pays Cœur d'Hérault en 2021

Les 10 sites les plus visités du Pays Cœur d'Hérault en 2021 :

	Nombre de visiteurs
ABBATIALE DE SAINT GUILHEM - SAINT GUILHEM LE DESERT	383 500
GROTTE DE CLAMOUSE - SAINT JEAN DE FOS	52 361
CANOE RAPIDO - SAINT GUILHEM LE DESERT	27 727
MUSEE DE LODEVE - LODEVE	18 842
CASTELBARRY COOPERATIVE ARTISANALE - MONTPEYROUX	12 456
LES VIGNERONS DE SAINT-FELIX - SAINT-JEAN /FONTJOYA - SAINT FELIX DE LODEZ	11 000
ARGILEUM LA MAISON DE LA POTERIE - SAINT JEAN DE FOS	7 958
MAS DE DAUMAS GASSAC - ANIANE	7 264
PRIEURE ST MICHEL DE GRANDMONT - SOUMONT	7 245
LA MAISON DU GRAND SITE - ANIANE	7 149

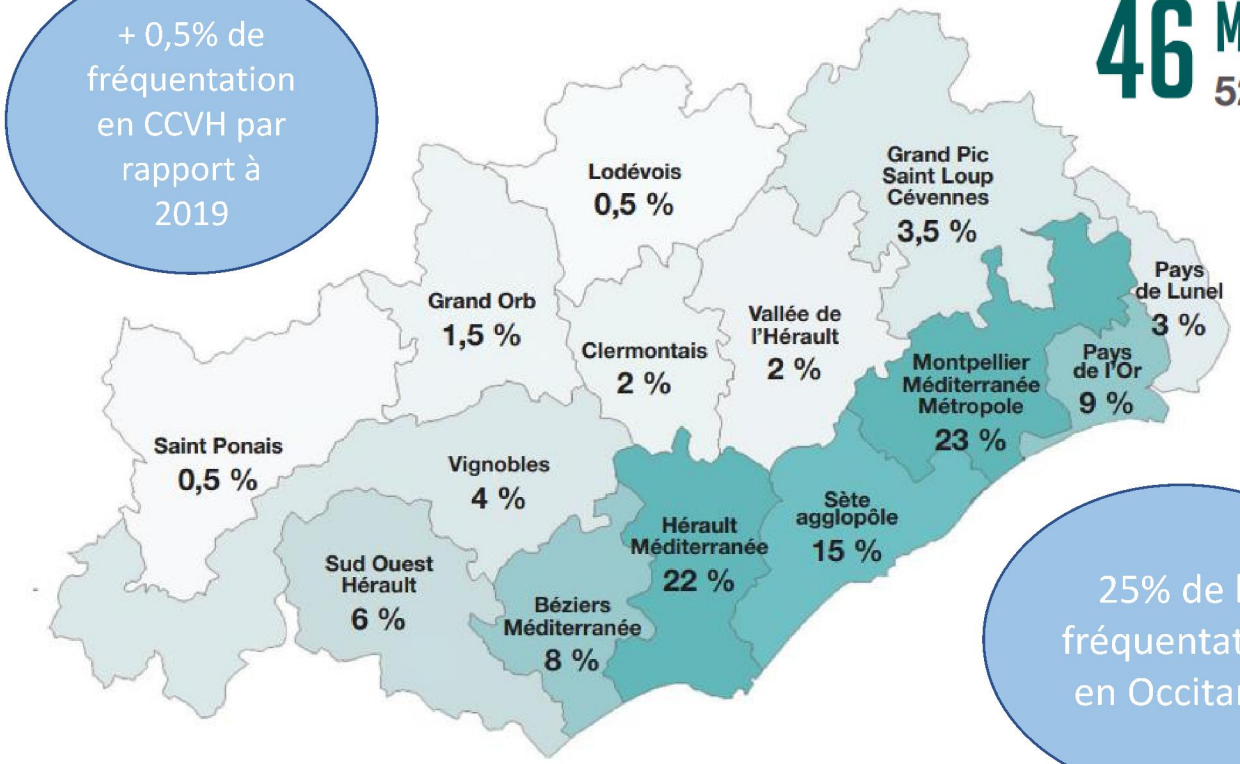
Données de fréquentation des événements en 2021 :

	Nombre d'entrées
FESTIVAL RESURGENCE - LODEVE	9 799
CIRCULADE VIGNERONNE EN TERRASSE DU LARZAC - PUECHABON	1 100
SAISON MUSICALE LES AMIS DE SAINT GUILHEM - SAINT GUILHEM LE DESERT	629
LE TERROIR EN FÊTE A PERET - PERET	90
FETONS NOEL AUX QUATRE AMOURS - BELARGA	50

Source : Observatoire ADT 34

Fréquentation territoriale de l'Hérault en 2022

+ 0,5% de fréquentation en CCVH par rapport à 2019



46 MILLIONS DE NUITÉES touristiques en 2021.
52 millions de nuitées touristiques en 2019 ↘ -11 %

25% de la fréquentation en Occitanie

Littoral 66 %

Ville 19 %

Espace rural 15 %

Une très nette baisse de fréquentation en milieu urbain (43% en 2019)

Source : ADT 34 – Chiffres clés du tourisme en Hérault 2022

Part des hébergements marchands dans l'Hérault en 2022

CAPACITÉ D'ACCUEIL TOURISTIQUE

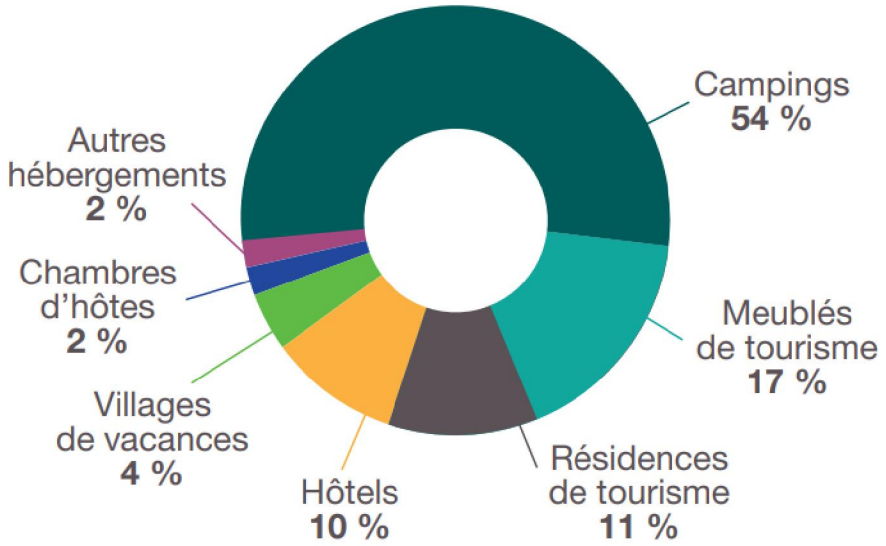
945 000 lits touristiques

222 000 lits dans le secteur marchand

723 000 lits en résidences secondaires, dont 8 % appartiennent à des étrangers

+ 35 000 lits touristiques Par rapport à 2019

1er rang des départements français pour la fréquentation en camping.



Source : ADT 34 – Chiffres clés du tourisme en Hérault 2022

Provenance des clientèles en Hérault en 2022

12 MILLIONS DE NUITÉES ÉTRANGÈRES

soit 26 % de la fréquentation totale.
Une fréquentation en recul de 33 % par rapport à 2019.

1ER  **Allemagne** ↘ -43 %

2ÈME  **Belgique** ↘ -5 %

3ÈME  **Pays Bas** ↘ -20 %

34 MILLIONS DE NUITÉES FRANÇAISES

soit 74 % de la fréquentation totale.
Une fréquentation équivalente à 2019.

1. **Rhône**
2. **Haute Garonne** ↗ +6 %
3. **Isère**

Source : ADT 34 – Chiffres clés du tourisme en Hérault 2022

Comportement des clientèles Françaises en Hérault en 2022

Office de Tourisme St-Guilhem-Le-Désert VALLÉE DE L'HÉRAULT

MOTIF PRINCIPAL DE SÉJOUR

- 24 % visite à la famille, à des amis
- 18 % la mer, la plage
- 17 % le soleil, le climat
- 10 % une résidence secondaire

ACTIVITÉS PRATIQUÉES

- 62 % plage, baignade
- 61 % restaurant
- 59 % balade à pied ou en vélo
- 57 % visite de villes ou villages
- 47 % marchés, foires
- 34 % visite de sites culturels
- 15 % découverte des vignobles
- 12 % activités de pleine nature

SATISFACTION

8,7/10

Les éléments les mieux notés :

- 8,8/10 la beauté des paysages
- 8,5/10 les loisirs nature
- 8,5/10 la visite de villes et villages
- 8,3/10 les sites historiques, monuments, musées

Les éléments à améliorer :

- 7,8/10 les activités pour enfants
- 7,4/10 la propreté
- 7,3/10 la connexion à internet

MODE DE TRANSPORT

- 85 % voiture
- 9 % train
- 2 % camping-car
- 2 % covoiturage
- 1 % avion
- 1 % bus

Source : Enquête Comportement et Satisfaction des clientèles 2019 / Hérault Tourisme / CRTL Occitanie

Les sites les plus fréquentés en Hérault en 2022

43 % DES TOURISTES VISITENT AU MOINS 1 GRAND SITE



34 % Grand Site de France
Gorges de l'Hérault



28 % Grand Site Canal du Midi
Béziers Languedoc Méditerranée



19 % Grand Site Salagou
Cirque de Mourèze



14 % Grand Site de France
Cirque de Navacelles

SITES TOURISTIQUES DE PLUS DE 100 000 VISITEURS EN 2021

383 500	Abbatiale de Saint Guilhem le Désert
347 710	9 Ecluses de Fonséranes - Béziers
245 900	Planetoceanworld – Montpellier
175 400	Maison de la nature – Lattes
130 510	Cathédrale Saint Nazaire – Béziers
127 000	Pic Saint Loup (éco compteur) Saint Mathieu de Tréviers
122 200	Cathédrale Saint Pierre Villeneuve les Maguelone

La fréquentation de tous les sites à découvrir sur le site pro d'Hérault Tourisme
http://www.adt-herault.fr/observation/loisirs-activites-et-thematiques-bis-462-1.html

Fréquentation touristique en Vallée de l'Hérault



L'offre d'hébergements en Vallée de l'Hérault en 2022

Source : SDTL / Détail de l'offre en hébergements 2022

Hébergements non marchands :
- 1 329 résidences secondaires (6 644 lits)

Hébergements marchands :
- 277 établissements
- 2 509 lits touristiques
- 102 699, 7 nuitées en 2020
- Taxe de séjour en 2020 : 75 740,36€

Une offre principalement répartie entre quelques communes :
- **Saint-Jeans-de-Fos** : 40 établissements
- **Gignac :** 27 établissements
- **Popian** : 25 établissements
- **Montpeyroux :** 21 établissements
- **Le Pouget / Saint-Pargoire / Aniane :** 20 établissements

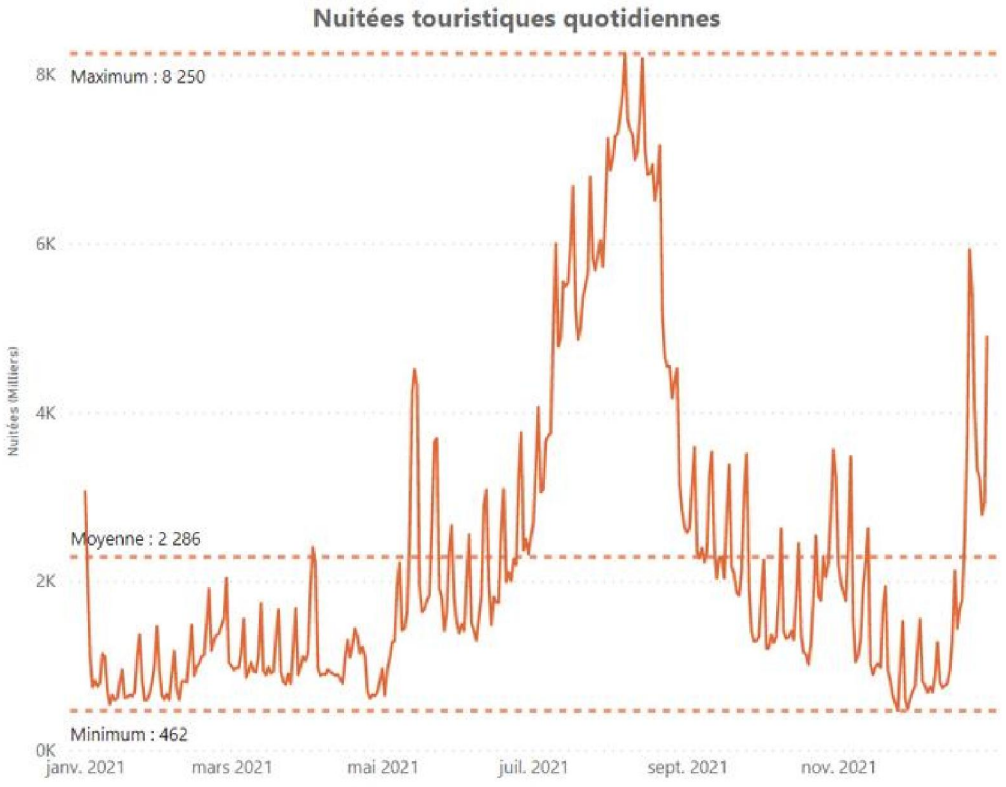
Analyse DATA Orange Flux Visio

Sources : Observatoire touristique Hérault Tourisme

- 25% de clientèle étrangère, soit 208 000 nuitées
- 75% de clientèle française, soit 627 000 nuitées

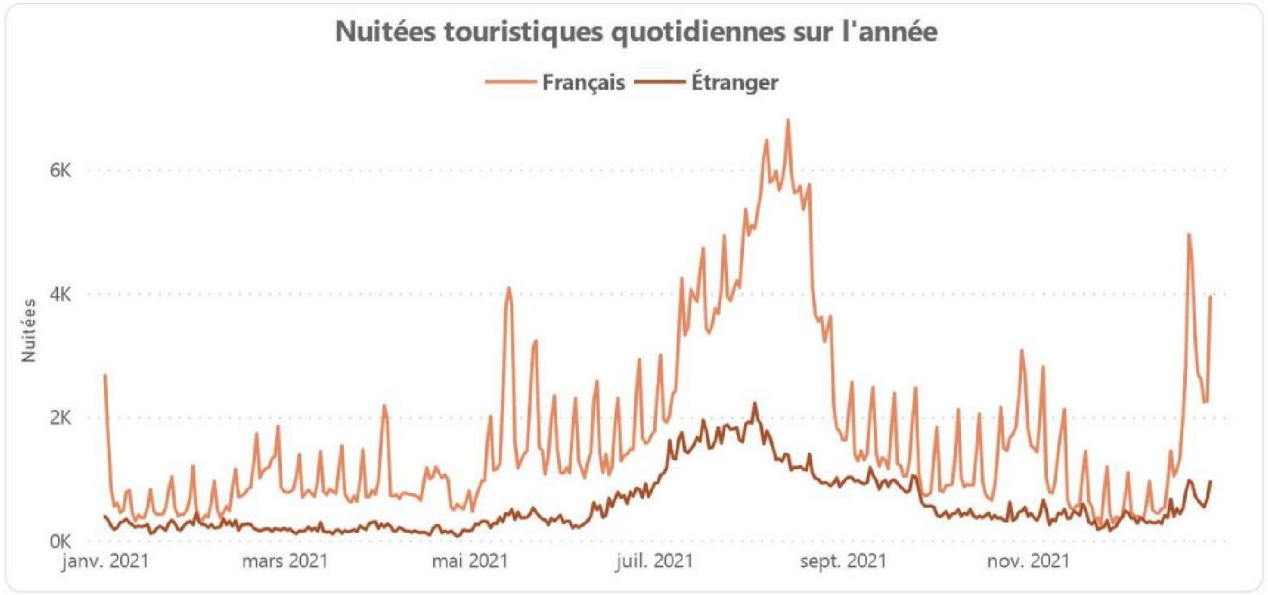
Estimation du volume de nuitées touritiques

835 000 nuitées touristiques en 2021



Analyse DATA Orange Flux Visio

Sources : Observatoire touristique Hérault Tourisme



Origine des touristes

- Départements d'origine des touristes français en 2021 :

1/ Paris

2/ Bouches du Rhône

3/ Gard

4/ Haute Garonne

5/ Rhône

- Pays d'origine des touristes étrangers en 2021 :

1/ Belgique

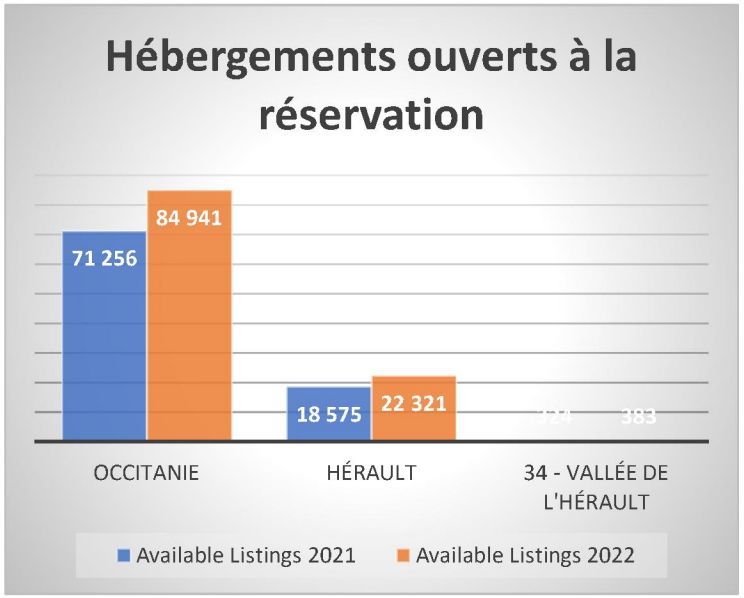
2/ Allemagne

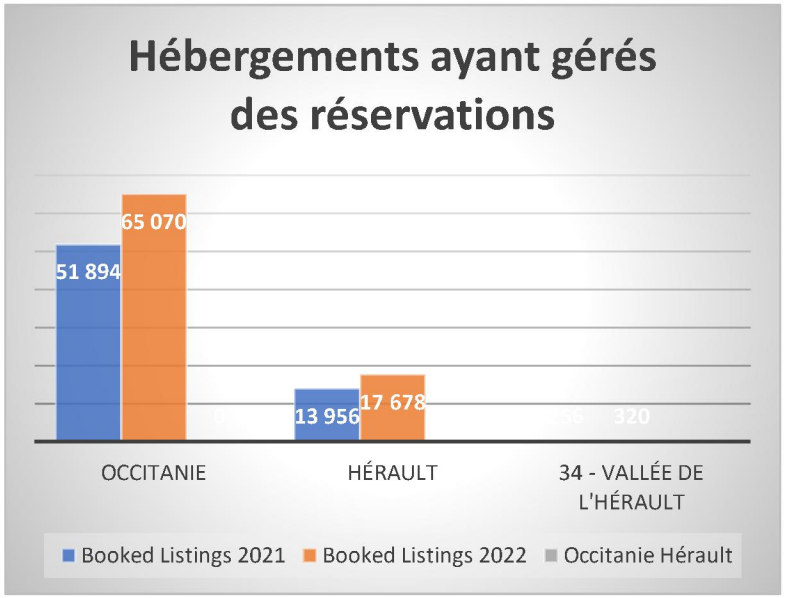
3/ Espagne

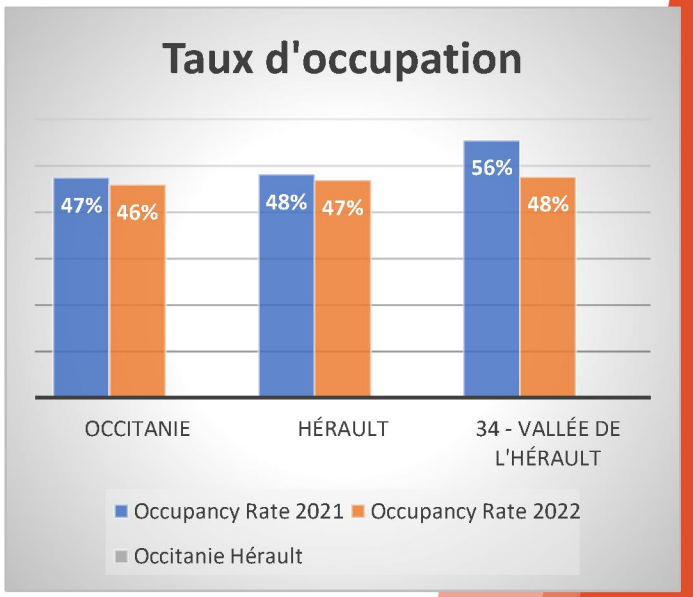
4/ Pays Bas

5/ Royaume uni

Analyse DATA AirDNA / comparaison mai 2021/2022





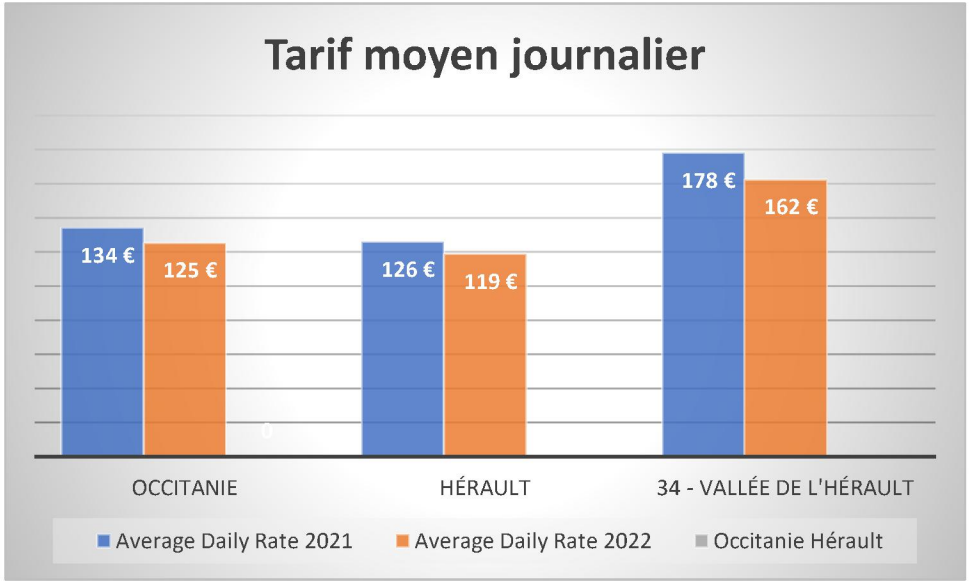


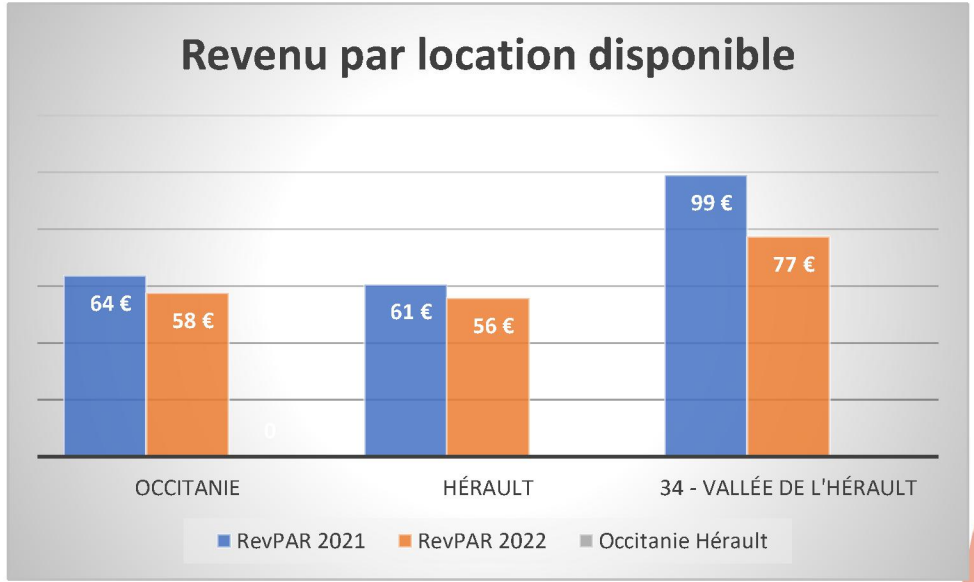
- Une sous-représentation de la destination Vallée de l'Hérault
- Une bonne reprise des ouvertures post-covid

- Un peu plus de 10% des hébergements n'ont pas gérés de réservation
- Ils sont possiblement références sur les plateformes classiques non-analysées

- Malgré une reprise du nombre d'hébergements disponibles sur les plateformes, un retard de remplissage par rapport à mai 2021

Analyse DATA AirDNA





- Par rapport à mai 2021, un tarif moyen journalier en baisse, en réaction à une frilosité des hébergeurs?

- Un tarif moyen en baise x un taux d'occupation en baisse = un RevPaR en baisse conséquente par rapport à 2021

Analyse du positionnement marketing



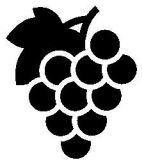
Positionnement marketing de la destination

Ambition touristique : passer d'un tourisme d'excursion à un tourisme de destination (SDTL p.9)

- Positionnement OTIVH : « **Arts de vivre ».**
- Structurer une offre touristique autour de **l'art de vivre, terroir et produits locaux** et une volonté d'affirmer d'autres marchés de niches : écotourisme, slow, « terrassothérapie », authenticité

Un positionnement différent selon les documents : « destination durable, digitale et démocratique » (SDTL p.3) ou encore « tourisme de ressourcement » (SDTL p.15)

- **6 valeurs** :



Vin et Vignerons



Abbayes et Art de vivre



Lézarder et Liberté



Loisirs de pleine nature



Evasion



Eau

- Déclinaison en cinq inspirations thématiques : **Légendaires, Naturelles, Gourmandes, Créatives, Pitchouns**
- Objectif **: répartir les flux** dans le temps (tourisme 4 saisons) et dans l'espace (vers l'ensemble des communes de la vallée de l'Hérault)

Source : Plan de communication et de promotion 2022-2024 et Schéma de développement du tourisme et des loisirs

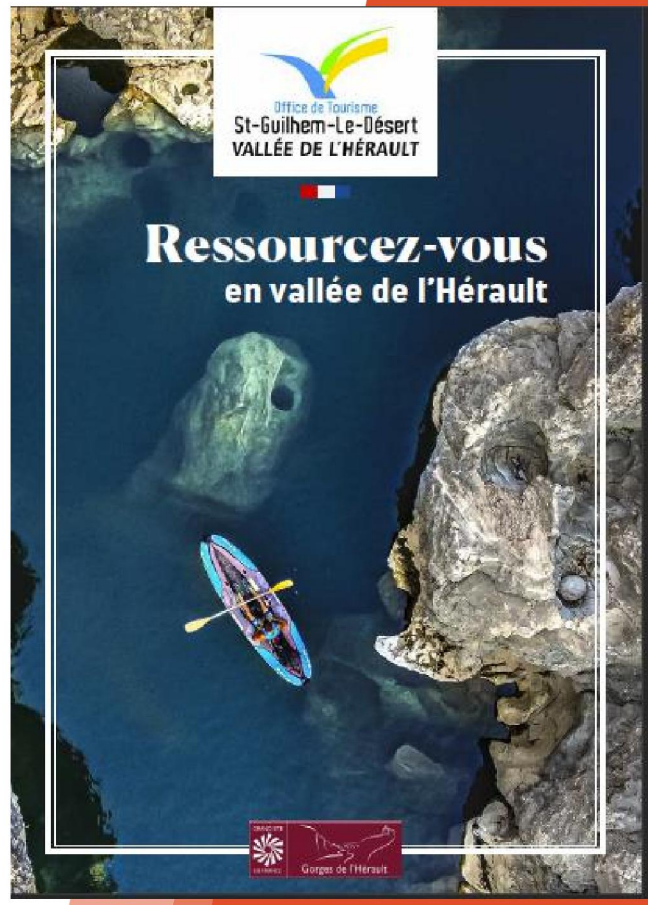
Positionnement marketing de la destination

« La promesse d'un Sud empreint de spiritualité et d'épicurisme »

Source : Stratégie de communication



- Quelle traduction du positionnement, des six valeurs et des cinq inspirations thématiques sur les outils de communication et la mise en tourisme de la destination ? (site internet, réseaux sociaux, print, offres…).
- Quid des cinq inspirations thématiques ? Est-ce la traduction opérationnelle du positionnement ? Ces thématiques ne se retrouvent pas dans l'offre ou dans la communication (hormis une brochure)
- Quel positionnement retenir ?



Structuration et commercialisation de l'offre

Source : SDTL

Offre perçue : Saint-Guilhem-Le-Désert comme offre centrale et principale de la destination, ainsi que les imaginaires correspondants (abbaye, Chemin de Compostelle

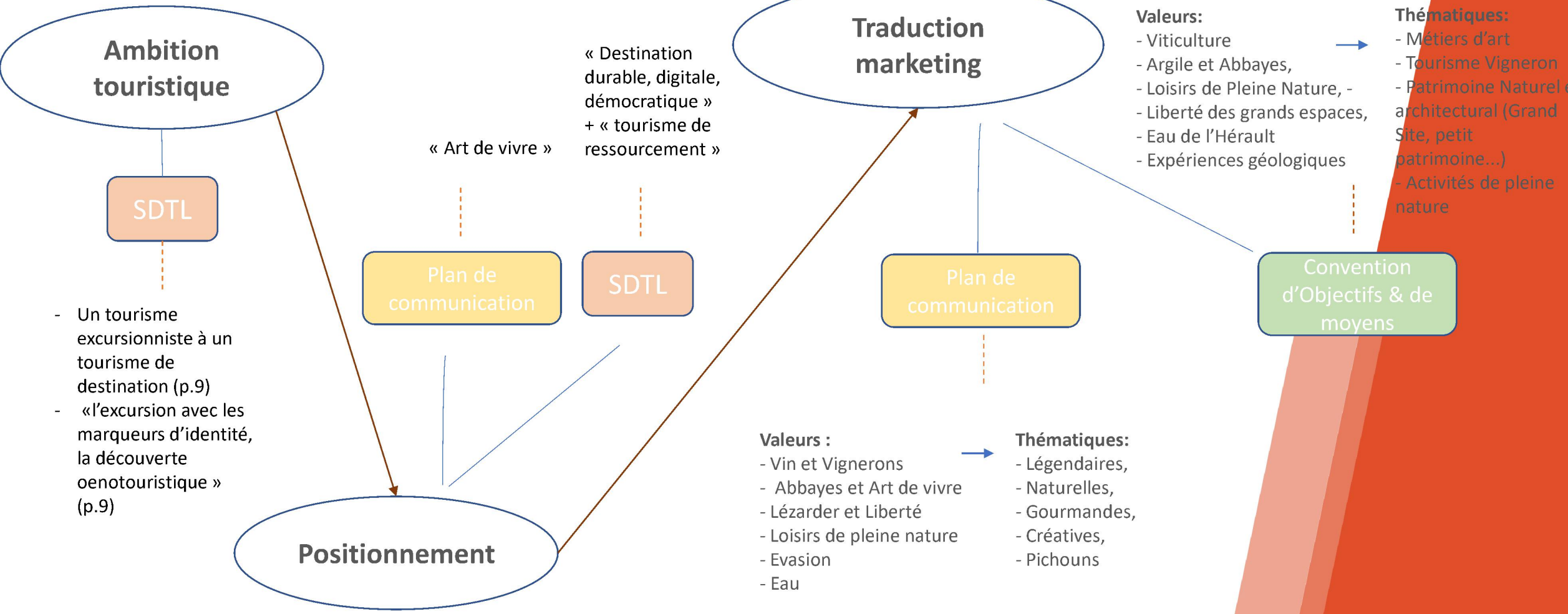
Offre voulue : Break campagne des citadins (Montpellier et Toulouse), «l'excursion avec les marqueurs d'identité, la découverte oenotouristique » (quid de l'ambition touristique portée sur l'abandon des excursionnistes et privilégier un « tourisme de destination » ?)
Vin et patrimoine médiéval comme facteurs clé de l'attractivité

Offre vécue : Festive, authentique, conviviale

Commercialisation possible via billetterie en ligne

Synthèse de l'analyse du positionnement marketing

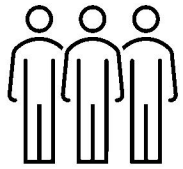
Une stratégie marketing disparate selon les documents de référence *(plan de communication et de promotion 2022-2024, SDTL, Convention d'Objectifs et de moyens 2022°*



Analyse de la stratégie de communication



Stratégie de communication 2022-2024 de l'OTVH - Cibles



Grand Public

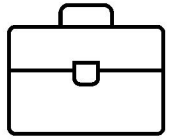


- Les locaux
- Famille
- 35 / 45 ans
- Seniors (arrière saison)
- Millenials
- Pèlerins
- Amoureux de pleine nature
- Œnotouristes
- Camping-caristes
- MICE
- Clientèle étrangère



Elus

- Mise en place de commissions thématiques au sein de l'OTI et CCVH.
- Approche participative du tourisme durable souhaitée par les élus.



Professionnels du tourisme

- Un travail de recensement des professionnels a été mené
- Nouvelle politique partenariale (charte d'écoresponsabilité, 3 formules)
- Commission partenariale

Source : Plan de communication et de promotion 2022-2024 / SDTL

Stratégie de communication 2022-2024 de l'OTVH

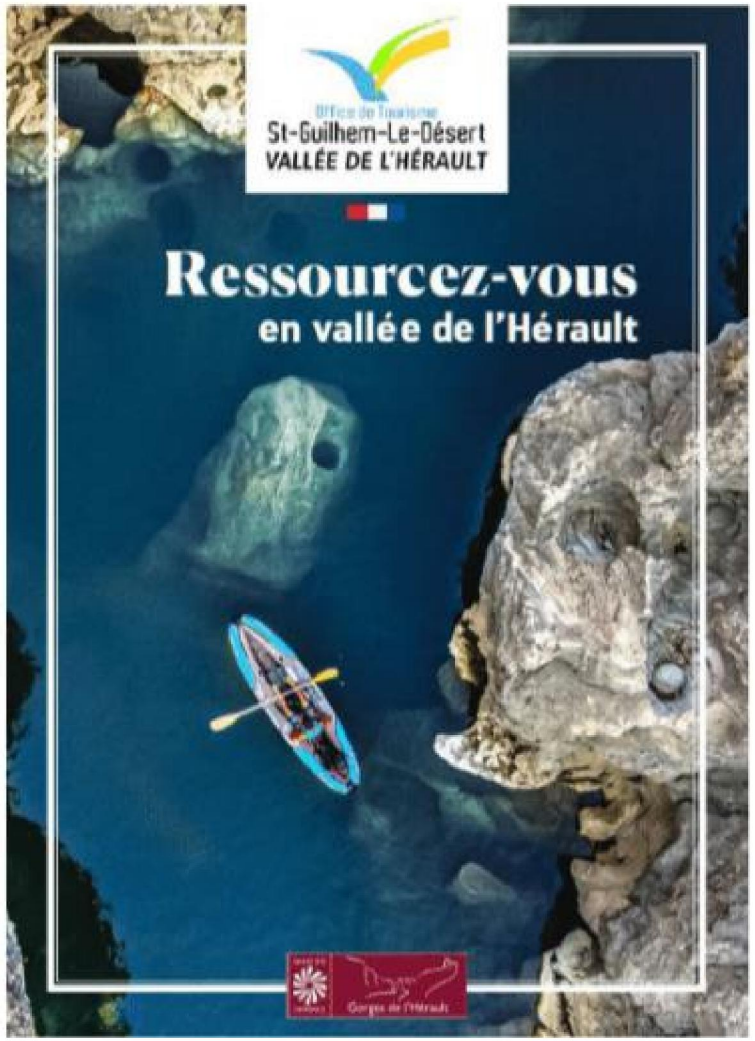
source : Stratégie de communication

Veille concurrentielle :

- Existence d'une Commission Tourisme pour les classements Grand Site de France et Grand site Occitanie.
- Mise en place d'une convention avec Montpellier 3M (mobilité)

Editions OTI :

- Documentation d'appel
- Guides + guide du patrimoine + guide restaurants
- Plans
- Marque page informatif
- Édition nationale d'un guide touristique avec la maison d'édition Via Tao (éditeur de guides « tourisme durable »)
- Elaboration en cours d'un SADI



Stratégie de communication 2022-2024 de l'OTVH

Communication numérique et digitale :

- Nouveau site internet prévu pour 2024
- Billetterie en ligne qui deviendra une marketplace locale
- 9 bornes d'information
- Réseaux sociaux : Facebook (groupe public + groupe privé pour les socioprofessionnels), Instagram et Twitter
- Newsletters thématiques ciblées (bassin de vie / ambassadeurs / sociopro / tours opérators)
- En cours : Campagne communication numérique à l'étude (Google Adwords) + achat d'espaces en ligne + e-commerce et marketplace

Print :

- Objectif : « Valoriser le territoire comme destination touristique et promouvoir les événements culturels, sportifs, pleine nature, générateurs d'attractivité »
- Une campagne de publicité « Sympathy for the Devil » : dans les gares de Montpellier, Toulouse, Lyon
- Une campagne de communication sur les événements
- Des insertions et campagnes radios
- A l'étude : Arrêts de bus Métropole de Montpellier et régie cinémas régionaux

Stratégie de communication 2022-2024 de l'OTVH

Ambassadeurs :

- Identification de personnes ressources, passionnées par la Vallée de l'Hérault qui incarneront les inspirations thématiques et feront la promotion de la destination toute l'année
- Auront une place centrale dans le plan marketing de l'OTI
- Rôle de porte-parole, acteurs du développement touristique, créateurs de contenus, liens entre collectivités / habitants / vacanciers

Presse et influenceurs :

- Plan média annuel élaboré



Budget annuel : 40 000€



Un document qui semble énumérer des actions de communication réalisées au cours de l'année plutôt que de tracer une réelle stratégie de communication.

Analyse du nom et de l’image de la destination



Analyse des éditions et brochures

Brochure des activités de pleine nature en Vallée de l'Hérault :

- → A première vue, il est difficile de savoir ce que cette brochure va apporter. De quoi parle t-elle ? Comment peut-on savoir qu'il s'agit d'une brochure des APN.

- → Le territoire n'est pas délimité. La brochure concerne les Gorges de l'Hérault, « Hérault le Languedoc » ou la Vallée de l'Hérault ?

- → Un risque de perdre le visiteur, qui part à la « pêche aux informations ».



Marcher
en Vallée de l'Hérault !

★ Les randonnées pédestres

La vallée de l'Hérault dispose de sentiers de tous niveaux pour partir à la découverte des richesses naturelles et patrimoniales du territoire :

★ Le canal et les rieux :
14,5 km / 3h30, départ de la gare routière à Gignac.

★ Les fontaines et les lavoirs :
11,5 km / 3h, départ de la place de l'Ormeau à Popian.

★ Le dolmen et le fossé des Yeux :
10 km / 3h, départ de la mairie du Pouget.

★ La découverte du Roc des deux Vierges :
3 km / 1h30, départ du parking du Roc des Deux Vierges à Saint-Saturnin-de-Lucian.

★ Le Castellas de Montpeyroux :
10,5 km / 3h, départ du parking du quartier du Barry.

★ Les Fenestrettes et Notre-Dame-du-Lieu-Plaisant :
10 km / 3h à 3h30, départ de la place de la Liberté à Saint Guilhem-le-Désert.

★ Les Balcons de l'Hérault :
18 km / 6h, départ du parking du cimetière de Puéchabon.

★ Le plateau du télégraphe
1h30 / 4,5 km, départ du parking des écoles à St-Bauzille-de-la-Sylve.

Découvrir
en Vallée de l'Hérault !

★ Saint-Jacques-de-Compostelle

*Le pèlerinage à **Saint-Jacques-de-Compostelle en Galice** honore la mémoire de l'apôtre Saint-Jacques qui aurait évangélisé l'Espagne païenne au cours du Ier siècle. Ce pèlerinage apparaît au Moyen-Âge suite à la découverte légendaire du tombeau du Saint. On raconte que, vers l'an 800, l'ermite Pelagius aurait - guidé par une étoile - trouvé un champ où était caché le tombeau de Saint-Jacques! Compostelle devrait alors son nom à Campus stellae ou champ d'étoile! Pour rendre hommage au Saint, les pèlerins se rendaient à la pointe Nord-Ouest de l'Espagne, au fin fond de la Galice, le bout du monde connu à cette époque... Saint-Jacques est d'ailleurs aujourd'hui le saint patron de l'Espagne!*

En France existent quatre voies principales avec chacune un point de départ : Paris, Vezelay, Puy-en-Velay et Arles.
Les chemins se regroupent ensuite à Puente la Reina en Espagne pour ne devenir qu'un unique chemin, nommé le *Camino Francés* jusqu'à Santiago de Compostela.
Saint-Guilhem-le-Désert se situe sur la Voie du Sud, ou encore Via Tolosana, au départ d'Arles. Ce chemin permet aux pèlerins en provenance d'Italie et de la Provence de se rendre à Saint-Jacques-de-Compostelle.
De nos jours, le pèlerinage au départ d'Arles est très fréquenté par les randonneurs à la recherche de nouveautés et d'aventures.

Après les étapes de Saint-Gilles-du-Gard et de Montpellier, les Jacquets traversent la vallée de l'Hérault. Cheminant entre garrigues et oliviers par Montarnaud et La Boissière, ils rejoignent d'abord l'abbaye d'Ariane puis celle de Gellone à Saint-Guilhem-le-Désert par la traversée du pont du Diable (GR653).



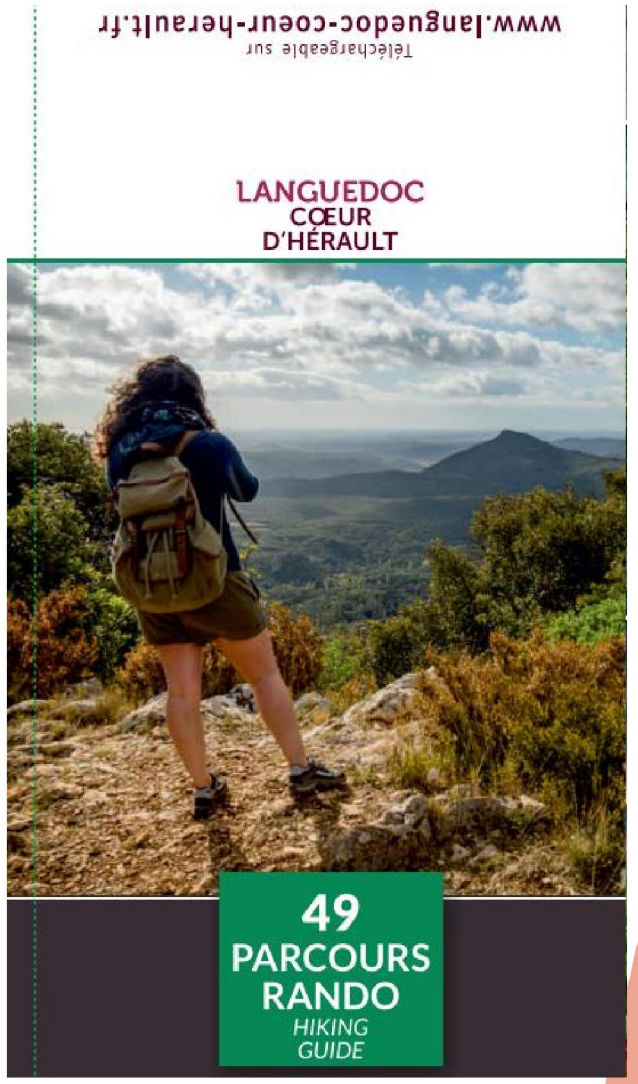
Le saviez-vous ?
À Saint-Guilhem-le-Désert, les fontaines d'eau potable sont ornées d'une coquille Saint-Jacques, indiquant ainsi aux pèlerins assoiffés qu'ils peuvent remplir leurs gourdes d'eau fraîche pour la suite du chemin.

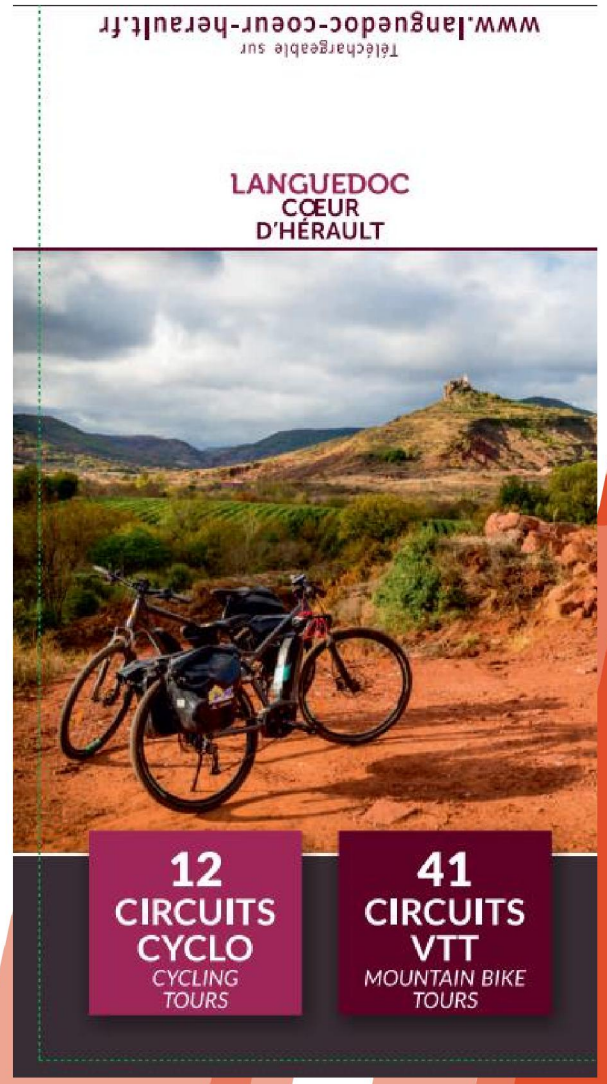


Analyse des éditions et brochures

Cartes des activités de pleine nature :

- → Cartes randonnées et VTT / cyclo à l'échelle Pays Cœur d'Hérault
- → Cartes classiques et fonctionnelles
- → D'autres brochures disponibles détaillant les circuits VTT de la Vallée de l'Hérault
- → Les cartes du Pays Cœur d'Hérault coïncident avec celles de la Vallée de l'Hérault





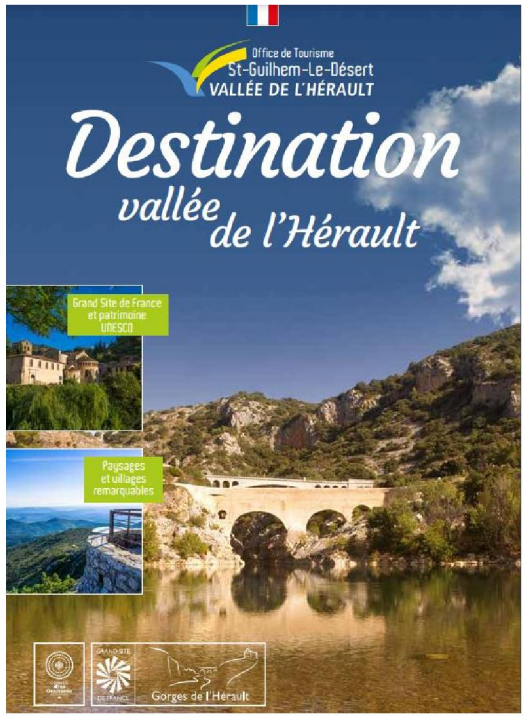
Analyse des éditions et brochures

Brochure de bienvenue :

→ Bonne communication sur le périmètre de la destination : « Destination **Vallée de l'Hérault** »

→ Mais très vite, un discours institutionnel, peu adapté au public, apportant même une image négative de la destination et qui alourdit l'accès aux informations : « gestion des flux et de fréquentation », « plan de gestion du Grand Site », « un label porté par les CCVH etc. », « schéma de gestion responsable et durable »

→ Des informations segmentées par villages, ne mettant pas en avant l'ensemble de la destination, les « pépites » du territoire ne ressortent pas.





Transformer cette forte fréquentation, source de nuisances, en richesse

Depuis 1991, gestion des flux de fréquentation, restauration du patrimoine et accueil des visiteurs, sont les axes principaux du plan de gestion du Grand Site de France qui reçoit chaque année 650 000 personnes.

Le label, gage de qualité : Un site protégé engagé dans une gestion durable…

Attribué pour 6 ans par le Ministère de l'Écologie, le label Grand Site de France des Gorges de l'Hérault est porté par les Communautés de communes Vallée de l'Hérault, Cévennes Gangeoises et Suménoises et Grand Pic Saint Loup. Elles se sont engagées sur le long terme dans la mise en œuvre d'un schéma de gestion responsable et durable.

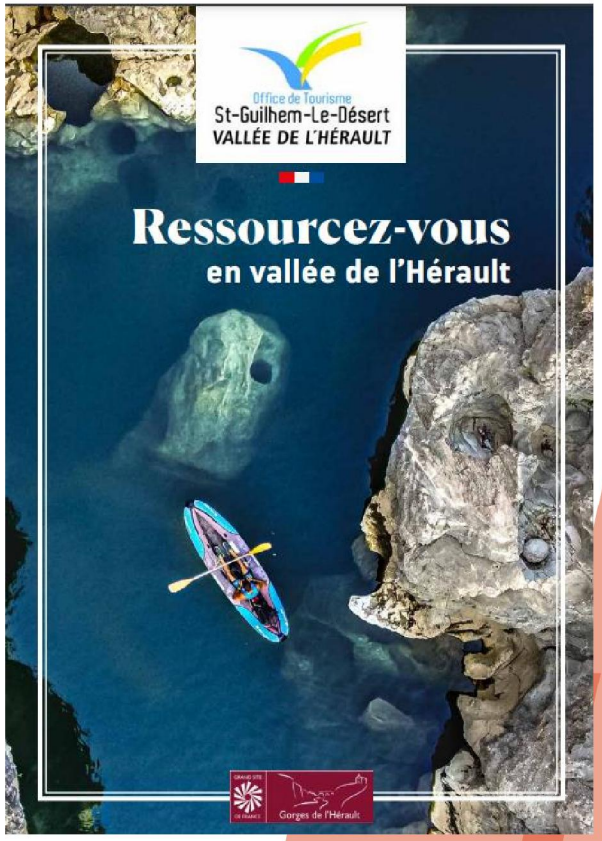
Les valeurs du Grand Site de France dépassent le périmètre des 10 communes concernées par la labellisation. Elles sont soutenues et partagées par l'ensemble des villages des 3 Communautés de communes.

Le Grand Site de France Gorges de l'Hérault est également labellisé Grand Site Occitanie.

Analyse des éditions et brochures

Brochure « Ressourcez-vous » :

- → Les cinq inspirations thématiques énoncées dans la stratégie de communication se retrouvent dans cette brochure.
- → Ailleurs, pas d'autre traduction de ces inspirations thématiques.
- → Peu d'information, pas de storytelling autour des thématiques, une énumération de quelques activités à faire.
- → Un concept intéressant qui mériterait d'être approfondi, mis en récit afin de projeter le visiteur dans l'univers de la destination avant même son séjour.





Analyse des éditions et brochures

Circuit La Trace Verte, Saint-André-de-Sangonis

- → QR Code pour réaliser le circuit avec Izi Travel. (problématique d'accès/référencement sur l'applucation)
- → Contenu dense mais qualitatif permettant de faire découvrir les secrets du village.
- → Brochure issue d'une initiative conjointe entre les habitants, la municipalité et les services techniques : Une démarche inclusive et socialement fédératrice participant à créer du lien social.
- → Finalement, cette collaboration se fait ressentir dans le ton et dans la façon dont sont présentées les informations.


Circuit

la trace verte

Saint-André-de-Sangonis

Un autre regard sur Saint-André

Retrouvez le plan du circuit en dos de couverture

D'un côté et de l'autre de la place centrale, la trace verte vous invite à vous laisser conduire pour regarder Saint-André comme vous ne l'avez jamais fait.

D'un élément remarquable de notre patrimoine à une fresque qu'un habitant nous offre sur son mur, d'une ruelle pittoresque à un beau point de vue, des élevages de vers à soie au déploiement de la viticulture, traversez les époques sur une boucle d'à peine 2 kilomètres. Il vous suffira d'ouvrir les yeux, et de porter votre regard en haut, en bas, sur les côtés...

La curiosité sera votre guide !

Avec ce QR Code, vous pouvez accéder à une application géolocalisée, qui vous fera entendre des commentaires tout au long du circuit :



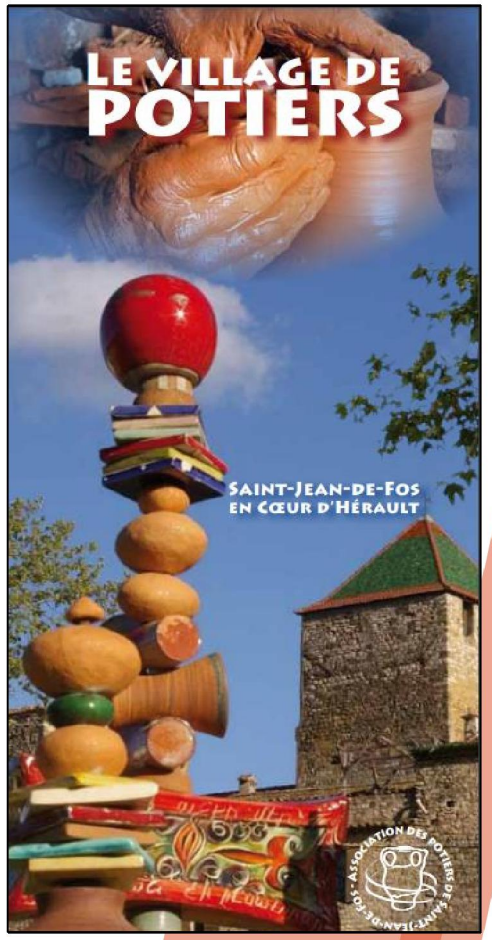
Aucun circuit sur IziTravel

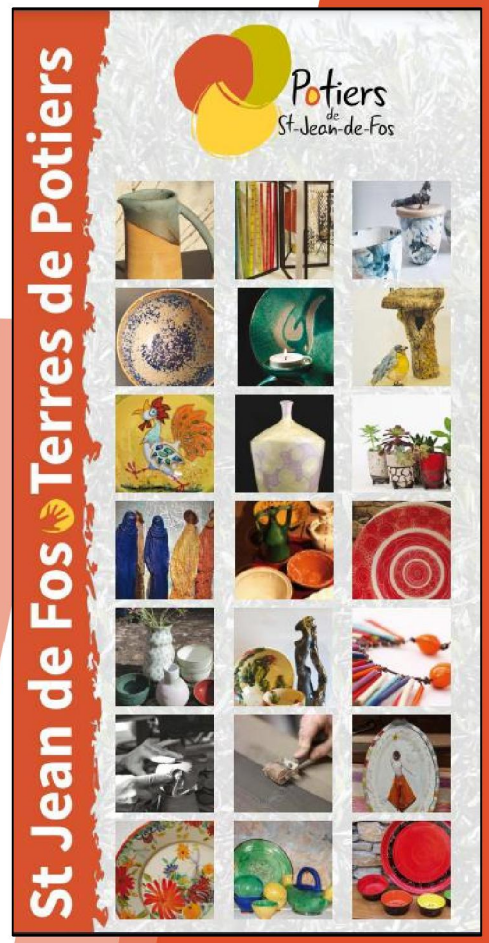
Analyse des éditions et brochures

Brochures « artisanat »

→ Saint Jean de Fos :
  → Une brochure de 2013 qui recense les artisans du village. Lien URL en fin de brochure ne fonctionne pas (http://www.potiersdesaintjeandefos.com/)

  → Une autre brochure de 2020 « St Jean de Fos - Terres de potiers » mêlant histoire de la poterie et artisans présents sur la Vallée de l'Hérault. Quel territoire est compris dans la brochure ?



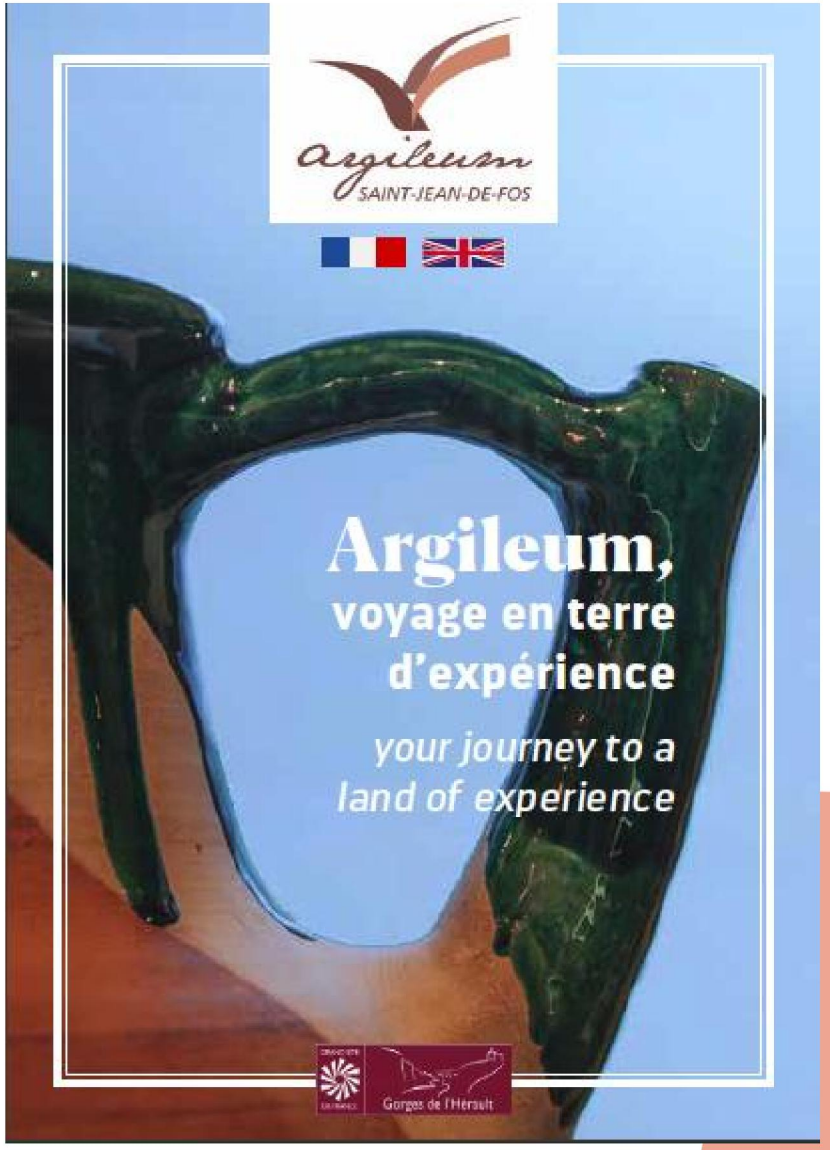


Analyse des éditions et brochures

Office de Tourisme
St-Guilhem-Le-Désert
VALLÉE DE L'HÉRAULT

Brochures « artisanat »

→ « Argileum, voyage en terre d'expérience » : Traduction Anglais, bonne brochure, informations disponibles (coordonnées, carte, horaires, tarifs etc.)





Ne manquez pas !

- Les Journées Européennes des Métiers d'Art en avril
- Braderie des potiers à Saint-Saturnin-de-Lucian le 1er mai
- La Nuit Européenne des Musées en mai
- Les Journées Nationales de la Céramique en juin
- La Braderie des potiers en août
- Les Journées Européennes du Patrimoine en septembre

Retrouver tous les événements sur le site www.argileum.fr

Tarifs

Tarifs visite libre du musée :
Adulte : 6€ plein tarif – 4€ tarif réduit *(sur présentation d'un justificatif)*
Enfant 10-18 ans : 3,50€ plein tarif – 3€ tarif réduit *(sur présentation d'un justificatif)*
Enfant – 10 ans : Gratuit
Bon plan : Entrée gratuite le 1er samedi du mois

Tarifs ateliers
Modelage : 11€ adulte – 9€ enfant *(dès 6 ans)*
Tournage : 20€/personne *(dès 10 ans)*
Stage de tournage (2 jours) : 80€/personne *(dès 16 ans)*

Moyens de paiement acceptés :
Carte bleue, espèces, chèques et chèques vacances ANCV

Horaires

Argileum, la maison de la poterie à Saint-Jean-de-Fos
6 avenue du Monument 34150 Saint-Jean-de-Fos
- 9 avril au 8 juillet et 1er septembre au 6 novembre : mardi-dimanche, 10h-13h et 14h-18h. Fermé lundi et mardi matin. Ouverture exceptionnelle les lundi 18 avril, lundi 6 juin et mardi 1er novembre.
- 9 juillet au 31 août, 7j/7, 10h-19h.
- 17 décembre au 24 décembre. 7j/7, 10h-13h et 14h-18h.

Dernier accès au musée 45 min. avant la fermeture.

Groupes et service éducatif :
Accueil toute l'année. Information et tarifs, nous consulter.
visites.groupes@saintguilhem-valleeherault.fr
service.educatif@saintguilhem-valleeherault.fr

Argileum est entièrement accessible aux personnes à mobilité réduite

Analyse des éditions et brochures

Brochures Grand site de France :

→ Flyer « Grand Site de France Gorges de l'Hérault » : Pas d'éléments permettant de situer les grands sites et de se situer géographiquement. Manque d'informations pratiques (où, comment, accès, activités etc)

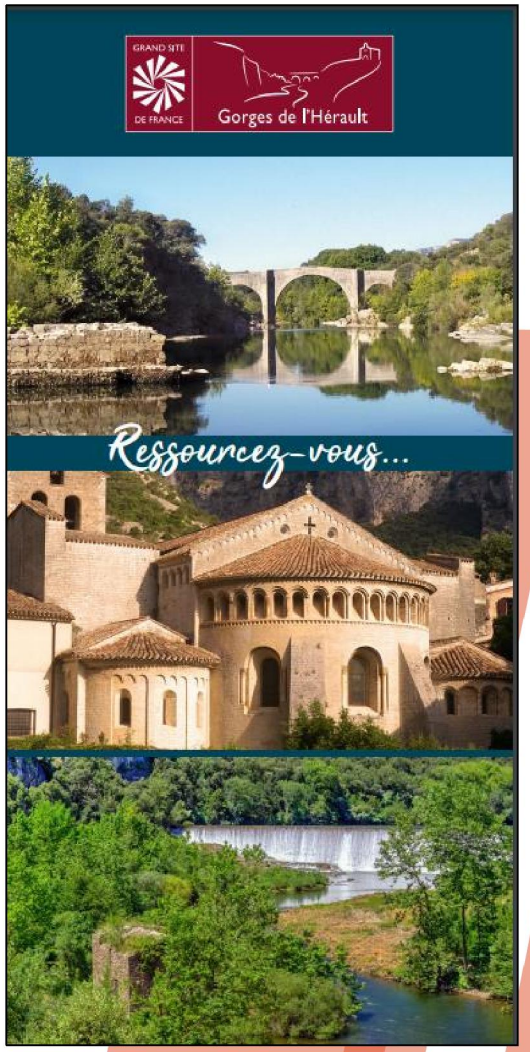
→ Plaquette « Grands Sites de France » : Concerne tous les Grands Sites en France et pas seulement

→ Carte sensible : Présentation des sites touristiques selon les envies des visiteurs (« silence », « se ressourcer », « coups de cœur »…)

Escapade nature sans voiture :

→ Brochure pensée pour le visiteur en termes de parcours client: informations pratiques, cartes, pour aller plus loin, organiser son voyage, prestataires …
→ Pourtant, la brochure qui n'est pas publiée sur le site de l'OTI

De façon générale, beaucoup de documentations disponibles sur le Grand Site de France.





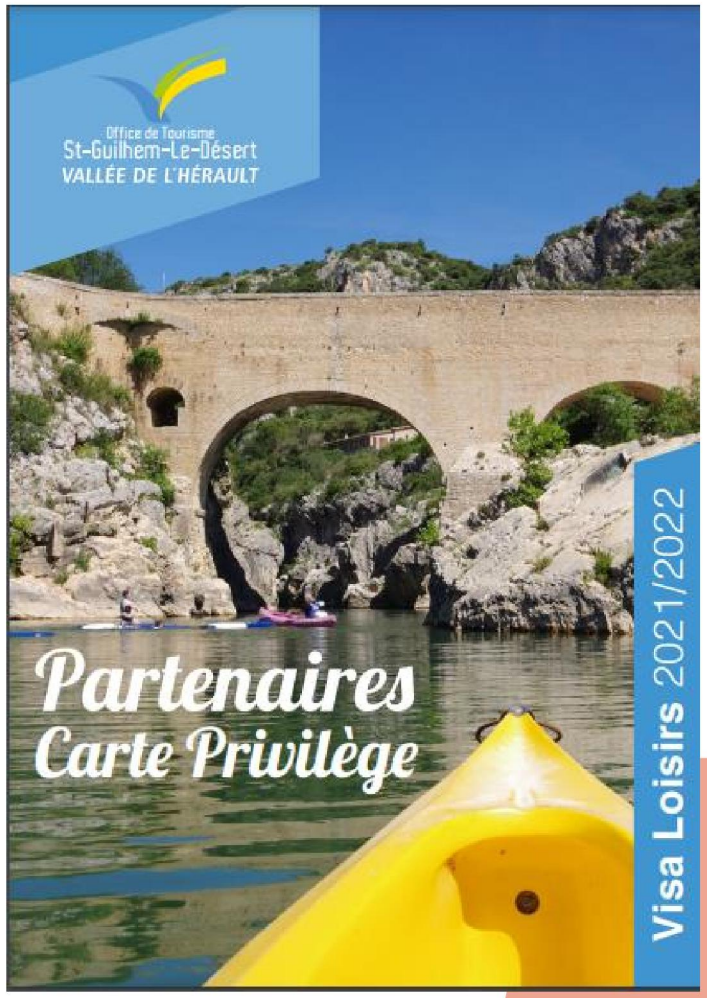
Analyse des éditions et brochures

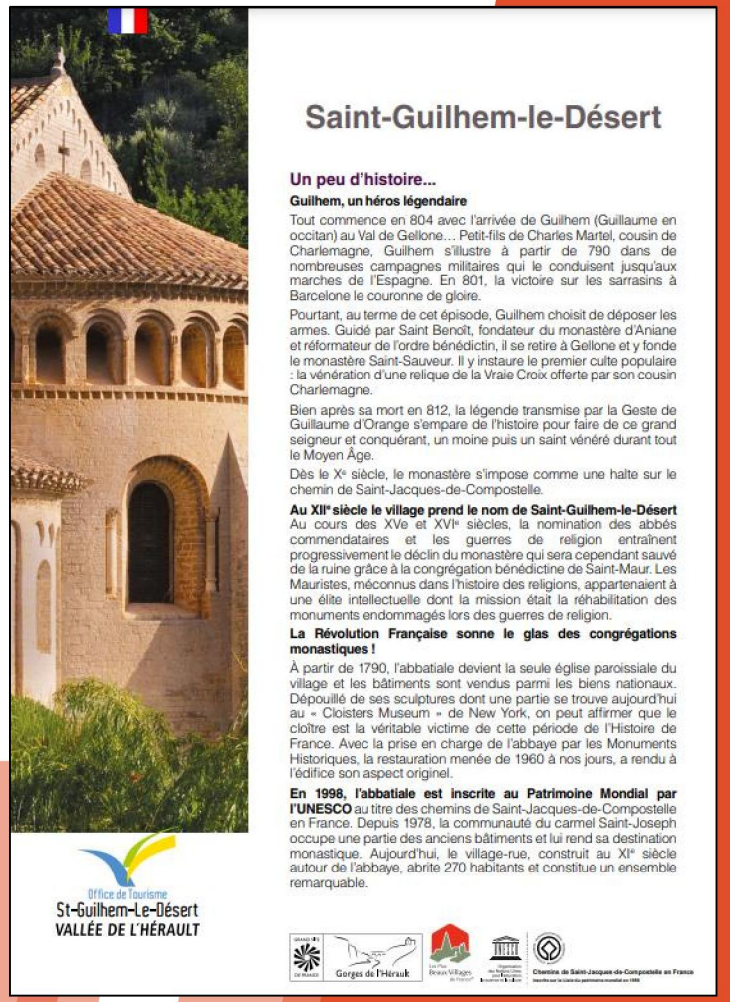
Carte privilège Visa Loisirs:

- → Où acheter ? Quel prix pour la carte ?
- → Manque d'information
- → Le pass « Inspiration » annoncé dans le SDTL remplace la Carte privilège ?

Brochures « Historique » :

- → Des brochures sur l'histoire de l'Abbaye d'Aniane, de St-Guilhem-Le-Désert, de Gignac
- → Contenus historiques de qualité





Synthèse de l'analyse des éditions et brochures

→Des brochures parfois pas assez structurées qui perdent les visiteurs (brochure « destination Vallée de l'Hérault » ou « Gorges de l'Hérault » par exemple).

→ Une impression générale que les brochures ne sont pas pensées pour le visiteur, mais pour la destination (cf marketing de l'offre versus marketing de la demande)

→ Une densité importante de brochures, peu qualifiées, ne participant pas à simplifier le parcours client des visiteurs

→ Pas de traduction à minima en Anglais à part le dépliant « Argileum, voyage en terre d'expérience »

→ Des dépliants pas toujours adaptés à la lecture web

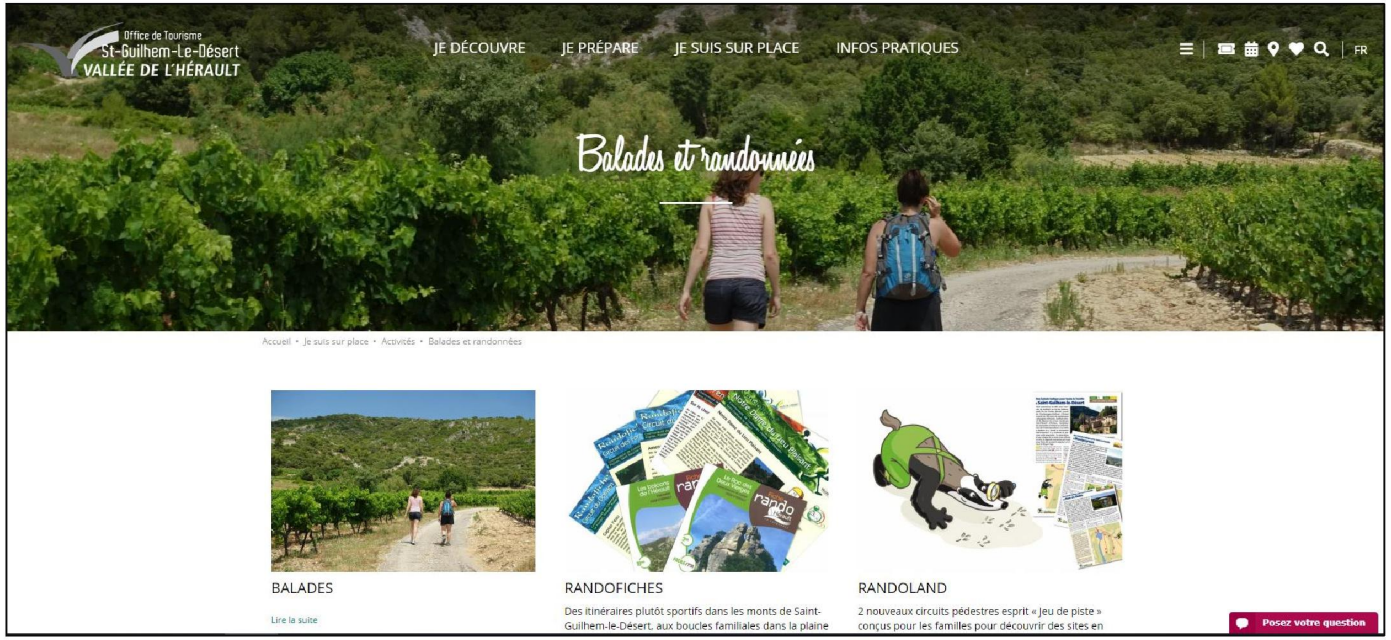


Analyse webmarketing de la Vallée de l'Hérault

Fluidité du parcours client :

Un parcours compliqué pour atteindre l'information souhaitée. Par exemple, pour une requête « randonnée », le chemin comporte entre 4 et 6 clics :

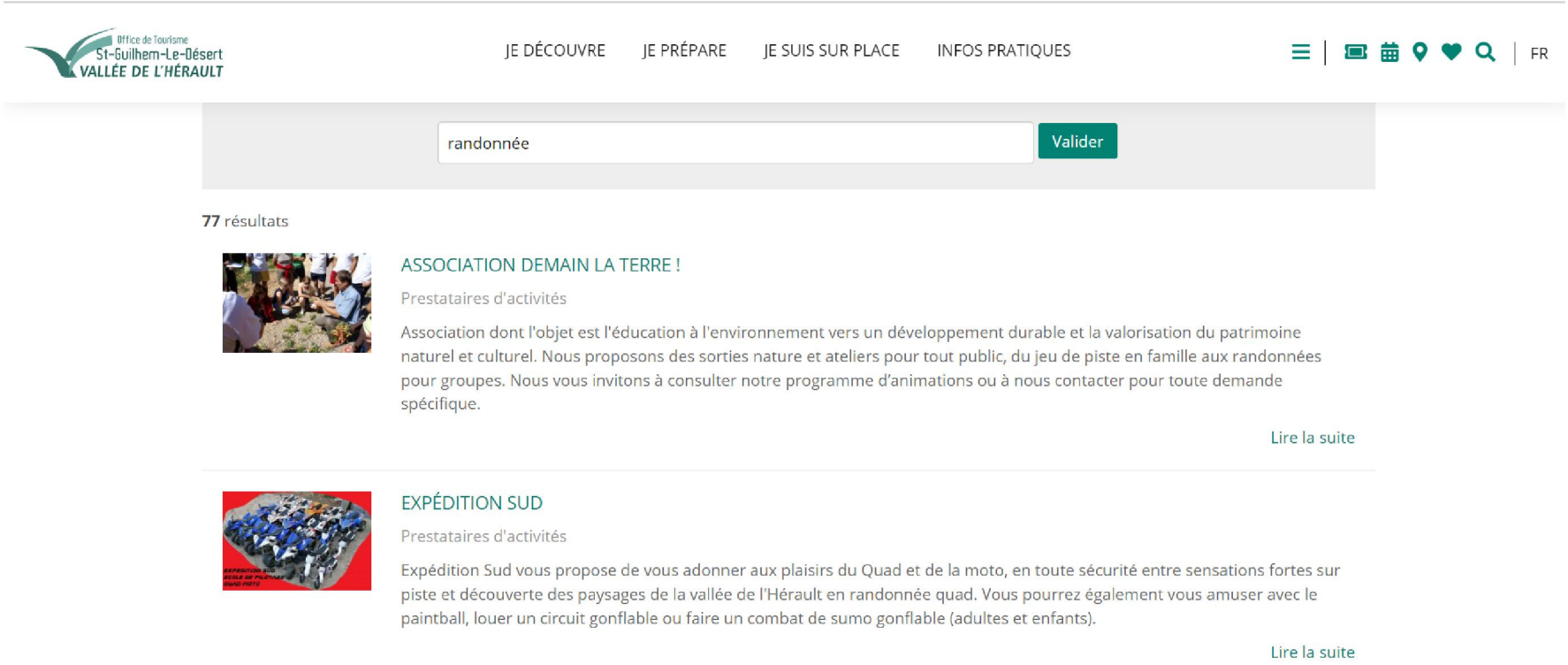
- « Je suis sur place » → « Activités » → « Balades et randos » → « Balades » → 2 balades proposées, mais un lien vers les randofiches en haut de page incite le visiteur à cliquer dessus ce qui mène à une nouvelle page sur les randonnées et nécessite un dernier clic pour avoir la carte de la randonnée.



Analyse webmarketing de la Vallée de l'Hérault

L'outil « recherche » :

Toujours dans l'idée de trouver des idées de randonnées, en tapant la requête « randonnée », 77 résultats se proposent au visiteur, incluant des locations de quad, de l'hébergement etc. Les contenus n'ont pas d'étiquettes, rendant l'outil de recherche obsolète.



Analyse webmarketing de la Vallée de l'Hérault

Structuration de l'information :

La catégorie « Je découvre » : Des grandes thématiques intéressantes pour faire découvrir la destination (« incontournables », « on a testé pour vous »)

- Mais beaucoup de doublons au sein de ces thématiques : L'onglet « Le Grand Site de France » se décompose en sous-onglets qui existent aussi dans d'autres catégories. Par exemple Saint Guilhem, le Pont du Diable et Le Grand Site sont aussi dans la catégorie « Incontournables ».

- « On a testé pour vous » : Mise en récit de la destination, personnalisation. Des rubriques sous forme d'articles de blog, avec de l'information complémentaire pratique (activités sur place, restaurateurs etc)

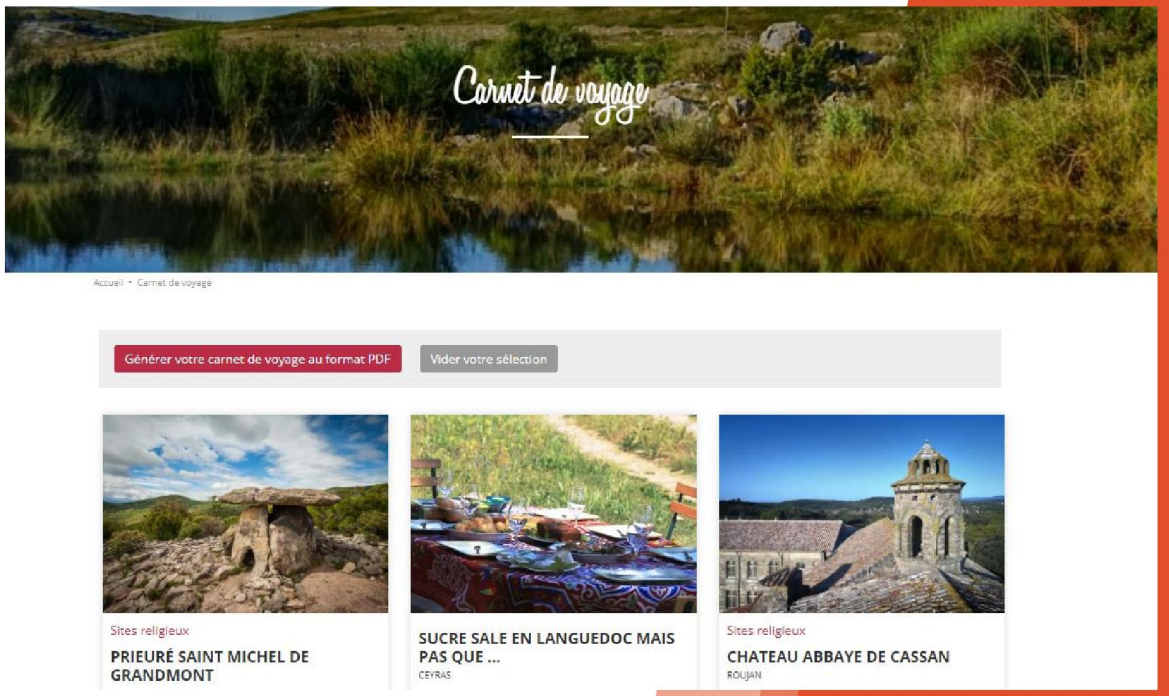


Analyse webmarketing de la Vallée de l'Hérault

Structuration de l'information :

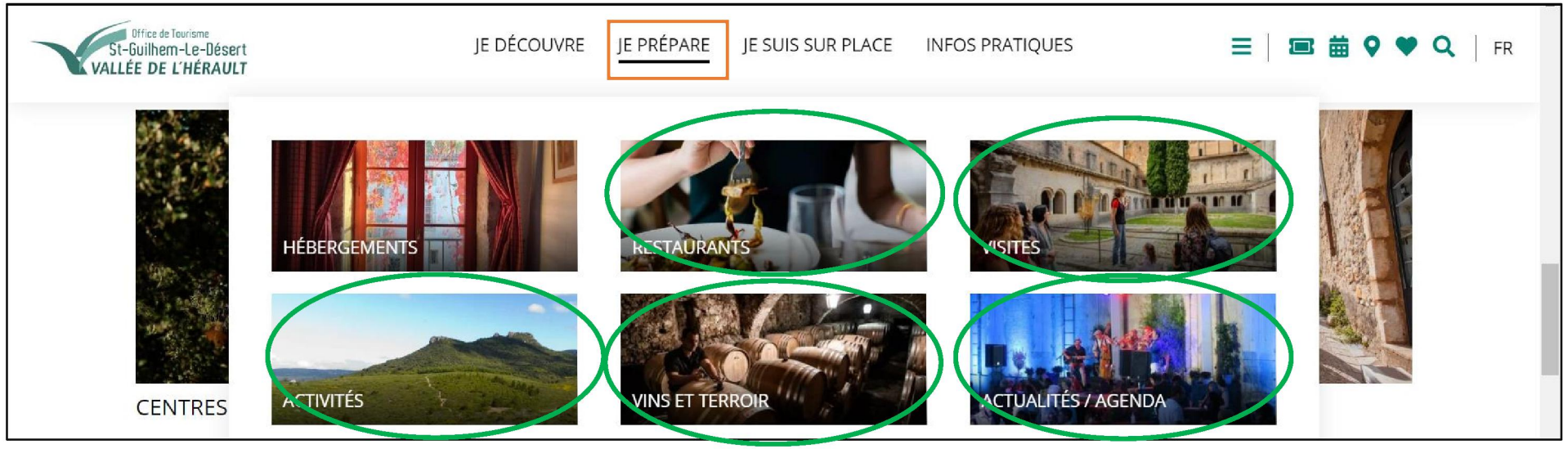
La catégorie « Je prépare » et « Je suis sur place » : Beaucoup de doublons au sein des catégories et des contenus.

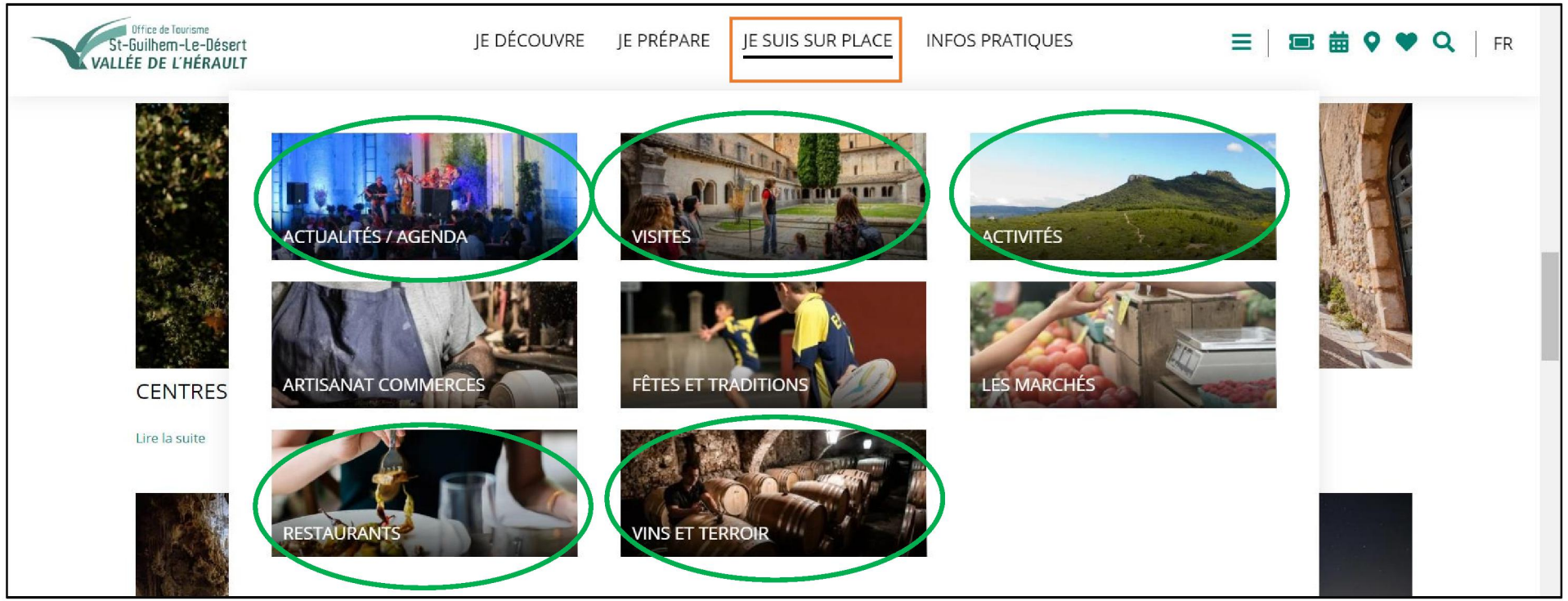
- Les informations ne sont pas assez structurées selon les besoins d'un visiteur. Est-ce qu'un visiteur qui prépare son séjour a besoin des mêmes informations qu'un visiteur sur place ?
- Lorsqu'un visiteur prépare son voyage, il a besoin d'informations pratiques (transports, hébergements tourisme et handicap, réservation, grands événements…).



Autre :

- Une page d'accueil efficace : Mise en avant des catégories « On a testé pour vous » et « les incontournables » et un agenda
- Centrale de réservation destinée à évoluer en marketplace selon la stratégie de communication
- Une possibilité d'enregistrer des prestataires et expériences grâce au Carnet de voyage mais l'option n'est pas disponible sur tout le site. Par exemple, impossible d'enregistrer des circuits randonnée ou les contenus de la catégorie « On a testé pour vous »
- Une carte interactive





Doublons sur le site internet de l'OTIVH dans les catégories et sous-catégories

Analyse webmarketing de la Vallée de l'Hérault

En synthèse :

- Un problème d'ergonomie : une architecture assez lourde et peu optimisée pour un visiteur qui se perd dans le flux d'information et dans les doublons.
- Pas passez de contenus valorisant les expériences à vivre (« marketing expérientiel ») sur la destination, mais plutôt une énumération de prestataires et d'activités
- Pas de maillage entre les différents canaux (pas de liens de renvoi du site internet vers les réseaux sociaux)

- Une bonne base de mise en récit de la destination et de personnalisation de l'offre avec des catégories comme « on a testé pour vous ». Un format à pousser permettant de valoriser les expériences.

le projet d'un nouveau site internet pour 2024!

Analyse webmarketing du Grand Site Gorges de l'Hérault

Cible : Un site à destination du grand public et des institutionnels / socioprofessionnels : A qui s'adresse-t-on vraiment ? Dans quel but ?







Discours orienté grand public

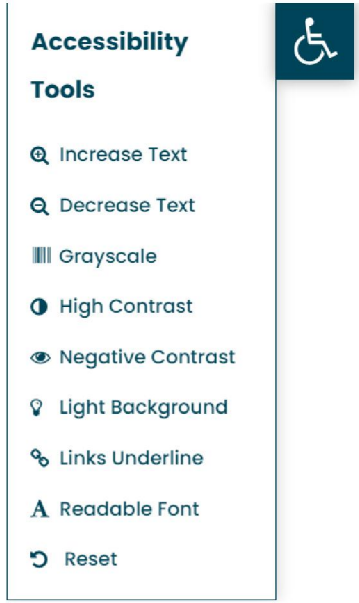
Discours orienté institutionnels / socioprofessionnels

Analyse webmarketing du Grand Site Gorges de l'Hérault

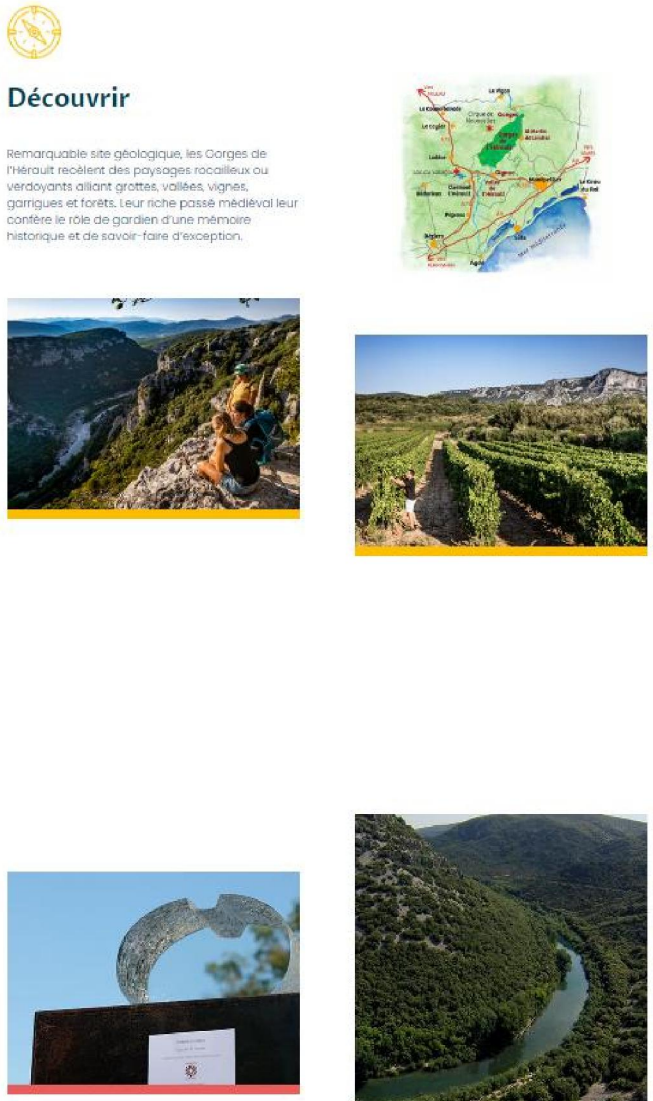
Fluidité : Bonne accessibilité et fluidité des contenus malgré cette ambivalence grand public / socioprofessionnels.

Affichage et ergonomie du site :

- Une disposition des blocs de contenus et images dynamique, laissant place à une lecture intuitive (balayage de l'écran par le regard)
- Un affichage pouvant être adapté aux personnes aillant des handicaps
- Quelques bugs d'affichage







Analyse webmarketing du Grand Site Gorges de l'Hérault

En synthèse :

- Un site s'adressant à la fois au grand public et aux institutions / professionnels

- Un site bien conçu, ergonomique, contenus lisibles

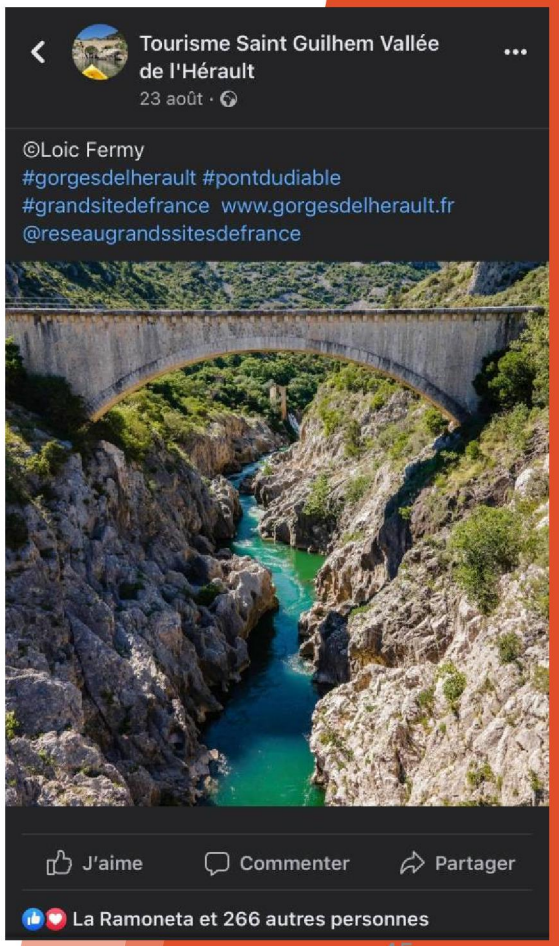
Analyse Social Media de la Vallée de l'Hérault

Tourisme Saint Guilhem Vallée de l'Hérault, @TOURISMESAINTGUILHEM, **21 867 « fans »**

- Communication orientée B2C : touristes et locaux.
- Identification de la destination difficile (pas de logo ou de symboles représentant la destination.

- Un rythme de publication idéal : Entre 1 et 2 publications par jour en haute saison, puis un rythme moyen d'une publication tous les deux jours en basse saison.
- Absence de maillage avec les autres réseaux sociaux.
- Une description complète (site web, horaires, contacts etc)

- Contenus majoritairement sur l'animation du territoire en haute saison (Journées du Patrimoine, évènements etc).
- Très peu de contenus permettant de projeter la communauté dans la destination pendant cette période.
- Les contenus qualitatifs postés par l'OTIVH mettant en avant les paysages et les richesses culturelles de la destination sont ceux suscitant le plus d'engagement



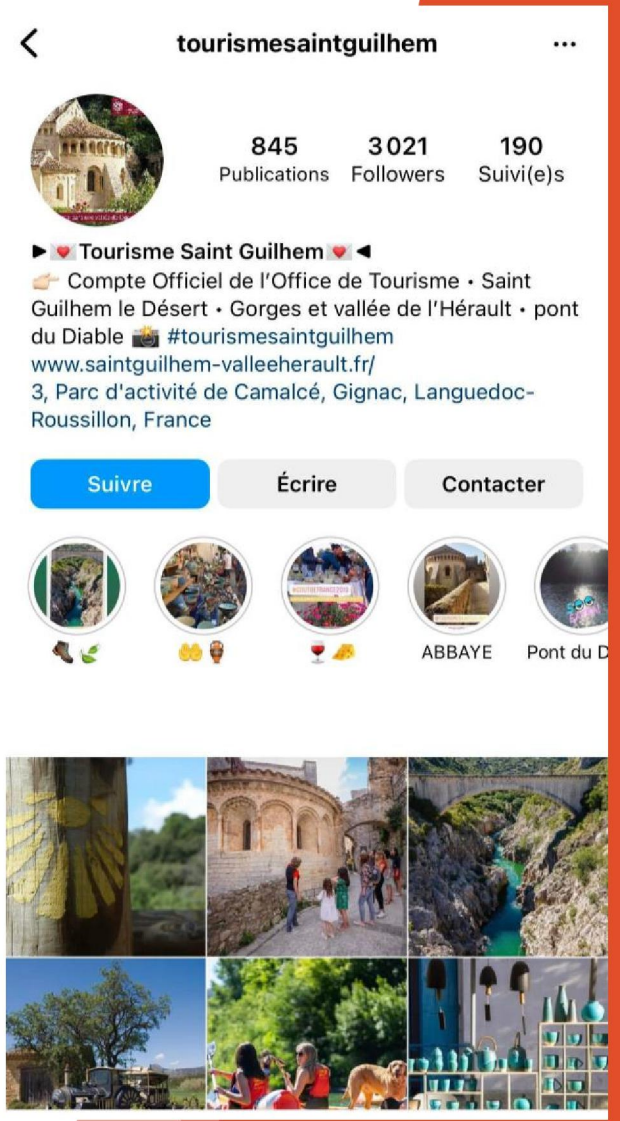
Analyse Social Media de la Vallée de l'Hérault

Tourismesaintguilhem, 3 021 followers, 190 suivi(e)s

- Communication orientée B2C touristes et locaux
- Compte mal référencé sur Instagram, difficilement identifiable.
- Un titre « trompeur » : Semble concerner uniquement le village de Saint-Guilhem et non la destination Vallée de l'Hérault.
- Une identification difficile : Image de profil différente de celle de Facebook, nom de page différent, pas de logo …
- Pourtant, Instagram est un puissant levier pour les destination : 42% des Français choisissent leur destination selon le potentiel « instagrammable » (59% chez les millennials) → Souligne l'importance d'être facilement identifiable

- Une description qui met en avant les hotspots touristiques (Saint Guilhem Le Désert, Pont du Diable), peu adaptée pour une stratégie de décentralisation des flux touristiques.
- Rythme de publication bon (1 à 2 publications par semaine) permettant de ne pas surestimer les capacités de production de contenus de la destination

- Mise en valeur des richesses de la destination grâce à des photos de qualité
- Mais toutes les possibilités de la plateforme ne sont pas utilisées (réels, guides)



Analyse Social Media de la Vallée de l'Hérault

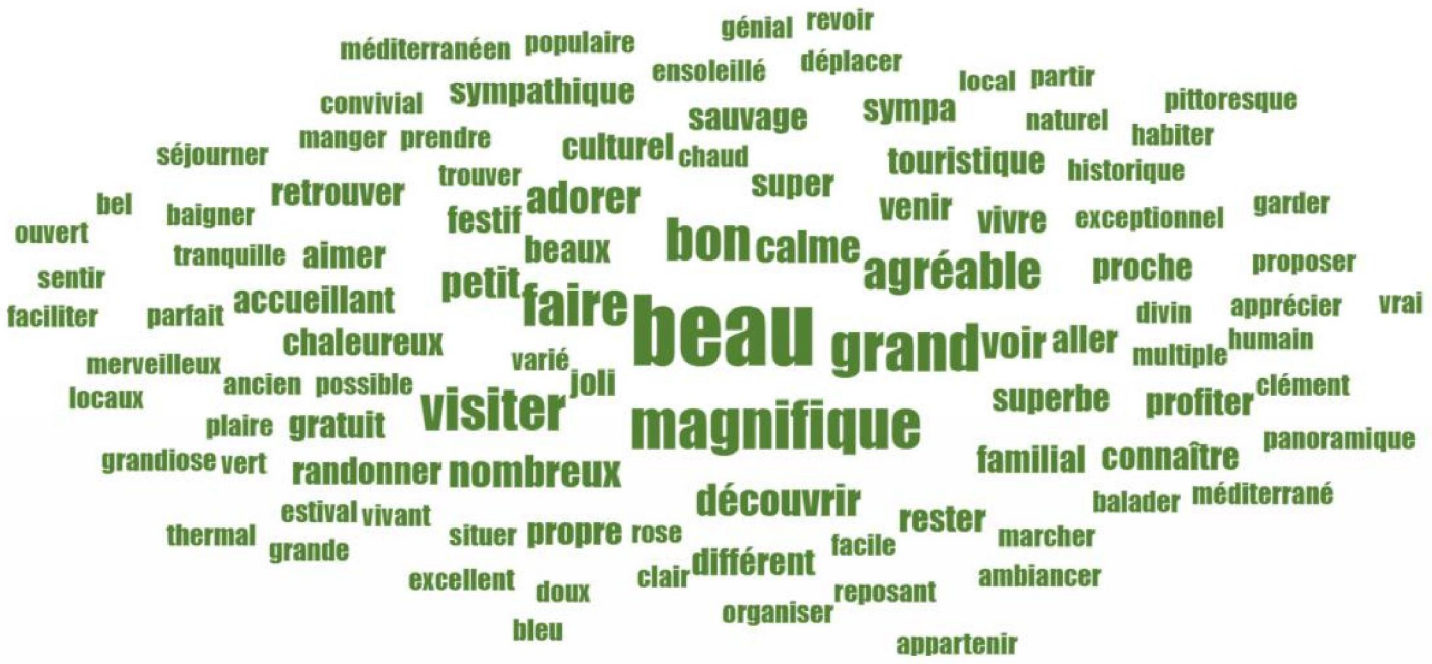
En synthèse :

- Pas d'uniformisation entre les différents canaux (réseaux sociaux, site internet) : Logo, noms de compte différents
- Pas de stratégie cross canal (synergie entre les canaux)
- Des réseaux difficilement identifiables, pas valorisés sur le site internet

- Une bonne stratégie de contenu sur les réseaux sociaux
- Des publications qui, pour la plupart, suscitent des réactions positives
- Une destination qui prend le temps de répondre aux commentaires et avis laissés sur les réseaux et sur internet

Analyse sémantique du département de l'Hérault

Source : Analyse de la satisfaction de la clientèle française en Hérault, Hérault Tourisme, Juillet 2021



→ Un champ lexical orienté vers la beauté de la destination.

→ Une destination conviviale propice à la découverte (« visiter », « accueillant », « découvrir », « culturel »…)

Analyse sémantique du département de l'Hérault

Source : Analyse de la satisfaction de la clientèle française en Hérault, Hérault Tourisme, Juillet 2021



→ Les problématiques de circulation : Un obstacle à une expérience touristique optimale
→ La propreté des sites également pointée du doigt

Analyse sémantique de la Vallée de l'Hérault

Une destination propice à la **nostalgie**



Myriam Ben
c'est un endroit ou j'emmenais mes enfants il y'a 25 ans que de bons souvenirs 🥰

J'aime **Répondre** 1 sem



Chantal Forte-Colombier
Qui ne connaît pas le marché de Gignac?
De loin on vient y flaner

4

J'aime **Répondre** 16 sem



Francine Coulombe
Beau souvenir de mon séjour à Gignac en avril 2019 .
L'église et les oratoires sont magnifiques !

4

J'aime **Répondre** 9 sem

Source : Facebook Tourisme Saint Guilhem Vallée de l'Hérault

Analyse sémantique de la Vallée de l'Hérault

En visite à St Guilhem pendant nos vacances nous sommes passés au Pont du Diable, nous avons découvert la Maison du Grand Site où nous avons reçu un très bon accueil et de très bons conseils. Nous avons eu l'occasion de faire une dégustation de vins locaux avec Chloé qui nous a très bien conseillés ! Merci à l'équipe !
Visité en juillet 2021

Un patrimoine remarquable aménagé avec intelligence

En couple

Il faut consacrer une journée complète pour profiter de cet ensemble local authentique constitué autour de saint Guilhem . Nous conseillons d aller manger sur la place typique du village de saint Jean De Fos en laissant votre voiture au parking gratuit du village. Flânez dans les ruelles et visitez les échoppes des nombreux potiers du village. Ensuite vous utiliserez les navettes gratuites pour rejoindre saint Guilhem dont la découverte est un grand plaisir. Vous pourrez également aller profiter de la plage en admirant le pont du diable. Aucun frais de parking ! Les amateurs d eau vive y trouveront aussi leur compte.

Écrit le 2 août 2019

Visite guidée au top

En famille

Nous avons fait la visite guidée
Le guide est top et la visite n est pas ennuyeuse , il dynamise bien la visite

Écrit le 14 août 2021

Une destination propice à la **l'expérience sensorielle**

Source : Avis Google OTI Saint Guilhem - Vallée de l'Hérault - Maison du Grand Site / TripAdvisor

Analyse sémantique de la Vallée de l'Hérault

●○○○○

Grosse déception...

En famille

Pour clore la descente en canoë des gorges de l'herault de 12 km, nous tablions à 18h30 sur une bonne collation au village de St guilhem et ainsi profiter des rues de ce beau village.
Hélas nous nous contenterons de photos, car pour pouvoir accéder à une terrasse ou autre point de restauration et de rafraîchissement, il faut d'abord accéder à un étroit et très petit parking facturé 5E les 2h30 d'office. Et ce de 6h à minuit !

Pensant nous rattraper par une contemplation des gorges du diable sous le pont, là aussi nous nous contenterons du rapide coup d'œil depuis la voiture car le parking est à 600 mètres du pont. Soit 1200 mètres aller retour avec des enfants exténués... Nous avons abdiqués.

Pas de crêpes, pas de rafraîchissements, pas de photos pour nous, et de ce fait pas un soi pour la commune ni les commerçants ...

Moins d'infos ^

Écrit le 29 juillet 2021

Charlotte Jouvène
2 avis

★☆☆☆☆ il y a 4 mois

Jamais vu une organisation aussi mauvaise. Pour le week end de Pâques, impossible de se garer dans Saint Guilhem et ils n'ont même pas eu la présence d'esprit de mettre en place les navettes reliant le parking du pont du diable à saint Guilhem. On a du marcher 3 km pour arriver à saint Guilhem sur une route pas du tout sécurisée pour les piétons, un vrai danger pour nos vies.
Visité en avril

J'aime

Réponse du propriétaire il y a 4 mois
Bonjour,
Merci pour votre visite. Nous regrettons cette mauvaise expérience d'autant que les navettes fonctionnent six mois par an à partir du moment où le parking du pont du Diable devient payant (à partir du 23 avril). Il n'est pas possible à ce stade d'assumer le coût de ce service toute l'année.

●○○○○

Sortie furtive pour décompresser

Petite escapade furtive pour une découverte un peu surprenante.
Village mort au vue de la situation. Parking payant 2h30 pour 5€.
Cela n'incite pas à revenir sachant que les randos sont de 3h30/4h.
Faites un effort en cette période hivernale + COVID. Ca revient plus cher que le parking du Polygone ou tout autre station balnéaire où les pkg sont gratuit l'hiver.
Bonne continuation, nous passerons notre route.

Écrit le 2 février 2021

Le **stationnement** : Un frein pour une expérience optimale en Vallée de l'Hérault

Source : Avis Google OTI Saint Guilhem - Vallée de l'Hérault – Maison du Grand Site / TripAdvisor

Analyse sémantique de la Vallée de l'Hérault

L'accueil et la **qualité** des prestations en Vallée de l'Hérault pas toujours à la hauteur de la destination

Comte Yves
2 avis
★★★☆☆ il y a un an

Excellent accueil. Conseils pertinents.
Gros bémol sur la visite guidée. Guide très au fait des connaissances, mais la visite du village est en fait les trois quarts du temps dans l'abbaye alors que le village mériterait plus. De plus, il n'y a aucune interactivité. Dommage.
Visité en août 2020

josette henrottin
31 avis · 1 photo
★★★★★ il y a 4 mois

Magnifique village où l ont peut passer la journée
A faire pour les belge le santonnier nous avons été très mal reçu dans sa boutique il nous a dit qu il nous détestait qu il nous haïssait et ce 4 fois de suite nous sommes sorti calmement belge non violant heureusement pour lui
Visité en mai

Les Mamourous
Local Guide · 94 avis · 155 photos
★★★★☆ il y a 3 ans

Très bonne expérience dans un très beau village avec des commerçants super juste petit bémol au café de la place ou la patronne pas aimable elle n'a pas apprécié que mon fils est commandé un verre d'eau alors qu'on était 3 a consommé .
Visité en juillet 2019

Source : Avis Google OTI Saint Guilhem - Vallée de l'Hérault – Maison du Grand Site

Analyse sémantique de la Vallée de l'Hérault – Zoom sur le nom de la destination

Un enjeu lié aux flux touristiques !

Et la volonté de répartir les flux dans l'espace et le temps.

Pourtant…un nom de destination qui brouille le message : « Saint Guilhem Le Désert Vallée de l'Hérault », qui centralise le village de Saint-Guilhem-le-Désert au cœur de l'offre touristique.

Office de Tourisme
St-Guilhem-Le-Désert
VALLÉE DE L'HÉRAULT

Google vallée de l'hérault tourisme

Connexion

les gorges | gignac | clermont l | vins | randonnée | saint guilhem | falaises | montpellier | guide touristique | rando



France Voyage

La vallée de l'Hérault - Guide Tourisme & Va...



Tourisme Occitanie

Hérault : les gorges de l'Hérault - Tourisme en Occitanie



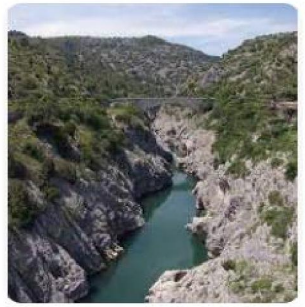
Tourisme Occitanie

Hérault : les gorges de l'Hérault - Tourisme en Occitanie



adt-herault.fr

Grands Sites en Hérault - ADT 34 - Hérault T...



Montpellier Tourisme

Les gorges de l'Hérault - site ...



Domaine de Pélican

Tourisme à Gignac, Vallée de l'Hérault, Pont du Di...



Tourisme Occitanie

Hérault : les gorges de l'Hérault - T...



Montpellier Tourisme

Les gorges de l'herault, - Tourisme M...



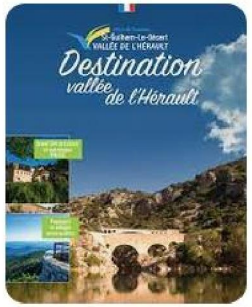
Conseil Départemental de l'Hérault

Grands Site de France Gorges de l'Hérault...



Conseil Départemental de l'Hérault

Tourisme - Site du Département de l'Hérault



Facebook

Tourisme Saint Guilhe...



Tourisme Occitanie

Hérault : les gorges de l'Hérau...



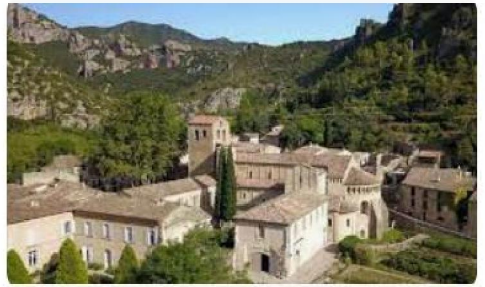
Montpellier Tourisme

Les gorges de l'Hérault - site naturel a...



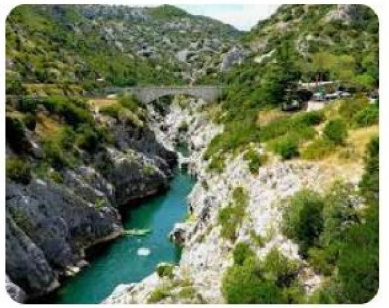
EscapadesLR

Visiter Clermont l'Hérault, Villes Villages visite et to...



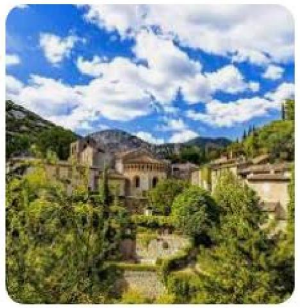
Hérault Tourisme

Saint-Guilhem-le-Désert, site d'exception dans le...



Le Clos des Olivettes

Hérault – Le Clos des Olivettes



Facebook

Tourisme Saint Guilhem Vall...

Merci de votre attention

IDTOURISME

Guillaume CROMER / Florian Billaud

Bureau: Cowork in Grenoble, 93 Cours Berriat 38000 GRENOBLE

Siège social: 7, impasse du four 38000 GRENOBLE

Tel: 06 99 29 47 29 / 07 63 47 02 04

Email: guillaume@id-tourisme.fr / florian@id-tourisme.fr

Site Internet: www.id-tourisme.fr

Blog: www.tendances-tourisme.fr



Office de Tourisme
St-Guilhem-Le-Désert
VALLÉE DE L'HÉRAULT

Accompagnement opérationnel à la définition de la stratégie de développement touristique de la Vallée de l'Hérault



Synthèse du diagnostic



FFOM

Forces

- Une culture historique de l'hospitalité et de l'accueil chaleureux
- Des sites touristiques d'envergure majeure
- Une activité viti-vinicole de premier plan, 150 domaines
- Une géologie et paysages identitaires et uniques
- Un réseau de sentiers de randonnée, VTT, Chemin de Saint Jacques développés et structurés
- Des équipements touristiques institutionnels structurants : Maison du Grand Site, Argiléum, OTI Gignac, projet BIT à Saint Guilhem
- Une équipe en cours de reformation et bien dotée en nombre de postes

Faiblesses

- Une mise en tourisme peu diversifiée
- Une offre d'hébergement/restauration sous-capacitaire pour le territoire
- Une forte problématique sur la mobilité au sein du territoire et sur les sites touristiques
- Un marketing de l'offre plutôt qu'un marketing de la demande
- Une posture encore peu affirmée face aux enjeux de la régulation des flux touristiques
- Des valeurs et axes à affirmer pour les décliner de manière opérationnelle : 6 valeurs, 5 inspirations thématiques
- Un accès à l'eau, aux baignades, difficiles et problématiques

Opportunités

- Un territoire fortement structuré au niveau des institutions de développement touristique
- des acteurs engagés dans des valeurs de transition vers un tourisme responsable ; partenariat avec Montpellier Agglo
- La Région Occitanie, terre d'accueil et référence du tourisme en France
- Le développement des comportements responsables autour de la consommation du voyage : développement des micro-aventures ; tourisme de proximité ; tourisme gourmand et sportif

Menaces

- Les effets du dérèglement climatique sur les températures estivales qui découragent le public à long terme et empêchent certaines activités
- Une concurrence avec des destinations plus accessibles et ouvertes aux déplacements multimodaux / destinations plus fraîches
- une acceptabilité de l'activité touristique classique remise en question par les habitants
- L'emploi saisonnier touristique en France
- La limitation de la consommation du foncier avec la loi 0 artificialisation des sols

Facteurs-clés de succès

Des hébergements en nombre suffisant	Développement de nouveaux projets d'hébergement : gîtes, hébergements insolites type HLL etc..	Mise à niveau des hébergements actuels selon les standards : classements qualité, labels écoresponsables
Un territoire accessible	Des infrastructures cyclables et une offre de déplacements intermodaux fluide	Une traduction de cette offre dans l'expérience touristique du territoire, pour les habitants et pour les voyageurs
Une offre claire et affirmée	6 valeurs, 5 inspirations thématiques	Un écosystème d'acteurs touristiques dynamique au service du développement du territoire
Un marketing de la demande	Une segmentation des clientèles visées pour construire une stratégie	Une maîtrise du parcours client au service de l'expérience du voyageur

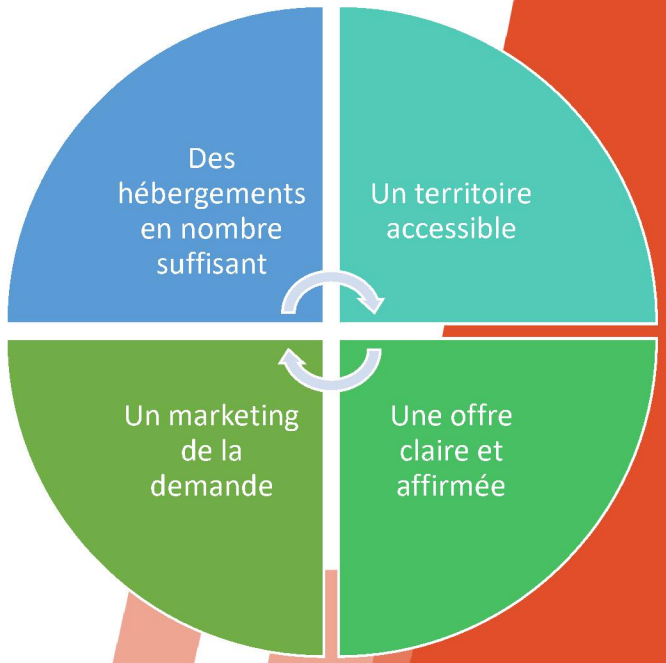
Facteurs-clés de succès

Quelle démarche mettre en place pour atteindre ces Facteurs-clés de succès? C'est bien la mise en œuvre des axes stratégies du Schéma de développement du Tourisme et des Loisirs de l'OTI CCVH :

Axe 1 : Le développement touristique est une œuvre collective de 28 communes

Axe 2 : Définir la personnalité touristique du territoire

Axe 3 : Donner au tourisme doux les conditions de son développement



Facteurs-clés de succès

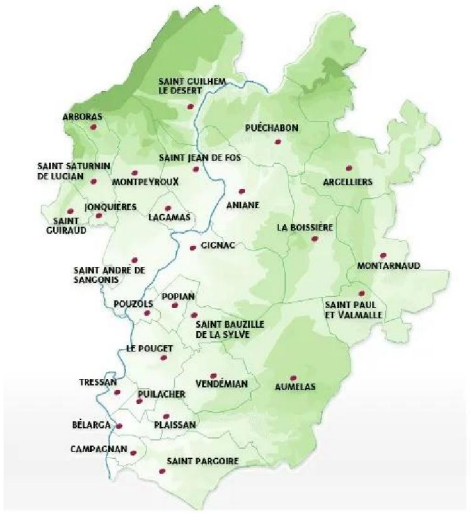
Un positionnement affirmé : 6 valeurs / 5 inspiration thématiques

- Vin et Vignerons
- Abbayes et Art de vivre
- Lézarder et Liberté
- Loisirs de pleine nature
- Evasion
- Eau

Office de Tourisme
St-Guilhem-Le-Désert
VALLÉE DE L'HÉRAULT

Légendaires
Naturelles
Gourmandes
Créatives
Pitchouns

Les 28 communes de la Vallée de l'Hérault



Principaux enseignements de la phase 1

Un territoire riche en ressources touristiques

- Les 6 valeurs : Vins et vignerons ; Abbayes et Arts de Vivre ; Lézarder et Liberté ; Loisirs de plein nature ; Evasion ; Eau
- Des lieux à protéger : mission Grand Site, projet GéoParc

Des acteurs à fédérer

- Tourisme et mobilité
- Tourisme et offre d'hébergement/restauration
- Tourisme et acteurs viti-vinicoles

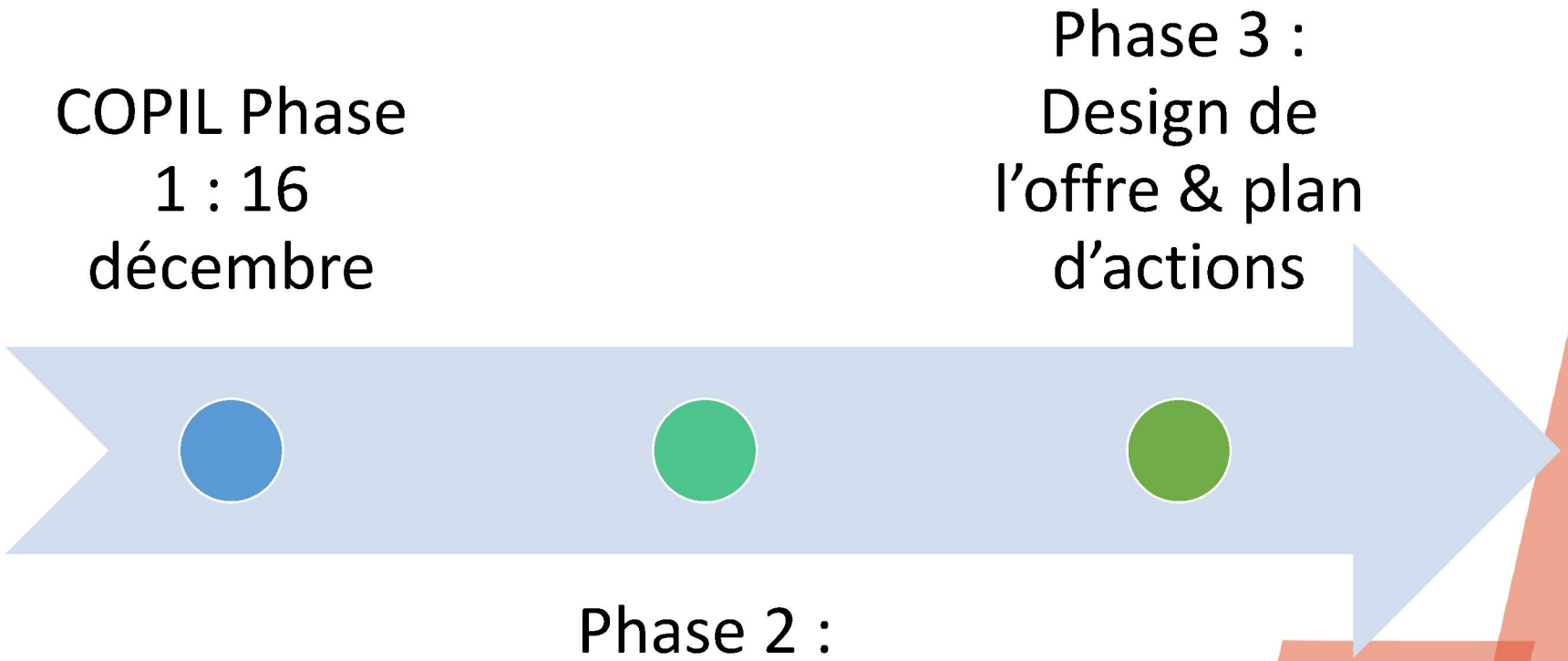
Une mise en tourisme durable à opérationnaliser

- Des pépites à valoriser
- Accompagner, structurer pour développer

Une ambition de durabilité à affirmer

- La régulation des flux touristiques
- Le marketing responsable

Suite de la mission



Merci de votre attention

IDTOURISME

Guillaume CROMER / Florian Billaud

Bureau: Cowork in Grenoble, 93 Cours Berriat 38000 GRENOBLE

Siège social: 7, impasse du four 38000 GRENOBLE

Tel: 06 99 29 47 29 / 07 63 47 02 04

Email: guillaume@id-tourisme.fr / florian@id-tourisme.fr

Site Internet: www.id-tourisme.fr

Blog: www.tendances-tourisme.fr

Accompagnement opérationnel à la définition de la stratégie de développement touristique de la Vallée de l'Hérault



VALLÉE DE L'HÉRAULT
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES

ID-Tourisme

Bureau d'étude à impact(s) positif(sà

27 septembre 2022

QUI SOMMES-NOUS ?

ID IDTOURISME

PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE

DIRECTEUR D'ETUDES



Guillaume CROMER
Directeur ID-Tourisme
Expert Stratégique et politique touristique

CONSULTANT SENIOR

Florian BILLAUD
Consultant en stratégie tourisme
Expert stratégie / marketing / plan d'actions / co-construction



CHARGEE D'ETUDES



Émilie COLARD
Chargée d'études junior
Recherche bibliographique
Benchmark
Analyse des données - Rédaction

ID IDTOURISME

RAPPEL DE LA MISSION



Rappel de la mission

Accompagnement opérationnel à la définition de la stratégie de développement touristique de la Vallée de l'Hérault

Les enjeux :

- une mise en tourisme du territoire plus large et diversifiée dans les saisons, de manière concertée et responsable
- Une proposition touristique re-designée
- un plan d'action opérationnel sur 3 ans

Rappel de la mission

Accompagnement opérationnel à la définition de la stratégie de développement touristique de la Vallée de l'Hérault

Les axes stratégiques

1. Mobiliser, accompagner et soutenir les habitants et les acteurs locaux pour les engager autour du projet touristique du territoire
2. Mettre en oeuvre une stratégie d'accueil et d'information touristique adaptée aux nouveaux usages et s'adressant à tous (résidents inclus)
3. Accompagner le développement d'une offre de tourisme durable 4 saisons typée Coeur d'Hérault, en lien avec le positionnement «arts de vivre»
4. Construire les pratiques marketing de la destination pour une communication plus responsable et plus ciblée
5. Inscrire la destination dans une logique d'excellence environnementale et bas carbone

Méthodologie de la mission

Phase 1 : compréhension du territoire

- Bibliographie
- Immersion locale (13ateliers - 8j)
- Évaluation des projets touristiques locaux
- Analyse de la notoriété de la destination

Phase 2 : audit de l'offre touristique

- Analyse des offres touristiques : 1 fiche par commune
- Analyse de l'offre évènementielle
- Rapport d'audit / 10 fortes opportunités de développement

Phase 3 : accompagnement au design de l'offre

- Ateliers de travail avec l'office de tourisme
- Élaboration du plan d'actions opérationnelles
- Plan détaillé du schéma de développement
- Option : plan de formation stratégie marketing pour l'OT

Ateliers & immersion locale

3 ateliers réalisés :

- Montarnaud et Saint Paul de Valmalle



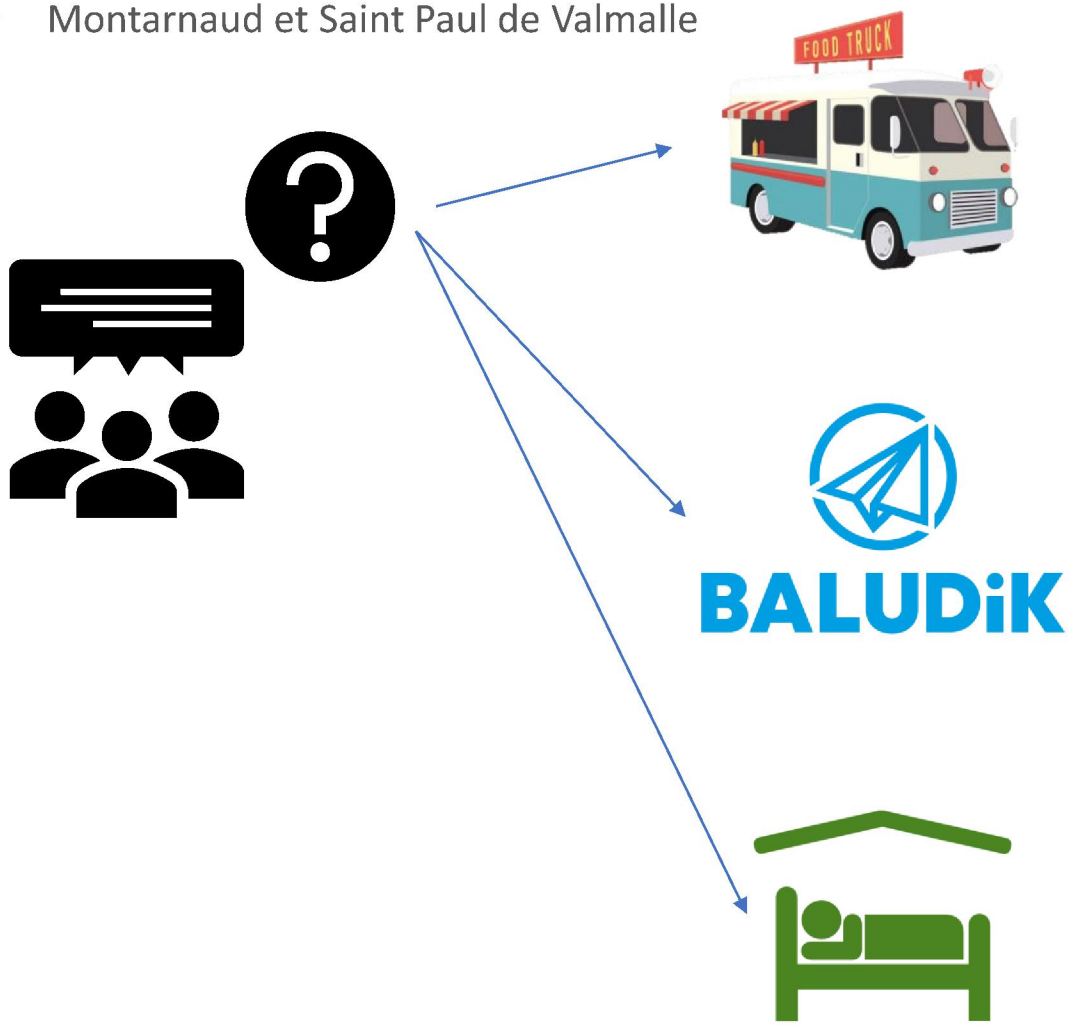




Ateliers & immersion locale

3 ateliers réalisés :

- Montarnaud et Saint Paul de Valmalle



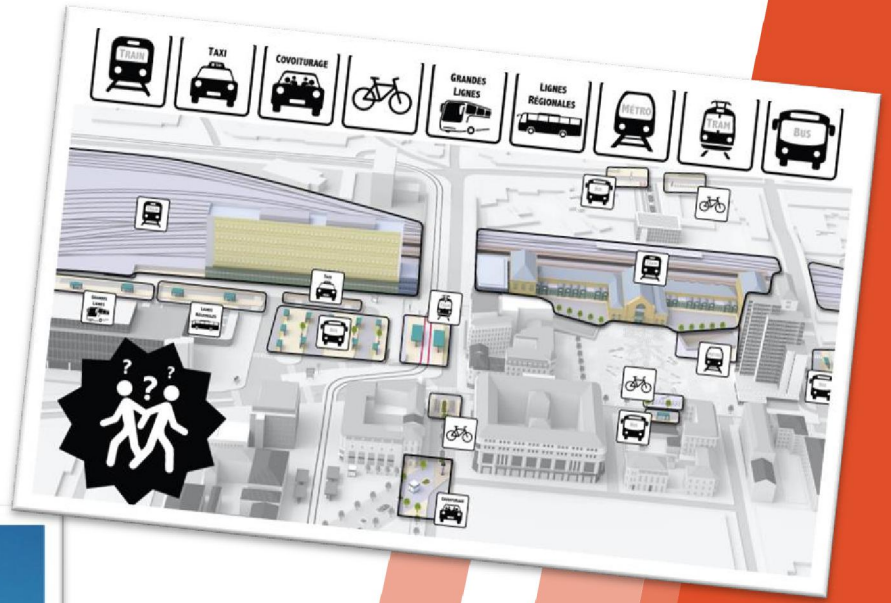
Ateliers & immersion locale

2 ateliers réalisés :

- Vendémian et Aumelas



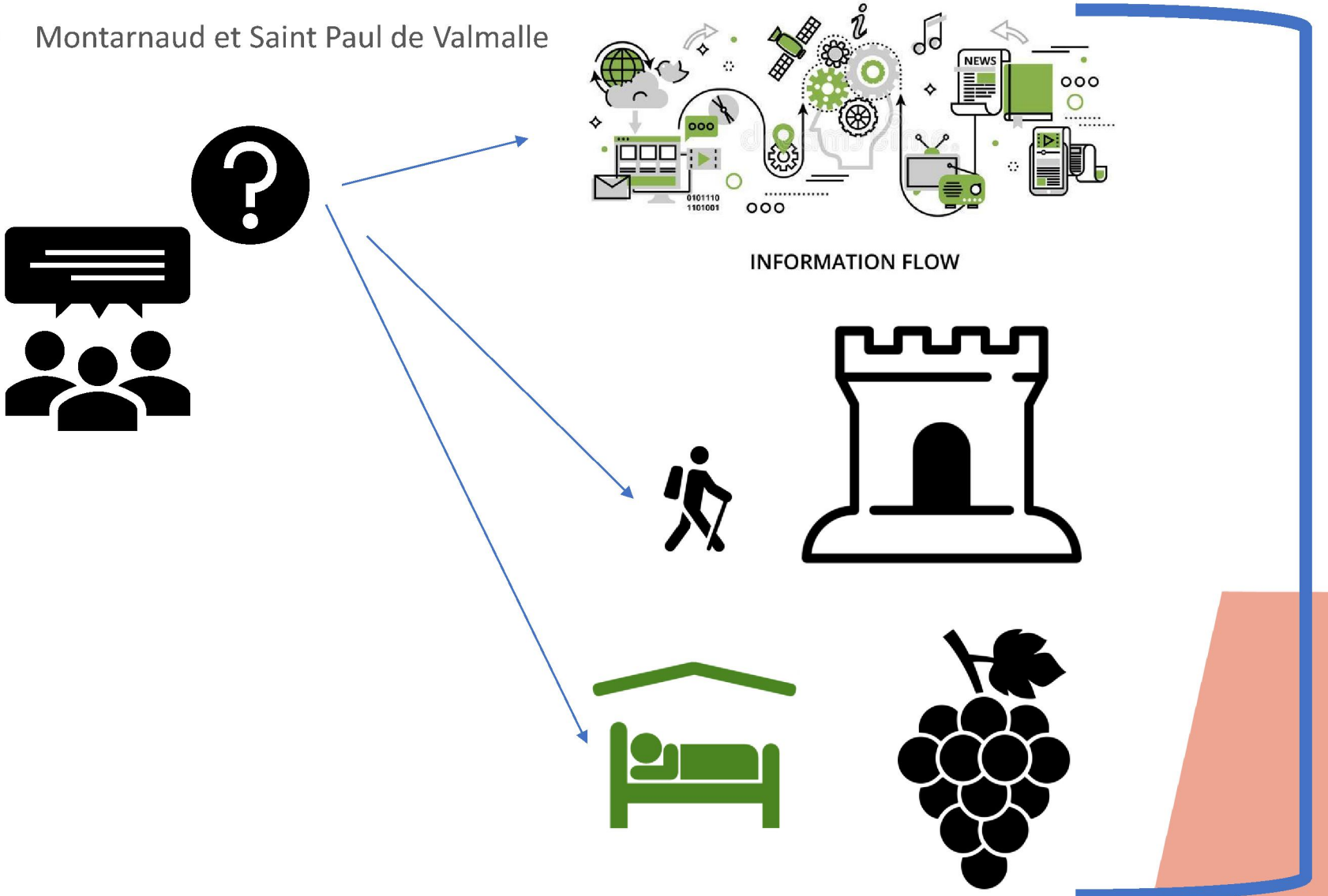




Ateliers & immersion locale

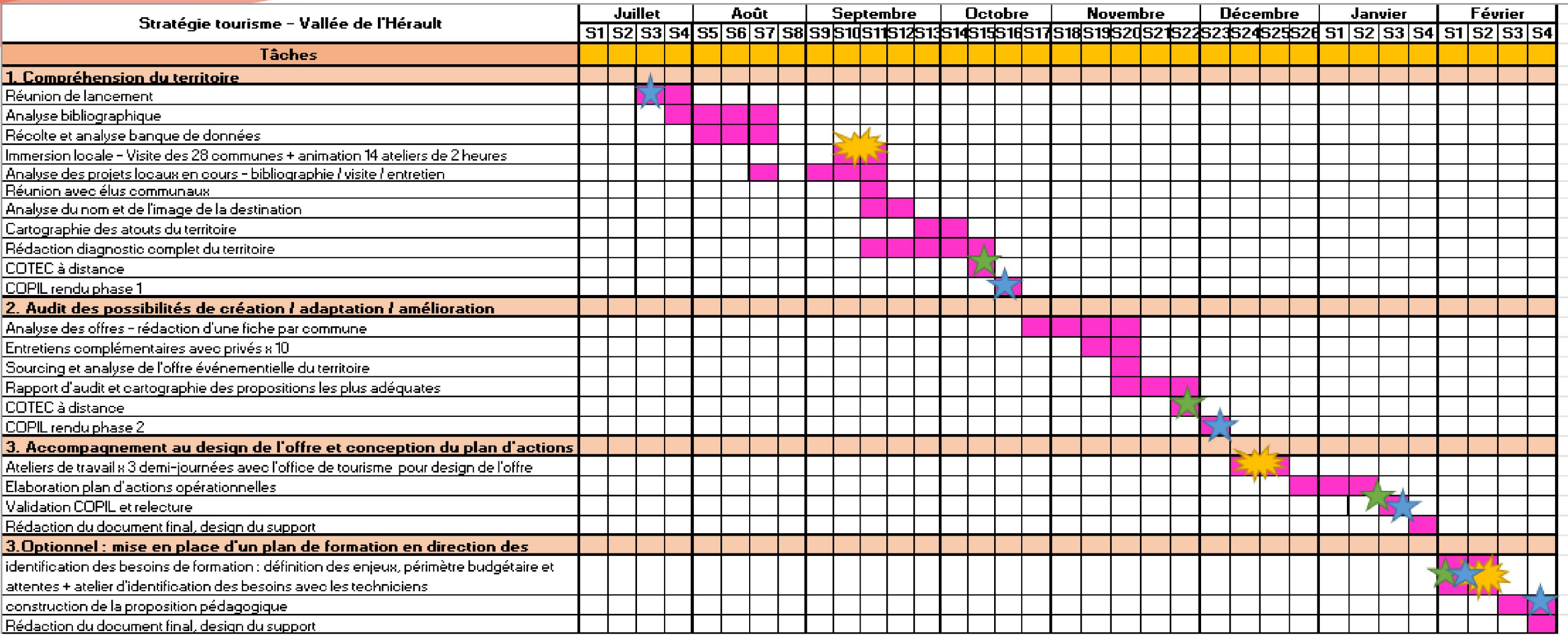
2 ateliers réalisés :

- Montarnaud et Saint Paul de Valmalle



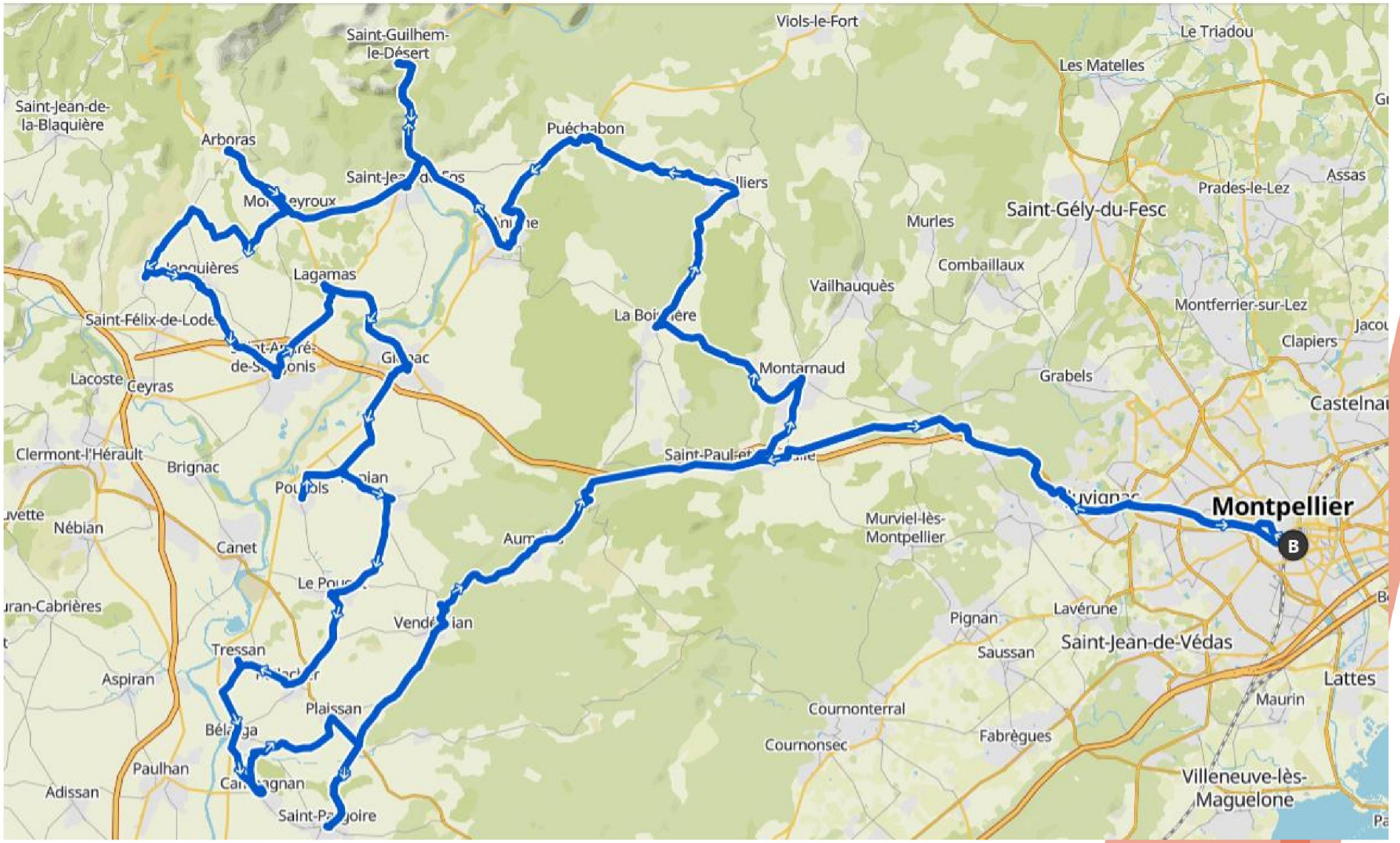


CALENDRIER DE LA MISSION



LES PROCHAINS RENDEZ-VOUS

Vallée de l'Herault



COORDONNEES

IDTOURISME

Guillaume CROMER / Florian Billaud

Bureau: Cowork in Grenoble, 93 Cours Berriat 38000 GRENOBLE

Siège social: 7, impasse du four 38000 GRENOBLE

Tel: 06 99 29 47 29 / 07 63 47 02 04

Email: guillaume@id-tourisme.fr / florian@id-tourisme.fr

Site Internet: www.id-tourisme.fr

Blog: www.tendances-tourisme.fr

LA DECLINAISON OPERATIONNELLE DU PROJET ECOTOURISTISQUE

1. AMELIORER L'ACCUEIL, L'INFORMATION ET LA QUALITE DES SERVICES TOURISTIQUES
2. VALORISER L'OFFRE TOURISTIQUE ET LES PRODUITS LOCAUX
3. SOUTENIR LA DURABILITE ET L'INNOVATION DANS LE TOURISME
4. CREER ET DYNAMISER DES EVENEMENTS TOURISTIQUES ATTRACTIFS
5. DEVELOPPER UNE OFFRE D'ANIMATIONS INNOVANTES ET RESPONSABLES
6. COORDONNER LES ACTIONS DE MOBILITE DOUCE ET DURABLE
7. FAVORISER L'ANCRAGE LOCAL:
8. RENFORCER LA COLLABORATION INTERTERRITORIALE ET LES PARTENARIATS
9. PROMOUVOIR UNE APPROCHE DU TOURISME DURABLE ET RESPONSABLE
10. OPTIMISER LA GESTION ET LA PERFORMANCE DES RESSOURCES HUMAINES

3.LA DECLINAISON OPERATIONNELLE DU PROJET ECOTOURISTISQUE

Le projet stratégique de l'OTI de la Vallée de l'Hérault se traduit par **des actions concrètes, déployées autour des axes inscrits dans le Schéma de développement du Tourisme et des Loisirs et dans l'étude menée par ID Tourisme**.

L'enjeu est de renforcer **l'attractivité, la lisibilité et la performance touristique du territoire**, tout en valorisant ses richesses naturelles, patrimoniales, humaines et économiques, en prenant en compte autant la population locale que les visiteurs.

La mise en œuvre repose sur **une approche pragmatique, partenariale et mesurable**, mobilisant à la fois les moyens de l'OTI, ceux des partenaires publics et privés, et l'implication des acteurs locaux.

1. AMELIORER L'ACCUEIL, L'INFORMATION ET LA QUALITE DES SERVICES TOURISTIQUES

L'objectif est d'assurer un **accueil de qualité**, professionnel et adapté aux différents profils de visiteurs, tout en **améliorant l'accessibilité et la lisibilité de l'offre touristique** du territoire. Il s'agit d'asseoir la **notoriété de la Destination,** de garantir une information claire et actualisée, et d'offrir une expérience fluide aux visiteurs à chaque étape de leur séjour.

Les actions spécifiques comprennent :

- **Renforcement des équipements d'accueil** : modernisation et optimisation des points d'accueil physiques et numériques pour une meilleure réactivité et disponibilité des informations, y compris la mise en place de bornes interactives et d'outils de géolocalisation plus performants.
- **Développement de l'accueil à distance** : mise en place de solutions digitales (applications mobiles, guides interactifs) et amélioration de la visibilité sur le web et les réseaux sociaux
- **Professionnalisation des acteurs locaux** : organisation de formations pour les professionnels du secteur, visant à optimiser la qualité des services et à promouvoir des pratiques respectueuses du développement durable
- **Amélioration de l'accessibilité** : actions en faveur de l'accueil des personnes en situation de handicap notamment au Pont du Diable, adaptation des supports de communication et des infrastructures pour garantir un accès égal à l'offre touristique
- **Maintien permanent de la qualité** : maintien des labels et certifications (Office classé en Catégorie 1 en 2024) mise en place d'un système d'écoute optimal des visiteurs pour évaluer la satisfaction et ajuster les services en conséquence
- **Valoriser la fonction d'information sur les mobilités durables**

Cet axe est essentiel pour **garantir une expérience touristique homogène et de qualité**, gage de fidélisation des visiteurs et de bouche-à-oreille positif.

2. VALORISER L'OFFRE TOURISTIQUE ET LES PRODUITS LOCAUX

L'objectif est de **mettre en lumière les spécificités du territoire**, **valoriser l'attachement des habitants** à leur territoire et à leur **implication active** dans la promotion locale, à travers la valorisation de ses richesses naturelles, culturelles et humaines, ainsi que des **produits locaux**. Cela comprend la promotion des activités, des sites d'exception et des savoir-faire, dans une perspective de développement durable.

Les actions spécifiques comprennent :

- **Création et promotion de produits touristiques originaux** via l'agence réceptive locale : mise en avant des produits emblématiques de la région (gastronomie, artisanat, vins, activités de pleine nature, ...), avec une attention particulière pour les circuits courts et l'intégration des producteurs locaux dans le circuit touristique
- **Valorisation du patrimoine naturel et culturel** : développement de visites guidées, d'expositions, de conférences, ainsi que la promotion d'événements culturels qui témoignent de l'histoire et des traditions du territoire, tout en les inscrivant dans une démarche de tourisme responsable
- **Déploiement du marketing territorial** : création de supports de communication ciblés (brochures, vidéos, sites internet), et développement d'un **pass touristique** ou de produits combinés permettant de découvrir plusieurs sites ou activités tout en bénéficiant d'un tarif préférentiel
- **Partenariats avec les acteurs locaux** : encourager la coopération avec les prestataires de services, les commerçants et les producteurs afin de co-construire des offres attractives pour les visiteurs tout en garantissant une juste répartition des retombées économiques
- **Mise en avant des labels touristiques** avec une **charte d'engagement pour un territoire durable**
- **Valorisation de la destination par l'obtention et le maintien des labels,** et suivi des démarches qualité avec des actions de sensibilisation et de formation des acteurs du territoire
- Accueil annuel des **nouveaux arrivants**, avec des visites gratuites du **Pont du Diable** et de **Saint-Guilhem-le-Désert**
- **Sensibilisation des habitants** via les médias locaux
- Réédition du **guide de voyage ViaTao**, compilant les meilleures adresses eco-responsables en Vallée de l'Hérault
- **Relance annuelle de la démarche carte privilège**
- Développement de **projets partenariaux inter-filières** en priorité pour le secteur viticole et les métiers d'art
- **Affirmation des valeurs locales** à travers l'**appropriation par les acteurs locaux** de la culture de la Vallée
- Promotion de la thématique **« Grands Sites »**, en partenariat avec le Pays et les sites phares du Pays Cœur d'Hérault
- Création d'**outils de médiation locale** (visites guidées, panneaux d'interprétation) pour transmettre la mémoire du territoire

Cet axe permet de **renforcer l'attractivité** de la Vallée de l'Hérault, en proposant une offre touristique diversifiée et de qualité, qui répond aux attentes des visiteurs de découvertes authentiques et durables. Elle impose la mise en œuvre d'un marketing de la demande.

3. SOUTENIR LA DURABILITE ET L'INNOVATION DANS LE TOURISME

Cet axe se concentre sur la **promotion d'un tourisme responsable**, respectueux de l'environnement, et sur le **développement de solutions innovantes** pour répondre aux attentes des visiteurs modernes. Il vise à **réduire l'empreinte écologique** tout en augmentant l'impact social et économique du tourisme local.

Les actions spécifiques comprennent :

- **Promotion du tourisme durable** : mettre en place des actions concrètes pour limiter les effets négatifs du tourisme, en mettant l'accent sur les pratiques écologiques (réduction des déchets, gestion de l'eau, utilisation des énergies renouvelables) et en **encourageant l'adoption des mobilités douces** (vélo, marche, transport en commun, équitation...)

- **Soutien à l'innovation technologique** : développer et intégrer des outils numériques innovants pour faciliter l'accès à l'information touristique (applications mobiles, bornes interactives, site web dynamique), et créer une **expérience client améliorée** à travers des solutions telles que la réalité augmentée ou des visites virtuelles
- **Intégration de l'économie circulaire** : promouvoir des pratiques touristiques favorisant l'économie circulaire (réutilisation, recyclage, réduction des déchets), en collaboration avec les acteurs locaux pour encourager une consommation plus responsable
- **Formation et sensibilisation des acteurs touristiques** : organiser des **ateliers et formations** sur la durabilité, l'éco-responsabilité, et les nouvelles technologies afin de renforcer l'engagement des professionnels du tourisme envers des pratiques respectueuses de l'environnement
- **Mise en place de labels écologiques et responsables** : présentation de la candidature Green Destination, encourager la mise en œuvre de démarches responsables et durables chez les pros du territoire, à la fois au niveau des hébergements, des activités et des services

Cet axe s'inscrit dans une logique de **tourisme bas carbone**. Il constitue également une **opportunité pour les entreprises locales** de se différencier sur le marché en devenant des acteurs du changement vers un tourisme plus durable.

4. CREER ET DYNAMISER DES EVENEMENTS TOURISTIQUES ATTRACTIFS

Contrôler la sur-fréquentation et accompagner le développement d'une **offre de tourisme durable 4 saisons**. Ces événements, souvent existants, sont soutenus par l'OTI dans le cadre d'une charte d'éco-responsabilité pour séduire une large gamme de visiteurs d'ici et d'ailleurs **tout au long de l'année**, en enrichissant l'offre touristique locale et en stimulant l'économie régionale.

Les actions spécifiques comprennent :

- **La co-production d'événements culturels et de loisirs** : développer des événements réguliers ou ponctuels tels que des festivals, des salons, des concerts, des expositions, ou des manifestations sportives, en lien avec les thématiques du territoire (vins - locavore, patrimoine, nature, arts de vivre, ...)
- **Promotion des événements de niche** : se concentrer sur des événements ciblés qui répondent aux attentes spécifiques de certains segments de clientèle, comme le tourisme de ressourcement, le bien-être, ou le tourisme gastronomique, en valorisant les savoir-faire locaux
- **Création de partenariats** avec des acteurs régionaux, nationaux et internationaux pour assurer une **visibilité maximale des événements** au niveau local, national et international, via les médias, les réseaux sociaux et les plateformes spécialisées
- **Soutien aux événements à faible impact environnemental** : encourager les événements qui respectent les principes de durabilité, en minimisant leur empreinte écologique et en favorisant l'utilisation de ressources locales et durables
- **Création et développement de produits touristiques adossés à des événements** : associer à ces événements des **produits touristiques spécifiques** (visites thématiques, circuits accompagnés, séjours à thème…) pour maximiser l'expérience des visiteurs et inciter à prolonger leur séjour
- **Mise en réseau des acteurs locaux** : fédérer les acteurs touristiques autour des événements pour qu'ils collaborent, par exemple, en matière d'hébergement, de restauration, ou de transport, afin d'offrir une **expérience homogène et fluide aux visiteurs**

Cet axe permet de **créer une dynamique** autour du territoire, tout en **renforçant sa visibilité** et son

attractivité, et en **stimuler l'économie locale** par l'organisation de temps forts qui génèrent des retombées directes (consommation locale, création d'emplois temporaires, dynamisation des commerces, ...).

5. DEVELOPPER UNE OFFRE D'ANIMATIONS INNOVANTES ET RESPONSABLES

Les événements et animations sont essentiels pour **dynamiser l'attractivité** du territoire et créer des **liens avec les visiteurs** au-delà des frontières locales. Aussi l'Office de Tourisme Intercommunal se concentre sur la **création d'une offre d'animations variées**, ciblant à la fois les résidents et les visiteurs, afin d'enrichir leur expérience du territoire. Il s'agit d'offrir des moments conviviaux et enrichissants, tout en intégrant des pratiques respectueuses de l'environnement et des savoir-faire locaux.

- Organisation ou participation à des événements comme les **Journées des métiers d'art**, la **Fête de la Nature**, **VINOCAP**, **Place Au Terroir**, le salon des agricultures méditerranéennes, **les Journées Européennes de Patrimoine** qui contribuent à l'attractivité du territoire
- L'Office de Tourisme Intercommunal participe activement à l'organisation de ces événements en **coproduction** avec la **Communauté de Communes de la Vallée de l'Hérault**, notamment le service communication
- L'EPIC-OTI est présent lors de **salons**, **congrès**, et **séminaires** comme **Rendez-vous en France** pour promouvoir la destination à une échelle plus large.

Les actions spécifiques incluent :

- **La création d'animations culturelles, sportives et récréatives** : développer des programmes adaptés aux différents publics, incluant des ateliers, des randonnées, des visites guidées thématiques, des ateliers de cuisine, des événements musicaux, ..., en valorisant les **savoir-faire locaux** et les **traditions**
- **Promotion du tourisme durable à travers des événements écologiques** : organiser des animations en lien avec la nature, telles que des **randonnées en milieu naturel**, des **ateliers zéro déchet**, ou des **expériences immersives** favorisant une prise de conscience environnementale
- **Innovations numériques** : intégrer les technologies numériques dans l'animation touristique (réalité augmentée, visites virtuelles, jeux interactifs, podcast, ...) pour rendre l'expérience plus interactive et attractive pour les jeunes générations et les amateurs de nouvelles technologies notamment en lien avec l'alternateur.
- **Ateliers et événements inclusifs** : mettre en place des animations accessibles à tous, en particulier aux personnes en situation de handicap, avec des actions spécifiques pour les personnes handicapées ou les familles (comme des visites adaptées ou des ateliers sensoriels)
- **Partenariats avec des acteurs locaux** : impliquer les **associations locales**, les **artisans** et les **producteurs** dans la conception d'animations, afin de renforcer la **dimension locale** et favoriser la **transmission de l'identité du territoire**
- **Démarche écoresponsable** : intégrer des critères de **durabilité** dans l'organisation des animations (gestion des déchets, choix des matériaux, ...), en visant à réduire l'impact environnemental des événements

6. COORDONNER LES ACTIONS DE MOBILITE DOUCE ET DURABLE

L'objectif est de faciliter et d'accompagner **des solutions de mobilité douce**, pour un meilleur accès aux différents sites touristiques du territoire tout en respectant l'environnement. Il s'agit d'encourager l'utilisation de modes de transport respectueux de la planète et d'améliorer l'expérience touristique en réduisant l'empreinte carbone.

Les actions spécifiques incluent :

- Informer les visiteurs sur l'ensemble des solutions de transport disponibles sur le territoire (transports en commun, mobilités douces, parkings relais, navettes touristiques, covoiturage, etc.), afin de **favoriser des déplacements plus responsables, fluides et respectueux de l'environnement**
- **Une collaboration avec les acteurs locaux de la mobilité** : encourager les **partenariats avec des services de location de vélos, trottinettes électriques, modulauto** et autres moyens de transport alternatifs pour permettre une exploration durable du territoire
- **Promotion du covoiturage** pour permettre aux visiteurs d'accéder facilement aux points d'intérêt tout en réduisant l'empreinte carbone
- **Sensibilisation des visiteurs et résidents** : mettre en place des campagnes de **communication** pour encourager les pratiques de **mobilité douce** à travers des supports papier, des vidéos, des publications sur les réseaux sociaux, des informations sur le site internet et des panneaux d'information en points stratégiques
- **Accessibilité des lieux** gérés par l'OTI : améliorer l'**accessibilité pour les personnes à mobilité réduite** et garantir que tous les visiteurs puissent profiter du territoire,
- Définition et animation de la Maison du Tourisme et des mobilités qui ouvrira ses portes à Gignac pour l'été 2026 avec des amplitudes d'ouverture revisitées.

Cet axe vise à promouvoir un **réseau de mobilité interconnecté** et **durable**, offrant aux visiteurs une expérience fluide et agréable, tout en contribuant activement à la **préservation de l'environnement** et en **réduisant les émissions de CO2** liées au tourisme.

7. FAVORISER L'ANCRAGE LOCAL:

Cet axe se concentre sur la mise en valeur des **produits locaux** et des **savoir-faire traditionnels** de la Vallée de l'Hérault, en associant les aspects culturels et touristiques du territoire. L'objectif est de soutenir l'économie locale tout en enrichissant l'expérience des visiteurs et des habitants par des produits authentiques et un lien direct avec les acteurs du territoire.

Les actions spécifiques incluent :

- **Création de circuits de découverte des produits locaux** : organiser des **visites guidées** dans les **ateliers d'artisans**, les **vignobles**, et les **fermes** locales afin de permettre aux visiteurs de découvrir le savoir-faire des producteurs, artisans et vignerons
- **Promotion des produits en circuits courts** : mettre en avant les **produits locaux** (artisanat, vins, produits agricoles, ...) au sein des points d'accueil de l'Office de Tourisme Intercommunal, via des **boutiques en ligne** et des **partenariats avec les commerçants locaux**
- **Organisation d'événements dédiés à la mise en valeur des savoir-faire locaux** : organiser des **marchés de producteurs**, des **salons de l'artisanat**, des **festivals gastronomiques**, ... pour attirer les visiteurs autour des produits du territoire et des métiers d'art
- **Valorisation du patrimoine immatériel** : mettre en place des **ateliers de découverte** des traditions et savoir-faire artisanaux (ex : poterie, tissage, cuisine traditionnelle) qui permettent aux visiteurs de s'impliquer activement
- **Création d'une offre de produits touristiques emblématiques** : développer une **gamme de produits dérivés** en lien avec les valeurs du territoire, tels que des **souvenirs** uniques représentant le patrimoine local, vendus dans les boutiques de l'Office de Tourisme
- **Collaboration avec des acteurs de la filière tourisme responsable** : soutenir des initiatives **écoresponsables** favorisant l'économie circulaire et le respect de l'environnement, tout en intégrant des produits durables et respectueux des ressources locales

Cet axe vise à **dynamiser le commerce local** en encourageant la consommation de produits locaux et à créer de la **valeur ajoutée** en plaçant les visiteurs au cœur des traditions et des savoir-faire et en jouant de nos avantages concurrentiels.

8. RENFORCER LA COLLABORATION INTERTERRITORIALE ET LES PARTENARIATS

Transformer l'hébergement : augmenter le nombre de nuitées, optimiser la taxe de séjour et encourager l'implantation d'hébergements écoresponsables. L'objectif est de favoriser une **approche collaborative**, de **dynamiser l'offre patrimoniale**, de **renforcer les partenariats stratégiques** entre les différents acteurs du territoire, tant au niveau local, régional, que national au travers des partenariats multiples.

- **Développement d'un programme annuel** de visites patrimoniales intégrant des aspects naturalistes
- **Développement d'une marque locale** : produits autour de la personnalité de la Vallée (terroir, viticulture, patrimoine, nature) à commercialiser via l'Office de Tourisme et des partenaires locaux sous **contrat de licence**
- **Proposer un Conseil en ingénierie touristique** pour améliorer les capacités d'hébergement et soutenir les projets en partenariat avec les communes, la communauté de communes, le Sydel et les institutions (ADT, CCI, Métropole ...)
- **Développement des visites conseils** en collaboration avec les organismes certificateurs (qualité Hérault, labels…)
- **Collecte de la taxe de séjour** assurée par les agents de l'Office de Tourisme Intercommunal
- **Accompagnement à la commercialisation** des offres touristiques via l'usage des outils numériques
- **Création de produits touristiques de séjour** en tant qu'agence réceptive locale, avec des mises à jour régulières des offres pour les groupes comme **pour les individuels**
- Diffusion du **catalogue d'offres** incluant des demi-journées, journées et weekends en Vallée de l'Hérault
- Développement d'un tourisme de niches : équitourisme, vélotourisme, tourisme de pèlerinage
- Mise en place d'applications ludiques adossées à la téléphonie mobile telles que **Baludik** ou **Randoland**

Pour les groupes :

- Maintien de l'habilitation à commercialiser par l'**adhésion annuelle à l'APST**
- Création d'un **catalogue d'offres packagées** pour les groupes

Les actions spécifiques incluent :

- **Consolidation des partenariats** avec des institutions telles que l'**Agence des Chemins de Saint-Jacques de Compostelle**, l'**UNESCO**, le **Grand Site de France et Grand Site d'Occitanie, Villes et métiers d'art**
- Avec **Montpellier Métropole dans** le cadre du contrat de réciprocité
- Avec **l'ensemble** des institutions touristiques régionales et nationales : renforcer la collaboration avec des acteurs comme l'Agence de Développement Touristique de l'Hérault, le Comité Régional du Tourisme, et des structures nationales (Atout France) pour promouvoir ensemble des actions communes en matière de tourisme durable.
- **Développement de synergies avec les autres offices de tourisme** : établir des partenariats avec les Offices de Tourisme voisins dans le cadre du Pays et du Grand site- Gorges de l'Hérault,

afin de proposer des packages touristiques transfrontaliers ou intercommunaux qui permettent de prolonger l'expérience du visiteur au-delà de la Vallée de l'Hérault

- **Renforcement de l'intégration dans les réseaux professionnels** : inscrire l'Office de Tourisme Intercommunal dans des réseaux d'acteurs du tourisme durable et des communautés professionnelles à l'échelle régionale et nationale pour être à la pointe des innovations et des bonnes pratiques
- **Partenariats avec des entreprises locales** : créer des partenariats avec les entreprises locales, en particulier celles liées à la mobilité durable, l'hébergement écologique, ou encore les activités de loisirs respectueuses de l'environnement, pour proposer une offre intégrée et cohérente
- **Mise en place de projets transversaux** : développer des projets collaboratifs avec les Communautés de communes voisines et celles impliquées dans la mission Grand Site, qui incluent des initiatives communes de marketing et des actions visant à valoriser des thématiques communes, telles que le tourisme vigneron, les activités de pleine nature, ou encore le patrimoine architectural

Cet axe vise à **multiplier les opportunités** de coopération et à **valoriser l'impact global** de la Vallée de l'Hérault dans un réseau plus large, renforçant ainsi son attractivité et sa **positionnement stratégique** sur les marchés touristiques.

9. PROMOUVOIR UNE APPROCHE DU TOURISME DURABLE ET RESPONSABLE

Les actions spécifiques incluent :

- **Développement de l'écotourisme** : encourager la pratique du tourisme durable, en mettant en avant les activités de loisirs qui respectent les principes de développement durable, comme les randonnées pédestres, les circuits à vélo, ou les activités aquatiques respectueuses des écosystèmes
- **Certification et labellisation écologiques** : promouvoir l'obtention de labels écologiques pour les prestataires locaux, qu'il s'agisse des hébergements, des restaurants ou des activités touristiques, afin de valoriser leur engagement dans une démarche écoresponsable
- **Sensibilisation à l'environnement** : organiser des ateliers et formations pour les acteurs touristiques locaux afin de les sensibiliser aux bonnes pratiques environnementales et à l'importance d'une gestion durable des ressources (eau, énergie, déchets)
- **Réduction de l'empreinte carbone** : mettre en place des initiatives visant à réduire les émissions de CO2, telles que la promotion des mobilités douces (vélo, transports en commun, véhicules électriques) et la création d'infrastructures écologiques sur le territoire (bornes de recharge, circuits verts)
- **Promotion des produits locaux et des circuits courts** : encourager les produits locaux, en développant des partenariats avec des producteurs pour favoriser la vente de produits du terroir dans les boutiques de l'Office de Tourisme et une valorisation des talents locaux sur l'ensemble des médias d'information des visiteurs.

10. OPTIMISER LA GESTION ET LA PERFORMANCE DES RESSOURCES HUMAINES

L'Office de Tourisme Intercommunal se concentre sur l'**optimisation de la gestion des ressources humaines**, en mettant en place des processus permettant de **renforcer les compétences** des équipes, de favoriser un environnement de travail **collaboratif**, et d'**améliorer la performance globale** des collaborateurs. Cela inclut la mise en place de **mécanismes de motivation**, de **formation continue** et d'**évaluation des performances**, afin de garantir une gestion **efficace** et **adaptée** aux enjeux du tourisme sur le territoire.

Les actions spécifiques incluent :

- **Formation et développement des compétences** : établir un plan de formation annuel visant à améliorer les compétences techniques et relationnelles des équipes, en particulier dans les domaines du marketing touristique, de la gestion de l'accueil, et de la communication digitale
- **Gestion des talents et mobilité interne** : encourager la mobilité interne en favorisant la promotion des collaborateurs au sein de l'Office de Tourisme Intercommunal, ainsi que le développement de nouveaux talents à travers des stages et des contrats d'apprentissage
- **Amélioration des conditions de travail** : veiller à la mise en place d'un environnement de travail bienveillant, motivant, et respectueux, en organisant des événements de team-building, des réunions de feedback, et en offrant des opportunités de reconnaissance pour le travail effectué
- **Mise en place d'indicateurs de performance RH** : développer des indicateurs de performance permettant d'évaluer l'efficacité de la gestion des ressources humaines, en prenant en compte des éléments tels que l'engagement des collaborateurs, la réduction du turnover, et la satisfaction des équipes
- **Développement d'une culture de la performance collaborative** : instaurer une culture d'équipe qui valorise les objectifs communs, la collaboration interservices, et la réflexion collective sur les projets de développement touristique, pour renforcer l'implication des équipes dans les résultats de l'Office
- **Suivi et gestion des risques psychosociaux** : mettre en place un dispositif de prévention des risques psychosociaux en assurant des entretiens individuels réguliers, en surveillant les conditions de stress et en proposant des solutions de bien-être au travail (accompagnement psychologique, activités de relaxation, ...)

Cet axe vise à renforcer la **cohésion des équipes** et à améliorer leur **efficacité opérationnelle**, pour garantir une **gestion des ressources humaines alignée** avec les objectifs stratégiques de l'Office de Tourisme Intercommunal et les attentes des visiteurs. L'objectif est de développer une équipe **compétente**, **motivée** et **engagée**, capable de répondre aux enjeux complexes du tourisme et d'assurer une qualité de service optimale.