



BILAN D'ACTIVITÉ TOURISTIQUE 2025

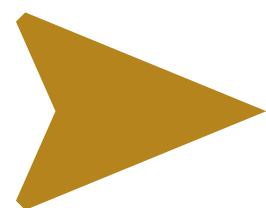
Sommaire

-  Observatoire touristique _____ P01-P05
-  Hébergeurs _____ P06-P08
-  Communication & Promotion _____ P09-P18
-  Animations _____ P19-P21
-  Démarche Qualité _____ P22-P25
-  Perspectives _____ P26-P32



A man in blue swim trunks stands waist-deep in the ocean, holding a young girl on his shoulders. The girl, wearing a pink and white swimsuit, has her arms outstretched and is smiling. The background shows a calm sea with other people swimming in the distance under a clear blue sky.

OBSERVATOIRE TOURISTIQUE



OBSERVATOIRE TOURISTIQUE

Les données traitées dans les graphiques sont issues de :

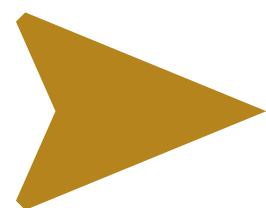
ECOUTE CLIENT

- Questionnaires de satisfaction
- Fiches observations et réclamations
- Cahier de remarques partagées en interne
- Retour des services Mairie et socios-pros
- Avis sur les réseaux sociaux :
Google, Tripadvisor, Facebook, Instagram...

OBSERVATOIRE TOURISTIQUE

- Module d'accueil > Tourinsoft
- Cellule de comptage > Winflow
- Observation des chiffres sur le territoire
> Nouveaux Territoires
- Données de fréquentation > ADN Tourisme
- Données locatives courte durée (Airbnb,
Booking, Homeaway) > Lighthouse





OBSERVATOIRE TOURISTIQUE

Les visiteurs de l'Office de tourisme : les chiffres sur l'année



31 603 visiteurs en 2025

→ **PAR RAPPORT À 2024**

HAUTE-SAISON :

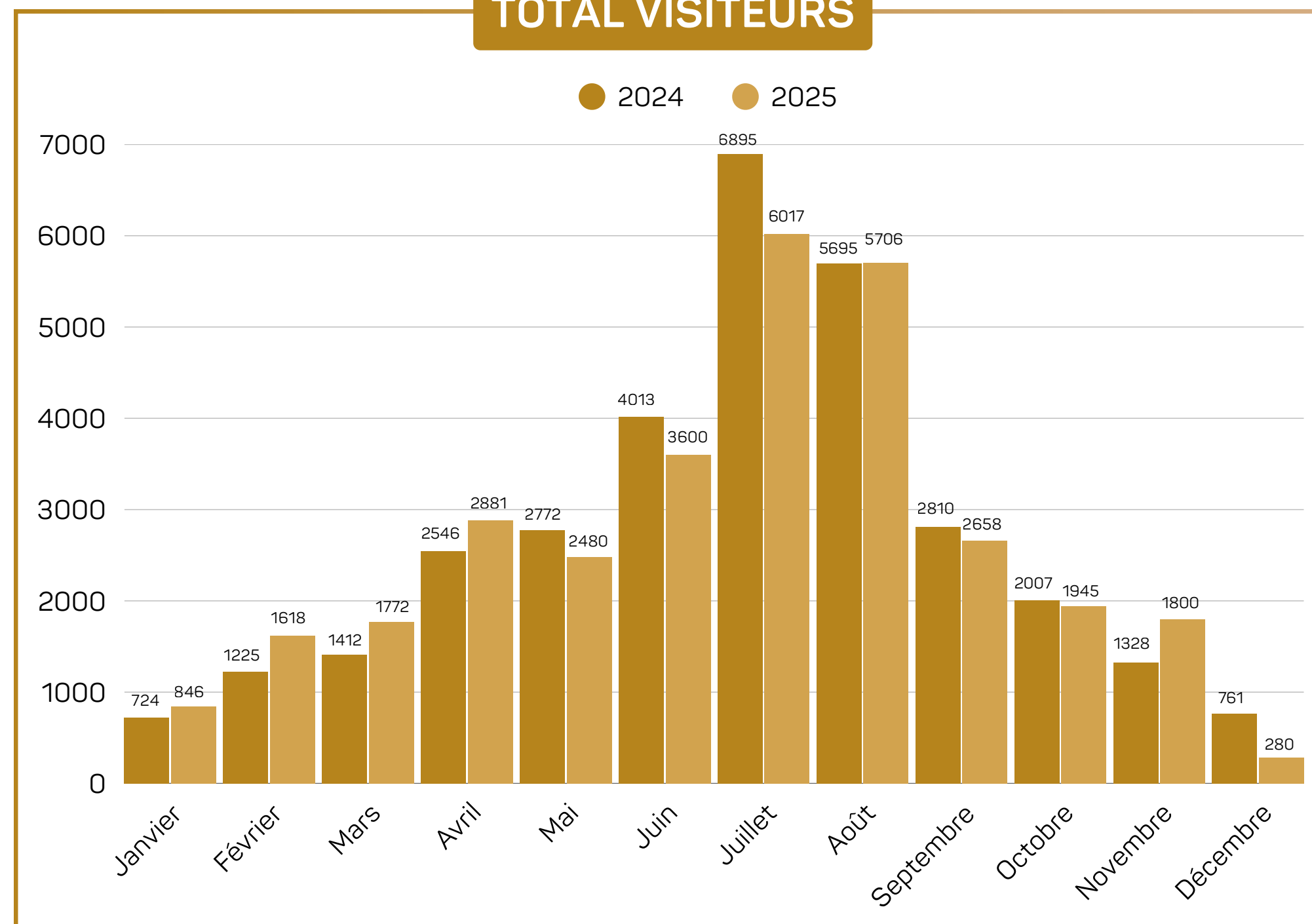
- > Baisse de fréquentation **en juin**
- > Pic de fréquentation **en juillet** (6017 visiteurs)
- > Fréquentation stable **en août**

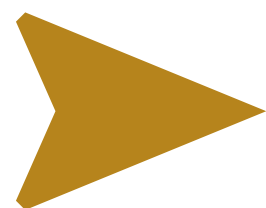
AILES DE SAISON :

- > Hausse de fréquentation de **janvier à avril**
- > Légère baisse **en mai**
- > Hausse de fréquentation **en novembre** (+36%)
- > Baisse de fréquentation **en décembre**

Sources : cellule de comptage Winflow

TOTAL VISITEURS





OBSERVATOIRE TOURISTIQUE

Les visiteurs de l'Office de tourisme : profils types et principales demandes

→ ILS SÉJOURNENT



En famille
(32%)



En couple
(42%)

→ ILS RESTENT



La journée
(16%)



Une semaine
(47%)

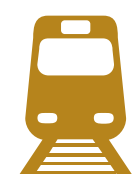


+ d'une semaine
(15%)

→ ILS VIENNENT



En voiture
(64%)



En train
(10%)



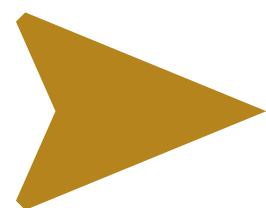
En vélo
(6%)



En avion
(2%)

Sources : base de données SIT 34 (Tourinsoft)
Saisie des conseillers en séjour





OBSERVATOIRE TOURISTIQUE

Les visiteurs de l'Office de tourisme : provenance nationale



L'Auvergne-Rhône-Alpes en tête : 29%

Cette année, la région **Auvergne Rhône-Alpes** est **en tête à 29%**, suivie de la région Occitanie à 27%.

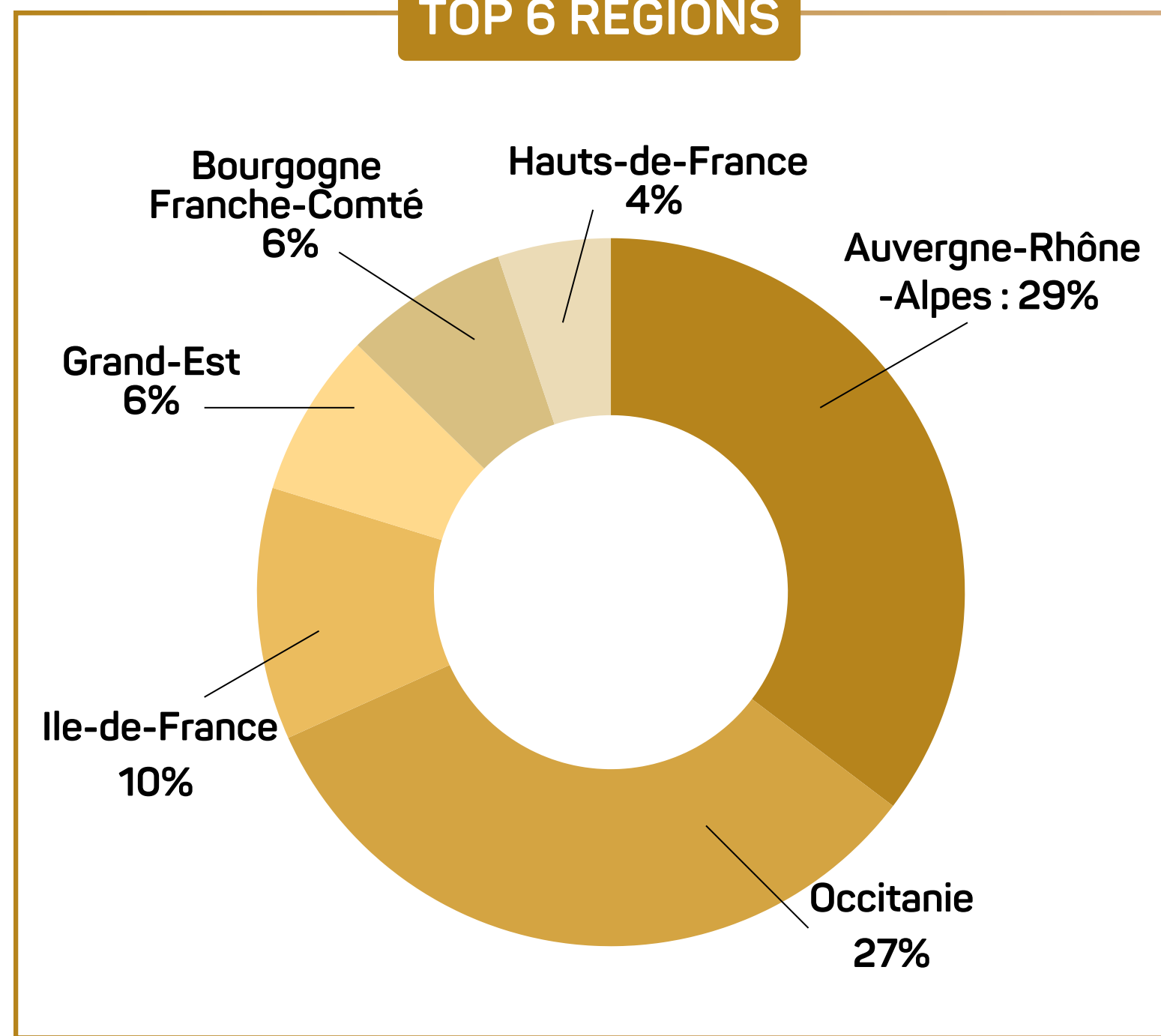
TOP 3 DÉPARTEMENTS : Hérault 19% , Rhône 7% et Isère 4%.

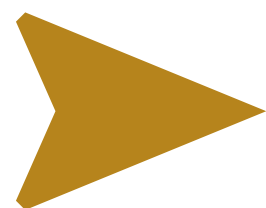
→ PAR RAPPORT À 2024 :

- > +3 points pour la région Auvergne-Rhône-Alpes
- > +2 points pour la région Grand Est

Sources : base de données SIT 34 (Tourinsoft)
ADN Tourisme

TOP 6 RÉGIONS





OBSERVATOIRE TOURISTIQUE

Les visiteurs de l'Office de tourisme : provenance internationale



La France en tête : 90%

Au global sur l'année : augmentation de +5 points de la portion de clientèle française (90% contre 85% en 2024).

→ PAR RAPPORT AU GLOBAL 2024 :

PRÉ-SAISON (avril à juin)

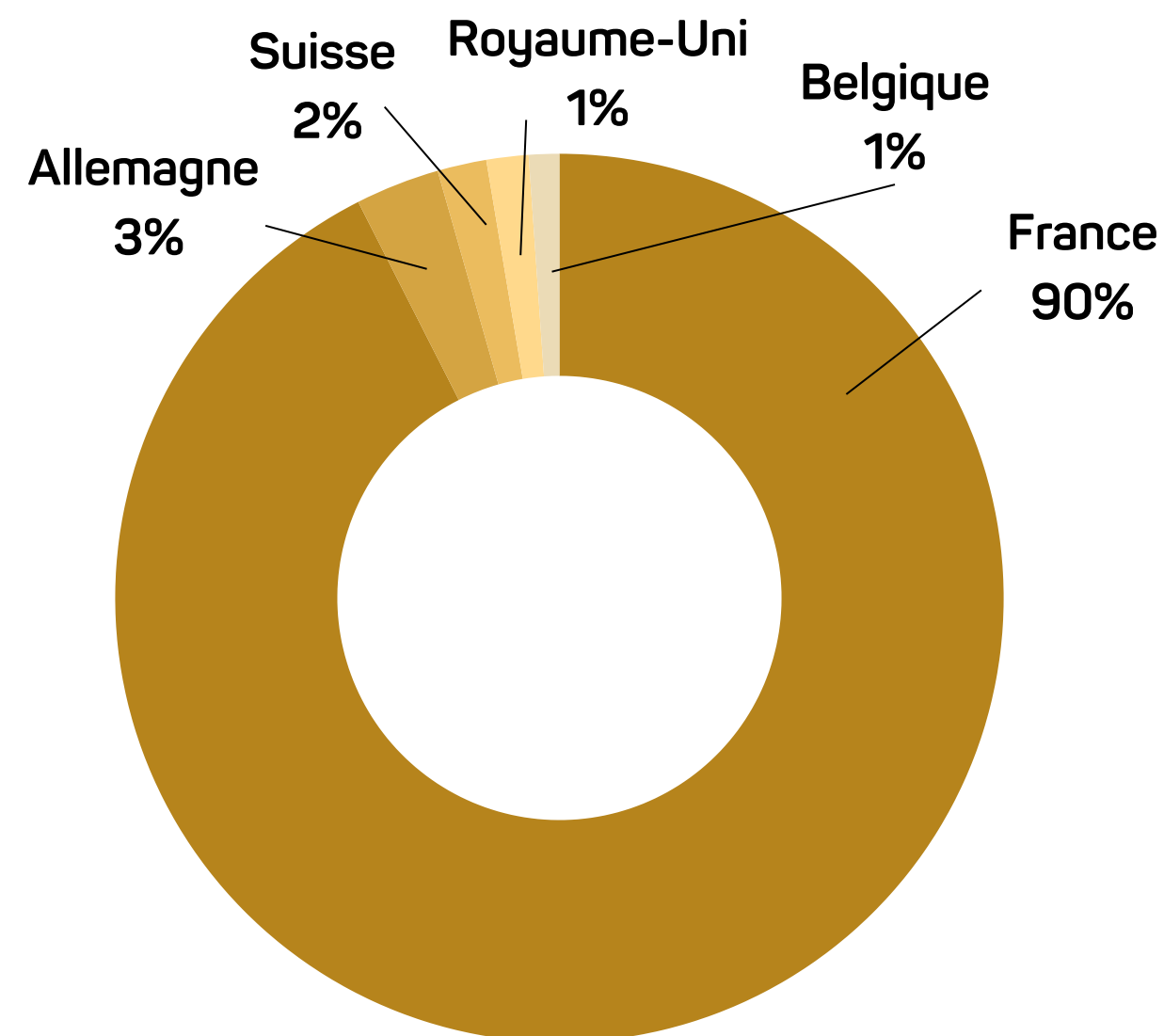
- > Proportion plus importante de clientèle étrangère (+1 pts)
- > Le Royaume Uni entre dans le top 3 après l'Allemagne

ARRIÈRE-SAISON (septembre à octobre) :

- > Augmentation de la clientèle française (81,48% contre 79,12% en 2024 soit +2 pts)
- > La suisse entre dans le top 3 après l'Allemagne

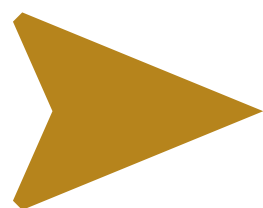
Sources : base de données SIT 34 (Tourinsoft)
ADN Tourisme

TOP 5 PAYS



HÉBERGEURS

Do NOT DISTURB



HÉBERGEURS

Les chiffres clés des opérateurs numériques (Airbnb, Abritel etc.)

TAUX D'OCCUPATION

→ **29%**
+1% par rapport à 2024

DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR

→ **4 JOURS**
égal à 2024

NUITÉES RÉSERVÉES

→ **100 830**
+2,61% par rapport à 2024

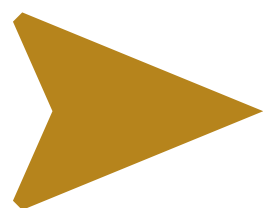
TARIF JOURNALIER MOYEN

→ **106€**
107€ en 2024

REVENUS TOTAL

→ **14 089 219€**
+26 915€ par rapport à 2024

Source : Données Lighthouse par Hérault Tourisme
Résultats au 21/01/2026

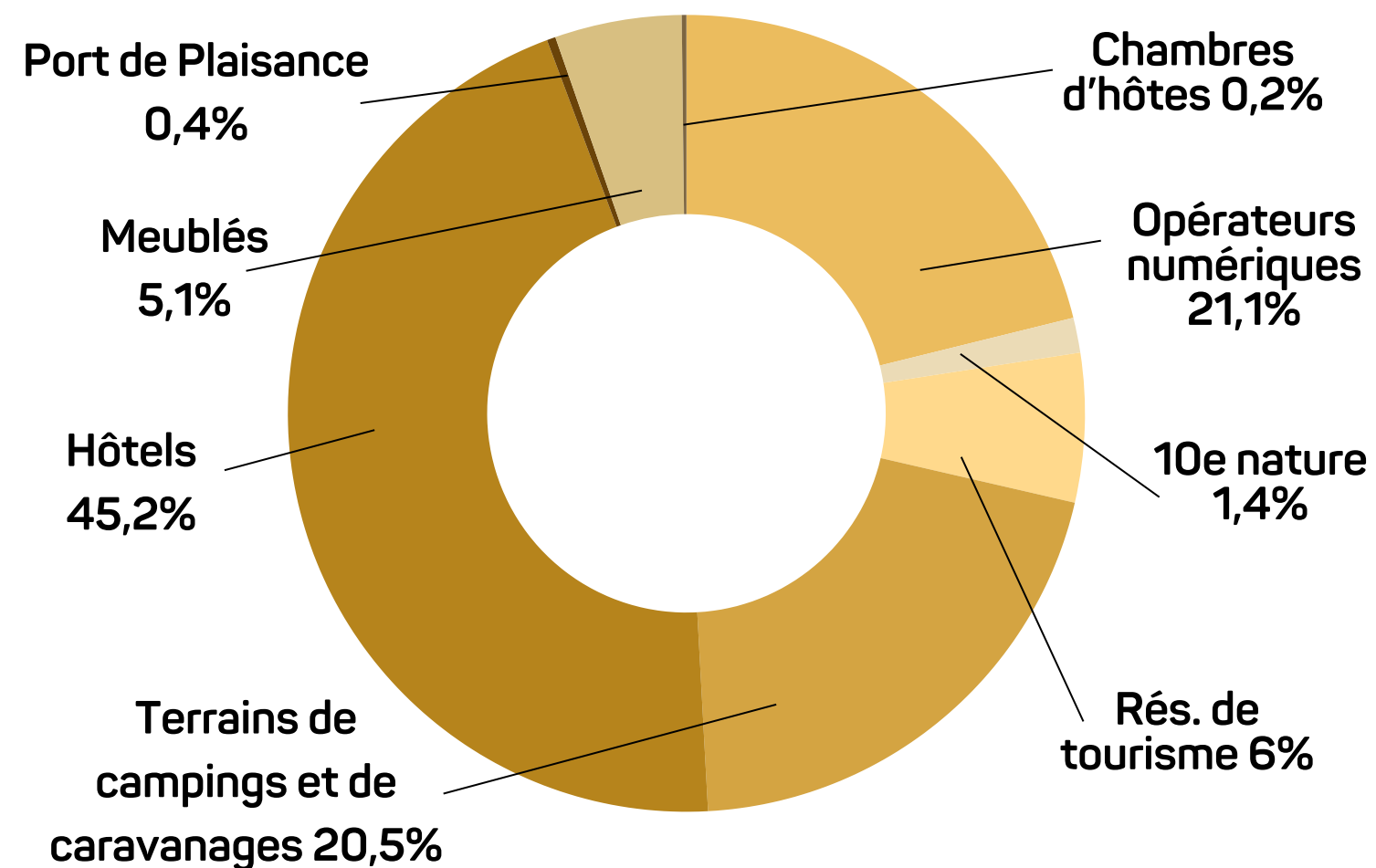


HÉBERGEURS

456 hébergeurs en activité en 2025 (+12% par rapport à 2024)

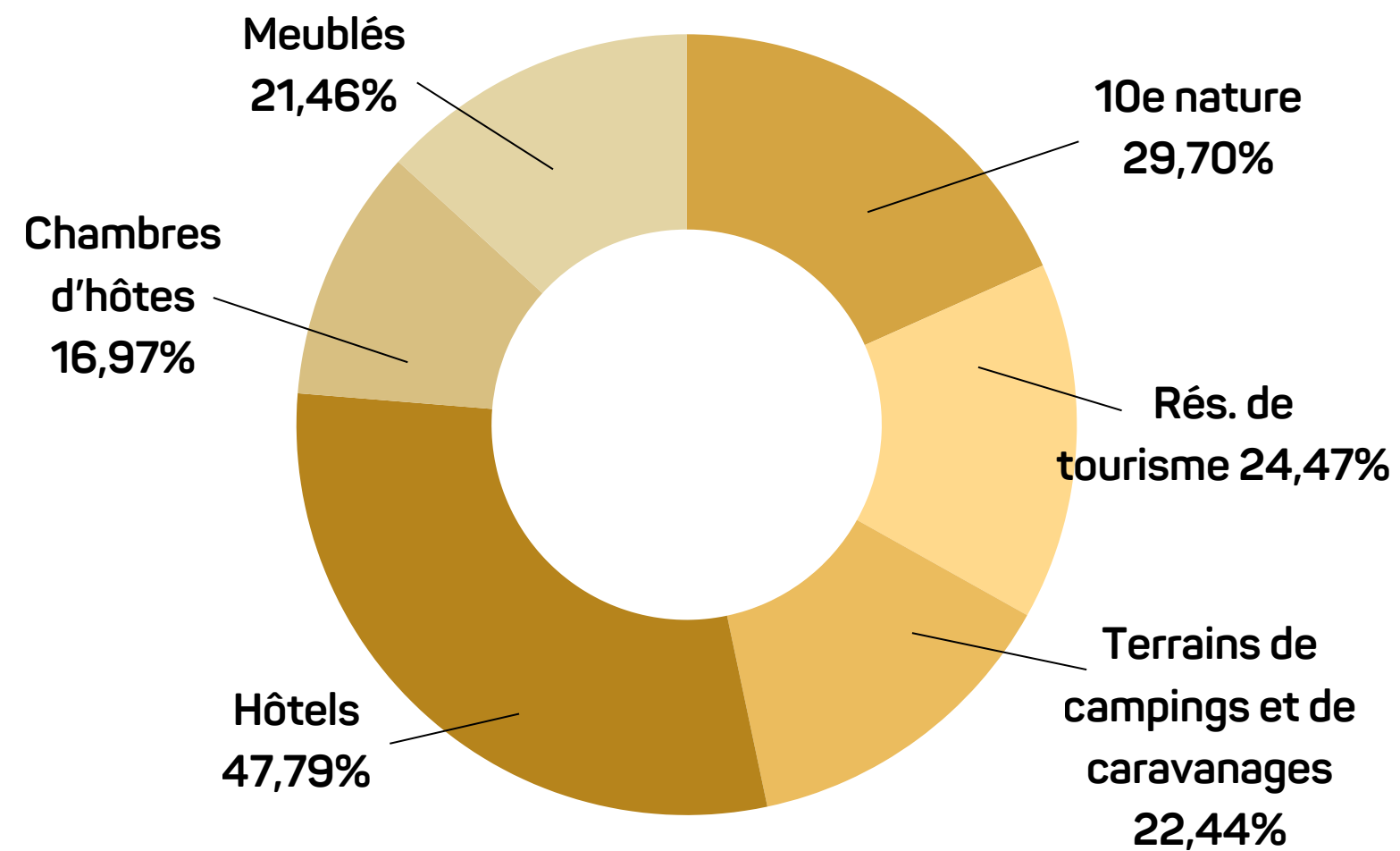
NUITÉES DÉCLARÉES

En direct et par les opérateurs numériques

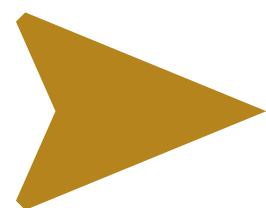


TAUX D'OCCUPATION DES LITS

En direct



Source : Nouveaux Territoires (logiciel de déclaration de la taxe de séjour)
Résultats au 23/01/2026

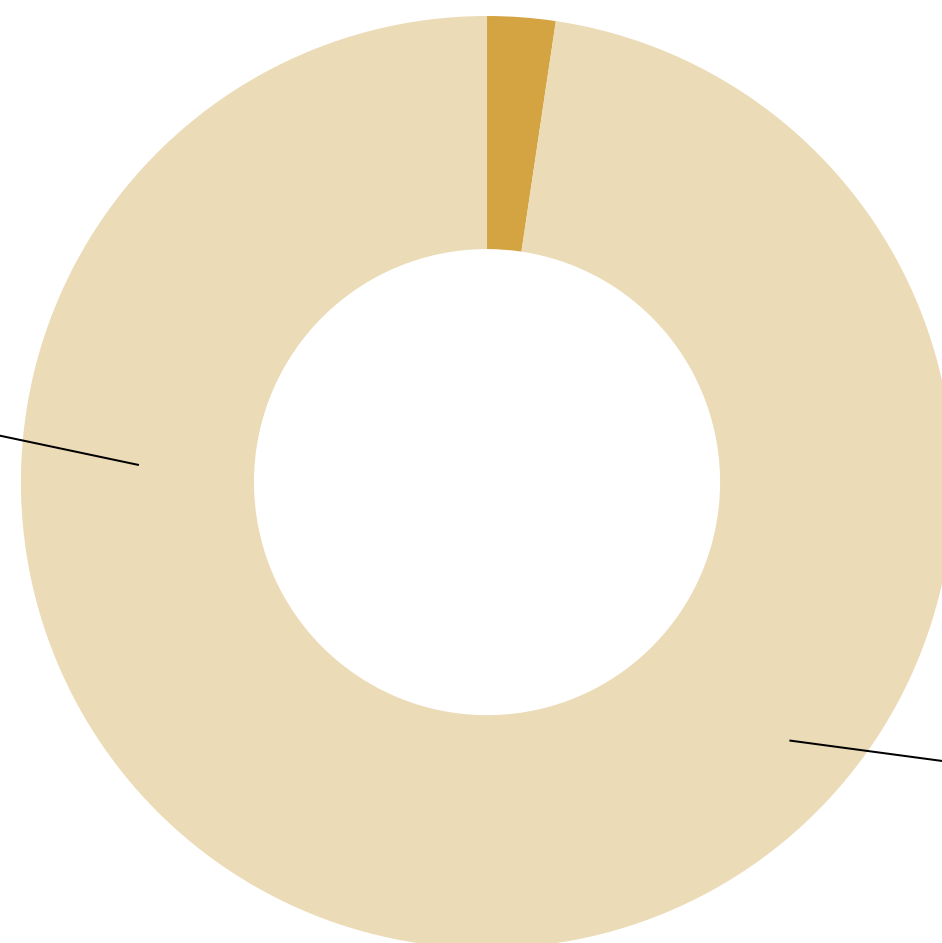


HÉBERGEURS

La taxe de séjour : un financement clé pour le développement touristique de la destination

MONTANT DÉCLARÉS EN DIRECT ET PAR LES OPÉRATEURS NUMÉRIQUES

192 576,65€
Opérateurs
numériques
30%



447 991,31€
Hébergeurs
70%

TOTAL 2025

→ **692 707,37€***
(dernier versement
de Booking en attente)

*sont déduits de ce montant :

- 10% de taxe départementale
- 34% de taxe régionale

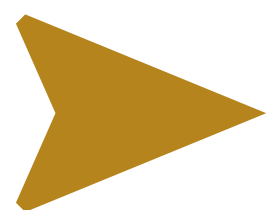
(TAR - Loi de finance depuis janvier 2024)



Source : Nouveaux Territoires (logiciel de déclaration de la taxe de séjour)
Résultats au 23/01/2026

The background image shows a travel fair booth for Montpellier. A man with a backpack is looking at a map on a table. A woman is standing behind the table, gesturing towards the map. The booth has several signs: 'to Montpellier Languedoc Camargue', 'Bienvenue à Montpellier Languedoc Camargue', 'WELCOME LANGUEDOC CAMARGUE', 'BRUX', 'MONTE', and a Twitter logo with the text 'tra'.

COMMUNICATION & PROMOTION

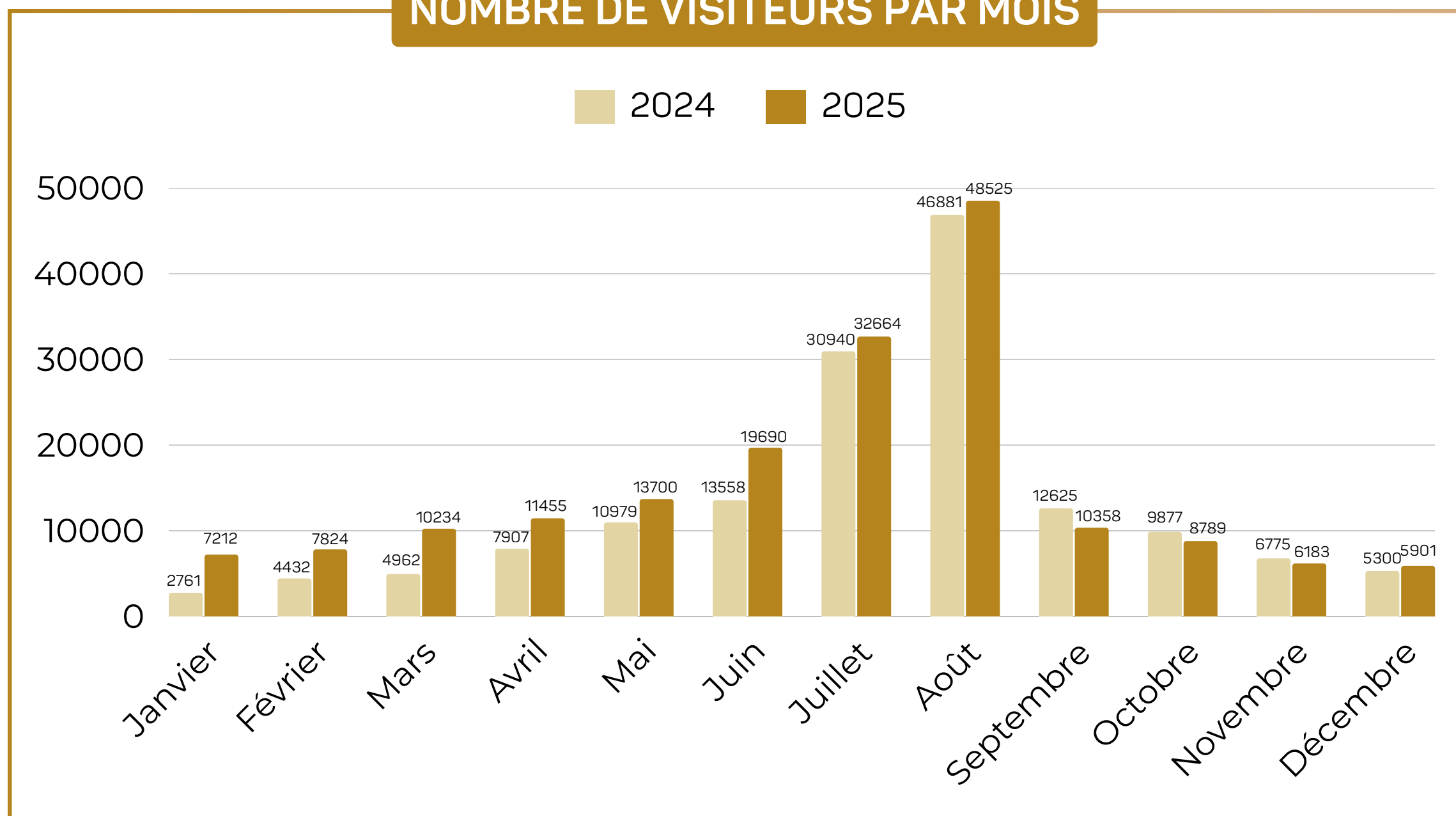


COMMUNICATION & PROMOTION

Un site internet de plus en plus consulté



NOMBRE DE VISITEURS PAR MOIS



TOTAL VISITEURS

→ **175 585**
+16% par rapport à 2024

DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES

→ TOP 3 PAYS

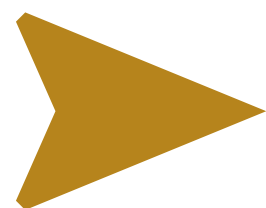
1	2	3

→ TOP 3 RÉGIONS
1) Occitanie 2) Auvergne-Rhône-Alpes 3) Ile-de-France

DONNÉES TECHNOLOGIQUES

Mobile	Ordinateur	Tablette
73.58%	24.5%	1.79%

Sources : Google Analytics



COMMUNICATION & PROMOTION

Un site internet résolument accessible à tous les publics

Notre site internet mauguio-carnon-tourisme.com constitue un **outil central** dans la promotion et le rayonnement de la destination. Il offre aux visiteurs un accès pratique et complet à l'ensemble des informations touristiques, entre autres :



Événements



Hébergements



Restauration



Activités



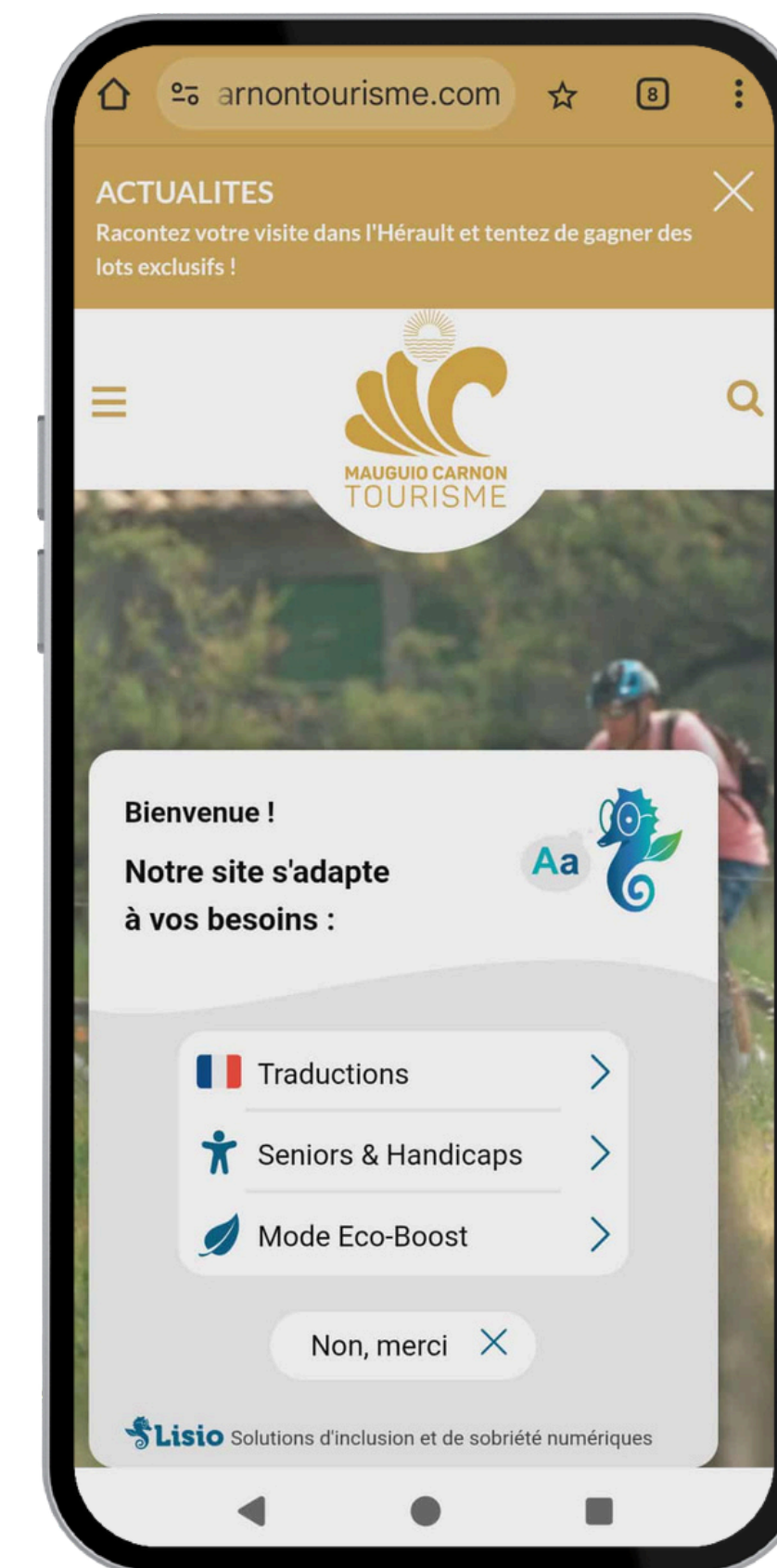
Depuis juin 2023, notre site est pourvu de l'**outil LISIO**. Cette solution propose une **adaptation personnalisée** de notre site internet aux **besoins spécifiques** de nos visiteurs (handicaps, déficiences, dyslexie, daltonisme etc.), la **traduction en 42 langues** ainsi qu'un **affichage écologique**.

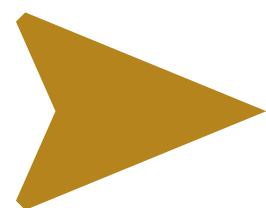
NOMBRE D'UTILISATIONS

→ **13 805**

de janvier à décembre 2025

Source : Données LISIO





COMMUNICATION & PROMOTION

Des réseaux sociaux en pleine expansion

NOS RÉSEAUX SOCIAUX



FACEBOOK : 7 425 abonnés
+267 par rapport à N-1

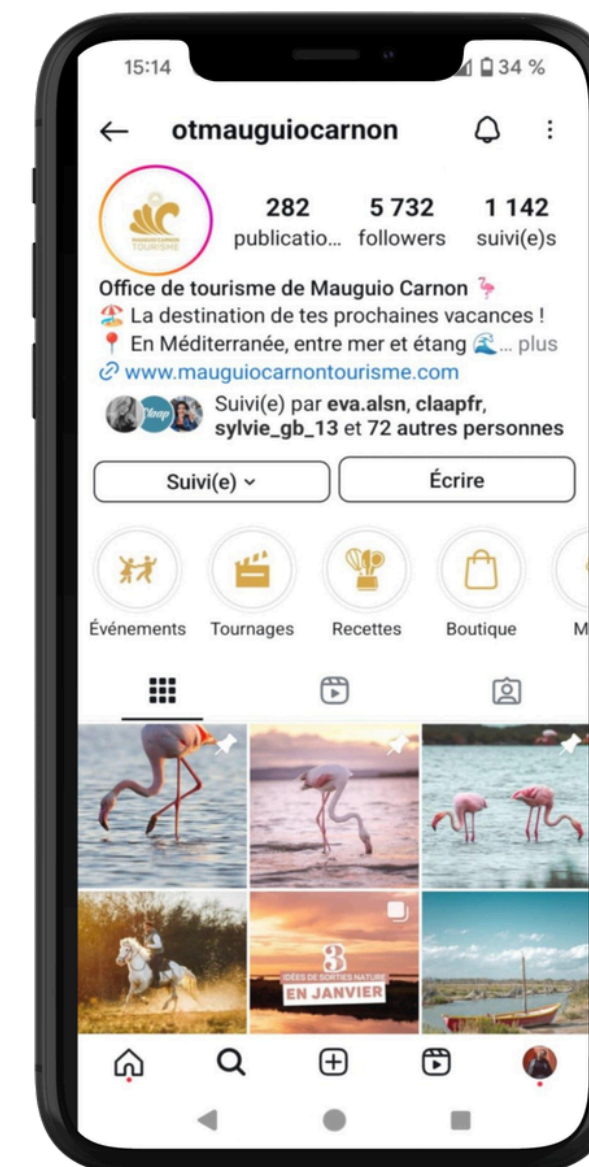
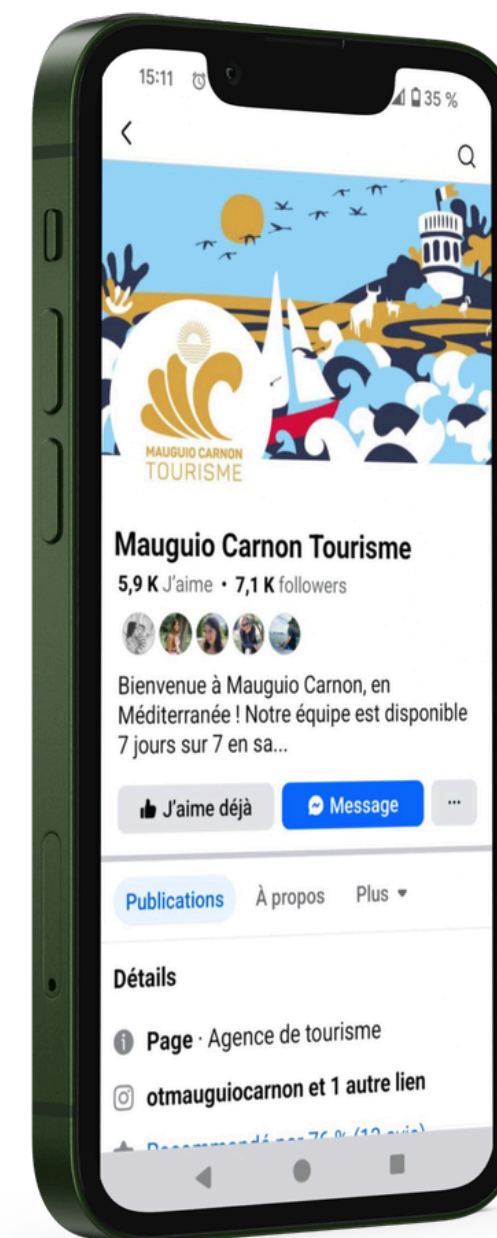


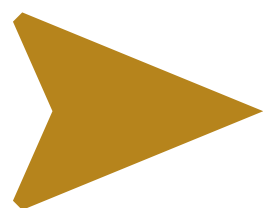
INSTAGRAM : 6 677 abonnés
+160 par rapport à N-1



LINKEDIN : 572 abonnés
+168 par rapport à N-1

Sources : Meta Business Suite, LinkedIn





COMMUNICATION & PROMOTION

E-reputation : Les avis de nos visiteurs sur les plateformes en ligne

GOOGLE MY BUSINESS ★★★★★

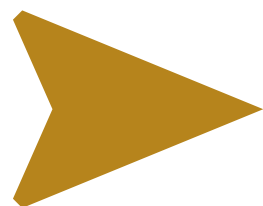
387 avis et une note de **4.3 sur 5**

- Si je pouvais mettre plus que 5 étoiles je le ferai ! En vacances avec mon conjoint, nous avons été de passage à l'Office de tourisme, et je tenais à dire un grand merci à Jean-Michel pour son accueil chaleureux, sa réactivité, son dynamisme, mais surtout sa bonne humeur ! Très précis dans ses explications ! Nous le remercions d'avoir pris le temps de nous conseiller."
- Personnel très investi, merci à Laura pour ses supers conseils !
- Très bonne expérience ! Facile d'accès et équipe sympathique. Nous les avons appelé en amont et sommes venus pour de l'aide afin de planifier notre séjour. L'équipe est très efficace et bienveillante !

TRIPADVISOR ●●●●●

19 avis et une note de **4.3 sur 5**

- On nous a donné des dépliants et des cartes pour mieux connaître la région et c'était de très bons conseils !
- Accueil très agréable, à l'écoute, nous sommes repartis avec toutes les infos nécessaires ! Parfait !
- Très bon service, un personnel très accueillant et agréable.
N'hésitez pas à y aller si vous voulez plus d'infos sur Carnon et ses alentours !



COMMUNICATION & PROMOTION

Guide touristique : un incontournable entièrement repensé en 2024

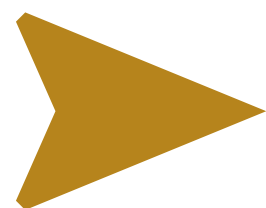
Depuis 2024, l'Office de Tourisme de Mauguio Carnon propose une nouvelle édition de son guide touristique, entièrement repensée pour offrir une expérience plus immersive et personnalisée. Composée de 88 pages, cette édition vise à enrichir la découverte de notre destination en mettant l'accent sur les moments de partage et d'interaction avec la communauté locale.

Traduit en anglais et allemand, ce guide a été mis à la disposition de nos visiteurs en version numérique, permettant ainsi une consultation facile à tout moment. Une version papier est également disponible à l'OT, offrant ainsi à tous, la possibilité de se procurer ce précieux outil.

Ce projet a été mené en partenariat avec l'agence de rédaction de contenu touristique Les Conteurs et l'agence de communication Trait d'Union.

Cette version sera actualisée et renouvelée en avril 2026.

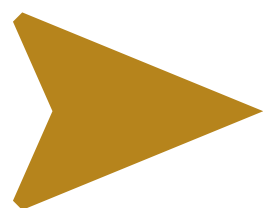




COMMUNICATION & PROMOTION

De nombreuses parutions dans les médias tout au long de l'année



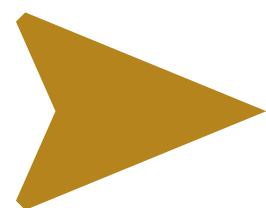


COMMUNICATION & PROMOTION

9 jeux concours sur Instagram tout au long de l'année avec nos socioprofessionnels



- 1 TROT EVASION** | Du 11 au 22 juin 2025 (6622 vues) | Une sortie en trottinette électrique pour deux personnes
- 2 LES JEUNES YOGIS** | Du 2 au 9 juillet 2025 (3379 vues) | 1 séance de yoga pour 2 personnes
- 3 NEPTUNALIA** | Du 14 au 20 juillet 2025 (6904 vues)
1 balade en mer avec *Captain Méditerranée*, 1h de location de bateau avec *Rent My Boat*, 2 journées transat + 30 min de paddle avec *Tiky Beach*, 1 formule découverte Yoga / Pilates avec la *Maison du Bosquet*
- 4 FREEDOM BOAT CLUB** | Du 21 juillet au 3 août (4737 vues) | 1 sortie en mer
- 5 DOMAINE LA CLAUSADE** | Du 28 juillet au 4 août 2025 (4631 vues) | 1 dégustation + planche de tapas pour 2 pers.
- 6 LA PLAGES SAUVAGE** | Du 4 au 10 août 2025 (33 827 vues) | 1 journée transat pour 2 pers.
- 7 CENTRE ÉQUESTRE SUD OCCITANIE** | Du 19 octobre au 3 novembre 2025 (10 337 vues) | ½ journée de stage pour 2 pers.
- 8 IBIS STYLES** | Du 12 au 23 novembre 2025 (10 337 vues) | 2 formules Padel & Poké
- 9 CALENDRIER DE L'AVENT** | Du 1er au 24 décembre 2025 | Un lot par jour à gagner / 26 partenaires participants

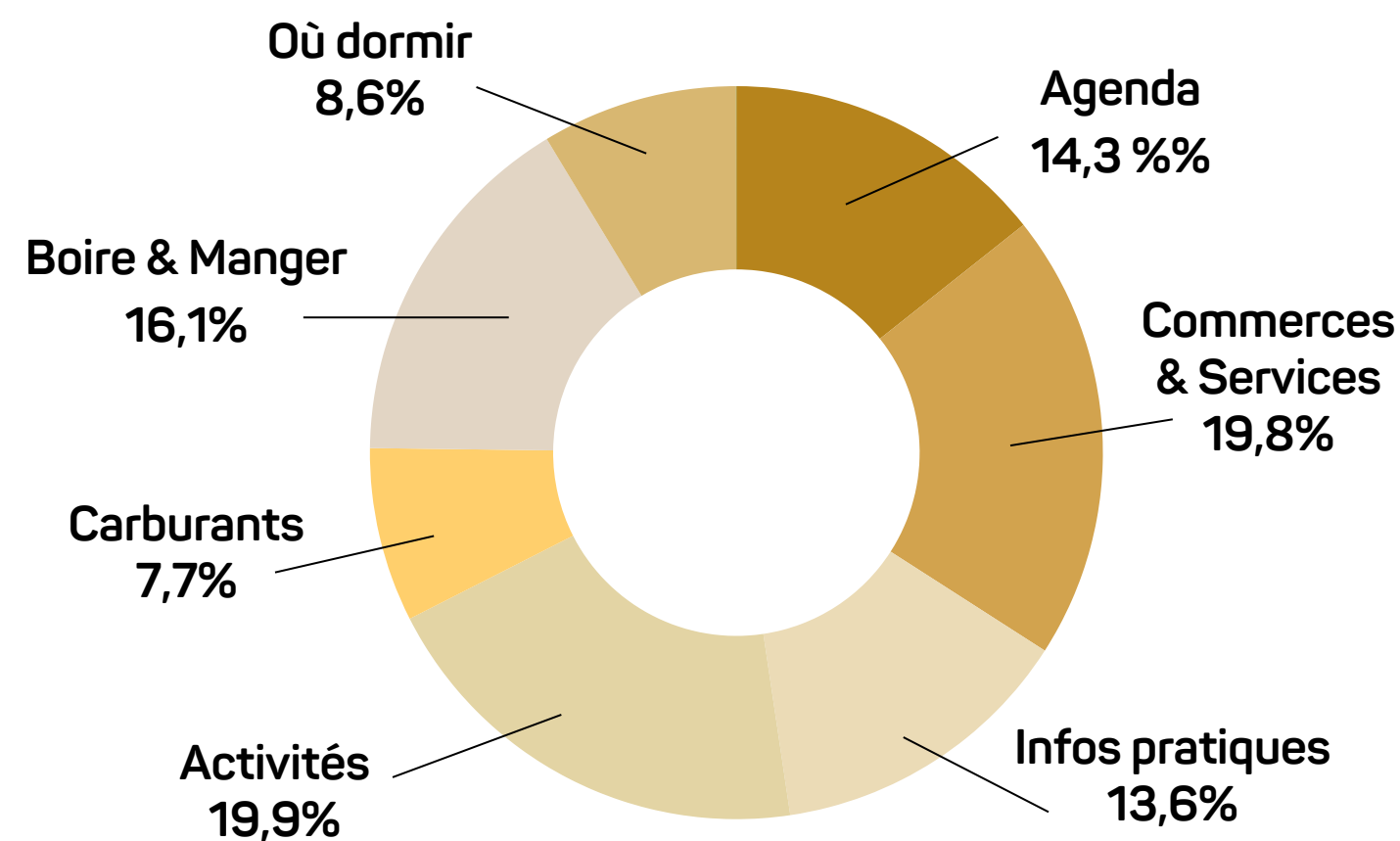


COMMUNICATION & PROMOTION

Borne interactive : un nouvel outil de diffusion sur le port

Depuis le 16 juillet 2024, l'Office de Tourisme a renforcé sa présence grâce à l'installation d'une borne interactive touristique sur le port de plaisance.

Cette borne est accessible 24H/24 et permet à nos visiteurs d'obtenir les informations nécessaires à leur séjour : hébergements, agenda, météo, commerces et bien d'autres informations diffusées en temps réel.



NOMBRE D'UTILISATIONS

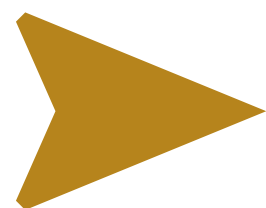
→ **7532**

de janvier à décembre 2025



Source : Back Office BNG





COMMUNICATION & PROMOTION

Mise en valeur de l'offre touristique locale

En 2025, l'Office de Tourisme de Mauguio Carnon a renforcé ses liens avec les prestataires touristiques du territoire et valorisé l'offre locale à travers deux actions complémentaires :

→ VISITES PRESTATAIRES

Objectifs : renforcer les connaissances de l'équipe sur l'offre touristique du territoire, renforcer les relations avec les prestataires et valoriser le tissu touristique local.

- 8 visites de prestataires réalisées en 2025
- Valorisation de chaque visite via un post dédié sur LinkedIn

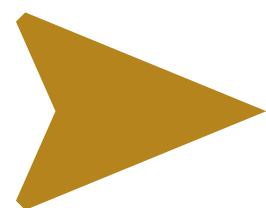
→ CAMPAGNE DE COMMUNICATION « ON A TESTÉ POUR VOUS »

Objectif : faire connaître l'offre touristique du territoire au grand public à travers de courtes vidéos diffusées sur notre compte Instagram @otmauguiocarnon. Des dotations offertes par les prestataires participants étaient à gagner sur chaque vidéo (1 gagnant tiré au sort parmi les commentaires)

- 8 tournages réalisés en 2025

Ces opérations seront renouvelées en 2026.





COMMUNICATION & PROMOTION

L'OT présent aux côtés de l'aéroport de Montpellier

L'année a été marquée par **deux opérations hors les murs** avec l'Aéroport de Montpellier :

→ SALON DES VOYAGES | DU 10 AU 12 JANVIER 2025

Dans le cadre de Montpellier Languedoc-Camargue, l'Office de tourisme de Mauguio Carnon a participé au premier Salon des Voyages de l'Aéroport Rennes Bretagne. Une belle opportunité de promotion de notre destination auprès du public rennais ainsi que de la ligne aérienne reliant Rennes à Montpellier, opéré deux fois par semaine par la compagnie Volotea.

→ INAUGURATION DU VOL BRUXELLES > MONTPELLIER | JEUDI 10 AVRIL 2025

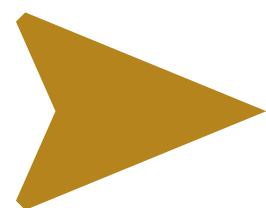
L'Office de tourisme de Mauguio Carnon était présent à l'aéroport de Montpellier pour l'inauguration de la ligne Bruxelles-Montpellier, opéré deux fois par semaine par la compagnie Transavia. Une nouvelle connexion qui permet aux voyageurs bruxellois de profiter de notre belle région tout en offrant aux Héraultais une opportunité de découvrir les richesses de la capitale Belge.

En 2026, l'OT renforcera ses accueils hors les murs au travers d'actions de promotion, notamment avec l'aéroport de Montpellier.



A group of people, including men and women, are riding white horses down a paved street. They are wearing traditional clothing, such as hats, vests, and patterned shirts. The scene is set in an urban environment with buildings and trees in the background. A blue semi-transparent overlay covers the entire image, and the word "ANIMATIONS" is written in large, white, sans-serif capital letters across the center.

ANIMATIONS



ANIMATIONS

Trois évènements majeurs en 2025

LEVEZ L'ENCRE ! - NEPTUNALIA - CARNON WINGFOIL EVENT

Ces trois évènements forts jalonnent l'année en accord avec une politique de destination "4 saisons". Ils ont pour vocation de marquer l'identité de la commune et de créer des temps de rencontre :

→ **LEVEZ L'ENCRE !** | 28 & 29 JUIN 2025

4ème édition de ce festival autour de la littérature et de l'illustration jeunesse
(Service partenaire : Médiathèque de l'Ancre)

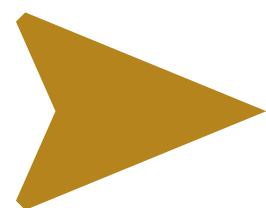
→ **NEPTUNALIA - LA FÊTE DE LA MER** | 20 JUILLET 2025

Animations, conférences scientifiques, défilés de bateaux, activités nautiques, ateliers
(Service partenaire : Capitainerie)

→ **CARNON WINGFOIL EVENT** | 11 & 12 OCTOBRE 2025

Compétition sportive pro et amateur organisée par le Service des Sports et le Yacht Club de Mauguio Carnon (OT partenaire financier).





ANIMATIONS

Une offre événementielle tout au long de l'année

→ **MES P'TITES VACANCES** | Vacances scolaires

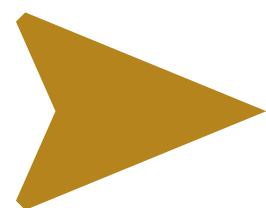
Hiver : Tous en scène | Printemps : Autour du monde

Les contraintes budgétaires ont pesé sur la programmation hors-saison : pas de sessions de Mes P'tites Vacances pendant les vacances de Toussaint ni celles de Noël. Cependant, nous avons pu proposer un atelier pour Halloween (décoration de gâteaux) et un spectacle de fin d'année (Symbolio et l'esprit de Noël).

AUTRES ANIMATIONS :

- **MISS CARNON** | 17 MAI 2025 : Election annuelle sur le Port
- **CANAL EN FÊTE** | 24 & 25 MAI 2025 : Découverte des richesses du canal du Rhône à Sète à travers des activités: initiation à l'aviron, sorties en canoë, chasse au trésor
- **TWIST & CARS** | 29 MAI 2025 : Exposition de voitures anciennes
- **MARCHE POUR LA VUE** | 31 MAI 2025 : Organisé en partenariat avec l'IRRP; collecte de fond au profit de la recherche et animations de sensibilisation aux handicaps. Sortie à Mauguio en 2025 et prévue à Carnon pour 2026
- **FÊTE DE LA MUSIQUE** | 21 JUIN : Concert du groupe Aragorn





ANIMATIONS

Les animations estivales

Animations « historiques » qui forment le cœur de la programmation estivale. Le volume a été maintenu pendant les deux mois de haute saison (juillet & août) selon le découpage suivant :

→ CHAQUE SEMAINE

- 1 animation jeune public
- 1 animation musicale place Cassan (reprise de l'animation sur cet espace en 2025)
- 1 séance de cinéma en plein air au Jardin du Bosquet
- 2 à 3 spectacles tout public au kiosque sur le port de plaisance

→ ANIMATIONS PONCTUELLES

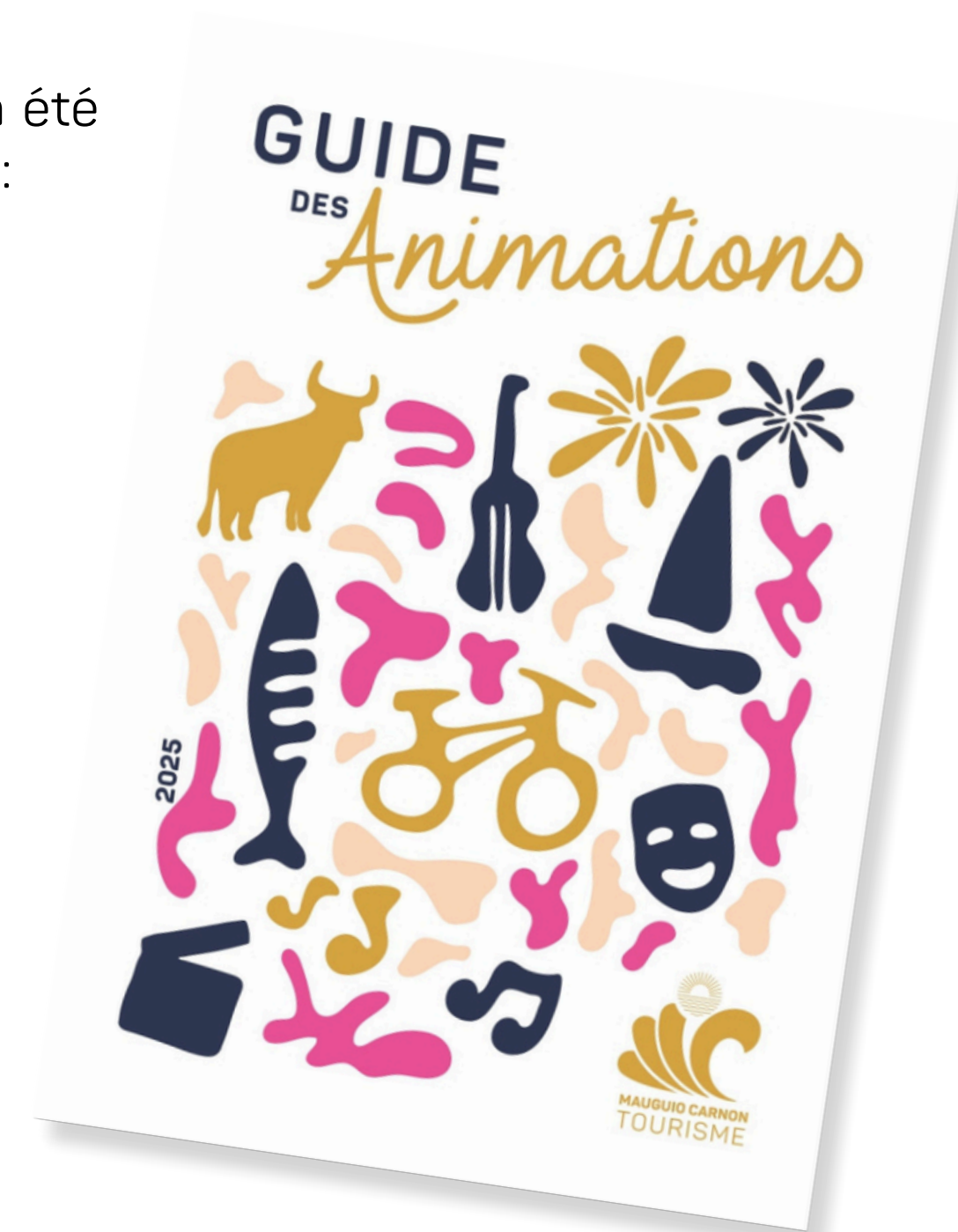
- Balades naturalistes thématiques (de juin à septembre)
- Manifestations ponctuelles (1 concert à l'église, 1 roussataio)
- Feux d'artifice (13 juillet et 15 août)

→ PETIT TRAIN TOURISTIQUE

- Découverte de Carnon grâce au petit train touristique (du 1er juillet au 31 août)

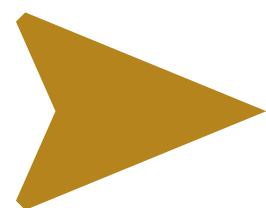
→ EXPOSITIONS ARTISTIQUES

- Expositions peintures, sculptures, photos à la salle des Cistes (du 13 juin au 28 août)



DÉMARCHE QUALITÉ





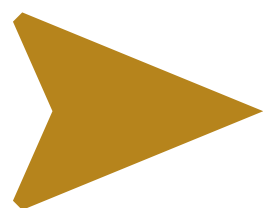
DÉMARCHE QUALITÉ

En route vers Destination d'Excellence !



En 2026, la Marque Qualité Tourisme deviendra « **Destination d'Excellence** ».
Des critères d'évaluation qui évoluent vers une démarche toujours plus durable :

- Prendre en compte la **satisfaction des visiteurs**, collecter leur avis et tenir compte de leurs attentes
- Faire de la visite et du séjour de chaque visiteur un moment chaleureux et personnalisé
- Donner envie à nos visiteurs de **découvrir notre territoire** et leur donner envie de revenir
- **Renforcer les liens avec les socios-professionnels** par une collaboration étroite afin d'enrichir notre offre touristique
- Prendre en compte le **bien-être de nos collaborateurs** et leur montée en compétences
- **Satisfaire les habitants** en recueillant les éléments qui impactent leur qualité de vie, leurs remarques, suggestions sur leur perception des incivilités de l'environnement, manifestations organisées etc.
- **Satisfaire les élus** par la valorisation de notre territoire et de ses richesses pour un meilleur rayonnement
- Renforcer nos actions pour aller vers un **tourisme plus durable et accessible** pour tous.



DÉMARCHE QUALITÉ

Questionnaires de satisfactions : un outil indispensable au cœur de notre démarche Qualité

En 2025, nos visiteurs...



venaient pour la première fois chez nous

78%



ont facilement trouvé l'office

96 %



ont apprécié le lieu

100 %



ont exprimé l'envie de découvrir le territoire à l'issue de leur visite

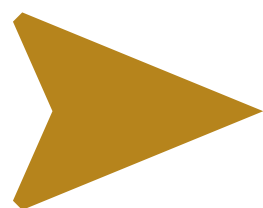
99 %



ont découvert les produits boutique

59 %

Sources : Questionnaires de satisfaction



DÉMARCHE QUALITÉ

Questionnaires de satisfactions : chiffres clés de 2025

NOMBRE TOTAL DE
QUESTIONNAIRES COMPLÉTÉS

→ **393**

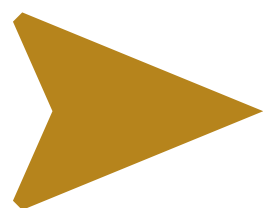
TAUX DE SATISFACTION
GLOBAL SUR L'ANNÉE

→ **98,67%**



Sources : Questionnaires de satisfaction

En outre, différents moyens permettent de récolter les remarques des visiteurs :
fiches de suggestion, fiches de réclamation, avis en ligne, remarques orales...



DÉMARCHE QUALITÉ

Répartition des remarques visiteurs par thématique

En 2025, nous avons recensé 43 remarques visiteurs, recueillies à l'accueil, qu'elles soient orales ou écrites.

→ POINTS FORTS À VALORISER

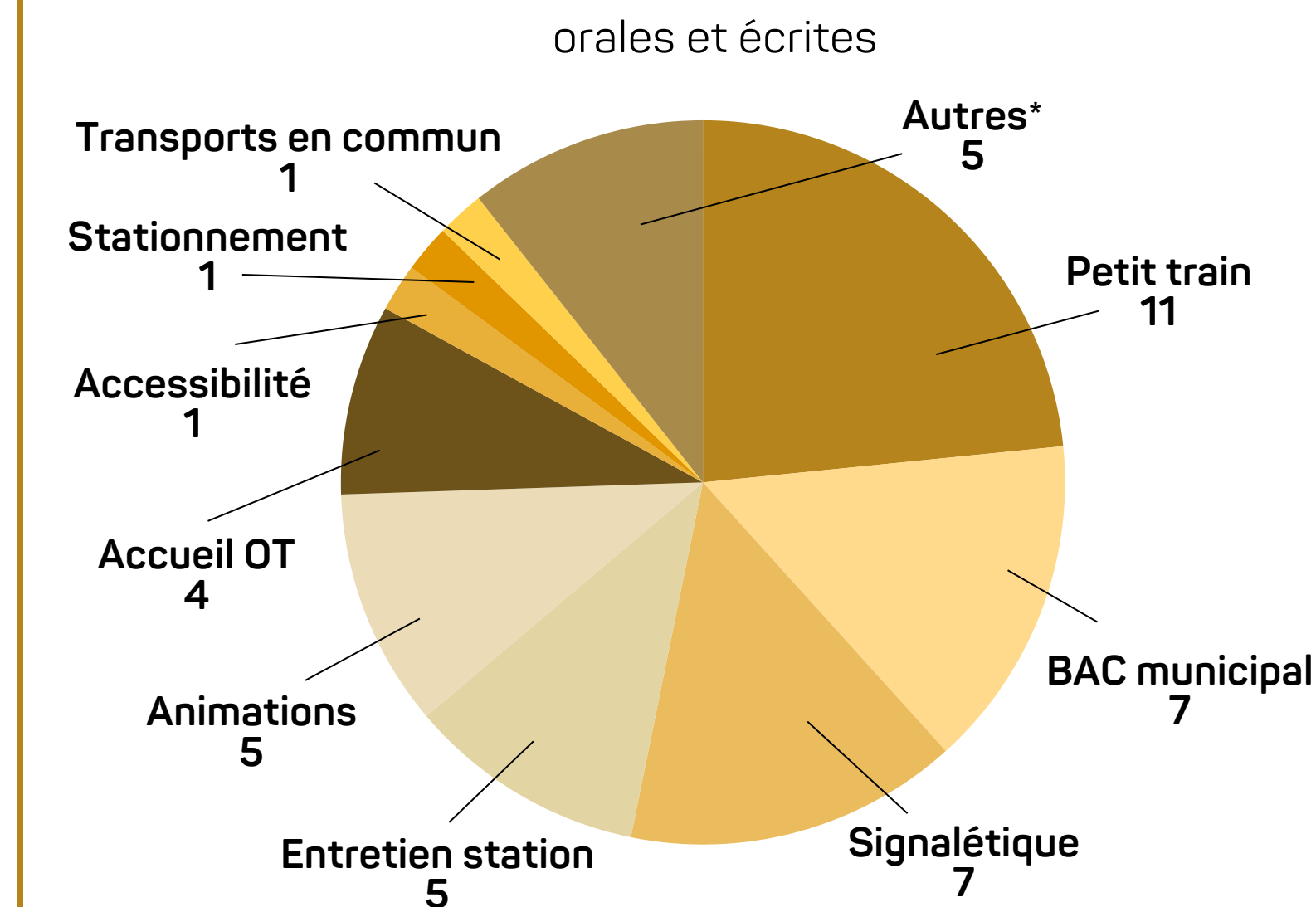
La qualité de l'accueil à l'Office de Tourisme : Les retours concernant l'accueil sont **exclusivement positifs**. Les visiteurs soulignent le professionnalisme, la disponibilité, l'écoute et l'amabilité de l'équipe.

Une offre d'animations appréciée : les visiteurs remercient explicitement l'OT pour les animations proposées. Cela témoigne d'un **attachement à la dynamique événementielle estivale** et à la vitalité de la station.

Des services touristiques reconnus (petit train) : plusieurs retours mettent en avant la qualité humaine du service du petit train (chauffeur apprécié, gestes attentionnés) et soulignent **l'intérêt de la mise en place de ce service**.

Sources : Tableau de remarques, fiches suggestions...

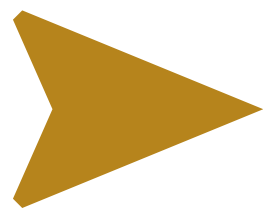
TOTAL : 43 REMARQUES EN 2025



*Boutique, réseau 4g/wifi public, tranquillité publique

A close-up, slightly blurred photograph of a hand holding a small, dark, rectangular object. The hand is positioned on the left side of the frame, with fingers gently gripping the object. The background is a soft, out-of-focus blue. Overlaid on the right side of the image is the word "PERSPECTIVES" in a large, white, serif font.

PERSPECTIVES



PERSPECTIVES 2026

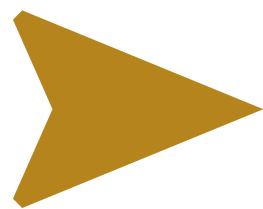
Accueil et écoute client

→ OBJECTIFS

- Renforcer la qualité de l'accueil et des services pour chaque visiteur
- Optimiser nos outils numériques pour une information rapide et personnalisée
- Tenir compte des retours visiteurs dans nos actions et nos projets.

→ ACTIONS

- Formation continue des équipes d'accueil pour garantir un accueil optimal et professionnel en renforçant leur expertise sur le conseil en séjour > **PRUF, tests mystères qualité, Tourinsoft, Eductours, visites prestataires**
- Mise à jour régulière et actualisation des supports d'information en tenant compte de l'accessibilité (documentation, borne interactive, site web, réseaux sociaux etc.)
- Optimisation des produits boutiques (gestion des invendus et des best-sellers)
- Traitement des retours et réclamations des visiteurs en facilitant leur transmission aux services concernés grâce à nos outils d'écoute client.
- Renouvellement de la marque Qualité Tourisme qui devient « **Destination d'Excellence** » en 2026
- Reclassement de l'Office de tourisme en 1ère catégorie selon le nouveau référentiel 2026



PERSPECTIVES 2026

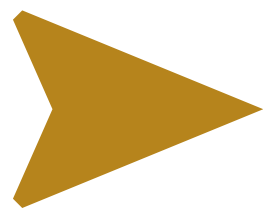
Communication et promotion de la destination

→ OBJECTIFS

- Augmenter la visibilité et l'attractivité de la destination grâce à notre stratégie digitale
- Attirer de nouveaux visiteurs tout en fidélisant les habitués.

→ ACTIONS

- Campagnes de communication digitale ciblée (Facebook, Instagram) mettant en valeur les paysages, activités/événements et mobilités douces (tourisme responsable)
- Campagnes dans les médias (Claap, Métropolitain etc.)
- Partenariats avec des influenceurs pour promouvoir la destination
- Actions de promotion avec l'aéroport Montpellier Méditerranée (inaugurations de nouvelles lignes, workshops) et aéroports partenaires (ex : Salon BtoC "Salon des Voyages" de Rennes et Brest)
- Campagnes de communication avec nos socio-professionnels > Jeux concours, campagnes "Visites prestataires" sur LinkedIn, "On a testé pour vous" sur Instagram
- Animation numérique du territoire > Ateliers numériques à destination des SP (Google, Instagram etc.)
- Faire vivre notre club Ambassad'Or.



PERSPECTIVES 2026

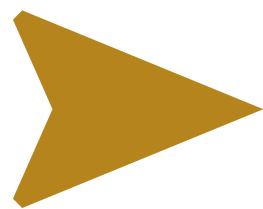
Démarche durable et tourisme responsable

→ OBJECTIFS

- Promouvoir un tourisme alternatif et respectueux de l'environnement.
- Sensibiliser les visiteurs à la préservation de la biodiversité locale par une offre adaptée.
- Former notre équipe aux enjeux du tourisme durable et encourager les actions internes éco-responsables.
- Poursuivre et encourager les démarches de labellisation favorisant un tourisme durable pour l'OT et les socios-pros.

→ ACTIONS

- Mise en place d'une charte écotouristique pour les prestataires encourageant des pratiques durables.
- Participation active aux projets en faveur d'un tourisme durable avec les institutions locales > **Mise en tourisme du Canal du Rhône à Sète avec VNF**
- Maintien d'opérations de sensibilisation à l'environnement avec les habitants, touristes, acteurs locaux tout au long de l'année > **Nettoyage de plage, ateliers etc.**
- Création d'un **passport du touriste responsable** dans notre guide touristique (page "En vacances, adoptons les bons gestes" présente dans notre guide)
- Auto-évaluation et établissement d'un plan d'action en conformité avec le pilier Durable de "Destination d'Excellence" en vue de l'obtention du label en 2026.
- Réflexion et élaboration d'un plan d'actions pour l'obtention du label Accueil Vélo pour l'Office de tourisme.



PERSPECTIVES 2026

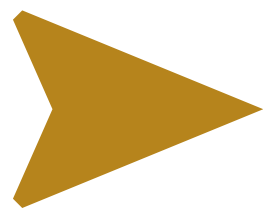
Accessibilité

→ OBJECTIFS

- Promouvoir une offre touristique inclusive et diversifiée.
- Améliorer en continu l'offre touristique accessible et les services proposés à nos visiteurs.
- Sensibiliser et former les équipes et les acteurs touristiques.
- Poursuivre et encourager les démarches de labellisation pour un tourisme pour tous à échelle de la destination et de l'OT.

→ ACTIONS

- Renouveler la marque Destination pour tous à l'échelle de la destination en partenariat avec la ville
- Renouveler l'action "Marche pour la vue" en partenariat avec l'IRRP à Mauguio
- Valoriser les hébergements, restaurants, et activités labellisés Tourisme & Handicap dans notre communication, encourager les démarches de labellisation
- Proposer des formations pour le personnel permanent et saisonnier sur l'accueil des personnes en situation de handicap



PERSPECTIVES 2026

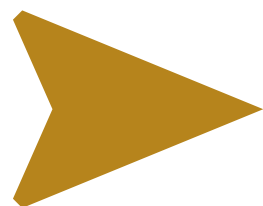
Animations et événements

→ OBJECTIFS

- Proposer des animations sur des lieux clés de la station afin de favoriser les retombées économiques des commerçants
- Maintenir les événements identitaires "Mauguio Carnon l'Intemporelle"
- Proposer une offre d'animations tout public, inclusive et diversifiée
- Réussir à maintenir une programmation variée en tenant compte des contraintes budgétaires.

→ ACTIONS

- Maintien des festivités du 21 juin, 14 juillet et du 15 août
- Recalibrage du format des Neptunalia, Levez l'Encre et du Carnon Wingfoil Event
- Nouvelle offre d'animations sur le "Jardin des Dunes"
- Présence du petit train touristique en juillet/août.



PERSPECTIVES 2026

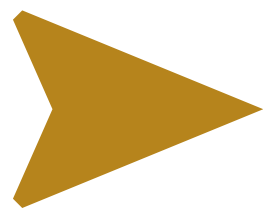
Partenariats et collaborations avec les acteurs locaux

→ OBJECTIFS

- Renforcer les partenariats avec les entreprises locales pour créer des synergies
- Organiser des rencontres, réunions, et rendez-vous personnalisés
- Accompagner les prestataires locaux dans leur évolution numérique
- Communiquer et sensibiliser sur les actions Tourisme et Handicap, Destination pour Tous, Destination d'Excellence
- Soutenir les initiatives locales pour améliorer l'offre touristique.

→ ACTIONS

- Lancement de campagnes de promotion commune avec les commerçants locaux pour attirer les visiteurs et favoriser la consommation locale > Jeux concours sur Instagram, campagne "On a testé pour vous", partenariat événementiel lors des Neptunalia etc.
- Campagnes de sensibilisation des pros aux labels, formations et outils durables qui leur sont proposés > Clé Verte, formation WE GO GREEN R, Accueil Vélo etc.



PERSPECTIVES 2026

Marques et labels

→ DESTINATION D'EXCELLENCE

- Préparer l'évolution de la marque Qualité Tourisme vers Destination d'Excellence en juin 2026
- Développer notre plan d'actions en faveur d'un tourisme durable en maintenant la qualité de nos services et de l'accueil des visiteurs.

→ TOURISME ET HANDICAP / DESTINATION POUR TOUS

- Valoriser le tourisme accessible et inclusif par la promotion d'une destination touristique pour tous, habitants du territoire comme visiteurs extérieurs.
- Marque « Tourisme et handicap » : Maintien et développement de nos actions depuis le renouvellement en 2023.
- Marque « Destination Pour Tous » : Renouvellement de la marque en 2026

→ CLASSEMENT DE L'OT EN CAT.1 - STATION CLASSÉE - COMMUNE TOURISTIQUE CLASSÉE

- Préparation du renouvellement du classement en 2026.

→ LABEL PAVILLON BLEU

- Renouvelé chaque année et renforcé par des ateliers OT/Région.

→ LABEL ACCUEIL VÉLO

- Adhésion au label en cours de réflexion et établissement d'un plan d'actions en vue de son obtention en 2026.

Ensemble, continuons à faire rayonner **notre destination !**

Des questions ? Des suggestions ? Nous sommes à votre écoute.
Contactez-nous : **officedetourisme@mauguio-carnon.com**

