



Plan d'actions 2022

**Office Municipal de Tourisme et d'Animation Culturelle de
Grimaud**

679 Route Nationale - (F) 83310 Grimaud - T +33 494 55 43 83 - F +33 494 55 72 20

info@grimaud-provence.com - www.grimaud-provence.com

SIRET 799 744 156 00016 ROVS IM083190002

ELEMENTS DE CONTEXTE

Les deux années écoulées ont été profondément perturbées par la crise sanitaire. En 2021, malgré les restrictions, la clientèle française a confirmé le besoin de départ en vacances et son engouement pour notre destination, alors que la clientèle étrangère était limitée par les restrictions d'entrée sur le territoire.

Cette note positive, et les dernières évolutions constatées, ne doivent toutefois pas faire oublier que le coronavirus est encore présent à l'échelle mondiale et peut encore bouleverser notre quotidien.

A cela vient s'ajouter le conflit militaire en Ukraine qui laisse peser des incertitudes sur l'économie et le pouvoir d'achat.

L'activité touristique en 2022 s'inscrit donc dans un avenir prometteur mais incertain : baisse du pouvoir d'achat, prix des carburants, contexte international, sont autant de sujets qui peuvent influencer jusqu'au dernier moment les intentions de départ en vacances, tant pour la clientèle française qu'étrangère.

Par ailleurs, les modes de consommation touristique ont connu durant la crise sanitaire des évolutions qui seront confirmées ou non cette année : workation, staycation, départs de dernière minute sont apparus ou se sont amplifiés.

Les motivations des touristes ont également évolué : déconnexion, retour à la nature et à l'authentique, besoin de se retrouver entre amis ou en famille après des mois de restriction, recherche de sensations, d'expériences uniques, de découverte....

Dans ce contexte, l'OMTAC doit poursuivre et adapter son action en maintenant sa qualité de service au service de l'attractivité de Grimaud. Le renouvellement de la marque Qualité Tourisme et du Classement en Catégorie 1 viennent confirmer le professionnalisme de la structure dans ses missions confiées par la municipalité à l'attention des touristes, des Grimaudois et des acteurs touristiques.

NOS OBJECTIFS

- Développer la qualité et la fréquentation de nos événements.
- Renforcer les outils d'information et de promotion touristique.
- Développer la relation et le service aux prestataires.
- Faire le bilan des missions et repositionner l'action au regard du contexte et des évolutions en matière de consommation touristique.
- Engager la réflexion en vue de la révision des objectifs pluriannuels.

I - ACCUEIL ET INFORMATION

Dans le respect de la qualité de service, faire le bilan du dispositif existant en matière d'accueil et de conseil en séjour et engager la réflexion sur la logique et nos outils en tenant compte des nouveaux usages de la clientèle. Développer une approche terrain vis-à-vis des prestataires pour une meilleure connaissance de l'offre et un conseil optimal.

- Poursuivre l'amélioration constante de la qualité d'accueil des visiteurs sur site et à distance. Optimiser le traitement de la relation clientèle.
- Assurer le suivi des indicateurs de performance permettant de mesurer l'efficacité du travail produit au sein de l'accueil.
- Etude d'opportunité sur les nouveaux modes de conseil en séjour (en ligne, hors les murs) : élaboration d'un schéma d'accueil et de diffusion de l'information touristique.
- Révision du mode de diffusion des éditions à l'attention des professionnels.
- Mise en place d'un affichage digital extérieur.
- Mettre en place un programme annuel de visite des prestataires.

II - EVENEMENTS ET ANIMATIONS

Mettre en œuvre un programme d'événements annuel servant l'attractivité et la notoriété de la commune, dans un souci qualitatif et dans le respect des traditions.

- Truffe en Fête : Pérenniser le concept plein air, développer la convivialité de l'événement malgré les contraintes sanitaires. Améliorer l'aspect qualitatif (décoration, exposants).
- Soirées Musicales de Grimaud : Organiser une programmation spécifique à la 20ème édition. Optimiser la communication afin de développer le remplissage. Révision du programme de fidélité.
- Foire de la Laine : Relancer la manifestation après deux ans de pandémie : remobilisation des exposants et montée en qualité, apport de nouveautés dans le contenu.
- Fête de la Musique : Première édition hors Covid : faire évoluer le concept au château en lien avec les Grimaldines et ancrer l'évènement à l'échelle du Golfe.
- 14 juillet : Enrichir le concept rétro sur les animations et exposants.
- Fête du Village : Maintien du concert au village le 15 août afin de fixer une partie du public au village. Marché nocturne et animations dans les rues à l'attention d'un public familial.
- Les Grimaldines : Maintenir la qualité de la programmation en lien avec le concept originel, en reprenant en interne la totalité de la régie des animations de rue. Optimiser la communication.

- › Les journées médiévales : Premier test avec extension à deux journées, afin d'optimiser les coûts et développer l'attractivité sur fin août.
- › Fête de la Saint-Michel : Etoffer la manifestation dans le respect de son caractère patronal.
- › Fête de Noël : Réfléchir à une manifestation qui s'inscrit sur le temps des vacances, à l'attention de la clientèle familiale.
- › Ciné au Château : Développer l'attractivité par une programmation box-office.
- › Veille à la bonne coordination des événements et animations organisés tout au long de l'année.
- › Développer le partenariat et le sponsoring sur nos événements.
- › Valoriser les initiatives des partenaires privés.

III - ANIMATION DU RESEAU DES SOCIO-PROFESSIONNELS

Rapprocher l'OMTAC des acteurs de l'offre touristique grimaudoise pour une démarche coordonnée au service de l'expérience client avant, pendant et après le séjour.

- › Réviser les modes de communication à l'attention des partenaires socio-professionnels.
- › Organiser et diffuser une veille réglementaire et conjoncturelle.
- › Repenser l'organisation d'un rendez-vous professionnel annuel.
- › Réviser l'offre d'accompagnement numérique.
- › Inciter et accompagner le classement et la labellisation des prestataires.
- › Revoir avec les services municipaux l'accompagnement de nos hébergeurs non professionnels dans la prise en main des outils Déclaloc.

IV - COMMUNICATION / PROMOTION

Renforcer et optimiser les outils de communication pour valoriser le positionnement de la commune et développer sa notoriété.

- › Assurer une veille sur notre e-réputation.
- › Maîtriser l'image touristique de la destination sur le web et les réseaux sociaux afin, dans la limite du possible, d'apporter des actions correctives, si nécessaire.
- › Optimiser les contenus et le référencement du site web.
- › Enrichir la photothèque / vidéothèque.

- › Réviser la stratégie d'éditions et étudier l'opportunité d'implanter de nouvelles webcams.
- › Renforcer la promotion sur les réseaux sociaux, notamment pour les événements.
- › Etudier l'opportunité d'éditer un magazine de destination.
- › Développer les partenariats avec les partenaires institutionnels.
- › Structurer les relations presse.

V - ACTIONS TRANSVERSALES

Mesurer la satisfaction (questionnaires, fairquest)

- › Mettre en place une veille et une observation de l'activité touristique.
- › Mettre en place un outil d'observation des avis client à l'échelle de l'offre touristique du territoire communal.
- › Créer des outils de reporting à destination des partenaires.
- › Développer la mesure de la satisfaction sur les événements.

Vendre (boutique, amusez-vous, billetterie)

- › Accroître le chiffre d'affaires boutique par le développement d'une gamme de produits qualitatifs valorisant l'image du territoire.
- › Etudier l'opportunité d'intégration d'un outil de vente directe et optimisé des activités de loisir en lien avec la Maison du Tourisme.
- › Mettre en œuvre la nouvelle norme de classement des meublés de tourisme et proposer des prestations complémentaires.

Formation

- › Mettre en place un programme de formation visant à développer les compétences, en particulier par la maîtrise des nouveaux outils et usages professionnels.

Qualité Tourisme

- › Maintenir le niveau de service dans la logique de la démarche de progrès.
- › Promouvoir la marque Qualité Tourisme auprès des partenaires.

Classement Station de Tourisme

- › En lien avec les services municipaux, élaborer le dossier de reclassement de la Commune en Station Classée de Tourisme.