

VISITEZ LE SHTANDART

LA GRANDE MOTTE du 15 au 18 mars



PREVISIONNEL D'ACTIVITES
2018

OFFICE DE TOURISME
LA GRANDE MOTTE

LES GRANDS AXES DE 2018

Depuis plusieurs années, l'essentiel des priorités ont porté sur l'image de La Grande Motte et sur le développement des services touristiques :

- sur l'image de La Grande Motte : les contenus innovants (Design, création artistique, codes culturels, publications, etc...) et le travail étroit avec la presse nationale ont porté leurs fruits, l'image de La Grande Motte a été largement valorisée.
- sur les services : billetterie, accueil visites guidées, boutique, commercialisation des loisirs, etc... les résultats ont été également au rendez-vous.

Fort de ces deux acquis, l'Office de Tourisme réoriente ses priorités pour les deux ou trois années prochaines, et une ouverture à des stratégies différentes, sans risquer de trop altérer ces acquis.

Il faudra veiller à ne pas « lâcher » trop longtemps sur la relation avec la presse nationale, car d'autres stations émergeront à la faveur de l'effacement de La Grande Motte, et nous pourrions avoir de grandes difficultés à reconquérir le terrain médiatique perdu. Or, il serait présomptueux de penser que l'image de La Grande Motte est définitivement sortie de sa « zone à risque » ; l'enjeu est trop important pour le prendre avec légèreté.

Mais il reste raisonnable de penser que les efforts déployés depuis 2011 vont permettre un effet d'entraînement pendant deux à trois ans, surtout si ce dernier est soutenu par des annonces nouvelles (Grand Site d'Occitanie, 50 ans, etc...).

Le budget 2018 est un budget qui intègre des efforts importants et qui adapte en conséquence ses actions pour essayer de garder un maximum d'efficacité immédiate (enjeu : saison 2018), et opérer un virage soutenable vers de nouvelles stratégies.

Les points saillants du budget et du plan d'action 2018 sont les suivants :

- Promotion de la destination:
 - **Une priorité pour 2018 la promotion du Tourisme d'Affaires :**
 - Action commerciale.
 - Conférence de presse nationale et voyage de presse
 - Promotion à la Destination Affaire (conférence de presse nationale).
 - **Mise en place d'une nouvelle stratégie numérique :** les blogs et la segmentation par l'expérientiel. Ce changement de stratégie promotionnelle, pour discret qu'il soit sera une véritable petite révolution. Nous passerons d'une logique de B to B (cible : la presse et les prescripteurs) à des outils de B to C (objectif : vente). Toute l'organisation de l'équipe sera bouleversée, le ton sera nouveau et les marqueurs seront commerciaux.
 - Suppression des opérations organisées pour la presse nationale (conférence de presse à Paris, agence de presse) et des contenus liés à ces actions (design, expos, etc...).

- La promotion à l'international (Russie/aéroport, Berlin/aéroport, traductions de nos outils numériques...) habituelle ne sera pas supportée par un budget mais par le label Grand Site Occitanie
- Poursuite des accueils de presse (Des Racines et des Ailes en 2018 ?).
- Effet de levier des 50 ans. Médiatisation au national + focus régional.
- Coopération avec la station des Arcs.

– Grand Site Occitanie :

La labellisation Grand Site d'Occitanie ne semble pas faire de doute.

Cette reconnaissance apportée à La Grande Motte, à travers le label Grand Site Occitanie, est à double portée. Il s'agit véritablement d'une chance, car nous bénéficierons d'un portage fort en promotion. La politique de valorisation des Grands Sites par la Région nous donnera véritablement de la visibilité au niveau régional, de la légitimité au niveau national et de l'attractivité à l'international.

Il s'agit en même temps d'une contrainte : le label est attribué sur la base de pré-requis mais aussi d'engagements. Engagements à développer les Visites Guidées, l'ambition internationale, la protection du patrimoine... Il faudra veiller à essayer de garder de la cohérence entre les contraintes et les engagements.

– Les services :

La baisse des effectifs saisonniers pour juillet et août aura un effet sur les services.

L'offre des Visites Guidées devrait être à la baisse (volume) à, ainsi que la billetterie et la distribution en ligne des loisirs. Les effectifs saisonniers sont maintenus sur la collecte de la Taxe de Séjour.

La mise en réseau des Grands Sites Occitanie pourrait, de son côté, générer peut-être des effets bénéfiques. Services nouveaux ?

– Animations :

Pointées du doigt lors du bilan 2017, les animations font l'objet en 2018 d'une véritable mobilisation : un budget en hausse de 50 000 € et un nouveau plan d'action.

- Des conventions de quartier à la hausse
- Des animations portées par l'Office de Tourisme durant tout l'été. Modestes en coût mais nombreuses et variées en nature (musique, graff, peinture, mimes...), elles devraient remplir leur double rôle : générer de l'attractivité et occuper l'espace public animatoire.
- Des vacances scolaires animées : Février, Pâques, Halloween... l'offre animatoire était devenue inexistante. Elle revient sur l'ensemble des vacances scolaires.

- Sport à la Plage : priorités également au bilan 2017, les animations sportives (et gratuites) de plage avaient disparu. Une offre est à l'étude pour 2018, dans un format peut-être payant et marketé autour du bien-être et du fitness.

– Evènements :

La Grande Motte continuera de tenir son rang sur les Nuits d'Or en 2018.

La politique événementielle montre à nouveau de l'ambition, à travers une programmation stratégique.

Trois grandes innovations :

- Escale à Sète

Une coopération avec le plus grand évènement d'Occitanie, en mode expérimental, qui pourrait positionner La Grande Motte en partenaire de premier plan par son offre hôtelière et sa capacité à innover.

Le Shtandart a pour objectif de servir de teaser à notre implication dans Escale à Sète, et à structurer un week-end en aile de saison.

- Pyramid Festival

Nouvelle cible, nouveau ton, nouvelle audace, le Pyramid Festival est un pari.

- Barefiit

Premier évènement incentive. Ambitieux et calculé.

– Réhabilitation des meublés :

Ce dossier, à fort potentiel d'innovation, peut devenir une priorité en 2018-2020 selon l'accompagnement dont il fera l'objet dans le cadre du Plan Littoral 21.

– La Grande Motte : station pilote innovation ?

La Grande Motte est sollicitée par Atout France et la Préfecture de l'Hérault pour être station pilote en matière d'innovation et d'ingénierie touristique. Le contenu de dossier sera précisé courant 2018.

– Projets d'aménagements et d'équipements touristiques :

Les deux à trois années d'adaptation aux contraintes budgétaires pourraient être mise à profit pour générer et /ou accompagner des projets et investissements privés structurants : équipements sportifs et de loisirs, aires dédiées aux pratiques nautiques, hôtellerie de plein air, tiers-lieux ?, etc...

ACCUEIL - INFORMATION

En 2018, nous diminuons pour des raisons budgétaires le nombre de saisonniers en juillet et août. Un seul saisonnier, au lieu de 3 en 2017, sera recruté. Nous maintenons budgétairement les deux postes de saisonniers longue durée (5 à 6 mois) mais ils seront compensés par une réorganisation interne.

Dans ce contexte et au vu de sa fréquentation très faible en 2017, le point d'information mobile ne sera pas maintenu en juillet et août selon son planning de présence habituelle dans les quartiers.

LES EDITIONS PRATIQUES : PLAN, GUIDE TOURISTIQUE, GUIDE D'HEBERGEMENT ET ANNUAIRE

Toujours financées par une régie publicitaire, l'identité visuelle sera revue en 2018. Les photos de Maïa Flore qui avaient servi à une exposition durant l'été 2016 seront utilisées comme couvertures de toutes nos éditions.

Lors de la reconduction du marché de la régie publicitaire, nous avons revu les quantités de chaque guide en fonction de la réalité de leur utilisation.

Une refonte du Guide Touristique est prévue en ajoutant plus d'activités et de découvertes afin de faire davantage connaître le territoire du Pays de l'Or à nos visiteurs.

-Guide hébergement : Parution en Janvier, 4 000 exemplaires

-Plan : Parution 01 Mars, 55 000 exemplaires

-Annuaire : Parution fin mai, 10 000 exemplaires

-Guide touristique : Parution fin Mai, 16 000 exemplaires

Le plan
Map | Stadtplan
2018 - 2019



L'annuaire
Phone book | Telefonbuch
2018 - 2019



© Photo: Maïa Flore / Pflaggsand - Agence VU'



© Photo: Maïa Flore / Pflaggsand - Agence VU'



L'hébergement
Accommodation | Unterkunft
2018 - 2019



© Photo: Maïa Flore / Pflaggsand - Agence VU'



Le guide des vacances
Holiday guide
2018 - 2019



© Photo: Maïa Flore / Pflaggsand - Agence VU'



VISITES GUIDEES

Formation d'un autre conseiller en séjour au guidage et à la gestion des visites guidées. A terme, l'Office de Tourisme aura donc deux guides en interne

Cependant, en raison de la diminution des postes de saisonniers en juillet et août le volume de visites guidées proposées va certainement diminuer en haute saison.

Visites guidées individuelles

Même dispositif que 2017

- *"La Grande Motte, cité des sables"*:
Visite guidée pédestre de 2h qui permet de découvrir l'histoire et la symbolique de la ville à travers le quartier du levant.
- *"La Grande Motte à vélo"*:
Balade écologique et ludique de 2h qui fait découvrir l'architecture, la symbolique et l'environnement des différents quartiers de La Grande Motte.
- *"Photo Walk"* :
Pendant 2h et en compagnie d'un photographe professionnel, profitez de conseils et d'astuces pour maîtriser votre appareil photo et capter au mieux l'architecture unique de La Grande Motte.
- *"La Grande Motte depuis la mer"*:
A bord du Catamaran et durant 1/2 heure, découvrez la célèbre skyline de La Grande Motte et son architecture audacieuse depuis la mer.
- *"Attention au départ"*:
La visite guidée en Petit train d'1h30 permet de découvrir le patrimoine architectural et environnemental de la station au travers de ses différents quartiers.
- *"A la découverte des tortues marines"*:
Lors de cette visite d'1h30, le CESTMED vous aide à mieux comprendre cet animal protégé et par chance vous pourriez en apercevoir quelques-unes.
- *"Que laisse la mer sur son rivage?"*:
En compagnie d'une guide nature, découvrez la faune et la flore qui peuplent les rivages de la station balnéaire durant 2h.
- *"La Sorcière de Teotihuacan"*:
En compagnie d'une guide, les enfants partent à la chasse aux énigmes et découvrent en s'amusant l'architecture et la nature de La Grande Motte.

Visites guidées groupes

Dans le but d'intensifier la venue de groupes d'affaires, d'autocaristes ou d'associations nous avons décidé de créer un outil de démarchage de ce public : une brochure présentant notre station et notre offre en matière de visites guidées de groupes afin de diffuser l'information de notre offre au plus grand nombre.

Au sein de cette brochure nous avons également inséré une présentation de La Grande Motte en tant que « destination affaires » afin d'attirer l'attention des « lecteurs entreprises » et de leur donner toutes les informations nécessaires à la préparation de leur venue à La Grande Motte. » .



Cette brochure sera diffusée par mail auprès d'autocaristes et d'associations notamment et sera donnée lors de toute demande de visites guidées groupes.

BILLETTERIE ET COMMERCIALISATION DES LOISIRS

En plus des produits traditionnels, la billetterie commercialisera également cette année, les visites guidées du Shtandart et les billets pour les bateaux pour Escalade à Sète.

En prévision également dans les nouveautés les billets pour le Pyramid Festival et éventuellement un système d'accès hebdomadaire à des activités sportives sur la plage ; c'est l'organisation du travail qui dira si la billetterie peut assumer ces deux actions.

BOUTIQUE

COLLECTIONS

La boutique devient de plus en plus une destination/ un rendez-vous ;

Nos visiteurs attendent un renouvellement des produits et apprécient toujours d'avoir plus de choix dans les produits.

Pour cette année, 2 collections prévues

- Collection spéciale « 50 ans »
- Collection « Gorille » (destinée à priori aux enfants)

Et également des magnets « rétro »

OPERATION DE COMMUNICATION

Une opération de communication est également prévue et sera dévoilée en cours d'année.

GROUPES & TOURISME D'AFFAIRES

Afin de répondre à la demande des groupes, la boutique souhaite mettre en place un catalogue exhaustif des produits sous format PDF téléchargeable.

- Création d'un canevas sous Indesign
- Prise de photos des produits (photos « studio » & « mise en scène »)
- Mise à jour régulière à chaque rentrée et/ou sortie de produits.

LA TAXE DE SEJOUR ET LES MEUBLES (QUALIFICATION ET CONTROLES DE LA TAXE DE SEJOUR)

Objectif 2018 : poursuivre le contrôle et la taxation des meublés des particuliers

- Identifier et fiscaliser autant de meublés qu'en 2016 et 2017 (environ 250 par an)
- Maintenir le niveau de croissance du montant de la Taxe de Séjour collectée auprès des particuliers
- Cibler de nouveaux secteurs géographiques de La Grande Motte en 2018
- Actionner la phase des contentieux : Actions en régularisation
- Terminer les taxations d'office actionnées

Pour rappel, en 2017 nous avons sollicité un cabinet d'avocat afin d'effectuer une mission d'assistance juridique pour la sécurisation et l'amélioration de l'efficacité juridique des procédures de contrôle des déclarations, de recouvrement, de mise en œuvre des sanctions fiscales et pénales et/ou civiles, poursuites et procédures de taxation d'office en matière de taxe de séjour. Des contentieux ont été entamés pour 2 particuliers et 1 professionnel.

Deux mises en demeure ont été expédiées aux particuliers, la prochaine étape en cas de non réponse sera la taxation d'office.

Un avis de taxation d'office a été expédié pour le professionnel, en cas de non réponse ou de non règlement le contentieux passerait par un recouvrement des sommes de la part des administrations fiscales compétentes et pourrait faire l'objet d'une procédure devant les tribunaux.

Un avocat nous accompagne dans la procédure judiciaire.

La véritable réforme pour 2018 est celle de la collecte de la TS par les plateformes de réservation. Il est possible que dès 2018 qu'Airbnb collecte directement pour la reverser à la commune. Cette mutation posera la question de la transparence des données et du tarif TS pour les meublés non classés.

PROMOTION : UN VIRAGE VERS LE NUMERIQUE

PROMOUVOIR LA DESTINATION A TRAVERS LE NUMERIQUE ET UNE NOUVELLE STRATEGIE DE CONTENUS WEB

Le blog et le site Internet, repositionner notre stratégie.

Notre site Internet va être adapté à notre nouvel outil : le blog de La Grande Motte. Ce blog sera une version « contenu » de notre site actuel, il proposera des articles, des reportages, des photos et des vidéos,

Il permettra un échange avec l'internaute, des retours d'expériences, etc. Grâce à cette nouvelle stratégie de content marketing notre objectif est évidemment de surfer sur la vague des bloggeurs et de fournir à l'internaute le contenu qu'il recherche, que ce soit dans la forme ou dans le fond, mais c'est également une façon d'améliorer notre référencement sur le web et de donner une nouvelle ampleur à notre communication.

Les objectifs du blog :

- Intensifier notre présence sur le web
- Améliorer et réorienter notre référencement
- Favoriser le trafic entre le site, les réseaux sociaux et le blog
- Capturer de façon indirecte de nouveaux prospects grâce à l'utilisation de mots clés en lien avec les intérêts de nos cibles (ex : vacances dans le sud, plage méditerranéenne famille, etc.)
- Liberté de contenu, ton plus « friendly » et moins institutionnel
- Met en valeur toutes les facettes de la destination et désencombre le site web
- « Guest blogging » : laisser la parole à des influenceurs pour atteindre un public encore plus large

Globalement, toutes ces actions vont nous permettre d'intensifier notre présence sur le web d'une part mais surtout de qualifier notre présence, c'est-à-dire de cibler directement les internautes qui sont de potentiels clients.

Exemples de sujets :

- La Grande Motte insolite : nos 10 lieux à ne pas rater
- Que faire en novembre à La Grande Motte ?
- On a testé : la visite photowalk ou comment découvrir la ville à travers votre objectif
- Top 10 des plus beaux couchers de soleil de La Grande Motte
- On a testé : un brunch en famille sur un catamaran à La Grande Motte

Exemples de blog tourisme :

- Biscarosse : <https://www.livebisca.com/>
- Bordeaux : <https://www.unairdebordeaux.fr/>
- Cannes : <https://blog.cannes-destination.com/fr/>
- Bassin d'Arcachon : <https://www.bassin-arcachon.com/blog-et-actus/>
- Lege Cap Ferret : <https://lege-capferret.les-escapades.fr/>

LE BLOG DE BISCAROSSE
#LIVEBISCA
 & DES GRANDS LACS

[AU TOP](#) [A TESTER SANS ATTENDRE](#) [LES DÉCOUVERTES](#) [EN LIVE](#)

RECHERCHER



Une journée 100 % oxygénation après les fêtes

PAR SABINE 10 JANVIER 2018

[ACCUEIL](#) > [A TESTER](#)

A tester



On a testé le char à voile à Biscarosse !

Parce que nous sommes casse-cous et amatrices de sensations fortes, nous sommes parties tester le char à voile sur la plage de Biscarosse. Au programme : beaucoup de vent, de la vitesse et quelques fous rires mémorables ! Je voulais partager cette...

RECHERCHER



ARTICLES RÉCENTS

- LIVE D'UNE MATINÉE ENNEIGÉE À L'OcéAN
- BISCAROSSE, LES GRANDS LACS & L'AMOUR : TOUTES NOS IDÉES POUR UNE SAINT-VALENTIN RÉUSSIE !
- UNE JOURNÉE 100 % OXYGÉNATION APRÈS LES FÊTES
- NOËL EN FAMILLE AVANT L'HEURE SUR LES GRANDS LACS
- NOTRE SÉLECTION DE GOURMANDISES POUR UN RÉVEILLON DE NOËL À BISCAROSSE ET SUR LES GRANDS LACS !



J'ai testé le stand-up paddle et la pirogue chez Yak'Ocean à Sanguinet !

A TESTER

PAR KARIM 1 AOÛT 2017 0 COMMENTAIRES

ACCUEIL > A TESTER > J'AI TESTÉ LE STAND-UP PADDLE ET LA PIROGUE CHEZ YAK'OCEAN À SANGUINET !

Vous commencez à me connaître, pendant mes vacances, j'essaye toujours de tester de nouveaux sports ou activités ! Et les vacances à Biscarrosse et sur les Grands Lacs sont l'occasion rêvée de tester de nouvelles activités nautiques ! D'ailleurs, j'avais envie de partager avec vous mon expérience chez Yak'Ocean sur la plage du Caton de Sanguinet où

RECHERCHEZ

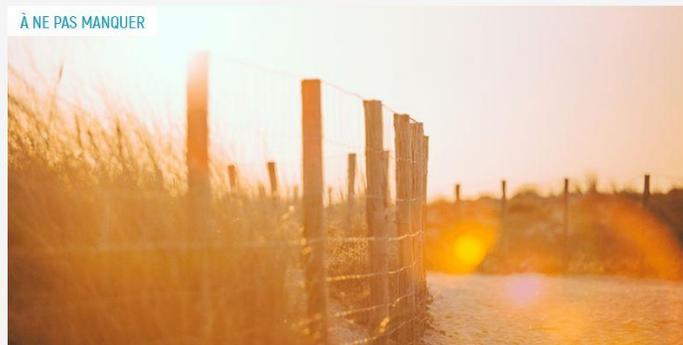


ARTICLES RÉCENTS

BLOG ET ACTUS



Accueil > Blog et actus



À NE PAS MANQUER

Les couchers de soleil du Bassin d'Arcachon

IDÉES ET INSPIRATIONS par Marion, ambassadrice du Bassin d'Arcachon



On fête la Chandeleur et Mardi Gras !



Pour les noctambules, célébrez Halloween à Cannes !



Top 10 des bo Halloween pour grand

Visite guidée – Il était une fois Cannes

par Alison © 18 septembre 2017 ≡ Découverte ♡ 2

PARTAGEZ MOI



Intensifier notre présence sur les réseaux sociaux

L'objectif principal de 2018 est d'être plus présent et de se démarquer sur le web à travers nos outils actuels mais également à travers de nouveaux outils. Les réseaux sociaux prendront une importance non négligeable et seront au cœur de la promotion de la station avec notamment un rythme de publication plus important et davantage de campagnes sponsorisées sur nos comptes Facebook et Instagram.

L'application patrimoine : faire vivre l'application

L'application « Le Mystère des Pyramides » est toujours disponible sur les plateformes de téléchargement Android et Apple et fera l'objet de nouvelles actions de promotion. Après les visites guidées pour le parcours jeunesse en 2017, l'Office de Tourisme souhaite mettre en place des visites accompagnées pour le parcours adulte.

Engager une coopération à long terme avec les Arcs

Les deux stations ont beaucoup de similitudes dans leur histoire : même génération dans l'Aménagement du Territoire, même geste architectural visionnaire (Jean Balladur et Charlotte Perriand), même urbanisme audacieux, mêmes inspirations universelles (Le Corbusier)...

Beaucoup de similitudes également dans leur parcours laborieux vers la renaissance culturelle et architecturale.

Enfin, beaucoup d'enjeux similaires sur la réhabilitation des meublés et la patrimonialisation.

Une coopération politique et technique pourrait générer des effets bénéfiques réciproques en plusieurs domaines : espace médiatique national, reconnaissance culturelle, réhabilitation de l'immobilier de loisirs, promotion touristique, etc...

Cette coopération devrait débiter officiellement en 2018 à la faveur des 50 ans... des deux stations !

EDITIONS : LES GUIDES DE PROMOTION : FUSIONNER LES BROCHURES PAPIERS

Cette transition vers plus de Web impliquera donc une réduction des brochures papiers, ainsi les trois guides « Nature », « Architecture » et « Mer » fusionneront pour devenir un seul et même guide de promotion de la station. Ce guide permettra au visiteur, au vacancier ou au grand-mottois de trouver des informations sur le patrimoine de La Grande Motte, ses loisirs, ses lieux et symboles cachés, une nouvelle façon de découvrir la station en autonomie tout en étant guidé par l'Office de Tourisme.

Un guide retravaillé et une nouveauté

Deux outils de promotion papiers seront retravaillés : d'une part le guide des balades, l'un des best-sellers de la boutique, sera mis à jour et réactualisé dans sa partie graphique, d'autre part un flyer de présentation de la destination sera réalisé afin de promouvoir la station dans sa globalité.

ATTIRER LES PHOTOGRAPHES, LES MARQUES ET LES ARTISTES

La stratégie consistera à nourrir les réseaux (Instagram etc.) de photos et vidéos, à démarcher les agences événementielles et à communiquer dans les réseaux spécialisés (mode, cinéma ...)

Pour rappel deux projets par exemple ont démarré en 2017 :

- La station, par son esthétisme fort, intéresse les marques comme l'Atelier Février (mobilier) qui a réalisé quelques repérages en 2017 afin de réaliser son prochain shooting sur des lieux emblématiques de La Grande Motte.
- **Deux photographes allemands Andrea Vollmer et Michael Kuchinke-Hofer accueillis également en 2017 préparent un projet qui verra le jour en 2018.**

PROMOTION DU NAUTISME : LE NAUTIPASS

Le Nautipass est un produit qui s'installe de plus en plus auprès de la clientèle estivale.

La carte partenaire qui a permis sa diffusion à une plus grande échelle sera renouvelée et le démarchage commercial sera intensifié sur des zones périphériques telles que le Gard, l'arrière-pays de Montpellier, etc. et sur des cibles nouvelles notamment une cible « affaire ».

Le positionnement instauré en 2017 sera poursuivi afin d'installer encore plus les slogans et les visuels dans l'esprit du public. La nouveauté sera de permettre aux agences immobilières qui proposent d'ores-et-déjà le « Pass Multiloisirs » à leurs clients d'ajouter à leur offre le pack Nautipass.

L'orientation web de cette année nous permettra d'orienter la communication du Nautipass autour de l'accueil d'un blogueur ou de nouveaux contenus web plus expérientiels.

PROMOTION DE L'AXE NATURE : LE RUCHER PEDAGOGIQUE LGM

Historique :

- 2016 : Projet de management Abeilles
- 2017 : Visites guidées au grand public avec vente de miel
- 2018 : Rucher pédagogique

Aujourd'hui, nous avons 4 ruches installées sur la presqu'île du Ponant. L'installation comprend un tunnel d'observation.



Ce rucher est un rucher pédagogique. Il s'adressera essentiellement aux grands mottois en 2018.



Visites Guidées : Pour les grands-mottois - d'avril à octobre

→ Gratuites :

- Services de la ville (espaces verts – Police Municipale - OT)
- Pompiers

→ Payantes :

- Associations (tarifs groupes)
- Les grands-mottois

Frelons asiatiques :

Nous allons aussi sensibiliser les grands-mottois à notre combat contre les frelons asiatiques, notamment à travers le Bulletin d'Informations Municipales



Miel :

Vente de pots de miel à la Boutique

Le rucher LGM est à la fois un outil de management interne, un outil pédagogique à destination des visiteurs (et des grands-mottois) et au contenu de l'axe Nature de la ville

CLIENTELE INTERNATIONALE

Nous restons en relation avec l'aéroport de Montpellier. Nous faisons toujours partie du groupe de travail.

L'OT essaiera de bénéficier des actions portées par l'ADT et de la promotion internationale du label Grand Site Occitanie.

LES RELATIONS DE PRESSE

Les relations de presse seront globalement à la baisse pour obéir aux contraintes budgétaires

Les efforts seront concentrés sur le Tourisme d’Affaires. Dans ce domaine, une conférence de presse et un voyage de presse autour de la presse spécialisée nationale devraient avoir lieu.

Nos actions habituelles depuis quelques années ne seront pas renouvelées. Ces opérations étaient structurées autour de contenus innovants, destinés à séduire la presse nationale et à prouver la capacité d’innovation de La Grande Motte. La conférence de presse à Paris et les voyages de presse à La Grande Motte étaient les moments les plus forts.

L’image de la station à travers les articles de presse reste cependant l’une de nos priorités. Si La Grande Motte est de plus en plus reconnue dans la presse nationale elle ne relâche pas pour autant ses efforts notamment auprès de nouvelles cibles. Cette année avec l’arrivée du Pyramid Festival ce sont des médias pointus de l’univers musical que nous accueillerons. Les thèmes du tourisme et de l’architecture resteront des thèmes récurrents, mais « au fil de l’eau ».

Le budget des accueils de presse est maintenu.

Il faut s’attendre à ce que La Grande Motte fasse l’objet de moins de rédactionnels dans les médias Art de Vivre, Architecture ou Economie du fait de sa position 2018 « en retrait ». Néanmoins, la célébration des 50 ans devrait créer un focus bénéfique et pourrait utilement se substituer à l’action de presse habituelle.

Une émission très importante pour l’image notamment architecturale de notre ville devrait être réalisée en 2018 : Des Racines et Des Ailes. Nous travaillons pour obtenir cette réalisation depuis des années.

Cette année l’accent est mis sur le développement du tourisme d’affaires avec d’une part des actions de prospection commerciale et d’autre part des actions de promotion.

Concernant la promotion, plusieurs actions sont prévues :



EDITIONS / SUPPORTS :

Mise à jour de la **brochure LGMDA** (deux options) :

Création d’une **plaquette destinée à une consultation « online »** dont le but serait de simplifier la lecture sur ordinateur et surtout sur mobile : Moins de textes, positionner les informations essentielles de façon à ce qu’un client potentiel puisse identifier ce qu’il recherche dès la lecture du document.

Création d’un « template » Powerpoint pour envoi de propositions aux clients potentiels.

L’objectif est de donner envie au client en illustrant la proposition contrairement à l’envoi d’un simple devis qui n’a aucun pouvoir de séduction.

Permet aussi de répondre aux demandes plus rapidement et de manière plus professionnelle.

WEB et contenus :

Création d’un profil LinkedIn professionnel :

- Plus de visibilité, d’échanges et d’interactions : relais de toutes les manifestations qui se déroulent au Palais des Congrès
- Permet de parler des derniers congrès / séminaires qui ont eu lieu et de faire du lien avec les clients pour agrandir notre réseau

Missionner un photographe durant un congrès qui aura lieu dans l’année pour avoir de beaux visuels avec des clients, une scénographie.

- Plus vendeur que des photos du palais vide
- Permet aux prospects de visualiser le potentiel du lieu

Prendre systématiquement **des photos** durant les événements qui ont lieu au Palais :

- Les relayer sur LinkedIn
- Alimenter notre photothèque
- Alimenter nos offres commerciales

Refonte du Site Web

Nous allons regrouper le site congrès et le site LGMDA sous le site congrès (nom de domaine lagrandemotte-congres.com qui enregistre de meilleures statistiques de fréquentation

- Mise en avant du palais mais aussi des autres lieux de réception
- Mise en avant de la destination (activités, Visites Guidées...)

MARKETING:

Création d'offres packagées

- Produit d'appel qui par sa simplicité peut séduire et/ou donner des idées à des prospects
- L'intérêt du package pour un client est l'avantage prix. La combinaison des prestations doit être moins chère que le total des prestations prises séparément.
- Peut être décliné pour tout style d'occasion (Exemple : Arbre de Noël où les entreprises n'ont pas forcément le temps de chercher et privilégient les offres clés en main)
- Nous permettra de vendre le palais dans notre communication (intégration des packs sur le site web, promotion sur les réseaux sociaux, e-mailing...)

Réalisation d'eductours :

- 2-3 jours avec des prospects qualifiés
- Bassin géographique ciblé : Toulouse
- Permet de les convaincre en leur faisant vivre la destination
- Possibilité d'en faire sur une journée pour les entreprises locales

Mise en place de deux opérations de relations publiques :

- Profiter des temps forts de LGM pour inviter des entreprises Nuits d'Or, Shtandart, festival 100% classique etc.

PRESSE ET REPRESENTATION

- Dossier de Presse, conférence de presse et voyage de presse spécialisée
- AIVFC : Meeting à Paris en Mars
- Renouvellement du club business Occitanie

Exemples de packages :

FORMULE JOURNÉE ÉTUDE
au Palais des Congrès

Hors week-end et jours fériés



79€ HT/PERS
A PARTIR DE
15 PERSONNES

1 CÔTÉ
SALLE

- Une salle de réunion équipée de 9h à 18h (mobilier, paperboard, vidéo projecteur...)

2 CÔTÉ
RESTAURATION

- Deux pauses avec viennoiseries et café
- Un cocktail déjeunatoire (en intérieur ou sur terrasse)

3 CÔTÉ
SERVICES

- Votre chef de projet
- Un espace vestiaire
- Un espace accueil
- Mise en place d'une signalétique



VOTRE CHEF DE PROJET

Christelle SOLER BERINGUEZ
04 67 56 42 88 / 06 82 96 24 57
christelle@lagrandemotte-congres.com

FORMULE SÉMINAIRE MOTIVANT
au Palais des Congrès

Hors week-end et jours fériés



99€ HT/PERS
A PARTIR DE
15 PERSONNES

1 LE MOMENT
TRAVAIL

- Une salle de réunion équipée de 9h à 13h (mobilier, paperboard, vidéo projecteur...)

2 LE MOMENT
CONVIVAL

- Un cocktail déjeunatoire (en intérieur ou sur terrasse)

3 LE MOMENT
DÉTENTE

- Zen : relaxation au spa
- Sportif : Initiation au golf, tournoi de tennis
- Team Building : régates, olympiades



VOTRE CHEF DE PROJET

Christelle SOLER BERINGUEZ
04 67 56 42 88 / 06 82 96 24 57
christelle@lagrandemotte-congres.com

PROMOTION ET DEVELOPPEMENT DE LA MARQUE : LGM BY LA GRANDE MOTTE

LGM by La Grande Motte est aujourd'hui notre marque officielle de destination mais cette dernière reste tout de même la marque commerciale de l'Office de Tourisme permettant de contribuer à la part d'autofinancement. C'est pour cette raison que cette année un budget est de nouveau alloué à sa promotion.



Une opération de communication virale (buzz sur les réseaux sociaux)

Au regard de l'importance de notre communauté sur les réseaux sociaux et de la place qu'ils prennent aujourd'hui dans notre communication, nous avons jugé opportun d'utiliser Facebook comme média d'une opération de promotion d'une nouvelle collection de produits de la marque LGM by La Grande Motte.

Cette opération qui se veut virale se fondera sur les principes du storytelling avec pour objectif principal de créer du lien et du buzz via la participation active de notre communauté à une « enquête ». Au terme de cette opération, la collection d'objets en lien avec l'histoire racontée sera donc mise en vente au sein de la boutique de l'Office de Tourisme. Les participants à l'opération et plus largement l'ensemble de nos visiteurs pourront donc se procurer le souvenir « iconique » de l'Office de Tourisme.

Une collection spéciale 50 ans

Une nouvelle collection à l'occasion des 50 ans va être lancée, nous devons donc réfléchir à une opération qui se déroulerait durant l'été à l'image des opérations des années précédentes pour engager et faire participer notre communauté.

Protection de la marque

Enfin, cette année nous allons poursuivre nos efforts de protection de la marque en essayant au maximum d'employer des méthodes douces et de faire intervenir le cabinet d'avocat seulement dans le cas où un accord à l'amiable ne peut être trouvé.

Par ailleurs, 2018 marque la 5ème année d'existence de LGM by La Grande Motte. Malgré son succès, nous n'avons pas assez de recul pour s'assurer de son image et de sa notoriété auprès de notre clientèle. Nous chercherons à mesurer ces différents aspects au travers de questionnaires et de sondages « in situ ».

ANIMATIONS – EVENEMENTS

En baisse depuis quelques années, le budget qui leur est consacré en 2018 est revu à la hausse. **L'animation et les événements sont une priorité pour 2018.**

LE SHTANDART ET ESCALE A SETE

Dans le cadre du partenariat développé entre La Grande Motte et la manifestation internationale Escale à Sète, la station balnéaire met en place des offres d'hébergement et de transports maritimes pour accompagner l'offre touristique sétoise. Mais la démarche partenariale consiste également à jouer le jeu de l'accueil de bateaux historiques et de l'ouverture au public de cette richesse patrimoniale, comme un avant-goût de la manifestation sétoise. Cette démarche s'inscrit également dans une volonté audacieuse de relier une ville nouvelle, une cité contemporaine, dont le port n'accueille habituellement que des bateaux de plaisance, à un bateau historique que personne n'attendait ici !

Le Shtandart 15 au 18 mars

La frégate «Shtandart» (L'étendard) est une réplique en bois grandeur nature du premier bâtiment russe de la flotte Baltique. Le bateau original a été construit en 1703 sous la direction personnelle du Tsar Pierre le Grand. Devenue le premier navire amiral de la Marine Impériale Russe, la frégate est restée en service jusqu'en 1727. Cette magnifique réplique reprend toutes les caractéristiques du bateau original : 3 mâts, 30m de hauteur, 35m de long, 28 canons et un tonnage de plus de 200 tonnes ! L'un des plus beaux trois mâts du monde !



Jedi 15 mars :

10h – parade d'arrivée du bateau (canons et salut)

Dimanche 18 mars :

19h – parade de départ du bateau (canons et salut)

Lors de l'affrètement un membre d'équipage sera présent en uniforme traditionnel pour accueillir le public à bord



A cette occasion, l'OT commercialise des visites pour le grand public **du vendredi 16 mars au dimanche 18 mars**

de 10h à 12h30 et de 14h30 à 18h

Tarif adulte : 6 €

Tarif enfant (de 4 à 12 ans) : 3 € – Gratuit pour les enfants de moins de 4 ans (sans édition de billet)

Autres activités mises en place par l'Office de Tourisme sur le Shtandart

- Activités de relations publiques avec la clientèle Tourisme d'Affaires le jeudi 15 dans l'après-midi
- Commercialisation de trois soirées privatisées auprès d'entreprises locales

Escale à Sète

Du 27 mars au 2 avril 2018

Avec plus de 350 000 visiteurs en 2016, Escale à Sète s'impose comme l'un des événements majeurs du Sud de La France et le plus grand festival des traditions maritimes en Méditerranée.

Un événement d'une telle ampleur est un véritable challenge pour une presqu'île de seulement 45 000 habitants dont les hébergements touristiques et les voies de communication sont ainsi très vite surchargés. En 2018, La Grande Motte a donc décidé de se porter partenaire de la manifestation Escale à Sète et de mettre à disposition de ses visiteurs des solutions d'hébergement et de transport.

L'Office de Tourisme affrète donc des bateaux et promouvoit l'offre des hébergeurs auprès des visiteurs. Le partenaire Escale à Sète proposera également ses offres notamment sur son site Internet.

Tarifs des transports par bateaux vendus par l'OT

Lucille, Exo 7, Picardie et Providence

- **Tarif adulte : 45 € l'aller-retour**
- **Tarif enfant : 30 € l'aller-retour**

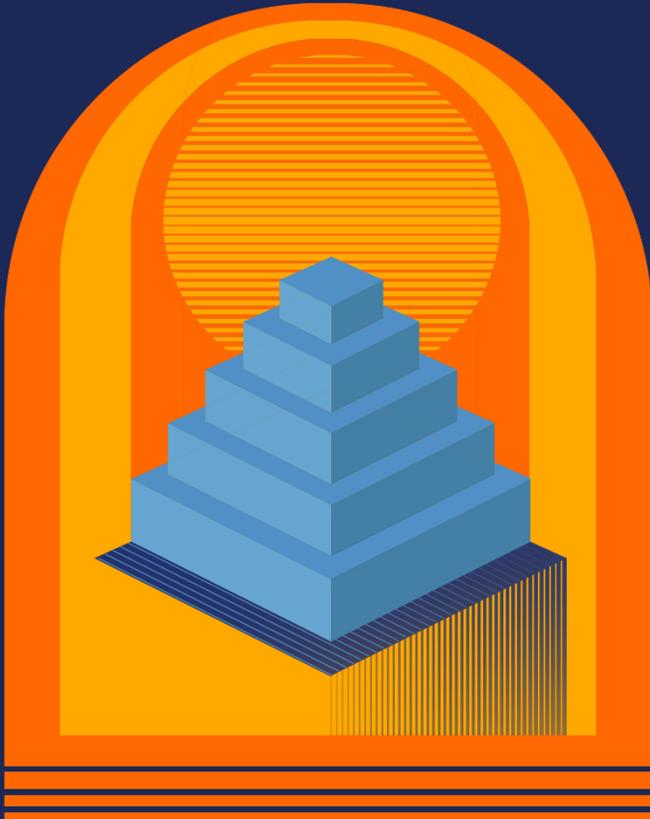
Gratuit pour les enfants de moins de 3 ans sans billetterie

Un cinquième bateau avec une capacité plus réduite et une desserte plus rapide sera proposé aux hébergeurs (privatisation pour leurs clients).

GONZAI ET VOULEZ-VOUS DANSER PRESENTENT

PYRAMID

FESTIVAL



CHRISTOPHE (solo electronic)
CARPENTER BRUT – PERTURBATOR
CHLOÉ – ACID ARAB (live) – CHASSOL
ZOMBIE ZOMBIE – BLACK DEVIL DISCO CLUB
NOVA MATERIA – PRIEUR DE LA MARNE
LA SOUTERRAINE DJ – POINTE DU LAC – AND MORE...

15 – 16 – 17 juin | La Grande Motte
pyramid-festival.com

GONZAI  **LGM**  **LA GRANDE MOTTE** **noisey** **bran** **digitick**
La Grande Motte .com

UN FESTIVAL INÉDIT EN FRANCE

UN RENDEZ-VOUS ARTISTIQUE
ANNUEL

UN PROJET INTÉGRANT
L'ARCHITECTURE À LA
SCÉNOGRAPHIE DU FESTIVAL

UN FESTIVAL À L'IMAGE DE LA
VILLE: SINGULIER, DÉFRICHEUR
ET POPULAIRE

Des marqueurs qui restent à
prouver :

- Modèle économique durable
- Retombées presse
- Retombées économiques
- Segment jeune

Afin d'attirer un public plus jeune dans notre ville, nous recherchons depuis quelques années à mettre en place un festival qui leur serait destiné.

Ainsi, l'association Personne Record « Voulez-vous danser » organisera à La Grande Motte, Place du Cosmos la 1ère édition du Pyramid Festival, un festival de musique de pointe, les **15, 16 et 17 juin 2018** (concerts place du Cosmos et esplanade de la rose des sables).

- Cible : les 18 – 45 ans
- Bassins géographiques : Toulouse, Avignon, Marseille + étudiants ville de Montpellier et Toulouse

Les choix artistiques liés à la première édition du Pyramid Festival visent à concilier **avant-garde esthétique, qualité musicale et noms fédérateurs**. Cette politique de programmation est complétée par un souhait de parler à toutes les chapelles musicales, toutes les générations, des 20 aux 55 ans, grâce à deux jours pensés de façon complémentaire et malgré tout cohérentes dans le grand ensemble.

Le Pyramid Festival souhaite créer la bande-son de la ville et faire jouer des musiques d'avant-garde dans leur décor naturel. Avec une programmation réfléchie sur deux axes, le Pyramid souhaite réunir toutes les familles musicales, les connecter, de 20 à 35 ans, aux publics familiaux et touristiques. Payant, à un prix accessible et destiné à un public local et national, il est pensé comme un **spring-break intelligent**. Par sa programmation, **rassemblant artistes précurseurs établis et musiciens émergents**, il a pour ambition de devenir une référence pour les amateurs de musiques actuelles.

- Tarifs « early bird » : 40€ les 2 jours, 25 €/j
- Tarifs prévente : 45€ les 2 jours, 30 €/j
- Tarifs sur place : 50€ les 2 jours, 35 €/j

Pour rappel : Obligations de l'Office de Tourisme

- Coordination de l'événement au niveau local
- Soutien à la réalisation : versement de 30 000 € TTC pour :
 - L'utilisation de la marque Pyramid Festival pour la notoriété et l'image de la station
 - La mise en visibilité de sa marque Commerciale LGM By notamment avec la mise en place d'un stand commercial dans l'enceinte du Festival les 15 et 16 juin 2018, dates payantes
 - Le développement de l'Economie Touristique sur les ailes de saison
- Paiement d'une partie de la facture du régisseur général (50 %)
- Prise en charge des frais ADAGP
- Prise en charge de l'ensemble de la signalétique du Festival sur la ville

CONVENTIONS DE QUARTIERS

Pour la huitième année consécutive, l'Office de Tourisme et les différentes associations de commerçants signent une convention qui permet un travail commun sur la programmation.

En effet le principe est basé sur le concept du donnant -donnant : un euro investi par l'association est un euro investi par l'Office de Tourisme sur des animations. Jusqu'à cette année le plafond était de 4 000 €. En 2018, l'Office de Tourisme a pris la décision de les soutenir d'avantage et d'augmenter le plafond d'investissement à 5 000 € ;

Au-delà d'un travail en commun sur la programmation de leur quartier, cette convention permet de tisser des liens forts entre l'Office de Tourisme et les commerçants de la station.

ANIMATIONS DE PROXIMITE

Afin de répondre aux différentes critiques depuis deux ans que nous avons au sujet des animations de quartiers qui avaient été supprimées, l'Office de Tourisme prévoit 20 000 € pour programmer différentes animations sur l'ensemble de la ville.

L'idée est de programmer des animations sur l'ensemble de la ville pendant les mois de juillet – août dans diverses domaines tels que la variété, les expositions, la danse, les spectacles pour enfants....

VACANCES PRINTEMPS ET AUTOMNE

Afin de répondre aux nombreuses demandes de nos visiteurs et des habitants, l'Office de Tourisme a décidé de programmer des animations sur les périodes de vacances de toussaint et de printemps qui sont très fréquentées

Pour celles de Toussaint, nous restons sur une programmation pour Halloween qui s'adresse aux enfants et aux adolescents.

Pour les vacances de printemps, nous nous adressons à une cible famille en programmant au moins 3 jours d'animations au milieu des vacances de Pâques pour la région Occitanie.

LES NUITS D'OR

Comme en 2017, 6 feux d'artifice sont au programme cette année avec le même dispositif important de sécurité (grand événement).

Notre festival étant de plus en plus reconnu, nous avons des demandes croissantes d'artificiers étrangers. Nous continuons avec la même stratégie de mise à l'honneur d'un pays par année. Pour 2018, un feu devrait être confié à un artificier Ukrainien.

Les objectifs des Nuits d'Or restent les mêmes que les années précédentes :

- Offrir un beau spectacle gratuit par semaine aux touristes
- Générer des retombées économiques notamment dans les commerces et restaurants

Les dates 2018 :

- 14 juillet
- 25 juillet
- 1 août
- 8 août
- 15 août
- 24 ou 26 août

LE SPORT A LA PLAGE

Une formule probablement payante sera proposée au public estival pour accéder à du sport outdoor, type fitness et bien être. La prestation sera délivrée certainement par un prestataire privé qui fournira équipement (site de pratique) et activités.

LE CARNAVAL

24 au 26 août

Thème : 50 ans de la station

Fête de la ville, le carnaval sera bien entendu en 2018 aux couleurs des 50 ans de la station.

Il permet également de maintenir et générer de la fréquentation.

Programme prévisionnel :

- Vendredi soir : feu d'artifices en ouverture
- Samedi : carnaval des enfants au couchant et parade de nuit en centre-ville
- Dimanche : Messe, bénédiction et parade des bateaux, grande parade en centre-ville (17h) et groupes carnavalesques le soir sur le quai Charles de Gaulle

A noter cette année, une difficulté pour les parades en raison des travaux de l'ancien casino.

Le carnaval depuis 2016 est classé en grand événement et un dispositif important de sécurité est donc mis en place.

BAREFIIT



L'agence Corpo Events organise deux jours (les 22 et 23 Septembre 2018) de course d'obstacle sur la plage ouest et dans la mer (à 100 mètres) dans le cadre de Team Building d'entreprise. L'Organisateur montera un village de sponsor avec des cours de fitness et autres animations sur le Terre Plein Ouest du Port.

Dans le cadre de son développement du Tourisme d'affaires, la ville et l'Office de Tourisme s'associent à cet événement.

- Cible : Entreprises, groupes ou individuels : cible type Corporate
- Bassins géographique : Paris Ile de France, Rhône Alpes, Hauts de France, Toulouse, Bouche du Rhône, Aquitaine
- Public attendus : 5000 participants, avec deux à trois nuitées sur la station



Programme et dates prévisionnels

- Le 29 septembre : course de 9h à 18h et course de nuit de 21h à 23h + soirée sur le Terre-Plein Ouest
- Le 30 septembre : course de 9h à 18h.

Rappel : Rôle de l'Office de Tourisme

- Coordination de l'événement au niveau local : mise en place des réunions, rédaction de la convention
- Coordination avec les services de l'état : DDTM
- Mise en relation de l'organisateur avec les différents services de la ville...

LES FESTIVITES DE NOËL

Le budget est maintenu pour cet événement mais une réflexion est en cours sur son contenu avec plusieurs pistes :

- Maintien de la forêt magique (peut-être un peu moins grande) avec ajouts d'autres animations autour
- Repenser la forêt magique
- Etc.

LA FORMATION

ACCUEIL-VISITES GUIDEES-BOUTIQUE

- LOGICIEL CAISSE ("HAXE DIRECT")
- STRATEGIE BOUTIQUE : boutique affinitaire (niveau 2)
- GESTION ET MANAGEMENT DES EQUIPES DE SAISONNIERS
- INNOVER DANS SA STRATEGIE DES VISITES GUIDEES

E-TOURISME / COMMUNICATION

- REDIGER POUR LE WEB TOURISTIQUE
- PERFECTIONNER SES PRISES DE VUE ET SES MONTAGES VIDEOS
- MARKETING E-TOURISME/BLOG

FORMATIONS TECHNIQUES / SECURITE / PREVENTION

- SST INITIAL : "DEVENIR SST"
- RECYCLAGE SST : "MAC SST"
- RECYCLAGE SSIAP 1
- RECYCLAGE HABILITATION ELECTRIQUE BO-HO-HOV (PERSONNEL NON ELECTRICIEN)
- HABILITATION ELECTRIQUE HTA (HAUTE TENSION)
- CACES R389 CAT 4

JURIDIQUE / REGLEMENTATION

- ACTUALISATION DROIT SOCIAL

MANAGEMENT

- MANAGEMENT D'EQUIPE
- COACHING EN MANAGEMENT
- CONDUITE DE PROJET : Méthodes & outils

BUREAUTIQUE / PAO/LOGICIEL

- WORD PERFECTIONNEMENT
- PHOTOSHOP INTERMEDIAIRE
- EXCEL PERFECTIONNEMENT

AUTRES : OBSERVATION, QUALITE, CONGRES

- S'AFFIRMER EN SITUATION PROFESSIONNELLE : gérer le stress professionnel et ses émotions"
- QUALITE : SIMPLIFIER LE SYSTÈME DOCUMENTAIRE (le MAQ)
- GOOGLE ANALYTICS
- PROGIciel GPS ("LENI") – GESTION SALLES/CONGRES

LE PALAIS DES CONGRES : UN PLAN DE REDRESSEMENT

Après avoir réalisé un audit marketing et un audit de gestion un plan d'actions pour redresser la situation est mis en place :

Modernisation de l'outil de gestion

Un nouveau logiciel de gestion : GPS de Leni est en cours d'installation et permettra de suivre de façon plus pointue l'évolution du planning de réservations, la gestion de la relation clients et il communiquera avec le logiciel de comptabilité.

Chiffre d'affaires prévisionnel en hausse mais encore trop faible pour atteindre l'équilibre = réduction des charges fixes

Malheureusement, le Chiffre d'Affaires prévisionnel bien qu'un peu meilleur que 2017 s'annonce encore trop bas (260K) pour couvrir les charges fixes. Des économies sur le fonctionnement doivent être réalisées sur ces charges afin d'équilibrer au maximum le budget. La masse salariale a du être réduite avec notamment le transfert d'une personne au service accueil de l'Office de Tourisme.

Plan d'actions commerciales et plan d'investissement

Un plan d'actions commerciales est aussi en place afin de permettre un redressement de la situation du Palais des Congrès ainsi que des investissements de remise en état et de mise au norme accessibilité (budget ville/ propriétaire).

Le retour à l'équilibre prendra quelques années. Nous l'évaluons à environ 3 à 4 ans. Les efforts de réduction des charges fixes devront se poursuivre sur cette période.

RELATION AVEC LES PROFESSIONNELS

Un des rôles principaux d'un Office de Tourisme est la coordination des acteurs locaux du tourisme. Notre Office s'y emploie de multiples façons ;

Les référents des filières hébergements

Les référents des filières et le directeur de station rencontrent les professionnels afin de :

- les informer des actions de l'OT
- connaître et diffuser les nouveautés de chacun
- créer des actions de promotion ou de valorisation de la filière
- créer des packages pour les événements
- etc.

La coordination des prestataires de loisirs nautiques à travers le nautipass

Le produit nautipass fédère l'ensemble de la filière nautique autour d'un produit.

La commercialisation des loisirs

A travers le logiciel de ventes en ligne Awoo, l'Office de Tourisme participe à la vente de produits touristiques de la station. Il se place comme tête de réseau.

Le pass multiloisirs des agences immobilières

Fort de son succès en 2017 ce pass est maintenu en 2018 et sera intégré au Nautipass

Projets de développement et d'aménagement

Le directeur de station porte l'accompagnement des projets, tant de la collectivité que des professionnels, dès lors qu'un enjeu touristique est présent.

Il anime régulièrement le réseau des professionnels, hébergeurs et prestataires de loisirs, pour connecter les enjeux privés aux enjeux publics.

Les assises du tourisme – Thème 2018 : Le Tourisme d'Affaires

Un moment important dans l'année où tous les professionnels du tourisme sont invités autour d'une thématique différente chaque année.

Date prévisionnelle : 6 avril 2018

Le bilan de saison : Novembre 2018

La Grande Motte Réservations : site Web des hébergeurs de LGM

LABELS ET CLASSEMENT

Office de Tourisme en catégorie 1

Nous devons recommencer le dossier valable 5 ans durant l'automne 2018 pour une présentation en 2019. Pour rappel, il est obligatoire d'avoir un OT de catégorie 1 pour être reconnu « station classée ».

L'AFNOR et Qualité Tourisme

Audit qualité prévu en Avril 2018, sur 2 jours (date non déterminée) :

- auto évaluation des services : Animations, boutique, billetterie, accueil, promotion
- mise à jour du manuel qualité
- mise à jour des procédures et des modèles
- date butoire : 15/03/2018

LE LABEL GRAND SITE OCCITANIE

Le dossier a été déposé en janvier mais la Présidente de la Région a déjà annoncé que La Grande Motte obtiendrait ce label.

Rappel de l'intérêt de la démarche :

La politique de labellisation des grands sites naturels, paysagers, culturels et historiques de la Région, constitue des leviers idoines de l'attractivité de notre grande destination à l'égard des clientèles nationales et internationales.

Dans le contexte de l'offre touristique patrimoniale de la Région, La Grande Motte peut concourir à apporter une valeur ajoutée, en cela qu'elle est un site iconique du patrimoine architectural du XX^{ème} siècle. Depuis plusieurs années, nous mobilisons beaucoup d'efforts pour valoriser l'image de notre station, structurer et qualifier notre offre, faire preuve d'innovation et d'audace. Les résultats obtenus ont été spectaculaires : la nouvelle image de La Grande Motte et les investissements publics et privés ont véritablement dopé notre destination sur le marché national et international. La station de La Grande Motte, forte de ses résultats et de ses ambitions, candidate donc à la labellisation Grand Site Occitanie.

Certes, la lecture à la lettre du cahier des charges du label nous conduira certainement à expliquer que La Grande Motte est organisée sur un modèle de « musée à ciel ouvert », et est à considérer à l'échelle d'une ville entière et indissociable.

Le site de La Grande Motte répond à la définition d'un « Grand Site Occitanie ».

- Un patrimoine régional et national remarquable : de la station balnéaire de De Gaulle à la ville patrimoniale de Balladur
- Des valeurs fondatrices identifiées et partagées : du concept de Balladur aux valeurs vécues et mises en œuvres
- Un projet de territoire durable : une vision politique du développement et de l'aménagement à long terme de la ville
- Une forte notoriété : d'une destination connue à une destination voulue
- Un site fréquenté et attractif : une ville du tourisme de masse mais adaptée aux nouvelles attentes des clientèles

Outre tous ces aspects, l'intérêt est aussi économique. Ce label devrait nous aider à obtenir des financements de la région dans plusieurs domaines et à développer notre promotion à l'international.

Changement système téléphonique - fibre optique entre le Palais des Congrès et l'Office de Tourisme

Nous avons opté pour un nouveau système plus « simple » et mutualisé grâce à la fibre optique. Ce système installé en janvier va nous permettre de réaliser des économies d'environ 10 000€.

Unification des serveurs Palais des Congrès et Office de Tourisme

Grâce à la fibre optique nous prévoyons de mutualiser également les serveurs informatiques du Palais et de l'OT.

Unification des mails : lagrandemotte.com

Nous avons déjà créé des adresses mails lagrandemotte.com pour tous les salariés qui avaient le nom de domaine ot-lagrandemotte.fr. Nous avons également des adresses lagrandemotte-accueil.com.

Nous allons tenter d'uniformiser tous les noms de domaine des mails et leur gestion. Plusieurs solutions sont actuellement à l'étude.

Achat d'un Drone

Nous avons formé un salarié de l'OT fin 2017 au pilotage de Drone. Il a maintenant toutes les qualifications nécessaires et nous allons acquérir un drone dans les prochaines semaines afin de réaliser rapidement des prises de vue qui auront de multiples applications promotionnelles.