

MaHoC

CONSEIL EN INGENIERIE TOURISTIQUE

éthicalia 
ingénierie du tourisme durable

Sète
AGGLOPÔLE
méditerranée
ARCHIPEL DE THAU



Schéma de développement touristique du bassin de Thau

Communauté d'Agglomération
Sète Agglopôle Méditerranée

Plan d'actions tourisme

Juillet 2018

MÉTHODOLOGIE : 3 PHASES DE TRAVAIL

L'enjeu général de la mission est de doter Sète Agglopôle Méditerranée **d'une stratégie de développement touristique partagée et déclinée de manière opérationnelle sur l'ensemble du territoire**

Phase 1

Diagnostic complet du tourisme sur le bassin de Thau et partage des orientations

Phase 2

Elaboration de la stratégie de développement touristique et marketing

Phase 3

Elaboration du plan d'actions



Les axes stratégiques



Axes stratégiques

Améliorer la fluidité et la qualité du parcours client, tout au long de la chaîne d'accueil des visiteurs

ACCUEIL +



1

EXPERIENCES DE SEJOUR



2

Développer des expériences à vivre de qualité, en s'appuyant sur les filières d'excellence de la destination

Mettre en œuvre une politique marketing partenariale centrée sur le client, pour gagner en visibilité au sein de la destination Méditerranée

MARKETING



3

GOVERNANCE



4

Rénover la gouvernance touristique du territoire pour adapter les outils d'intervention au nouveau projet touristique



Les actions



ACCUEIL +

Améliorer la fluidité et la qualité du parcours client, tout au long de la chaîne d'accueil des visiteurs



- **Transport - Déplacement**

- ▶ Améliorer « l'expérience visiteur » en travaillant les conditions d'acheminement, d'accueil et de diffusion des flux touristiques à partir des « portes d'entrée » du territoire

- **Accueil - Information**

- ▶ Proposer des conditions d'accueil supérieures, en travaillant avec tous les maillons de la chaîne d'accueil (OT, professionnels du tourisme, commerçants, habitants, etc.)

- **Aménagement - préservation - valorisation**

- ▶ Soigner les fondamentaux d'une destination touristique de qualité et « nature », en travaillant sur le traitement paysager, les aménagements publics et la préservation des espaces naturels

6 actions

Transport - Déplacement

1. Améliorer l'offre de déplacements multimodale en faveur d'un tourisme bas carbone

Accueil - Information

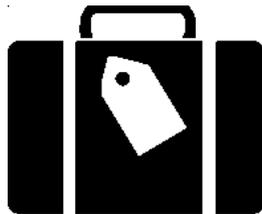
2. Définir une stratégie d'accueil et de diffusion de l'information adaptée
3. Impliquer les habitants dans le projet touristique du territoire

Aménagement - valorisation

4. Soutenir un urbanisme de qualité et l'embellissement des espaces publics
5. Améliorer l'aménagement et la valorisation touristiques des sites patrimoniaux et naturels
6. Conduire une politique d'excellence de gestion et de valorisation des plages et des espaces lagunaires

EXPERIENCES DE SEJOUR

Développer des expériences à vivre de qualité, en s'appuyant sur les filières d'excellence de la destination



- **Hébergement - restauration - commerce**
 - ▶ Mettre en place un plan d'intervention pour faire monter en gamme et en qualité l'offre touristique marchande (hébergement, restauration, commerces)
- **Filières « communautaires »**
 - ▶ Conforter les filières « communautaires », qui irriguent de manière transversale le territoire, en renforçant leur qualité, leur attractivité, leur capacité d'innovation, sans les dénaturer et en valorisant les expériences hédonistes promises : SAM est en position de leadership sur la structuration de ces filières
 - Sport et activités de pleine nature, oenogastronomie, tourisme culturel
- **Filières « partenariales »**
 - ▶ Appuyer le développement des offres touristiques et des filières spécifiques, qui concernent surtout une partie du territoire, en apportant un soutien à l'initiative privée et publique : SAM est en position de partenaire sur ces filières
 - Croisières/ tourisme fluvial, tourisme d'affaires, tourisme de santé
- **Mise en réseau multi-filières**
 - ▶ Accompagner la mise en réseau des acteurs du tourisme autour des accroches thématiques fortes du territoire

7 actions

Hébergement - restauration - commerce

7. Soutenir la qualification et le développement de l'hébergement marchand
8. Mobiliser les commerçants et les restaurateurs dans le projet touristique

Filières « communautaires »

9. Positionner le territoire comme une destination d'excellence sports et loisirs outdoor
10. Structurer l'offre de loisirs et sports nautiques
11. Promouvoir les productions du terroir dans l'offre touristique
12. Développer les prestations de découverte de la culture et du patrimoine

Filières « partenariales »

13. Accompagner le développement des filières partenariales

- 13a. Croisières
- 13b. Tourisme fluvial
- 13c. Tourisme de santé
- 13d. Tourisme d'affaires

MARKETING

Mettre en œuvre une politique marketing partenariale centrée sur le client, pour gagner en visibilité au sein de la destination Méditerranée



- **Récit de la “marque” - contenus**
 - ▶ Travailler le discours et les contenus de communication pour valoriser le nouveau positionnement du territoire
- **Supports print - web**
 - ▶ Mettre en place une stratégie marketing fortement axée sur le numérique et les outils mutualisés, pour renforcer la présence digitale de la destination
- **Promotion - mise en marché**
 - ▶ Participer à des opérations de promotion ciblées et mutualisées et améliorer la mise en marché des produits des professionnels du territoire

5 actions

Récit de la marque - contenus

14. Produire des contenus de communication qualitatifs en cohérence avec l'esprit du positionnement

Supports print - web

15. Adapter la politique d'éditions aux nouvelles attentes des clientèles

16. Mettre en place une stratégie digitale commune performante

Promotion - mise en marché

17. Conduire et participer à des opérations de promotion et d'image

18. Améliorer la mise en marché des produits touristiques

GOVERNANCE

Rénover la gouvernance
touristique du territoire pour
adapter les outils
d'intervention au nouveau
projet touristique



- **Organisation touristique**
 - ▶ Déployer une organisation plus forte, en adéquation avec un environnement en pleine mutation, pour garantir un pilotage politique et technique du projet touristique du territoire
- **Gouvernance de la destination**
 - ▶ Impliquer le secteur privé et associatif dans la gouvernance touristique de la destination, et renforcer les partenariats avec les territoires voisins
- **Professionnalisation**
 - ▶ Renforcer la professionnalisation de l'Office de Tourisme et des acteurs privés, pour accompagner efficacement la stratégie territoriale, et capitaliser sur les compétences et ressources existantes

6 actions

Professionalisation

- 19. Mettre en œuvre un plan de formation tourisme pour tous les acteurs
- 20. Améliorer le dispositif d'observation touristique

Gouvernance de la destination et organisation touristique

- 21. Animer le réseau des professionnels du tourisme du territoire
- 22. Améliorer et harmoniser la perception de la taxe de séjour
- 23. Mettre en œuvre un dispositif de pilotage adapté au projet touristique du territoire
- 24. Mettre en place un Office de Tourisme communautaire unique