

# Le Pays du Roquefort

*"Ici, on vit grandeur nature"*

## Bilan Actions

2 0 2 4

[www.roquefort-tourisme.fr](http://www.roquefort-tourisme.fr)





# Convention d'objectifs 2022-2025

1. Classement de l'office de tourisme et démarche Qualité Tourisme
2. Gestion de l'information
3. Accueil & information
4. Stratégie marketing & Promotion du territoire
5. Coordination des interventions des acteurs du tourisme
6. Observatoire touristique
7. Animations et valorisation du territoire
8. Boutique & billetterie

A close-up photograph of a hand holding a wooden block with a star symbol. The block is part of a row of five similar blocks on a wooden surface. The background is blurred, showing a person in a white shirt. A white semi-transparent banner is overlaid on the image, containing the text.

# **1. Classement de l'office de tourisme Démarche Qualité Tourisme**



# 01 Classement catégorie I

## Objectifs

- Reconnaissance d'un accueil d'excellence, station tourisme
- Renforcer le rôle fédérateur de l'office de tourisme sur le territoire Pays du Roquefort



## Actions 2024

- Constituer le dossier de classement
- Validation du conseil d'administration de l'OT
- Validation du conseil de la CCSAR7V



## Cibles

CRTL Occtanie  
ADAT de l'Aveyron  
Collectivités  
Grand public



## Partenaires

CCSAR7V



Marion Ninot



## Indicateurs

Arrêté préfectoral de renouvellement  
8 juillet 2024



# OFFICE DE TOURISME CLASSÉ

2019 CLASSEMENT VALABLE 5 ANS  
MINISTÈRE CHARGÉ DU TOURISME





## 02 Marque Qualité Tourisme

### Objectifs

- Satisfaire les clients
- Disposer d'un outil de pilotage interne
- Qualifier l'offre de services



### Actions 2024

- Renouvellement de la marque Qualité Tourisme : préparation des audits
- Animer le groupe Qualité et l'équipe suite à l'absence du référent qualité.
- Sensibiliser les socio-professionnels à la démarche qualité lors de la soirée annuelle Roq'Fort Team



Marion Ninot



### Cibles

CRTL Occtanie  
ADAT de l'Aveyron  
Collectivités  
Grand public  
Roq'Fort Team



### Partenaires

ADN Tourisme



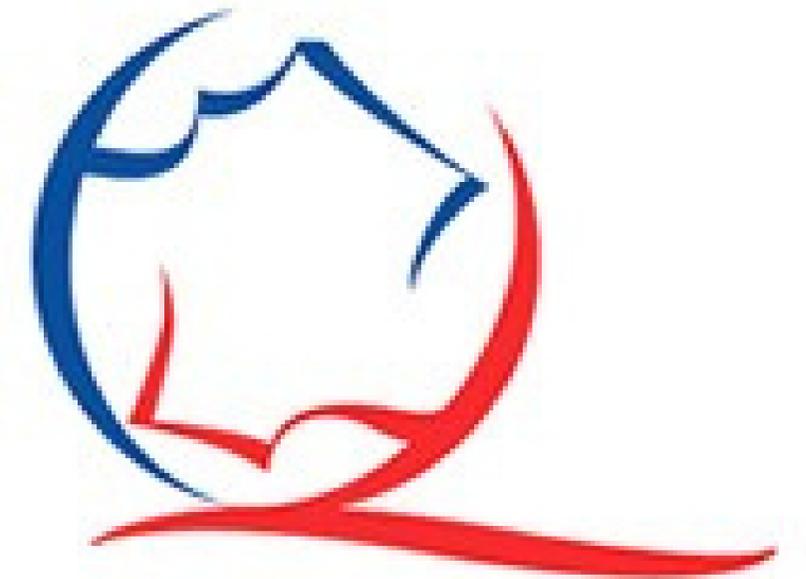
### Indicateurs

Note Bilan audit

Diplômé le 1er juillet 2024 avec 95.25 %



NOTRE  
ENGAGEMENT



QUALITÉ  
TOURISME



## **2. Gestion de l'information**



# 03 Gestion de l'information

## Objectifs

- Avoir une connaissance fine de l'offre touristique du territoire
- Enrichir notre offre
- Apporter un niveau d'information fiable et traduit a minima en anglais.
- Maitriser la diffusion de notre information
- Mettre le territoire en séduction



## Actions 2024

- Collecte et saisie au fil de l'année des données dans le SITA
- Participer aux travaux d'élaboration du nouveau Hub D'information Territorial de l'Aveyron
- Refonte du site internet Roquefort Tourisme
- Suivi de la fiabilité de l'information sur Geotrek



Elodie Delpauch



## Cibles

Grand Public  
 Professionnels du tourisme  
 Collectivités  
 Offices de tourisme  
 Roq'Fort Team



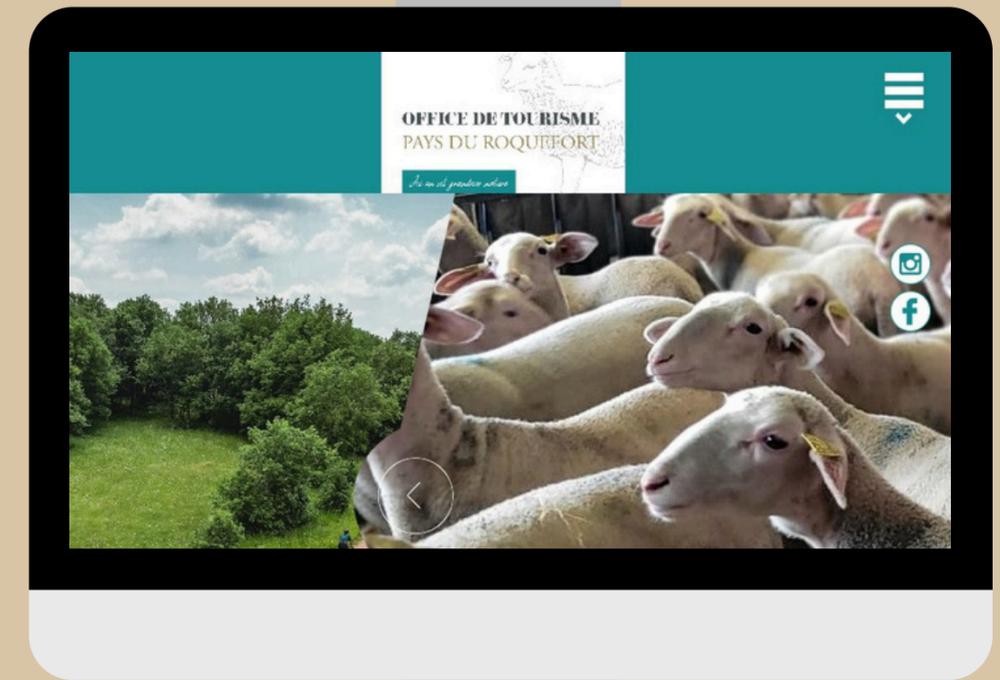
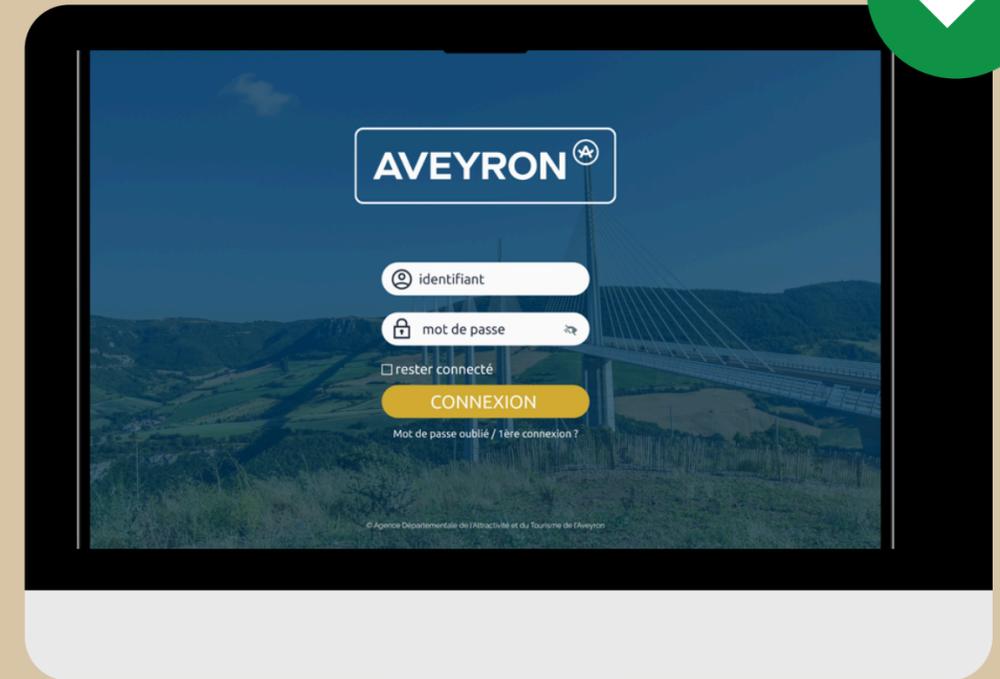
## Partenaires

ADAT Aveyron  
 Parc naturel régional des Grands Causses  
 Prestataires touristiques



## Indicateurs

Nombre de fiche SITA : 627  
 Budget site internet : 10 677 €



A woman with long blonde hair, wearing a green t-shirt and a black apron, is leaning over a desk and working on a laptop. She is looking at the screen. To her left, a woman with long blonde hair, wearing a white sweater and a black backpack, is looking at the laptop. Behind her, another woman with curly blonde hair is also looking at the laptop. In the background, a man with a beard and a white t-shirt is standing with his arms crossed, looking towards the group. The setting appears to be an office or a reception area with a desk, a laptop, and some papers. There is a window in the background showing a stone wall and some greenery. The text "3. Accueil & information" is overlaid on the image in a bold, black, serif font.

### **3. Accueil & information**



# 04 Accueil

## Objectifs

- Accueillir, informer et renseigner
- Valoriser l'offre touristique du Pays du Roquefort
- Optimiser et qualifier l'accueil sur le territoire
- Donner envie de revenir



## Actions 2024

- Accueil du public toute l'année aux comptoirs 6j /7
- Accueil hors les murs en saison estivale 7j/7
- Réponse aux demandes d'information (téléphone, mail, réseaux sociaux, courriers)
- Modération des réseaux sociaux
- Promotion de l'attractivité résidentielle
- Adaptation des horaires d'ouverture en cohérence avec les statistiques et l'exigence du classement



Marion Ninot



## Cibles

Grand public : individuels & mini-groupes  
Couples  
Familles  
Tribus



## Partenaires

Roq'Fort Team



## Indicateurs

Fréquentation des BIT  
Nombre de personnes renseignées par mail  
Nombre de personnes renseignées par téléphone  
Fréquentation Accueil Hors les Murs





# 05 Attractivité résidentielle

## Objectifs

- Repérer de nouveaux arrivants et faciliter leur installation
- Aider l'ancrage et à la création de lien social des nouveaux arrivants en Pays du Roquefort



## Cibles

Nouveaux arrivants



## Actions 2024

- Appropriation de « kits d'accueil » de l'ADAT à destination des nouveaux arrivants
- Inciter à la notion de "nouveaux ambassadeurs"
- Permanence hebdomadaire à l'office de tourisme
- Créer une rubrique sur le site web
- Organisation de séjours découverte à la demande de l'ADAT Aveyron



## Partenaires

ADAT de l'Aveyron  
 CCSAR7V et ses communes  
 Employeurs  
 Partenaires « facilités de vie »  
 (logement, écoles, transports,...)



## Indicateurs

1 séjour découverte  
 4 nouveaux arrivants recensés



Marion Ninot



A hiker with a backpack and a dog are standing on a grassy hillside, looking out over a vast valley. The valley is filled with green fields, a winding river, and distant hills under a bright blue sky with scattered white clouds. The scene is captured from a high vantage point, looking down into the valley.

## **4. Stratégie marketing & Promotion du territoire**



# 06 Site web



## Objectifs

- Promouvoir le Pays du Roquefort sous toutes ses formes au travers de ses atouts
- Mettre en avant l'offre touristique
- Pousser les produits packagés commercialisés sur Explore Millau



## Cibles

Grand public  
 Habitants  
 Personnes ayant un projet de mobilité  
 Télétravailleurs  
 Étudiants



## Actions 2024

- Enrichissement du contenu
- Refonte du site vers une version Mobile First
- Révision de l'arborescence
- Mise en lien avec le mini-site de Explore Millau



## Partenaires

CCSAR7V et ses communes  
 Explore Millau  
 Roq'Fort Team

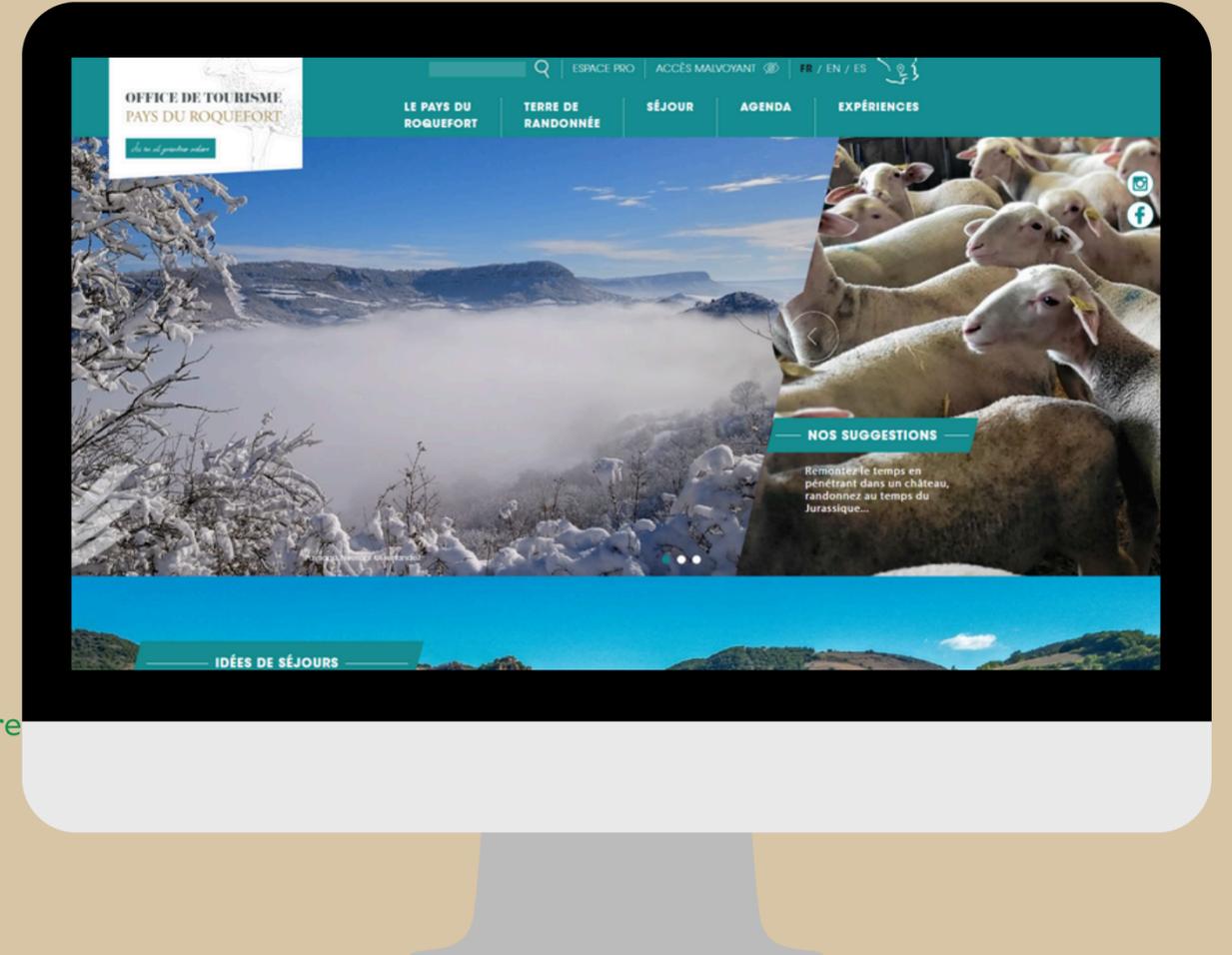


## Indicateurs

33 308 visites du site internet contre  
 26 607 en 2023 soit + 25 %.  
 Page la plus consultée : Caves  
 (avant Agenda)



Elodie Delpéuch



# 07 Réseaux sociaux

## Objectifs

- Promouvoir le Pays du Roquefort au travers de ses atouts en respectant les codes des différents réseaux sociaux
- Mettre en avant les actualités et l'offre
- Valoriser les atouts du cadre de vie
- Créer du lien et une communauté



## Actions 2024

- Animation et gestion quotidienne des réseaux sociaux : Facebook, Instagram
- Gestion de campagnes de communication réseaux sociaux thématiques
- Appropriation de la campagne de l'ADAT "Et si vous étiez l'A?"



Elodie Delpauch



## Cibles

Grand public  
 Habitants  
 Personnes ayant un projet de mobilité  
 Télétravailleurs  
 Grand public : habitants des métropoles de proximité - de 2 h et - de 4 h



## Partenaires

ADAT de l'Aveyron  
 CCSAR7V et ses communes  
 Explore Millau  
 Roq'Fort Team  
 Professionnels du tourisme



## Indicateurs

Nombre d'abonnés par réseau social  
 5 060 Facebook (+ 5 %)  
 1 791 Instagram (- 34 %)  
 Nombre d'impressions par réseau social  
 893 462 Facebook  
 107 146 Instagram





# 08 Editions

## Objectifs

- Promouvoir l'image et l'offre touristique du Pays du Roquefort
- Valoriser nos thématiques prioritaires
- Doter les professionnels du tourisme d'outils de promotion pour nos clientèles



## Actions 2024

- Brochure Pays du Roquefort FR (traduction partielle GB, ESP)
- Carte base VTT De Roquefort aux Rougiers
- Carte Rando "Le Pays du Roquefort, Terre de Randonnée"
- Plan de Roquefort
- Editions collaboratives
- Carte touristique du PNR des Grands Causses
- Carte Vélo ADAT Aveyron
- Carte Rando ADAT Aveyron



Marion Ninot



## Cibles

- Grand public
- Professionnels du tourisme
- Partenaires



## Partenaires

- ADAT Aveyron
- Parc naturel régional des Grands Causses
- CCSAR7V et ses communes
- Offices de tourisme
- Membres Roq'Fort Team



## Indicateurs

Quantités diffusées

- 9 718 Brochures Pays du Roquefort
- 373 Circuit Statues-menhirs
- 316 Circuit des Dolmens
- 1 707 Cartes Terre de Randonnée
- 1 320 Cartes VTT De Roquefort aux Rougiers





# 09 Salons

## Objectifs

- Assurer, en fonction de la thématique de l'événement départemental, la promotion touristique et l'attractivité territoriale
- Accroître la visibilité et la promotion des partenaires
- Aller la rencontre de nouveaux prospects



## Actions 2024

- Salon Occ'Ygène à Toulouse
- Salon du Randonneur à Lyon
- Vélo Vert Festival à Samoëns
- Fabriqué en Aveyron
- Festival des Templiers à Millau
- Hivernale des Templiers à Roquefort



Audrey Puech



## Cibles

Pratiquants : individuels & mini-groupes  
Grand public



## Partenaires

ADAT Aveyron  
Parc naturel régional des Grands Causses  
OT limitrophes  
Roq'Fort Team



## Indicateurs

Nombre de salon : 6  
Fréquentation du salon : 56 444  
Nombre de contacts Pays du Roquefort : 1 657





# 10 Presse & Médias

## Objectifs

- Développer les relations médias afin d'augmenter la visibilité du Pays du Roquefort.



## Cibles

Journalistes  
Influenceurs



## Actions 2024

- Alimentation du dossier de presse de l'ADAT
- Réalisation et envoi de communiqués de presse
- Consitution de fiches presse thématique



## Partenaires

CRTL Occitanie  
ADAT de l'Aveyron  
Offices de tourisme  
Professionnels du tourisme



## Indicateurs

Nombre de demandes presse : 6  
Nombre d'accueil presse & médias : 0



Marion Ninot





## **5. Coordination des interventions des acteurs du tourisme**



# 11 Activité Pleine Nature & itinérances

## Objectifs

Valoriser nos atouts naturels pour faire du Pays du Roquefort une destination pour les pratiquants de sports et activités de pleine nature.

Poursuivre la structuration, le développement et la promotion d'une offre d'itinérance douce en s'appuyant sur le réseau de sentiers de la Communauté de communes du Saint-Affricain, Roquefort, 7 Vallons.

## Cibles

Pratiquants : individuels & mini-groupes  
Couples  
Familles  
Tribus

## Partenaires

Prestataire APN  
ADAT Aveyron  
Parc naturel régional des Grands Causses  
CCSAR7V et ses communes  
OT limitrophes



## Actions 2024

- Structurer l'offre autour des sports et APN en lien avec les prestataires
- Accroître l'offre de qualification d'hébergements en lien avec la pleine nature:
  - Les Bonnes Adresses FFVélo
  - Hébergements Pêche
  - Emmène ton Chien
- Valoriser les outils de communication dédiés
  - Création carte des sentiers pédestres Pays de Roquefort, Terre de Randonnée
  - Promouvoir la carte de la base VTT De Roquefort aux Rougiers
  - Promouvoir Rando Grands Causses
- Promouvoir les itinérances
  - 4 & 5 jours pédestres
  - 4 jours cyclo
- Participations à des salons spécialisés
  - Salon Occ'Ygène à Toulouse
  - Salon du Randonneur à Lyon
  - Vélo Vert Festival à Samoëns
- Suivi de la fiabilité de l'information sur Geotrek





# 12 Développement Roq'Fort Team

## Objectifs

- Accompagner les professionnels dans des démarches de progrès et faire progresser l'offre
- Poursuivre la nouvelle dynamique de mise en marché des offres sur Explore Millau
- Déploiement du réseau Roq'Fort Team



## Cibles

Professionnels touristiques  
Roq'Fort Team



## Actions 2024

- 
- Créer 3 nouveaux produits packagés avec des nouveaux partenaires Roq'Fort Team
- Animer le groupe FB Roq'Fort Team
- Newsletter mensuelle
- Journées Tourisme
- Interviews des pros Roq'Fort Team



## Partenaires



## Indicateurs

Nombre de partenaires : 92

Nombre produits commercialisés : 10

Taux d'ouverture Newsletter : 44 %



Marion Ninot





# 13 Qualification de l'offre

## Objectifs

- Accompagner les professionnels dans leur démarche de progrès



## Actions 2024

- Classement des meublés de tourisme
- Développer Chambres d'Hôtes Référence
- Développer Emmène Ton Chien en Pays du Roquefort
- Développer Les Bonnes Adresses FF Vélo
- Développer Hébergement pêche
- Conseils aux porteurs de projets



Audrey Puech



## Cibles

Hébergeurs  
Sites de visite  
Prestataires d'activités



## Partenaires

CRTL Occitanie  
ADAT de l'Aveyron  
Fédération de pêche de l'Aveyron  
FFVélo  
OT Millau Grands Causses  
Roq'Fort Team



## Indicateurs

Nombre de classement : 38

Nombre labels attribués (par label):

- 1 Chambre d'Hôte Référence
- 3 Emmène Ton Chien (total 7)
- 1 Les Bonnes Adresses FFV (total 5)
- 3 Hébergements Pêche (total 5)



# 14 Tourisme Durable & Mobilités



## Objectifs

- Formalisation d'une stratégie
- Accompagner les professionnels dans leur démarche de progrès



## Cibles

Roq'Fort Team



## Actions 2024

- Participer à l'animation des Ateliers Tourisme Durable du PNR des Grands Causses
- Participer à l'AMI pour les Offices de Tourisme et des mobilités de la Région Occitanie coordonné par le PNR des Grands Causses
- Accompagnement vers de la labellisation



## Partenaires

CRTL Occitanie  
ADEME  
PNR des Grands Causses  
Roq'Fort Team



## Indicateurs

Nombre d'actions TD : 2  
Nombre de professionnels présents lors des actions TD : 6  
Nombre d'actions AMI OT & Mobilités : 0



Marion Ninot



# 15 Agritourisme & oenotourisme

## Objectifs

- Valorisation de la filière agricole locale
- Structurer une offre agritouristique
- Promouvoir le Pays du Roquefort



## Actions 2024

- Poursuivre le référencement et la promotion des agriculteurs réalisant de la vente directe (brochure et site internet)
- Accompagnement à la structuration et au développement de l'offre agritouristique locale en appui de la Chambre d'Agriculture de l'Aveyron



## Cibles

Grand public



## Partenaires

ADAT Aveyron  
Parc naturel régional des Grands Causses  
Chambre d'agriculture de l'Aveyron  
CCSAR7V et ses communes



## Indicateurs

Nombre de professionnels accompagnés : 8  
Nombre de producteurs référencés en vente directe sur le site internet : 22  
Nombre d'hébergements à la ferme : 2



Marion Ninot



Economic

## 6. Observatoire touristique



12:26 13/01 - A  
TKO



# 16 Observatoire touristique

## Objectifs

- Constituer un outil de veille
- Contribuer à une meilleure connaissance de l'économie et de l'activité touristique du Pays du Roquefort
- Mettre à la disposition des acteurs, des outils pertinents d'analyse et d'aide à la décision



## Cibles

CCSAR7V  
 Professionnels touristiques  
 Roq'Fort Team



## Actions 2024

- Chiffres clés du territoire
- Bilan de saison
- Capacité d'hébergement touristique
- Fréquentation touristique
- Collaboration à la réalisation de l'enquête de clientèle régionale tourisme
- Suivi de la e-réputation des prestataires touristiques (Fairquest)
- Dispositif national PILOT
- Analyse des données Flux Vision



## Partenaires

ADN Tourisme  
 CRTL Occitanie  
 ADAT de l'Aveyron



## Indicateurs

Taux de satisfaction des visiteurs : **4.4/5**  
 contre 4.3/5 en 2023  
 Origine visiteurs : **1-Occitanie / 2- Locaux**  
 Nombre de lits touristiques : **1 099**  
 Montant annuel de la taxe de séjour perçue  
**29 313 € (-7%)**



Marion Ninot





## 7. Animations de valorisation de patrimoine





# 17 Promouvoir les balades numériques

## Objectifs

- Valorisation de l'histoire et du patrimoine Pays du Roquefort



## Cibles

Grand public



## Actions 2024

- Balade Grands Causses (Saint-Affrique & Roquefort)
- 2 balades numériques Vabres l'Abbaye - Guidigo
- Explorama Les Trésors de Saint-Affrique



## Partenaires

PNR des Grands Causses  
Ville de Saint-Affrique



## Indicateurs

Nombre de téléchargement des Balades Grands Causses : 1 843  
 Nombre de compteurs sur les sentiers : 3  
 Fréquentation annuelle des sentiers : 39 255



Marion Ninot





## 8. Boutique & billetterie





# 18 Boutique

## Objectifs

- Valoriser l'image du Pays du Roquefort
- Appropriation des savoir-faire locaux
- Contribution économique au fonctionnement de l'office de tourisme



## Actions 2024

- Définir la stratégie boutique pour 2025



Marion Ninot



## Cibles

Grand public



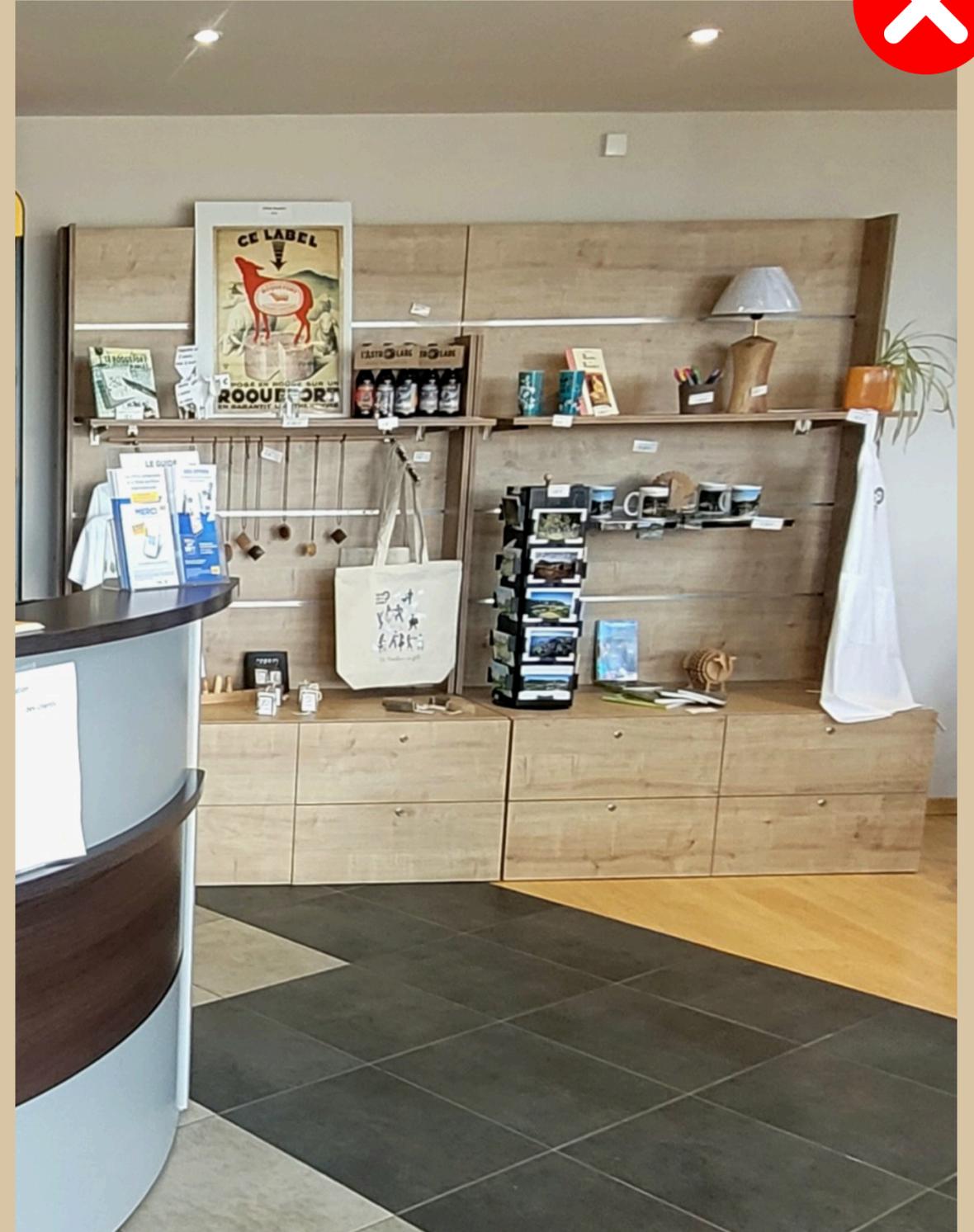
## Partenaires

Fabriqué en Aveyron  
Roq'Fort Team



## Indicateurs

Formalisation de la stratégie boutique





# 19 Billetterie

## Objectifs

- Augmenter la visibilité de l'évènementiel culturel
- Faciliter l'accès à l'offre culturelle Pays du Roquefort
- Entretien du lien avec les habitants



## Actions 2024

- Billetterie aux comptoirs de Roquefort et Saint-Affrique



Audrey Puech



## Cibles

Grand public



## Partenaires

Associations CCSAR7V  
Ville de Saint-Affrique



## Indicateurs

9 Nombre de billetterie  
Chiffre d'affaires annuel réalisé pour  
compte de tiers : 1 868 €

