



# Le Titanic

## jette l'ancre à Cherbourg

Décembre 2011 - Janvier 2012 - 2114-866X

### Touraine

Chacun  
son Tours

### Événementiel

Quand les pros  
créent le buzz

### Sainte-Lucie

Tout le monde est  
attendu au paradis



# 2012 L'année des groupes en Languedoc-Roussillon



De gauche à droite : Louis Villard, président d'Hérault Tourisme et vice-président du conseil général chargé du tourisme ; Agnès Jullian, à la fois vice-présidente du conseil régional du Languedoc-Roussillon et de Sud de France Développement ; Fanny Dombre Coste, présidente de l'office de tourisme de Montpellier.

**Initiative** Du 14 au 17 novembre derniers, Sud de France Développement, marque ombrelle créée en 2006 par la région Languedoc-Roussillon, organisait dans l'Hérault sa première Convention groupes. Au programme : workshop et educteur. *Tourisme de Groupe* était au rendez-vous.

Texte et photos Catherine Mautalent

**M**ONTPELLIER, 15 novembre 2011. D'un côté, 35 exposants régionaux triés sur le volet (institutionnels, hôteliers, restaurateurs, caves, sites ou encore agences réceptives). De l'autre, 56 visiteurs français et étrangers, dont de nombreux autocaristes, mais aussi des tour-opérateurs, des agences de voyages. Des visiteurs issus des principaux bassins émetteurs pour le Languedoc-Roussillon (dont la marque est désormais Sud de France Développement) : région parisienne, Rhône-Alpes et Provence, mais aussi Espagne, Bel-

gique, Grande-Bretagne, Suisse, Luxembourg et Allemagne. Ils se sont tous retrouvés en novembre dernier dans l'Hérault à l'occasion de la première Convention groupes, organisée par Sud de France Développement, Hérault Tourisme et l'office de tourisme de Montpellier. Une journée était consacrée à un workshop dans le cadre du Mas de Saporta à Lattes, selon le principe de rendez-vous préprogrammés, tandis qu'une autre était l'occasion de visites de sites accueillant les groupes. Un programme dense.

#### Une offre mature

En organisant cette première Convention groupes, la région Lan-

guedoc-Roussillon affichait clairement sa volonté de se positionner comme une destination adaptée à accueillir cette clientèle spécifique. Ses atouts touristiques ne manquent pas, alors qu'aujourd'hui la cité médiévale de Carcassonne ou encore le pont du Gard concentrent la majeure partie des visites réalisées en groupe. "Il y a beaucoup à voir et à faire dans notre région, tenait à souligner Agnès Jullian, à la fois vice-présidente du conseil régional de Languedoc-Roussillon et de Sud de France Développement. Notre offre se décline sous plusieurs thématiques, du tourisme urbain à l'écologie en passant par les sites la-

bellisés Unesco (ils sont au nombre de six, ndlr), les canaux, le thermalisme, la randonnée, la gastronomie régionale, et bien d'autres encore." Une offre qu'Agnès Jullian estime "attractive pour les groupes d'autant qu'elle a fait l'objet ces dernières années d'une professionnalisation accrue à destination de cette clientèle." Douç l'intérêt aujourd'hui de le faire savoir à travers la mise en place de cette Convention groupes. Un marché qui, en 2009, selon la dernière enquête réalisée par Protourisme pour le Map Pro, représentait sur le Languedoc-Roussillon 350 000 pax (soit 7,6 % des séjours réalisés en France). Mais ce n'est pas la seule raison. "Il



## Ils ont dit...

### X Voyages Grille (Pau)

Jérôme Martin, responsable commercial

*"En tant que producteur groupes, il me paraissait intéressant de venir à cette convention afin d'y rencontrer de nouveaux prestataires adaptés à notre marché. Nous programmons très peu la région, alors qu'elle a beaucoup à proposer comme j'ai pu le constater à l'occasion du workshop. Cela va nous permettre de suggérer autre chose à nos clients en leur offrant de nouvelles découvertes. En d'autres termes, sortir des sentiers battus."*

### X Mondoramas Voyages (La Ciotat)

Anne Tolila, forfaitiste

*"Je connais la région, mais j'avais besoin de rencontrer les prestataires en direct pour avoir un meilleur aperçu de l'offre. Notre production fait déjà étape en Languedoc-Roussillon, mais je voulais vraiment en savoir plus sur les offres. Lors du workshop, j'ai privilégié les sites, les hôteliers et les restaurateurs, mais je regrette de ne pas avoir eu assez temps pour d'autres rencontres, et en particulier avec les institutionnels. Reste que cette Convention groupes constitue une bonne initiative parce qu'elle répond à un marché aux besoins et aux attentes spécifiques."*

### X Les Autocars Imbert (Guillestre)

Anne-Marie Imbert, secrétaire de direction et Corinne Bigni, forfaitiste

*"A ce jour, nous programmons très peu la destination par méconnaissance des offres qu'elle pouvait proposer. Nous avions pris dix rendez-vous à l'occasion du workshop, et finalement nous avons réussi à voir l'ensemble des exposants. Nous sommes allés à l'essentiel et nous avons eu toutes les informations nécessaires car nous avons en face les interlocuteurs adéquats. Nous n'avons donc pas perdu notre temps. C'est important pour nous d'avoir pu rencontrer en direct ces interlocuteurs, à la fois passionnés et compétents. C'est rassurant pour nous et pour nos clients. Cette Convention groupes est une bonne idée d'autant qu'elle nous donne l'opportunité de nous concentrer sur une seule région, de prendre la mesure d'une offre globale sur un territoire spécifique."*

## Eductour

A l'occasion de la Convention groupes, les visiteurs découvraient différentes étapes dans l'Hérault sur une journée (cirque de Navacelles, Vallée Dorée, musée Argileum à Saint-Jean-de-Fos et Saint-Guilhem-le-Désert). Un autre programme était proposé aux journalistes, dans le même département, à travers trois sites, mais cette fois sur une après-midi. Compte-rendu.

### La Grande Bleue – Marseillan Village

Stéphane Saez, propriétaire de la Grande Bleue située en bord de mer, a fait des groupes sa clientèle privilégiée (5 000 pax par an). Son métier ? Conchyliculteur. En clair, éleveur d'huîtres, de moules et de coquillages. Il propose une heure de visite guidée de la ferme conchylicole, complétée par une découverte de l'activité au travers d'une exposition photos et d'un film documentaire d'une dizaine de minutes. On passe ensuite à la dégustation (comptez également une heure) accompagnée d'un verre de Picpoul de Pinet, un vin local. Depuis juillet dernier, il a ajouté une nouvelle corde à son arc, la restauration, dans une salle spécialement construite à cet effet, avec vue sur les parcs. En déjeuner (et sur demande en dîner), 80 couverts peuvent y être aménagés. La cuisine servie à base de poissons est traditionnelle. Des repas qui peuvent également être l'occasion de passer un après-midi dansant. Autre proposition : une journée combinant la visite des chais Noilly Prat (apéritif à base de vin créé en 1813 à Marseillan) avec dégustation + repas et découverte de la Grande Bleue + arrêt chez un artisan chocolatier. La Grande Bleue est accessible tous les jours, toute l'année.

Tél. : 04 67 53 14 91 ou 06 60 82 20 60 et [www.conchyliculture.com](http://www.conchyliculture.com)



### Bateau Bleu Marin – Bouzigues

Il a été mis en service le 23 mai dernier : le bateau promenade *Bleu Marin* propose des balades commentées d'une heure sur l'étang de Thau. Il dispose d'une capacité de 65 passagers dont 30 places abritées. La promenade est l'occasion d'aborder l'activité de la conchyliculture à travers ses parcs de production (le capitaine est aussi ostréiculteur), tout en évoquant les sites alentour : Balaruc-les-Bains, Sète, montagne d'Agde, le phare de Roquérois... Durant le parcours, deux arrêts sont organisés tout en restant sur le bateau : l'un pour donner l'occasion aux passagers de nourrir eux-mêmes quelque 200 bars qui s'adonnent à un ballet frétilant en surface ; l'autre pour expliquer les différentes méthodes d'élevage des huîtres et des moules de Bouzigues jusqu'au moment où elles arrivent dans nos assiettes. Il n'est pas rare de croiser également des plongeurs professionnels, sans aucune bouteille de plongée, à la recherche d'oursins ou de palourdes. Le *Bleu Marin* sillonne l'étang de Thau toute l'année, à horaires fixes (deux à trois départs par jour, et sous réserve des conditions météorologiques de novembre à février).

Tél. : 06 03 31 44 90



### Terroir d'Art et de Nature – Montagnac

Voilà une initiative originale que les groupes peuvent apprécier depuis cette année. La cave coopérative de Montagnac (on ne la visite pas) a mis en place un chemin de 17 km à travers ses nombreux vignobles, baptisé Terroir d'Art et de Nature, ponctué de 14 statues monumentales. Sous la conduite d'un vigneron, faune, flore et vignes sont évoqués aux promeneurs (aucune difficulté sur le parcours, il suffit d'être bien chaussé), tandis que les sculptures sont l'occasion de raconter des histoires et des anecdotes... Autre particularité de Terroir d'Art et de Nature : les perspectives paysagères viticoles, à la fois infinies et très différentes des unes et des autres. Entrecoupées de garrigues, de forêts de pin... Et si les promeneurs croisent un vigneron, ce sera l'occasion d'aller à sa rencontre. Il est bien entendu possible de scinder le parcours selon le temps et les envies du groupe. En heure et demie, par exemple, la balade ne sera que de 2,5 km. Ensuite, l'offre se décline en trois heures ou sur une journée (pique-nique à apporter mais vin fourni par la cave). Autre formule : une découverte de Montagnac (église médiévale fortifiée, hôtels particuliers...), un déjeuner au restaurant suivi de la promenade Terroir d'Art et de Nature. Sans oublier la dégustation.

Tél. : 04 67 24 03 74 et [www.terroir-dart.com](http://www.terroir-dart.com)





## OT de Montpellier, 917 groupes accueillis en 2011

Des propositions de visites guidées, la découverte de la ville à travers ses sites incontournables ou encore des journées et des séjours alentour. Voici ce que l'on peut feuilleter au fil des pages de la nouvelle brochure *Groupes & Pros 2012* éditée par l'office de tourisme de Montpellier. "Hormis les visites guidées, notre service groupes ne commercialise pas les produits packagés en brochure, précise Marie-Dominique Bellamy-Clauzel, directrice commerciale et marketing. Nous sommes apporteurs d'idées, nous aidons à la conception des programmes, mais les professionnels doivent ensuite contacter directement les prestataires." Côté nouveautés, on relève



**Marie-Dominique Bellamy-Clauzel**, directrice commerciale et marketing au sein de l'office de tourisme de Montpellier.

le produit "Montpellier l'essentiel", l'occasion de découvrir les joyaux de l'architecture de la ville. La brochure est aussi accessible sur l'espace "pro" du site web, un site qui fera l'objet d'une nouvelle version l'an prochain "pour être plus attractif", promet Marie-Dominique Bellamy-Clauzel. L'an passé, Montpellier a accueilli 820 groupes, et devrait afficher à la fin de cette année une progression de 12 % pour atteindre le nombre de 917.

Une croissance que la directrice commerciale et marketing compte bien poursuivre en 2012. "C'est un challenge que nous nous fixons et, dans cet objectif, nous allons redynamiser notre offre", affirme-t-elle •

## Hérault Tourisme, lancement d'une newsletter spécial groupes

"On revient en force sur le marché groupes, qui jusqu'alors se maintenait tant bien que mal, lance d'emblée Evelyne Hupin, responsable commerciale à l'agence de développement touristique de l'Hérault. Dans ce contexte, notre offre a été réactualisée et étoffée pour 2012." Une offre accessible uniquement sur un site dédié exclusivement à cette clientèle, à travers trois rubriques : groupes, affaires et jeunes. "Restaurateurs, hôteliers, sites ou encore des thématiques comme les balades en bateaux, la remise en forme et le bien-être y sont mentionnés", indique pour sa part Julie Noclercq, du service commercial et groupes.



A gauche, **Evelyne Hupin**, responsable commerciale à Hérault Tourisme  
**Julie Noclercq**, du service commercial et groupes

des Prisons à Lunel. "Nous avons lancé en octobre dernier une newsletter spécial groupes, souligne Evelyne Hupin. Elle sera suivie d'une autre en ce mois de décembre, puis à partir de 2012, elle devrait être trimestrielle." Enfin, il est prévu d'organiser un eductour en mars ou en novembre prochain à destination des professionnels •

## CDT du Gard, un site "pro" en 2012

Découvertes en terres gardoises, tel est le nom de la brochure groupes 2012 éditée par le comité départemental du tourisme du Gard. Au programme : une dizaine de circuits et de séjours conçus par la centrale de réservation de la structure à travers trois territoires (Carmargue Méditerranée, Vignes Garrigues et Cévennes Cèze). "Ce sont avant tout des idées de programmes car nous sommes en mesure de traiter toutes demandes au cas par cas", tient à souligner Fabrice Vezon, chargé des produits groupes et individuels. Les professionnels y découvriront notamment une offre promotionnelle (-20 %) sur un week-end actif en Cévennes Cèze, proposée en mai, juin, septembre, octobre et novembre sur la base de 30 pax. "Au début de l'année



**Fabrice Vezon**, chargé des produits groupes et individuels au sein du comité départemental du tourisme du Gard

prochaine, nous mettrons en ligne un site dédié aux professionnels où sera mentionnée toute notre offre. Il permettra aussi par exemple de demander un devis", ajoute Fabrice Vezon. Cette année, la centrale de réservation totalisera une quarantaine de groupes (80 % sur du séjour), idem pour le public scolaire (80 % également en sortie journalière). "Et l'année 2012 s'annonce sous les meilleurs auspices car nous enregistrons déjà de nombreuses demandes", indique

le chargé des produits groupes et individuels. Si la clientèle adultes est principalement issue du bassin lyonnais, de l'Île-de-France, du Nord ou encore du Massif central, les scolaires, eux, se concentrent essentiellement sur le territoire régional •

► faut reconnaître que nous n'avons jamais réellement travaillé cette clientèle. De fait, le Languedoc-Roussillon ne pouvait pas être estampillé comme une destination groupes, confie Frédéric Ledent, responsable de la promotion au sein de Sud de France Développement. Aujourd'hui, l'image de notre région est avant tout liée au balnéaire, alors que nous avons évidemment des centres d'intérêt extrêmement variés, et surtout adaptés à recevoir dans les meilleures conditions cette clientèle." D'autant qu'elle permettrait parallèlement au Languedoc-Roussillon de développer ses périodes d'avant et d'après-saison (avril/mai et septembre/octobre). Pour marquer davantage cette volonté de se positionner comme une destination groupes, Sud de France Développement (qui n'édite pas de brochure) a en projet de s'installer sur le web en créant un espace dédié "qui nous permettra de montrer une offre diversifiée et adaptée, axée avant tout sur l'insolite et la thématique. Il nous faut donner autre chose à voir", poursuit-il. De plus, l'observatoire régional du tourisme devrait s'atteler dès l'an prochain à lancer une étude sur la clientèle groupes, destinée à cibler ses comportements comme ses attentes, et ainsi "mieux mettre en adéquation l'offre et la demande, la faire évoluer dans le bon sens", indique Frédéric Ledent. L'organisation d'eductours sera également au programme. En attendant, il s'agira d'assurer le suivi de cette première Convention groupes pour en mesurer les retombées. Reste que la seconde édition est déjà annoncée pour septembre 2013 (l'an prochain, Sud de France Développement organisera sa traditionnelle convention dédiée au tourisme d'affaires). Après l'Hérault, ce sera au tour du Gard d'être le cœur de la manifestation. ■