

ÉDITION 2024

Rapport d'activité

de l'Office de Tourisme
de Palavas-les-Flots



PALAVAS-LES-FLOTS • MÉDITERRANÉE • OCCITANIE • FRANCE

LABEL QUALITÉ TOURISME OCCITANIE SUD DE FRANCE

Illustration : Nils Couture

2024

POURSUITE DE LA RESTRUCTURATION DE L'OFFICE DE TOURISME ET

RÉALISATION DE PROJETS D'ENVERGURE

- Élaboration d'un Schéma de Développement Touristique accompagné d'un plan d'actions sur cinq ans.
- Création d'une nouvelle marque de destination ainsi que de sa plateforme associée.
- Mise en œuvre de changements internes, incluant l'instauration d'un nouveau système de billetterie et de vente, ainsi qu'une démarche de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE).
- Renforcement du travail collaboratif avec les filières professionnelles, notamment à travers un plan de promotion des loisirs et l'établissement de l'observatoire touristique G2A en partenariat avec les hébergeurs.

UNE SAISON ATYPIQUE

Ces mots résonnent chez de nombreuses destinations, et Palavas-les-Flots ne fait pas exception.

PRINTEMPS

La saison a débuté sur une note positive, avec un mois de mai en dents de scie. Un pic de fréquentation a été observé lors du week-end de l'Ascension, attirant à la fois touristes et excursionnistes désireux de profiter de nos plages, de nos activités et de notre feria. Cependant, juin a été légèrement décevant, notamment à cause des conditions météorologiques.

AUTOMNE

La fréquentation du mois de septembre a été moins importante que prévue en grande partie à cause des conditions météorologiques. Les vacances de la Toussaint ont permis de faire revenir la clientèle qui avait d'ailleurs un bon pouvoir d'achat.

ÉTÉ

La haute saison a été marquée par un mois de juillet en retrait, tandis que le mois d'août était plus satisfaisant.

Facteurs contribuant à cette baisse pour le mois de juillet :

- Conditions météorologiques : Les caprices du temps, similaires à ceux de juin, ont sans doute affecté l'attrait touristique de notre ville, bien que la météo ait été moins défavorable comparativement à d'autres destinations françaises. Certains loisirs nautiques ont été compliqués voire impossible à pratiquer tous les jours de la saison.
- Contexte politique et élections législatives anticipées : L'incertitude liée aux élections a freiné la fréquentation française en début de mois à l'échelle nationale.
- Baisse du pouvoir d'achat : Une inflation persistante a limité le pouvoir d'achat, impactant particulièrement les secteurs de la restauration et des loisirs.
- Baisse de la fréquentation des Franciliens liée aux J.O. : De nombreux Franciliens ont privilégié les événements liés aux JO au détriment d'un tourisme traditionnel (source : ADN Tourisme). Certains professionnels de Palavas-les-Flots ont constaté une diminution de cette clientèle parisienne.



EN CONCLUSION - LES FAITS MARQUANTS DE 2024

- **Hausse importante des réservations de dernière minute voire l'extrême dernière minute** notamment dans l'hôtellerie pour les réservations d'hébergements
- **Baisse du pouvoir d'achat** dans les commerces et restaurants
- **Beaucoup de prévisions ne se sont pas réalisées** : fuite des parisiens pendant les JO, bon mois de septembre etc.

2024 est une année moyenne (à bonne) conforme à 2019 année de référence après 2 années exceptionnelles post Covid. Plus que jamais, il faut s'adapter en continu avec une difficulté de plus en plus importante dans la gestion des plannings du personnel des entreprises touristiques.

1. MISSIONS PRINCIPALES

LES MISSIONS PRINCIPALES S'INSCRIVENT DANS LE RESPECT DES EXIGENCES DU CLASSEMENT DE L'OFFICE DE TOURISME EN PREMIÈRE CATÉGORIE ET DE LA COMMUNE EN STATION CLASSÉE.

1.1 ACCUEIL & INFORMATION

NOMBRE DE PERSONNES ACCUEILLIES

TOTAL 2024

Notre Office de Tourisme ouvert 365 jours par an, comptabilise **129 021 visiteurs** au Phare de la Méditerranée d'**avril à septembre** avec un pic de fréquentation en août : 27 084 personnes accueillies.

Cellule de comptage mise en place fin mars 2024 qui comptabilise : les visiteurs de l'Office de Tourisme, les clients du restaurant du Phare, les visiteurs du Pont-Promenade et les congressistes.

TOP 3 DES DÉPARTEMENTS

Hérault : 41.64 %
Gard : 12.29 %
Rhône : 11.34%

TOP 3 DES RÉGIONS

Occitanie : 27.31 %
Auvergne-Rhône-Alpes : 20.41 %
Provence-Alpes-Côte-d'Azur : 13.27 %

TOP 3 DES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES

Allemagne : 34%
Belgique : 16 %
Suisse : 14%

TOP 3 DES DEMANDES

Itinéraires Vélo
Activités/loisirs à Palavas
Bus

BILAN ÉCOUTE CLIENTS

173

fiches de suggestions & remarques écrites

106

avis web & réseaux sociaux

1250

réclamations récurrentes
(mis en place à partir du 01/01/2024)

167

suggestions & remarques orales

499

questionnaires de satisfaction concernant l'Office de Tourisme

8

dysfonctionnement en interne

13

fiches de réclamations

32

questionnaires de satisfaction concernant les visites guidées

7

suggestions du personnel
(mis en place à partir du 01/01/2024)

LA SATISFACTION ENVERS L'OFFICE DE TOURISME & SES SERVICES

253 avis collectés (tout indicateur confondu – hors QS) : 15 avis négatifs & 238 avis positifs / neutres (236 FR, 10 ANG, 3 ALL, 1 HOLL, 1 IRL, 1 QUEB, 1 SING).

531 QS remplis à l'accueil de l'Office de Tourisme & lors des visites guidées : 530 retours positifs & 1 retour négatif (488 FR, 27 ANG, 6 ESP, 8 ALL, 1 BEL, 1 PORT).

Satisfaction générale : 98 % de visiteurs satisfaits & 2 % d'insatisfaits.

Points forts

- **Accueil** : un personnel impliqué, avenant, accueillant, souriant, professionnel, excellentes explications
- **Services** : documentation
- **Boutique** : supers produits, agencement, qualité
- **Animations** : animations enfants & jeu de piste
- **Visites guidées** : professionnalisme, explications

Pistes d'amélioration

- **Visites guidées** : adapter certaines visites aux enfants
- **Accueil** : formation du personnel
- **Communication** : améliorer la communication avec le service animation de la ville

Pistes d'amélioration déjà testées

- **Réorganisation et ajustement** des plannings après une analyse approfondie de la fréquentation touristique
- **Réunions / sensibilisation du personnel** sur l'écoute client et la Marque Qualité
- **Tableau de communication en interne** : OT + service accueil Mairie

1.2 PROMOTION DU TERRITOIRE

ÉDITIONS PAPIER

Cette année, nous avons confié la gestion et la réalisation de nos éditions papier à une régie publicitaire. Ce choix nous a permis de simplifier la commercialisation des encarts publicitaires, d'optimiser le temps consacré à la création graphique et ainsi d'économiser nos ressources humaines. Grâce à cette collaboration, Dixicom a pris en charge la conception et fabrication de notre Guide Destination, du Plan de ville et de l'Annuaire.

Guide Destination

Le Guide Destination a été entièrement revisité et conçu sous forme de magazine, enrichi d'articles et de contenus expérientiels et immersifs.

Nombre d'exemplaires imprimés : 6 000



Plan de ville

Le plan de la ville a été entièrement repensé et conçu dans un nouveau format pliable, offrant une meilleure lisibilité et une utilisation plus pratique.

Nombre d'exemplaires imprimés : 20 000

Annuaire

Cette année marque la toute première édition de l'annuaire. Ce nouvel outil rassemble toutes les informations et coordonnées des prestataires de la ville tout au long de l'année.

Nombre d'exemplaires imprimés : 12 000



PROJETS PHOTOS & VIDÉOS

3 missions photos et vidéos thématiques dans l'année

1 - Nature

Date de réalisation : Février - avril 2024

Photos de nature et d'oiseaux par Sylvain Caillot - Photographe Camarguais et Influenceur local (+ de 26 000 abonnés sur Instagram)



2 - Centre-ville & Patrimoine

Date de réalisation : Juillet 2024

Photos du centre-ville, des marchés, des musées, des canaux, du patrimoine et des parcs
 Photographe Erwan Desgrees du Lou
 + Réalisation de 5 vidéos format Reels et paysage par Tetard Production (Canal, parc du Levant, ambiance plage, marchés, centre-ville)

3 - Sport

Date de réalisation : Août - octobre 2024

Photos de sports traditionnels et écoresponsables. Reportages lors d'événements (Championnat de Beach Tennis, Paddle Cup, tournois de joutes) et reportages avec des volontaires (Cyclococ, Palavas Kayak de mer, Centre nautique Municipal)
 Format photos et vidéos



SITE INTERNET

Nombre de vues global du site internet en 2024 : environ 835 295 vues (au 25/11/2024) contre 400K en 2023

Nombre d'utilisateurs en 2024 : 377 983 utilisateurs (au 25/11/2025) contre 202K en 2023

Provenance des utilisateurs :

| 2023 | 2024 |
|---|---|
| France (Occitanie, Ile de France, Auvergne-Rhône-Alpes) | France (Occitanie, Ile de France, Auvergne-Rhône-Alpes) |
| Etats-Unis | Allemagne |
| Suisse | Belgique |

Top 5 des pages les plus consultées en 2024 :

PAGE D'ACCUEIL



NOUVELLE BILLETTERIE EN LIGNE

En mars 2024, nous avons entamé une transition de notre ancien système de billetterie (Awoo) vers le nouveau : We Login. L'objectif était de permettre une meilleure gestion des réservations et des recettes au niveau de la caisse de l'accueil de l'Office de Tourisme mais aussi de proposer une billetterie en ligne plus visuelle et pratique.

Les nouveautés :

- Un design plus simple, esthétique et personnalisable
- La possibilité de regrouper les activités dans des catégories (visites guidées, animations enfants, Journées du Patrimoine)
- La billetterie peut se moduler en fonction de nos saisons et de nos événements
- Meilleure ergonomie pour les utilisateurs : les dates et les créneaux horaires apparaissent clairement, il est simple et rapide de réserver

Déploiement de la billetterie en ligne

we' welogin

VISITES GUIDÉES



VISITE GUIDÉE - LES COULISSES DU PHARE
Entrez dans l'émblématique Phare de la Méditerranée et voyagez avec nous entre les étages. A la clé, une vue à 360° sur tout le littoral !



VISITE GUIDÉE - LE CHARME DE LA NATURE
Cap vers les lagunes pour une balade facile de 4 km environ. Accompagné d'un guide-conférencier, vous découvrirez la richesse des étangs Palavasiens.



VISITE GUIDÉE - LA BELLE ÉPOQUE DE L'ARCHITECTURE
Remontez le temps avec cette visite thématique et découvrez l'évolution des styles d'architecture présents à Palavas-les-Flots.



VISITE GUIDÉE - SUR LES TRACES DES PÊCHEURS
Nous vous proposons cette visite exceptionnelle sur l'histoire de la pêche et des pratiques locales. Une démonstration est prévue en fin de parcours !



VISITE GUIDÉE - L'ESPRIT PALAVASIEN
Glissez-vous dans la peau d'un Palavasien, et plongez en immersion dans le cœur de ville à la découverte des monuments incontournables et des traditions locales.



VISITE GUIDÉE - LE CINÉMA À PALAVAS
Explorez avec nous les coulisses et les secrets des films et séries tournés à Palavas-les-Flots.

ATELIERS CRÉATIFS POUR ENFANTS



ATELIER - L'ÉPOUVANTAIL DU PRINTEMPS
Nous invitons les futurs artistes à réaliser un petit épouvantail. Du bois, des brindilles de raphia, de la feutrine, un peu de créativité et le tour est joué !



ATELIER - MA COURONNE FLEURIE
La floraison du printemps nous a inspiré un bel atelier créatif : sur une base en carton, les enfants découperont et colleront de jolies fleurs pour agrémenter leur couronne.



ATELIER - LA REDOUTE DE BALLESTRAS
Faites découvrir à vos enfants un monument emblématique de Palavas : La Redoute de Ballestras. Chaque petit créateur repartira avec sa maquette en carton.



ATELIER - MON MASQUE D'HALLOWEEN
Chaque artiste en herbe pourra confectionner son masque personnalisé et le porter fièrement pour aller récolter des bonbons.



ATELIER - MA SORCIÈRE MAL AIMÉE
Avec leur imagination débordante, du découpage, du collage, du coloriage, les enfants fabriqueront avec brio une sorcière sur son balai.



ATELIER - MON BEAU SAPIN DE NOËL
Sur un socle en bois et en carton, nos petits génies pourront réaliser 2 sapins de Noël décoratifs. Parfait pour agrémenter la table de Noël !

<https://billetterie.ot-palavaslesflots.com/>

SEEONSEA

Depuis février 2024, nous mettons à la disposition de tous un outil participatif qui permet de partager des observations sur la biodiversité du territoire (faune, flore, événements naturels...). La start-up Française SeeonSea a développé une application répertoriant un ensemble d'observations mondiales. Les utilisateurs peuvent ainsi consulter les données d'une zone géographique ciblée en temps réel. L'objectif est d'encourager la curiosité et la bienveillance autour de notre environnement.

<https://www.ot-palavaslesflots.com/sensibilisation-a-la-biodiversite-marine-locale/>

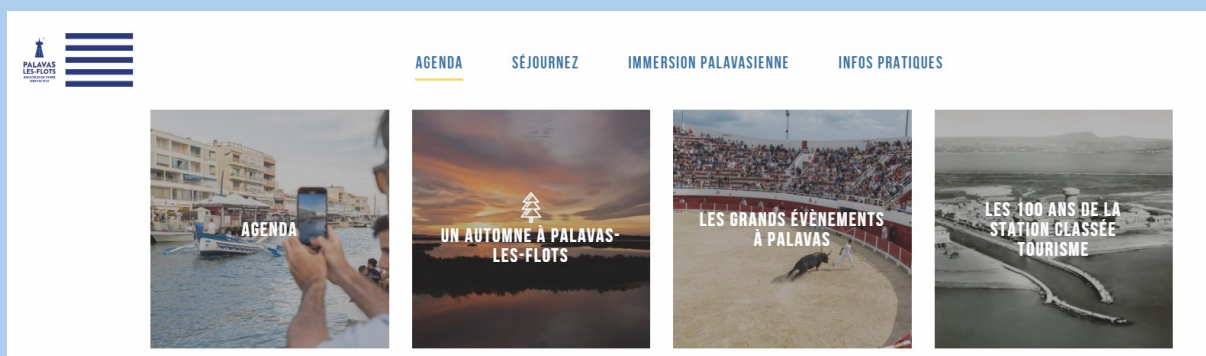
PARTICIPEZ AUX OBSERVATIONS



ZOOM SUR 5 NOUVEAUTÉS

1. Onglet Agenda

Un onglet Agenda cliquable qui se déploie dans le menu et permet d'accéder à l'agenda des manifestations, à la page de la saison en cours (ex page un automne à Palavas), à la page des grands événements et à la page sur le centenaire de la station.



2. Création des pages saisons

Une page qui permet de regrouper en un seul endroit les événements saisonniers mais aussi des idées d'activités, les loisirs ouverts, les stages et le programme des vacances.

Exemple avec la page automne : www.ot-palavaslesflots.com/sejournez/un-automne-a-palavas-les-flots-vacances-de-la-toussaint/

3. Création d'une page biodiversité marine

Mise en valeur de la Réserve marine, du sentier sous-marin et de l'outil de partage d'informations Seeonsea.

www.ot-palavaslesflots.com/sensibilisation-a-la-biodiversite-marine-locale/

4. Création d'une page pour le label Accueil vélo

Valorisation et explication des caractéristiques du label accueil vélo + valorisation des itinéraires cyclables Komoot et plan des pistes cyclables à disposition.

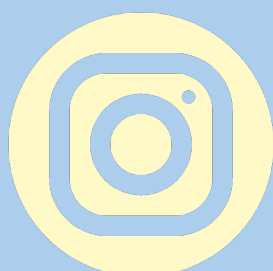
www.ot-palavaslesflots.com/immersion-palavasiennne/les-circuits-touristiques/a-velo/

5. Création d'une page de présentation de la destination Palavas-les-Flots

Déclinaison des thématiques sur lesquelles s'oriente désormais l'image de Palavas : nature, traditions, sport, balnéaire.

www.ot-palavaslesflots.com/sejournez/decouvrez-palavas-les-flots/

RÉSEAUX SOCIAUX



INSTAGRAM

NOMBRE DE #LOVEPALAVAS :

15 505 publications (le 25/11/24) + 7 % cette année

NOMBRE D'ABONNÉS :

8 023 abonnés (le 25/11/24) + 1 871 abonnés soit une augmentation de 29 % (pour rappel en janvier 2023 nous avons 4 900 abonnés)

PIC D'ABONNEMENTS :

Juin - Concours avec Gouverneur Immobilier

TOP 3 DES PUBLICATIONS DE L'ANNÉE

1ère publication

Publication carrousel - 17 juin

130 300

vues

579

interactions



2ème publication

Publication carrousel - 1er juillet

71 100

vues

242

interactions



3ème publication

Publication carrousel - 8 juillet

69 800

vues

242

interactions



À NOTER :

Une publication sort du lot hors campagne médias

Vidéo reel posté par Jolies Lueurs

Partenariat avec des influenceurs dans le cadre du contrat destination littoral - le 20 août

> 18 738 vues

> 473 interactions





FACEBOOK

NOMBRE D'ABONNÉS :

21 483 abonnés (le 25/11/2024) + 3 276 abonnés soit une augmentation de 18% en 11 mois (en janvier 2023 : 13 000 abonnés)

PIC D'ABONNEMENTS :

Septembre

TOP 3 DES PUBLICATIONS DE L'ANNÉE

1^{ère} publication

Photo unique - 30 juillet

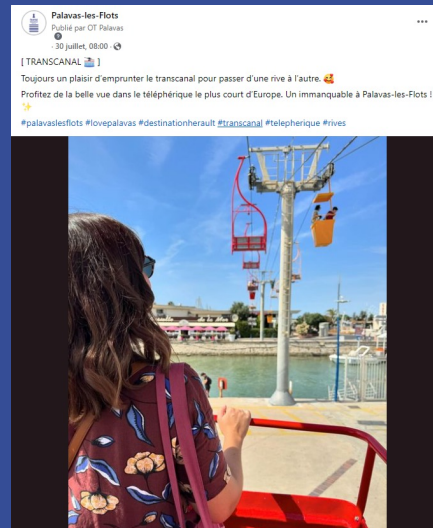
81 700

vues

691

interactions

nombre de j'aime, partage, commentaires, clics...



2^{ème} publication

Photo unique - 23 août

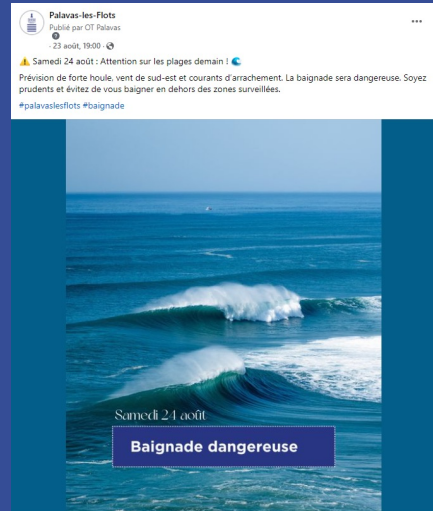
49 300

vues

352

interactions

nombre de j'aime, partage, commentaires, clics...



3^{ème} publication

Photo unique - 11 septembre

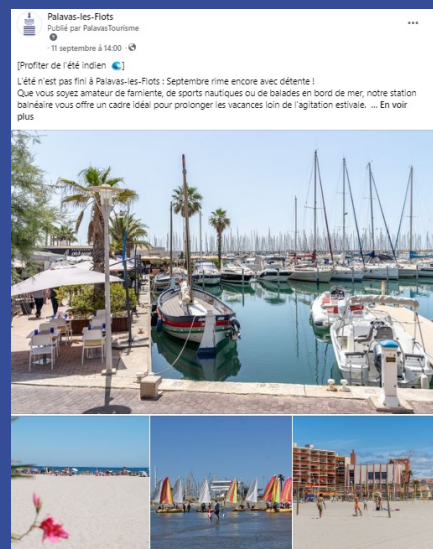
42 400

vues

662

interactions

nombre de j'aime, partage, commentaires, clics...





NOMBRE D'ABONNÉS :

828 abonnés (le 25/11/2024) + 349 abonnés soit une augmentation de 73% depuis le début le 1er janvier 2024

TOP 3 DES PUBLICATIONS DE L'ANNÉE

1^{ère} publication

Publication photos - 20 septembre

3 550

vues

1 057

clics

64

interactions

[SUR LE TERRAIN - STATION IFRIMER DE PALAVAS] 📍

Cette semaine, nous avons eu la chance de visiter la plateforme expérimentale marine de Palavas-Les-Flots.

Avec ses 6000m2 entre mer et étangs, il s'agit de la plus grande infrastructure d'expérimentation aquacole marine de France !

La plateforme est un dispositif de recherche intégré au sein du laboratoire **MARine Biodiversity Exploitation and Conservation MARBEC** et est ouverte à l'ensemble de la communauté scientifique française et européenne. En 2024, elle célèbre ses 50 ans d'existence. 🌟

🔬 Les recherches qui y sont menées portent sur la biodiversité marine et plus particulièrement sur l'aquaculture. De nombreux spécialistes cherchent à rendre la pisciculture plus durable et adaptable au changement climatique. Nombre d'espèces de poissons, d'invertébrés ou de microalgues méditerranéens y sont étudiées.

📍 Rendez-vous aux journées portes ouvertes du 10 au 12 octobre à l'occasion de la Fête de la science pour découvrir le site et les ateliers ludiques proposés à tous (scolaires et grand public).

📄 Plus d'infos : <https://lnkd.in/d9WhRm9b>

#palavaslesflots #science #biodiversitémarine

Ifremer CNRS Occitanie Est Université de Montpellier IRD INRAE

2^{ème} publication

Publication photo - 2 mai

2 762

vues

162

clics

103

interactions

[NOUVELLE STRATÉGIE TOURISTIQUE] 📌

Parce-que Palavas-Les-Flots c'est bien plus que la mer ou la plage, les acteurs du territoire se mobilisent pour dessiner les nouveaux contours de la destination. 🌟

En concertation avec les socios-professionnels, l'Office de Tourisme de Palavas-Les-Flots a initié la mise en œuvre d'un schéma de développement touristique et d'un plan d'actions qui ont été présentés en public début avril.

Un positionnement clair et des thématiques fortes sont ressorties de ce travail collaboratif.

Palavas-Les-Flots c'est ...
« Un village méditerranéen authentique apprécié par les vacanciers depuis plus d'un siècle pour sa douceur de vivre et sa convivialité. Il est situé au cœur d'un cadre naturel d'exception, support d'activités sportives de plein air » 📄

La mise en œuvre de cette nouvelle stratégie a déjà débuté, de nombreuses actions sont en cours !

Merci à l'agence de conseil spécialisée **In Extenso Tourisme Culture & Hôtellerie** pour son accompagnement dans ce projet.

📄 Pour en savoir plus <https://lnkd.in/d6TBZKc>

3^{ème} publication
Publication photo - 8 février

2 404
vues

110
clics

96
interactions



CAMPAGNE AVEC L'AGENCE DE COMMUNICATION MY DESTINATION

En 2024, les formats ont été pensés pour améliorer l'image de la destination sur les axes définis dans le Schéma de Développement Touristique et valoriser les 100 ans de la station.

Résultats avec le même budget que 2023 :

- Impressions 3,2 millions (2 millions en 2023)
- Nombre de personnes touchées 1,1 million (1 million en 2023)
- + 650 followers sur Facebook
- + 597 followers sur Instagram
- Au total : + 1247 followers sur nos deux réseaux sociaux

2 cibles avec deux campagnes distinctes :

- Cible élargie : Occitanie, PACA, Auvergne-Rhône-Alpes, Ile-de-France
- Cible de proximité : Bassin Montpelliérain jusqu'à Nîmes

1. Phase de séduction :

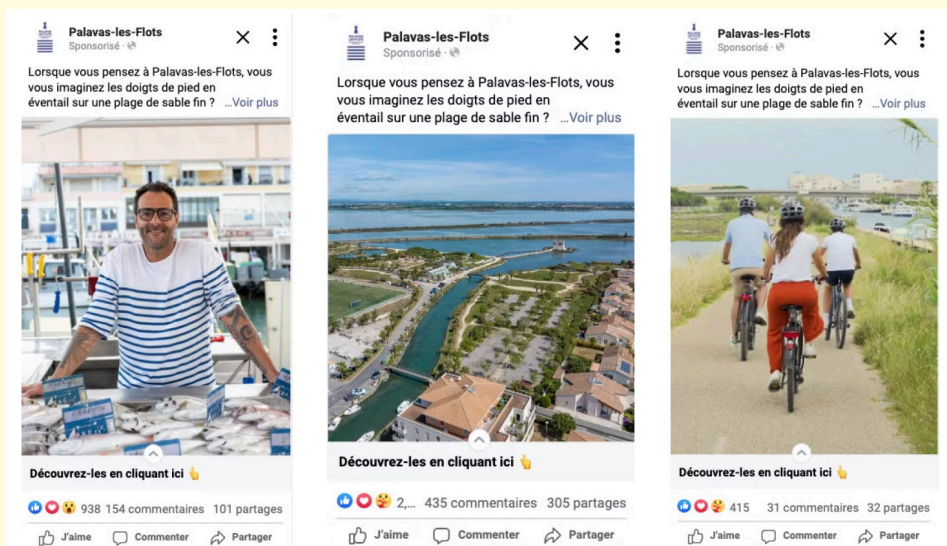
2 vidéos



2. Phase d'information :

Un « Instant Expérience » sur Facebook avec une photo et un texte redirigeant vers une infographie

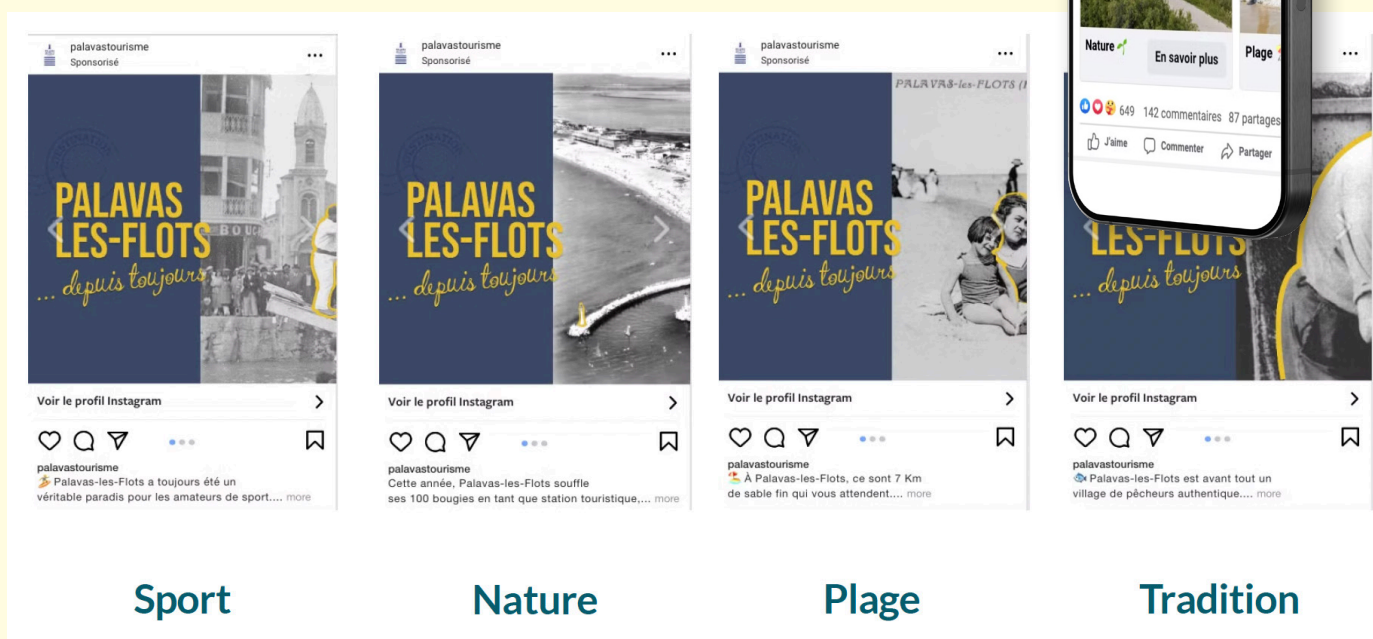
Les 3 posts d'entrée de l'Instant Experience en A/B testing >



3. Phase de conversion :

Carrousel sur Facebook vers la page spéciale « Bienvenue à Palavas » du site internet

4 carrousels organiques sur les thèmes des 100 ans sur Instagram



RELATIONS PRESSE & AUTRES MÉDIAS

- De nombreuses demandes et retour presse tout au long de l'année
- Envoi de l'agenda de la ville de Palavas-les-Flots chaque jeudi
- Envoi de 10 communiqués de presse
- 123 contacts presse
- 31 Interviews médias durant l'année : France Bleu Hérault, Delta FM, L'Essentiel Montpellier, Midi libre, France 3 Occitanie, Météo à la carte.

Sujets : Centenaire, animations, histoire du Phare, Parc du Levant, visites guidées, nouveau jeu de piste, vacances de la Toussaint, visite guidée des pêcheurs ...

Quelques exemples de retours presse :

- https://www.francetvinfo.fr/decouverte/vacances/la-toussaint-les-vacanciers-prolongent-leur-ete-a-palavas-les-flots_6851162.html
- <https://france3-regions.francetvinfo.fr/occitanie/herault/montpellier/les-pecheurs-de-palavas-les-flots-ce-petit-port-devenu-la-grande-station-balneaire-de-mediterranee-2956991.html>
- <https://www.midilibre.fr/2024/05/12/palavas-pourquoi-la-ville-est-classee-station-de-tourisme-depuis-1924-11938113.php>
- <https://infoccitanie.fr/herault-palavas-les-flots-fete-sess-100-ans-le-samedi-1er-juin/>
- <https://claap.fr/loffice-de-tourisme-de-palavas-les-flots-lance-un-nouveau-jeu-de-piste/>
- <https://www.france.tv/france-3/meteo-a-la-carte/6723589-gastronomie-riz-poissons-et-crustaces-grilles.html>



Exemples de communiqués de presse 2024

PARTENARIAT MÉDIAS



Partenariat payant réalisé en fin d'année pour promouvoir la nouvelle formule du village de Noël ainsi que les activités des vacances de Noël et d'hiver.

Claap est un média moderne local ciblant les jeunes de 25-35 ans avec une ligne éditoriale optimiste orientée sur les sorties. Ils bénéficient d'une bonne audience sur les réseaux sociaux et sur leur site internet. (20 K sur Facebook et 22K sur Instagram)

Résultats : 109 880 personnes touchées- 858 interactions (site web et RS)

Partenariat payant réalisé pendant l'été pour promouvoir la destination auprès des vacanciers (budget mutualisé avec les 2 autres stations du Pays de l'Or et l'agglomération).

Le Journal des Plages est un média créé en 2004 dont l'objectif est d'informer sur les sorties à réaliser sur le littoral Languedocien et de présenter les destinations littorales. Leur format papier et digital ayant beaucoup évolué, nous avons choisi de travailler avec eux cette année.

Audience de 12 700 followers sur Instagram et 5 500 sur Facebook.



PROMOTION DES ACTIVITÉS & LOISIRS

Suite à une réunion avec les prestataires de notre destination, nous avons acté que l'Office de Tourisme se concentrerait sur la promotion/communication pour valoriser cette filière.

Nous avons choisi ensemble d'être partenaire avec deux outils Web dans lesquels plusieurs de nos prestataires étaient présents.



Dans l'objectif de mettre en avant les loisirs éco-responsables, nous avons choisi de travailler avec la plateforme Montpelliéraine Coaventure. Nous avons fait appel à eux pour de la création de contenus sur leur site internet, leurs réseaux sociaux et leur newsletter.

Formats réalisés :

- 4 articles travaillés (Que faire comme sports et activités éco-responsables ?, 3 sports de glisse éco-responsables à tester, Kayak de mer à Palavas-les-Flots : sport, nature et flamants roses !, Idées de balades à vélo et trottinette électrique à Palavas)
- 4 publications dans leur newsletter
- 5 publications Facebook

Résultats : 3604 vues des articles et des publications sur les réseaux sociaux

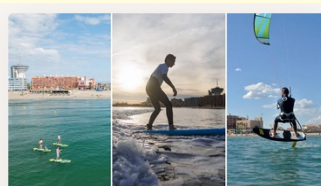
+ 70 % de réservation des sorties Kayak avec Palavas Kayak de mer au mois de juillet (par rapport à juillet 2023) et hausse de 6% sur toute la période estivale.



Activités En région

Kayak de mer à Palavas-les-Flots : sport, nature et flamants roses !

8 Juillet 2024



Activités En région

3 sports de glisse éco-responsables à tester à Palavas-les-Flots

26 Juin 2024



Activités En région

Palavas-les-Flots : que faire comme sports et activités éco-responsables ?

12 Juin 2024



Partenariat payant réalisé au printemps. Spotyride est une plateforme spécialisée dans les **activités nautiques** qui propose un accompagnement dans la gestion et la promotion des activités pour les prestataires et organismes de tourisme.

Formats utilisés :

- Création d'une page sur la destination : Office de Tourisme de Palavas-Les-Flots à Palavas-les-Flots - Sports nautiques (spotyride.com)
- 3 articles travaillés (surf, que faire à Palavas-les-Flots, voile)
- 6 publications sur Instagram et 6 publications Facebook



Partenariat avec Komoot pour la **promotion du vélo** et la **communication sur l'obtention du label Accueil Vélo**.

Les itinéraires vélos constituent la première demande dans nos Offices de Tourisme. La clientèle itinérante à vélo est également de plus en plus importante et a un pouvoir d'achat très intéressant. Nous avons donc prévu un budget dédié au vélo pour la première fois en 2024.

Komoot est une application de navigation et de planification d'itinéraires destinée aux amateurs de plein air, tels que les randonneurs, les cyclistes, et les coureurs. Avec plus de 40 millions d'utilisateurs, la solution digitale confirme sa position de grande plateforme d'activités de plein air en Europe.

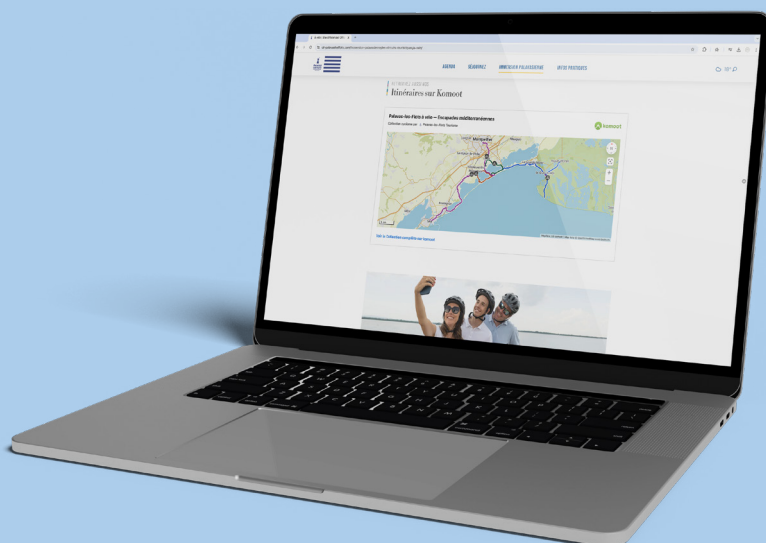
Nous avons sollicité Komoot afin de réaliser une collection d'itinéraires autour de Palavas-les-Flots. Les itinéraires sont disponibles sur l'application Komoot et sur notre site internet :

www.ot-palavaslesflots.com/immersion-palavasienne/les-circuits-touristiques/a-velo/

Ces itinéraires peuvent également être imprimés en format PDF.

Sur cette même page web, nous retrouvons les informations relatives au Label Accueil vélo que l'Office de Tourisme a obtenu en juin dernier.

Actions de communication : 2 campagnes de promotion sur l'application Komoot (au lancement en juillet et en septembre), envoi d'un communiqué de presse et divers posts sur les réseaux sociaux.



CENTENAIRE STATION CLASSÉE TOURISME



En 2024, Palavas-les-Flots a célébré le **centenaire de l'attribution par l'État du label de station touristique**. Cet anniversaire, marquant la reconnaissance de l'importance du tourisme dans la ville, a été coorganisé par la municipalité et l'Office de Tourisme. Ce dernier a pris en charge la communication de l'événement, la fabrication d'une exposition de photos anciennes, ainsi que la conception et l'installation de kakémonos sur les candélabres et de fanions destinés à mettre en valeur ce centenaire dans les commerces et restaurants. (budget total de 50K€).

Nous avons également organisé, en partenariat avec la Prud'homme des pêcheurs, une visite guidée exceptionnelle, animée par plusieurs pêcheurs qui ont réalisé des démonstrations. Cet événement a rencontré un grand succès et a bénéficié d'une forte couverture médiatique, avec de nombreux articles et un reportage sur France 3. Cette initiative visait à souligner l'importance de la pêche à Palavas et son rôle dans le développement du tourisme local. De plus, nos guides et équipes ont été formés pour assurer un discours plus élaboré sur la pêche, tant lors de nos visites guidées que dans notre communication.



Détails du plan média et communication :

Edition Spéciale, Le vieux journal (8000 ex distribués dans les boîtes aux lettres) - Mai

PLAN MÉDIA

Midi Libre

- Réseaux sociaux (campagne de 15 jours du 17 au 31 mai)
- Encarts publicitaires sur le journal papier (parution dernière page le dimanche 26 mai - parution en une le vendredi 1er juin)

France Bleu Hérault

- Spots radio (39 spots de 20 secondes du 24 mai au 1er juin)
- Une émission dédiée sur l'Hérault (mercredi 29 mai : 9h/12h en direct de la ville)
- Décrochage sur le national (lundi 22 juillet : 12/13 en direct de la ville)

Métropolitain

- Campagne web

La Gazette de Montpellier

- Encarts publicitaires journal papier (format 123 par 90 les 23 mai et 30 mai)

Radio RTS

- Campagne de 73 spots de 30 secondes du 24 mai au 1er juin)

Radio Aviva

- Campagne de 152 spots de 30 secondes (du 23 au 31 mai)

AY7 Pub

- Campagne sur tablettes avec diffusion sur deux écrans durant 3 heures (4 mai à Palavas / 11 mai à Montpellier / 18 mai à Montpellier / 20 mai à Palavas / 25 mai à Montpellier / 26 mai à Palavas / 1^{er} juin à Palavas)

CONTRAT DESTINATION

LA PROMOTION À L'INTERNATIONAL : LE CONTRAT DESTINATION LITTORAL OCCITANIE

CÔTE MÉDITERRANÉE

Il s'agit d'un partenariat État, région, UVPO, aéroports et OT qui permet de mutualiser des sommes importantes pour la promotion sur des marchés prioritaires que nous définissons ensemble. En 2024, la promotion s'est faite principalement grâce à des vidéos sur les réseaux sociaux et en placement publicitaire également sur des sites Internet importants de différents pays (médias, sites de ventes en ligne etc.)



VIDÉOS CAMPAGNE DIGITALE

Côte Méditerranée «active» in Occitanie ; Côte Méditerranée «culturelle» in Occitanie ; Côte Méditerranée «en mode slow» in Occitanie ; Côte Méditerranée «gourmande» in Occitanie.

LES MARCHÉS/ PAYS CHOISIS POUR CES CAMPAGNES PUBLICITAIRES

- Allemagne
- Belgique
- Grande Bretagne
- Espagne
- Suisse

Dans l'ensemble les campagnes ont bien performé mais selon le pays certaines vidéos ou périodes ont mieux fonctionné que d'autres. Ces éléments seront pris en compte pour 2025.

FRANCE : VIDÉOS MINUTE VOYAGE SUR LES CHÂÎNES DU GROUPE M6

Pastille générique ; Pastille itinérance vélo ; Pastille arts de vivre ; Pastille mer active ; Pastille kayak et vignoble ; Pastille culture.



JEU DIGITAL

SURF'IN PALAVAS - POULPY ON BOARD

L'Office de Tourisme de Palavas-les-Flots innove avec le jeu vidéo Surf'in Palavas – Poulpy On Board ! Plongez dans l'univers du surf avec Surf'in Palavas – Poulpy On Board, un jeu vidéo inédit qui met en lumière la destination et son patrimoine.

Palavas, un spot de surf reconnu des initiés

Avec ses deux clubs de surf dynamiques et ses stages accessibles même aux plus jeunes, Palavas-les-Flots se positionne comme une destination phare pour les amateurs de glisse en Méditerranée. Ce jeu est une nouvelle manière de promouvoir cet atout tout en offrant une expérience ludique et immersive.

Une collaboration innovante

Fruit d'une collaboration unique entre un créateur de jeux éducatifs « papier », MUNI, reconnu pour des partenariats prestigieux (Tour de France, Only Lyon...), et un développeur de jeux vidéo, KapsLoc, Surf'in Palavas illustre parfaitement l'innovation et l'audace de notre Office de Tourisme.

Poulpy, notre mascotte emblématique

Poulpy, bien connu des enfants grâce aux animations du label Famille Plus, est aussi un clin d'œil à la pêche locale et aux recettes traditionnelles de la Méditerranée. Dans ce jeu, notre mascotte se transforme en surfeur intrépide pour incarner l'esprit de Palavas : convivialité, nature et traditions.

Un hommage à la nature et aux paysages de Palavas

Le jeu met en scène des décors emblématiques : mer, étangs, faune et flore locales. Une manière originale de sensibiliser les joueurs à la richesse du patrimoine naturel tout en s'amusant.

Accessible à tous, partout

Ce jeu en 2D, conçu pour tous les âges, est disponible sur notre site Internet et compatible avec les mobiles. Vous incarnerez Poulpy, qui surfe dans le creux des vagues, tandis que les paysages iconiques de Palavas défilent en arrière-plan.

Des cadeaux à la clé !

Les 100 premiers meilleurs joueurs auront la chance de gagner une mini-planche de surf artisanale fabriquée en France, un souvenir unique pour prolonger l'expérience.

Laissez-vous emporter par l'énergie des vagues et venez surfer à Palavas... même depuis chez vous !



1.3 COORDINATION DES ACTEURS DU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE LOCAL

DEPUIS 2023 LA COLLABORATION EST BEAUCOUP PLUS INTENSE ET FRÉQUENTE ENTRE L'OFFICE DE TOURISME ET LES PROFESSIONNELS DE LA STATION. DES RÉFÉRENTS PAR FILIÈRE PROFESSIONNELLE ONT NOTAMMENT ÉTÉ MIS EN PLACE. CHAQUE RÉFÉRENT EST L'INTERLOCUTEUR PRIVILÉGIÉ ET L'EXPERT EN INTERNE DE SA FILIÈRE.

Réunions des professionnels :

- Présentation à l'ensemble des professionnels du Schéma de Développement Touristique en avril
- Atelier de réflexion sur la marque de destination avec un échantillon de professionnels
- Tournée des hébergeurs mai-juin (une partie n'était pas disponible)
- Bilan de saison le 12 novembre avec la présentation de notre nouvelle marque de destination
- Comité qualité de destination - novembre
- Réunion de la filière Hébergements - novembre
- Réunions de la filière activités et loisirs - novembre
- Rencontres avec l'association des commerçants « Les Deux Rives »

Une action nouvelle qui a remporté un franc succès : une visite guidée mixant 3 de nos visites à l'attention des professionnels. Plus de 50 professionnels de tout horizon ont participé à cette visite et les retours ont été très positifs. En mêlant plusieurs thématiques, nous créons une expérience riche et engageante qui permet aux participants de devenir de véritables ambassadeurs du patrimoine naturel, de l'histoire de la pêche et de ses techniques, de notre histoire en général etc. Cette action sera renouvelée comme demandé par de nombreux participants.

Formation & accompagnement :

- Construit avec les Offices de Tourisme et la CCI Hérault, le dispositif d'accompagnement des professionnels HERON n'a qu'un seul objectif, accompagner les professionnels du tourisme dans leur transition digitale. Une conférence sur l'IA au service des entreprises ainsi que des ateliers 1 to many (Google) a été organisée le 24 janvier 2024 en partenariat avec l'OT de Carnon.
- We go green R / hébergeurs formation éco responsabilité
- Renouvellement / labellisation Famille Plus
- Renouvellement / labellisation Accueil Vélo

- Partage d'informations permanent avec les hébergeurs : événements, statistiques, actualités dans le secteur, etc, elles sont transmises aux hébergeurs leur permettant ainsi de mieux se positionner. Par exemple : journées aux thématiques « durable » proposées par la collaboration entre le Pays Cœur d'Hérault, le Parc Naturel Régional du Haut-Languedoc et Hérault Tourisme ; ateliers de sensibilisation au tri des déchets destinés aux touristes dans les campings ; étude sur les logements et bus pour les saisonniers ; la campagne clef verte, mise en place des médailles de fidélités, etc.



Enfin, la Directrice est très impliquée dans le réseau des institutionnels. Elle participe régulièrement à des réunions avec les autres directeurs de l'Hérault, le Comité Régional du Tourisme et des loisirs. Elle est également membre du Comité de pilotage du contrat de destination du littoral occitan. Elle représente l'Office de Tourisme de Palavas-les-Flots dans les instances nationales. Sa présence aux réunions régionales et nationales contribue sans aucun doute à renforcer la visibilité et l'influence de la destination sur plusieurs échelles. Elle vient d'être élue dans le collège des OT au Conseil d'Administration du CRTL d'Occitanie.

En 2024, grâce aux initiatives mises en place par l'Office de Tourisme et reconnues par différents organismes, notre directrice a été sollicitée pour les présenter à divers publics :

- **Étudiants en tourisme à l'IEFT** en compagnie de nombreux dirigeants (directeur du groupe Yelloh Village, rédacteur en chef de la revue Espaces, président du club Hôtelier). Cette intervention a donné envie au **rédacteur en chef de la revue Espaces** d'en savoir plus sur nos actions et il a donc profité de sa présence au SETT pour venir à Palavas à notre rencontre.
- **Colloque organisé par Green Cross à Marseille « Vers un tourisme littoral résilient préservant la biodiversité »**. Un sujet majeur et des intervenants très variés pour une vision d'ensemble.
- Intervention lors d'une **Masterclass sur l'eau et le Tourisme** organisé par Veolia (présence notamment du rédacteur en chef du Nouvel Observateur etc.)

Toutes ces interventions ont été partagées sur de nombreux réseaux notamment LinkedIn. L'implication de la directrice dans ces différents événements démontre un engagement fort et stratégique pour le développement touristique et la valorisation de Palavas-les-Flots.

Fréquentation de l'espace pro/presse de notre site Internet :

En 2024, nous avons revu le positionnement de l'espace pro/presse sur notre site internet afin d'augmenter la visibilité de la page et d'accroître le nombre d'utilisateurs/an.

Nombre de vues :

2024 : 9 169 vues + 141 %

2023 : 3 805 vues

Nombre d'utilisateurs :

2024 : 6 388 utilisateurs + 143 %

2023 : 2 629 utilisateurs



2. MISSIONS COMPLÉMENTAIRES

2.1 DÉVELOPPEMENT & AMÉNAGEMENT TOURISTIQUE DE LA STATION

SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Le cabinet In Extenso TCH a débuté le travail de diagnostic avec des enquêtes et des ateliers collaboratifs fin 2023. La stratégie de développement touristique de Palavas-les-Flots a ensuite été dévoilée à l'ensemble des professionnels en avril 2024.

LE POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE DE PALAVAS-LES-FLOTS

Un village méditerranéen authentique apprécié par les vacanciers, depuis plus d'un siècle, pour sa douceur de vivre et situé au cœur d'un cadre naturel d'exception, support d'activités sportives de plein air.

Située sur une langue de terre, bordée d'un côté par de grandes plages de sable fin, de l'autre par

de vastes étangs d'eau douce, la station offre un environnement exceptionnel, propice en toutes saisons à une diversité d'activités sportives sur terre et sur mer. Villégiature de rêve proposant une importante variété de loisirs, sportifs et culturels, c'est avant tout un vrai village vivant, avec ses habitants à l'année, son marché et ses commerces, ses adresses gourmandes, ses fêtes traditionnelles, ses petits trésors cachés... à découvrir au hasard de ses ruelles.

EN BREF...

Un lieu de vacances pour des séjours en famille ou entre amis, où profiter tout au long de l'année d'une ambiance vivante et conviviale, d'une atmosphère tout simplement... authentique.

2 CLIENTÈLES CIBLES

Des clientèles familiales en vacances estivales
Cœur de cible de la station

Les clientèles complémentaires sur du tourisme 4 saisons, sur une diversification de l'image et génératrice de retombées économiques

Des clientèles de proximité, nationales et européennes venant en vacances sur du séjour nature / culture pour :

- d'autres lieux que la plage
- d'autres activités que la baignade
- d'autres périodes que l'été

Des efforts en matière de promotion et de communication à concentrer sur ces cibles.



LES FILIÈRES PRIORITAIRES DU TERRITOIRE

Une filière majeure, au coeur de l'économie touristique à consolider :

PLAGE & BALNÉAIRE FAMILIAL

Et des filières prioritaires complémentaires visant à enrichir l'expérience de visite (tourisme, loisirs et affaires) et favoriser le déploiement d'un tourisme des 4 saisons :

CULTURES VIVANTES ET ART DE VIVRE

SPORT ET NAUTISME

DÉCOUVERTE DE L'ENVIRONNEMENT ET DES ÉCOSYSTÈMES

Et une chaîne de services à conforter : hébergement, restauration et commerce, cadre de vie et mobilités douces.

LES OBJECTIFS STRATÉGIQUES

1. Structurer une stratégie marketing et de promotion autour d'un positionnement attractif et affirmer une destination 4 saisons

2. Consolider l'économie touristique palavasienne pour une expérience touristique de qualité tout au long de l'année

3. S'organiser ensemble et mettre en place les outils prévisionnels au service de la stratégie touristique

UN PLAN D' ACTIONS SUR 5 ANS A ÉGALEMENT ÉTÉ DÉFINI.

SYNTHÈSE

11 ACTIONS À HORIZON 2029

1/ Structurer une stratégie marketing et de promotion autour d'un positionnement attractif et affirmer une destination des 4 saisons

Action 1 : Affirmer un positionnement touristique valorisant l'identité de Palavas-les-Flots autour de cet « esprit village »

Action 2 : Formaliser le plan marketing et de communication annuel à destination des cibles clientèles valorisant un territoire 4 saisons

2/ Consolider l'économie touristique palavasienne pour une expérience touristique de qualité tout au long de l'année

Action 3 : Accompagner les socio-professionnels dans la montée en qualité et l'adaptation au changement climatique

Action 4 : Renforcer la visibilité des 3 filières clés du territoire : Cultures vivantes et arts de vivre, Sports et nautisme, Découverte de l'environnement et des écosystèmes

Action 5 : Poursuivre le déploiement des actions sur le commerce visant une qualité et une diversité

Action 6 : Renforcer la valorisation de l'activité pêche et des produits de la mer associés

Action 7 : Renforcer l'attractivité de la destination sur le séminaire d'entreprise

3/ S'organiser ensemble et mettre en place les outils prévisionnels au service de la stratégie touristique

Action 8 : Renforcer la mise en réseau et la mobilisation des acteurs de l'écosystème touristique

Action 9 : Renforcer le travail partenarial entre les services de la ville et l'Office de Tourisme

Action 10 : Rendre plus efficace l'observation touristique

Action 11 : Mobiliser les habitants dans le projet touristique de la ville

2.2 DÉFINITION, PORTAGE DE LA MARQUE DE DESTINATION & GESTION DE LA BOUTIQUE

UNE NOUVELLE MARQUE DE DESTINATION

Nous avons confié l'élaboration de cette nouvelle identité visuelle avec une ambition touristique et commerciale à l'agence Leon Travel qui a travaillé pour de nombreuses destinations : Savoie Mont Blanc, Brive, Porto Vecchio, Megève etc.

Extraits de la réflexion ayant menée aux choix graphiques et aux accroches :

La personnalité de Palavas-les-Flots

Généreuse.

J'aime partager des bons moments et faire plaisir aux autres.

Fière.

De mes racines, de mes réussites. C'est une fierté intime et légitime qui me stimule.

Conviviale, chaleureuse.

J'aime la simplicité, je m'accommode de toutes les situations dans la bonne humeur.

Typiquement méditerranéenne !

J'ai beaucoup d'énergie et de caractère. Extravertie, parfois sans filtre, je suis pourtant très affectueuse, même avec des inconnus.

Le combat de la destination Palavas-les-Flots

Je me bats pour concilier plaisir et tourisme responsable.

Mon arme : une offre repensée, toujours aussi accessible et divertissante, mais enrichie d'expériences quatre saisons, de nature et de culture, respectueuses des femmes, des hommes et de l'environnement.

Je promets de me réinventer sans me renier car je veux conserver mon authenticité.

Je ne perdrai pas mon âme dans la quête de ce tourisme plus responsable et ma victoire sera de ne plus être associée aux connotations négatives du tourisme de masse estival.

Les valeurs de Palavas-les-Flots

L'esprit d'ouverture aux autres, aux opportunités qui s'offrent à moi.

La solidarité voire la fraternité.

La loyauté fidèle à moi-même et à mes engagements.

La simplicité, source indéniable de sérénité.

CONCEPT STRATÉGIQUE

Oui aux vacances plus responsables... à condition qu'elles restent festives et accessibles à tous !

À Palavas, il faut que tout change pour que rien ne change.

À Palavas, on s'améliore dans la bonne humeur.

À Palavas, mieux faire, ça n'est pas compliqué.

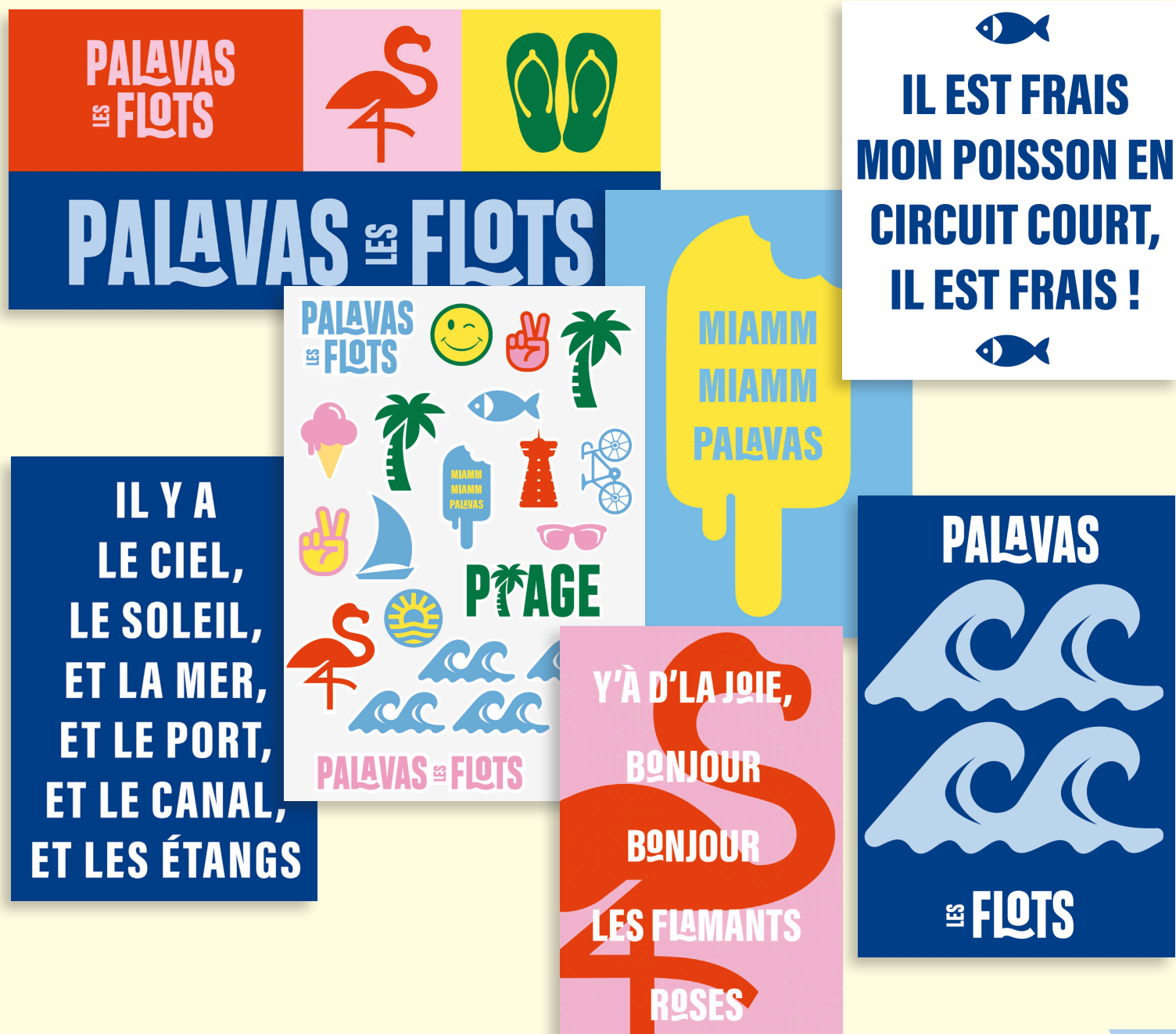
À Palavas les vacances plus responsables ne sont pas moins cool.

CONCEPT GRAPHIQUE

PALAVAS LES FLOTS

RÉSERVE NATURELLE DE BONNE HUMEUR

UNIVERS GRAPHIQUE



LA BOUTIQUE

CHIFFRES D'AFFAIRES 2023 DU 01/01/2023 AU 30/11/2023 = 25 012,42€ HT SOIT 30 014,90€ TTC

CHIFFRES D'AFFAIRES 2024 DU 01/01/2024 AU 24/11/2024 = 43 324,01€ HT SOIT 51 437,25€ TTC

TOP 3 EN NOMBRE DE VENTES PAR RUBRIQUE

| | QUANTITÉ | HT | TTC |
|---|----------|-----------|-----------|
| ACCESSOIRES | | | |
| Fouta | 68 | 869,05€ | 1 042,90€ |
| Tote bag Palavas de loin | 47 | 515,26€ | 618,30€ |
| Tote bag La Redoute | 33 | 292,41€ | 350,89€ |
| ALIMENTAIRE | | | |
| Boite à bonbons ronde | 153 | 425,81€ | 510,97€ |
| Boite à caramel | 82 | 499,30€ | 599,16€ |
| Biscuit Escalettes citron | 76 | 431,25€ | 454,97€ |
| AFFICHES/CARTES POSTALES/CARTES TOURISTIQUES | | | |
| Carte postale Palavas été | 375 | 468,75€ | 562,50€ |
| Carte postale Arènes | 219 | 273,75€ | 328,50€ |
| Carte postale La Redoute | 156 | 195€ | 234€ |
| KIDS | | | |
| Hochet flamant rose | 100 | 779,31€ | 935,17€ |
| Peluche flamant rose | 93 | 1 501,51€ | 1 801,81€ |
| Jeu de piste | 87 | 326,25€ | 391,50€ |
| LIBRAIRIE | | | |
| Notebook flamant | 31 | 401,23€ | 481,48€ |
| Livre la petite bibliothèque | 15 | 170,55€ | 204,66€ |
| Guide des oiseaux de camargue | 13 | 156,14€ | 187,37€ |
| GOODIES | | | |
| Monnaie de Paris | 703 | 1 173,58€ | 1 408,30€ |
| Stylo 4 couleurs | 314 | 1 249,60€ | 1 499,52€ |
| Magnet Arènes | 195 | 730,13€ | 876,16€ |
| PARFUMS | | | |
| Femme n°4 | 258 | 3 825€ | 4 590€ |
| Homme n°3 | 161 | 2 406€ | 2 887,20€ |
| Femme n°3 | 154 | 2 292€ | 2 750,40€ |

TOP 3 DES VENTES DE LA BOUTIQUE

| | QUANTITÉ | HT | TTC |
|----------------------------------|----------|-----------|-----------|
| MONNAIE DE PARIS | 703 | 1 173,58€ | 1 408,30€ |
| CARTE POSTALE PALAVAS ÉTÉ | 375 | 468,75€ | 562,50€ |
| STYLO 4 COULEURS | 314 | 1 249,60€ | 1 499,52€ |

2.3 VALORISATION DU PATRIMOINE, CONCEPTION, COMMERCIALISATION DE PRODUITS TOURISTIQUES & D'ANIMATIONS

PROMOTION DU PATRIMOINE BÂTI ET NATUREL : LES VISITES GUIDÉES

Comme en 2023, environ 1 000 personnes auront suivi une visite guidée en 2024

3 nouvelles visites :

- La **visite spéciale centenaire** de la station avec les pêcheurs : les deux dates ont fait le plein et de nombreux médias locaux étaient présents avec notamment un reportage de France 3
- Le **cinéma à Palavas-les-Flots** : comme celle du centenaire elle a obtenu une forte visibilité au niveau des médias
- **Palavas-les-Flots durant la Seconde Guerre mondiale** : 2024 marquait l'anniversaire des 80 ans du débarquement et cette visite a été proposée uniquement durant les journées du Patrimoine.

Autre nouveauté - Des visites guidées en soirée durant l'été :

L'an dernier en raison de la chaleur nous avons avancé l'heure de départ des visites du matin.

Pour la même raison, nous avons prévu de tester des visites en soirée. Nous l'avons fait pour celle du « Charme de la nature ». Elle a immédiatement fait le plein et devant le succès nous avons ajouté des dates pour cette visite. L'an prochain nous testerons d'autres thématiques de visite guidée en soirée.

- 31,2 % des visiteurs ont participé à la visite guidée intitulée « les coulisses du Phare »
- 29,5% du public a participé à la visite guidée intitulée « Le charme de la nature »
- 14,8 % des individus ont participé à la visite guidée intitulée « Sur la trace des pêcheurs ».
- (avec seulement 2 dates et 5 groupes
- 6,6 % des personnes ont participé à la visite guidée intitulée « l'Esprit palavasien »

Toutes les personnes interrogées sont satisfaites des visites guidées effectuées et sont d'accord pour conseiller ces activités à leurs proches et/ou amis. Ils ont été marqués par le professionnalisme, par les explications des Guides-conférenciers, par la vue panoramique, par la richesse de la biodiversité et de l'histoire de la commune de Palavas-les-Flots.

2 NOUVEAUX OUTILS DE MÉDIATION DU PATRIMOINE



JEU DE PISTE

L'équipe de l'Office de Tourisme accompagnée par l'entreprise « Chasseurs de trésors » située à Narbonne a concocté une **nouvelle activité immersive et ludique pour tous**. Grâce à un jeu de piste captivant autour du thème de la pêche et sous la forme d'une chasse aux trésors, les participants peuvent partir explorer les lieux emblématiques de la ville.

Ce jeu est vendu 4,5€ dans notre boutique.

Actions de communication :

Diffusion sur le site internet et les réseaux sociaux, envoi d'un communiqué de presse à la presse locale, organisation d'interviews radio, shooting photos.

VISITE EN AUTONOMIE

L'objectif est de proposer un parcours autonome de 6km environ pour que chacun puisse explorer Palavas à sa façon et à son rythme.

Au programme : patrimoine historique, bâtiment emblématique, patrimoine naturel, détails sur la pêche et les traditions Palavasiennes...

Ce dépliant est en vente à 2€ (pour éviter le gaspillage de papier) dans notre boutique.

Actions de communication :

Diffusion sur le site internet et les réseaux sociaux



LES ANIMATIONS ET ATELIERS POUR LES ENFANTS

L'Office de Tourisme étant labellisé Famille Plus, il se doit de proposer des animations à destination des enfants.

Sur l'année 2024, près de 70 enfants ont participé à nos ateliers de création et animations (hors week-end famille plus). Nous avons organisé moins d'ateliers que durant l'année 2023 car ceux durant la période juillet-août n'avaient pas rencontré de public. Nous avons remarqué que ce sont très souvent les mêmes enfants qui viennent participer à tous les ateliers organisés durant les « petites » vacances scolaires. Ils sont originaires de la commune ou ont de la famille à Palavas ou une maison secondaire. C'est un public fidélisé.

WEEK-END FAMILLE PLUS/PÂQUES

Un grand succès cette année notamment grâce à une nouveauté les jeux de bois installés sur le parvis du Phare. Ces jeux ont pu rassembler les générations, ajoutant une dimension intergénérationnelle et conviviale à ce week-end.

Les casques virtuels, prêtés par le Cépralmar (centre d'étude pour la promotion des activités lagunaires et maritimes), semblent avoir ajouté une touche immersive et innovante aux visites ! C'est un excellent moyen de capter l'attention des visiteurs et de rendre l'histoire de la pêche encore plus vivante pour tous les âges.

Bien sûr, nos traditionnelles chasses aux œufs dans le parc Saint-Pierre ont fait le plein.



HALLOWEEN

Quelle réussite pour Halloween ! Entre le maquillage très prisé et le spectacle complet, l'événement semble avoir répondu aux attentes des familles. C'est encourageant pour envisager d'autres animations similaires à l'avenir.



2.4 EXPLOITATION DES ESPACES CONGRÈS DU PHARE DE LA MÉDITERRANÉE

2024 - UNE ANNÉE DE TRANSITION ET DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

Finalisation de la structuration du service : changement de logiciel, rédaction d'un contrat de location avec l'aide d'un avocat spécialiste en droit commercial etc.

En 2024, nous avons réalisé de nettes avancées en matière de prospection commerciale par rapport à 2023, où l'absence de personnel dédié à cette fonction avait limité les actions. Grâce à un travail de communication plus ciblé et à des événements stratégiques, de nouveaux clients ont été accueillis, ce qui a contribué à une évolution positive du chiffre d'affaires, même si l'objectif initial n'a pas été atteint.

Nous avons travaillé non seulement à faire connaître nos espaces congrès du Phare mais également à **développer notre notoriété en tant que destination pour le Tourisme d'Affaires**.

• **Actions commerciales diversifiées** : La participation à des salons, soirées de networking, afterworks et à des événements comme la Nuit du Pitch a permis de générer de nouvelles opportunités d'affaires.

• **Acquisition de nouveaux clients** : L'agence 123 Events et le CHU en sont des exemples clés, avec une première réservation suivie de plusieurs autres, notamment de leurs confrères, ce qui témoigne de la réussite des actions commerciales. Greatness, rencontré lors de la Nuit du Pitch, a également contribué à un beau chiffre d'affaires.

Campagne sur LinkedIn pour valoriser la destination Tourisme d'Affaires avec l'agence My Destination durant l'automne

Office de Tourisme et des Congrès de Palavas-les-Flots
827 abonnés
3 sem. • Modifié •

Office de Tourisme et des Congrès de Palavas-les-Flots
827 abonnés
2 mois •

Vous êtes à la recherche d'un lieu unique pour organiser votre prochain séminaire d'entreprise ? Arrêtez tout, vous avez trouvé 🙌 Le Phare de la Méditerranée à Palavas-les-Flots propose 1227m2 d'espaces ... plus

3 BONNES RAISONS DE CHOISIR Palavas-les-Flots

POUR ORGANISER SON SÉMINAIRE D'ENTREPRISE

3 bonnes raisons de choisir Palavas-les-Flots

1. TRAVAILLER DEPUIS L'EMBLÈME DU PHARE DE LA MÉDITERRANÉE

Le Phare de la Méditerranée

Office de Tourisme et des Congrès de Palavas-les-Flots
827 abonnés
3 sem. • Modifié •

Office de Tourisme et des Congrès de Palavas-les-Flots
827 abonnés
2 mois •

Vous êtes à la recherche d'un lieu unique pour organiser votre prochain séminaire d'entreprise ? Arrêtez tout, vous avez trouvé 🙌 Le Phare de la Méditerranée à Palavas-les-Flots propose 1227m2 d'espaces ... plus

POUR RÉSERVER UN SÉMINAIRE HORS DU COMMUN À Palavas-les-Flots

COMPTEZ SUR NOUS !

LES NOMBREUSES ACTIVITÉS réalisables toute l'année

3 activités

Contactez-nous

CHIFFRE D'AFFAIRES

Le chiffre d'affaires est en hausse en 2024, mais l'objectif fixé n'a pas été complètement atteint, bien que des mois comme janvier, juillet, septembre, octobre et décembre aient montré une belle évolution.

| | 2021 | | 2022 | | 2023 | | 2024 | |
|--------------|-----------|-------------------|-----------|-------------------|------------|-------------------|------------|-------------------|
| | TTC | HT | TTC | HT | TTC | HT | TTC | HT |
| JANVIER | 1 018,80€ | 887,04€ | 4 851,80€ | 3 881,44€ | 6 865,44€ | 5 492,352€ | 13 573,20€ | 10 858,56€ |
| FÉVRIER | 1 173,60€ | 938,88€ | 3 467,52€ | 2 774,01€ | 1 244,76€ | 995,80€ | 168€ | 134,40€ |
| MARS | 1 274,40€ | 1 019,52€ | 6 625,16€ | 5 300,12€ | 2 519,04€ | 2 015,23€ | 5 916€ | 4 792,80€ |
| AVRIL | 2 788,20€ | 2 230,56€ | 5 048,36€ | 4 038,68€ | 6 239,76€ | 4 991,80€ | 2 202€ | 1 835€ |
| MAI | 1 528,20€ | 1 222,56€ | 4 846,80€ | 3 877,44€ | 3 725,76€ | 2 980,60€ | 4 716€ | 3 772,80€ |
| JUIN | 1 380,96€ | 1 104,76€ | 7 498,32€ | 5 998,65€ | 21 634,44€ | 17 307,55€ | 11 010€ | 8 808€ |
| JUILLET | 1 860€ | 1 488€ | 2 228,40€ | 1 782,72€ | 2 478€ | 1 982,4€ | 6 602,40€ | 5 281,92€ |
| AOÛT | 1 647,48€ | 1 317,98€ | 2 822,88€ | 2 258,30€ | 2 290,20€ | 1 832,16€ | 3 552€ | 2 841,60€ |
| SEPTEMBRE | 4 641,12€ | 3 712,89€ | 9 214,68€ | 7 371,74€ | 8 498,40€ | 6 798,92€ | 10 860€ | 8 688€ |
| OCTOBRE | 8 121,32€ | 6 497,05€ | 3 969,36€ | 3 175,48€ | 5 427,60€ | 4 342,08€ | 13 002€ | 10 835€ |
| NOVEMBRE | 4 770,36€ | 3 816,28€ | 5 573,64€ | 4 458,91€ | 8 041,20€ | 6 432,96€ | 4 516,80€ | 3 613,44€ |
| DÉCEMBRE | 5 487,80€ | 4 390,24€ | 6 300,84€ | 5 040,67€ | 1 933,20€ | 1 546,56€ | 7 926€ | 6 340,80€ |
| Total | | 28 625,79€ | | 49 958,20€ | | 56 718,24€ | | 67 020,48€ |

ÉVÉNEMENTS

| | AG | FORMATION | RÉUNION | SÉMINAIRE | CONGRÈS | SOIRÉE | INTERNE | ASSOCIATION | CONFÉRENCE | EXPOSITION | Total |
|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|-------------|------------|------------|-------|
| JANVIER | 6 | 0 | 1 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 13 |
| FÉVRIER | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| MARS | 8 | 1 | 1 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 15 |
| AVRIL | 8 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 13 |
| MAI | 6 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 11 |
| JUIN | 11 | 5 | 2 | 2 | 2 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 25 |
| JUILLET | 11 | 2 | 4 | 1 | 0 | 0 | 5 | 0 | 0 | 0 | 23 |
| AOÛT | 11 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 15 |
| SEPTEMBRE | 11 | 3 | 5 | 1 | 3 | 0 | 7 | 0 | 0 | 0 | 30 |
| OCTOBRE | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 16 |
| NOVEMBRE | 6 | 4 | 4 | 0 | 2 | 1 | 7 | 0 | 0 | 0 | 16 |
| DÉCEMBRE | 3 | 3 | 5 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 24 |
| TOTAL | 87 | 25 | 27 | 11 | 14 | 3 | 30 | 1 | 1 | 1 | |

Notre objectif d'augmenter la part des séminaires est atteint car en 2023 nous avons accueilli 6 séminaires contre 11 en 2024 et nous avons également accueilli plus de congrès (7 en 2023 et 14 en 2024). C'est une excellente progression ! **En accueillant davantage de séminaires et de congrès, nous consolidons la position de Palavas-les-Flots en tant que destination pour le tourisme d'affaires.** La diminution des Assemblées Générales montre une orientation vers des événements générateurs de retombées économiques plus importantes, ce qui témoigne de la pertinence de votre stratégie.

Pour 2025, les efforts vont se concentrer sur des actions commerciales encore plus ciblées et sur l'exploitation de nouveaux salons et événements pour continuer cette dynamique de croissance.

2.5 DÉFINITION & DÉVELOPPEMENT DES DÉMARCHES DE PROGRÈS

EN AVRIL 2023, UNE RÉORGANISATION INTERNE A ÉTÉ OPÉRÉE, AVEC UNE SEULE PERSONNE AU PILOTE DE TOUTES LES DÉMARCHES QUALITÉ ET LABELS, EN COLLABORATION AVEC LA DIRECTION : MALLAURY KNIPPER.

LABEL ACCUEIL VÉLO

L'Office de Tourisme a obtenu, en juin, le label Accueil Vélo, témoignant de notre engagement à promouvoir une offre de services adaptée aux cyclotouristes. Ce label garantit que notre structure offre des équipements et services de qualité pour les amateurs de vélo. De plus, en novembre, la responsable a réalisé plusieurs audits pour le renouvellement du label et la labellisation de nouveaux prestataires.



LABEL FAMILLE PLUS

Nous avons également renouvelé, en juillet, avec succès le label Famille Plus, qui atteste de notre capacité à accueillir les familles dans les meilleures conditions. Cela implique des services spécifiques, des animations adaptées et une attention particulière portée aux besoins des plus jeunes et de leurs parents. Ce renouvellement est un gage de confiance pour les familles qui choisissent notre destination.

MARQUE QUALITÉ TOURISME/ DESTINATION D'EXCELLENCE

Nous avons poursuivi notre objectif d'amélioration continue en suivant l'évolution de la marque Qualité Tourisme vers le label Destination d'Excellence. Grâce à des évaluations régulières et à des ajustements dans nos pratiques, nous avons posé les bases nécessaires pour viser le label Destination d'Excellence.





LABEL « AMBASSADEUR DE LA PÊCHE PALAVASIENNE »

Réflexion autour d'un futur « label » visant à valoriser les restaurateurs collaborant avec les pêcheurs palavasiens. L'objectif est de mettre en valeur les produits issus de la pêche locale et la connaissance approfondie des caractéristiques de la pêche (saisonnalité, espèces etc).

CLASSEMENT CATÉGORIE I

Nous avons poursuivi notre objectif d'amélioration continue en suivant l'évolution de la marque Qualité Tourisme vers le label Destination d'Excellence. Grâce à des évaluations régulières et à des ajustements dans nos pratiques, nous avons posé les bases nécessaires pour viser le label Destination d'Excellence.



LABEL TOURISME & HANDICAP



RSE/TOURISME DURABLE

Nous avons choisi de nous faire accompagner par un consultant spécialisé dans la RSE pour les Offices de Tourisme et par Hérault Tourisme.

Pourquoi mettre en place une démarche RSE ?

La Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) désigne l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales, environnementales et économiques dans leurs activités et leurs interactions avec les parties prenantes.

Piliers de la RSE :

- Environnement : Réduction de l'empreinte écologique, gestion durable des ressources, lutte contre le changement climatique.
 - Social : Conditions de travail, diversité et inclusion, respect des droits de l'homme, engagement communautaire.
 - Économie : Pratiques commerciales éthiques, transparence, lutte contre la corruption.
- Cela inclut la réduction de notre empreinte écologique, la promotion des produits locaux, et l'implication des acteurs locaux dans nos projets. Cette démarche vise non seulement à améliorer notre impact environnemental, mais aussi à renforcer notre lien avec la communauté et à développer une économie locale durable.

Il s'agit également pour nous d'une obligation en raison de notre classement en 1^{ère} catégorie et de l'évolution du label Qualité Tourisme et Destination d'Excellence.

CRITÈRES CLASSEMENT (CATÉGORIES 1 ET 2)

L'Office de Tourisme élabore et met en œuvre une stratégie touristique précisant les missions de l'Office de Tourisme dans les domaines suivants :

- Actions de sensibilisation des touristes et des acteurs touristiques en matière de protection de l'environnement et de développement durable.

MARQUE QUALITÉ TOURISME DEVIENT DESTINATION D'EXCELLENCE

Ce label repose sur deux piliers fondamentaux : la qualité et l'éco-responsabilité. Le premier pilier, la qualité, garantit que les services et infrastructures touristiques sont à la hauteur des attentes des visiteurs. Cela inclut l'accueil, la propreté, et la richesse des offres culturelles et naturelles. Les destinations labellisées s'engagent à améliorer constamment leurs standards pour assurer une expérience mémorable.

Le second pilier, l'éco-responsabilité, met l'accent sur la préservation de l'environnement et la promotion de pratiques durables. Les destinations labellisées adoptent des initiatives pour réduire leur empreinte écologique, soutenir les communautés locales et protéger les ressources naturelles, garantissant ainsi que le tourisme se développe de manière harmonieuse et durable.

Au-delà de ces obligations les avantages sont nombreux comme pour toute entreprise :

- Amélioration de l'image de marque
- Fidélisation des clients et des employés
- Accès à de nouveaux marchés et opportunités d'affaires
- Réduction des risques liés à la non-conformité réglementaire

BILAN DES ACTIONS MISES EN PLACE EN 2024 - DÉMARCHE RSE

- **Charte de choix des fournisseurs de la boutique avec une grille RSE**
- **Formations** : Communication responsable et impact du numérique / Réduction des impacts environnementaux via des écogestes
- **Tri** : achat de poubelles de tri, et planning de ramassage des poubelles de tri par le personnel
- **Définition des valeurs de l'entreprise**
- **Social** : voir partie RH
- **Remplacement des bouteilles plastiques** par des carafes et un distributeur d'eau dans nos espaces congrès
- **Rédaction d'une charte des achats responsables** pour le choix de tous nos fournisseurs
- **Mise en place d'un outil participatif** sur notre site Internet qui permet de partager des observations sur la biodiversité du territoire

CONCLUSION

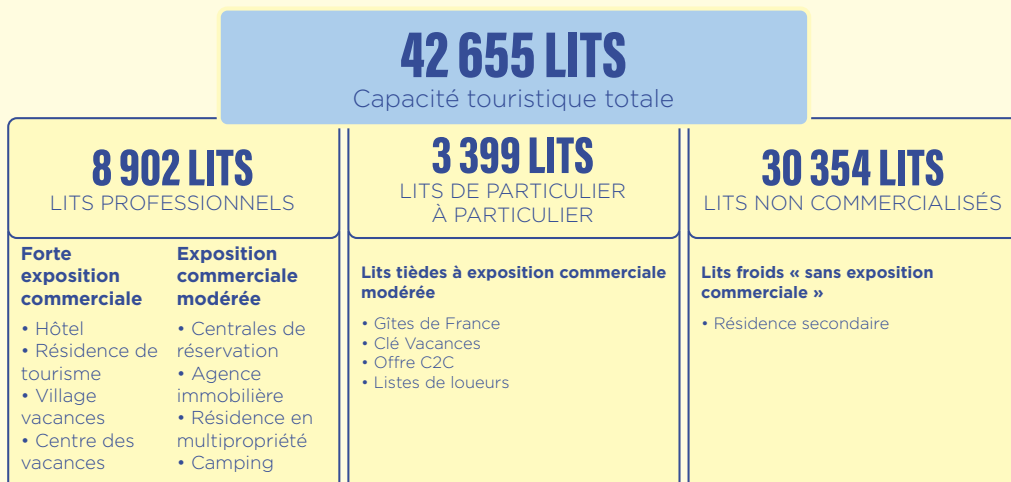
Ces actions témoignent de notre volonté de progresser **vers un modèle de tourisme plus qualitatif et responsable**. L'Office de Tourisme s'engage à continuer cette dynamique, afin d'offrir une expérience enrichissante et respectueuse pour tous les visiteurs, tout en soutenant le développement durable de notre territoire. Nous nous réjouissons de ces avancées et restons déterminés à faire de notre destination un lieu d'excellence reconnu par tous.



2.6 OBSERVATION & VEILLE TOURISTIQUE

- Suivi hebdomadaire de la fréquentation au moyen des données **Fluxvision d'Orange et G2A** (données transmises à la ville et VP de l'OT)
- **Enquête de conjoncture** auprès d'un échantillon représentatif de nos différentes filières touristiques
- Depuis fin 2023, mise en place du **dispositif G2A** pour nous connecter temps réel aux systèmes de réservation de nos hébergeurs professionnels et particuliers (AirBnb etc). Pour la première année nous sommes connectés en temps réel à 88% de nos lits touristiques. Nous n'avons pas encore de comparatif N-1. Ce système collecte également les données des ordures ménagères et de la consommation d'eau sur notre territoire pour une vue complète de sa fréquentation.

CLASSIFICATION DES LITS TOURISTIQUES



Source : Fluxvision Orange et G2A, données hebdomadaires de fréquentation des lits touristiques (du 1er avril au 31 octobre 2024)

2 452 077

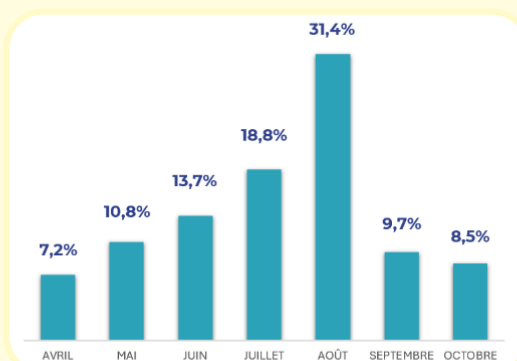
Nuitées touristiques
avril à octobre 2024



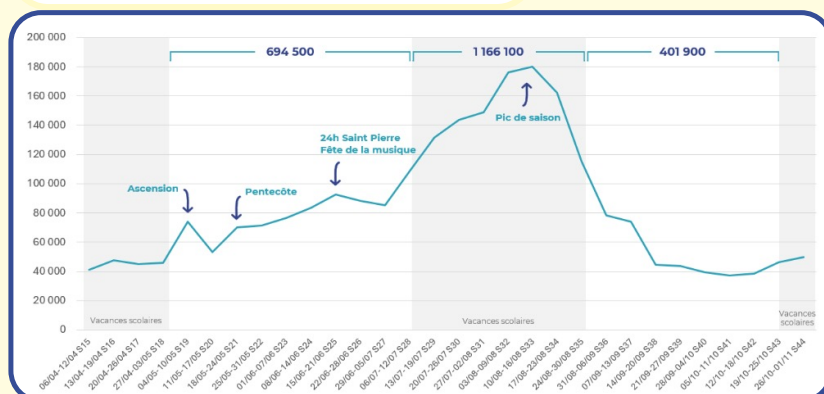
FRÉQUENTATION TOURISTIQUE des nuitées touristiques globales

50,2%

des nuitées touristiques globales



FRÉQUENTATION TOURISTIQUE en nuitées par semaine



3. RESSOURCES HUMAINES & ADMINISTRATIF

CONVENTION COLLECTIVE

Mise en conformité de la prime annuelle avec le soutien d'un avocat spécialiste de notre convention

AVANTAGES SOCIAUX

Mise en place des Tickets Restaurants

RGPD

Poursuite de la mise en conformité

RESSOURCES HUMAINES

Pôle Accueil

Nous avons renforcé l'équipe avec trois stagiaires. Un employé saisonnier a été recruté pour une durée de six mois (d'avril à septembre) et un autre pour deux mois (juillet-août). Nous avons également embauché un saisonnier pour les vacances d'avril.

Pôle Promotion- Communication

Le poste de notre chargée de communication a été pérennisé en CDI. Suite à une longue absence pour congé parental, une chargée de promotion a finalement quitté l'entreprise. Nous

avons également recruté un saisonnier pour le mois de juillet ainsi que deux stagiaires. Une nouvelle alternante est arrivée dans le service en septembre et restera parmi nous pendant 2 ans au poste de Community Manager.

Pôle Congrès

La responsable de ce pôle a vu son poste pérennisé en CDI. Une alternante a été recruté pour un an en tant que Chargée d'accueil Congrès. Deux stagiaires, dont certains rémunérés, ont été recrutés pour apporter un soutien supplémentaire.

Pôle Observatoire, Qualité et Labels

Le poste a été revalorisé en tant que responsable, avec l'octroi d'une délégation de signature.

Les entretiens d'évaluation ont été menés en fin d'année. En 2024, l'Office de Tourisme compte 12 salariés. (Annexe : Organigramme)

Divers : changement du prestataire de Paie : logiciel SILAE + Coffre-fort électronique

FORMATIONS - DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

En 2024, nos salariés ont suivi plusieurs formations, détaillées ci-dessous, dont le financement a été partiellement ou entièrement pris en charge par notre OPCO, l'AFDAS.

- Communication responsable et impact du numérique
- Utilisation et administration de notre nouveau logiciel de vente WeLogin
- Réduction des impacts environnementaux via des écogestes
- Formation à la transmission des compétences pour le poste de Conseiller en Séjour
- Rédaction assistée par ChatGPT
- Gestion des avis clients
- Réglementation sur les droits d'auteur : photos, vidéos, fonctionnement
- Développement d'expertise pour la structure
- Conduite du changement au sein des équipes
- Création de visuels percutants avec ChatGPT
- Les fondamentaux du leadership
- Référent sécurité au travail
- Sauveteur Secouriste du Travail (SST)
- Formation droit social/ convention collective
- Séminaire et formation sur la qualité

En juin, nous avons organisé une journée de team building avec un programme nous permettant de mieux connaître nos prestataires : sensibilisation au RGPD, déjeuner au restaurant, et une sortie en bateau (prestataire local). Une seconde journée est prévue pour décembre.

L'équipe a également testé le sentier sous-marin et visité l'IFREMER.

Enfin, en décembre un séminaire au Phare restauré de l’Espiguette nous permet de travailler sur nos valeurs/RSE et de découvrir ce phare récemment rénové, échanger avec les équipes de l’Office de Tourisme du Grau sur l’Office et les actions du camping de l’Espiguette (géré par l’OT en matière de développement durable). Les équipes du Seaquarium nous reçoivent également pour nous présenter leurs actions en matière de sauvegarde de la biodiversité marine.

Nos salariés ont également participé à plusieurs événements pour se former, s’informer ou vendre la destination, notamment :

- Les Rencontres du e-tourisme à Pau
- Séminaire du club business du CRT

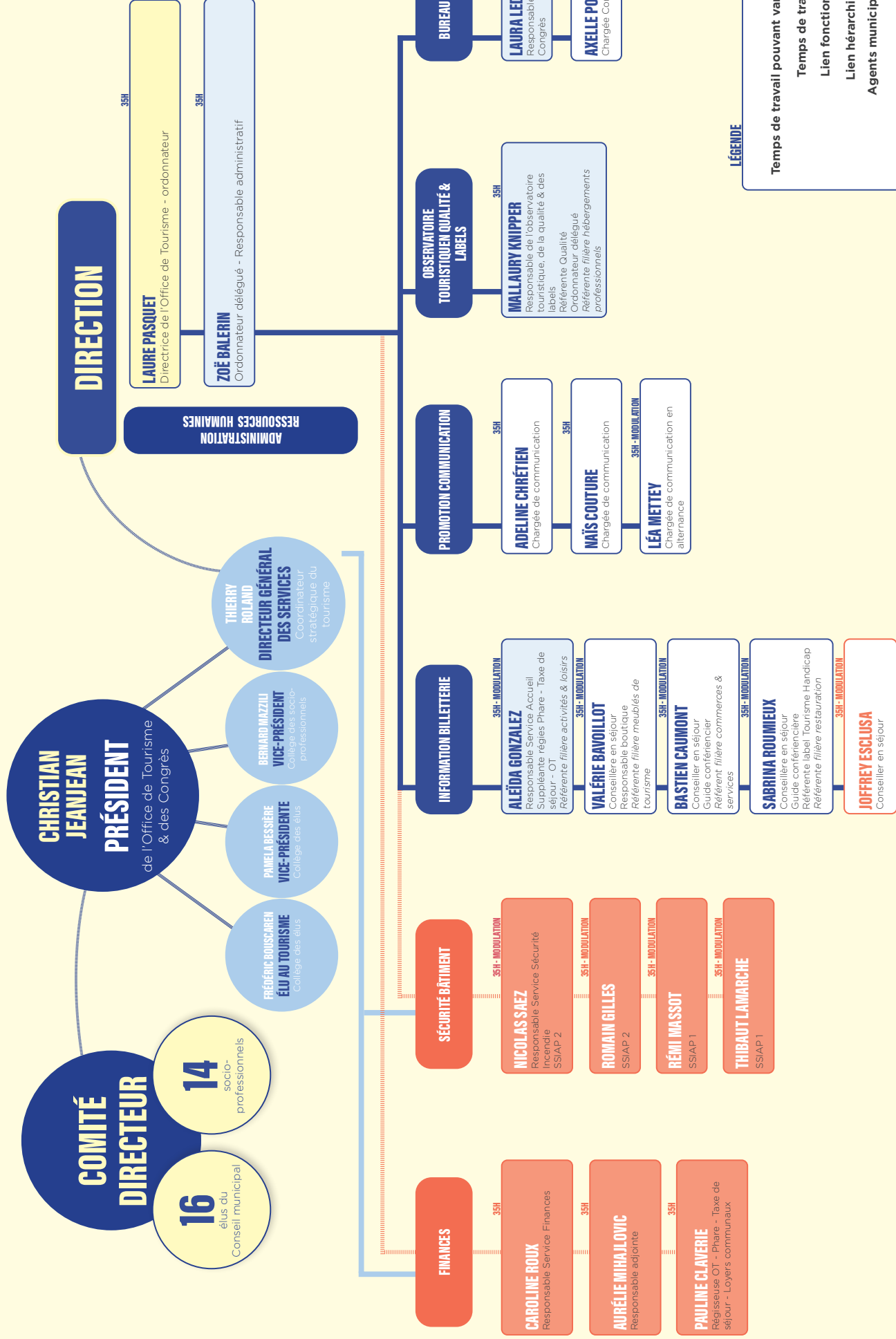
- Salon Séminaire Business Event
- La Nuit du Pitch
- Eductour à La Grande Motte
- Convergences Touristiques à Carcassonne
- Journée des Offices de Tourisme au Cap d’Agde

VIE INSTITUTIONNELLE

Cette année, nous avons réalisé 6 comités directeurs avec 30 délibérations.



ORGANIGRAMME 2024 DE L'OFFICE DE TOURISME & DES CONGRÈS



LÉGENDE

Temps de travail pouvant varier : 35H - MODULATION

Temps de travail : 35H

Lien fonctionnel : |||

Lien hiérarchique : —

Agents municipaux : —