

Le Pays du Roquefort

"Ici, on vit grandeur nature"

Plan d'actions

2 0 2 6

www.roquefort-tourisme.fr





Convention d'objectifs 2021-2026

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



Orientations 2026



Maison du Roquefort
& Projet Roquefort
Expérience



AMI Offices de
Tourisme & Mobilités



Agritourisme
AgroTour SUDOE

Destination
d'excellence



AMI Cycling Hub
Territorial



AMI Ingénierie GSO





1. Classement de l'Office de Tourisme Labellisation Destination d'Excellence





01 Classement catégorie I

Objectifs

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



Actions 2026

- Assurer la pérennité des dispositifs garantissant le respect des critères de classement lors de l'installation de l'Office de Tourisme au sein de la Maison du Roquefort.



Cibles

CRTL Occtanie
ADAT de l'Aveyron
Collectivités
Grand public



Partenaires

CCSAR7V



Marion Ninot



Indicateurs

Arrêté préfectoral de renouvellement

OFFICE
DE TOURISME
CLASSÉ

-
Catégorie I

2024 CLASSEMENT VALABLE 5 ANS
MINISTÈRE CHARGÉ DU TOURISME





02 Label Destination d'Excellence

Objectifs

- Améliorer nos services, notre offre touristique et l'expérience client sur l'ensemble de notre destination
- Mobiliser l'équipe autour d'un projet porteur de sens
- Accélérer notre transition écoresponsable



Actions 2026

- Évaluer la qualité de l'accueil et de l'écoute client via la participation aux audits du dispositif régional.
- Après le déménagement, valider l'intégralité du référentiel pour être reconnu Destination d'excellence.
- Mobiliser les socio-professionnels autour des ateliers de préparation au label Destination d'Excellence du CRTLO.



Elodie Delpauch



Cibles

Collectivités
Grand public
Roq'Fort Team



Partenaires

CRTL Occtanie
ADAT de l'Aveyron
Atout France



Indicateurs

Questionnaires satisfaction
Nombre de prestataires labélisés



A person's hands are shown typing on a laptop keyboard. The background is a soft blue, and several white icons of documents with padlocks are floating in the air, suggesting digital information management. A semi-transparent white banner is overlaid across the middle of the image.

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 à minima en anglais.
- Optimiser l'expérience des visiteurs
- Accroître notre visibilité



Actions 2026

- Collecter et saisir au fil de l'année des données dans le HIT Aveyron
- Poursuivre l'amélioration du référencement sur site internet Roquefort Tourisme
- Contribuer à la dynamique collective avec l'ADAT pour l'évolution de la base de données



Cibles

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



Partenaires

ADAT Aveyron
 Parc naturel régional des Grands Causses
 Prestataires touristiques

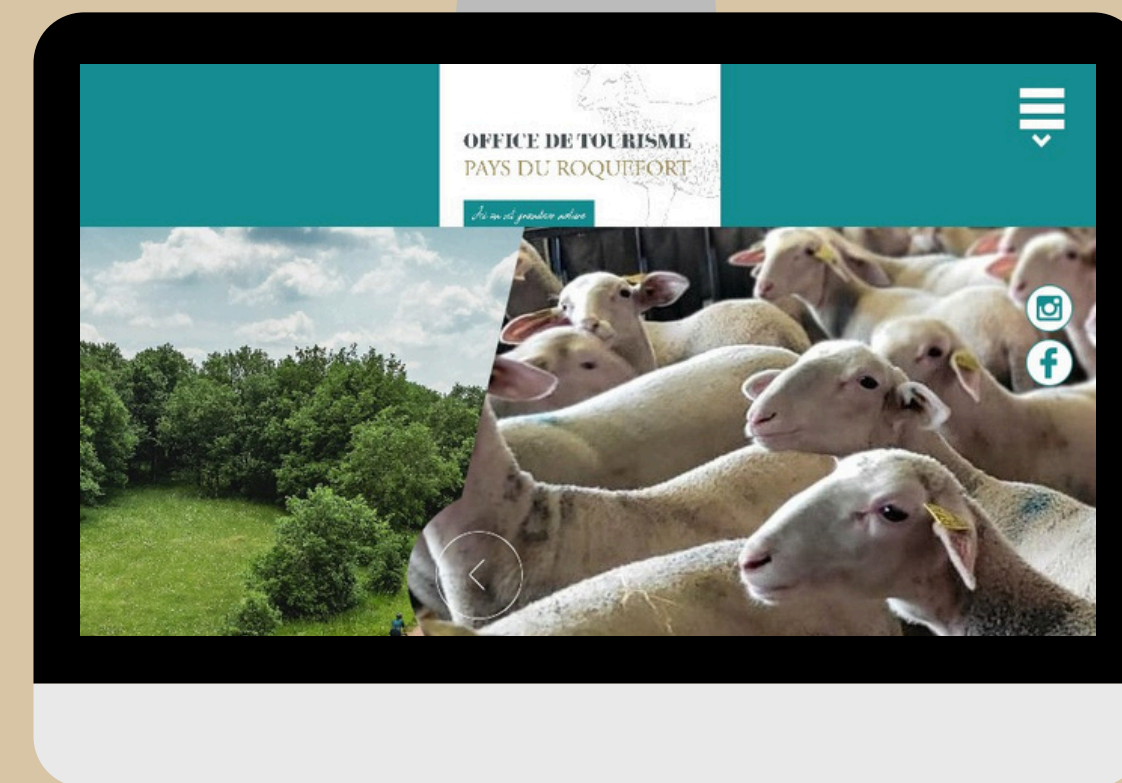
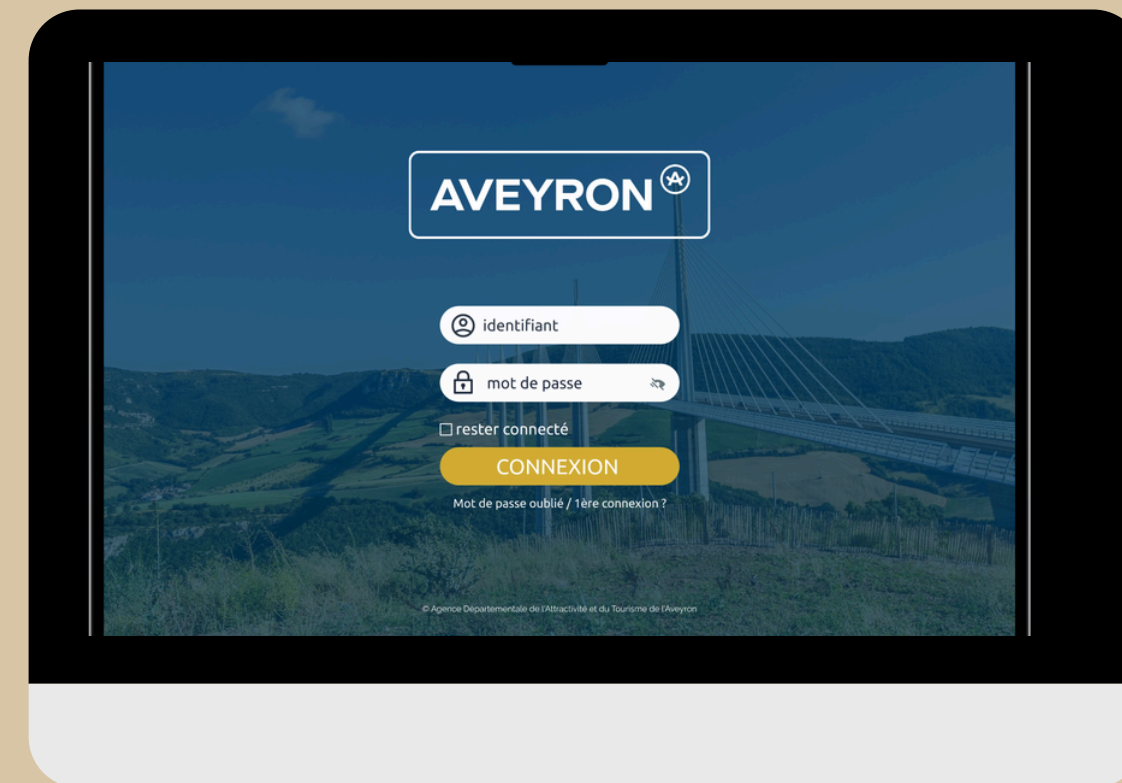


Indicateurs

Le taux d'actualisation des fiches



Carla Maurin & Elodie Delpuech





3. Accueil & information



Accueil

Objectifs

- Renforcer le niveau d'exigence en matière d'accueil
- Valoriser l'offre touristique du Pays du Roquefort
- Optimiser et qualifier l'accueil sur le territoire
- Donner envie de revenir



Actions 2026

- Assurer le suivi de réalisation de la scénographie du nouvel Office de Tourisme
- Augmenter la satisfaction des visiteurs et fidéliser les clientèles
- Maintenir un niveau d'accueil et de services d'excellence
- Poursuivre le développement des AHLM sur des sites et des évènements structurants



Audrey Puech & Marion Ninot



Cibles

Grand public
Couples
Familles
Tribus



Partenaires

Roq'Fort Team
Créafactory



Indicateurs

Fréquentation des BIT
Fréquentation Accueil Hors les Murs
Suivi de fréquentation via Orange Flux
Vision
Avis clients
Audit qualité



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



Actions 2026

- Inciter à la notion de “nouveaux ambassadeurs”
- Participer aux groupes de travail menés avec le PNRGC
- Organiser des séjours découverte à la demande de l'ADAT Aveyron



Marion Ninot



Cibles

Nouveaux arrivants



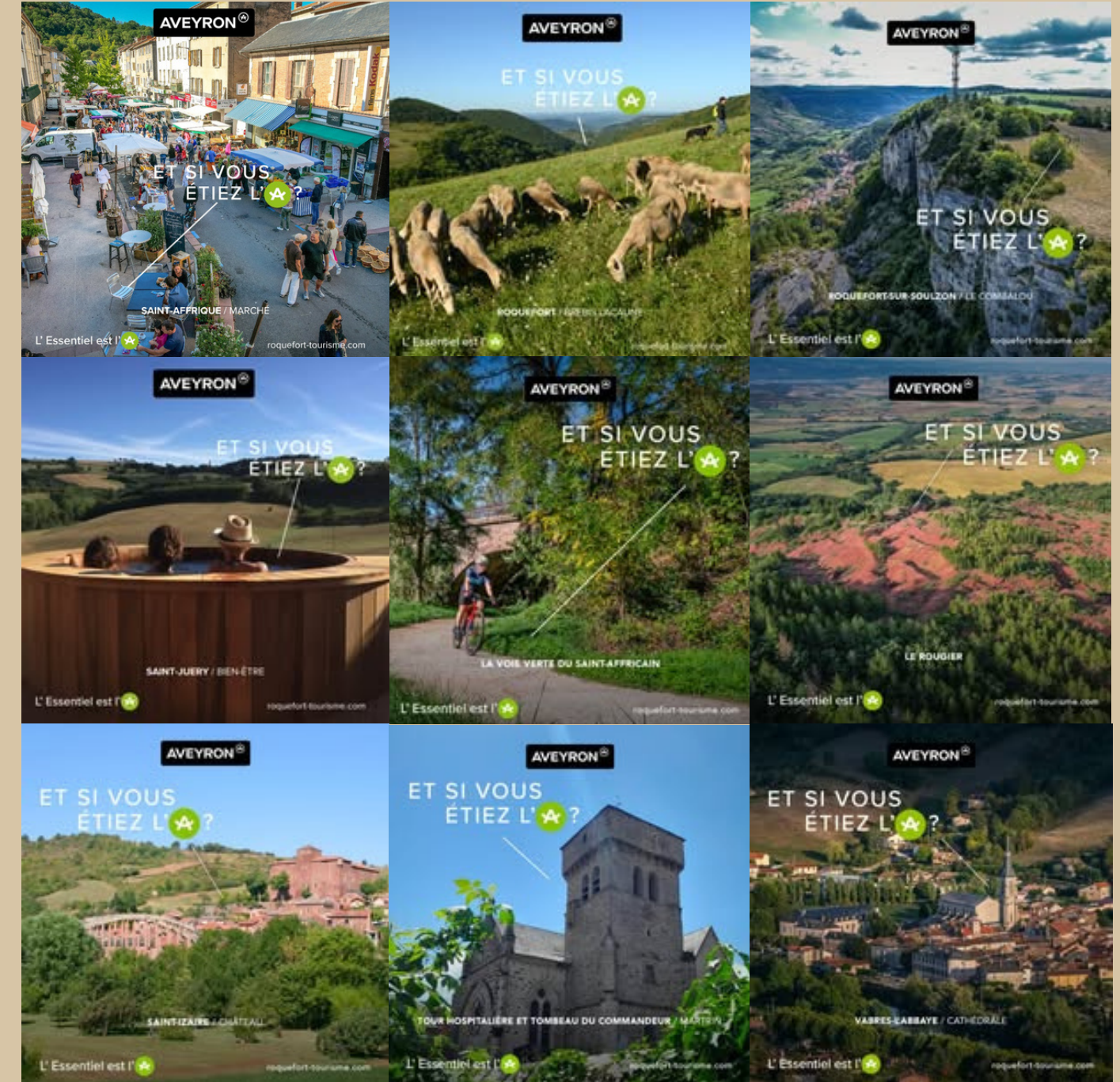
Partenaires

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



Indicateurs

Nombre de séjours découverte
Nombre de nouveaux arrivants recensés
Nombre de personnes lors des permanences à l'OT





4. Stratégie marketing & Promotion du territoire



Objectifs

- Promouvoir le Pays du Roquefort au travers des thématiques fortes identitaires
- Augmenter la notoriété de la destination
- Faciliter l'expérience client



Cibles

Grand public
Habitants
Personnes ayant un projet de mobilité
Télétravailleurs
Étudiants



Actions 2026

- Préparer l'évolution du site internet pour ses 10 ans en 2027 afin de garantir un outil moderne et aligné sur les attentes des utilisateurs.
- Rédiger des contenus expérientiels pour se renouveler et se démarquer.
- Enrichir notre photothèque et vidéothèque de visuels qualitatifs.
- Poursuivre la promotion des offres des produits packagés via l'agence réceptive de l'OTMGC.



Partenaires

CCSAR7V et ses communes
Explore Millau
Roq'Fort Team

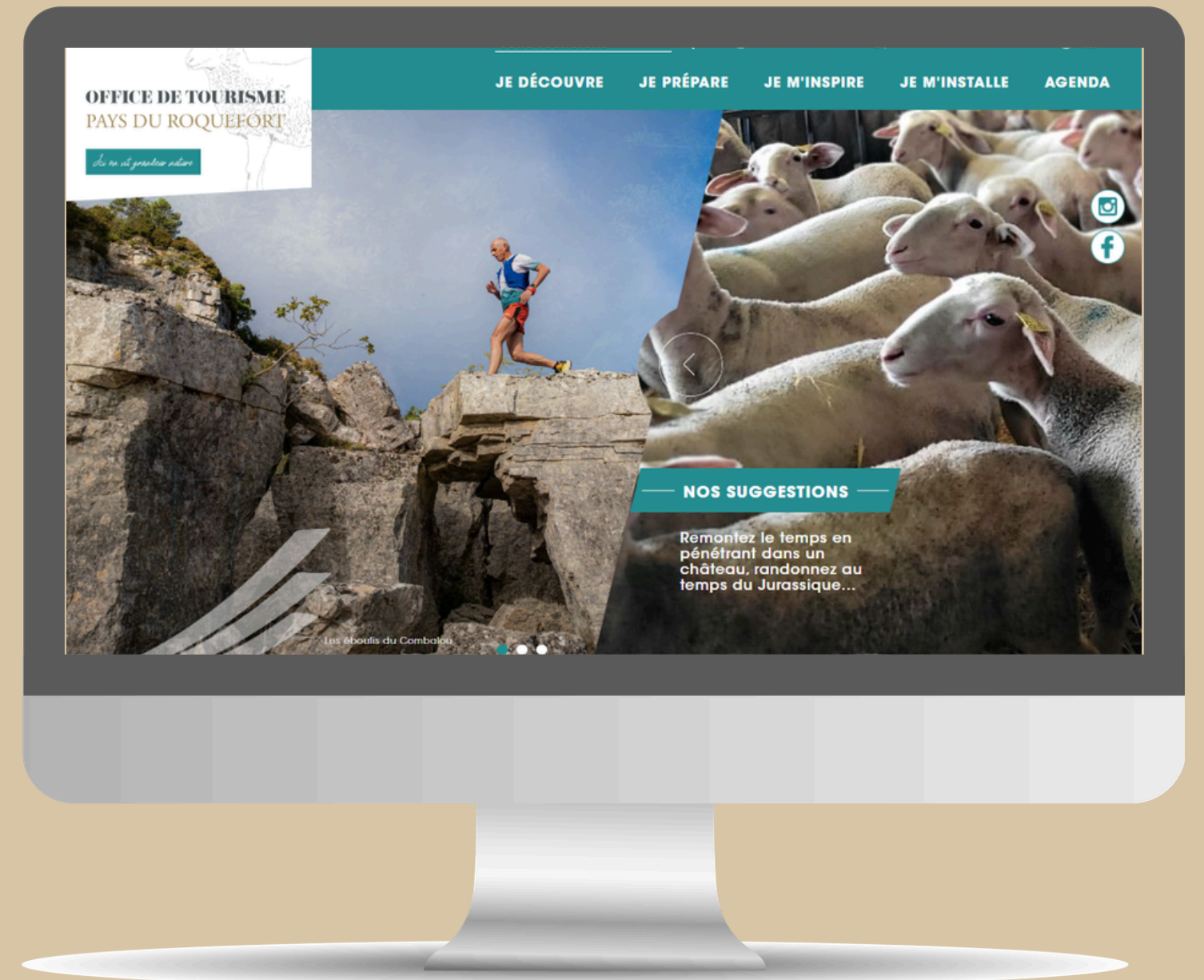


Carla Maurin & Elodie Delpeuch



Indicateurs

Augmentation du trafic web



Réseaux sociaux

Objectifs

- Promouvoir le Pays du Roquefort au travers de ses atouts en respectant les codes des différents réseaux sociaux
- Développer l'audience sur les réseaux sociaux par des publications à forte interaction et inspirantes
- Mettre en avant les actualités et l'offre de nos partenaires
- Valoriser les atouts du cadre de vie
- Créer du lien et une communauté



Actions 2026

- Animation et gestion quotidienne des réseaux sociaux : Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, Google My Business
- Déploiement de campagnes de publicités pour porter la destination vers de nouveaux publics
- Mieux s'intégrer dans la stratégie de marketing digital de Tourisme Aveyron (déploiement de séjours à la carte)
- Renforcer l'attractivité du territoire en collaborant avec ADAT et OT's



Carla Maurin



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
 Roq'Fort Team
 Professionnels du tourisme



Indicateurs

Nombre d'abonnés par réseau social
 Couverture par réseau social
 Taux d'engagement



Editions

Objectifs

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



Actions 2026

- Création d'un Magazine Pays du Roquefort FR (traduction partielle GB, ESP)
- Repenser la stratégie des éditions : carnet de route, agenda estival
- Flyer balade découverte dans le village de Roquefort



Carla Maurin



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

Listing de brochures éditées et quantités diffusées





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



Cibles

Pratiquants : individuels & mini-groupes
Grand public



Actions 2026

- Salon Occ'Ygène à Toulouse
- Festival des Templiers à Millau
- Hivernale des Templiers à Roquefort



Partenaires

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



Indicateurs

Nombre de salon
Fréquentation du salon
Nombre de contacts Pays du Roquefort



Audrey Puech



Presse & Médias

Objectifs

- Développer les relations médias afin d'augmenter la visibilité du Pays du Roquefort.
- Travailler en étroit partenariat avec les partenaires touristiques institutionnels pour promouvoir la destination.



Actions 2026

- Actualiser le dossier de presse de l'ADAT
- Réaliser un dossier de presse et des fiches presse thématique
- Organiser des accueils presse sur le territoire afin de valoriser la destination sur différents médias



Carla Maurin



Cibles

Journalistes
Influenceurs



Partenaires

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



Indicateurs

Nombre de demandes presse
Nombre d'accueil presse & médias





11 Commercialisation

Objectifs

- Faciliter le parcours client
- Promouvoir la destination touristique à travers une offre de produits uniques et attractifs qui mettent en valeur les spécificités locales.
- Fidéliser les visiteurs en leur proposant des produits personnalisés et des expériences immersives qui les incitent à revenir.



Actions 2026

- Référencer une offre actualisée de la Roq'Fort Team.
- Développer de nouveaux produits packagés dans le cadre du partenariat avec l'agence réceptive Explore Millau (convention signée dans le cadre du Grands Sites Occitanie Millau-Roquefort-Sylvanès).
- Réfléchir à l'évolution du statut (SPIC, SPL ou régie commerciale)



Audrey Puech



Cibles

Grand Public
Familles, Groupes, mini-tribus



Partenaires

OT Millau Grands Causses
Membres de la Roq'Fort Team



Indicateurs

Nombre de produits commercialisé
Chiffres d'affaire annuel généré



A large group of approximately 25 people, including men and women of various ages, are posing for a group photo in front of a large, rustic wooden building with a corrugated metal roof. The building has a gabled roof and several windows. The sky is blue with scattered white clouds. The group is arranged in two rows, with some people sitting or kneeling in the front and others standing behind them. They are dressed in casual outdoor attire, including jackets, scarves, and sweaters. The overall atmosphere is bright and positive.

5. Coordination des interventions des acteurs du tourisme

12 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

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

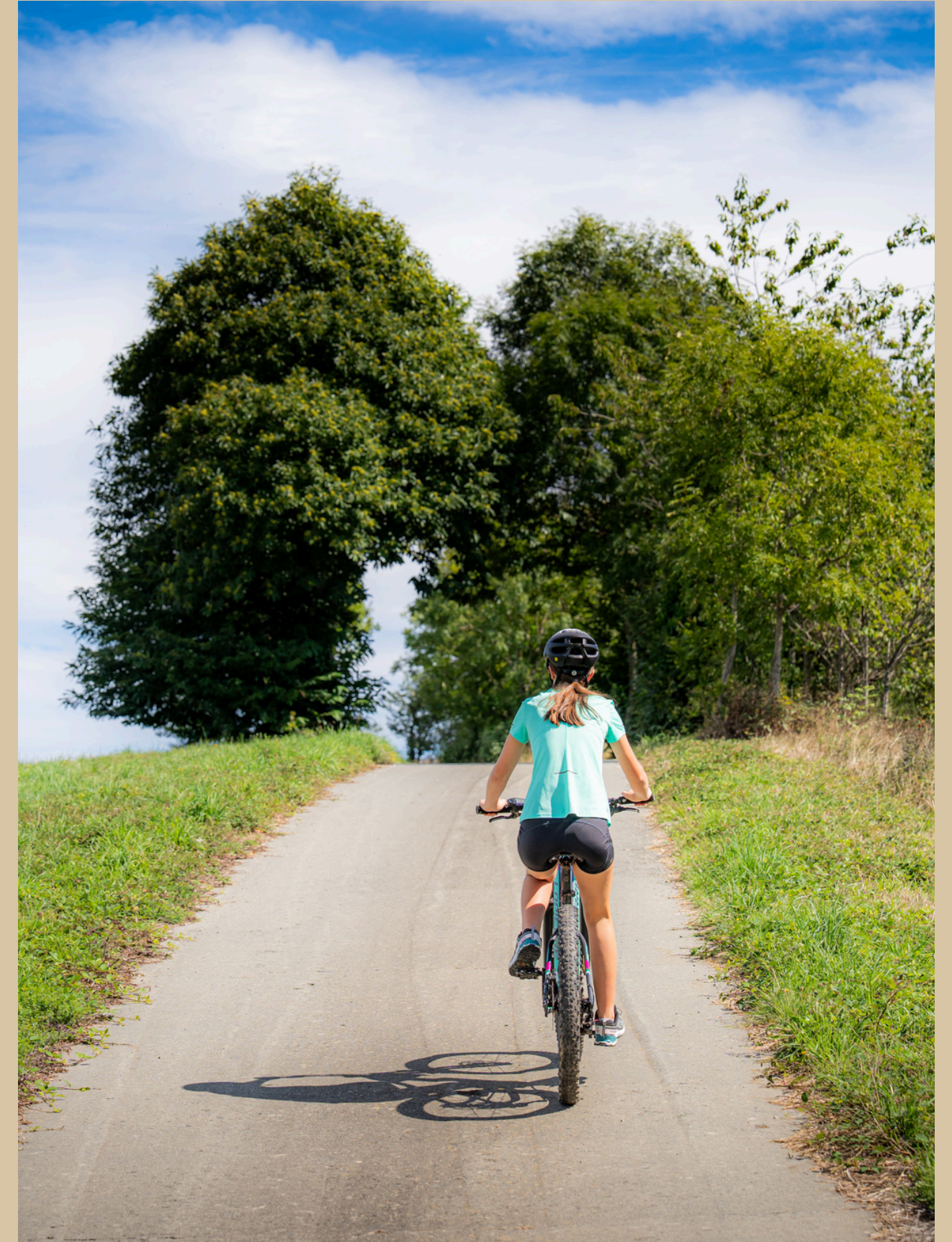


Actions 2026

- Structurer l'offre autour des activités de pleine nature en lien avec les prestataires et la dynamique départementale dans le cadre du collectif des acteurs de la pleine nature
- Accroître l'offre de qualification d'hébergements en lien avec la pleine nature :
 - Accueil Vélo
 - Hébergements Pêche
 - Emmène ton Chien
- AMI Cycling Hub
- Projet Roquefort Expérience
- Valoriser les outils de communication dédiés
- Participer à des salons spécialisés
- Actualiser et suivre de la fiabilité de l'information sur Geotrek



Marion Ninot



Développement Roq'Fort Team

Objectifs

- Accompagner les professionnels dans des démarches de progrès et faire progresser l'offre
- Poursuivre la dynamique de mise en marché des offres sur Explore Millau
- Conforter le réseau Roq'Fort Team
- Faire rayonner les partenaires au travers du projet Roquefort Demain



Actions 2026

- Valoriser nos partenaires Roq'Fort Team (commercialisation, communication...).
- Mieux assurer la transmission des informations à porter à connaissance des prestataires (créer un club Premium WhatsApp, faire évoluer la newsletter BToB, créer un newsletter BtoC).
- Redéfinir le format et la fréquence des Journées Tourisme.
- Organiser une journée/soirée d'échanges conviviale et fédératrice.



Marion Ninot



Cibles

Professionnels touristiques
Roq'Fort Team



Partenaires



Indicateurs

Nombre de partenaires
Nombre produits commercialisés
Taux d'ouverture Newsletter



Qualification de l'offre

Objectifs

- Conseiller et accompagner les porteurs de projets en vue d'une demande de classement ou de qualification
- Valoriser les prestataires engagés dans une démarche différenciante



Actions 2026

- Organiser des rencontres en faveur d'une qualification de l'offre
- Officialiser notre engagement Accueil Vélo (labellisation de l'OT + prestataires touristiques)
- Développer Chambres d'Hôtes Référence
- Développer Emmène Ton Chien en Pays du Roquefort
- Développer Hébergement pêche



Audrey Puech



Cibles

Hébergeurs
Restaurateurs
Sites de visite
Prestataires d'activités



Partenaires

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



Indicateurs

Nombre de classement
Nombre labels attribués (par label)



Tourisme Durable & Mobilités

Objectifs

- Favoriser le maillage sur une destination élargie
- Accompagner les professionnels dans leur démarche de progrès
- Affirmer l'engagement de l'OT dans une démarche de tourisme durable



Actions 2026

- Mieux informer les visiteurs sur les solutions de mobilités douces pour venir sur la destination et s'y déplacer.
- Participer à l'AMI pour les Offices de Tourisme et des mobilités de la Région Occitanie coordonné par le PNR des Grands Causses.
- Mettre en œuvre les actions et critères du pilier "éco-responsable" en vue de l'obtention de la labellisation DEX.
- Accompagner les prestataires vers la labellisation DEX.



Marion Ninot & Elodie Delpéuch



Cibles

Roq'Fort Team



Partenaires

CRTL Occitanie
PNR des Grands Causses
Roq'Fort Team



Indicateurs

Nombre d'actions TD
Nombre de professionnels présents lors des actions TD
Nombre d'actions AMI OT & Mobilités



Agritourisme & oenotourisme

Objectifs

- Structurer et améliorer la visibilité de l'offre agritouristique
- Affirmer le Pays du Roquefort comme destination agritouristique
- Maximiser les retombées économiques et sociale pour les acteurs



Actions 2026

- Poursuivre l'accompagnement à la structuration de la filière en appui de la Chambre d'Agriculture de l'Aveyron
- Promouvoir les offres
- AMI AgroTour SUDOE avec la Région Occitanie



Cibles

Grand public



Partenaires

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



Indicateurs

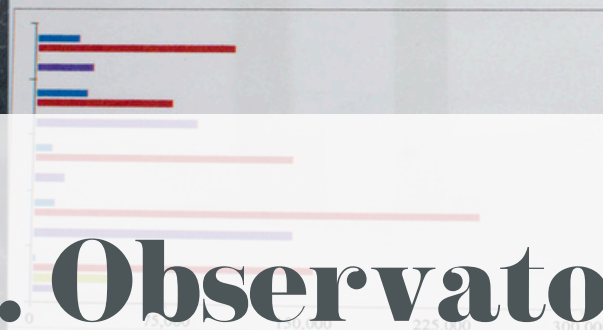
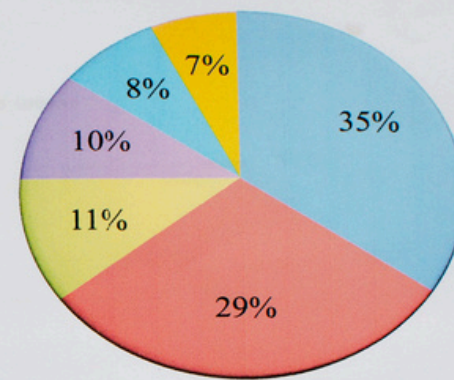
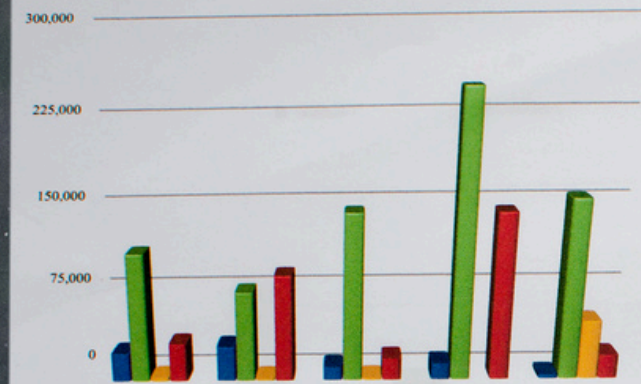
Nombre de professionnels accompagnés
 Nombre de producteurs référencés en vente directe sur le site internet
 Nombre d'hébergements à la ferme
 Revenus générés par les structures agritouristiques



Marion Ninot



6. Observatoire touristique



17 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 2026

- Suivre nos indicateurs de performance plus régulièrement pour mettre en place les actions correctives immédiates si nécessaire ou conforter nos ambitions.
- Poursuivre la participation au dispositif d'enquête nationale pour l'évaluation des données touristiques
- Contribuer au dispositif national PILOT
- Mesurer l'affluence de la saison touristique en temps réel sur l'ensemble des acteurs touristiques, au-delà de l'OT à l'aide de l'outil Flux Vision



Partenaires

ADN Tourisme
 CRTL Occitanie
 ADAT de l'Aveyron



Indicateurs

Recettes touristiques
 Taux de satisfaction des visiteurs
 Origine visiteurs
 Nombre de lits touristiques
 Montant annuel de la taxe de séjour perçue

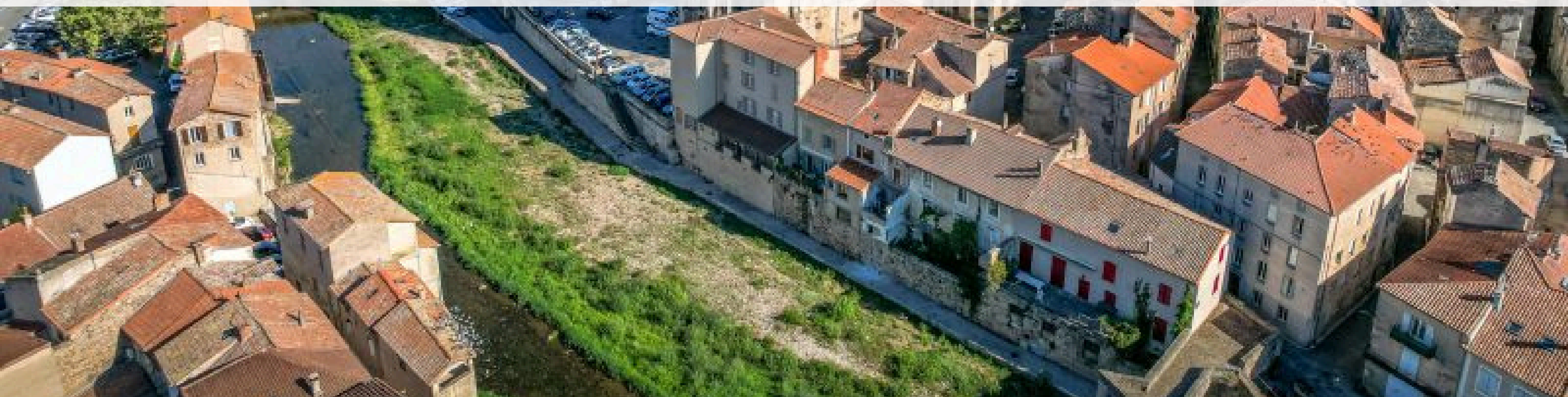


Florence Salles





7. Animations de valorisation de patrimoine



Promouvoir les balades numériques

Objectifs

- Mettre en valeur l'histoire et le patrimoine du Pays du Roquefort à travers les parcours numériques Balade Grands Causses (Saint-Affrique & Roquefort) et les balades interactives de Vabres l'Abbaye (Guidigo).



Cibles

Grand public



Actions 2026

- Développer une collaboration sur les réseaux sociaux avec les Offices de Tourisme voisins, en mettant en avant des parcours croisés à travers la diffusion de vidéos courtes illustrant l'expérience vécue.



Partenaires

PNR des Grands Causses



Indicateurs

Nombre de téléchargement des applications

Nombre de compteurs sur les sentiers

Fréquentation annuelle des sentiers



Marion Ninot



19 Maison du Roquefort

Objectifs

- Valoriser l'identité de Roquefort
- Structurer le site de Roquefort et en faire un site d'exception
- Renforcer l'organisation touristique
- Concevoir un office de tourisme inovant



Actions 2026

- Assurer une communication progressive autour de l'installation de l'Office de Tourisme dans la Maison du Roquefort, en tenant compte de la nécessité de ne pas survendre un projet encore en phase transitoire tout en donnant envie de revenir en 2027.
- Mobiliser des acteurs locaux pour faire de la Maison du Roquefort un lieu emblématique et partagé, à la fois vitrine du savoir-faire et moteur de l'attractivité touristique du territoire.
- Participer aux groupes de travail autour du projet Roquefort Expérience.



Marion Ninot



Cibles

Grand public
Professionnels du Tourisme



Partenaires

Syndicat Mixte Le Combalou
Région Occitanie
Département de l'Aveyron
CCSAR7V
Ville Roquefort
Confédération Générale Roquefort





8. Boutique & billetterie

Boutique

Objectifs

- Mettre en valeur le territoire en valorisant des produits emblématiques du Pays du Roquefort
- Répondre aux attentes des visiteurs
- Développer des retombées économiques



Cibles

Grand public



Actions 2026

- Définir la stratégie autour d'une gamme de produits marqués valorisant l'identité locale.
- Animer la politique d'achat et de vente.



Partenaires

Fabriqué en Aveyron
Roq'Fort Team

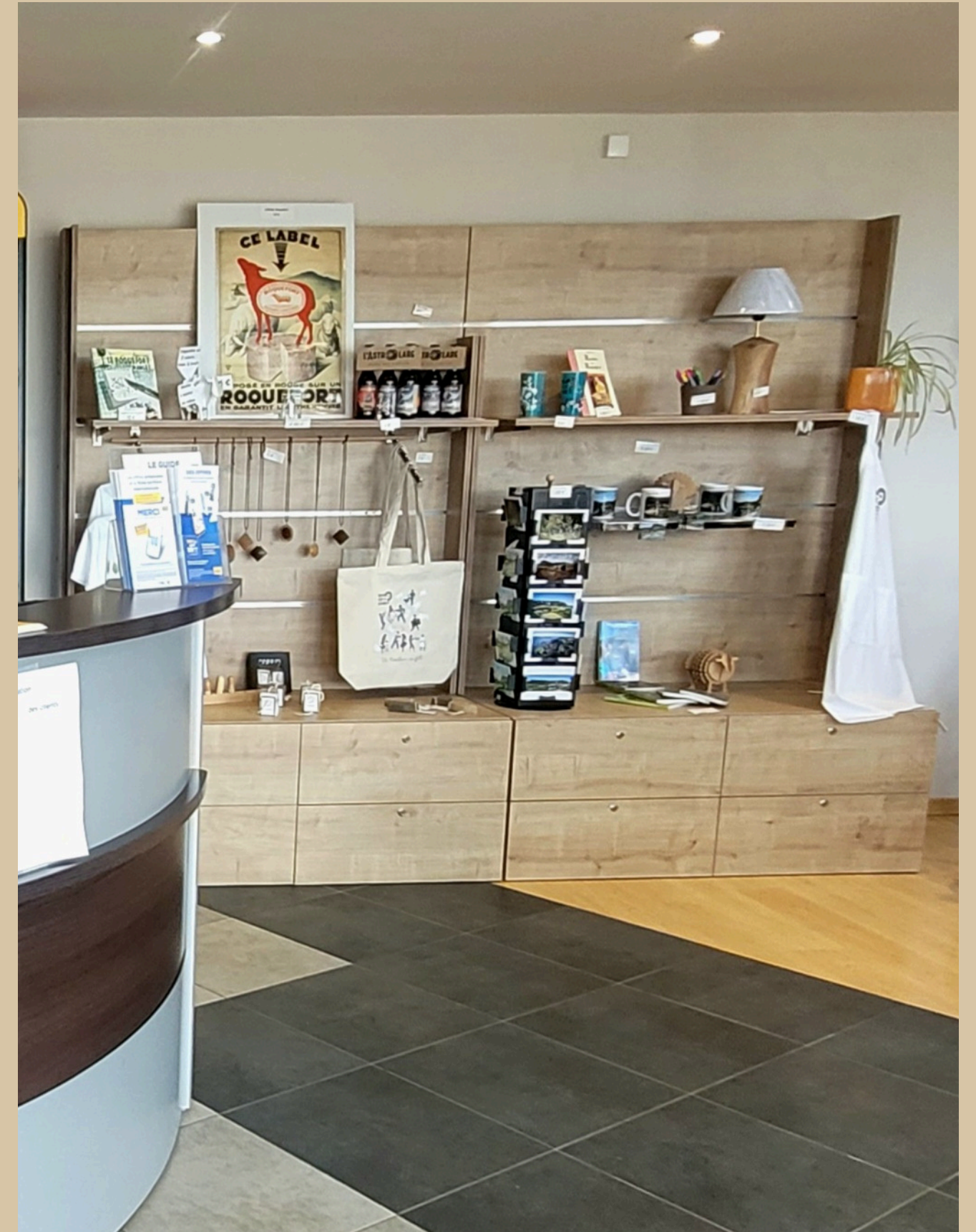


Florence Salles



Indicateurs

Evolution de la gamme de produits



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 2026

- Améliorer la visibilité de ces offres sur les outils de communication de l'OT pour accroître les ventes et/ou l'utilisation des services.
- Accompagner les partenaires pour prendre en main l'outil HelloAsso.



Florence Salles



Cibles

Grand public



Partenaires

Associations CCSAR7V
Ville de Saint-Affrique



Indicateurs

Nombre de billetterie
Chiffre d'affaires annuel réalisé pour
compte de tiers

**CHÂTEAU
DE COUPIAC**
**SPECTACLE
NOCTURNE**

21 ET 28 JUILLET
4, 11 ET 18 AOÛT
4 SÉANCES PAR SOIRÉE

**LE GRAND
CHAMBARDEMENT**

Points de vente :

- Office de Tourisme Pays du Roquefort du lundi au samedi
- Château de Coupiac les lundis après-midi
- Sur le marché nocturne de Coupiac
- Billetterie en ligne : www.roquefort-tourisme.fr