



2020 restera dans l'histoire comme une année « *noire* » à l'échelle planétaire. La pandémie de COVID-19 aura très profondément affaibli l'activité économique mondiale et en particulier celle du secteur touristique.

La fermeture des frontières, les mesures de quarantaine et la récession économique ont entraîné une baisse de la fréquentation touristique généralisée, à laquelle la France n'a pas échappé. Grâce à sa forte notoriété, ainsi qu'à des actions de soutien et de promotion réalisées très tôt, notre région et tout particulièrement le Golfe de Saint-Tropez auront su limiter la chute de fréquentation. Malgré cela, notre commune aura perdu en 2020 près d'un tiers de ses recettes de Taxe de Séjour.

L'année 2021, malgré des avancées significatives en matière de recherche sanitaire, va inévitablement se présenter sous des auspices on ne peut plus incertains. Elle nécessitera donc une gestion particulièrement prudente et marquée au sceau de l'adaptabilité.

RAPPEL DE NOS AXES DE POSITIONNEMENT:

MOTS CLES: Qualité de vie et authenticité, élégance et raffinement, ...

LES FORCES DE NOTRE DESTINATION : Grimaud est avant tout un lieu de vie à l'année, intergénérationnel, d'une qualité indéniable.

La stratégie de communication de l'Office doit se fonder sur l'envie de faire partager le charme de ce lieu d'exception, qui a su conserver son authenticité et ses valeurs et promouvoir sa découverte en toute saison.

LES CIBLES VISEES: Dans la mesure où nous avons choisi de porter principalement nos efforts sur les ailes de saison, nos choix sont les suivants:

- cibles prioritaires : les seniors actifs les couples sans enfant les CSP +
- cible secondaire : les familles

LES MARCHES VISES:

- Les marchés prioritaires sont la France (principales régions émettrices : PACA, Ile-de-France, Rhône-Alpes, Nord-Pas-de-Calais, Pays-de-Loire/Centre), l'Allemagne, le Royaume-Uni, les Pays-Bas, l'Italie et la Belgique.
- La clientèle locale constitue également une cible très importante qui peut s'avérer être un atout majeur et devenir le meilleur prescripteur du territoire.

ACCUEIL ET INFORMATION

LA FREQUENTATION DU TERRITOIRE

Le Golfe de Saint-Tropez est l'une des destinations françaises comptant le plus fort pourcentage de nuitées étrangères en haute saison (*près de 40 %*). Ainsi, sachant que la clientèle étrangère était celle qui, a priori, allait faire défaut en 2020 du fait de la pandémie, le territoire risquait d'être particulièrement impacté par le contexte international de la crise sanitaire.

Cependant, après un effondrement de la fréquentation durant le premier confinement à partir de la mi-mars jusqu'à la mi-juin (-18 % en mars, -86% en avril, -82% en mai, -47% en juin), la baisse de la fréquentation estivale a été, malgré les circonstances, beaucoup moins forte que ne le laissait présager la situation printanière. Face à cette situation particulièrement préoccupante, la Communauté de Communes du Golfe de Saint-Tropez a missionné sa SPL Golfe de Saint-Tropez Tourisme afin de mener une campagne de communication sur des destinations cibles en France et en Europe, renforçant le plan de relance régional.

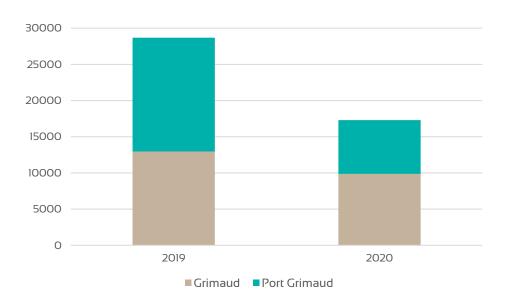
A l'échelle du Golfe, la hausse de la clientèle nationale aura quasiment permis, en juillet et en août, de compenser l'absence d'une partie de la clientèle étrangère qui n'a pas pu venir en vacances en France, limitant ainsi très fortement la chute de fréquentation sur la haute saison (seulement -7% en juillet et -8% en août par rapport à 2019).

En septembre, le passage de la région Sud en zone rouge et l'imposition par plusieurs pays limitrophes de mesures de quarantaine ont entraîné un effondrement de la fréquentation des clientèles Schengen que les bons chiffres réalisés sur la clientèle française n'ont pu compenser.

Sources : Golfe de Saint-Tropez Tourisme

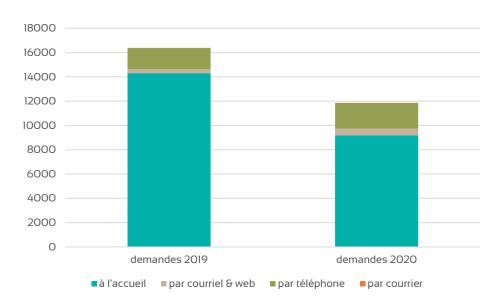
LA FREQUENTATION DE NOS OFFICES

L'impact de la crise sanitaire et les effets des mesures liées à la lutte contre la propagation du virus (fermeture des offices durant les périodes de confinement, limitation de la jauge admise dans les bâtiments, ...) ont entraîné une nette baisse du nombre de visiteurs reçus dans nos bureaux d'accueil en 2020. Ainsi, alors que plus de 28 600 personnes avaient été accueillies en 2019, ce sont seulement 17 305 visiteurs qui ont été reçus cette année, soit une baisse de 40 %.



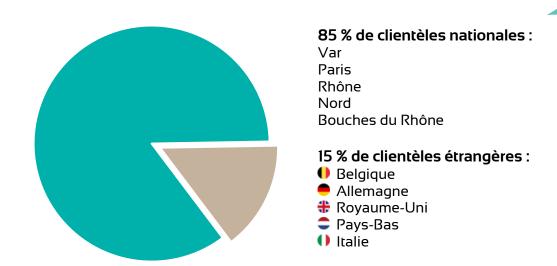
LES MODES DE CONTACT

Corollaire de la baisse de fréquentation, les demandes d'information ont, elles aussi, fortement baissé en 2020, passant de plus de 14 000 en 2019 à 9 200 en 2020. Il est à noter cependant que, si les demandes traitées au comptoir sont en baisse (-47 %), celles effectuées par courriel ou sur le web ont, elles, connu une très forte hausse (+69 %), ainsi que les demandes par téléphone (+ 21%).



LA RÉPARTITION DES VISITEURS

Les effets de la fermeture des frontières avec certaines destinations ou les mesures de quarantaine imposées par divers pays se sont fait fortement sentir en ce qui concerne la provenance des touristes lors de la saison estivale 2020.



Pour mémoire, en 2019, nos offices avaient accueilli :

66 % de clientèles nationales : Var Paris Rhône Nord Bouches du Rhône 14 % de clientèles étrangères : Allemagne Royaume-Uni Belgique Pays-Bas I Italie

L'ACTIVITE COMMERCIALE

	Ventes des produits de boutique	Billetterie des spectacles et des animations	pour le compte de Golfe de St-Tropez tourisme
2020	2 262 €	17 812,50 €*	48 dossiers traités** 3 628,10 €
2019	2 523 €	68 093 €	107 dossiers traités 8 143, 25 €

tipaisse résultant de l'annulation de la 18º édition des Grimaldines et de 3 des 8 concerts des Soirées Musicales.

LA DEMARCHE QUALITE



La marque *Qualité Tourisme*™, créée par l'État, sélectionne et fédère sous un même symbole les démarches qualité engagées par les professionnels du tourisme, en vue d'améliorer continuellement leur activité et la satisfaction de leurs clientèles touristiques.

Labellisé depuis août 2016, l'Office de Tourisme de Grimaud a dû lancer le processus de renouvellement de sa labellisation fin 2019.

Suite à l'audit qui s'est déroulé les 25 et 26 novembre 2019, le Comité Régional de la Marque (CRGM) Qualité Tourisme™ a examiné la candidature de l'OMTAC pour la filière Office de Tourisme et a rendu un avis favorable lors de sa cession du 4 février 2020.

Cependant, compte tenu des évolutions relatives à la démarche qualité des offices de tourisme, survenues au 1^{er} janvier 2020, pour valider définitivement ce renouvellement, l'OMTAC doit faire procéder à un Audit Mystère dans le courant de la saison 2021.

Projets 2021:

- Poursuite de l'amélioration constante de la qualité d'accueil des visiteurs sur site et à distance. Suivi de la satisfaction des usagers et optimisation du traitement de la relation clientèle.
- Respect des règles sanitaires pour l'accueil du public et l'activité des agents.
- Mise en place d'accueils « hors les murs » afin de capter les flux de visiteurs sur les lieux les plus fréquentés.
- Mise en avant et dynamisation des labels de l'Office.
- Développement de la boutique et accroissement de son chiffre d'affaire.
- Finalisation du renouvellement de la marque *Qualité Tourisme*™ de l'Office.

^{** :} du 20 juin au 17 septembre 2020

RELATIONS AVEC LES PROFESSIONNELS DU TOURISME ET LES HÉBERGEURS

UNE COMMUNICATION CIBLEE ET RENFORCEE

En plus de sa communication habituelle, l'OMTAC a mis en place, lors du premier confinement, une communication spécifique par voie de newsletters dédiées aux socio-professionnels du territoire afin de les tenir informés des mesures mises en œuvre, des aides et des différents référentiels métiers relatifs à la sécurité sanitaire.

LA QUALIFICATION ET LE CLASSEMENT DE L'OFFRE POUR LES HÉBERGEMENTS DU TERRITOIRE

L'Office de Tourisme de Grimaud est agréé pour effectuer les visites de classement de Meublés de Tourisme ainsi que les qualifications « *Chambres d'hôtes Référence* ».

Les évolutions de la loi de finance publique 2019, imposant une taxe proportionnelle aux hébergeurs non classés (tarif de taxe de séjour fixe remplacé par un calcul sur le pourcentage du prix de la nuitée), a entraîné dès son annonce en 2018, une forte augmentation de la demande de classement des meublés de tourisme. Malheureusement, la crise sanitaire et les confinements ont conduit à une forte baisse du nombre de classements ayant pu se dérouler en 2020.

Classement de meublés de tourisme en 2020



3 en ★
4 en ★★
4 en ★★★
3 en ★★★
1 en ★★★★

Classement de meublés de tourisme en 2019



34 en ★
8 en ★★
Recette:
3 en ★★★
3 en ★★★★
O en ★★★★

LE CLUB NUMERIQUE DE GRIMAUD ET LES ATELIERS NUMERIQUES

15

Afin d'accompagner les acteurs économiques du territoire et les aider à maximiser leur présence sur le web et les réseaux sociaux, l'Office de Tourisme vient de lancer ses ateliers numériques à destination.

Dans le cadre de l'accompagnement des socio-professionnels Grimaudois à l'issue du confinement, l'OMTAC leur avait offert un atelier gratuit sur les bases de communication Facebook et Instagram le 29 juin réparti sur 3 séances en ligne.

Puis, le 17 décembre 2020, notre Animatrice Numérique de Territoire a assuré, auprès de sept participants, un premier atelier Instagram en présentiel à Beausoleil.

De nouveaux ateliers numériques seront proposés courant 2021 et il est aussi possible d'avoir des rendez-vous individuels ciblés sur les demandes et besoins de chacun.

EVENEMENTS ET ANIMATION

La crise sanitaire a entraîné l'annulation de plusieurs manifestations phares de la commune : HOG, Grimaldines, Foire de la Laine, Fête de la Musique, ainsi que de 3 des 8 concerts prévus par la 18e saison des Soirées Musicales de Grimaud.

LES RENDEZ-VOUS 2020

Les Soirées Musicales de Grimaud :



Dates	Fréquentation (dont invitations)	Recettes	Charges (HT)
Dimanche 12 Janvier	174	3 868,76 €	16 305 €
Dimanche 16 Février	78	1 704,21 €	12 105 €
Vendredi 6 Mars	62	1 126,35 €	7 305 €
Vendredi 24 Avril		Annulée	
Vendredi 15 Mai		Annulée	
Vendredi 19 Juin		Annulée	
Vendredi 11 Septembre	118	2 306,56 €	10 305 €
Vendredi 9 Octobre	67	1 358,96 €	4 805 €
TOTAL	499	10 364,84 €	50 825 €

Truffe & You:



Dates	Fréquentation (dont invitations)	Recettes	Charges (HT)
du 31 Janvier au 2 Février	2 501 (1454 payants - 1047 offerts)	13 627,27 €	39 750 €

Les marchés nocturnes :



Dates	Fréquentation	Charges (HT)
Mardi 21 Juillet	1000	218 €
Mardi 28 Juillet	900	218 €
Mardi 4 Août	1100	418 €
Mardi 11 Août	900	518 €
TOTAL	3 900	1372€

• Exposition d'Art Urbain en partenariat avec la Mairie de Grimaud



Dates	Charges (HT) partagées avec la Mairie
du 25 Juillet au 29 Août	13 596,40 €



La Fête du Village

Date	Fréquentation	Charges (HT	
Vendredi 14 Août	150	2 687 €	





Le kiosque en'chanté :



Dates	Fréquentation	Charges (HT)
Mardi 18 Août	180	2 070 €
Mardi 25 Août	300	3 700 €
Mardi 1 ^{er} Septembre	200	2 400 €
TOTAL	680	8 170 €

La Fête de la Saint Michel :

Date	Fréquentation	Recettes	Charges (HT)	
Dimanche 27 Septembre	800	1 591 €	8 716 €	



Festivités de Noël :



Date	Fréquentation	Charges (HT)
Lundi 21 décembre 2020	400 19 exposants à la Bourse aux Jouets	2 982 €

Projets 2021:

- Organisation d'événements en cohérence avec les axes de positionnement retenus par l'OMTAC et la commune pour faire rayonner la destination, tout en veillant au strict respect des règles sanitaires.
- Création d'un événement à la fin du mois d'Août autour du passé médiéval de la commune
- Poursuite d'une gestion cohérente et centralisée des festivités de la commune de Grimaud.
- Plus grande lisibilité et visibilité de nos événements et animations tout au long de l'année.
- Développement des partenariats et du sponsoring sur nos événements.

COMMUNICATION ET PROMOTION

LA COMMUNICATION NUMERIQUE

Les réseaux sociaux



La valeur sûre

Facebook est utilisé pour mettre en avant de beaux visuels de la commune ou d'événements (images ou vidéos). Nous souhaitons y partager de belles histoires.

Nous privilégions les contenus qui ont pour habitude d'intéresser les fans. L'office mène également un travail sur les événements Facebook qui permettent de partager plus d'informations ciblées, car les gens font eux-mêmes la démarche de se dire « intéressés » par l'évènement.



Instagram

12 545 abonnés • + 42.59%

L'incontournable

Impossible de parler à notre clientèle touristique sans être sur Instagram. Nous y partageons de beaux visuels, pour la plupart pris par des visiteurs, pour mettre en avant Grimaud via des sélections de hashtags afin d'étendre notre impact. Nous travaillons sur les stories pour des mises en avant spécifiques (événement, bon plan...).

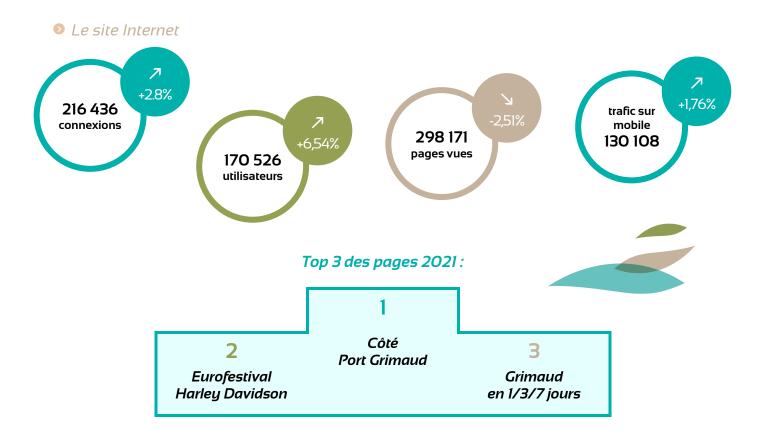


Le spécialisé

Réseau social de la randonnée et de la balade. Tous les circuits de Grimaud y sont disponibles gratuitement depuis 2015/2016. Cela a généré + de 5500 consultations et 1800 téléchargements en 2020.

#MadeinGrimaud + de 1000 publications

Utilisez #MadeinGrimaud lors de vos publications sur Instagram pour faire connaître la destination à votre clientèle et participez avec nous à la promotion de notre beau territoire. Ce hashtag est celui de tous les Grimaudois et visiteurs amoureux de Grimaud.



L'office a par ailleurs assuré la mise en avant des informations relatives à la COVID19 récoltées auprès de nos prestataires, sur notre site internet et celui de la mairie, ainsi que sur le site dédié à Noël dans le Golfe.

LA COMMUNICATION TOURISTIQUE

Suite à la campagne de mise à jour menée fin 2019, une nouvelle édition du guide pratique a été préparée au premier trimestre 2020. Compte tenu de la pandémie de COVID-19, l'édition 2020 s'est faite uniquement en ligne et le stock de guides papier 2019 a été utilisé pour les besoins des accueils. Il en a été de même pour la carte touristique, présentée en trois langues (français, anglais, allemand).



LA COMMUNICATION EVENEMENTIELLE

Le calendrier annuel des événements et animations

Imprimé à 5 000 exemplaires. Ils ont été distribués dans nos bureaux de Grimaud et Port Grimaud, en Mairie et lors des vœux du Maire, chez les socioprofessionnels de la commune et dans les lieux culturels, dans les Offices de Tourisme du Golfe de Saint-Tropez et du Var.



Les programmes bimestriels et les affiches mensuelles



Programmes:

Janvier/Février - dépliant 8 pages : 2 500 exemplaires

Mars/Avril - 8 pages : 4 000 exemplaires Juillet/Août - 8 pages : 5 000 exemplaires

Septembre/Octobre - 8 pages : 5 000 exemplaires

Novembre - 4 pages : 2500 exemplaires

Les exemplaires prévus en Mai/Juin et en Décembre n'ont pas été édités du fait des conditions sanitaires.

Affiches:

Format A3 : de 40 à 70 ex. /mois

Format A2:10 ex./mois

Distribution:

Affichage dans les Offices de Tourisme, dans le village et envoi par courrier d'une affiche A3 aux OT du Golfe.

Dépôt des dépliants chez les socioprofessionnels Grimaudois et de Port Grimaud (d'Avril à Octobre) + lieux culturels et Mairie + envoi courriers aux chambres d'hôtes.

Projets 2021 :

- Refonte complète du site internet de destination et du site des Grimaldines au printemps.
- Mise à disposition d'un nouvel outil pour l'ajout de manifestations sur le site internet de destination directement par les socio-professionnels.
- Remaniement des éditions papier, limitation du nombre d'exemplaires publiés et meilleure gestion de la distribution.

BILAN BUDGETAIRE

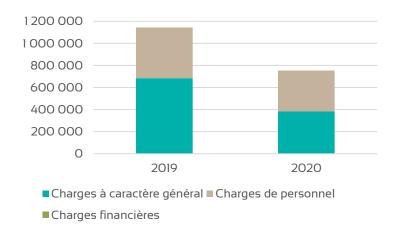
Recettes réelles de fonctionnement

L'Office Municipal de Tourisme et d'Animation Culturelle de Grimaud étant constitué en EPIC depuis 2014, son budget repose sur le produit issu de la Taxe de Séjour pour plus de 90% de ses recettes annuelles, mais également sur les ventes de billetterie des Grimaldines et des Soirées Musicales, les ventes au guichet et sur le produit des classements de meublés. Cependant, la crise sanitaire a fait lourdement chuter ces résultats avec une baisse de -37%.



Dépenses réelles de fonctionnement

Pour faire face aux effets de la pandémie sur les recettes, d'importants efforts ont été réalisés afin de limiter les dépenses de fonctionnement dont la baisse devrait s'établir à -33% par rapport au réalisé 2019; la crise sanitaire liée à la Covid-19 ayant notamment donné lieu à l'annulation du festival des Grimaldines, l'annulation de diverses manifestations et au non-recrutement d'agents saisonniers.



Résultats budgétaires

En matière d'investissement, le budget reste stable avec l'inscription dès 2020 d'une première phase de dépenses relatives à la refonte des sites Internet de l'Office et des Grimaldines.

L'exécution du budget 2020 prévoit un résultat de fonctionnement et d'investissement respectivement excédentaire de 572 k€ et de 12 k€ ; excédents qui seront repris par anticipation dès le vote du budget afin de permettre le financement des actions 2021.

LE COMITE DE DIRECTION

TITULAIRES

SUPPLEANTS

M. Alain BENEDETTO

Président

Maire de Grimaud - Conseiller départemental

Mme Anne KISS Vice-présidente • Adjointe au Tourisme

Mme Den TUNG

Mme Sophie SANTA-CRUZ

Mme Dominique FLORIN

M. Christophe ROSSET

Mme Sylvie FAUVEL

Mme Ruth ZAUGG

M. David LUFTMAN

Mme Stéphanie CORBIER

Mme Sylvana CARDAILLAC

M. Stefano SIMONETTI

Mme Emilie LECCIO

M. Jean-Marc ROLAND-ROCCHIA

Mme Natacha SARI

M. Romain CAIETTI

M. François BERTOLOTTO

Mme Janine LENTHY

Mme Claire VETAULT

Mme Nicole MALLARD

M. Maxime DUPUY

Mme Karine RABEAU

Mme Julie GARCIA

M. Rémi MESNIL

M. Christophe SANNA

M. Gino COLANESI



L'EQUIPE

M. Alain BENEDETTO Président Maire de Grimaud Conseiller départemental



Mme Anne KISS Vice-présidente Adjointe au Tourisme

J-François ANDRE Directeur

direction@grimaud-provence.com





Véronique HENRI Assistante de direction Régisseuse principale

administration@grimaud-provence.com

Nathalie VITRANT Responsable Accueil Référente Qualité Tourisme

responsableaccueil@grimaud-provence.com



Guillaume LELARD Responsable du pôle « Evénements & Animation »

Valérie PFEIFFER Conseillère en séjour

accueilconseil@grimaud-provence.com





Alexia DUFOUR Chargée d'animation

evenements@grimaud-provence.com

animation@grimaud-provence.com



info@grimaud-provence.com





Marion AGNES Chargée de la communication numériaue

tourisme@grimaud-provence.com

Chloé VIAC Chargée des relations avec les socio-professionnels

services@grimaud-provence.com

Agents en cumul d'emploi public

- Cécile PORTA Finances
- Carole FAUDON Finances
- Corinne RIEU Marchés publics
- Jimmy GALLET Informatique
- **Véronique SIFFREDI** *Animations*
- Daniela BONACCORSO Entretien
- Hélène TYACK RGPD

GRIMAUD A LA UNE

Sélection non exhaustive d'articles de presse concernant l'activité de l'OMTAC ou le tourisme grimaudois lors de l'année écoulée :



■ Var-Matin • 9 janvier



Var-Matin • 2 février 🔺

Lancement des marchés nocturnes

Malgré l'annulation des Grimaldines pour cause de Covid-19, la soirée promet d'être animée aujourd'hui dès 18 h.

Ce soir, le public pourra déambuler dans les ruelles pavées à la découverte du marché nocturne, organisé pour remplacer le fes-tival des musiques du monde.

monde.

Faire vivre
Le village

Depuis quelques semaines,
les commerçants et restaurateurs du village ont planché avec les élus de la commune pour faire vivre le village cet été.
Dès ce soir, une quarantaine de stands seront installés sur la place de
l'Église et sur la place
Vieille, tenus par les acteurs économiques locaux Highlise et sur la piace set produits gourmands.

et produits gourmands.

teurs économiques locaux

Les marchés nocturnes set lis seront assist à aimatied découvrir lendront tous les mardis

tions dans les rues du vilvillage médièva.



Les commercants se sont mobilisés pour la réussite de ces nocturnes. (Photo R.V.)

senter créations originales et produits gourmands. 23 h. lage dont un circuit piéton qui permettra de découvrir emble des beautés du

Pour cette première date et en guise d'inauguration, une partie de l'animation sera assurée par le Syndi-cat des Jeunes Agriculteurs du Var avec leur journée des rosés de Provence (lire ci-dessus).

Statues de Klaus Meister

De leur côté, les commer-cants présenteront un dé-filé de mode avec tenues et maquillage, sans oublier la grande tombola. Le ti-rage au sort est prévu à 22 h sur la Place Vieille. Cette soirée sera aussi l'oc-casion de découviri les statues monumentales de Klaus Meister dans les rues, et l'exposition «En même temps » à la Maison des Arcades, ouverte ex-ceptionnellement jusqu'à ceptionnellement jusqu'à 23 h.



■ Var-Matin • 21 juillet

Var-Matin • 29 juillet ▶

DE LA RUE

L'art urbain investit le village

Ouelques dizaines de mi

Quelques dizaines de minutes après que les artistes aient fini de coller les
dernières œuvres sur les
murs du village, le vernissage de la première édition du Grimaud Art Urbain s'est déroulée sur le
parvis de la mairie ce samedi.
Ce fut l'occasion pour le
maire Alain Benedetto de
remercier les artistes qui
ont œuvré pendant deux
jours dans tout le village
'Crey 132, Ardif, Philippe
Herard, Codex, Dark
Snoopy, Ender, Madame.
Sx des artistes falient prelicité Françoise falient precomvivalité. Le maire a lélicité Françoise Rosenpick,
directrice artistique de
cette exposition qui a su



Six artistes étaient présents lors du vernissage, en présence du maire et de Françoise Rosenpick, directrice artistique de l'exposition. (Photo R.W.

réunir ces talents en seulement quelques semaines.
Une dernière réalisation

M6 • 11 août 2020

Le Figaro Propriétés • 11 juillet

PROPRIÉTÉS

Palmarès des villes de rêve où installer sa résidence secondaire

Pali	nares de	es villes de reve ou installer sa residence secondaire					
Rang	Ville (dpt.)	Note (/20)	Part des résidences secondaires dans la ville selon l'insee	Nombre de biens mis en vente sur 3 ans (base PLF)	Part des maisons, villas, chalets et assimilés dans les annonces	Rang en "Attractivité des loisirs" (proximité golf, mer, montagne)	Heures de soleil par an
1	Grimaud (83)	16.85	68,8%	1524	87,5%	7	2744.2
2	Rayol- Canadel-sur- Mer (83)	16.84	74,4%	311	96,8%	35	2744.2
3	Megeve (74)	16.6	81,6%	1131	49,9%	3	1986.1
4	Gassin (83)	16.58	62,6%	731	97,1%	25	2744.2
5	Saint-Tropez (83)	16.51	60,8%	2142	69,2%	31	2744.2
6	Gordes (84)	16.38	45,9%	477	97,1%	50	2811.8
7	Ramatuelle (83)	16.33	59,7%	967	97,7%	28	2744.2
8	Le Lavandou (83)	16.26	72,2%	454	87,4%	2	2899.3



GRIMAUD

Trois mardis et 3 concerts au Kiosque « en'chanté »



⋖ Var-Matin • 18 août

Var-Matin • 23 août ▼

ÉQUITATION HUBSIDE JUMPING, À GRIMAUD

Ces cavaliers tutoient les étoiles



IDÉES SORTIES



omain Leleu est en concert ce vendredi 21 h pour l'édition du mois de septembre e l'événement classique.

◀ Nice-Matin / Var-Matin • 10 septembre

GRIMAUD

Création d'un club numérique



Var-Matin • 9 décembre 🔺

GRIMAUD

Un Noël des enfants très chaleureux





⋖ Var-Matin・22 décembre

CARTE D'IDENTITE DE L'OMTAC DE GRIMAUD

- STATUT JURIDIQUE : EPIC régi par un conseil d'administration composé de 13 membres (7 élus municipaux et 6 socio-professionnels)
- DATE DE CREATION : 16 décembre 2013
- PRESIDENT : M. Alain BENEDETTO, Maire de Grimaud, Conseiller départemental du Var
- CLASSEMENT : Catégorie 1
- SIEGE: 679, Route Nationale 83310 Grimaud
- BIT : Les Terrasses de Port Grimaud 667, rue de l'Amarrage Port Grimaud 2
- BUREAUX ADMINISTRATIFS : Immeuble Beausoleil 850, Route Nationale
- DIRECTION : Jean-François ANDRE
- EFFECTIF: 8 salariés permanents 1 contrat d'alternance 4 saisonniers



NOS LABELS











