



Conseil d'Administration

Vendredi 8 décembre 2023

Communauté de communes - 9h - Salle Canapa

- Projet de plan d'action 2024
- Budget Prévisionnel 2024



CAP SUR 2024 : 3 axes prioritaires et une mission prospective

Les missions de la SPL, reformatée en juillet 2023, visent à conforter et amplifier une dynamique de développement territoriale, afin d'améliorer l'offre de services et apporter du soutien aux acteurs économiques de proximité. Ces missions s'articuleront en 2024 autour de quatre lignes directrices.

Digitalisation des professionnels de loisirs



Structuration du service groupes & affaires



Production & diffusion d'une offre de séjours



Approche d'un site Internet « marketing de destination »



CAP SUR 2024 : la digitalisation des professionnels de loisirs

Conforter, développer et sécuriser l'opération « Amusez-vous »

- ✓ Reconduire le partenariat avec l'opérateur [Régiondo](#), après une première année de lancement prometteuse.
- ✓ Poursuivre la sensibilisation des professionnels à la digitalisation de l'offre de loisirs du territoire.
- ✓ Affiner le partenariat avec les Offices de Tourisme, pour le positionnement d'Amusez-vous sur Internet.
- ✓ Partager de nouveaux contenus et tarifs de loisirs, formater l'offre 2024 et l'insérer sur le site dédié.
- ✓ Développer l'offre « bons cadeaux » sur Amusez-vous.
- ✓ Créer deux onglets/rubriques supplémentaires : séjours (pour les mono-packages) et loisirs pour groupes.
- ✓ Créer la [brochure](#) «Amusez-vous» 2024 et préparer les supports de PLV correspondants.
- ✓ Soutenir la visibilité du site Internet dédié www.amusezvous.net et optimiser ce dernier :
 - * campagne adwords (réalisée en interne ou externalisée) en complément du référencement naturel ;
 - * campagne d'affichage in situ sur 3 semaines (sous réserve) ;
 - * mise en place de liens vers le site Amusez-vous depuis les sites Internet de partenaires ;
 - * création des fiches produits accessibles sur Apidae ;
 - * post et vidéos de soutien à Amusez-vous sur les réseaux (avec les Community Managers du Pôle).
- ✓ Former, motiver et assurer la gestion des points de vente & renouveler les opérations hors les murs.



CAP SUR 2024 : développer le service groupes & MICE

Donner une nouvelle dimension au service « groupes », en renforçant sa visibilité et ses actions

- ✓ Créer un site dédié en 2024, pour présenter [l'offre groupe du territoire](#) et susciter la demande de [devis](#).
- ✓ Qualifier l'offre groupes & MICE sur le logiciel Ezus, pour optimiser la présentation de projets sur mesure.
- ✓ Adhérer à l'organisme régional [Linkeus](#), pour participer à des actions de démarchages mutualisées.
- ✓ Participer à des salons [spécialisés](#), qui permettront de rencontrer des décideurs pour les groupes.
- ✓ Refondre la brochure groupe [Rendez-Vous](#) : réflexion sur une version en ligne, imprimable selon besoins.
- ✓ Consacrer un budget dédié aux campagnes adwords . Test d'externalisation d'une campagne dès janvier.
- ✓ Prendre un espace « destination » sur Cvent, [plateforme leader](#) pour le tourisme d'affaires.
- ✓ Soutenir l'offre sur les réseaux sociaux, via les pages « destination » du Pôle ([LinkedIn](#) et Facebook).
- ✓ Favoriser la mise en avant du service groupes par nos partenaires institutionnels (OLT - ADT - CRT).
- ✓ Concevoir un éducteur spécifique, pour présenter aux entreprises l'offre «groupes» du territoire.



Cap sur 2024 : production et commercialisation d'une offre de séjours

Des packages thématiques toute l'année, fruit d'un partenariat entre les producteurs varois

- ✓ Faire évoluer le site Internet www.weekend-provence.fr, en fonction des préconisations des OLT partenaires.
- ✓ Conforter notre offre et rythmer nos [propositions](#) en fonction des périodes clefs de l'année.
- ✓ Préparer des produits ciblés : offres insolites, escapades romantiques ou [événements](#) phares.
- ✓ Utiliser le nouveau logiciel Ezus pour traiter également la relation clients séjours, comme pour les groupes.
- ✓ Soutenir l'offre packagée via les pages réseaux sociaux et lors des opérations de relations presse.
- ✓ Développer les bons cadeaux et les promouvoir.
- ✓ Mettre en place d'une campagne Adwords externalisée, mutualisée entre les producteurs Var.
- ✓ Favoriser le partage des week-ends packagés par nos partenaires (OLT - ADT - CRT), via Apidae.
- ✓ Exporter les séjours montés en mono-packages, via Régiendo, sur le site Amusez-vous.



Annexe : salons & opérations de promotion commerciale (loisirs, séjours & groupes)

L'objectif de ces manifestations est de présenter la destination comme une succession d'expériences inoubliables à vivre et partager avec bonheur, dans le Golfe de Saint-Tropez, territoire d'exception.

Salons & manifestations « grand public »

- ✓ **Salon de Bruxelles** - 01/04 février 2024 - Partenariat Var Tourisme.
- ✓ **Idées Week-end à Marseille** - 16/18 février 2024 - En solo.
- ✓ **Marathon du Golfe de Saint-Tropez** - 23/24 mars 2024 - Partenariat Comcom / ASO pour les groupes et clubs.
- ✓ **Salon de la Randonnée à Lyon** - 22/24 mars 2024 - Partenariat Var Tourisme & CRT.
- ✓ **Idées Week-end à Nice** - 05/07 avril 2024 - En solo.
- ✓ **Roc d'Azur à Fréjus** – 09/13 octobre 2024 - Partenariat Var Tourisme.

Salons et opérations « groupes »

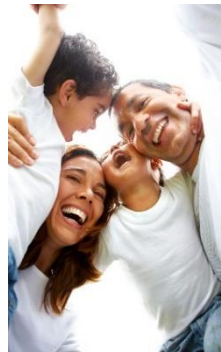
- ✓ **Salon des Comités d'Entreprise de Lyon** - 14/15 mars 2024 - Présence solo.
- ✓ **3 opérations de démarchage en partenariat avec Linkeus** (présentation du plan d'action le 21 déc 2023).



CAP SUR 2024 : approche d'un site Internet « marketing de destination »

A la demande du pôle développement économique et tourisme de la Communauté de communes, une réflexion va être engagée avec la SPL, sur l'évolution de la présentation marketing de la destination sur Internet. Le point essentiel à aborder par rapport à l'architecture actuelle de www.visitgolfe.com porte sur l'intégration de toutes les dimensions économiques et sociales de l'attractivité du territoire, dans une approche globale systémique.

- ✓ **L'attractivité touristique de la destination (la dimension «Visiter»)**, déjà présentée sur le site www.visitgolfe.com, resterait la porte d'entrée, image de la destination, car elle représente 70% de l'économie.
- ✓ **L'attractivité productive de la destination (la dimension «Investir»)**, autour de filières économiques prioritaires, de l'accueil d'investisseurs dans les secteurs d'activités correspondant aux filières d'avenir du territoire, d'accompagnement de créateurs d'entreprises ou de jeunes talents, de valorisation du foncier d'entreprise.
- ✓ **L'attractivité résidentielle de la destination (la dimension « Vivre »)**, qui regroupe tous les services mis à disposition de la population comme des résidents de longue durée, pour favoriser le bien-être in situ ou le bien vivre en entreprise : services à la personne, transports, logements, accueil des enfants, services publics...



Merci de votre de votre concours et de votre fidélité