



Montpellier
Méditerranée
Tourisme & Congrès

Chiffres clés

DESTINATION
MONTPELLIER

2019

RAPPORT D'ACTIVITÉ

.....
2019

DESTINATION MONTPELLIER MÉDITERRANÉE

SOMMAIRE

OFFICE DE TOURISME
Rapport d'activité
| 2019

DESTINATION
MONTPELLIER

Chiffres clés
| 2019

HÉBERGEMENT	3
HÔTELLERIE	4
FLUX VISION TOURISME GÉNÉRIQUE ORANGE	5
MUSÉES ET LIEUX D'EXPOSITION.....	5
AÉROPORT MONTPELLIER MÉDITERRANÉE.....	5
VISITES ET ACCUEIL.....	6
SITE INTERNET.....	7
FACEBOOK.....	7
INSTAGRAM.....	7
TOURISME D'AFFAIRES BUREAU DES CONGRÈS.....	7
ACCUEIL PRESCRIPTEURS.....	7

L'accueil.....	8
La Billetterie.....	8
La Centrale de réservation.....	8
La City Card.....	8
La Stratégie de communication.....	9
Les relations Presse.....	9
Les éditions.....	10
La communication digitale.....	10
Les réseaux sociaux.....	11
Les actions de Promotion - cible Loisirs.....	12
Montpellier Bureau des congrès.....	13
Visites guidées - La clientèle Groupes.....	14
Visites guidées - La clientèle individuelle.....	14
La qualité des services sur le territoire.....	15
Plan de Formation.....	15
Les temps forts en 2019.....	16 et 17
L'équipe de l'OT.....	18
Les adhérents	18

LA MÉTROPOLE

DESTINATION
MONTPELLIER

Chiffres clés
| 2019

472 217 HABITANTS

285 121 À MONTPELLIER Source INSEE

31 COMMUNES

MONTPELLIER • 7^e VILLE FRANÇAISE

300 NOUVEAUX ARRIVANTS CHAQUE MOIS

75 000 ÉTUDIANTS



HÉBERGEMENT

DESTINATION
MONTPELLIER

Chiffres clés
| 2019

RÉPARTITION DES HÉBERGEMENTS MÉTROPOLE

2019	NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS	NOMBRE DE CHAMBRES / LOGEMENTS
HÔTELS	91	4 627
RÉSIDENCES	18	1 737

source INSEE

TAUX D'OCCUPATION

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
HÔTELS	62,0 %	61,5 %	62,5 %	62,1 %	63,9 %	65,6 %
RÉSIDENCES	non disponible	64,5 %	65,0 %	64,6 %	63,5 %	65,1 %

source INSEE

HÔTELLERIE RÉPARTITION DU PARC HÔTELLIER MÉTROPOLE

	NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS		NOMBRE DE CHAMBRES		% OFFRE DE CHAMBRES	
	2014	2019	2014	2019	2014	2019
1* ET 2**	40	24	1654	971	36 %	21 %
3***	25	30	1393	1725	30 %	37 %
4**** ET 5*****	12	13	1129	1275	24 %	28 %
NON CLASSÉ	16	24	440	656	10 %	14 %

source INSEE



HÔTELLERIE

4 627
CHAMBRES D'HÔTEL

1 624 876
NUITÉES ↑ **+3,8%**
2014-2019

65,6 %
TAUX D'OCCUPATION

59 %
PART DES NUITÉES AFFAIRES

VOLUME DE NUITÉES MÉTROPOLE

↑ **+10%**
2018-à2019

	2018	2019
HÔTELS <small>source INSEE</small>	1 583 336	1 624 876
RÉSIDENCES <small>source INSEE</small>	689 320	682 597
AIRBNB ET AUTRES PLATEFORMES à partir de 2018*	721 000	990 000**
TOTAL	2 993 656	3 297 473

* Estimation OT3M basée sur informations AirBnB et Taxe de séjour collectée.

**Au 1^{er} janvier 2019, modification de la taxe de séjour avec un passage à un prélèvement de 3,3 % pour les hébergements non-classés. Tous les opérateurs n'ont pas fourni un fichier complet indiquant les nuitées.

PROVENANCE DES CLIENTS

HÔTELLERIE	2018	2019
FRANCE	77,0 %	78,4 %
INTERNATIONAL	23,0 %	21,6 %
RÉSIDENCES	2018	2019
FRANCE	88,6 %	87,5 %
INTERNATIONAL	11,4 %	12,5 %

source INSEE



Les données INSEE sont communiquées en partenariat avec Hérault Tourisme et le Cluster Tourisme en ville d'Atout France.

HÔTELLERIE

DESTINATION
MONTPELLIER
Chiffres clés
| 2019

Montpellier Méditerranée Métropole
dans le top 10 !

	NUITÉES TOTALES	TAUX MOYEN D'OCCUPATION
1 MÉTROPOLE D'AIX - MARSEILLE - PROVENCE	5 561 196	63,4%
2 MÉTROPOLE DE LYON	4 918 848	67,1%
3 MÉTROPOLE NICE CÔTE D'AZUR	4 791 994	67,3%
4 BORDEAUX MÉTROPOLE	3 423 633	69,6%
5 EUROMÉTROPOLE DE STRASBOURG	3 023 436	67,9%
6 TOULOUSE MÉTROPOLE	2 511 280	65,1%
7 MÉTROPOLE EUROPÉENNE DE LILLE	2 459 790	62,8%
8 NANTES MÉTROPOLE	1 862 553	67,5%
9 MONTPELLIER MÉDITERRANÉE MÉTROPOLE	1 624 876	65,6%
10 CU DU GRAND POITIERS	1 475 547	58,3%

source INSEE

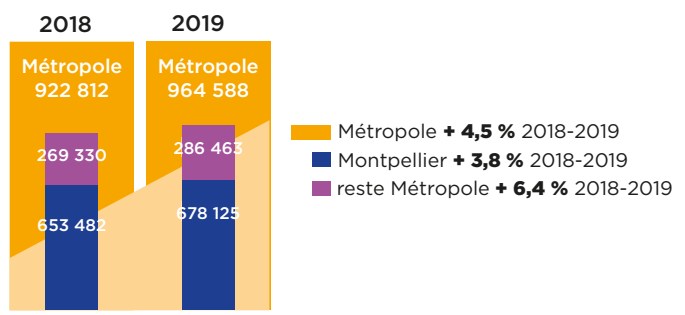
PART DE LA CLIENTÈLE FRANÇAISE
78% DES NUITÉES
source INSEE



PROVENANCE DES CLIENTÈLES INTERNATIONALES - SOURCE INSEE

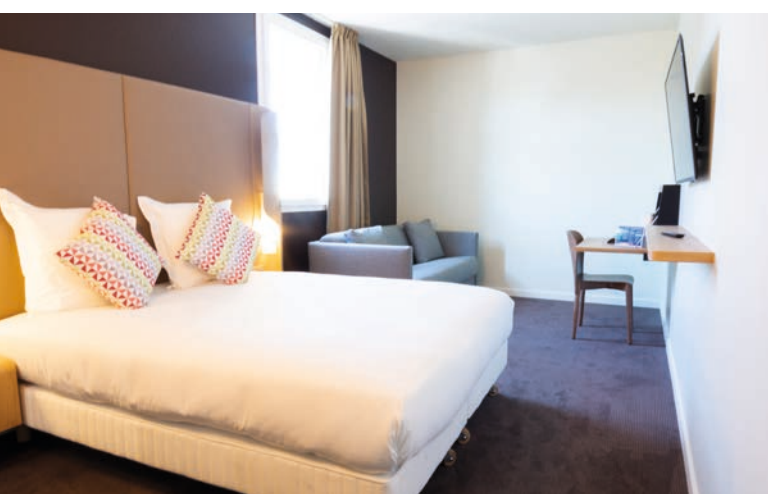
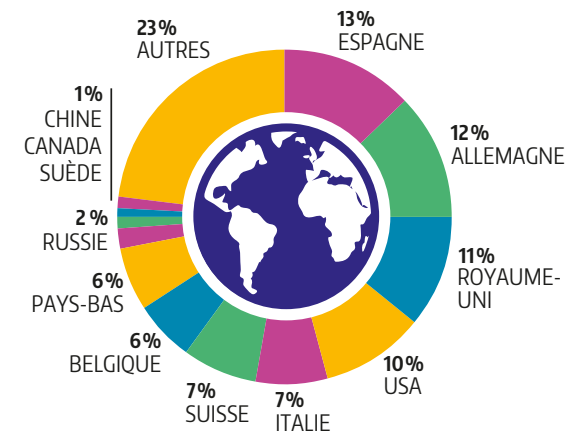
76% EUROPE
11% AMÉRIQUE DU NORD
8% ASIE / OCÉANIE / AUSTRALIE
3% AFRIQUE
2% AMÉRIQUE DU SUD

NUITÉES CLIENTÈLES AFFAIRES - SOURCE INSEE



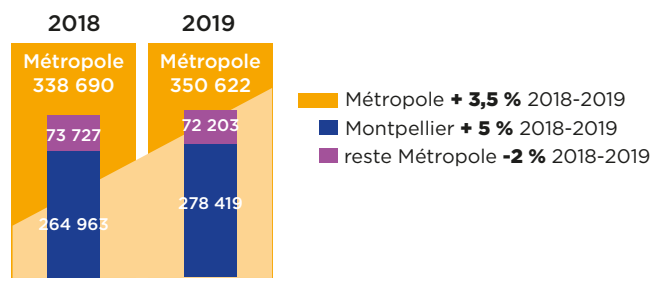
PART DES NUITÉES AFFAIRES
59% MÉTROPOLE **61% VILLE DE MONTPELLIER**

NATIONALITÉS DES CLIENTÈLES INTERNATIONALES - SOURCE INSEE



NUITÉES CLIENTÈLES INTERNATIONALES - SOURCE INSEE

Les clientèles internationales privilégient la ville de Montpellier cœur de l'attractivité.



FLUX VISION

TOURISME GÉNÉRIQUE ORANGE

DESTINATION MONTPELLIER
Chiffres clés
| 2019

Les indicateurs Flux Vision établis selon une nouvelle méthodologie 2019 appelée **Tourisme Générique** sont ici présentés sur 11 mois, de juillet 2019 à mai 2020.

Les données sont redressées pour permettre de passer d'un nombre de mobiles observés à une estimation statistique d'un nombre de personnes.



TOP 10 DES VISITEURS ÉTRANGERS ARRIVÉES DE JUILLET 2019 À MAI 2020

- | | |
|----------------|-------------|
| 1 ESPAGNE | 6 BELGIQUE |
| 2 ALLEMAGNE | 7 USA |
| 3 ROYAUME-UNI | 8 SUISSE |
| 4 PAYS-BAS | 9 SUÈDE |
| 5 ITALIE | 10 CHINE |



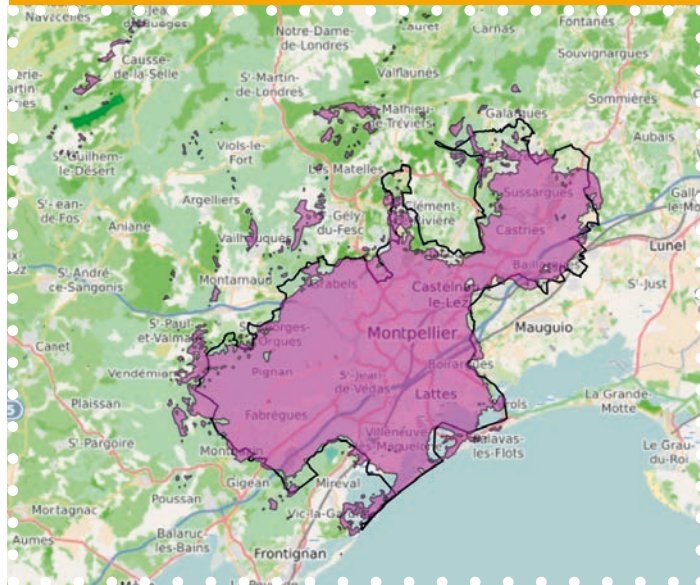
TOP 10 DES VISITEURS FRANÇAIS ARRIVÉES DE JUILLET 2019 À MAI 2020

Flux Vision Tourisme Générique, permet également de connaître l'origine des touristes français ayant séjourné sur la métropole de juillet 2019 à mai 2020.

Les arrivées de touristes Héraultais et Gardois sont en volume les plus importantes et ne figurent pas dans le classement ci-dessous.

Les 10 autres départements les plus représentés sont par volume d'arrivées :

- | | |
|-----------------------|------------------|
| 1 BOUCHES-DU-RHÔNE | 6 VAUCLUSE |
| 2 PARIS | 7 AUDE |
| 3 HAUTE-GARONNE | 8 HAUTS-DE-SEINE |
| 4 RHÔNE | 9 ISÈRE |
| 5 PYRÉNÉES-ORIENTALES | 10 AVEYRON |



PART DES NUITÉES ÉTRANGÈRES ET FRANÇAISES

Touristes en séjour d'au moins 1 nuit sur la métropole



69%
FRANÇAIS



31%
ÉTRANGERS

- Les nuitées proviennent de touristes présents sur la zone d'observation de minuit à 6h du matin.
- Sont pris en compte ici parmi les touristes Français les Héraultais non-résidents de la métropole dormant sur la métropole.
- Les résidents de la métropole sont ici exclus.

MUSÉES ET LIEUX D'EXPOSITION

Chiffres clés
| 2019



2018	2019	
633 223	523 299	- 17% 2018-2019

Actuellement : Musée Fabre, Chapelle de la Miséricorde, Musée du Vieux Montpellier, Pavillon Populaire, Espace Bagouet, Espace Saint-Ravy, Musée Henri Prades Lattara.
(Carré Sainte-Anne fermé en 2018 et 2019 pour travaux).

Chiffres clés
| 2019

AÉROPORT MONTPELLIER MÉDITERRANÉE

1 935 631 PASSAGERS

+34%
2014-2019

VISITES ET ACCUEIL

ACCUEIL

470 985 PERSONNES ACCUEILLIES
SUR ACCUEIL PRINCIPAL COMÉDIE

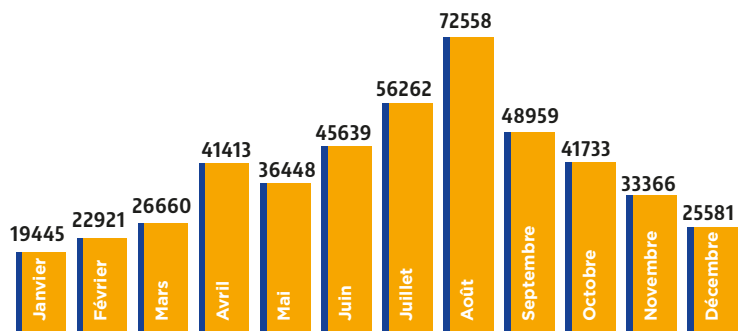
4 LIEUX D'ACCUEIL EN MÉTROPOLE
Montpellier
Lattes
Castries (saisonnier)
Villeneuve-lès Maguelone (saisonnier)

173 406 € HT CHIFFRE D'AFFAIRES BOUTIQUE

26 % DES DEMANDES ÉMISES
PAR DES VISITEURS ÉTRANGERS

VISITES

38 707 PERSONNES ACCUEILLIES
EN VISITES GUIDÉES



SAISONNALITÉ DES VISITEURS À L'ACCUEIL COMÉDIE

NOMBRE DE PARTICIPANTS AUX VISITES GUIDÉES

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	VARIATION 2014-2019
POUR INDIVIDUELS	12 100	14 828	16 372	17 498	18 183	19 127	+ 58 %
POUR GROUPES	17 808	20 973	19 927	19 342	23 109	19 580	+ 10 %
TOTAL PARTICIPANTS	29 908	35 801	36 299	36 840	41 292	38 707	+ 29 %

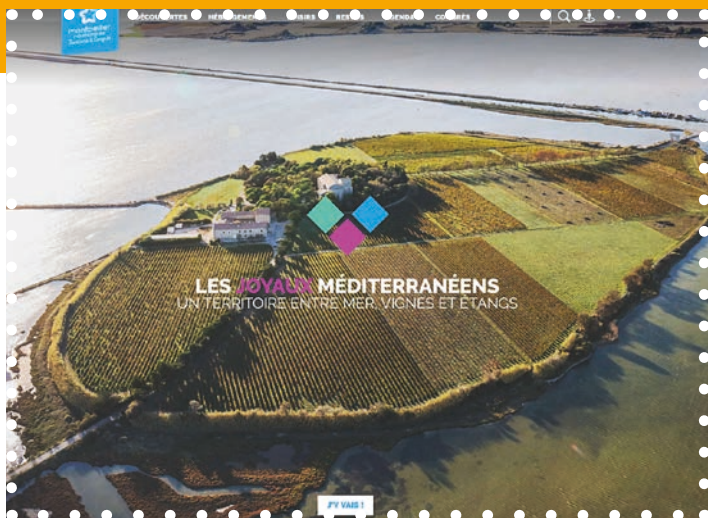
RÉPARTITION DES CONTACTS

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
FRÉQUENTATION ACCUEIL PRINCIPAL COMÉDIE	409 388	459 222	483 888	463 351	453 890	470 985
FRÉQUENTATION BUREAUX ET POINTS D'INFORMATION TOURISTIQUES			8 555	7 140	8 601	8 152
NOMBRE D'APPELS TÉLÉPHONIQUES TRAITÉS	18 458	17 734	20 419	19 879	20 267	20 269



SITE INTERNET
montpellier-tourisme.fr

2019 : bientôt 2,5 millions de visites !



2 473 283 VISITES

19% PART DES VISITES D'INTERNAUTES ÉTRANGERS



TOP 3 DES NATIONALITÉS ÉTRANGÈRES

FACEBOOK

Montpellier Méditerranée Tourisme



130 386 FANS
AU 31/12/2019

6,5% TAUX
D'ENGAGEMENT
PRÉCIS ANNUEL

INSTAGRAM

montpelliernow



28 854 ABONNÉS
AU 31/12/2019



DESTINATION
MONTPELLIER

Chiffres clés
| 2019



TOURISME
D'AFFAIRES
BUREAU DES
CONGRÈS



463 DEMANDES REÇUES

2014	2015	2016	2017	2018	2019
302	390	455	429	440	463

ACCUEIL
PRESCRIPTEURS



128 TOUR-OPÉRATEURS

7 ÉDUCTOURS

15 REPÉRAGES CONGRÈS

190 JOURNALISTES ACCUEILLIS DONT

62% DE JOURNALISTES ÉTRANGERS

L'accueil de l'OT *indispensable à la destination*

LE CONSEIL ÉCLAIRÉ OU PERSONNALISÉ

Qu'elle soit française ou étrangère, la clientèle reçue à l'Office de Tourisme est désireuse de découvrir la ville et la Métropole, mais également l'ensemble de l'offre touristique du territoire.

Les conseillers en séjour suggèrent donc des idées de découverte, des circuits et itinéraires avec ou sans transport, à vélo (plages, domaines viticoles, arrière-pays...), des excursions et produits en vente dans la centrale de réservation, et bien évidemment les visites guidées organisées par l'Office de Tourisme. Les événements culturels ou sportifs suscitent également un grand intérêt tout au long de l'année.

470 985 VISITEURS
PLACE DE LA COMÉDIE
+4% / 2018











1250 VISITEURS PAR JOUR
EN MOYENNE

86 931 DEMANDES
D'INFORMATION
-2% / 2018

60 914 CONTACTS QUALIFIÉS
-4% / 2018

LE TOP 10

des Nationalités qui ont fréquenté l'accueil

- 1  19% ESPAGNE
- 2  14% ALLEMAGNE
- 3  14% ROYAUME-UNI
- 4  6% BELGIQUE
- 5  5% ÉTATS-UNIS
- 6  5% PAYS-BAS
- 7  4% CANADA
- 8  4% SUISSE
- 9  4% ITALIE
- 10  2% AUSTRALIE




BOUTIQUE

173 406€ C.A. HT
DONT 78 353€ TaM



RÉPARTITION DES VISITEURS À L'ACCUEIL

La Métropole représente 62 % de la fréquentation en provenance d'Occitanie et 22 % de la fréquentation totale.

-  **35%** OCCITANIE
-  **34%** FRANCE HORS OCCITANIE
-  **31%** ÉTRANGER

OFFICE DE TOURISME
Rapport d'activité
| 2019



La Billetterie

+ de 850 BILLETS
VENDUS À L'ACCUEIL

- Les théâtrales : 301 billets vendus.
- Événements sportifs (football, rugby, handball, tennis) : 117 billets vendus.
- Concert Fleurs de Noël Russe : 52 billets vendus.

28 422€ C.A. HT 

La Centrale de réservation

12 594 RÉSERVATIONS 

- **11 175 RÉSERVATIONS** : produits de l'Office de Tourisme, soit **23 064 tickets vendus** : visites guidées, City Card, Journées du patrimoine...
- **373 RÉSERVATIONS** : hébergement soit **791 nuitées**.
- **165 RÉSERVATIONS** : ateliers œnologie des Estivales.
- **1 046 RÉSERVATIONS** : activités, loisirs, billetteries...



La City Card

Les City Card sont vendues aux tarifs suivants : 15 €, 22 € et 28 € pour les formules 24h, 48h et 72h. Les cartes 24h connaissent le plus de succès et représentent 37 % des ventes.

1 140 CITY CARD VENDUES 

14 762€ C.A. HT

Dans les Bureaux
d'information touristique
de la métropole

6 452 VISITEURS À LATTES

358 VISITEURS À CASTRIES
(BUREAU SAISONNIER)

189 VISITEURS À VILLE-NEUVE-LÈS-MAGUELONE
(BUREAU SAISONNIER)

La Stratégie de communication

DES CAMPAGNES DE COMMUNICATION CALÉES SUR UN CALENDRIER MARKETING



CAMPAGNE PRINTEMPS

Montpellier Méditerranée, vous êtes dans la place !

CIBLE/ Campagne nationale, ciblant les bassins prioritaires : Paris, Brest, Lille, Nantes, Strasbourg, Lyon, Marseille et Toulouse, et plus largement toutes les villes disposant de liaisons ferroviaires ou aériennes directes vers Montpellier.

PLAN MÉDIA/ Opération croisée spot radio + street marketing + cobranding avec Volotea + campagne display sites féminins + campagne social media + publi-rédactionnel + presse + GRC.



CAMPAGNE ESTIVALE

Montpellier Méditerranée Créative ! Inspirante ! Vibrante !

CIBLE/ Campagne de proximité notamment à destination des vacanciers déjà présents sur le littoral dans un rayon d'une heure autour de Montpellier + cible nationale sur de la séduction réseaux sociaux.

PLAN MÉDIA/ Mix affichage littoral + affichage digital Montpellier + campagne social média + GRC + opération cartes postales aux couleurs de la campagne offertes.



CAMPAGNE ÉTÉ INDIEN

Je suis Montpellier et je vous tends les bras !

CIBLE/ Campagne nationale. Les actifs sans enfants, les jeunes retraités - Dans un souci de cohérence, il s'agit de toucher les bassins nationaux déjà travaillés en avril/mai, pour marteler l'idée d'une destination à découvrir.

PLAN MÉDIA/ Campagne radio + campagne Youtube + campagne social media + campagne GRC.



CAMPAGNE HIVER

Vibrante ! Inspirante ! Intense ! Captivante ! Montpellier Méditerranée !

CIBLE/ Campagne essentiellement régionale, les familles et les duos.

MIX MÉDIA/ Affichage digital à Montpellier + Campagne GRC + campagne réseaux sociaux + presse.

zoom sur...



En 2019, Montpellier a été marquée par 2 gros temps forts... deux événements, sur lesquels l'Office de tourisme a appuyé sa communication.

L'OUVERTURE DU MO.CO.

Covering et animation dans les trains intercités : opération cobrandée Office de Tourisme - MO.CO. - Intercités, avec mise aux couleurs du MO.CO. de 4 trains Intercités reliant Bordeaux-Marseille (financement Métropole), et deux journées d'animation dans les trains pour faire découvrir la destination Montpellier aux voyageurs.

LA COUPE DU MONDE FÉMININE DE FOOTBALL

Affichage dans les trains Intercités et campagne digitale dédiée : opération cobrandée Office de Tourisme - Métropole - Intercités, avec affichage à l'intérieur de tous les trains Intercités reliant Nice à Bordeaux, et campagne réseaux sociaux.



Les relations Presse

58 ACCUEILS PRESSE

190 JOURNALISTES / BLOGEURS ACCUEILLIS

- **73** FRANÇAIS soit 38 %
- **117** ÉTRANGERS soit 62 %

50 COMUNIQUEÉS DE PRESSE

3 NEWSLETTERS DIFFUSÉES À LA PRESSE NATIONALE

3 500 CONTACTS

Les éditions

**TÉLÉCHARGEZ
TOUS NOS DOCUMENTS SUR :
MONTPELLIER-TOURISME.FR**

OFFICE DE TOURISME
**Rapport d'activité
| 2019**

Nouveau

CARTE TOURISTIQUE MONTPELLIER MÉDITERRANÉE LANGUEDOC

L'Office de tourisme de Montpellier Méditerranée Métropole et 13 offices de tourisme des territoires environnants* se sont associés pour concevoir une carte commune sur la destination "Montpellier Méditerranée Languedoc" : outil montrant le panel d'expériences et de paysages sur un vaste territoire que ce soit pour une journée, un week-end ou plusieurs semaines.

*Offices de tourisme de Sète - archipel de Thau, Mauguio - Carnon, Palavas les Flots, St-Guilhem le Désert - Vallée de l'Hérault, Ganges Cévennes Méditerranée, Cap d'Agde Méditerranée, Pays de Lunel, Grau du roi, Millau Grand Causse, Grand Pic St Loup, Monts et Lacs en Haut Languedoc, Lodévois, Larzac et le Clémontais.



52 000 ex. (version française)
12,000 ex. (version GB)
Distribution dans chaque OT partenaires



300 000 ex. FR
90 000 ex. GB
20 000 ex. ALL
35 000 ex. ESP
10 000 ex. ITA
10 000 ex. NEER



4 000 ex.



2 000 ex.



20 000 ex.



40 000 ex.



20 000 ex.



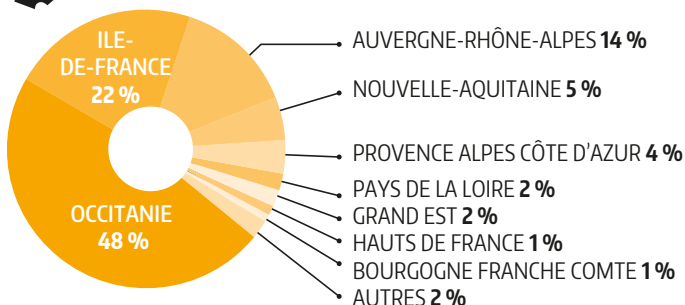
52 000 ex. FR
12 000 ex. GB



Version numérique
uniquement

La communication digitale

VISITES FRANÇAISES



2 473 483 VISITES ↑ +10 % /2018

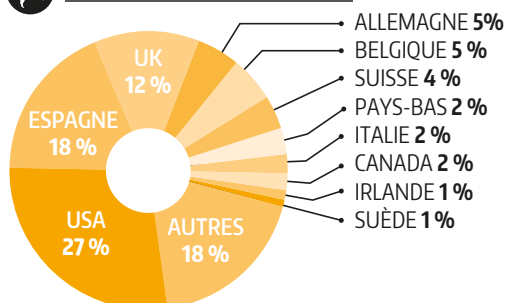
DONT 19 % DE VISITES ÉTRANGÈRES

6 373 248 PAGES VUES ↑ +1 % /2018

RUBRIQUE AGENDA

Plus de 1920 ACTUALITÉS MONTPELLIÉRAINES ET MÉTROPOLITAINES VALORISÉES
(+ 600 actualités /2018)

VISITES ÉTRANGÈRES



SMARTPHONE :
mode de consultation privilégié
60 % DES VISITEURS

↑ +30 % /2018

ORDINATEUR :
34 % DES VISITEURS

↑ +13 % /2018

TABLETTE :
6 % DES VISITEURS

↓ -6 % /2018

Les réseaux sociaux

Facebook MONTPELLIER MÉDITERRANÉE TOURISME

Créée en 2011, cette page est conçue pour **promouvoir l'ensemble de notre destination de Montpellier et de ses alentours** (métropole principalement). Page principale de l'Office de tourisme, elle communique au grand public, français et étranger. Les informations partagées sont donc plus vastes et prioritairement de belles images et des reposts des publications Instagram de notre communauté.



- 2 954 j'aime • 1037 partages
- 7848 réactions, commentaires et partages
- 108 081 personnes touchées
- 22 083 interactions au total

130 386 FANS ↑ +3,7% /2018

6,5% TAUX D'ENGAGEMENT
(nombre de réactions par rapport au nombre de personnes atteintes du jour)

290 577
MINUTES DE VIDÉOS VUES

108 451 INTERACTIONS
SUR L'ENSEMBLE DES VIDÉOS
PUBLIÉES

NOS FANS

- 67% DE FEMMES**, dont :
- **14%** entre 45 ans et 54 ans
 - **13%** entre 35 ans et 44 ans
 - **15%** entre 25 ans et 34 ans

Nouveau Facebook VIVEZ MONTPELLIER

Créée en août 2019, la page **Vivez Montpellier Méditerranée** diffuse et partage les bons plans des partenaires, propose des idées Découvertes autour de Montpellier et de sa métropole, ainsi que les visites guidées organisées par l'Office de Tourisme. **À destination des locaux**, cette page se concentre sur des informations en temps réel sur notre territoire.



- 16 j'aime • 7 partages
- 92 réactions, commentaires et partages
- 1 412 personnes touchées

876 FANS au 31/12/2019

4,5% TAUX D'ENGAGEMENT GLOBAL
du 13/08 au 31/12/2019
(nombre de réactions par rapport au nombre de personnes atteintes du jour)

NOS FANS

- 77% DE FEMMES**, dont :
- **21%** entre 45 ans et 54 ans
 - **18%** entre 35 ans et 44 ans
 - **17%** entre 25 ans et 34 ans

Nos fans proviennent pour la grande majorité de France, notamment de Montpellier, et Nîmes.



TWITTER
@MplTourisme

3692 ABONNÉS



INSTAGRAM
#montpelliernow

28 854 ABONNÉS ↑ +56,9% /2018

7% ENGAGEMENT GLOBAL
(part de personnes qui interagissent par rapport au nombre d'abonnés)

164 000 PUBLICATIONS

NOS FANS

- **66%** DE FEMMES
- **34%** D'HOMMES
- **38%** ENTRE 25 ET 34 ANS
- **21%** ENTRE 35 ET 44 ANS



top repost
@arthur.lansonneur

- 4093 likes • 43 commentaires
- 49 461 couvertures

zoom sur...

L'INSTAMEET DE FIN D'ANNÉE

L'année 2019 a été marquée par la **reprise des Instameets organisés par l'Office de Tourisme**. Le 13 décembre de 18h à 22h30, plus de 28 instagrammeurs de la Team IGERS Montpellier ont été accueillis pour un parcours sur le thème des Festivities de fin d'année. Du Peyrou jusqu'au marché de Noël, les participants ont pu profiter d'un tour de grande roue et d'un verre de vin chaud dans la convivialité !

Une cinquantaine de stories et photos ont été réalisées et postées via #montpelliernow offrant ainsi une excellente visibilité à l'atmosphère hivernale.

Les actions de Promotion cible Loisirs



27 ACTIONS COMMERCIALES

787 CONTACTS SANS LES ACTIONS GRAND-PUBLIC

11 PAYS

3 028 CONTACTS AVEC LES ACTIONS GRAND-PUBLIC



Une équipe experte, sur le terrain en action au national et à l'international !

Montpellier Bureau des congrès

Montpellier Méditerranée The Place to Business!



10^e VILLE DE CONGRÈS DE FRANCE
POUR L'ACCUEIL DE MANIFESTATIONS
INTERNATIONALES (classement ICCA 2019)

+ de 9 000 CHAMBRES EN MÉTROPOLE ET PROCHE LITTORAL

61% DES NUITÉES HÔTELIÈRES DE LA VILLE LIÉES AU TOURISME D'AFFAIRES (59% SUR LA MÉTROPOLE)

Près de :
460 PROJETS
ACCOMPAGNÉS

+4,5%
/2018

37% TAUX DE
CONCRÉTISATION
+ 2 POINTS/2018

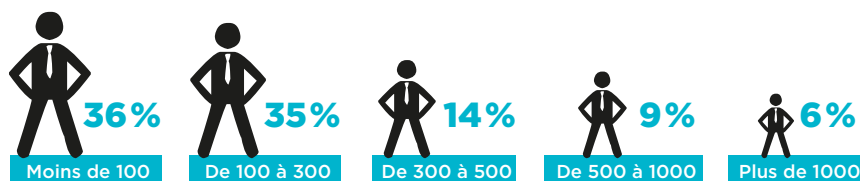
171 DOSSIERS
CONCRÉTISÉS

+11%
/2018

LES GRANDS ÉVÉNEMENTS

- **7^{èmes} JOURNÉES FRANCOPHONES DE KINÉSITHÉRAPIE** - 2000 pax - Corum
- **12^{èmes} JOURNÉES DU TAF (Travail - Avenir - Formation)** - 30 000 pax - Parc des Expositions
- **4th WORLD CONGRESS ON AGROFORESTRY** - 1500 pax - Corum
- **LES ASSISES DE L'ÉCONOMIE DE LA MER** - 1500 pax - Corum
En présence d'Emmanuel Macron Président de la République Française
- **68^e CONVENTION NATIONALE LIONS CLUB** - 1500 pax - Corum
- **11^e CONGRÈS DE LA CONFÉDÉRATION FRANCOPHONE D'HYPNOSE ET THÉRAPIE BRÈVE** - 1200 pax - Corum

TAILLE DES ÉVÉNEMENTS ACCOMPAGNÉS En nbre de participants



SALONS ET WORKSHOPS EN 2019

871 CONTACTS QUALIFIÉS RENCONTRÉS

+59%
/2018

SALON PURE FRANCE	500 Top décideurs	PARIS	31/01
SALON MUSEVA	70 lieux de culture - 1130 visiteurs	PARIS	6-7/02
CONFEX	8000 visiteurs	LONDRES	26-27/02
SALON HEAVENT MEETING	3450 visiteurs dont 500 décideurs	CANNES	27-29/03
SALON IMEX	7800 visiteurs et près de 6240 exposants	FRANCFORT	21-23/05
SALON RÉUNIR	1100 visiteurs	PARIS	19/09
FRANCE MEETING HEAVENT	40 décideurs Mice internationaux	PARIS	4-6/10
SALON IBTM	Plus de 15000 visiteurs	BARCELONE	01/11

OFFICE DE TOURISME
Rapport d'activité
| 2019



110 PARTENAIRES

+11%
/2018

DONT 106
PROFESSIONNELS
ADHÉRENTS

+12%
/2018

5 CONVENTIONS
DE PARTENARIATS

Près de 210 SESSIONS
D'ÉVÉNEMENTS AFFAIRES

Source Occitanie Events et Montpellier Events

LINKEDIN

2 652 ABONNÉS

2 677 ABONNEMENTS

800 VUES PAR POST
EN MOYENNE (salons et événements accompagnés)

FRÉQUENTATION
DU SITE INTERNET DÉDIÉ

EN FRANÇAIS
27 186 PAGES VUES

+5%
/2018

EN ANGLAIS
3 460 PAGES VUES

PARUTIONS

- Parutions dans Tendance Nomad, Boardroom et AMI Convention Source
- Référencements Réunir, Bedouk

RÉFÉRENCEMENTS
INSTITUTIONNELS



Visites guidées La clientèle Groupes

MARGE de l'activité commerciale

33 545 € HT

19 580 PARTICIPANTS

- 67 % PARTICIPANTS FRANÇAIS
- 33 % PARTICIPANTS ÉTRANGERS

927 CONTRATS -5 % / 2018

15 844 PAGES VUES SUR
LE SITE INTERNET RÉCEPTIF

LE TOP 5

de la clientèle internationale Groupes

- 1 41 % ROYAUME-UNI
- 2 20 % ESPAGNE
- 3 16 % ALLEMAGNE
- 4 15 % MULTI-NATIONALITÉS
- 5 4 % ÉTATS-UNIS

OFFICE DE TOURISME
Rapport d'activité
| 2019



Visites guidées La clientèle individuelle

MARGE de l'activité commerciale

40 130 € HT

873 VISITES

19 127 VISITEURS + 5 % /2018

VISITEURS FRANÇAIS

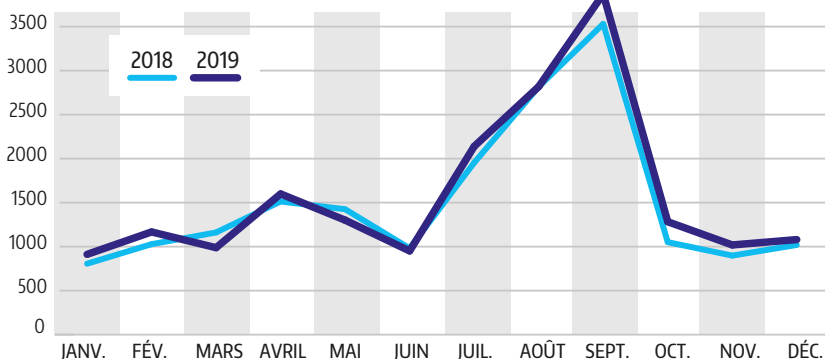
VISITEURS ÉTRANGERS



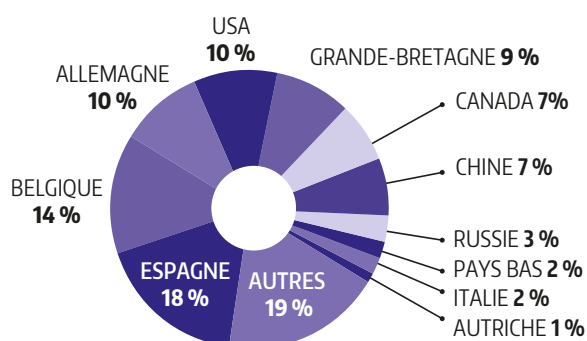
GRATUITÉ
-18 ans

TARIF
de 9€ à 15€

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE PARTICIPANTS



RÉPARTITION DE LA CLIENTÈLE INDIVIDUELLE ÉTRANGÈRE



La qualité des services sur le territoire

3 628 ENQUÊTES CLIENTS RÉCOLTÉES

↑ +26%
/2018

2 209 COMMENTAIRES ÉMIS

↑ +40,7%
/2018

69 % DE FÉLICITATIONS OU REMERCIEMENTS

TAUX DE SATISFACTION Services de l'Office de tourisme

99,5% ACCUEIL SUR SITE

94,4% SERVICE COMMERCIAL GROUPES

96,8% RÉSERVATIONS ET PRODUITS vendus sur la centrale de réservation

83,5% ACCUEIL À DISTANCE / téléphone, mails

SERVICES DE L'OFFICE DE TOURISME MÉTROPOLITAIN

1979 COMMENTAIRES

↑ +50%
/2019

TOP DES AVIS POSITIFS

- 1 Les visites guidées
- 2 L'accueil et le conseil

TOP DES ATTENTES CLIENT

- 1 Les visites guidées
- 2 Le hall d'accueil et le confort

SERVICES DU TERRITOIRE

230 COMMENTAIRES /-9%

TOP DES AVIS POSITIFS

- 1 Les activités de loisir
- 2 Les fêtes et manifestations

TOP DES ATTENTES CLIENT

- 1 Les orientations et accès
- 2 Les transports en commun

OFFICE DE TOURISME
Rapport d'activité
| 2019



Plan de Formation

En 2019, l'équipe de l'Office de tourisme a bénéficié de :

31 FORMATIONS TECHNIQUES ET ÉDUCTEURS

682 HEURES CONSACRÉES À LA FORMATION



Les temps forts en 2019

OFFICE DE TOURISME
Rapport d'activité
| 2019

ÉLÉMENTS IMPACTANT LA FRÉQUENTATION 2019

- épisode exceptionnel de canicule en juin
- manifestations régulières des Gilets Jaunes les samedis

OUVERTURE MO.CO. HÔTEL DES COLLECTIONS

SALON IMEX

LES RENDEZ-VOUS DE L'OFFICE DE TOURISME

Tous les lundis du 16 juillet au 20 août dans le jardin d'accueil, côté Esplanade: bons plans, idées découvertes, dégustations, convivialité, programme des animations, partage.

LABELLISATION ACCUEIL VÉLO

WHAT A TRIP HEYME FESTIVAL

Stand de l'Office de tourisme du 26 au 29 septembre 2019 sur le salon du voyage du What A Trip Heyme Festival. Plus de 500 personnes informées des actualités de l'Office de Tourisme et une dizaine de nos partenaires loisirs/aventure/voyages ont présenté leurs activités.

ÉDUCTOUR

COUPE DU MONDE DE FOOTBALL FÉMININ - FIFA 2019

Montpellier ville : accueil de 4 matchs

SALON ILMT

Les temps forts en 2019

OFFICE DE TOURISME
Rapport d'activité
| 2019



CŒUR DE VILLE EN LUMIÈRES

PARTENARIATS 2019

Une dizaine de partenariats parmi lesquels :

- Comédie du Rire • Battle Of The Year • International Battle Of The Year • Coupe du Monde féminine de la FIFA 2019 • Arabesques • Internationales de la guitare • Championnat d'Europe de Volley 2019 • What A Trip Heyme Festival • Festival Corée d'ici • Atlantide • Igers Montpellier



IMMERSIVE GAMES

En collaboration avec la société Atlantide, l'Office de tourisme a lancé deux "Immersive Games" (mélange de chasse au trésor et d'escape game sur smartphone) dédiés à la découverte ludique de Montpellier.

En téléchargement gratuit :

- **"Inauguration compromise"** : découverte du Montpellier Contemporain via un parcours qui démarre au bassin Jacques Cœur
- **"Respectueux hommages"** : un parcours Street-Art dans le cœur historique de Montpellier.



IMMERSIVE GAMES ATLANTIDE



ZAT #13 - "100 ARTISTES DANS LA VILLE"

l'OT a accueilli une installation



WORKSHOP À MOSCOU



SOIRÉE ADHÉRENTS BDC



VISITES THÉATRALISÉES

6 représentations théâtrales en juillet et en août dans la cour d'honneur de la Faculté de Médecine.



SALON RENDEZ-VOUS EN FRANCE





L'équipe de l'OT

39 SALARIÉS DONT :

2 CONTRATS EN ALTERNANCE + CONTRATS SAISONNIERS + CDD pour renforcer les équipes tout au long de l'année.

8 hommes

- 1 25-30 ans
- 2 30-35 ans
- 2 40-45 ans
- 3 45-50 ans

31 femmes

- 2 55-60 ans
- 3 50-55 ans
- 3 45-50 ans
- 4 -25 ans
- 5 25-30 ans
- 7 35-40 ans
- 7 40-45 ans

10,3 ANNÉES ANCIENNETÉ DU PERSONNEL

Les adhérents



621 ADHÉRENTS EN 2019

**OFFICE DE TOURISME & DES CONGRÈS
DE MONTPELLIER MÉDITERRANÉE MÉTROPOLÉ**

Place de la Comédie
30, allée Jean de Lattre de Tassigny
34000 Montpellier

Tél : +33 (0)4 67 60 60 60
contact@ot-montpellier.fr

BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

LATTES : +33 (0)7 72 43 65 08 | contactlattes@ot-montpellier.fr
CASTRIES : Bureau saisonnier
VILLENEUVE-LÈS-MAGUELONE : Bureau saisonnier

