

## 1. TENIR NOS ENGAGEMENTS

### ❖ ENVERS VOUS, CLIENTS ET VISITEURS :

- Des locaux accessibles, propres et agréables, **ici vous êtes notre invité !**
- Sourire et amabilité, **toujours !**
- Conseil éclairé et accompagnement personnalisé, **parce que vous êtes unique !**
- Information adaptée, fiable et actualisée, **pour nous c'est une priorité !**
- Offre de découvertes toujours plus riche, **pour mieux vous surprendre !**
- Des équipements et services adaptés à nos amis cyclotouristes, **ici vous êtes à moins de 5 km d'un itinéraire cyclable !**
- Des locaux adaptés et des services dédiés à nos visiteurs en situation de handicap, **pour une destination accessible à tous !**
- Une remarque ? Une réclamation ? **Nous sommes à votre écoute !**

### ❖ ENVERS VOUS, PARTENAIRES ET ADHÉRENTS :

- Garantir la représentation équitable de l'ensemble des activités au sein de notre Conseil d'Administration : **vous êtes force de proposition, nous avons besoin de vous !**
- Vous accompagner et vous conseiller : **la qualité de votre accueil, la modernisation continue de vos pratiques, c'est l'assurance de notre avenir commun !**
- Vous intégrer à nos actions commerciales et marketing, **parce que vous FAITES la destination!**
- Communiquer et échanger régulièrement avec vous, **vous faites partie intégrante de l'équipe !**
- Vous proposer toujours plus de services, **nous voulons vous fidéliser !**

### ❖ ENVERS NOTRE COLLECTIVITÉ ET NOS ÉLUS :

- Accomplir notre mission de service convenablement : **pour défendre les intérêts de notre territoire et de ses habitants, ici nous sommes investis à 100% !**
- Alerter sur les attentes clients et proposer des pistes d'amélioration à engager sur le territoire : les visiteurs, la collectivité et les habitants nous font confiance. **Nous voulons de l'efficacité !**
- Prendre part au schéma de développement touristique métropolitain : **oui c'est notre volonté de faire rayonner Montpellier Méditerranée !**
- Valoriser l'identité locale et régionale : **parce que notre territoire est porteur de valeurs, et que nous l'aimons !**

### ❖ AGIR POUR L'ENVIRONNEMENT :

- Sensibiliser nos visiteurs, partenaires et personnels au développement durable : **nous voulons donner l'exemple !**
- Maîtriser notre consommation, réduire nos dépenses : **c'est une question sociétale !**
- Agir à long terme sur la protection de l'environnement : **parce que nous voulons préserver notre patrimoine !**

## 2. SATISFAIRE L'ENSEMBLE DE NOS CLIENTS

- **Améliorer la qualité de nos prestations de façon continue** a toujours été une préoccupation majeure
- **Maintenir un regard constant sur la qualité d'accueil et de service**, nous permet de contribuer à l'amélioration des services sur le territoire et de pouvoir proposer les pistes d'amélioration qui profiteront à tous
- **Renforcer les liens avec nos socioprofessionnels**, les accompagner dans leur montée en compétence et dans la qualification de l'offre territoriale pour tous être en phase avec l'évolution des métiers et des attentes clients du moment
- **Mieux communiquer sur ce qui nous motive** par la valorisation de nos engagements clients dans chacun de nos Bureaux d'Information Touristique
- **Faire du Management par la qualité**, un réel outil de progrès permanent et d'intelligence collective utile autant en interne que pour notre gouvernance

## 3. TRAVAILLER AVEC DES SOCIOPROFSSIONNELS ENGAGÉS

### Les membres adhérents socioprofessionnels de l'OTC3M

- **Sont experts** dans les métiers du tourisme : hébergeurs, restaurateurs, organisateurs d'événementiels, activités de loisirs, musées, transporteurs...
- Sont **représentés dans l'organe décisionnel** de l'OTC3M directement ou à travers leurs syndicats et associations, pour élaborer une stratégie commune
- Sont **force de propositions**, mettent à disposition leurs études, font connaître leurs attentes et **jouent un rôle actif** via les commissions et/ou groupes de travail mis en place.
- **Connaissent nos personnels et les accueillent** lors de visites de courtoisie, d'éducteurs internes ou de découverte au sein de leur établissement ou de leur activité en toute transparence et sincérité
- **Adhèrent à notre politique qualité** (qualité d'accueil, de service, rapport qualité / prix, traitement et suivi des avis, réponse aux réclamations)
- **Mettent en place des actions correctives** en cas de réclamations ou de remarques récurrentes, pour eux c'est une évidence ; nous en informent de manière spontanée
- **Participent de manière volontaire à nos ateliers et aux diverses actions de promotion ou de communication**

## 4. DÉFENDRE LES VALEURS DU TERRITOIRE MONTPELLIER MÉDITERRANÉE

### UNE IDENTITÉ / UN MANIFESTE POUR LE TERRITOIRE

« **Créative, vibrante, captivante, cool**, je suis Montpellier Méditerranée : la métropole acidulée qui explose en bouche, **pétille** dans les yeux et crépite aux oreilles. Je suis le SUD ENSOLEILLE, qui vous réchauffe le cœur et vous donne le **sourire**. Je suis la Méditerranée, la seule, l'unique.

Je suis un tourbillon de culture, de ruelles, de terrasses, de vignobles, de plages, de sports et de musique qui vous embarque et vous soulève toujours plus haut. A chaque coin de rue, partout, **accessible** à tous, l'art vous attend, vous guette, vous provoque, vous bouscule.

**Insaisissable**, je suis en permanente évolution et **vibre** au rythme des rencontres. **Décomplexée**, j'invite chacun à se révéler, à être lui-même.

**Libre** et libérée, je vous communique ma fraîcheur, je vous remplis d'idées, en vous rappelant à chaque instant que rien n'est impossible, rien.

Je suis une énergie **positive**, un concentré ultra **vitaminé** qui se consomme sans modération.

Je suis MONTPELLIER MEDITERRANEE, et je vous tends les bras »

### DES VALEURS



### DES AVANTAGES CONCURRENTIELS

- **Une situation idéale** au sud de l'Europe : **point d'articulation** entre Espagne, Italie, et Afrique du nord  
Un **carrefour facilement accessible** de par les liaisons aériennes, ferroviaires et autoroutières  
**Au cœur d'une région de grands sites** inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO à moins de 2h de Montpellier, pas moins de 8 sites: la Cité de Carcassonne, le Pont du Gard, le canal du Midi, les Gorges du Verdon, les chemins de Compostelle (dont l'abbatiale de Saint-Gilles dans le Gard), les forteresses Vauban dans les Pyrénées, les Causses et Cévennes.
- **Un réseau de transport intermodal, durable et performant**  
Avec des millions de voyageurs transportés chaque année, **4 lignes de tramway**, 36 lignes de bus, 51 stations VéloMagg, Montpellier Méditerranée Métropole place **la mobilité au cœur de ses actions et des services offerts à la population**. La métropole prend la 2<sup>ème</sup> place en France pour ses initiatives en matière de transport urbain.
- Montpellier, **berceau historique de la médecine occidentale moderne** (La Panacée 1<sup>ère</sup> école de médecine, écoles attestées dès le 11<sup>è</sup>s, plus ancien jardin des plantes de France, faculté de médecine la plus ancienne d'Europe encore en activité, conservatoire d'anatomie, hôtel St Côme, collections : droguier, herbier..., ville hôpital pendant les guerres mondiales..., et une réputation qui se poursuit aujourd'hui (6 CHU, 10 centres et cliniques) à travers l'excellence et la recherche médicale et pharmaceutique (nombreux laboratoires : botanique, pharmacie, chimie, parfumerie, eau, œnologie, imagerie, numérique, soins médicaux, thermalisme...))
- **Plus de 1000 ans d'histoire**, un cœur de ville ancien, ancienne enceinte fortifiée médiévale, dédale de ruelles, cours d'hôtels particuliers, nombreux sites empreints de spiritualité...
- **Une architecture audacieuse et contemporaine** : des quartiers modernes et futuristes (Pierres vives, l'Hôtel de Ville, le quartier Port Marianne, Antigone...) créés par des **architectes de renommée internationale** : Jean Nouvel, Zaha Hadid, Massimo Fuksas, Ricardo Boffil..., une référence européenne en matière d'architecture contemporaine et d'urbanisme maîtrisé pour les écoles d'architectures
- **Une terre d'artistes et de création** : **street-art**, nombreux **ateliers de luthiers**, ateliers d'artistes et d'artisanat d'art, 2 opéras, théâtres, galeries d'art, festivals internationaux où convergent **les plus grands noms de la danse, de la musique, du cinéma...**, lignes de tramway au design des plus originaux (2 lignes dessinées par le couturier Christian Lacroix)...
- **Un esprit du Sud, un art de vivre profondément « méditerranéen »** Montpellier Méditerranée c'est une capitale métropolitaine qui combine les facilités d'une grande ville à la douceur de vivre ; marchés parfumés, vastes places piétonnes, terrasses animées, plages que l'on rejoint à vélo, sans oublier les 300 jours de soleil par an ! Mais c'est aussi tout un territoire de villes et de villages typiques made in Languedoc ancrés dans leurs traditions et patrimoine. (courses camarguaises, tambourin, joutes...)

- **Une escale gourmande** au cœur du **plus vaste vignoble** de France, des vins de plus en plus réputés par leur qualité, de nombreux domaines, caves coopératives et particulières des plus traditionnelles aux plus modernes, 36 AOC/ADP, 22 IGP, grandes variétés de sols qui donnent aux terroirs du Languedoc toute leur spécificité. Montpellier Méditerranée c'est aussi **une gastronomie gorgée de soleil**, riche d'un terroir entre terre et mer. Des chefs étoilés, des vins AOC Languedoc parmi lesquels l'incontournable Grés de Montpellier, folies, caves et autres domaines... de quoi ravir toutes les papilles !
- **La nature en héritage**  
Cathédrale de Maguelone, bijou de l'art roman isolé sur une presqu'île entre mer et étangs, réserve naturelle du Méjean à Lattes, Camargue toute proche, pratiques de golfs, nombreux sentiers de randonnées (bord de mer et garrigues)...**Montpellier Méditerranée c'est la nature qui reprend ses droits** et ajoute à la richesse d'un séjour.

## DES ÉLÉMENTS DIFFÉRENCIATEURS

- **L'effervescence culturelle** : Musée Fabre de Montpellier Méditerranée Métropole : l'une des plus importantes collections de Beaux-arts d'Europe, Opéra national, festivals internationaux... la culture du plaisir n'attend pas ! Nous offrons **une culture accessible, non rébarbative, ludique**. Nous devons positionner le Musée Fabre sur le « parcours » des Musées de Capitales européennes, mettre encore plus l'accent sur nos Festivals, les cultures urbaines et l'art contemporain (projet MOCO 2019 qui fera de Montpellier Méditerranée Métropole LE grand spot de l'art contemporain), des tarifs toujours plus attractifs (gratuité de nos visites guidées jusqu'à 18 ans si accompagné d'un majeur...)
- **La jeunesse, le dynamisme, le mouvement perpétuel** (70.000 étudiants à Montpellier venant du monde entier, **8<sup>ème</sup> plus grande université de France**, **3<sup>ème</sup> ville universitaire de France (classement L'Étudiant selon le cadre de vie, l'offre de formation, le coût du logement, transports, accueil des étudiants)** 6 universités, 75 lycées disposant de classes préparatoires aux grandes écoles, 4 IUT..., 50% de la population à moins de 35 ans, **7<sup>ème</sup> ville de France**, croissance démographique la plus élevée de France avec quelques 3000 nouveaux arrivants chaque année)
- **La médecine d'hier et de demain**  
Hier : « À l'étranger, lorsque l'on parle de Montpellier, les gens l'associent instantanément à la médecine et à la santé ». Tels sont les mots de Jacques Bringer, Doyen de la faculté de médecine de Montpellier, la plus ancienne du monde occidental encore en activité. **Elle a formé, depuis le moyen-âge, des dizaines de milliers d'étudiants** qui ont exercé la médecine dans le monde entier. Un héritage historique que le territoire a su utiliser et développer au fil des siècles pour devenir une référence dans le domaine, à l'image du CNRS, du pôle de compétitivité santé Eurobiomed et des startups innovantes telles Medtech connue pour ses robots chirurgicaux devenus des références mondiales.  
Demain : **c'est en toute logique qu'une nouvelle Faculté de médecine**, bijou d'architecture (F. FONTES) et de technologie, a vu le jour à la rentrée 2017. Située à proximité des CHU Lapeyronie et Arnaud de Villeneuve, cet établissement moderne se veut à la hauteur de son enseignement universitaire, de ses médecins, de ses étudiants, de ses chercheurs, de son personnel investi, bref de son histoire et de son avenir. L'ancienne faculté de médecine, quant à elle, continue à vivre puisqu'une partie des étudiants (2<sup>ème</sup> et 6<sup>ème</sup> année) continue à suivre des cours dans les locaux historiques du centre-ville.
- **L'excellence à la pointe de l'innovation et de la modernité**  
Dans le top 10 des métropoles françaises labellisées French Tech, Montpellier Méditerranée est plus que jamais reconnue comme une place forte de l'innovation et du numérique. Haut lieu de l'entrepreneuriat et de l'innovation, **2<sup>ème</sup> meilleur incubateur mondial de start-up (2018)**, le Business and Innovation Centre (BIC) a accompagné la création de plus de 550 startups et a été primé à plusieurs reprises. Une base solide pour la Métropole 3.0 de demain. C'est aussi 5 pôles d'excellence grâce à la collaboration étroite entre universités et laboratoires de recherche : High tech-Numérique, Santé-Médecine-Recherche, Agronomie-Sciences, Environnement-Eau-Eco-technologies. Avec près de 3.000 enseignants chercheurs, c'est la **1<sup>ère</sup> ville de France** en matière de recherche publique: INRA, CNRS, CIRAD...
- **Une destination Affaires** avec des congrès et colloques internationaux pouvant se tenir soit dans les infrastructures Montpellier Events de très grande capacité, soit dans nos universités et équipements touristiques d'affaires (hôtels et espaces de réunions répartis sur le territoire), un aéroport international, une gare rénovée en plein centre-ville, Montpellier Méditerranée est la **8<sup>ème</sup> destination de congrès** à l'accueil de manifestations internationales (classement ICCA 2018)
- **Une destination majeure dans l'apprentissage du français** avec près de **20 écoles de langues**, dont une majorité est certifiée FLE pour la qualité de l'accompagnement et des cours dispensés, autant d'étudiants en séjour linguistique qui deviendront les ambassadeurs de la destination et des « repeaters » dans le futur.

En bref un territoire au **caractère affirmé, doté de multiples personnalités** et qui combine dans une même unité d'espaces **les atouts ville, mer, nature.**

10 **Montpellier Méditerranée, c'est la promesse de vivre des émotions, une expérience, des aventures.**

5. CONSTRUIRE ET ÉVALUER NOTRE POLITIQUE STRATÉGIQUE

NOTRE PROJET D'ENTREPRISE

**DÉVELOPPER la fréquentation touristique de la destination pour GENERER des retombées économiques locales et de l'emploi. Un enjeu de destination à partager avec l'ensemble des acteurs locaux pour stimuler les flux de séjours.**

Le contexte :

Création d'un Office de Tourisme Métropolitain au 01/01/16, avec pour objectif de développer une stratégie et des actions touristiques commune à l'ensemble du territoire, basée sur les spécificités et complémentarité de chacune de ses composantes.

2018 - 2020

**UN POSITIONNEMENT  
"DESTINATION CULTURE"  
À AFFIRMER**

2018 doit être l'année de la montée en puissance. C'est l'année "teasing" sur laquelle s'appuyer, en vue de l'année primordiale que sera 2019, avec l'ouverture du MOCO qui illustrera de manière concrète le positionnement de territoire, et donc **cette effervescence culturelle de Montpellier Méditerranée.**

2018

Surfer sur l'exposition Picasso au musée Fabre, sur Cœur de ville en lumière et les autres grands festivals et expositions, pour attirer l'attention sur cette orientation culture du territoire.

2019

Lancement du MOCO (centre d'art contemporain) et affirmation du positionnement de territoire par de vastes campagnes dans les médias spécialisés et grand public.

2020

Ancrage du positionnement touristique qui doit dépasser les frontières des cibles déjà acquises. Lorsque l'on pense Paris, on pense : Tour Eiffel. Lorsque l'on pensera Montpellier Méditerranée, il faut que tout un chacun pense : effervescence culturelle et esprit cool.

Ces actions s'inscrivent en parfaite complémentarité avec la politique de relation internationale et de développement touristique mise en œuvre par la Métropole.

NOS ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- » **RELANCER** la fréquentation du marché français, en adoptant un positionnement image fort et différenciant.
- » **POURSUIVRE** le fort développement des clientèles internationales en s'inscrivant notamment sur les itinéraires de l'arc méditerranéen.
- » **PROPOSER** des outils, des animations, des services adaptés aux habitants pour qu'ils voient l'Office de Tourisme comme centre de ressource et deviennent prescripteurs de la destination.
- » **ANIMER** le réseau des professionnels pour qu'ils s'engagent collectivement dans la mise en œuvre des actions de qualification de l'accueil, de communication et de mise en marché de la destination.
- » **FAVORISER** la promotion de la filière affaires pour la destination : Montpellier the place to business !

Ces orientations nécessitent une parfaite complémentarité d'action entre la promotion envers les prescripteurs professionnels et la communication grand public. Ainsi le marché français sera prioritairement travaillé en direction du grand public, quand l'international sera davantage au cœur du plan d'action promotion B to B.

## 6. ÊTRE UN OFFICE DE TOURISME ET DES CONGRÈS RECONNU



### LE CLASSEMENT EN CATÉGORIE I

Le classement des Offices de Tourisme garantit une cohérence et une homogénéité dans les services que les Offices de Tourisme offrent aux visiteurs des différentes destinations de vacances en France. Mis en place par le ministère en charge du tourisme français, ce classement est composé de 2 catégories : la catégorie I (la plus élevée) et la catégorie II

La différence entre les 2 niveaux de catégories tient à la fourniture de services minimum (nombre de langues parlées, nombre d'heures d'ouverture...), à l'engagement reconnu ou non dans une démarche qualité, aux actions développées, à leurs rayons d'action et aux moyens dont l'Office de Tourisme dispose afin de toujours mieux accueillir, conseiller et satisfaire les clientèles touristiques.

Voici ci-dessous les principaux engagements des Offices de Tourisme en fonction de leur catégorie :

- Mettre à disposition un espace d'accueil et un espace d'information facilement accessibles.
- Mettre à disposition un conseiller en séjour et diffuser des informations de qualité.
- Faciliter les démarches des touristes.
- Informer gratuitement sur l'offre touristique locale.
- Être engagé dans une démarche qualité interne
- Traiter les réclamations et mesurer la satisfaction des touristes

*Renouvelé tous les 5 ans (dernier renouvellement le 17/12/2018)*

### LA MARQUE QUALITÉ TOURISME

Afin de toujours mieux recevoir et améliorer la qualité des prestations touristiques en France, l'Etat a créé **la marque QUALITÉ TOURISME™**. Cette marque sélectionne et fédère sous un même symbole **les démarches qualité engagées pour la satisfaction des clients** dans l'hôtellerie, les résidences de tourisme, les villages de vacances, les campings, la restauration, les cafés et brasseries, les agences de locations saisonnières, les offices de tourisme, les lieux de visite et les activités sportives et de loisirs. Il s'agit de mettre à la disposition des clients un **signe de reconnaissance qui leur permette de choisir en toute confiance des établissements qui offrent des prestations de qualité.**

A travers la marque Qualité Tourisme™, l'Etat et les professionnels du tourisme s'engagent pour :

- Un accueil chaleureux
- Un personnel attentif
- La maîtrise des langues étrangères
- Des prestations personnalisées
- Des informations claires et précises
- Une propreté et un confort assurés
- La découverte d'une destination
- La prise en compte des avis clients

*Renouvelée tous les 5 ans (dernier renouvellement le 20/06/2018)*



### LE LABEL QUALITÉ Tourisme OCCITANIE SUD DE France

Le label est le résultat d'une démarche qualité engagée par la Région Occitanie et gérée par Sud de France Développement. Il a été créé afin d'identifier, de reconnaître et de promouvoir les professionnels du tourisme régionaux dont les services présentent des garanties de qualité.

*Attribué tous les 5 ans en parallèle de la marque Qualité Tourisme*

### LE LABEL TOURISME ET HANDICAP

Ce label constitue la preuve de l'engagement concret de l'Office de Tourisme ainsi que la garantie d'un accueil efficace et adapté aux personnes en situation de handicap. Le logo, apposé à l'entrée des sites, établissements et équipements touristiques et sur tous documents renseigne les personnes handicapées de façon fiable, homogène et objective sur leur accessibilité en fonction du handicap.

L'Office de tourisme Montpellier Comédie est labellisé pour les 4 types de handicap (auditif, mental, moteur, visuel). Des services adaptés existent au sein de nos BIT

*Renouvelé tous les 5 ans (dernier renouvellement 30/03/2015) \_ En cours de renouvellement en 2020*



### LE LABEL ACCUEIL VÉLO

Porté par l'association d'intérêt général France Vélo Tourisme, Accueil Vélo est un label **national** qui garantit un accueil et des services de qualité le long des itinéraires cyclables pour les cyclistes en itinérance.

Un Accueil Vélo peut être : un hébergement, un loueur de cycles, un réparateur de cycles, un restaurateur, un office de tourisme, un site de visite, un port fluvial

*Renouvelé tous les 3 ans (labellisation le 20/06/2019)*