



## Plan d'actions 2025

Amorcée en 2023, l'action de l'Office de tourisme s'inscrit autour de 8 axes de travail pour répondre aux objectifs fixés par la Convention d'objectifs et de moyens.

### 1. Adapter le dispositif de conseil en séjour à la réalité de la fréquentation touristique du territoire

Rappel : Les modes d'information et de consommation de nos visiteurs changent. Moins présents dans nos bureaux d'accueil, ils sont davantage demandeurs d'une information instantanée qui réponde à leurs préoccupations immédiates. S'ils font moins l'effort de se déplacer vers l'Office de Tourisme, ils sont en revanche friands de l'information ou du conseil qui sera porté à leur connaissance sur le lieu d'hébergement ou de loisirs.

- Élargissement de l'accueil Hors les murs en avant et après saison : Mise en place du service dès les vacances de pâques jusqu'aux vacances de la Toussaint et développement des services proposés.
- Intégrer les nouveaux modes d'accueil digitaux : mise à disposition d'un roadbook digital récupérable sur smartphone à l'issue de l'acte de conseil.
- Mieux associer les socioprofessionnels au conseil en séjour : poursuivre la mise à disposition de documentation, élargir la formation des équipes aux saisonniers de la commune et services associés.

### 2. Renforcer la relation avec les acteurs de l'économie touristique

Rappel : Grimaud, en tant que destination touristique, est complexe. Commune à deux visages (littoral / camping / Marina VS Village / patrimoine / hébergements diffus), elle bénéficie d'une saisonnalité extrême rattachée à l'image du Golfe de Saint-Tropez, bien que sa notoriété propre ait fortement évolué. L'enjeu du développement de l'économie touristique grimaudoise réside dans notre capacité collective à mieux lisser la fréquentation dans le temps et à s'adapter aux préoccupations sociétales et environnementales en matière de consommation. Parce que notre destination trouve sa cohérence aux yeux de nos visiteurs dans l'addition des initiatives publiques et privées, l'OMTAC doit s'attacher à tisser des liens et engager un dialogue avec les différents acteurs de l'économie touristique.

- 3<sup>ème</sup> édition de la rencontre des acteurs du tourisme (27 mars).
- Réorganisation de la gestion de l'information touristique en 3 pôles.
- Révision du planning éditorial de la newsletter « pour les pros » (report 2024).
- Poursuite de la formation à l'attention des saisonniers.

### **3. Maintenir et adapter la qualité de service**

**Rappel** : Si la marque Qualité Tourisme a été renouvelée en 2021, son maintien implique un investissement quotidien de l'ensemble de l'équipe. C'est un pilier majeur qui conditionne les différents classements de l'OMTAC et de la Commune. Depuis 2024, Qualité Tourisme évolue vers le Label « Destination d'excellence » qui, au-delà des critères métiers, intègre une dimension sociale et environnementale. L'organisation et les moyens mis en œuvre doivent intégrer ces nouvelles dimensions.

- Intégration des critères « Destination d'Excellence » dans l'organisation de la structure.
- Diagnostic et adaptation des locaux aux exigences environnementales
- Formation : mise en œuvre d'un plan de formation nécessaire à l'adaptation et au développement des compétences : RSE, Intelligence artificielle, langues, outils métiers.

### **4. Développer les ressources**

La Taxe de séjour représente plus de 90 % des produits de l'OMTAC ; celui-ci a toutefois vocation à développer ses propres ressources par la commercialisation de services et produits à destination du public et des acteurs du territoire.

- Taxe de séjour : renforcement du contrôle des déclarations, exploitation statistique, communication, suivi des poursuites avec les services municipaux.
- Développement de la gamme de produits boutique.
- Développement des moyens humains disponibles pour le classement des meublés de tourisme, renouvellement de l'agrément).

### **5. Amplifier la communication digitale**

La communication digitale présente un rapport coût / efficacité avéré.

Réseaux sociaux en pleine évolution, importance du visuel, e-marketing, relais des influenceurs, web de destination : le sujet est large et complexe, les possibilités multiples.

La création d'un véritable service communication avec un renforcement de l'équipe et l'intégration de nouvelles compétences offre plus d'autonomie et permet de conforter les moyens mis en œuvre pour la création de contenus, l'administration de médias complémentaires et la définition du message.

La stratégie et les moyens de communication font désormais l'objet d'une évolution progressive afin de répondre aux objectifs de communication et aux usages de la clientèle.

- Conception et publication d'un magazine touristique associé au site internet.
- Repositionnement du site internet en matière de contenu et de référencement dans la continuité de l'audit réalisé en 2024.
- Révision du contenu et de la diffusion des newsletters à l'attention des différentes cibles.

## **6. Evénements et animations**

**Rappel** : Les événements et animations confiés à l'OMTAC visent plusieurs objectifs :

- Offrir une programmation artistique diversifiée et de qualité tout au long de l'année à un large public.
- Maintenir l'attractivité des fêtes traditionnelles de la Commune dans le respect des usages.
- Faire vivre notre patrimoine et y attirer un public nouveau.
- Participer à l'attractivité touristique de Grimaud.

Ces manifestations s'adressent à la fois à un public local (résidents permanents et secondaires) et aux visiteurs.

### ***35 dates organisées par l'OMTAC en 2025***

**Les Soirées Musicales** > 8 concerts : 21 février, 21 mars, 25 avril, 23 mai, 28 juin, 5 septembre, 17 octobre, 14 novembre

**Truffe en Fête** > 1er et 2 février

**La Grimobile (course de caisses à savon)** > 6 avril

**Bike show Harley Davidson** > 9 mai

**La Foire de la Laine** > 29 mai

**Les Inattendues** > 4 concerts : 15 mai, 12 juin, 11 septembre, 9 octobre

**La Fête de la Musique** > 21 juin

**La Guinguette de Grimaud** > 14 juillet

**Les Cinés au Château** > 6 projections : 17,24,31 juillet et 7, 14, 21 août

**Les Grimaldines** > 4 concerts : 22, 29 juillet et 5, 12 août

**La Fête du Village** > soirées des 15 et 17 août

**Une Nuit au Moyen Âge** > Soirée du 26 août

**La Fête de la Saint-Michel** > 28 septembre

**La Fête de la Lumière** > 5 Décembre

**Noël au Château** > 21 Décembre

### ***Les soutiens financiers aux organisations***

**Festival Grimaud Art Urbain**

**Eurofestival Harley Davidson**

## **Réflexion sur l'organisation d'une manifestation autour du vin (octobre).**

L'OMTAC poursuit le travail de coordination de la programmation des événements à l'échelle communale en lien avec les autres communes, ainsi que le conseil aux organisateurs.

### **7. Améliorer l'attractivité sur les ailes de saison**

Rappel : Le potentiel développement de l'activité touristique de Grimaud réside essentiellement dans le développement de la fréquentation en dehors de la haute saison estivale. Or, en complément des atouts intrinsèques de Grimaud (climat, authenticité, patrimoine, littoral), l'offre de loisirs et d'activités doit être enrichie pour développer les motivations de séjour.

- Travail avec des opérateurs d'activité afin d'étoffer et mieux valoriser leur offre printemps – automne.
- Mise en œuvre du label Accueil Vélo.
- Partenariat avec la Communauté de Communes du Golfe de Saint-Tropez pour la valorisation du label Vignoble et découverte.

### **8. Un espace public de qualité et durable**

En lien avec la municipalité, l'OMTAC s'attache à maintenir l'effort de valorisation du patrimoine naturel et du patrimoine bâti de la Commune :

Au-delà de cette valorisation, la structure doit jouer un rôle dans la réduction de l'impact environnemental de l'activité touristique.

- Actualisation de la signalétique touristique.
- Poursuite de la réflexion sur la mise en œuvre d'équipements durables dans l'espace public.
- Diffusion d'un support de communication sensibilisant les visiteurs à leurs devoirs de « touristes responsables ».

### **9. Adapter les moyens de l'OMTAC à son évolution**

- Equipement des postes d'accueil d'écrans clients.
- Transformation d'un poste saisonnier (8 mois) en poste permanent.