



# Rapport d'activités

# 2025

Comité de Direction du 28 mai 2026

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](mailto:info@grimaud-provence.com) - [www.grimaud-provence.com](http://www.grimaud-provence.com)  
SIRET 799 744 156 00016 - ROVS IM083190002

# LE PLAN D' ACTIONS 2025

## DES ACTIONS DEVELOPPEES AUTOUR DE 8 AXES DE TRAVAIL

- Adapter le dispositif de conseil en séjour à la réalité de la fréquentation touristique du territoire.
- Renforcer la relation avec les acteurs de l'économie touristique.
- Maintenir et adapter la qualité de service.
- Développer les ressources.
- Amplifier la communication digitale.
- Organiser des événements et animations.
- Améliorer l'attractivité sur les ailes de saison.
- Préserver espace public de qualité et durable.
- Adapter les moyens de l'OMTAC à son évolution.

## POUR REpondre A NOS MISSIONS

- L'accueil et l'information des publics.
- La valorisation et la promotion de l'image touristique de la Commune.
- La mise en place d'actions favorisant le développement touristique local et la coordination des différents partenaires touristiques de la Commune autour de projets fédérateurs.
- La production et la mise en marché de produits ou de prestations touristiques.
- La représentation au sein des différentes institutions ou organismes de tourisme.
- La consultation sur des projets de services et d'équipements touchant à l'économie touristique de la Commune, conformément à l'article L.133-9 du Code du Tourisme.
- Le renforcement et la valorisation de l'animation de la Commune par la mise en œuvre d'événements, de plus ou moins grande envergure, et d'actions à caractère culturel de nature à intéresser un public ne se limitant pas aux habitants de Grimaud et de ses proches environs et permettant d'appuyer le positionnement touristique retenu par la Commune.

# ACCUEIL ET INFORMATION

## LA FREQUENTATION DU TERRITOIRE

Les données mises à disposition par Var Tourisme dans le cadre de l'observatoire départemental permettent d'obtenir une estimation du nombre de nuitées touristiques (marchandes et non marchandes) réalisées sur le territoire communal.

Ainsi, avec **4 682 202 nuitées comptabilisées entre le 1<sup>er</sup> avril et le 31 octobre**, la saison 2025 présente une **baisse de 6%** par rapport à 2024.

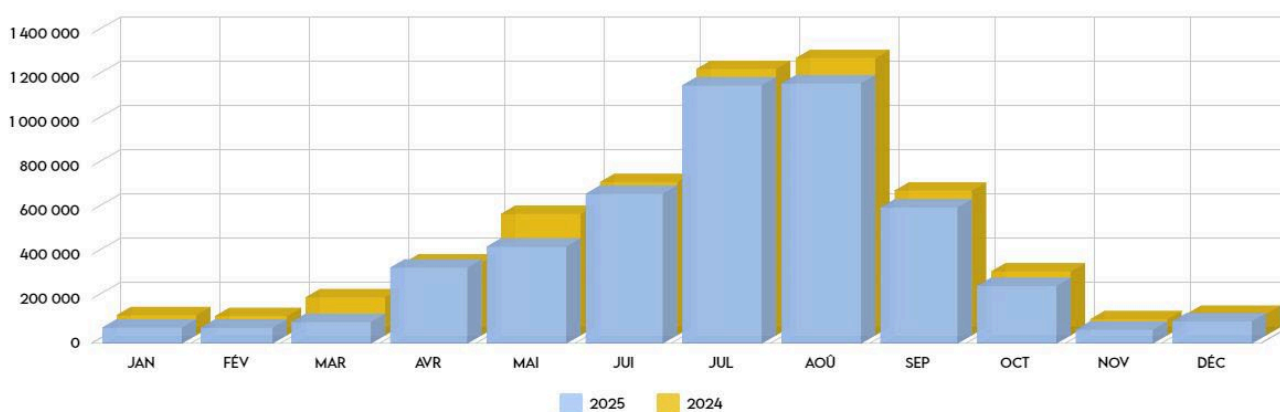
Si le mois d'**avril progresse (+3%)**, le mois de **mai connaît une baisse importante** de 20% en raison d'une météo défavorable et malgré l'organisation de l'Eurofestival, alors que juin reste stable.

Le mois de **juillet reste également stable**, quand le mois d'**août est marqué par une baisse** de 6%, après une légère progression pour ces 2 mois en 2024.

L'**absence d'été indien** a impacté les mois de septembre et octobre (-6 et -10%).



**Nombre de nuitées touristiques quotidiennes 2025 (Var Tourisme 2025)**

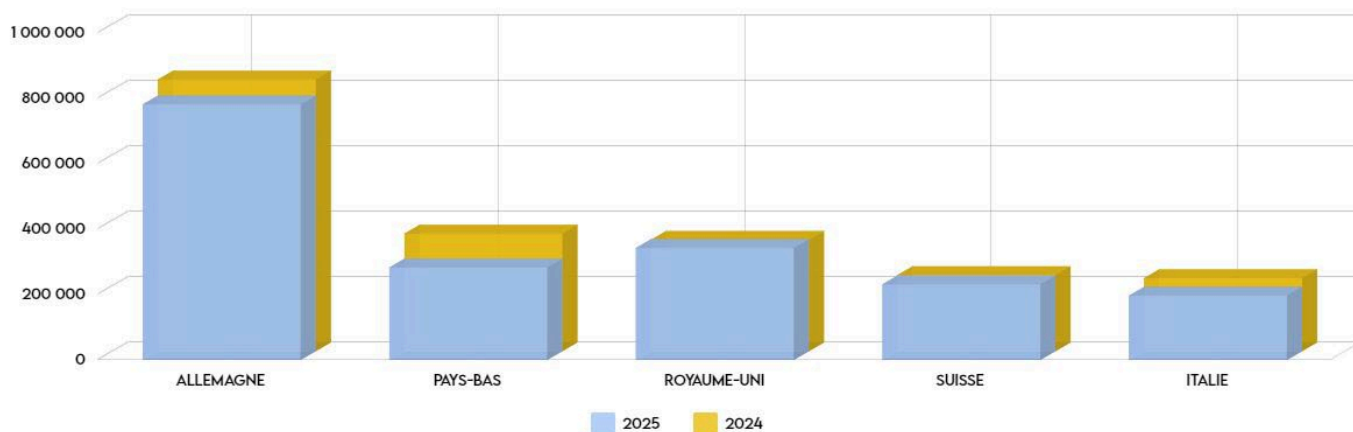


**Nombre de nuitées mensuelles 2025 (Var Tourisme 2025)**

L'activité en **hôtellerie de plein air** reste stable avec **2 572 162 nuitées** enregistrées dans le **Golfe de Saint-Tropez** d'avril à septembre, soit une relative stabilité par rapport à 2025.

Dans le même espace, l'hôtellerie connaît une fréquentation en hausse de 3,5% avec 897 624 nuitées consommées.

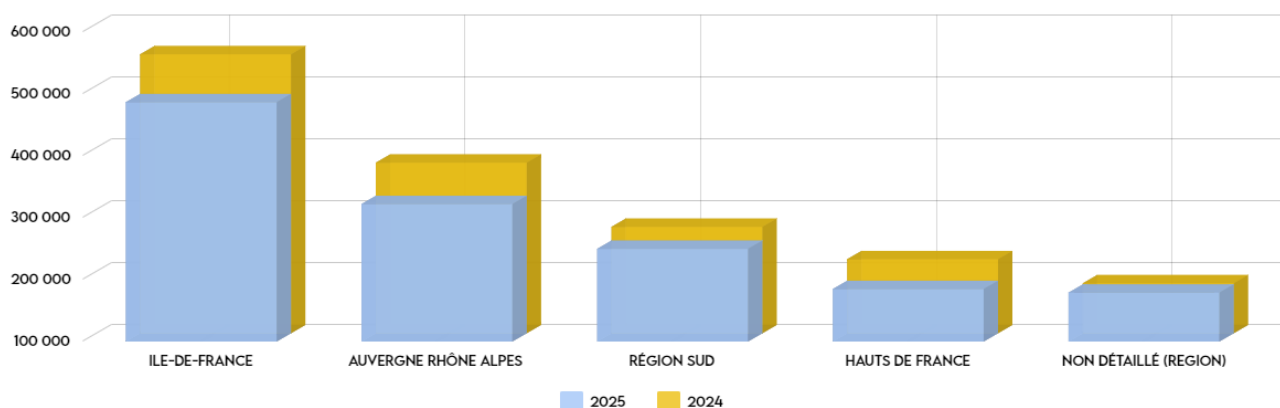
Les nuitées en meublés à Grimaud ont connu une croissance de 8% (457 188 nuitées). Soit un nombre de nuitées similaire à 2022 qui avait connu un fort pic post-COVID.



#### Top 5 de nuitées étrangères 2025 (Var Tourisme 2025)

Le détail des clientèles par pays d'origine pointe une baisse de 6% de la clientèle allemande (782 000 nuitées). Si le nombre de nuitées consommées par les Anglais est stable (345 000), les nuitées néerlandaises sont en baisse de 20% (283 000), tout comme les Italiens (-12% - 197 000). Enfin, les nuitées suisses restent stables (231 000).

Finalement, sur ces principales nationalités, le nombre de nuitées est en baisse de 8% (1 835 000 nuitées).



#### Top 5 de nuitées françaises 2025 (sources Var Tourisme 2025)

Le nombre de nuitées consommées par la clientèle française en 2025 (1 423 000) est en baisse de 11% (-11 à 16% selon les 4 principales régions émettrices).

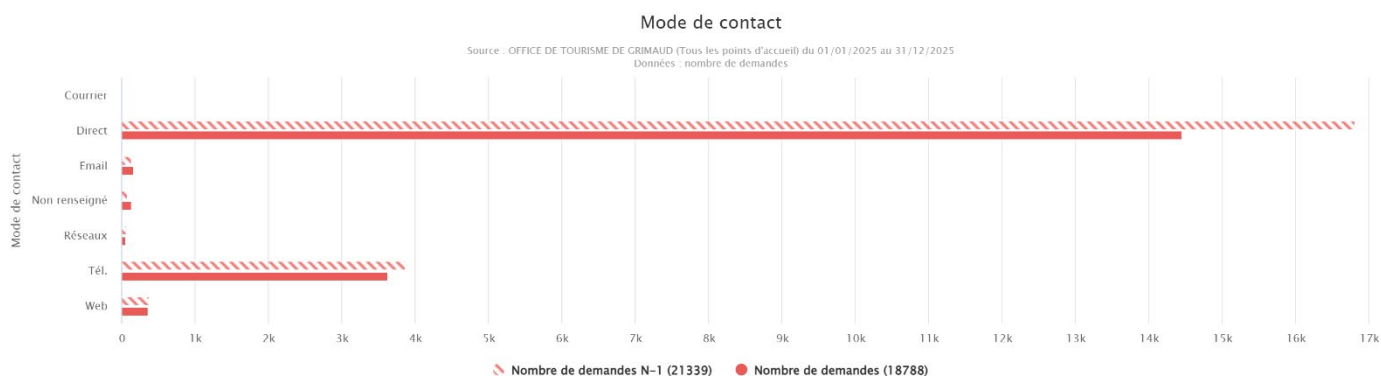
En conclusion, les chiffres disponibles montrent une baisse du nombre total de nuitées consommées (marchandes et non marchandes) françaises et étrangères. Ceci alors que les données par type

d'hébergement présentent une stabilité ou une hausse. Cela laisse à penser que c'est l'hébergement non marchand qui connaîtrait la plus forte baisse de fréquentation. Cette analyse doit cependant être relativisée : **le décompte des nuitées globales et des nuitées par type d'hébergement se fait à l'aide de différents outils statistiques** qui présentent chacun leurs biais.

Il reste que la saison 2025 confirme **l'effet de seuil amorcé en 2024 après la période post-covid**. Outre le constat des nuitées, le chiffre d'affaires des **consommations de séjour** (loisirs, restauration, commerce) **semble également marquer le pas** malgré la présence d'une clientèle à haut pouvoir d'achat, notamment étrangère.

## L'ACCUEIL ET LE CONSEIL EN SEJOUR

**18 788 demandes d'informations** ont été traitées par l'Office de Tourisme en 2025 tous canaux confondus soit une **baisse de 11%** (+ 12.5% en 2024).



**Un nouvel outil de conseil en séjour digital (Roadbook)** a été déployé dans tous les points d'accueil. Il permet la remise de carnets de voyage en ligne personnalisés aux visiteurs, offrant une information adaptée et mise à jour en temps réel tout au long du séjour. Cet outil vient en remplacement du Guide pratique et représente une réelle plus-value dans la consommation du séjour.

## La fréquentation des bureaux d'information

L'Office de Tourisme accueille le public dans ses 2 bureaux d'information.

- **au village** : toute l'année, 6 jours sur 7 (7 jours sur 7 en juillet / août).
- **à Port Grimaud** : du 1<sup>er</sup> avril au 30 septembre, 6 jours sur 7 (7 jours sur 7 en juillet / août).

Au total, **10 889 demandes ont été traitées (-17%)** pour 20 322 personnes

- 6 334 au village (-15%)
- 4 555 à Port Grimaud (-23%)

## Les autres modes de contact

Le conseil à distance évolue différemment selon les canaux :

- **Baisse des demandes par téléphone.**
- **Stabilité des demandes via le site internet.**

## L'accueil hors les murs.

Le véhicule d'accueil hors les murs a été déployé à l'entrée de Port Grimaud du 1<sup>er</sup> juin au 30 septembre, à l'exception des journées d'alerte canicule. Il est également déployé sur les principaux événements.

L'intérêt de ce dispositif se confirme : **3 592 demandes** ont été traitées.

## L'ACTIVITE COMMERCIALE

	Ventes des produits de boutique	Billetterie des spectacles et des animations	 Pour le compte de Golfe de Saint-Tropez tourisme
2025	10 848 €	90 655 €	2 831 €
2024	12 304,60 €	71 905 €	31 dossiers traités 2 551 €
2023	14 270,81 €	70 826 €	32 dossiers traités** 3 542,40 €
2022	12 878,70 €	54 430,50 €*	131 dossiers traités 12 541 €
2021	8 155,40 €	39 033,50 €	159 dossiers traités 12 873,20 €

\*: annulation du concert de Cœur de Pirate prévu à guichet fermé.

\*\* : mise en place de la réservation en ligne via QR code par Golfe de Saint-Tropez Tourisme.

### L'activité commerciale reste stable

- Le chiffre d'affaires de la **billetterie** a bénéficié de l'engouement pour la programmation des Grimaldines ouverte dès le mois de mars et des tarifs révisés à la hausse compte tenu des coûts de production. Les Soirées Musicales se sont également maintenues à un bon niveau de vente.
- Le chiffre d'affaires **de la boutique est en baisse** pour la seconde année consécutive. C'est en particulier le bureau de Port Grimaud qui marque le pas, au même titre que sa fréquentation.
- La vente d'**espaces exposants** sur nos manifestations (Truffe en Fête, Foire de la Laine, marchés nocturnes) reste stable (9 000€).

## LA QUALITE

### La qualité interne

Les services de l'OMTAC s'attachent à **proposer la meilleure qualité de service possible** à l'ensemble de ses interlocuteurs (visiteurs, professionnels, collectivité).

Cette attention portée à la qualité est à nouveau perceptible à travers **les indicateurs disponibles**

Fairguest 9/10

Google : 4,4/5 sur les 2 bureaux

Trip advisor : 4,5/5.

Dans le cadre de notre procédure de traitement, **2 réclamations** ont été traitées par la responsable Accueil et Qualité sur des prestations délivrées sur la commune et ont fait l'objet d'un suivi.

Les services de l'OMTAC ont été délivrés conformément au référentiel de la marque Qualité Tourisme détenue depuis 2016. Cependant **un travail de fond a été entamé en 2025 pour rentrer dans le cadre des exigences du label Destination d'Excellence**, remplaçant de la marque Qualité Tourisme, pour lequel nous serons audités en septembre 2026.

## L'évaluation de la satisfaction client

L'analyse de **9 162 avis exprimés du 1<sup>er</sup> avril au 31 octobre sur 153 établissements** grimaudois au travers de l'outil Fairguest montre que la **satisfaction de la clientèle vis-à-vis de Grimaud a légèrement progressé** par rapport à 2024.



## LA FORMATION

Le personnel a suivi **455 heures de formation** en interne ou par le biais d'organismes extérieurs en 2025.

Elles ont notamment porté sur la formation des nouveaux entrants, la maîtrise des progiciels, de l'environnement technique et réglementaire et le développement durable.

# RELATIONS AVEC LES ACTEURS DU TOURISME

## LA QUALIFICATION ET LE CLASSEMENT DE L'OFFRE D'HEBERGEMENT

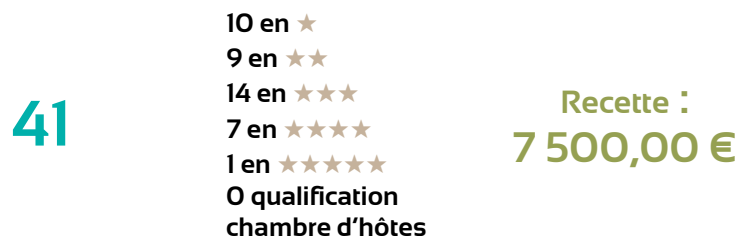
La mission de qualification des hébergements a été assurée par la responsable Taxe de séjour et classement jusqu'au mois de novembre, où le service a été renforcé par une assistante opérationnelle début 2026.

La demande reste constante et le chiffre d'affaires généré a bénéficié de la révision des tarifs opérée en début d'année.

### Classement de meublés de tourisme et qualifications chambres d'hôtes en 2025



### Classement de meublés de tourisme et qualifications chambres d'hôtes en 2024



### Classement de meublés de tourisme et qualifications chambres d'hôtes en 2023





## LES RELATIONS AVEC LES ACTEURS TOURISTIQUES

### La formation des personnels saisonniers

**4 sessions de formation**, assurées par la Responsable accueil et qualité, ont été proposées gratuitement en 2025 aux professionnels pour permettre à leur personnel de mieux appréhender le territoire et les outils disponibles en matière de conseil en séjour.

Bien que le format ait été défini pour tenir compte des contraintes des professionnels, le nombre de stagiaires a diminué en raison de plusieurs annulations de dernière minute. Une session a par ailleurs été organisée à la demande spécifique d'un établissement.

### La Rencontre des Acteurs du Tourisme grimaudois

La **4<sup>ème</sup> édition de la rencontre** programmée le 27 mars a réuni **80 participants** à l'aube de la saison pour faire le point notamment sur les informations essentielles à retenir, les labels Destination d'Excellence et Vignobles et Découverte.

### La mise à disposition de documentation

Les prestataires sont les premiers acteurs de l'information touristique. Afin qu'ils disposent des outils utiles à la bonne information du public, le service Accueil et Information procède **chaque mois à une tournée de diffusion de documentation** chez les principaux hébergeurs et fournit la documentation sur demande aux autres prestataires. **28 000 documents en 3 langues** ont été mis à disposition dans ce cadre.

## LA GESTION DE LA TAXE DE SEJOUR

La gestion de la collecte de la Taxe de séjour est **assurée par l'OMTAC depuis début 2023**. Depuis, la salariée en charge de cette mission se forme, intègre les évolutions réglementaires, accompagne les hébergeurs et développe les procédures de contrôle.

Le **contrôle approfondi du parc d'hébergements et de la qualité des déclarations** associé à un **suivi régulier des hébergeurs en défaut** de déclaration porte ses fruits : plus d'hébergeurs collectent et déclarent mieux la Taxe de séjour.

Il en est de même de la part des plateformes numériques qui régularisent leurs déclarations face à des dispositifs de contrôle nationaux et locaux renforcés.

**Il en résulte une croissance remarquable de la part communale collectée en 2025 :**

	2022	2023	2024	2025
Taxe de séjour – part communale	1 502 994	1 506 729	1 526 158	1 595 230

## EVENEMENTS ET ANIMATIONS

L'OMTAC a poursuivi sa mission d'organisateur d'événements et d'animations. Ces derniers ont pour objectif de **générer de l'activité économique, développer la notoriété de Grimaud et maintenir les traditions.**

En 2025, les **15 manifestations organisées sur 36 dates ont accueilli environ 35 000 visiteurs.** Un **effort particulier a été mis en œuvre pour faciliter l'accès au village** à l'occasion des plus gros événements : renforcement de la **signalétique** vers le parking de délestage des Blaquières et du nombre de bus opérés pour les **navettes.**

Une nouveauté de taille est apparue dans le calendrier des événements de la commune : la Grimobile - course de caisses à savon !

Enfin, l'OMTAC poursuit la **coordination du planning des manifestations** avec les associations et les services municipaux concernés.

- **Truffe en Fête** : les 31 janvier, 1<sup>er</sup> & 2 février 2025  
Annulation des journées du vendredi et du samedi en raison de fortes pluies – seule la journée du dimanche a eu lieu  
2 500 visiteurs // budget total : 23 580,65€ HT // coût par visiteur : 9,43€ HT



- **Les Soirées Musicales de Grimaud** : 8 concerts entre février et novembre 2025  
742 spectateurs payants sur l'année // budget total : 54 288,00€ HT // coût par visiteur : 67,28€ HT



## Nouveauté 2025 : la Grimobile - course de caisses à savon

le dimanche 6 avril 2025

6 000 visiteurs // budget total : 24 279,00€ HT // coût par visiteur : 5,75€ HT



- **Les Inattendues des Grimaldines** : 4 soirées, les jeudis 15 mai, 5 juin, 11 septembre & 9 octobre 2025  
1 550 visiteurs cumulés sur les 4 dates // budget total : 12 076€ HT // coût par visiteur : 9,81€ HT



- **Foire de la Laine** : le jeudi de l'Ascension, 29 mai 2025  
2 000 visiteurs // budget total : 9 304,00€ HT // coût par visiteur : 4,65€ HT



- **Grimaud Art Urbain** : de mai à septembre  
12 artistes, sélectionnés parmi 120 candidatures, accueillis en création du 19 au 24 mai 2025  
Budget total : 34 619€ TTC

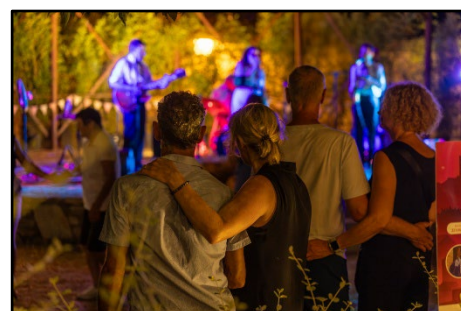


- **Fête de la Musique** : le samedi 21 juin 2025  
600 spectateurs et 143 billets vendus en avant-première pour le festival des Grimaldines // budget total : 8 341,00€ HT // coût par visiteur : 13,90€ HT



- **La Guinguette de Grimaud** : le lundi 14 juillet 2025

500 visiteurs // budget total : 5 999,00€ HT // coût par visiteur : 12,00€ HT



- **Ciné au Château « Box-Office »** : 6 jeudis de la mi-juillet à la mi-août 2025  
1 658 spectateurs // budget total : 1 906,00€ HT // coût par visiteur : 1,33€ HT



- **Les Grimaldines :**

2 375 spectateurs payants sur 4 concerts et plus de 10 000 visiteurs dans les rues du village !  
Budget total : 364 000€ HT

Mardi 22 juillet 2025

Mardi 29 juillet 2025

Mardi 5 août 2025

Mardi 12 août 2025



Yuri Buenaventura



Youssou N'Dour



Eliades Ochoa



The Buttshakers

- **La Fête du Village**

250 visiteurs sur la Place  
10,14€ HT



85,48,00€ HT // coût par visiteur :



- **La Fête du Village :** le dimanche 17 août 2025

3 000 visiteurs sur le village // budget total : 10 353,98€ HT // coût par visiteur : 3,45€ HT



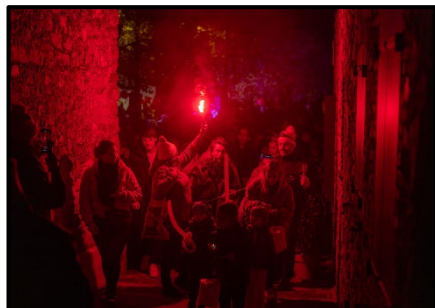
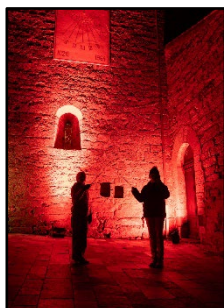
- **Les Médiévales de Grimaud** : le mardi 12 septembre 2024  
4 000 visiteurs // budget total : 49 311,62€ HT



- **La Fête de la Saint-Michel** : le dimanche 29 septembre 2024  
1 000 visiteurs // budget total : 4 041,40€ HT



- **La Fête de la Lumière** : le vendredi 5 décembre 2025  
600 visiteurs // budget total : 9 706,00€ HT // coût par visiteur : 16,18€ HT

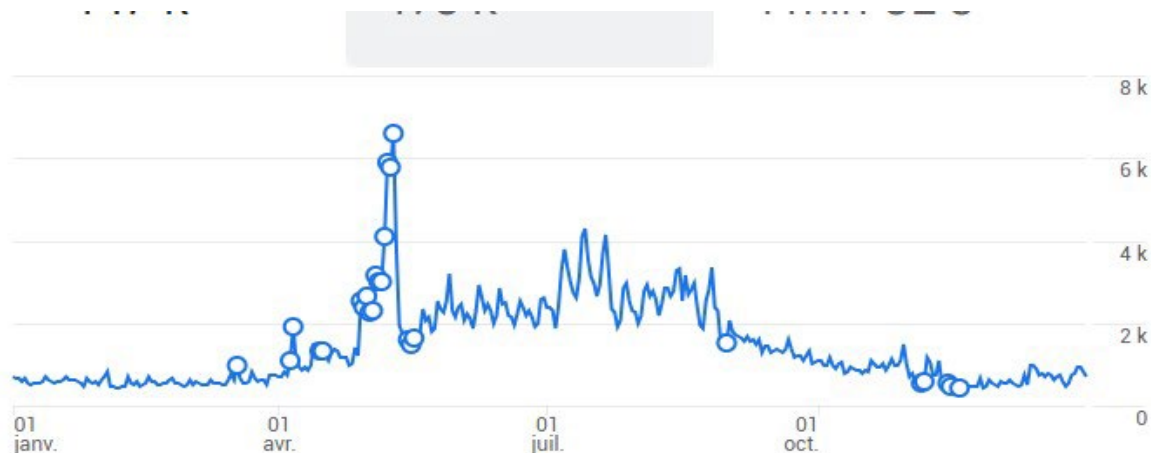


- **Noël au Moulin** : le dimanche 21 décembre 2025  
Annulé en raison du mauvais temps.

# COMMUNICATION ET PROMOTION

## LA COMMUNICATION NUMERIQUE

### Le site internet de destination (FR + EN + DE) :



Données grimaud-provence.com 2025 – Source Google Analytics

En 2025, le nombre de sessions est stable et le nombre de sessions engagées est en légère augmentation. Le nombre de pages consultées enregistre pour sa part une baisse sur l'ensemble de nos sites.

Plusieurs explications à ce phénomène :

- **L'amélioration de l'arborescence** (2024/2025) et des pages pour trouver plus facilement le contenu recherché.
- **La qualité du trafic qui a changé.** Les internautes ne cherchent plus une information directement via un site ou un moteur de recherche, mais récupèrent une réponse toute prête générée par les **moteurs de réponses** (Chat GPT, Gemini, Claude...) à partir des informations de plusieurs sites.

À ce jour, il n'est pas possible d'indiquer quelle est la proportion de bots IA qui viennent piocher nos informations pour apporter une réponse si le visiteur ne clique pas sur la source.

Comme indiqué l'année passée, **les IA gagnent rapidement les usages utilisateurs et engendrent des baisses de fréquentation ou de consultation de pages.**

Ces baisses ne peuvent être associées aujourd'hui à un désintérêt de la destination, mais plutôt à un nouveau mode de consommation numérique.

**L'efficacité d'un site de destination ne se jugera plus, petit à petit, par rapport au trafic qu'il génère mais par la qualité de son contenu (actualisation, pertinence du référencement).**

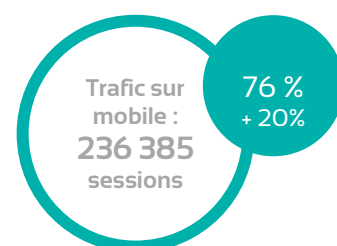
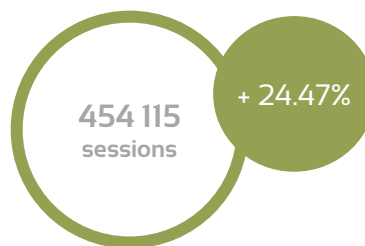
Ainsi, l'information doit continuer d'être diffusée sur nos sites, améliorée, ajoutée... Il faut garder à l'esprit que **l'essentiel est que nos informations servent l'internaute dans sa requête – quitte à perdre en fréquentation directe.**

En ce sens, le site doit continuer à être alimenté, notamment avec des FAQ : parfois moins séduisantes, mais tout aussi importantes pour le SEO (positionnement Google) que le GEO (positionnement pour les IA).

Cela a été le cas par exemple lors de l'Eurofestival. Notre site est le mieux informé : nous avons eu énormément de visites.

Il est de nouveau important de souligner que c'est en moyenne **70 à 75% des internautes qui visitent nos sites depuis un mobile** (chiffre stable ces 2/3 dernières années).

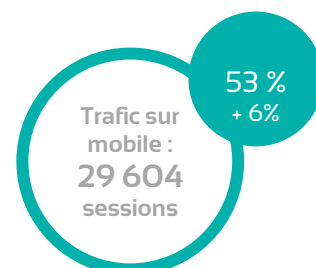
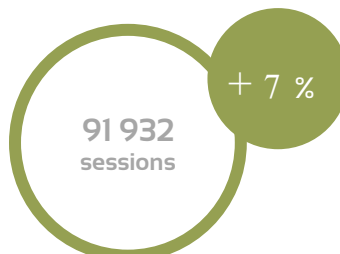
## La version française - *grimaud-provence.fr*



### *Top 3 des pages 2025 :*



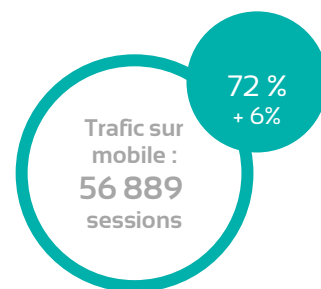
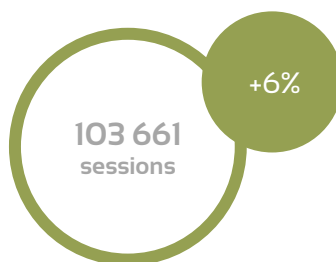
## La version anglaise - *grimaud-provence.uk*



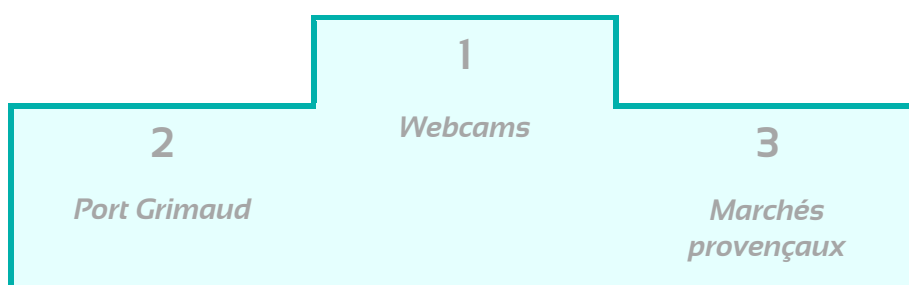
### *Top 3 des pages 2025 :*



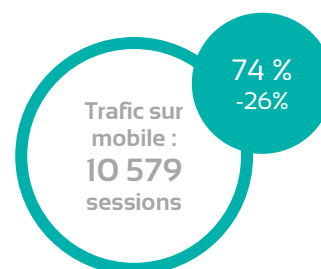
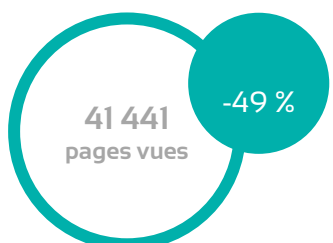
## La version allemande - [grimaud-provence.de](http://grimaud-provence.de)



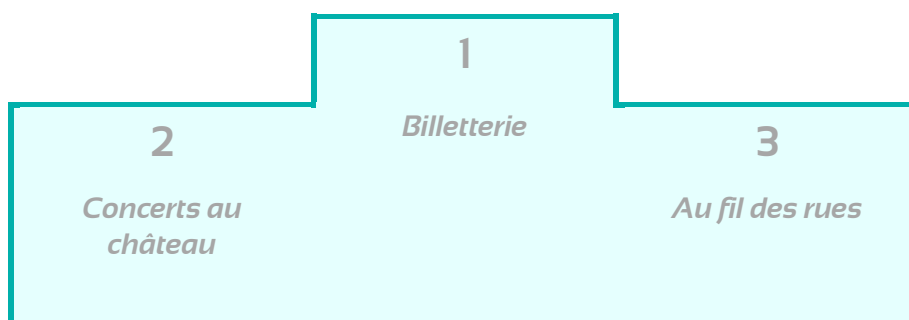
### Top 3 des pages 2025 :



## Le site Internet du festival des Grimaldines



### Top 3 des pages 2025 :



## Les réseaux sociaux

**600 posts** ont été créés en 2025 sur Facebook et Instagram.

De manière générale, nous constatons **moins d'impact de notre contenu au fil des années**. Cela vient notamment des **algorithmes qui « bloquent » nos publications au profit des publications payées** et des « vidéos tendances ».

Certains thèmes restent, cependant, vecteurs de visibilité de façon régulière (Harley-Davidson, Port Grimaud, les marchés...).

Sur **Instagram**, la plateforme a des **exigences de plus en plus poussées en termes de contenu et de fréquence de publication**. Nos publications restent néanmoins fréquentes et qualitatives, en posts ou en stories.

Nos **campagnes publicitaires** ont obtenu de bons résultats et offrent une meilleure visibilité locale à nos événements.



Facebook

**27 948 abonnés / + 9.5 %**



Instagram

**20 036 abonnés / + 4.74 %**



Cirkwi

**11 291 consultations**

**817 téléchargements**

**1 475 impressions**

## Les webcams

Les chiffres démontrent, de nouveau en 2025, l'intérêt de ces outils de valorisation :

- Webcam site FR : **28 085 sessions (+32%)** pour 13 363 utilisateurs (+19%)

Les flux de ces caméras, mis à disposition gratuitement, continuent d'enrichir les sites internet de 5 établissements grimaudois.

Un outil dont certains ont déjà du mal à se passer : quelques habitués qui nous contactent rapidement lorsque les webcams rencontrent un dysfonctionnement !

## Les bornes d'affichage dynamique

**Trois bornes d'affichage dynamique (1 à Grimaud, 1 à PG 1 et 1 à PG 2)**, financées et gérées par l'OMTAC, valorisent les événements grimaudois tout au long de l'année.

Percutantes mais intégrées, **en réseau avec les écrans d'affichage des bureaux d'information**, elles assurent la promotion de la programmation 7 jours sur 7 en complément de l'accueil physique.

## LES EDITIONS TOURISTIQUES

### Le plan touristique :

L'ensemble du document a été repensé en 2025 pour la saison 2026 :

#### 1 Plus écoresponsable

- Impression sur du papier recyclé,
- Réduction du taux d'encre des couleurs sur la majorité du document pour une impression moins gourmande en encre.

#### 2 Refonte des 3 plans avec ACTUAL Cartographie

- Modification du design des cartes pour améliorer la lisibilité des informations,
- Ajout d'illustrations pour visualiser les points d'intérêts immanquables dès que la carte est entre les mains du visiteur.

#### 3 Refonte des informations

- Organisation de deux zones d'informations distinctes : touristiques et pratiques pour trouver en un coup d'œil l'information souhaitée,
- Diminution des informations écrites pour se concentrer sur l'essentiel et trouver l'information souhaitée facilement dès le titre de la thématique,
- L'information totale se dévoile via des QR codes renvoyant sur notre site internet où celle-ci est la plus complète et à jour.

Les objectifs étaient multiples avec cette refonte :

- Créer un **document en accord avec notre charte graphique**, car il est notre premier document d'appel,
- **Pousser les informations touristiques expérientielles** pour que le visiteur, qu'il soit de passage ou en long séjour, puisse se diriger vers ce qui l'intéresse sans avoir à consulter un autre document ou plusieurs pages de site internet,
- Réduire son impact et être **plus écoresponsable**,
- Et aussi **plus accessible** avec une taille de police plus grande.

### Le magazine de destination :

Entièrement réalisé en interne (maquette et rédaction) et édité en français et anglais, le magazine « GRIMAUD » est le document de séduction pour les habitants, résidents secondaires et voyageurs mi/longue durée.

Pensé comme le plan, il **donne l'information essentielle et séduit** : la totalité de l'information se dévoile sur notre site internet via des QR codes.

Le magazine permet de couvrir toutes les thématiques de la commune (village, port, terre, mer, terroir, événementiel, activités...) pour **donner envie aux visiteurs d'en découvrir plus** et de ne pas s'en tenir qu'aux incontournables. La mise en page et les photos choisies dévoilent toute la beauté des différents lieux de Grimaud.

Des idées de choses à faire par lieux par thématiques et par saison, permettent d'assurer de l'information tout au long de l'année.

Il a été conçu pour être **l'objet qu'on laisse sur sa table basse** : autant pour son contenu que pour son style.

#### Impressions pour 2025/2026 :

FR : 3 000

EN : 2 000

DE : 1 000

## LA COMMUNICATION EVENEMENTIELLE

### Programmes :

**25 000 exemplaires édités en 6 éditions de 12 à 20 pages**

### Affiches mensuelles :

Chaque mois, le **programme des animations** :

- Format A3 : 50 exemplaires
- Format A2 : 10 exemplaires

### Dépliants spécifiques :

- **5 000 calendriers** / programme annuel
- **64 000 flyers** événements divers
- **6 000 affiches** événements divers

### Diffusion :

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 de Grimaud et de Port Grimaud** (d'avril à octobre) + **lieux culturels et Mairie** + envoi courriers aux chambres d'hôtes.

**66 jours ETP** de diffusion

### Espaces publicitaires achetés

Presse : 26

Web : 5 campagnes display

## LES RELATIONS PRESSE

### Les communiqués

A l'occasion de chaque événement organisé par l'OMTAC, un **communiqué de presse** est envoyé aux rédactions régionales, ainsi qu'aux rédactions nationales pour les plus importants.

**23 communiqués** diffusés > **5 demandes d'interview**.

### Les accueils presse

**3 accueils presse** ont été réalisés sur sollicitation directe ou en collaboration avec Golfe de Saint-Tropez tourisme :

- Travelling News Magazine (GB)
- Rosés de Provence
- The Good Life

# LES DOSSIERS DE FOND

## COMMUNICATION EN MATIERE DE TOURISME DURABLE

Dans la continuité du diagnostic sur le tourisme durable réalisé en 2023, un **document de sensibilisation des visiteurs en 3 langues** a été édité et largement diffusé afin de sensibiliser le public aux comportements néfastes et vertueux autour de **8 thématiques** :

- le risque incendie ;
- la préservation de la ressource en eau ;
- la consommation en circuit court ;
- la préservation de la biodiversité ;
- la production et le tri des déchets ;
- la mobilité douce ;
- la consommation numérique ;
- la valorisation de l'artisanat et des savoir-faire locaux.

Cette sensibilisation fait également l'objet d'une déclinaison sur le site internet.

## LE LABEL DESTINATION D'EXCELLENCE

Initiée en 2005, la marque Qualité Tourisme visait à souligner la recherche d'excellence de la qualité des services touristiques. L'OMTAC est détenteur de la marque depuis 2016

Les pouvoirs publics ont fait le choix en 2024 de **remplacer Qualité Tourisme** par un nouveau label qui, outre la qualité de service, reconnaît la prise en compte de l'impact social et environnemental des activités : **Destination d'Excellence**.

A l'issue de la publication du référentiel du label au premier semestre 2025, les **premières actions ont été engagées, afin d'adapter la stratégie et le fonctionnement de l'OMTAC** aux exigences de Destination d'Excellence en prévision d'un audit au second semestre 2026.

## LE LABEL VIGNOBLES ET DECOUVERTES

L'OMTAC s'est associé à l'initiative de la Communauté de Commune du Golfe de Saint-Tropez pour **l'obtention du label Vignobles et Découvertes à l'échelle de l'intercommunalité**. La promotion du label par l'OMTAC auprès des professionnels grimaudois a permis de **motiver 19 structures** (3 caves et domaines, 6 hébergements, 6 restaurants, 3 activités et lieux de visite, 1 équipement) à s'inscrire dans cette démarche de valorisation de l'offre viti-vinicole.

## LA COLLABORATION AVEC LES PARTENAIRES INSTITUTIONNELS

L'équipe de l'OMTAC participe à **différents travaux** portés par Le Comité Régionale du Tourisme, Var Tourisme, la Fédération Régionale des Offices de Tourisme, le COFEES ou l'association départementale des Directeurs d'Office de Tourisme : Observation de l'activité touristique, démarches qualité, développement durable des événements, Taxe de séjour, ...

# LES MOYENS GENERAUX

## PARC INFORMATIQUE

Le matériel informatique a été adapté afin d'intégrer l'outil **Roadbook** (écrans déportés) et d'anticiper la **fin de Windows 10**.

## BUREAUX ADMINISTRATIFS

**Un poste de travail supplémentaire** a été aménagé afin d'accueillir l'assistante Qualification de la Taxe de séjour / Qualification des hébergements.

# L'ADMINISTRATION

## LES COMITES DE DIRECTION

Le Comité de Direction s'est **réuni à 4 reprises** en 2025 : 6 février, 11 juin, 9 octobre et 11 décembre.

## LA GESTION ADMINISTRATIVE

L'activité de l'OMTAC se traduit également dans l'activité administrative et la gestion des régies.

- **1 070 lettres de commande** (982 en 2024)
- **1 277 mandats et 166 titres émis**
- **16 salariés** gérés en haute saison

Le Directeur,



**GRIMAUD**  
Office de Tourisme

679, Route Nationale  
83310 Grimaud

t : 04 94 55 43 83

[www.grimaud-provence.com](http://www.grimaud-provence.com)

SIRET : 799 744 756 00016

ROVS : IM0831900002

**Sébastien LAFON**

# L'EQUIPE DE L'OMTAC EN 2026

