

Rapport D'ACTIVITÉS 2024

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	



73 602

personnes accueillies en 2024^[1]

327

jours d'ouverture au public

2 BUREAUX

1 bureau permanent en centre-ville

1 bureau d'informations estival à
Cavalière

1 ACCUEIL HORS LES MURS

Centre Ville place du marché le
jeudi matin

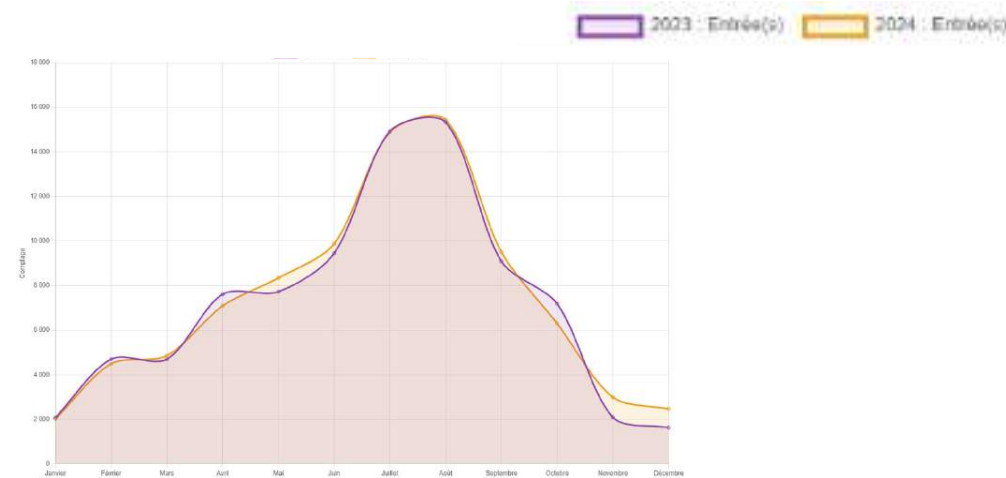


PIC ANNUEL

719 personnes accueillies
le jeudi 15 août

[1] Compteur porte Winflow
[2] GRC Avizi

Fréquentation de l'Office de Tourisme - accueil principal



Un accueil professionnel toute l'année.

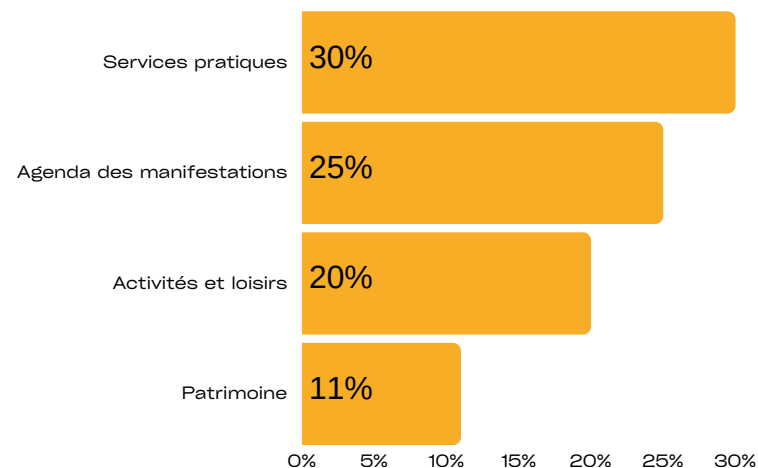
34 282

demandes en 2024^[2]

26 858

demandes renseignées au comptoir

TOP des demandes



6 673
appels répondus

190
mails traités



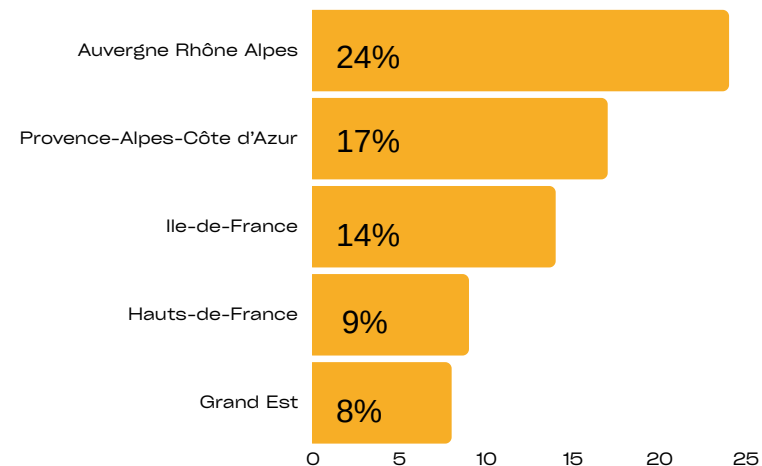
Les **outils numériques** au service de l'accueil des visiteurs :

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

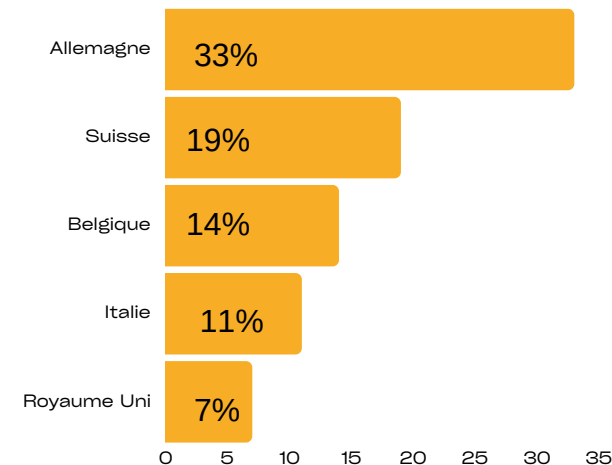
Newsletters clients avec le programme des animations.



87% de visiteurs français



13% de visiteurs étrangers



Le LAVANDOU en quelques chiffres [2]:

4,7 millions
de nuitées touristiques

500 000
touristes accueillis

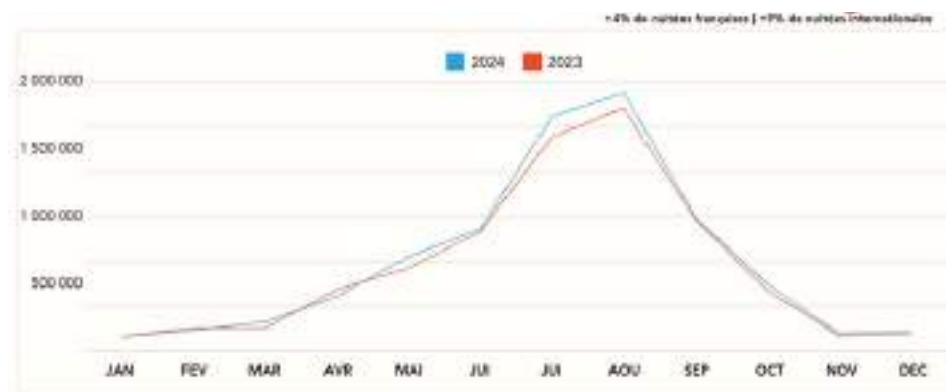
260 millions
d'euros de consommations touristiques

9,5 jours
durée moyenne du séjour

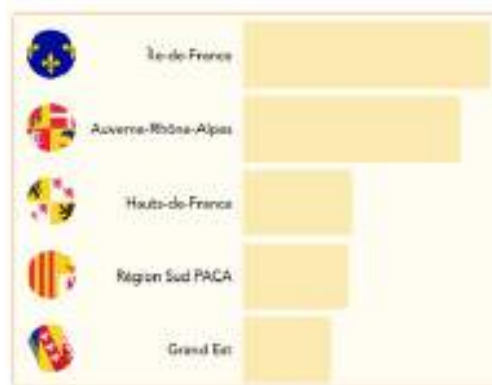
Observatoire de la fréquentation touristique Le Lavandou

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 +6%



TOP 5 des principales régions



TOP 5 des principaux pays

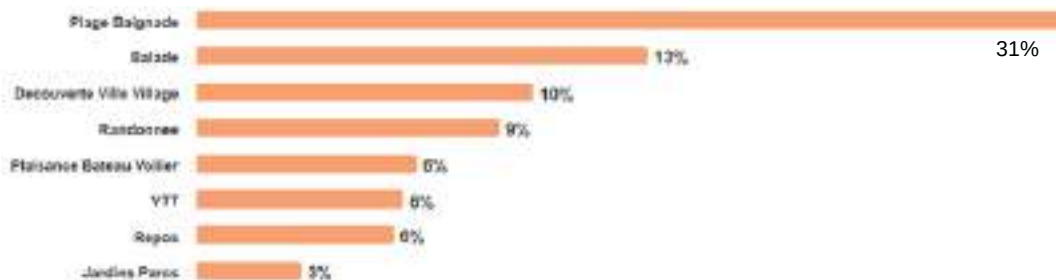




+ 41%
de Clientèle CSP+

+ 48%
de Clientèle famille/amis avec enfants

Activités pratiquées lors des séjours



[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 ce "*Lavandou piste bleu, piste verte*" 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.

GUIDE

"**pratique**" avec les attraits touristiques, activités/ loisirs, commerces et restaurants, qr-code des différents types d'hébergements de 44 pages tirés à 10 000 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*

5 000 ex - 52 pages

L'édition célèbre les 80 ans du débarquement en Provence avec des articles sur son histoire. Ce magazine répond aux attentes des visiteurs autour des loisirs et activités de plein air, la (re)découverte du patrimoine, la culture avec les expositions à la Villa Théo, les concerts de l'été, les 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 charte sans déchet plastique 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...*

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

Le chemin des Commandos

NEW



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.

Pages principales visitées :

- Tout l'agenda : **71 000 vues.**
- Page d'accueil : **43 000 vues.**
- Locations de vacances : **17 000 vues.**
- Île de Porquerolles : **15 000 vues.**
- Marchés provençaux : **13 000 vues**

2:20 min

la durée moyenne d'une visite

10% de taux de conversion vers les sites partenaires

87% de visiteurs français

14% 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.

554 mots clés positionnés en position 1

1464 mots clés positionnés en position 2 à 5

Soit un volume de recherche mensuel de 225 510 pour la position 1 et 584 650 pour la position 2 à 5.

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 11 au 14/01/2024
- Salon des vacances à Bruxelles (Belgique) du 1 au 4/02/2024
- F.RE.E (Salon des loisirs et du voyage) à Munich (Allemagne) du 14 au 18/02/2024
- Salon ID week-end - Marseille du 16 au 18/02/2025
- Salon International de l'Agriculture à Paris du 24 au 28/02/2024
- Salon du Randonneur à Lyon du 22 au 24/03/2024
- ID weekend à Nice du 5 au 7/04/2024
- Festival Envie d'ailleurs à Mouans Sartoux du 13 au 14/04/2024
- Handica à Lyon du 5 au 6/06/2024
- Roc d'Azur à Fréjus du 2 au 6/10/2024

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 Paris le 4/04/2024
- à Rome le 14/05/2024
- à Zurich le 21/11/2024

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 26 au 27/03/2024



LE
LA
VA
ND
OU

CET HIVER, FAITES-VOUS UNE PISTE BLEUE

Réservez dès maintenant sur
WWW.OT-LELAVANDOU.FR





PROMOUVOIR LE LAVANDOU

Campagne de notoriété par l'Office de tourisme

L'Office poursuit la dynamique de communication, valorise la station comme destination de choix toute l'année avec des paysages exceptionnels en France : Cet hiver, faites-vous une piste bleue... ou une piste verte !

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 et mars 2024 :

- Affichage DOOH : deux périodes (vidéo sur écran digital) dans Paris Gare de Lyon, Total 87 écrans (64125 vues)
- Affichage métro 40 faces + DOOH Paris Nord Ouest (14 400 vues).
- Affichage application SNCF Connect (3mois) : Clientèle ciblée Ile de France et Auvergne Rhône-Alpes (impressions garanties : 1 625K).
- Affichage bus Aix en Provence, Cannes, Nice, Marseille
- Publicité digitale au cœur 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.

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

Campagne de notoriété de l'Office de tourisme en partenariat avec ADT- Var Tourisme

En juin et septembre 2024, une campagne de communication sur “LE VAR, 365 jours de bonheur “ :

- Affichage DOOH métro parisien,
- Campagne pré-roll replay TF1+
- Campagne brand content Madame Le Figaro
- Le Var, invité d'honneur aux “Plaisirs d'Hiver” à Bruxelles



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.

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

Transat XXL

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

NEW

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

L'office de tourisme une stratégie digitale qui s'adapte :

- **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.



Les chiffres clés :

- **63 812** followers cumulés sur Facebook, Instagram, LinkedIn et TikTok
- **4 188 720 millions** d'impressions générées
- **344** publications au total.



PERFORMANCES

PAR PLATEFORME B TO C

FACEBOOK



Facebook

- Followers : 36 999 (+7 % vs 2023).
- Impressions : 3 140 161.
- Taux d'engagement moyen : 4,68 %.
- Publication la plus engageante :
Post sur le mimosa en hiver,
avec 102 660 personnes atteintes.

Instagram

- Followers : 24 422 (+10 %).
- Interactions : 84 205.
- Impressions : 1 017 339
- Stories publiées : 1 381, atteignant
1 393 496 vues cumulées.

INSTAGRAM



TIKTOK



TikTok

- En 2024 avec 29 vidéos publiées.
- Audience cible : Jeunes visiteurs et familles.
- Meilleur contenu : Vidéo de promotion du jardin éphémère (225.5K vues en 72 h).

LINKEDIN



LinkedIn

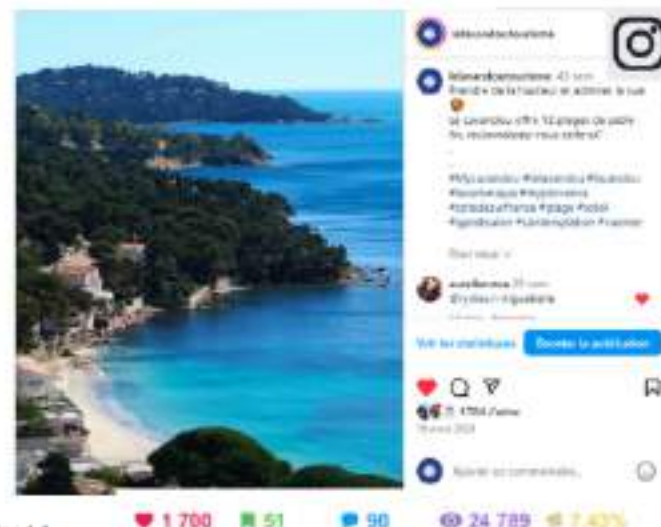
- Followers : 351 (+127 %).
- Impressions : 9 867.
- Taux d'engagement : 12,79 %.
- Publication la plus engageante : Retour sur la soirée des partenaires, avec 627 interactions.

TOP PUBLICATION PAR PLATEFORME

FACEBOOK



INSTAGRAM



TOP PUBLICATION PAR PLATEFORME

TIKTOK



TOP PUBLICATION PAR PLATEFORME



Office de tourisme du Lavandou
355 abonnés
7 mois •



LINKEDIN

[PROMOTION]

🎉 Cette année, nous célébrons un moment historique: les 80 ans du Débarquement de Provence!
Pour marquer cet anniversaire exceptionnel, les équipes de Var Tourisme VisitVar sont allées à la rencontre des habitants en Normandie et dans les Hauts-de-France. Une occasion merveilleuse de partager la richesse de notre patrimoine et de promouvoir notre magnifique région du Var & Le Lavandou 🌞
Un grand merci à Danaé Pestel qui a représenté les offices de tourisme de Office de tourisme du Lavandou, Office de Tourisme et des Loisirs Bormes les Mimosas & Office de tourisme intercommunal de la Londe les Maures, Cuers, Collobrières et Pierrefeu du Var

📸 Voici quelques images de Caen et d'Arromanches.
🌟 #DébarquementDeProvence #80Ans #LeVarUnique



29 0 2 143 658 26.44%

ANIMATION DES RESEAUX SOCIAUX

Jeu concours

Calendrier de l'Avent "Le Var l'Unique" en partenariat avec l'ADT

Campagnes sponsorisées

- Promotion **Corso Fleuri**
 - Impressions 98 919
- Promotion Concerts de l'été
 - Impressions 291 251
- Promotion Festival Théâtre de rue
 - Impressions 214 326

Promotions des évènements en vidéo

- Créer une dynamique communautaire à travers des vidéos de qualité pour promouvoir les événements phares du Lavandou.

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.



Le Lavandou - Tourisme est à Le Lavandou.
Sponsorisé

[A vos agendas]
Après le succès des concerts plage de l'été 2023 où Seal et The Dire Straits ... Voir plus



Vo... 39 commentaires 141 partages

J'aime Commenter Partager



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.

13 émissions radios

138 articles presse

12 accueils presse

3 Conférences de presse et workshop

à Rome, Paris, et 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 le Var des 4 saisons mis à l'honneur en 2024 par le département.



547 969 €
de participation financière



ANIMATIONS TOURISTIQUES

Corso fleuri

Panique au layet :
18 chars entourés de
compagnies artistiques



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 :

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



Zucchero (07/07) : le plus
bluesman des chanteurs italiens a
ravi + de 30 000 personnes

Umberto Tozzi (09/07) : Chanteur
de variété italienne a ravi + de
15 000 personnes

Les vendredis de l'été (7x)

Festival Théâtre de rue
spectacles, performances,
déambulations et jeux
sous le soleil d'octobre
(27-28/10)



Village et illuminations de Noël : plusieurs temps forts en fin d'année afin
d'offrir un Joyeux Noël au plus grand nombre, sujets lumineux et guirlandes,
concerts, parades, spectacles, produits artisanaux et restauration proposés
dans 15 chalets commerçants locaux.

Autres ANIMATIONS ...

Événement national

Journées du Patrimoine les 20 au 22/09/2024

Visite commentée de l'exposition Henri Manguin, au Soleil du Midi, à la Villa Théo

Samedi 21/09 à 10h30 & 14h30

Gratuit sur inscription à l'office

> 20 personnes à chaque visite (max atteint).

Ouverture de la **Villa Dollander** par la nouvelle propriétaire anglophone
une exposition de l'artiste australien Robert Pulie
Vendredi Samedi Dimanche 10h-13h / 14h-18h



Rendez-vous aux jardins les 1 et 2/06/2024

Visite des jardins de la ville par le service espaces verts

Samedi 01/06 à 9h/9h30 et 15h/15h30 dimanche à 10h -15h -16h

(5 en cœur de ville + 2 à Saint-Clair)

Gratuit sur inscription à l'office.

Fascinant Week-End du 17 au 20/10/2024



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

Événement départemental

Le Var, la Semaine Nature !

du 23/09 au 29/09/2024

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 juin.
En juillet, 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, balades thématiques, location paddle, pédalo, kayak).

Evénement local

Corso fleuri les 30 mars et 1er avril 2024

Pour créer un weekend corso sur 2 jours au lieu de 3 jours (intempéries), l'Office propose l'**animation** :

Atelier technique de fleurissement d'une structure de 14h30 à 18h,

8 autocaristes > 276 visiteurs en groupe.

59 annulations de visiteurs en groupe



Visite des hangars de construction des associations et bénévoles en action à 14h 15h et 16h30 sur inscription à l'office (max atteint).

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.

> **102 000 followers** au total de leurs communautés.

Et **publicité** gérée par l'Office :

- Radio France Bleu Provence (26 spots du 25 au 29/03/2024 et interview)
- Insertions Var matin
- Sponsoring Réseaux sociaux

Trail des 3 Dauphins le 05/05/2024

Newsletter de demande de dotation aux partenaires :

> Obtention de lots pour offrir aux gagnants

(réalisation des bons cadeau et impression)

Prise en charge de serviette : 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.



Kickboxing Choc des Gladiateurs le 20/07/2024

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

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 !

L'offre « Amusez-Vous ! », portée par l'office de tourisme, contribue activement à faire rayonner Le Lavandou et ses environs comme une destination de loisirs attractive, accessible et diversifiée.

Elle vise à :

- Mettre en valeur une large gamme d'activités locales pour séduire visiteurs et résidents ;
- Encourager la découverte de la culture, de la nature et du patrimoine local ;
- Soutenir l'économie touristique en dynamisant le réseau de partenaires ;
- Développer les ventes par une stratégie de diffusion multicanal et des actions de promotion ciblées.



111 219 €

de chiffres d'affaires (+44%/2023)

3 940

billets vendus

+de **90**

prestataires d'activités

+de **150** activités à prix réduits

1 brochure intercommunale avec vente de produits communs tirée à **43 000** 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 Domaine du Rayol - entrée

N°5 Cinéma Le Grand Bleu - ticket

Dans le **TOP 10** : karting, excursion en mer vers Saint-Tropez, sortie naturaliste en mer vers les cétacés, excursions en mer à bord d'un catamaran, Jardin Zoologique Tropical

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 Vedettes îles d'Or - Saint-Tropez

N°4 Vedettes îles d'Or - sortie naturaliste vers les cétacés

N°5 Caseneuve Maxi Catamaran

Dans le **TOP 10** : Domaine du Rayol, mini-golf exotique, randonnées en scooter des mers Jet 007, cinéma Le Grand Bleu, karting

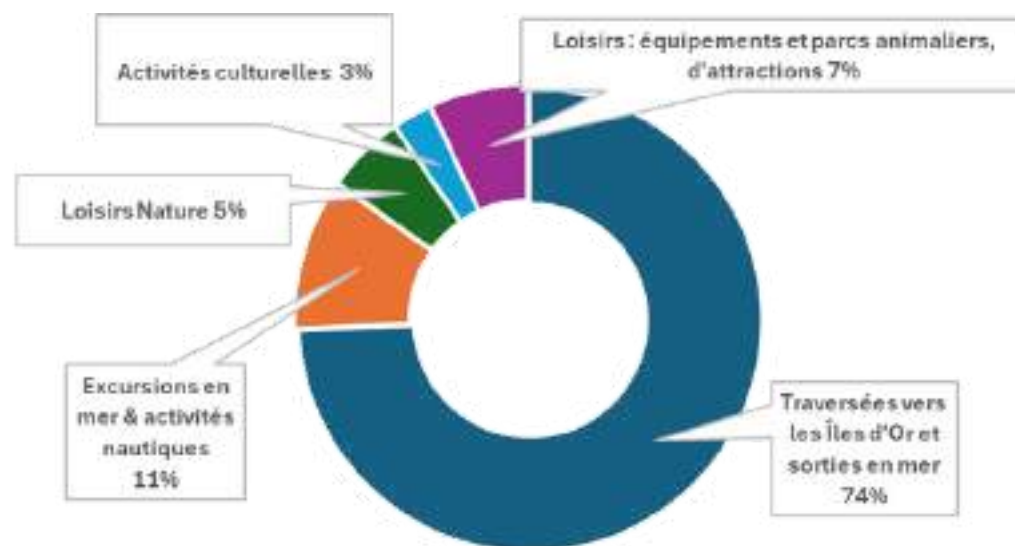
TOP MOIS

pour les ventes

AOUT & JUILLET

proportionnel à la fréquentation de l'Office

Répartition par typologie d'activité



Etude de la satisfaction des prestataires de loisirs Amusez-vous

100 % sont très satisfaits du personnel quant aux informations transmises au client et en amont lors de la préparation

94 % souhaitent reconduire le partenariat

88 % très satisfaits de la mise en avant gratuite de leur établissement

Dans la continuité des actions commerciales menées pour promouvoir les activités de loisirs, l'Office de Tourisme a également poursuivi le développement de sa boutique. Ce levier complémentaire permet d'amplifier l'expérience visiteur en proposant des produits identitaires, valorisant le territoire et ses savoir-faire.

BOUTIQUE

À l'été 2024, la boutique de l'Office de Tourisme s'est dotée d'une nouvelle offre de produits exclusifs valorisant l'artisanat local, l'identité du Lavandou et son patrimoine. Cette sélection, incluant notamment des objets liés à l'art de vivre, au textile et aux souvenirs, a été pensée pour offrir aux visiteurs un souvenir authentique, reflet de l'âme du territoire.

7 027 € TTC de chiffre d'affaires



TOP VENTE BOUTIQUE

en quantité

- N°1 Verres à vin **NEW**
- N°2 Carte des îles
- N°3 Affiches
- N°4 Cartes postales
- N°5 T-shirts/débardeurs Adidas

Dans le TOP 10 : carafe **NEW**, carnet **NEW**, pochette, sommelier **NEW**, hashtag MyLavandou

en chiffre d'affaires

- N°1 Affiches
- N°2 Carafe en verre **NEW**
- N°3 T-shirts et débardeurs Adidas
- N°4 Verres à vin **NEW**
- N°5 Carte des îles

Dans le TOP 10 : hashtag MyLavandou, cartes postales, chilienne, carnet **NEW**, sac de plage **NEW**

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.

53 460 € ht de chiffre d'affaires

Au total **la commercialisation** représente

123 206 € ht de chiffre d'affaires

1 266 transactions TPE

563 transactions en espèces

204 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.

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 2024.

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) :

> **74 newsletters** envoyées en 2024.

Editer le guide du partenaire annuel 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.



Informations	Site partenaire	Statut
Informations sur le site de l'établissement	Informations sur le site de l'établissement	Informations sur le site de l'établissement
Informations sur le site de l'établissement	Informations sur le site de l'établissement	Informations sur le site de l'établissement
Informations sur le site de l'établissement	Informations sur le site de l'établissement	Informations sur le site de l'établissement
Informations sur le site de l'établissement	Informations sur le site de l'établissement	Informations sur le site de l'établissement
Informations sur le site de l'établissement	Informations sur le site de l'établissement	Informations sur le site de l'établissement
Informations sur le site de l'établissement	Informations sur le site de l'établissement	Informations sur le site de l'établissement
Informations sur le site de l'établissement	Informations sur le site de l'établissement	Informations sur le site de l'établissement
Informations sur le site de l'établissement	Informations sur le site de l'établissement	Informations sur le site de l'établissement
Informations sur le site de l'établissement	Informations sur le site de l'établissement	Informations sur le site de l'établissement



Animation photoBooth - Soirée des partenaires

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.

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 *Fairquest*, 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 :

122 établissements du Lavandou

11 052 avis analysés en 2024

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



Rencontres pro du tourisme de l'intercommunalité le 05/02/2024

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 10/04/2024 des documentations touristiques au niveau départemental à la Base Nature de Fréjus.

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 02/07/2024 au Minigolf

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 de nos domaines viticoles.

Rencontre des professionnels du tourisme le 07/10/2024

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 2024.



Rencontre bilan de saison intercommunal le 17/12/2024

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

07

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*

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

21 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 & activité de loisirs
- restaurateur

En lien étroit avec l'Office de Tourisme Intercommunal, l'Office du Tourisme du Lavandou accompagne les professionnels du territoire dans l'amélioration de leurs services dédiés aux cyclistes.

Cet accompagnement porte à la fois sur l'analyse des critères d'éligibilité, le conseil en équipements et la valorisation des établissements via la marque nationale Accueil Vélo.

En 2024, 9 professionnels du Lavandou ont demandé un accompagnement. Après analyse des critères du référentiel puis une visite de contrôle, **4 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

Le Parc Camping de Pramousquier
Hôtel L'Escapade
Hôtel California
Meublé de Tourisme Les Floralties -
M Jean-Philippe DJAMDJIAN



Remise officielle de plaques aux nouveaux labellisés et réunion Club Accueil Vélo le 14/03/2024
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



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.

Quelques chiffres clés :

- 10 millions d'oenotouristes/an en France (+30 % en 7 ans)
- 5,2 milliards € de retombées économiques
- 42 % étrangers / 58 % Français

Créé en 2009 par Atout France, le label **Vignobles & Découvertes** vise à promouvoir les destinations viticoles proposant une offre touristique de qualité. Il distingue les territoires engagés dans :

- une démarche environnementale (agriculture raisonnée, bio ou biodynamique),
- une valorisation du patrimoine viticole et paysager,
- une offre diversifiée d'activités autour du vin (visites, dégustations, événements),
- un accueil toute l'année, multilingue,
- une appartenance à une AOC ou IGP, et à une Route des vins.

La destination Provence Méditerranée développe une offre œnotouristique ambitieuse en sollicitant une extension du label, déjà attribué en 2022 à Méditerranée Porte des Maures (MPM).

Cette démarche collaborative valorise la complémentarité entre les territoires pour créer **une vitrine d'excellence, durable et attractive, notamment à l'international, et en toutes saisons.**

La candidature commune concerne 11 communes de MPM, dont Le Lavandou, et d'autres de Provence Méditerranée (Hyères, La Crau, etc.), articulées autour des AOC Côtes de Provence La Londe & Pierrefeu.

75 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.

9 établissements engagés au Lavandou :

- Domaine viticole : Domaine de l'Anglade
- Activités : Vedettes Iles d'Or, Petit train du Lavandou
- Hébergement : chambre d'hôtes Villa Thalassa, hôtel California***, Village de vacances*** Domaine d'Aiguebelle USSIM
- Restaurant : Planches & Gamelles, La Farigoulette,
- Patrimoine : centre d'art Villa Théo.



Réunion du Comité de pilotage les 23/09/2024 à La Londe-les-Maures

Dépôt de candidature de renouvellement au label "Vignobles & Découvertes" en coopération des territoires de Méditerranée Porte des Maures et Provence Méditerranée

Communication & promotion

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

Fascinant Week-end les 17 au 20/10/2024
Salon Destination Vignobles 1-2/10/2024.



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 2024 le renouvellement la Marque Qualité Tourisme a été obtenu à 97% sans écarts.

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 animations proposées par la ville. En 2024 nous avons accès le questionnaire sur l'accessibilité des lieux d'accueil, la mise à disposition de la documentation, la prise de contact et la satisfaction des supports d'information.

Informations obtenues sur l'accueil :

1. Confort des lieux - 94%
2. Mise à disposition de la documentation - 80%
3. Prise de contact du conseiller en séjour - 87%

TOP 5 des animations les plus appréciées :

1. Les concerts sur la plage
2. Les sports sur la plage
3. Les marchés
4. Les pièces de théâtre
5. Couleurs provence

Animations souhaitées pendant leur séjour :

Soirée dansante/ à thème, concert, feux d'artifices, marchés artisanaux, 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.

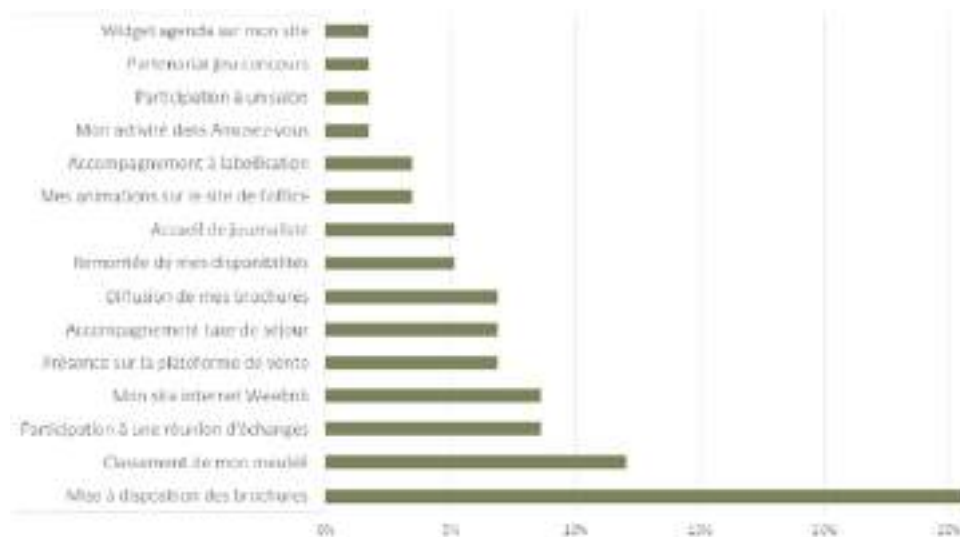
Catégories professionnelles pouvant profiter de cet accompagnement : Hébergements touristiques, Caveaux et points de vente, Activités et prestataires de loisirs, Sites touristiques, Restaurateurs.

1 établissement a renouvelé la marque : hôtel** Le California

Suivi de la satisfaction partenaires

4,2 / 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 du personnel quant aux informations transmises au client et en amont lors de la préparation
- 94 % souhaitent reconduire le partenariat
- 88% très satisfaits de la mise en avant gratuite de leur établissement

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 -

S. Rouquié, 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 31/01/2025

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, + parc à vélo côté plage anglade...

Animations : Retours positifs sur les concerts, les sports sur la plage, les feu d'artifices. Souhaits : + de marchés nocturnes, de feux d'artifices, d'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 2024

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

246 classements effectués en 2024

Dont :

161 meublés de tourisme classés 1 ou 2 étoiles

71 meublés de tourisme classés 3 étoiles

9 meublés de tourisme classés 4 étoiles

5 meublés de tourisme classés 5 étoiles

Soit :

178 titres émis vers la Trésorerie

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 engagement *pour Le Lavandou*.

10 employés en 2024 (à l'année et saisonniers)

De bas en haut et de gauche à droite :

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

Christophe Castex - Conseiller en séjour, régie publicitaire

Christelle Gandolphe - Chargée de projets E-tourisme

Evelyne Gastaldi - Conseillère en séjour

Lola Pradelli - Animatrice de commerces, de la plateforme de vente

Caroline Guerard - Régisseuse, référente Amusez-vous et labellisation

Victoria Bette-Girault - Conseillère en séjour, chargée de promotion

Sybille Rouquié Directrice - Régisseuse de la taxe de séjour, comptable

Johanne Suire (Abs) - Conseillère en séjour

Valentin Blanc (Abs) - Conseiller en séjour



EN QUELQUES CHIFFRES

- 5 CDD dont 1 en alternance
- 1 stagiaire accueillie
Lola en décembre (stage collègue).
- 13 réunions d'équipe
- 14 visites d'établissements / d'exposition,
inaugurations, eductours sur le territoire varois
- 16 webinaires
(logiciels, outils, filières et marchés, ...)
- 10 ateliers inter et intra, formations internes
- 2 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 2024

	2022	2023	2024	Variatio n
dépenses de fonctionnement				
charges à caractère général	729 548,59	1 257 435,72	940 676,65	-25%
charges de personnel	358 175,53	416 675,03	393 601,68	-6%
charges diverses de gestion	45 833,96	76 488,60	57 913,96	-24%
charges exceptionnelles	230 626,00	497,90	0,00	-100%
opérations d'ordre	19 323,57	8 450,33	15 354,04	82%
TOTAUX	1 383 507,65	1 759 547,58	1 407 546,33	-20%
recettes de fonctionnement				
atténuation de charges	3 370,62	7 754,93	651,52	-92%
produits des services	118 752,02	123 206,07	110 094,24	-11%
produit taxe de séjour	1 300 530,06	1 047 105,57	1 126 968,61	8%
produits exceptionnels	239 328,83	1 181,63	10 681,15	804%
reports N-1	588 144,51	859 778,17	279 478,79	-67%
TOTAUX	2 250 126,04	2 039 026,37	1 527 874,31	-25%
résultat de fonctionnement	866 618,39	279 478,79	120 327,98	-57%
dépenses d'équipement				
dépenses d'équipement	14 477,61	29 524,80	11 504,81	-61%
TOTAUX	14 477,61	29 524,80	11 504,81	-61%
recettes d'investissement				
opérations d'ordre	19 323,57	8 450,33	15 354,04	82%
excédent capitalisé				
solde reporté	127 284,87	132 130,83	111 056,36	-16%
TOTAUX	146 608,44	140 581,16	126 410,40	-10%
solde investissement	132 130,41	111 056,36	114 905,59	3%
résultat cumulé	998 748,80	390 535,15	235 233,57	-40%

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	-	-	-	455 141,77 €
Hôtel de tourisme	36	1 996	182 979	461 730,57 €
Meublé de tourisme	2 467	12 123	240 367	387 373,55 €
Village de vacances - Résidence de tourisme	6	1 840	117 314	209 197,92 €
Terrain de camping, caravanage	14	1 652	192 558	100 679,36 €
Chambre d'hôtes	12	50	1 889	2 051,60 €
Port de plaisance	-	-	7 212	2 091,48
TOTAUX	2 535	17 661	742 319	1 618 266,25 €

338 meublés de tourisme déclarés en 2024



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

chaussureur

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



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 Internauts** qui nous suivent sur les réseaux sociaux.

La Présidente

Office de tourisme du Lavandou

