

Rapport D'ACTIVITÉS 2023

Office de tourisme du Lavandou



Le Lavandou

SOMMAIRE

Accueillir	1
Observer	2
Communiquer	3
Promouvoir	4
Animer	5
Commercialiser	6
Fédérer	7
Accompagner et labelliser	8
Organisation	



ACCUEILLIR

88 209

personnes accueillies en 2023^[1]

327

jours d'ouverture au public

2 BUREAUX

1 bureau permanent en centre-ville

1 bureau d'informations estival à Cavalière



PIC ANNUEL

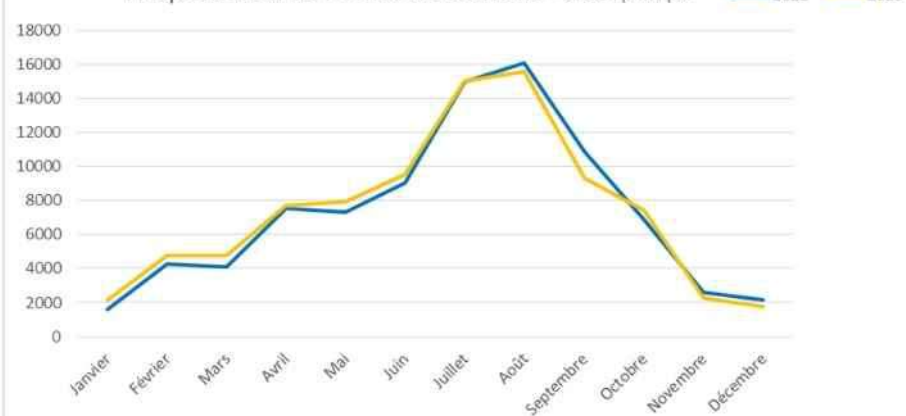
823 personnes accueillies

le lundi 31 juillet

01

[1] Compteur porte Winflow
[2] GRC Avizi

Fréquentation de l'Office de tourisme - accueil principal



Un accueil professionnel toute l'année.

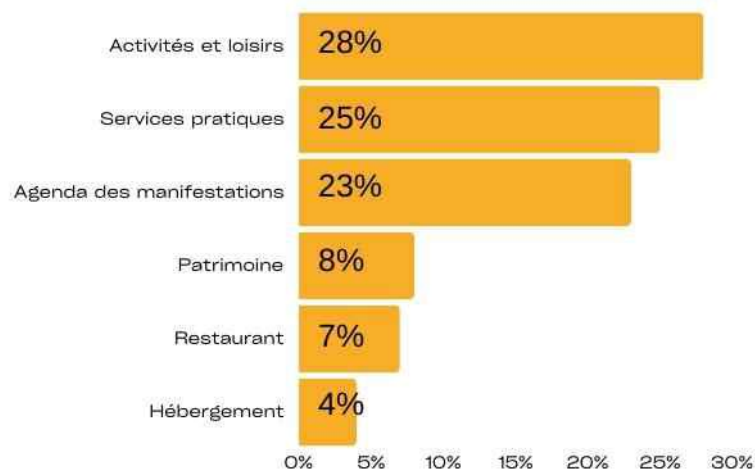
39 129

demandes en 2023^[2]

26 666

demandes renseignées au comptoir

TOP des demandes



7 743
appels répondus

239
mails traités

1 637
messages chat

Les **outils numériques** au service de l'accueil des visiteurs :

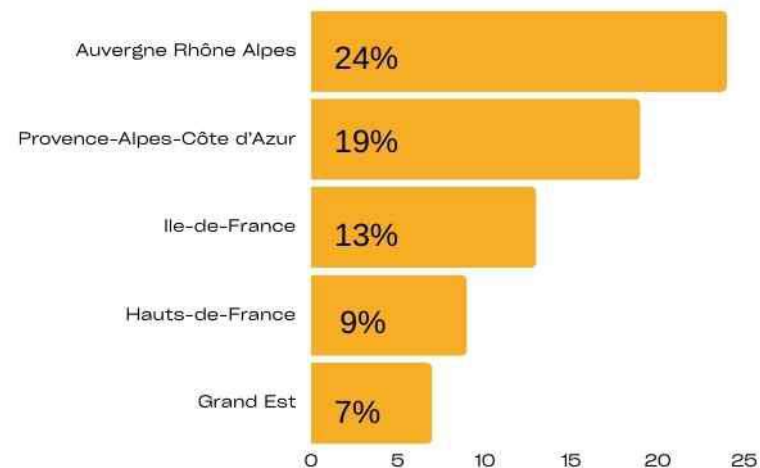
- 1 écran permet de diffuser les attraits touristiques de la station, l'agenda de la semaine l'été
- Accès wifi gratuit.

Newsletters clients avec le programme des animations.

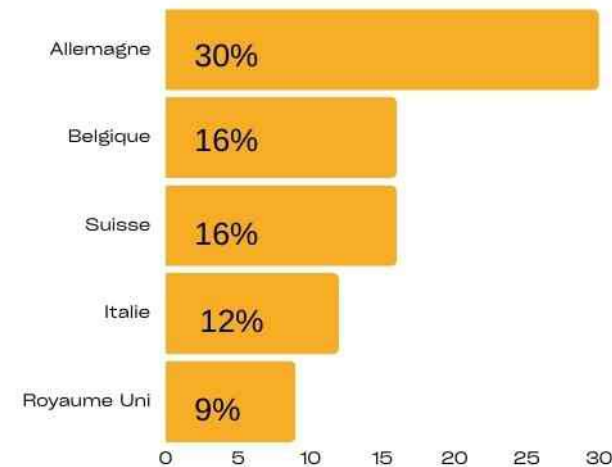
NEW



89% de visiteurs français



11% de visiteurs étrangers



Résultats de l'étude des clientèles touristiques en Région Sud ^[1]

issus de plus de 40 000 questionnaires collectés entre 2019 et 2022 pour connaître les comportements des visiteurs, leurs profils, leurs consommations et leur satisfaction :

237,7 millions
de nuitées touristiques

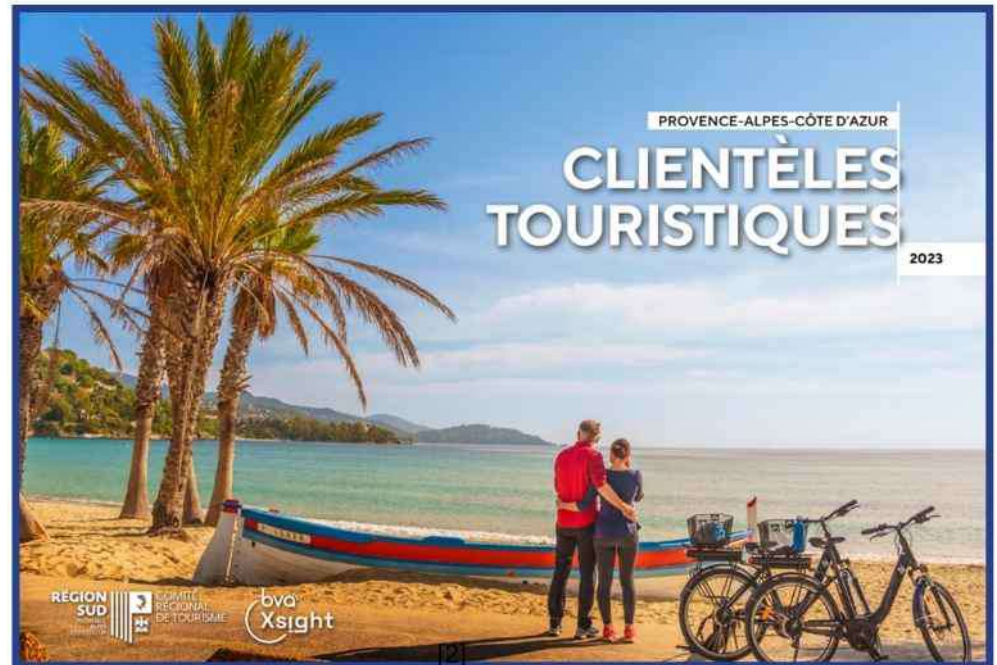
36,6 millions
de séjours (+18% vs 2010)
25% dans le Var (83)

16,8 milliards
d'euros de retombées économiques directes (+19% vs 2010)

942 euros
budget moyen du séjour

70,8 euros
dépense / jour / personne

[1] Portée par le CRT Provence Alpes Côte d'Azur et la Région Sud, étude bva Xsight



6,5 jours
durée moyenne du séjour

Avec 39% de séjours courts (1 à 3 jours), 35% de moyens séjours (4 à 7 jours) et 26% de séjours longs (8 jours et plus).

Le Var se démarque avec une proportion importante de longs séjours (37%).

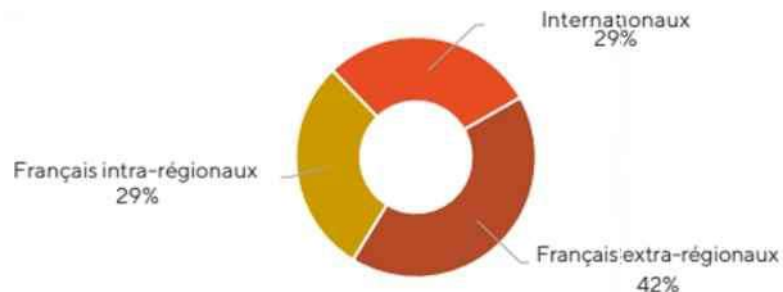
62% viennent en **voiture**

16% en avion, principalement la clientèle internationale

15% en train

59% sont en hébergement **marchand**

Un hébergement marchand élevé au printemps et légèrement en retrait l'hiver (49%).



71% de clientèle française

un tourisme intra-régional important (40% du tourisme français), extra-régional principalement d'Ile-de-France et Auvergne-Rhône-Alpes

29% de clientèle internationale

l'Allemagne, l'Italie et le Royaume-Uni représentent 1/3 des séjours internationaux, l'Amérique du Nord 8%.

47% clientèle CSP+

CSP+ profession cadre ou assimilé
Une clientèle majoritairement aisée.

27% sont employés, 14% retraités, 10% inactifs.

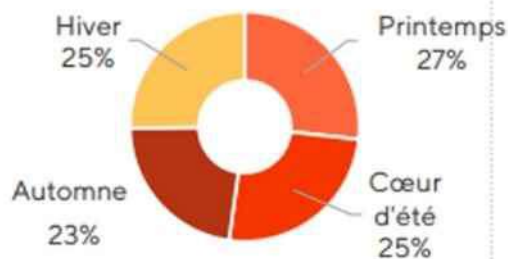
77% ont moins de 55 ans

37% en famille/ amis avec enfants

24% en famille/ amis sans enfant

21% en couple

Répartition des séjours



63% activité principale de loisirs

durant le séjour, jusqu'à 69% dans le Var.

avec la plage / baignade en premier (30%), suivi par balade / randonnée (21%).

21% activité de découverte du patrimoine

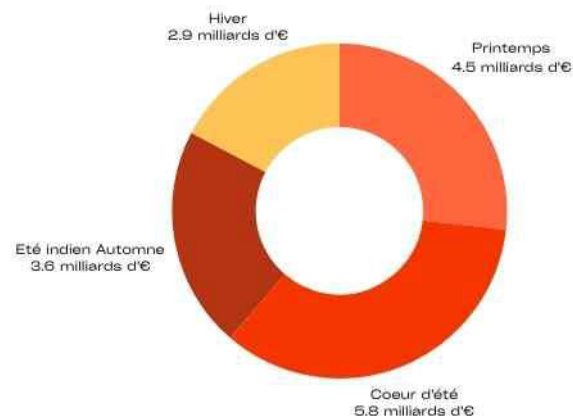
durant le séjour, 15% dans le Var.

Suivi par le repos (7%), événement sportif ou culturel (3%).

Répartition des retombées économiques

16,8 milliards d'euros de retombée dont en premier pour l'hébergement (6,1 M), la restauration (3,7 M), suivi par achats alimentaires, transports régionaux, loisirs, ...

dont 35% sur le coeur de l'été, 27% au printemps



86% de repeaters

jusqu'à 89% dans le Var, soit 9 visiteurs sur 10 sont déjà venus.

96% des visiteurs satisfaits

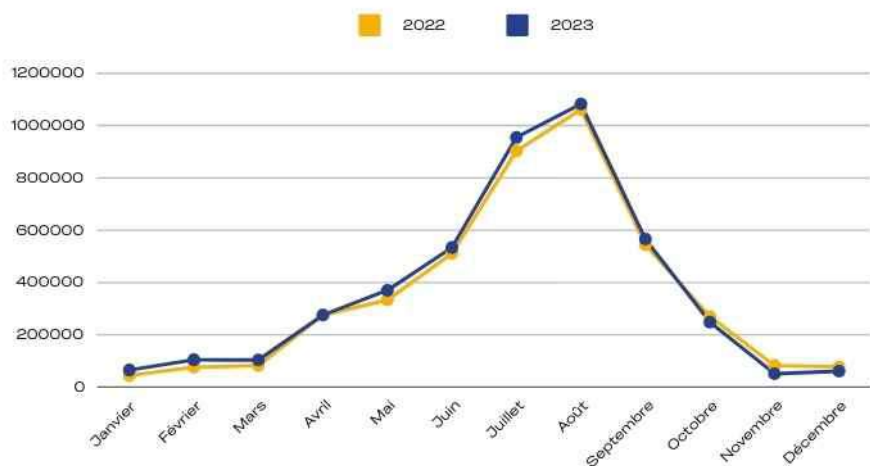
sur l'ensemble du territoire régional

56% très satisfait + 39 plutôt satisfait.

Observatoire de la fréquentation touristique Le Lavandou

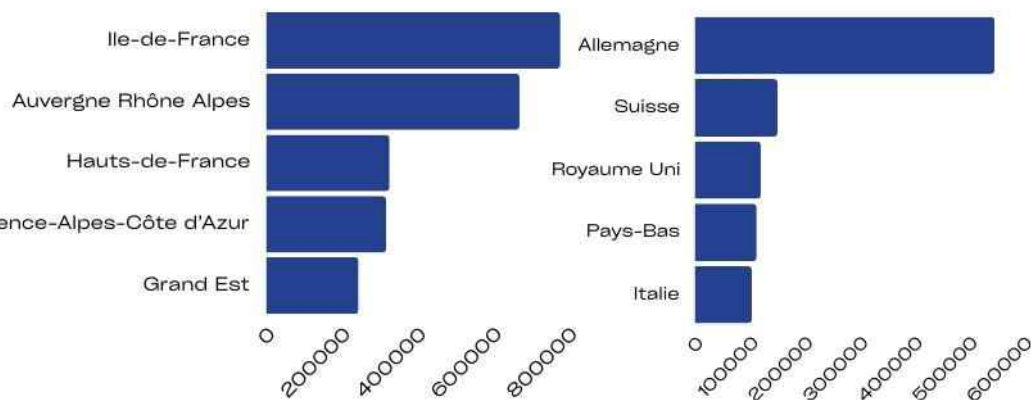
À partir des informations techniques du réseau mobile Orange, Flux Vision [2], en partenariat avec l'agence départementale Var Tourisme, fournit des indicateurs statistiques de fréquentation, de provenance et de déplacement.

Nuitées touristiques mensuelles



TOP 5 des principales régions

TOP 5 des principaux pays



Analyse de la fréquentation - événement Fête de la mer et des littoraux - du 07 au 09/07/2023

Observée dans le cadre de Flux Vision Tourisme, dispositif de mesure des flux de tourisme via la téléphonie mobile. Une période de comparaison est également définie 21 jours avant et 21 jours après l'événement, soit du 16/06 au 30/07/2023.

Pendant l'événement, un total de **25 897 visiteurs** uniques a été recensé sur les trois jours (en cumul 45 807 personnes) :

- Les **touristes représentent 43% des visiteurs** uniques
- 21% d'excursionnistes
- 19% de visiteurs en transit
- 9% résidents du Var non localisés dans la zone de l'événement.



Par origine :

82% de Français : 23% du Var, 10% des Bouches-du-Rhône, 5% du Rhône. En 1ère position les résidences secondaires.
18% d'étrangers : 15% de Suisse, 14% d'Allemagne, 12% d'Italie.

Jour et tranche horaire :

Les visiteurs étaient dans la zone de l'événement en particulier **l'après-midi 36%** et en soirée 37%, moins en matinée.
Les excursionnistes et les résidents s'y sont rendus le plus souvent.
Le dimanche 9 juillet est la journée où la fréquentation est la plus importante.

[2] Les algorithmes utilisés par Flux Vision garantissent une anonymisation en supprimant toute donnée à caractère personnel et en rendant impossible l'identification d'une personne physique.

Un redressement est effectué pour passer de «x» mobiles à «y» personnes en tenant compte d'un ensemble de facteurs comme le taux d'équipement en mobile et la part de marché d'Orange.

Ces statistiques permettent d'évaluer la fréquentation globale de la station, d'identifier les moments de forte affluence, de connaître les durées de visites, d'analyser les déplacements et la provenance des visiteurs.



Le Lavandou est un joyau aux multiples facettes lové entre la mer Méditerranée et le Massif des Maures. Les visiteurs de cet ancien village de pêcheurs viennent profiter de cette *Lavandouceur de vivre en Provence* en toute saison ; 12 plages de sable, des fonds sous-marins d'une rare beauté, un environnement préservé et des espaces naturels qui composent le territoire à 82% .

La communication de l'Office transmet ces valeurs et principaux attraits de la station dans une démarche de marketing multicanal ciblé - c'est à dire avec un contenu et un message adapté -, avec un objectif de fidélisation et de prospection.

GUIDES

“**pratique**” avec les attraits touristiques, activités/ loisirs, commerces et restaurants

“**hébergement**” avec tous les hébergements touristiques
2 guides de 44 pages tirés à 11 000 & 6 500 ex.

PLAN

Plan dépliant de la commune au recto

et au verso des informations touristiques pour répondre au mieux à la demande des visiteurs

30 000 ex sur 2 ans

Plan dépliant version anglaise (éd. 2019)

Plan détachable du centre-ville

Relais d'information service (RIS) sur 6 parkings ou POI au Lavandou. Gestion des réglottes pour les commerces, restaurants, hébergements touristiques



MAGAZINE Mag' Lavandou

7 000 ex - 52 pages

L'édition célèbre les 110 ans de la commune avec des articles sur son histoire, sa nature préservée. Ce magazine répond aux attentes des visiteurs autour des loisirs et activités de plein air, des voies cyclables pour un séjour mobilité douce, la (re)découverte du patrimoine (article sur l'origine des noms de rue), la culture avec les expositions à la Villa Théo, des événements hors été comme le corso fleuri.

CARNET DES 12 PLAGES

6 000 ex - 32 pages

Ce livret format poche, très pratique, explique le cycle de la posidonie et la gestion raisonnée du sable au Lavandou. Les 12 plages du Lavandou sont ensuite présentées avec tous les établissements (restaurants, loueurs de matelas et autres), les prestataires d'activités et de loisirs, les écoles de voile.

BROCHURE *Le Lavandou, une invitation à...*

NEW

8 000 ex - 48 pages

Cette brochure vise la séduction par l'image de nouveaux voyageurs. Diffusée notamment lors des salons du tourisme et aux journalistes, éditée pour plusieurs années.

FICHES TOURISTIQUES

Thématiques différentes pour répondre à toutes les demandes, sous forme de circuits, pour les promeneurs curieux, ou de listes :

Les marchés du Lavandou et du Var

Le circuit des fontaines

Le circuit des espaces fleuris

Le chemin des peintres

Loisirs et activités en cas de pluie

NEW

QUIZ

En complément des fiches circuits, des quiz sont proposés pour les familles. Ils permettent de se balader de manière ludique tout en apprenant au fur et à mesure de la visite.

Quiz circuit des fontaines

Quiz circuit des jardins et espaces fleuris

Internet

www.ot-lelavandou.fr

Site Internet officiel de la destination, vitrine du territoire.

Répond à des objectifs stratégiques :

- **SEDUIRE** par une navigation intuitive et une ergonomie basées sur le webmarketing comportemental, ciblé client, séduire par l'image,
- **ETONNER** par des contenus expérientiels, des vidéos immersives, des photos dès la page d'accueil pour un partage d'expériences,
- **ATTIRER** le touriste afin de déclencher la réservation de séjours au Lavandou.

446 422 visiteurs

dont 82% de nouveaux visiteurs

8 066 visites

le lundi 14 août

2:37 min

la durée moyenne d'une visite

2 008 986 pages vues

89% de visiteurs français

11% de visiteurs étrangers

[3] SEO Search Engine Optimization signifie en français optimisation pour les moteurs de recherche organique ou naturelle soit non payante, vs SEO référencement payant.

Nouveau site

mise en ligne le 04/12/2023



Complètement repensé avec une navigation intuitive et ergonomie revisitée :

- Orienté **tourisme des 4 saisons**,
- **Mobile first**, 75% des visites sur le site via mobile,
- Barre de recherche dès la page d'accueil pour simplifier la navigation,
- Onglet **Eco Mode** diminue son empreinte carbone,
- Offre la possibilité de mettre ses recherches aux favoris, télécharger ou s'envoyer par email son carnet de voyage,
- Met en avant les professionnels avec une offre géolocalisée sur une carte, un moteur de recherche avec critères et la possibilité de partager/ exporter ses recherches d'hébergements, d'activités ou restaurants.
- Le **blog** permet une meilleure communication multicanale entre les réseaux sociaux et le site internet tout au long des saisons, pour donner envie au client de manière plus expérientielle de venir au Lavandou,
- Un **Espace pro & presse** afin de partager avec les professionnels et les journalistes un maximum d'informations,
- Un **Espace Groupe** dans le but d'étendre les ailes de saison avec une cible groupe.

Important travail SEO [3] réalisé pour augmenter la visibilité du nouveau site, attirer un trafic de qualifié, améliorer la e-réputation, offrir une meilleure expérience utilisateur et rester compétitif. Ce travail laborieux (sur toutes les rédactions et mots clés) est crucial pour obtenir une visibilité accrue sur les moteurs de recherche vers un meilleur positionnement naturel dans les résultats de recherche dans l'objectif d'augmenter le trafic vers le site officiel de la destination et de ses partenaires professionnels.

528 mots clés positionnés en position 1

830 mots clés positionnés en position 2 à 3

Soit un volume de recherche mensuel de 166 490 pour la position 1 et 208 260 pour la position 2 à 3.

ENSEMBLE

Avec le Comité régional du tourisme CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur, l'agence de développement touristique Var Tourisme et les 3 autres offices de tourisme de la communauté de communes Méditerranée Porte des Maures (Office de tourisme du Lavandou, Office de tourisme et loisirs de Bormes-les-Mimosas et Office intercommunal de La Londe-les-Maures, Cuers, Collobrières, Pierrefeu-du-Var), nous participons à une communication nationale et internationale autour d'inspirations et d'ambitions communes.



SALONS sur un stand Var Tourisme mutualisés Méditerranée Porte des Maures

- Salon de la Plongée à Paris du 6 au 9/01/2023
- Vakantibeurs à Utrecht (Pays-Bas) du 12 au 15/01/2023
- Salon des vacances à Lille du 27 au 29/01/2023
- Salon des vacances à Bruxelles (Belgique) du 2 au 5/02/2023
- F.RE.E (Salon des loisirs et du voyage) à Munich (Allemagne) du 22 au 26/02/2023
- Salon du Randonneur à Lyon du 24 au 26/03/2023
- ID weekend à Nice du 31/03 au 2/04/2023
- Festival Envie d'ailleurs à Mouans Sartoux du 1 au 2/04/2023
- Autonomic à Paris du 6 au 8/06/2023
- Roc d'Azur à Fréjus du 4 au 8/10/2023
- Autonomic à Marseille du 29 au 30/11/2023



Merci à tous les partenaires qui ont contribué en dotation à l'animation du stand et pour les séjours gagnés après les salons par tirage au sort.

OPERATIONS presse et tour opérateurs avec Var Tourisme - Atout France mutualisées Méditerranée Porte des Maures

Pour cibler auprès de la presse, le Var et ses offices de tourisme présentent aux correspondants - influenceurs le territoire varois, ses particularités et nouveautés lors d'une conférence de presse suivie de rencontres personnalisées:

- à Milan le 9/01/2023
- à Paris le 13/04/2023
- à Genève et Zurich les 23 & 24/05/2023

D'autres formats BtoB aussi, un lieu d'échanges unique avec plus de 700 acheteurs et prescripteurs internationaux de plus de 50 pays représentés et journalistes invités de la presse professionnelle internationale permet aux exposants de développer le référencement de leur offre, mettre en marché leurs nouveautés, accroître leurs ventes, auprès des acheteurs internationaux de près de 65 pays :

- Rendez-vous en France à Paris du 21 au 22/03/2023
- Workshop Méditerranée à Toulon du 16 au 19/11/2023.



www.ot-lelavandou.fr

LE LA VA ND OU

**ET DIRE QUE VOUS
POURRIEZ ÊTRE
À LEUR PLACE**

Réservez dès maintenant sur
WWW.OT-LELAVANDOU.FR



Le Lavandou





PROMOUVOIR LE LAVAN DOU

Campagne de notoriété par l'Office de tourisme

L'Office poursuit la dynamique de communication post-covid, valorise la station comme destination de choix toute l'année avec des paysages exceptionnels en France : *Les Seychelles ? Miami ? ... Non, Le Lavandou !*

Cette communication s'appuie sur la tendance apparue en période de crise *Staycation* ou l'art de voyager près de chez soi, qui séduit de plus en plus de Français conscients qu'il n'est pas nécessaire de s'exiler à l'autre bout du globe pour passer des vacances agréables. Nous sommes nombreux à s'adonner à cette pratique, idéale pour re-découvrir les spécificités de nos régions : activités outdoor/ balades, producteurs locaux, restaurants valorisant les produits du terroir, ... Ce phénomène prend du sens à l'heure où le *slow tourisme* ne cesse de faire des adeptes. C'est l'enjeu de nos actions de communication hors été vers la clientèle régionale : apprécier à quel point il peut être agréable de voyager tout en restant près de chez soi toute l'année.

Dès février 2023 :

- Affichage DOOH (vidéo sur écran digital) dans l'aéroport Paris Orly, 21 écrans en zones de départ 1 & 2 touchant près de 100 K passagers uniques
- Affichage sur écran en vitrine de boutiques parisiennes de certains arrondissements, 100 écrans soit 294 K diffusions et 1,9 M de contacts touchés, avec option retargeting des exposés soit 600 K impressions garanties afin d'augmenter la répétition et générer une omniprésence du Lavandou avec un tracking plus poussé des conversions
- Affichage DOOH dans les gares de Lyon Part Dieu et Valence, 12 écrans pour 20 K logs délivrés au total soit 745 K ODV [4]
- Publicité digitale au coeur des contenus dans le flux de lecture (non intrusif) diffusés sur un grand réseau de sites médias avec un ciblage affinitaire (contextuel, comportemental, sociodémographique et segments spécifiques) et adaptés aux contextes et aux utilisateurs.

NEW

NEW

[4] ODV Occasions de voir (occasions de contact publicitaire potentiel)

En mai 2023, 2ème vague en région pour des séjours de proximité hors vacances scolaires :

- Affichage sur les bus d'Aix-en-Provence, Marseille et Cannes, sur 219 faces au total soit 19 404 K ODV
- Affichage DOOH dans les gares d'Aix-en-Provence, Marseille, Nice et Cannes pour une suppression médiatique sur la même période, sur 78 écrans au total pour 115 K logs délivrés soit 292 K ODV la campagne
- Actions presse (magazine de l'aéroport de Marseille Marius, ...).



OBJETS PUBLICITAIRES

personnalisés à l'effigie du Lavandou

Un article publicitaire est un objet utile à la vie quotidienne sur lequel est gravé le nom et/ou le logo de l'office. Ce goodies peut être offert à des journalistes accueillis, des visiteurs sur site, des personnalités et des partenaires en guise de remerciements. Excellent **canal de communication** entre une destination et ses clients, le goodies véhicule un message de notre marque pour avoir un effet marketing imparable. Il alimente l'expérience et la confiance qui nous unit.

Il est aussi distribué sur des événements tels que des salons du tourisme, salons professionnels ou conférences de presse afin de diffuser et faire connaître Le Lavandou. Très appréciés, les stocks sont suivis et renouvelés pour surprendre et plaire à une clientèle fidèle, aux jeunes lors des chasses au trésor pendant les vacances scolaires organisées par l'Office. Le Lavandou sera ainsi visible plus largement lors de leur retour à la maison et au bureau.

Stylo et lunettes de soleil en paille de blé, matière éco-responsable, excellente alternative au plastique

Crayon Villa Théo

Gourde

Carnet de notes

Eventail en bois naturel et tissu

Chapeau de paille

Parapluie

Transat

NEW

Transat XXL

Sac en tissu (tote bag) **nouveau look** pour contenir aussi les documentations remises.

PAPETERIE



Toutes les signatures emails sont harmonisées selon les événements majeurs. La papeterie aussi est à l'effigie du Lavandou et régulièrement renouvelée: enveloppe, marque-page, carte postale, sac papier, ...



RESEAUX SOCIAUX

Une stratégie de communication pertinente et soignée

Depuis 2020, l'Office de tourisme a revu sa stratégie digitale :

- **un rythme modéré volontaire** dans une démarche de réduction de notre impact numérique sur l'environnement. L'office privilégie le contenu éphémère type « stories » ; en ligne que 24h, les stories génèrent aussi une diffusion et un taux d'engagement élevés
- **une ligne éditoriale inspirante et bienveillante**. Il est primordial de garder une présence sur les réseaux sociaux, une présence certes mais réfléchie et pertinente pour notre audience toute l'année **au fil des 4 saisons**.

Des objectifs et des contenus adaptés pour :

- **Accompagner & fédérer les acteurs du tourisme** en les valorisant sur les réseaux de l'Office de tourisme
- **Garder le contact avec les communautés**, au moyen d'une communication séduisante & informative, pour les inciter à se projeter vers leur prochain séjour.

Les communications produites visent à :

- **Séduire et fidéliser** les vacanciers
- **Attirer les clientèles régionales** sur du court séjour / dernière minute
- **Informers les habitants** sur les animations locales et les loisirs de proximité.

7ème destination touristique française

pour ses performances sur les réseaux sociaux parmi toutes les stations littorales françaises en septembre.



FACEBOOK

@lelavandoutourisme



31 173 Fans

8 051 020

impressions de la page [5]

138 publications

soit 3 publications par semaine selon la période de l'année

5 094 897 fans atteints

par les publications
(appelé : portée des publications)

143 000 réactions

(j'aime, j'adore, ...)



6 600 modérations

= 5 100 commentaires + 500 messages privés
Modération et réponse à TOUS les commentaires pour créer davantage de lien avec la communauté et au plus vite pour augmenter le taux d'engagement.

226 125 interactions

12 241 mentions

de la page et de partages de contenus

TOP Publication

Publication sponsorisée d'une vidéo promotionnelle sur le **corso fleuri**

186 000 impressions



TOP Photo

Publication mimosas en fleurs le 06/01/2023

457 000 personnes atteintes

7 500 clics

3 300 partages

12 000 réactions



[5] Nombre de fois où la publication est apparue à l'écran.

VIDEO

Un nouveau genre de promotion par l'image et le son met en éveil les sens du public pour lui donner envie de venir au Lavandou. L'office a produit un 3ème film promotionnel : **Côté Terroir - Le Lavandou & découverte du terroir Voyage sonore** au Lavandou publié le 29/10/2023



Déjà 2 films son 8D réalisés :
Côté mer en février 2022 « La mer pour s'apaiser »
Côté terre en Septembre 2022 « Laissez-vous bercer par le chant des oiseaux et des cigales »

INSTAGRAM

@lelavandoutourisme



22 117 Fans

97 350 interactions

2 827 593 impressions

1 300 commentaires

3 700 messages privés

76 995 interactions
générées par le hashta #mylavandou

904 publications

126 publications sur le feed

778 stories

5 000 modérations

TOP Publication

La belle plage de Saint-Clair #MyLavandou
Publiée le 01/09/2023



21 000 personnes atteintes

1 900 engagements

Patrouille de France
Publiée [en direct] le 15/08/2023



36 000 personnes atteintes

1 500 engagements

ANIMATION DES RESEAUX SOCIAUX

3 jeux concours

en partenariat avec des prestataires afin de développer leur notoriété sur nos communautés respectives.

Activité Jet 007

Publié le 25/07/2023

A gagner 2 sessions Jet-Ski de 20 min

> 14 715 impressions

Concert Lujipeka

Publié le 29/07/2023

A gagner 2 places de concert

> 6 052 impressions

Concert Boris Way et Mercer

Publié le 26/06/2023

A gagner 2 places de concert

> NC

Sponsoring

Corso Fleuri du 4/03 au 19/03

> 164 000 impressions

Festival Théâtre de rue du 13 au 28/10

> 296 292 impressions



Un **accompagnement soutenu des professionnels** est fait chaque année. L'Office effectue une **veille intensive** afin de partager en stories très régulièrement leurs informations et ainsi les promouvoir.

Une **communication locale et régionale** est mise en valeur de plus en plus pour tirer des bénéfices des nouvelles habitudes prises de *Staycation* local et régional de consommation plus fréquente de loisirs et courts séjours.

Bilan STORIES

778 stories publiées

1 119 945 portée des stories

1 125 966 impression des stories

LINKED IN



@Office de tourisme du Lavandou

LinkedIn montre la dynamique de l'office de tourisme du Lavandou et permet de développer un réseau de contact professionnels BtoB autour de projets en cours et futurs. LinkedIn permet aussi la mise en relation avec des stagiaires et chercheurs d'emploi.

TIKTOK



@lelavandou.tourisme

TikTok est un réseau social décontracté visant un public jeune. En forte expansion ces dernières années, les utilisateurs TikTok n'iront pas plus tard sur un autre réseau social comme Facebook ou Instagram d'après les études. L'office positionne donc la destination sur cette cible jeune afin qu'elle devienne plus tard des clients potentiels.

Compte créé le 01/04/2022

21 vidéos publiées

RELATIONS PRESSE

Le service promotion/presse travaille en collaboration avec l'agence départementale Var Tourisme, le Comité Régional du Tourisme et l'office intercommunal. Il traite les demandes spécifiques de journalistes, organise des accueils presse et diffuse des informations ou événements à relayer. Force de réactivité et de propositions, les échanges transformés se sont accrus au fil des expériences positives sur notre territoire.

44 demandes presse traitées

31 parutions

7 accueils presse

3 Conférences de presse et workshop

à Milan, Paris, et Genève - Zurich

Var Tourisme et les offices de tourisme varois se sont déplacés à la rencontre de journalistes et influenceurs afin de leur présenter la richesse des destinations et plus particulièrement la culture mise à l'honneur en 2023 par le département.



Remerciements
Michel CABRISCO - Anthony MATTEUZZI - Var Tourisme
Élisabeth FRESSE - Cite #Apr France
Lucie ALLEMAND - Office de Tourisme La Léransienne
Magali RIBEST - Vaucluse Provence Attractivité
Isabelle DESMET - Agence de développement Alpes de Haute-Provence

Marie-Pierre EMERIC - Provence
Michaël LATZ - ancien maire de C
Olivier PÉLÉ - Maire de la Haute V
Jean-Louis BRUFFLOT
Président du lycée agricole des A

Retrouvez l'intégralité
de la série ludéo-éducative
à destination
des collégiens

sur Lumni

Échappées
Belles

Avec la participation de
France Télévisions





C'est bon pour le moral

DERNIER REPLAY

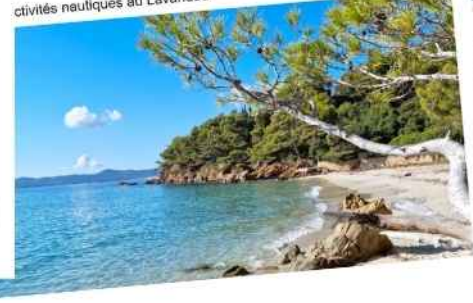
Lucie Aléonard, directrice de l'office de tourisme pour le Corso fleuri du Lavandou

Le 15 mars 2023

11 min

De France Bleu Provence

Le Lavandou c'est aussi au tourisme de la Riviera grâce à son climat amical. Avez-vous essayé la spécialité de la rive ? Le ragoût de la mer, un plat traditionnel de la région. Le ragoût de la mer est un plat traditionnel de la région. Le ragoût de la mer est un plat traditionnel de la région. Le ragoût de la mer est un plat traditionnel de la région.



Nice-Press
ma ville, mon journal



Le Lavandou (Var), en 29ème position, avec 12 hébergements sur l'ensemble de la commune de 3.000 habitants environ se trouve tout le long de la Côte d'Azur. C'est que l'on surnomme "La Cité des 100 ans".

mag



Trois raisons d'aller au Lavandou

1. Non seulement de l'histoire
Le Lavandou a une histoire riche et variée. C'est une commune qui a su préserver son patrimoine architectural et culturel. Le Lavandou a une histoire riche et variée. C'est une commune qui a su préserver son patrimoine architectural et culturel.

2. La Villa Théo et ses surprises
La Villa Théo est un lieu unique, un véritable joyau de la Côte d'Azur. Elle offre une vue imprenable sur la mer et une atmosphère particulière. La Villa Théo est un lieu unique, un véritable joyau de la Côte d'Azur.

3. La fête de la mer qui débute demain
C'est l'occasion de profiter de la mer et de la plage. La fête de la mer est un événement incontournable de la commune. C'est l'occasion de profiter de la mer et de la plage.



Idee sortie : 110 ans de la commune du Lavandou

Le 21 mai 1913, la commune du Lavandou fête ses 110 ans. C'est une occasion de célébrer son histoire et son patrimoine. Le 21 mai 1913, la commune du Lavandou fête ses 110 ans.



Le Lavandou : Une Station Balnéaire Plus Que Centenaire

Sur la Côte d'Azur, Varoise face aux îles d'Or, Le Lavandou est un ancien port de pêche devenu une station balnéaire de renommée internationale. Cette destination répulée pour ses plages de sable fin et ses fonds sous-marins.



ANIMER

Dans le cadre de la politique touristique, la commune et l'office de tourisme développent une stratégie événementielle ambitieuse pour affirmer le dynamisme et le rayonnement du Lavandou à travers des manifestations de renom.

La maîtrise du budget de l'Office de tourisme ainsi qu'une bonne collecte de la taxe de séjour en 2022 permettent cette participation aux animations touristiques de la station.

854 156 €

de participation financière



Animations touristiques et leur promotion

Soirée Pas...Sage
Soirée Pas...Sage
Seal
Corso fleuri
Soirée Pas...Sage

Réveillon du 31 juillet

Festival Théâtre de Rue

The Dire Straits Experience

Fête de la mer et des littoraux

La Lavandouraine

Soirée Pas...Sage

Village de Noël

Soirée Pas...Sage
Soirée Pas...Sage

Concerts

Lavandou Beach Sport

ANIMATIONS TOURISTIQUES

Corso fleuri

La mer qu'on voit danser : 15 chars entourés de compagnies artistiques devant plus de 4 000 spectateurs



Lavandou Beach Sport :

activités sportives sur la plage yoga, pilates, aquagym et fitness



Fête de la mer et des littoraux :

spectacle aquatique et parade participative, conférence, baptême de catamaran



La Lavandouraine :

1er concours de pétanque en cœur de village avec 195 joueurs et initiation des enfants par Henri Lacroix, 13 fois Champion du monde, 20 fois Champion de France



Réveillon du 31 juillet parade lumineuse, distribution de cadeaux avec le Père Noël



2 grands concerts gratuits sur la plage



Seal, chanteur britannique écouté par 35 000 personnes environ (17/07)

The Dire Straits Experience (26/07) : Chris White, le saxophoniste de Dire Straits, le guitariste Terence Reis et 5 musiciens ont ravi + de 20 000 personnes

Soirées Pas...sages (6x)



Festival Théâtre de rue spectacles, performances, déambulations et jeux sous le soleil d'octobre (28-29/10)



Village et illuminations de Noël : plusieurs temps forts en fin d'année afin d'offrir un Joyeux Noël au plus grand nombre, 380 sujets lumineux et guirlandes, concerts, parades, spectacles, produits artisanaux et restauration proposés dans 14 chalets commerçants locaux.

ANIMATION des commerces

Ces actions sont l'occasion pour les participants de circuler au fil des rues commerçantes du Lavandou. Outre le divertissement, elles ont également pour but d'attirer les clients à passer la porte des boutiques.

Chasse au trésor pendant les vacances scolaires

Vacances d'hiver du 04/02 au 05/03/2023 - 4 semaines

Chasse aux macarons à la recherche des différents parfums de macarons sur les vitrines de 24 commerces participants. En référence à la *Fête du chocolat* organisée par l'Association des commerçants.

> 141 retours

A la fin, l'office offre des crayons graines à planter annonçant le corso fleuri à venir, des lunettes en paille de blé recyclé et des friandises.

Vacances de printemps du 08/04 au 07/05/2023 - 4 semaines

Chasse aux mots / chiffres pour finaliser l'invitation aux 110 ans du Lavandou dans les vitrines de 25 commerces participants.

En référence au weekend anniversaire organisé par la commune.

> **241 retours** Record de l'année !



A la fin, l'office offre un livret jeux et des friandises.



Vacances de la Toussaint du 21/10 au 05/11/2023 - 2 semaines

Chasse aux lettres pour finaliser l'invitation au festival de Théâtre de rue dans les vitrines de 30 commerces participants.

En référence au festival de Théâtre de rue organisé par la commune.

> 200 retours

A la fin, l'office offre des stylos, casquettes et des friandises.



Vacances de Noël du 23/12/2023 au 07/01/2024 - 2 semaines

Chasse aux objets insolites dans les vitrines de 20 commerces participants.

A la fin, l'office offre des stylos de Noël et des friandises.



LIVRET JEUX pour découvrir Le Lavandou autrement
Sorti à l'occasion des vacances d'été & imaginé par l'office de tourisme, ce circuit ludique en autonomie met en avant le patrimoine, l'architecture, l'environnement et l'histoire du Lavandou en 12 étapes pour les enfants. Gratuit disponible à l'Office.

Autres ANIMATIONS ...

Événement national

Journées du Patrimoine les 16 et 17/09/2023

Visite commentée à la découverte du Lavandou, son histoire, son patrimoine suivie d'une activité conviviale *Tu tires où tu pointes ?* avec la guide conférencière professionnelle Sandrine Masachs, inscription et prise en charge par l'office.

Samedi 16/09 à 16h30 et dimanche 17/09 à 14h30.

Gratuit sur inscription à l'office

> 20 personnes à chaque visite (max atteint).



Visite commentée de l'exposition Henri-Edmond Cross, dans le soleil du Var ; Œuvres sur papier à la Villa Théo

Samedi 16/09 à 10h30 & 14h30 et dimanche 17/09 à 10h30.

Gratuit sur inscription à l'office

> 20 personnes à chaque visite (max atteint).

Ouverture de la **Villa Dollander** par la nouvelle propriétaire anglophone

> Création d'un document support en français par l'Office



Rendez-vous aux jardins les 3 et 4/06/2023

Visite des jardins de la ville par le service espaces verts

Samedi 03/06 à 10h et 15h30 dimanche à 10h et 15h30

(3 en coeur de ville + 1 dans les restanques de Saint-Clair)

Gratuit sur inscription à l'office.

Fascinant Week-End du 19 au 22/10/2023



3ème weekend d'octobre chaque année, les territoires labellisés **Vignobles & Découvertes** s'animent autour de leurs vignobles pour un festival de rencontres, d'activités ludiques, uniques et originales :

- 30 activités proposées sur le territoire MPM dont 2 au Domaine de l'Anglade au Lavandou atelier initiation réflexologie, concert dans le cadre du festival *Les Musicales dans les Vignes*.

Concours national Les plus beaux centres-villes commerçants - du 4 au 25/09/2023

L'Office a rejoint en 2023 la Fédération Nationale des Centres-Villes regroupant 750 structures en France et déposé la candidature du Lavandou au jeu concours national *Les plus beaux centres-villes commerçants* (3ème édition) pour mettre en lumière la ville et ses commerces.

Pour impliquer la communauté et les locaux, l'Office a laissé le choix de la photo candidature par vote du public sur les réseaux sociaux.

> 3ème lauréat - Catégorie des villes de moins de 10 000 habitants.



Événement départemental

Le Var, la Semaine Nature ! du 28/10 au 05/11/2023

Une semaine de sorties et d'activités en pleine nature pour profiter de la douceur de l'automne et découvrir un patrimoine naturel exceptionnel. Coordonné et animé par Var Tourisme.



Fiches de participation envoyées à tous les prestataires d'activités et associations sportives en avril. En juin, retour des fiches complétées et début de saisie des offres proposées.
> diffusion du programme sur le territoire MPM dès août.

> **7 activités proposées** au Lavandou sur la semaine avec plusieurs dates (randonnées, baptême de catamaran, marche aquatique, marche nordique, balades thématiques).

Evénement local

Corso fleuri les 18 et 19/03/2023



Pour créer un weekend corso sur 2 jours, l'Office propose 3 **animations** :
Atelier technique de fleurissement d'une structure de 14h30 à 17h,
Atelier dessin *Invente ta créature marine* de 14h30 à 17h et exposition le dimanche sur le parvis de l'hôtel de ville,
Visite des hangars de construction des associations et bénévoles en action à 15h et 16h30 sur inscription à l'office (max atteint).

10 **autocaristes** > **396 visiteurs** en groupe.

Accueil d'influenceurs et ambassadeurs locaux pour :

- donner + de visibilité à l'événement vers une cible jeune & diversifiée
- créer du lien & accroître la visibilité en gardant l'authenticité de la fête.

Ces ambassadeurs sont choisis selon leur amour pour Le Lavandou. Non rémunérés, ils relaient l'événement en direct auprès de leurs communautés qui partagent les mêmes valeurs d'authenticité et de convivialité.

> Entrée offerte, kit de bienvenue avec cadeaux promotionnels à l'effigie du Lavandou, badge photo presse et bon déjeuner.

> **55 709 followers** au total de leurs communautés.

Et publicité gérée par l'Office :

- Radio France Bleu Provence (26 spots du 14 au 18/03/2023 et interview)
- Affichage dans les gares jusqu'à Nice
- Insertions Var matin
- Sponsoring Réseaux sociaux et film corso
- Accueil journalistes pour l'émission *Echappées belles* sur France 5.



Trail des 3 Dauphins le 07/05/2023

Newsletter de demande de dotation aux partenaires :

> 18 lots obtenus pour offrir aux gagnants (réalisation des bons cadeau et impression)
Prise en charge de gobelet pliable : cadeau promotionnel à l'effigie du Lavandou remis à tous les participants ainsi que des bouteilles de vin du Domaine de l'Anglade pour les podiums.



50ème anniversaire du jumelage 1972-2002 le 18/05/2023

Création de l'affiche et communication.

Stand de l'Office sur le marché de spécialités allemandes et des autres comités de jumelage de Kronberg.

Réunions à chaque visite de la délégation allemande.

Sardinade - le 27/05/2023

Déjeuner réservé aux Lavandourains, service aux côtés des employés municipaux.

Kickboxing Choc des Gladiateurs le 22/07/2023

Billetterie à l'office en complément des points de vente habituels.

Braderie des commerçants le 22/07/2023

Soutien de l'Office à la communication de la braderie organisée par l'association des commerçants :

- Radio France Bleu Provence (11 spots du 5 au 9/09/2023)
- Insertions Var matin
- Sponsoring Réseaux sociaux.

Et aussi

Valorisation de visites du patrimoine local - toute l'année

Escapade gourmande en bateau, visite guidée du domaine viticole, circuit découverte, petit train, chemin des peintres, ...

Offre des activités de loisirs AMUSEZ-VOUS !

Les **3 offices** de tourisme de MPM ensemble
pour **3 objectifs** :

- Soutenir les prestataires d'activités de loisirs du territoire
- Rendre lisible et accessible l'offre d'activités de loisirs aux visiteurs et habitants
- Stimuler les ventes en démultipliant les points de vente et en mettant en place des actions de promotion.

77 038 €
de chiffres d'affaires

3 048
billets vendus

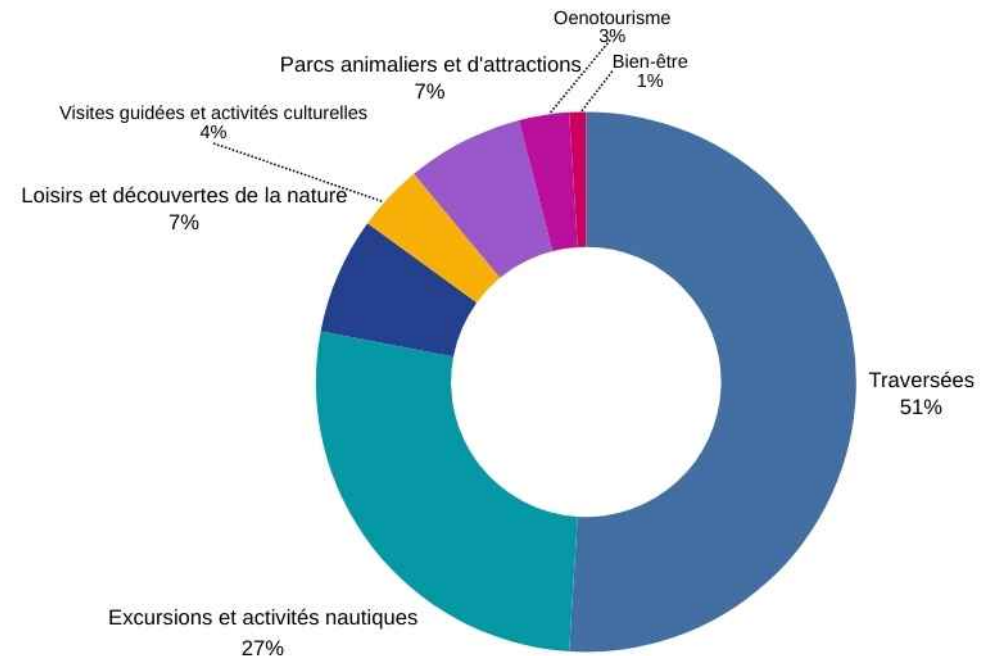
+de **90**
prestataires d'activités

05



1 brochure intercommunale
avec vente de produits communs tirée à

35 000 exemplaires



TOP VENTE AMUSEZ-VOUS

en nombre de billets

N°1 Vedettes îles d'Or - traversée île de Porquerolles

N°2 Vedettes îles d'Or - traversée île de Port-Cros

N°3 Mini-golf exotique - parcours

N°4 Cinéma Le Grand Bleu - ticket

N°5 Domaine du Rayol - entrée

NEW

Dans le **TOP 10** : karting Speedkart, excursions en mer à bord d'un catamaran, visite du Domaine de l'Anglade, excursion en mer vers Saint-Tropez, excursion en mer Les 3 Caps sauvages (Lardier, Taillat et Camarat).

en chiffre d'affaires

N°1 Vedettes îles d'Or - traversée île de Porquerolles

N°2 Vedettes îles d'Or - traversée île de Port-Cros

N°3 Caseneuve Maxi Catamaran

N°4 Vedettes îles d'Or - Saint-Tropez

N°5 Vedettes îles d'Or - sortie naturaliste vers les cétacés

Dans le **TOP 10** : Domaine du Rayol, mini-golf exotique, excursion en mer Les 3 Caps sauvages, cinéma Le Grand Bleu, randonnées en scooter des mers Jet 007.

TOP MOIS

pour les ventes

AOUT & JUILLET

proportionnel à la fréquentation de l'Office

BOUTIQUE

10 553 € ttc de chiffre d'affaires

TOP VENTE BOUTIQUE

en quantité

N°1 Carte postale

NEW

N°2 Affiche

N°3 Carte visio des îles

N°4 Verre à vin

N°5 Fouta



Dans le **TOP 10** : mug, pochette, hashtag MyLavandou, carafe, chilienne.

en chiffre d'affaires

N°1 Affiche

N°2 Chilienne

N°3 Carte postale

N°4 Fouta

N°5 Carte visio îles

Dans le **TOP 10** : hashtag MyLavandou, verre à vin, t-shirt et débardeur adidas, mug, carafe.

PARTENARIATS

250 acteurs locaux du tourisme

restaurants, hébergeurs, prestataires d'activités, artisans et commerçants sont référencés sur tous les supports de l'Office de tourisme et participent aux actions de promotion et de communication menées par toute l'équipe de l'Office.

56 980 € ht de chiffre d'affaires

REGIE PUBLICITAIRE

sur les éditions et Internet

Guide **13 762 €** ht

avec **20** annonceurs

Magazine **4 360 €** ht

avec **5** annonceurs (avec couplage guide)

Réglettes plan de ville **4 275 €** ht
(année 3/3)

Au total **la commercialisation** représente

123 206 € ht de chiffre d'affaires

1 146 transactions TPE

650 transactions en espèces

149 transactions en chèques vacances

Convention de partenariat signée avec l'ANCV (Agence Nationale pour les Chèques Vacances) pour accepter les chèques-vacances comme moyen de paiement des activités.

316 titres émis à la Trésorerie

Plateforme de vente en ligne **VisitLeLavandou**

Initiée par la Présidente, cette plateforme sera utile en amont (transport, hébergement) et pendant le séjour (commerce, restaurant, activité), commission de 4.5% administré par le fournisseur, mise en ligne de la V1 le 19/06/2023.

NEW

478 établissements affichés [6]

17 vendeurs hôtels et commerces
+ 4 grossistes revendeurs d'hébergement locatif et camping

2 ventes (hôtel en direct et location par grossiste)

2 215 visiteurs

[6] n'inclut pas les hôtels en flux automatique depuis leur channel manager.

CLUB DES PARTENAIRES

L'Office de tourisme informe, conseille, anime et fédère les acteurs du tourisme local.

Cette cohésion est capitale pour renforcer les actions de promotion menées et dynamiser la visibilité du Lavandou.

250 professionnels font confiance à l'Office de tourisme en 2023.

Maintien du tarif unique à 220 ht l'année par délibération n°2022.13 du comité de direction en date du 11/07/2022.

En faisant partie du club des partenaires aux activités professionnelles variées (hébergeurs, restaurateurs, structures de loisirs, prestataires d'activités, artisans producteurs, commerçants, etc.), l'office s'engage à :

- Informer
- Assurer une bonne visibilité
- Valoriser
- Accompagner
- Innover

INFORMER

Référencer l'établissement sur la base de données Apidae.

Envoyer des newsletters d'informations (agenda, affiches, et actualités / actions de l'office de tourisme) :

> **57 newsletters** envoyées en 2023.

Editer une newsletter annuelle rappelant les missions et actions de l'Office au service du territoire, utilisée pour le démarchage et le renouvellement des partenariats.

Mettre à disposition gratuitement

toutes les éditions :

- distribution à chaque vacances scolaires pour mettre à disposition des clients
- présentoir offert.

et la sculpture 3D #MyLavandou

La sculpture est disposée sur les espaces d'accueil recevant les visiteurs du territoire.

Le hashtag vise à multiplier les partages sur les réseaux sociaux faisant ainsi la promotion du territoire, témoignage sincère des visiteurs.





ASSURER UNE BONNE VISIBILITE

- **Référencer l'établissement** dans le guide et sur le site officiel avec descriptif complet, photos, & lien vers leur site internet
- **Mettre leurs brochures à disposition** à l'accueil
- **Diffuser vers les sites partenaires** du réseau institutionnel
- **Remettre des dotations** lors de jeux concours pour une meilleure attractivité sur les salons du tourisme ou sur les réseaux sociaux
- **Visiter les établissements partenaires** pour une meilleure connaissance possible des établissements par l'équipe, commerces et autres activités.

En plus de ces visites tout au long de l'année, les 3 Offices de tourisme du territoire MPM réunissent leurs équipes au moins une fois par an pour découvrir le territoire élargi et favoriser la cohésion des équipes. Le 06/04/2023, l'Office de tourisme du Lavandou a organisé la journée intercommunale au Domaine de l'Anglade :

- Ateliers découvertes animés par les professionnels partenaires de l'offre *Amusez-vous* sur la thématique bien-être (Zen All Massages, Médit & Sons, Shiatsu Laurence Roche-Morgue, Mona Spa - Eden Rose Grand Hôtel, Réminiscences Couleurs & Essentielles),
- Présentation du festival *Les Musicales dans les Vignes* et de sa programmation.



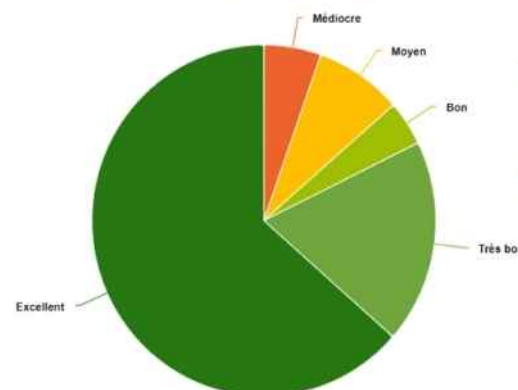
VALORISER

- **Partager leurs offres** et nouveautés sur les réseaux sociaux
- **Intégrer leurs offres** spéciales dans le blog lors d'articles thématiques (Saint Valentin, corso fleuri, Noël, ...)
- **Annoncer leurs animations** dans l'agenda dédié
- **Créer du contenu.**



ACCOMPAGNER

- **Participer aux ateliers numériques** et rendez-vous personnalisés. L'objectif est de partager des conseils, accompagner dans la communication numérique pour répondre aux nouvelles exigences du tourisme
 - **Veille numérique de la e-reputation** des établissements avec *Fairguest*, plateforme de gestion des avis clients
- > **Mise à disposition d'un bilan annuel personnalisé sur l'évolution des avis clients pour chaque établissement**



Très bon niveau de satisfaction générale sur :

123 établissements du Lavandou

12 305 avis analysés en 2023



Animation photoBooth - Soirée des partenaires

- Transmettre les statistiques de fréquentation
- Inviter aux rencontres régulières des acteurs du tourisme :



Rencontres pro du tourisme de l'intercommunalité le 06/02/2023

Les professionnels font connaissance, présentent leurs services et nouveautés, mettent en place des partenariats pour la saison.



Invités : Var Tourisme pour Réseau destination Var et CRT Région Sud pour les RDV du CRT, le Club Pro, et leur plan d'actions.

Bourse d'échanges le 30/03/2023 des documentations touristiques au niveau départemental au Castellet

Tous les offices de tourisme du Var, musées, prestataires d'activités échangent en une matinée leur documentation pour toute la saison.

Soirée des partenaires le 19/06/2023

au Domaine de l'Anglade

Moment convivial de partage et d'échanges avec ceux qui aiment et font vivre le tourisme au Lavandou le temps d'une soirée en musique, avec apéritif dinatoire, et autour d'un verre de vin généreusement offert par le Domaine de l'Anglade.



Rencontre des professionnels du tourisme le 09/10/2023

Invitation de M. le Maire du Lavandou à une réunion d'échanges sur la saison ouverte à tous les professionnels, sur les perspectives à venir et l'occasion pour l'office de dresser un bilan des actions menées pour la destination et de communiquer les données de l'observatoire de fréquentation touristique à fin septembre 2023.



Rencontre bilan de saison intercommunal le 16/10/2023

Avec les acteurs du tourisme intercommunal, présentation des actions menées par la communautés de communes, bilan des actions mutualisées des 3 offices, témoignages de professionnels engagés pour un tourisme responsable



RAPPEL de SERVICES

Widget pour les partenaires

Toutes les données gérées par l'office (animations et partenaires) peuvent remonter automatiquement sur les sites des partenaires. Simple & pratique !

Service de site internet clé en main

Solution Weebnb, un site Internet automatiquement généré et mis à jour à partir de la base de données de l'office. Les hébergeurs partenaires munis de leur propre site bénéficient ainsi d'une visibilité & mettent en avant leur bien sur différents canaux de distribution. Toujours dans l'objectif de valoriser la destination vers le plus grand nombre, la remontée des disponibilités est automatique sur le site internet de l'office de tourisme.

Cendriers de poche

Distribué à tous les établissements de plage à leur ouverture par le service mer & littoral de la mairie, à la demande à l'accueil et chez les hébergeurs professionnels partenaires.

Set de table pour les enfants

Offerts aux restaurants partenaires avec pot à l'effigie du Lavandou et crayons, le set de table avec différents jeux permet aux enfants de patienter tout en s'amusant.

ACCOMPAGNER
& LABELLISER

Plus que jamais le tourisme lavandourain est placé sous le thème de la qualité d'accueil & de services, un enjeu essentiel pour le tourisme de demain.

L'accompagnement des partenaires est un véritable enjeu dans l'offre de services de l'Office. L'obtention d'une certification n'est pas nécessaire, il s'agit de placer les clients au coeur de notre stratégie d'accueil et de visite du territoire, de déployer un système structuré, de nous organiser autour de pratiques constructives. Ces actions communes permettent à tous de devenir agile, de gagner en efficacité et de s'adapter plus facilement à la demande des clients, au marché et aux évolutions.

*Signe de qualité
Gage de confiance
et de satisfaction
pour nos clients
et futurs visiteurs*

07

ACCUEIL VELO



Filière commune MPM suivie par l'OTI, audit, animation & coordination
Plan intercommunal des activités de pleine nature (PIAPN) suivi par CCMPM
pour 401.9 km d'itinéraires validés

La France est la **2ème destination mondiale**
du tourisme à vélo

22 millions de Français font du vélo
pendant leurs vacances

ACCUEIL VELO est la **marque nationale** qui garantit un accueil, des services et des équipements spécifiques adaptés aux besoins des touristes à vélo le long des itinéraires cyclables en France.



6 catégories de professionnels peuvent adhérer au dispositif :

- hébergement touristique
- loueur professionnel de vélo
- réparateur de vélo
- office de tourisme
- site touristique
- restaurateur

L'Office de tourisme du Lavandou, en partenariat avec l'Office de tourisme intercommunal, accompagne les prestataires au développement de leurs services et équipements pour mieux accueillir les cyclistes.

En 2023, 7 professionnels du Lavandou ont demandé un accompagnement. Après analyse des critères du référentiel puis une visite de contrôle, **2 d'entre eux ont intégré un réseau composé de 13 professionnels marqués au Lavandou** et une cinquantaine sur territoire intercommunal (soit 30% de l'offre varoise) :

Catégorie loueur-réparateur

Loc Rétro Cavalière
Nova Loc



Remise officielle de plaques aux nouveaux labellisés et réunion Club Accueil Vélo le 16/03/2023
au Village vacances Azureva, La Londe-les-Maures

Communication & promotion

Actualisation du **mini-guide Pédaler en Méditerranée Portes des Maures**

- > fournit toutes les informations utiles sur la pratique pour conseiller et accompagner le touriste à vélo.
- > distribué à tous les labellisés et dans les offices de tourisme

Création d'une **page Internet** dédiée

Participation au **salon Roc d'Azur** à Fréjus

- > incontournable pour les acteurs du cycle et du VTT avec plus de 100 000 visiteurs et 300 exposants.



VIGNOBLES ET DECOUVERTES

Filière commune MPM suivie par l'OTI, audit, animation & coordination



10 millions d'oenotouristes en France [7]

Pour l'oenotouriste, le vin participe principalement à sa recherche de découverte d'une destination, il a au moins eu une pratique de découverte du vin et des vignobles (dégustation, visite, musée, ...) lors de son séjour vacances.

Créé en 2009, le label **Vignobles & Découvertes** est attribué pour une durée de 3 ans par Atout France, après recommandation du Conseil Supérieur de l'Oenotourisme, à une destination à vocation touristique et viticole proposant une offre complète de produits touristiques (hébergement, restauration, visite de cave et dégustation, musée, événements ...), correspondant à une pratique de séjour, pertinente sur la thématique du vignoble, et de qualité.

La marque vise ainsi à développer la mise en réseau, favoriser l'émergence et la valorisation de produits qualifiés en cohérence avec les nouvelles attentes et pratiques des clientèles touristiques sensibles à l'oenotourisme.

Elle constitue une garantie du niveau de qualité des prestations et permet aux acteurs du tourisme comme du vin de proposer une offre complète de **plus de 110 prestations touristiques complémentaires** (viticulteurs, hébergeurs, restaurateurs...).

[7] en 2016, 58% de Français. 40% venus majoritairement déguster, 24% venus découvrir le patrimoine, 20% dont le vignoble est le motif déterminant du séjour, 16% dits "experts" à la recherche de tout l'univers du vin.

- 72** territoires labellisés en France, 8 en Région Sud, dont **5 varois** :
- Provence Verte & Verdon, territoire labellisé en mai 2014
 - Bandol, Sud Sainte Baume, en 2017
 - Dracénie, terre de Provence, en 2017
 - **Méditerranée Porte des Maures, mai 2022**
 - Coeur du Var, en 2023.

11 établissements engagés au Lavandou :

- Domaine viticole : Domaine de l'Anglade
- Activités : Vedettes Iles d'Or, Azur élégance taxi, Guide conférencière Sandrine Masachs, Petit train du Lavandou
- Hébergement : chambre d'hôtes Villa Thalassa, hôtel California***, Village de vacances*** Domaine d'Aiguebelle USSIM
- Restaurant : Planches & Gamelles, (ex) Chez Laurent, Tam Tam
- Patrimoine : centre d'art Villa Théo.



Remise officielle de plaques au nouveau labellisé
le 18/10/2023

Réunions du Comité de pilotage les 27/03 & 16/06, à La Londe-les-Maures

Communication & promotion

- Carte oenotouristique intercommunale
- Livret *Expériences Oenotouristiques*
- Création de page Internet dédiée
- Salons et rencontre :

Fascinant Week-end les 19-22/10/2023

Salon Destination Vignobles (tous les 2 ans).



FRANCE STATION NAUTIQUE

Filière commune MPM suivie par l'OTI / CCMPM, dossier de candidature, animation & coordination



Réseau de 26 stations nautiques littorales, fluviales ou lacustres en France

Etendu sur près de **250 communes**

Tous les stations nautiques certifiées répondent aux mêmes critères de qualité, partagent les mêmes valeurs et la même ambition : promouvoir la pratique d'activités nautiques auprès de tous les publics, quel que soit leur âge et leur niveau d'autonomie physique ou de niveau de pratique.

Le label garantit un niveau de performance de la station par le respect de **9 engagements** :

- Une organisation locale concertée
- Un accueil permanent et facilement accessible
- Une information claire, valide et adaptée
- Des animations nombreuses et diversifiées
- Une démarche de respect de l'environnement
- Une commercialisation organisée
- Une écoute au service de la qualité
- Une offre nautique multiple et permanente
- Des services et des infrastructures adaptés

LABEL attribué à Méditerranée Porte des Maures en 2023 pour 5 ans

et rejoint ainsi les 6 stations labellisés varoises : Saint-Cyr-sur-mer, Sanary-sur-mer, Cavalaire-sur-mer, Fréjus, Saint-Raphaël.

MARQUE QUALITE TOURISME



Depuis 2016, l'Office de tourisme s'investit dans une démarche qualité exigeante et respecte les engagements nationaux de la marque Qualité Tourisme™ délivrée pour une durée de 5 ans.

La démarche vise à :

- garantir la satisfaction des personnes accueillies par une écoute client adaptée, le traitement des réclamations, suivi de l'e-reputation
- améliorer l'organisation interne au moyen d'outils de pilotage
- mobiliser les équipes et favoriser l'intégration de nouveaux collaborateurs et saisonniers
- favoriser la transversalité des échanges et la communication interne / externe avec les différents acteurs du tourisme du territoire.

En prévision du renouvellement en 2024 afin de préparer au mieux l'équipe de l'office de tourisme, un audit blanc a été réalisé en octobre 2023, puis un accompagnement sur-mesure par cabinet spécialisé dans l'accompagnement et la qualification des entreprises et de leurs équipes.

Suivi de la satisfaction clients

98.2% juge le personnel de l'Office **disponible et attentif** à leur demande

“ *Personnel très à l'écoute et aimable* ”
“ *Très bon accueil* ”

4,7 / 5 note générale sur les services de l'Office

Informations les plus recherchées :

1. Agenda des animations
2. Informations touristiques
3. services pratiques
suivi des réservations d'activités.

Dans le questionnaire de satisfaction précédent, nous avons sondé sur les services de billetterie de loisirs Amusez-vous. En 2023 au profit de la mise en place d'une nouvelle direction au service animations, l'office a sondé sur les **animations proposées par la ville** :

Informations obtenues sur les **animations** via :

1. Accueil de l'Office de tourisme - 44%
2. Site Internet de l'Office de tourisme - 37%
3. Affichage (en ville, hôtel, ...) - 24%
suivi du bouche à oreille.

4,1 / 5 note générale sur les animations de la ville

TOP 5 des animations les plus appréciées :

1. Visite découvertes et randonnée - 15%
2. Soirée animée et concert - 14%
3. Feu d'artifices - 14%
4. Exposition à la Villa Théo - 13%
5. Marché et brocante - 9%
suivi par corsos, sport sur la plage, chasse aux trésors

Animations souhaitées pendant leur séjour :

Soirée dansante/ à thème, concert, animations sportives, découverte nature/balade, feux d'artifice, animations pour les jeunes / enfants, ...

Marque Qualité tourisme - Partenaires

Proposé par la directrice et accepté en comité de direction par délibération n°2022/3, l'office de tourisme accompagne à l'obtention de la marque qualité tourisme avec la CCI du Var les professionnels du tourisme du territoire.

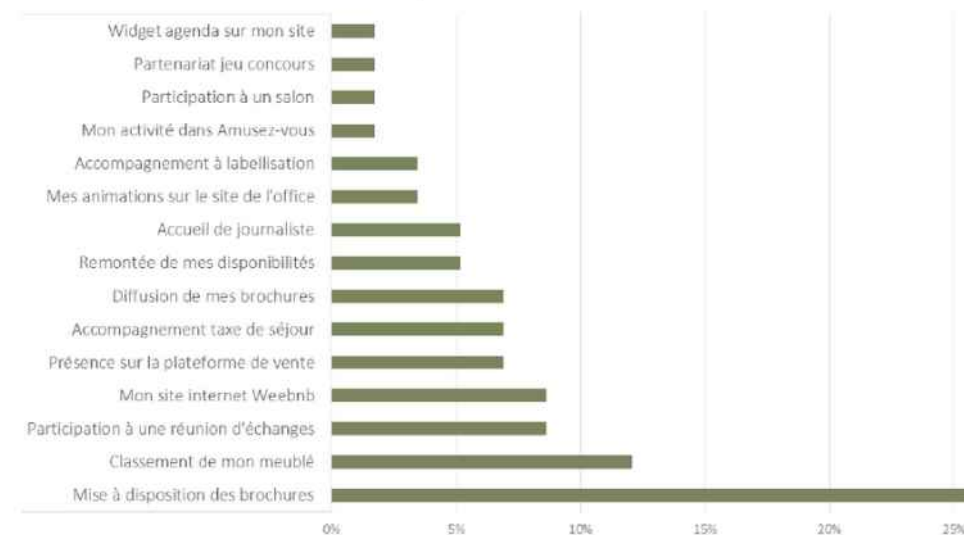
Catégories professionnelles pouvant profiter de cet accompagnement : Hébergements touristiques, Caveaux et points de vente, Activités et prestataires de loisirs, Sites touristiques, Restaurateurs.

1 établissement a renouvelé la marque : hôtel** Le California
3 établissements candidateront prochainement pour son obtention : Village vacances*** La Grande Bastide, hôtel***Méditerranée, Hôtel*** La Petite Bohème.

Suivi de la satisfaction partenaires

4,5 / 5 note générale sur les services de l'Office

Services de l'Office les plus utilisés :



Etude de la satisfaction des prestataires Amusez-vous :

- 100% des prestataires Amusez-vous sont très satisfaits de l'édition
- 100% très satisfaits de la mise en avant gratuite de leur établissement
- 100% satisfaits du personnel quant aux informations transmises au client et en amont lors de la préparation
- 86% très satisfaits du nombre de ventes effectuées

Groupe qualité de destination

Critères obligatoires 155 à 159 du référentiel de la Marque qualité tourisme

Outil d'amélioration continue à l'échelle de la destination, le groupe se réunit au moins 1 fois par an, échange et recherche de solutions sur la base des remontées clients.

Les réclamations sont traitées avec les différentes parties impliquées, l'Office ne prenant pas position.

Les remarques, suggestions, dysfonctionnements à l'échelle de la destination sont analysés et font l'objet de décisions d'action le cas échéant. Un suivi des actions est réalisé.

Membres volontaires par délibération n°2020.24

Pour l'Office de tourisme : S. Berenger, référente qualité -

L. Aléonard, directrice - L. Cretella, présidente

Elus et acteurs du tourisme représentants des filières économiques

: N. Christien, V. Pasturel, J.-L. Felizia, N. Gerbe, C. Dufresne, S.

Moraian, B. Casta, J. Ferrari.

+ invités des services de la mairie selon les sujets.

Sujets suivis lors de la réunion du 04/12/2023

Par thématique, voici les remarques et suggestions exprimées par les visiteurs remontés par les divers outils mis en place par l'office :

Infrastructure : sanisette hors service/ +nb, bus (fréquence, retard ou complet) & manque navette, +borne de recharge électrique

Animations : Retours positifs sur les concerts/ sport sur la plage, feu d'artifices, expositions, chasses au trésor à l'office, & souhaits :

animations pour jeunes, soirée dansante, + d'animations en septembre.

Environnement : nuisance sonore, manque plage autorisée aux chiens, signalétique sur site sur fermeture des massifs, +point collecte déchets.

4 réclamations traitées par l'office de tourisme en 2023

concernant la ville & un hébergement. Toutes sont traitées selon une procédure qui informe les différentes parties impliquées ; l'Office ne prenant pas position. Une rencontre peut être envisagée avec le prestataire si des réclamations sont récurrentes.

Service classement des meublés de tourisme

214 classements effectués en 2023

Dont :

112 meublés de tourisme classés 1 ou 2 étoiles

65 meublés de tourisme classés 3 étoiles

37 meublés de tourisme classés 4 étoiles

5 meublés de tourisme classés 5 étoiles

Soit :

173 titres émis vers la Trésorerie

830 classements effectués depuis la mise en place du service à l'Office de tourisme en 2019.

Organisme de contrôle agréé

Le service de classements des meublés a été renouvelé pour l'inspection des meublés en octobre 2023 pour 5 ans sur dossier et audit sur site.

OFFICE DE TOURISME sous forme EPIC

Etablissement public à caractère industriel et commercial

Structure de droit public rattachée à la collectivité territoriale, la commune du Lavandou, son fonctionnement est organisé par le code du tourisme et le code des collectivités territoriales.

Son régime juridique est mixte :

- Le statut de l'EPIC relève du droit public : création, organisation, contrôle, ...
- L'activité de l'EPIC relève du droit privé : personnel, relations fournisseurs, relations clients, ...



Une équipe de professionnel(le)s au service du tourisme local

Tous les collaborateurs sont des metteurs en scène de l'offre touristique du territoire. Ils mettent en valeur le patrimoine, l'environnement, les activités, ... et partagent notre *Lavandouceur de vivre* !

9 employés à l'année

De bas en haut et de gauche à droite :

Sandrine Berenger - Responsable accueil, référente qualité, référente classement des meublés

Lucie Aléonard - Directrice

Johanne Suire - Conseillère en séjour

Christophe Castex - Conseiller en séjour, régie publicitaire

Candice Capron - Conseillère en séjour, chargée de promotion

Sybillé Rouquié - Régisseuse de la taxe de séjour, comptable

Christelle Gandolphe - Chargée de projets E-tourisme

Caroline Guerard - Régisseuse, référente Amusez-vous et labellisation

Lola Pradelli (abs) - Animatrice de commerces, de la plateforme de vente



EN QUELQUES CHIFFRES

4 CDD dont 1 en alternance

5 stagiaires accueillis
Alisson en janvier (BTS Tourisme), Paris en mars (Bac Pro Métiers de l'accueil), Juliette en avril (Lic. 1 Administration publique : management public), Charlotte en mai (Bac Pro Assistante à la Gestion des Organisations et de leurs Activités - AGOrA), Lina en décembre (Bac Pro AGOrA).

19 réunions d'équipe

21 visites d'établissements / d'exposition, inaugurations, eductours sur le territoire varois

16 webinaires
(logiciels, outils, filières et marchés, ...)

11 ateliers inter et intra, formations internes

4 formations agréées
L'équipe suit des formations régulièrement pour entretenir, approfondir ses connaissances et développer les compétences nécessaires à l'évolution des divers métiers.

BUDGET

Synthèse comparée du compte administratif 2023

	2020	2021	2022	2023	variation
DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT					
Charges à caractère général	170 992,31	591 364,17	729 548,59	1 257 435,72	72 %
Charges de personnel	287 646,30	354 396,35	358 175,53	416 675,03	16 %
Charges diverses de gestion	40 279,13	34 897,58	45 833,96	76 488,60	67 %
Charges exceptionnelles	0,00		230 626,00	497,90	-100 %
Opérations d'ordre	27 793,39	14 583,21	14 477,61	8 450,33	-56 %
TOTAUX	526 711,13	995 241,31	1 378 661,69	1 759 547,58	27 %
RECETTES DE FONCTIONNEMENT					
Atténuation de charges	12 324,60	8 956,21	3 370,62	7 754,93	130 %
Produits des services	35 725,68	105 462,21	118 752,02	123 206,07	4 %
Produit taxe de séjour	649 690,44	610 140,00	1 300 530,06	1 047 105,57	-19 %
Produits exceptionnels	12 208,10	28 942,97	239 328,19	1 181,63	-100 %
Reports N-1	646 643,70	829 884,43	715 429,38	859 778,17	47 %
TOTAUX	1 356 592,52	1 583 385,82	2 377 410,27	2 045 866,59	-9 %
Résultat de fonctionnement	829 881,39	588 144,51	998 748,58	279 478,79	-67 %
DÉPENSES D'ÉQUIPEMENT					
Dépenses d'équipement	15 774,63	20 761,58	14 477,61	29 524,80	104 %
TOTAUX	15 774,63	20 761,58	14 477,61	29 524,80	104 %
RECETTES D'INVESTISSEMENT					
Opérations d'ordre	27 793,39	14 583,21	14 477,61	8 450,33	-56 %
Excédent capitalisé	0,00				
Solde reporté	121 444,48	133 463,24	127 284,87	132 130,83	4 %
TOTAUX	149 237,87	148 046,45	141 762,48	140 580,74	-4 %
Solde investissement	133 463,24	127 284,87	127 284,87	111 056,36	-16 %
Résultat cumulé	963 344,63	715 429,38	1 126 033,45	390 535,15	-60 %

TAXE DE SEJOUR

La recette de l'Office de tourisme est principalement le reversement de la taxe de séjour répartie de la manière suivante :

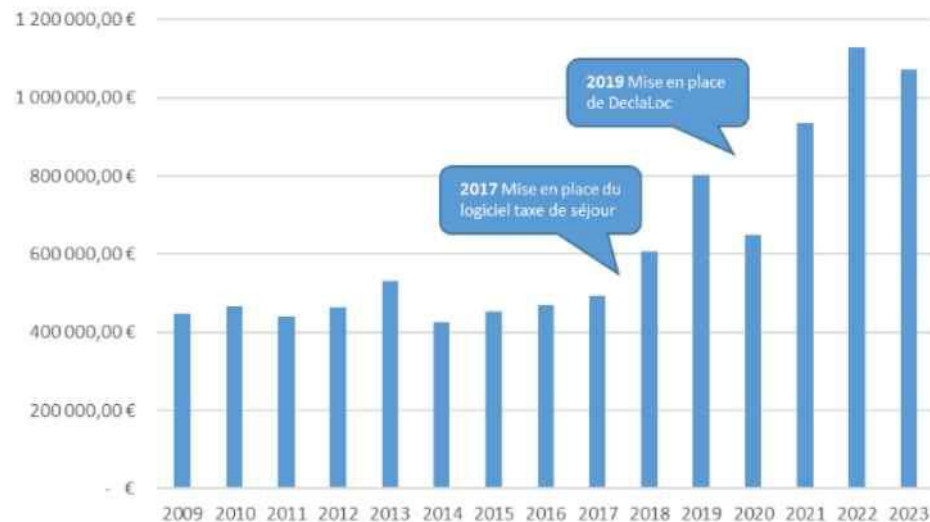
Type hébergement	Nb hébergements actifs	Nb de lits	Nb de nuitées déclarées	Montants déclarés (taxe communale + taxes additionnelles)
Opérateurs numériques	-	-	-	430 020,98 €
Hôtel de tourisme	34	1 921	182 105	430 941,69 €
Meublé de tourisme	2 270	11 077	-	345 100,55 €
Village de vacances - Résidence de tourisme	6	1 836	122 364	195 586,19 €
Terrain de camping, caravanage	14	1 652	174 069	90 256,82 €
Chambre d'hôtes	11	46	1 918	2 121,75 €
Port de plaisance	-	-	-	1 362,71 €
TOTAUX	2 335	16 532	480 456	1 495 390,69 €

592 meublés de tourisme déclarés en 2023

Nous retrouvons une stabilité dans la déclaration des meublés de tourisme par rapport à 2022.

Rappel 2022 : contrôle du numéro d'enregistrement sur les annonces des opérateurs numériques ayant entraîné une forte hausse des déclarations.

Taxe de séjour (part communale)



+142% Evolution de la taxe de séjour sur 7 ans

Cette forte progression s'explique par la mise en place d'un outil logiciel performant permettant l'automatisation des déclarations et des relances, outil stratégique clé opérationnel en 2017. L'impact de ce projet est fort et durable puisque l'office a vu sa recette principale augmenter de manière significative depuis cette date, renforcé en 2019 par la mise en place des procédures de changement d'usage et d'enregistrement des meublés de tourisme et l'augmentation des tarifs.

Ces ressources supplémentaires sont consacrées à des projets de promotion de la destination et de ses acteurs par l'office comme, de manière élargie, à des projets culturels et d'animations touristiques de la commune.

COMITÉ DE DIRECTION

Organe délibérant de l'Office

Son rôle : élire un président & vice-président, délibérer sur les questions sur le fonctionnement de l'office de tourisme (budget, actions, projets, tarifs, ...)

Ce groupe est composé de 16 membres titulaires ainsi que de 16 suppléants en fonction pour la mandature 2020-2026 sa composition est définie par la collectivité de tutelle. :

- **9 membres élus du Conseil municipal** (9 titulaires / 9 suppléants)
- **7 membres représentant les secteurs de l'activité touristique** du territoire : hôtellerie, agence immobilière, loueur en meublé, activités-loisirs, restaurants ou commerçants, ...

Les membres du comité de direction

Elu(e)

Laurence Cretella - 3ème Adjointe au maire en charge du tourisme, du commerce et de l'artisanat

Julie Roig - Conseillère municipale

Patrick Le Sage - Adjoint au maire en charge des quartiers

Jean-François Isaïa - Conseiller municipal

Nicolas Coll - Conseiller municipal

Johann Koch - Conseiller municipal

Sandra Bianchi - Conseillère municipale

Valérie Pasturel - Conseillère municipale

Jean-Laurent Felizia - Conseiller municipal

Suppléant(e)

Corinne Tillard

Carole Mamain

Nicole Gerbe

Jacques Bompas

Nathalie Christien

Philippe Grandveaud

Cédric Roux

Franck Giorgi

Gilles Collin

Représentant(e) socio professionnel

Stéphanie Maestrale - Commerçante bien-être

Clémence Dufresne - Restauratrice

Sabine Bonifacio - Gérante d'établissement de plage

Franck Courtier - Hôtelier

Laurent Augustin - Moniteur centre de plongée

Maurice Stasio - Commerçant caviste

Anna Bonafos - Commerçante chausseur

Suppléant(e)

Olivier Juste - Restaurateur

Brigitte Casta - Commerçante fleuriste

Tristan Bonis - Cinéma

Pierre Podda - Hôtelier

Jonathan Ferrari - Restaurateur

Laurence Augier - Commerçante

Alexandra Bayet - Commerçante toiletteur canin



Présidente de l'Office de tourisme du Lavandou
Laurence Cretella

Vice-présidente
Julie Roig



LES ACTIONS DE L'OFFICE

La presse en parle !

LE LAVANDOU

Tourisme : « Fiers de promouvoir notre cadre de vie »

Présenté et approuvé au dernier conseil municipal du 24 mai, le rapport d'activité 2022 de l'office du tourisme (et de son bureau de Cavalière) conforte la mise en œuvre de projets structurants aux impacts forts et durables. Un fonctionnement dynamique, géré en EPIC (établissement public industriel et commercial), que préside l'adjointe, Laurence Cretella. Avec la directrice, Lucie Aléonard, sont évoquées les actions de promotion touristique du Lavandou.

Pouvez-vous nous donner quelques chiffres sur cette année de référence ?
Ne serait-ce que durant les vacances d'été, l'équipe a accueilli plus de 87 000

personnes à l'office du centre-ville et au bureau du quartier de Cavalière. Un chiffre en hausse par rapport à 2021. Quant au site internet de l'OT, il a compté sur l'année passée plus de 380 000 visiteurs avec un pic de 6 234 demandes le 31 juillet. Toujours en chiffres, rappelons la création d'une campagne de promotion qui, dans un jeu de mots « Lavandouceur de vivre », résume parfaitement notre cadre de vie idyllique que nous sommes fiers de promouvoir et partager. Il en a résulté 1,7 million de vues avec, en parallèle, la reconstitution d'un affichage dans le métro parisien et lillois, sur des bus et dans des grandes



La directrice de l'office de tourisme (avec le rapport en mains), et une partie de l'équipe. (Photo F. B.)

gares. Nous avons repris les salons du tourisme en un stand unique d'intercommunalité pour plus de visibilité sur nos destinations voisines. Deux films, réalisés par Guillaume Voiturier, ont atteint respectivement une audience de 200 000 et

410 000 personnes. Et, pour la première fois, un film promotionnel du Lavandou a été diffusé dans plus de vingt salles de cinéma du groupe Noé. Un programme complété par des vidéos de commerçants sur leurs établissements.

Et sur les réseaux sociaux, quel impact ?
Là aussi nous menons une forte animation sur Facebook avec 30 000 fans en 2022 et 160 publications. Toujours à l'affût de nouvelles tendances, l'office a créé un compte Tiktok avec 42 vidéos publiées. Sur Instagram, nous avons aussi un bon retour, toujours en termes de

visibilité. Ajoutons des jeux concours en partenariat avec nos partenaires de l'office.

D'autres retours sur investissement ?
Celui du billetterie « Amuse-lacuelle » prestataire leur a permis d'activer un chiffre de 73 900 € pas oublia labellisé « Velo », ce « Vignob découvrir classeme appartier exercés p

LA LONDE

Méditerranée Porte des Maures lance sa saison touristique



Tous les acteurs du tourisme intercommunal réunis sur la scène d'Odalys. (Photo C. M.)

« Seul, on va plus vite. Ensemble, on va plus loin ». Telle était la philosophie de cette rencontre professionnelle qui a réuni, samedi 10 juin, au centre Odalys, près de soixante entreprises présentes dans les six communes de l'intercommunalité Méditerranée Porte des Maures. Une rencontre en deux temps forts. En première lieu, la présentation des actions en cours pour l'année 2023, soutenues par les institutions locales et le département, animation de la qualité et des enjeux du durable... Une intervention également du président du Comité régional de tourisme Provence Alpes Côte d'Azur François de Caron, de son club qui a son ancrage dans l'emploi, la solidarité, de l'Agence de développement touristique. Une tournée et son réseau Destination Var, nous d'un « speed meeting », afin de

créer des liens et des partenariats entre intervenants et prestataires d'activités et de loisirs, de productions... Cette réunion aura permis de préparer au mieux une saison touristique 2023 qui s'annonce d'être et déjà très prometteuse. À présent, le rendez-vous est donné : prêt pour l'été, nous accueillons nos visiteurs avec le bilan de saison au mois d'octobre. C. M.

LE LAVANDOU

EN IMAGE

Les guides du tourisme sont disponibles



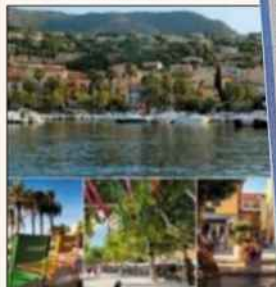
Une agréable station balnéaire qui n'a pas plus de secret pour un séjour ou des vacances en consultant ces deux revues permettant de mieux connaître les lieux en un bref, se détendre, savourer, se ressourcer tout en

LAVANDOU

VU, LU, ENTENDU...

La cité des dauphins plus beau centre-ville de France ?

Durant cette semaine, l'office de tourisme soumet quatre photos du Lavandou au vote du public sur son Facebook [1]. La photo remportant le plus de « j'aime » représentera la commune en septembre au concours national des plus beaux centres-villes commerçants, organisé par la Fédération Nationale des Centres-Villes (FNCV). Une première participation dont les votes se clôtureront lundi 19 juin à 11 h.



F. B.

LE LAVANDOU

Une invitation en images pour un « Lavandouceur »

En complément d'un panel d'éditions diverses, l'office de tourisme vient de créer sa brochure touristique 2023 destinée à une clientèle encore inédite sur sa destination de vacances. L'actuelle édition incitant à un « Lavandouceur » se veut une véritable invitation au voyage et à la découverte du Lavandou avec ses spécificités entre terre et mer et ses nombreuses facettes. Largement diffusée dans les salons du tourisme en France et à l'étranger, elle est également disponible à l'accueil de l'office de la station.



Après 1 500 kilomètres à pied, en traversant la France au nom de la bipolarité, Hugo Mary, jeune Grenoblois, se voit remettre le diplôme de 1ère place : Morleau (Doubs) et Emée (Mayenne)
2ème place : Masevaux Niederbruck (Haut-Rhin)
3ème place : Le Lavandou (Var)

Le 3ème plus beau centre-ville commerçant

Toulon 3ème du concours des plus beaux centres-villes commerçants de France

Toulon termine 3ème du concours des plus beaux centres-villes commerçants de France, dernière flexi et Stoubaour. Voir plus

LE LAVANDOU

Au top 30 des réservations, la station bien placée

En prenant en compte leur capacité touristique et parmi des petites et moyennes villes françaises, on retrouve dans le palmarès « Top 30 - France » du site de réservations Holidu : Bandol... Le Lavandou ! Deux stations balnéaires très prisées par les touristes dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur. C'est avec une réelle satisfaction que l'office du tourisme du Lavandou a enregistré ce classement. La directrice, Lucie Aléonard, donne l'objectif de cette étude : « Il s'agit de sortir des sentiers battus en essayant de proposer à leurs utilisateurs d'autres destinations que, les capitales ou les grosses métropoles. Ceci pour faire découvrir la France pittoresque en mettant en avant des communes pittoresques de charme et d'authenticité qui gagnent à être connues. »



Le long du quai Baptiste Pins avec la rose des vents. (Photo F. B.)

Agum en ces premiers mois de 2022 sur pe charme néaire où l'on dans le Clair, s les plus de min ticole, d'art e De qui séjout 30 des recen du lit:

LE LAVANDOU

Le terroir sur une plateforme novatrice



Réunion d'information en présence des commerçants de Lavandou. (Photo F. B.)

« Lors d'un récent bilan de la saison touristique 2022, l'office de tourisme a proposé un rendez-vous de concertation dans l'Espace Culturel à l'occasion d'une réunion présidée par le maire, Gilles Boudry, et son adjointe au tourisme, Laurence Cretella. Devant une quarantaine de commerçants du Lavandou un projet commercial en ligne, réalisé par la société Animateur-Artiste, a été l'objet d'une présentation de plusieurs concepts de plateformes complémentaires à l'offre de services de la station. Ce projet a été présenté aux commerçants de Lavandou qui ont pu échanger avec les intervenants et poser des questions. »

« Tout cela avec un compte, un accès au paiement pour les réservations, restaurants, commerces, activités de loisirs avec adhésion gratuite et de tarifs technologiques de 4,5 % par transaction. Avant que la plateforme soit lancée, il y aura en premier lieu durant ce mois de mai, un recueil des besoins, afin qu'un paramétrage des modules de plateformes. Dans un second temps, en avril, la formation et les ateliers de réflexion seront organisés à la plateforme. Pour faire la mise en ligne de cette dernière s'effectuera en juin. Pour la fin de cette plateforme, Lucie Pradier, responsable commerciale de l'office de tourisme appuiera toutes les idées et réalisations pratiques. Et le maire de conclure : « Elle sera une plateforme innovante pour nos visiteurs et nos commerçants. »

LE LAVANDOU

Hugo Mary a relevé le défi de 1 500 km à pied



Un bel accueil pour un exploit de sensibilisation à la bipolarité.

deux étaient heureux et fiers d'accueillir les petits-déjeuners et le maire adjoint aux sports, Roland Berger. Lucie Aléonard, directrice de l'office du tourisme et, bien sûr une

grande partie des membres de sa famille. « Avant à venir de son frère à une épreuve sportive, j'ai souhaité, en mesurant de ce projet, transmettre mon message au plus grand

nombre » a déclaré Hugo, en soulignant retrouver très vite leur lieu de résidence au quartier de Saint-Clair avant une agréable balade dans la Méditerranée.

F. B.

Merci

A toute l'**Equipe** de l'office du tourisme pour son travail et son dévouement tout au long de l'année.

A nos **Partenaires, Visiteurs, et Internautes** qui nous suivent sur les réseaux sociaux.

La Présidente

Office de tourisme du Lavandou

