



# Plan d'actions 2024

## Office de Tourisme de Palavas-les-Flots



# SOMMAIRE

- 01 Projets transversaux
- 02 Missions  
Obligatoires
- 03 Missions  
complémentaires



## La feuille de route 2024 de l'Office de Tourisme de Palavas-les-Flots

- La poursuite de la restructuration pour plus de performance : formation et mise en place de nouveaux outils
- Le déploiement de la nouvelle stratégie de positionnement touristique et un travail sur l'image de la destination
- Le centenaire « station classée tourisme »
- Vers plus d'écoresponsabilité



01

# Projets transversaux

# Changement de logiciel de vente physique et en ligne

## De AWOO à We Login:

- Une évolution majeure qui impacte tout le personnel de l'Office de Tourisme : **boutique, billetterie physique/ en ligne, site Internet, congrès**
- Des formations en janvier et février
- Mise en place prévue au plus tard pour le 01 avril

### NOS CLIENTS

Synthèse

## Merci à nos clients

bien plus que des clients, des partenaires qui participent au quotidien à l'évolution de nos solutions.

**205**

Clients

**758**

Points de vente

**92**

Boutiques en ligne



574 **wellogin**  
ORIGINAL

19 **wellogin**  
ESSENTIEL

165 **wellogin**  
CONSULT

wellogin

### Exemples :



Musée de Lodève



Centre Astronomique



Mairie de Perpignan



OT Val d'Isère



OT Marseille



OTI de la Riviera du Levant



## Démarche RSE

- Choix d'un **prestataire qui a mis en place une démarche spécifique pour les OT** (de Normandie + 2 OT dans l'Hérault). Une démarche très participative avec l'ensemble du personnel mobilisé.
- Etape préalable et importante pour une labélisation plus large de la destination : « **Green Destination** ». Palavas-les-Flots a déjà un potentiel pour obtenir ce label. Les jeunes générations y seront de plus en plus attentives dans le choix de leur destination: site Natura 2000, réserve marine, pistes cyclables etc.
- *Démarrage en 2024 sous réserve de financement de notre OPCO, l'AFDAS*

# Centenaire Station Classée Tourisme

- L'OT participe au pilotage des manifestations autour de cet évènement et contribuera également à sa communication
- Le centenaire se déroulera sur l'année 2024, toutes les animations seront labelisées 100 ans
- La clientèle ciblée: les palavasiens et habitants des alentours (1h de route)
- Les temps forts auront lieu en dehors de la haute saison



# Formation: adaptation des compétences/ nouvelle stratégie

## RSE

- Communication responsable et pollution numérique
- Limiter les impacts de mon organisation dans la mise en place d'écogestes (numérique, déchets, économie circulaire, énergie...)

## Promotion-communication

- Rédiger avec l'assistance de ChatGPT des contenus expérientiels pour le web pour se renouveler et se démarquer
- Générer des visuels percutant avec Chat GPT et Dall-E 3 pour vos réseaux sociaux, sites web et newsletters
- Réglementation des droits d'auteur : photos, vidéos, comment cela fonctionne ?

## Accueil

- Expert de destination pour les conseillers en séjour
- Transmettre le savoir pour une prise de poste de Conseiller en Séjour
- Gérer les avis clients

## Management et réglementation RH

- Gagner en expertise pour sa structure : droit du travail, convention collective, cadre réglementaire
- Conduire le changement au sein de mes équipes
- Être en mesure d'animer des collectifs (équipe de l'OT, groupe de prestataires, groupe de travail...) avec des méthodes qui favorisent l'intelligence collective
- « Les fondamentaux du leadership et les clés d'une coopération » (programme sur mesure)

# 02

## MISSIONS OBLIGATOIRES DE L'OFFICE DE TOURISME

Accueil – information  
promotion – communication  
coordination des socio-professionnels





## Accueil -Information

- Changement de logiciel de vente
- **Modification de la gestion des plannings:** plus d'anticipation, moins de personnel en juillet et août et plus de présence en septembre. A minimum en journée 2 conseillers en séjour présents d'avril à septembre.
- Evaluation avec Hérault Tourisme d'un **changement de base de données d'Information Touristique: quitter Tourinsoft pour Apidae.** Nous souhaitons ce changement et si Hérault Tourisme ne le décide pas, nous évaluerons comme d'autres destination le coût pour le faire seul.

## Promotion - communication

Nous poursuivrons le travail engagé en 2023 avec une **priorité sur la valorisation de l'image de la destination car Palavas-les-Flots n'a pas de problème de notoriété :**

- Mise à jour de la photothèque et vidéothèque pour travailler sur nos nouveaux axes de promotion
- Poursuite de l'amélioration du site Internet
- Consolidation de l'audience de nos réseaux sociaux et amélioration du taux d'engagement

De nouveaux chantiers seront également lancés à la suite de la finalisation du Schéma de Développement Touristique :

- **Création d'une marque commerciale**
- Nouvelles actions de promotion comme un projet de **Podcasts**
- **Dossier de presse générique** sur la destination qui sera traduit en anglais etc...

# Supports de promotion imprimés: Le guide Destination

## 2024 : un tournant dans la réalisation du guide destination

- Délégué à la **régie publicitaire** Dixicom : la commercialisation des espaces publicitaires, la réalisation graphique et l'impression.
- **Notre service promotion garde à sa charge la stratégie et la rédaction de contenu ainsi que la création visuelle de la page de couverture.**
- **Le guide se dote d'un style magazine** tant dans sa forme que dans son contenu (articles expérientiels etc.).

### Cibles :

Personnes en recherche d'informations sur Palavas-les-Flots, et visiteurs sur place souhaitant obtenir des informations fiables et complètes

### Objectifs :

**Promouvoir la station/ image,** informer sur les points forts de la destination, informer sur les grands événements de l'année

Nombre d'exemplaires : 6 000

Distribution : Office de tourisme, Mairie, opérations de promotion, sur le site Internet, hébergeurs, autres Offices de Tourisme

Date de sortie : Mars 2024 > *Traduit en anglais et allemand*

# Supports de promotion imprimés: le plan et l'annuaire

## Cibles :

Palavasiens, touristes et excursionnistes

## Objectifs :

Offrir un recensement des commerces et services de la destination, permettre aux visiteurs de se repérer facilement

## Nombre d'exemplaires : 20 000

pour le plan, 12 000 pour l'annuaire

## Distribution :

Annuaire : Office de tourisme, Mairie, commerces, hébergeurs

Plan : comme le guide de destination

## Date de sortie :

Mars 2024 pour le plan et Mai 2024 pour l'annuaire

*L'annuaire sera traduit en 2 langues (les rubriques et sous rubriques) : Anglais et Allemands*

- Comme le guide destination : régie publicitaire Dixicom
- **Le plan de la station va être entièrement revu** afin d'être plus précis et complet.
- **Nouveauté 2024 : Un annuaire de tous les commerces et prestataires de services de Palavas-les-Flots**

# Supports de promotion imprimés: Dépliants des grands événements et des visites guidées

## Dépliant des grands événements 2024

### Cibles :

Personnes en recherche d'événements pour choisir leur date de séjour à Palavas-les-Flots

### Objectifs :

#### Générer des séjours

Visualiser rapidement les événements, économiser des exemplaires du guide destination, ne pas encombrer les visiteurs avec trop de documentation

Nombre d'exemplaires : 3000 ?

Distribution : A l'accueil de l'office de tourisme et en ligne sur le site internet

Date de sortie : début avril (vacances de printemps)

## Dépliant des visites guidées 2024

### Cibles :

Passionnés de patrimoine bâti, histoire ou patrimoine naturel

Personnes en recherche d'information sur Palavas-les-Flots et des visiteurs sur place souhaitant obtenir des informations fiables et complètes

### Objectifs :

Promouvoir les visites et le patrimoine/ objectif d'image

Permettre aux visiteurs de visualiser le programme en avance et de réserver une visite

Nombre d'exemplaires : 5000

Distribution : A l'accueil de l'office de tourisme et en ligne sur le site internet

Date de sortie : fin mars 2024

+ A noter un programme spécial animations et activités sur les « petites » vacances scolaires

# Supports de promotion imprimés: Dossier de presse et guide Tourisme d’Affaires

## Dossier de presse

### Cibles :

Journalistes  
locaux, nationaux  
et internationaux  
(anglophones)

### Objectifs :

Obtenir des retombées presse,  
maîtriser l’image de Palavas-les-  
Flots dans les médias

Distribution : En ligne ou  
impression au besoin

Date de sortie : Juillet 2024

## Guide Tourisme d’Affaires

Cibles : chefs d’entreprises,  
responsables de séminaires  
professionnels, agences  
événementielles

Marchés prioritaires :  
Occitanie, PACA, Auvergne  
Rhône-Alpes

### Objectifs :

Accroître la visibilité de notre  
offre en tourisme d’affaire,  
accroître le nombre de  
réservations

Nombre d’exemplaires : 500

Distribution : Sur visite, lors  
des salons, en ligne ...

Date de sortie : Février 2024

# Promotion : Photothèque et vidéothèque



**MISE A JOUR DE LA PHOTOTHEQUE/VIDEOTHEQUE :**  
**3 missions photos/ vidéos prévues en 2024**

## Les thématiques :

**Nature :** photographies et vidéos des étangs, de la faune et la flore locale, des flamants roses, couchers/levers de soleil

**Centre-ville :** photographies et vidéos des rues de Palavas, des canaux, des marchés, du patrimoine, du phare ...

**Sport :** vélo, activités nautiques (kayak, paddle, voile), plongée et réserve marine, activités sportives de plage



INSTAPADES - Juin 2023



## Promotion – Réseaux sociaux

### Organisation d'une journée dédiée aux influenceurs / blogueurs



#### Cibles :

Blogueurs/Influenceurs locaux et nationaux (Hérault/Occitanie/Paca/Paris) ayant 10 à 20 000 abonnés

Profil : voyageur – sportif – photographe – solo / couple / amis / famille

>> Mix des âges et des provenances

Objectifs : Donner une image positive et dynamique de Palavas-les-Flots, susciter plus d'interactions et d'engagements sur les réseaux sociaux, augmenter nos communautés d'abonnés

Nombre d'invités : 10

Ex de programme : Visite panoramique du phare, repas le midi + 2 activités (ex vélo et kayak)

Date : Mai – Juin 2024



## Promotion – Réseaux sociaux

### Création de campagnes sponsorisées sur Instagram/Facebook



#### Cibles :

H/F de 25 à 65 ans – 100 Km autour de Palavas + Toulouse, Lyon, Paris

Profil : voyageur – sportif – photographe – aime la nature et le patrimoine  
couple / amis / familles

Nombre de campagnes : 5 à 10

#### Objectifs : Selon la campagne :

- Augmenter le nombre d'abonnés, susciter plus d'engagements et d'échanges
- Générer des séjours
- Développer l'image de la destination sur les axes stratégiques prioritaires

Quand ? Tout au long de l'année. Campagnes avec Hérault à chaque vacances scolaires + une campagne nationale

# Promotion – Site Internet

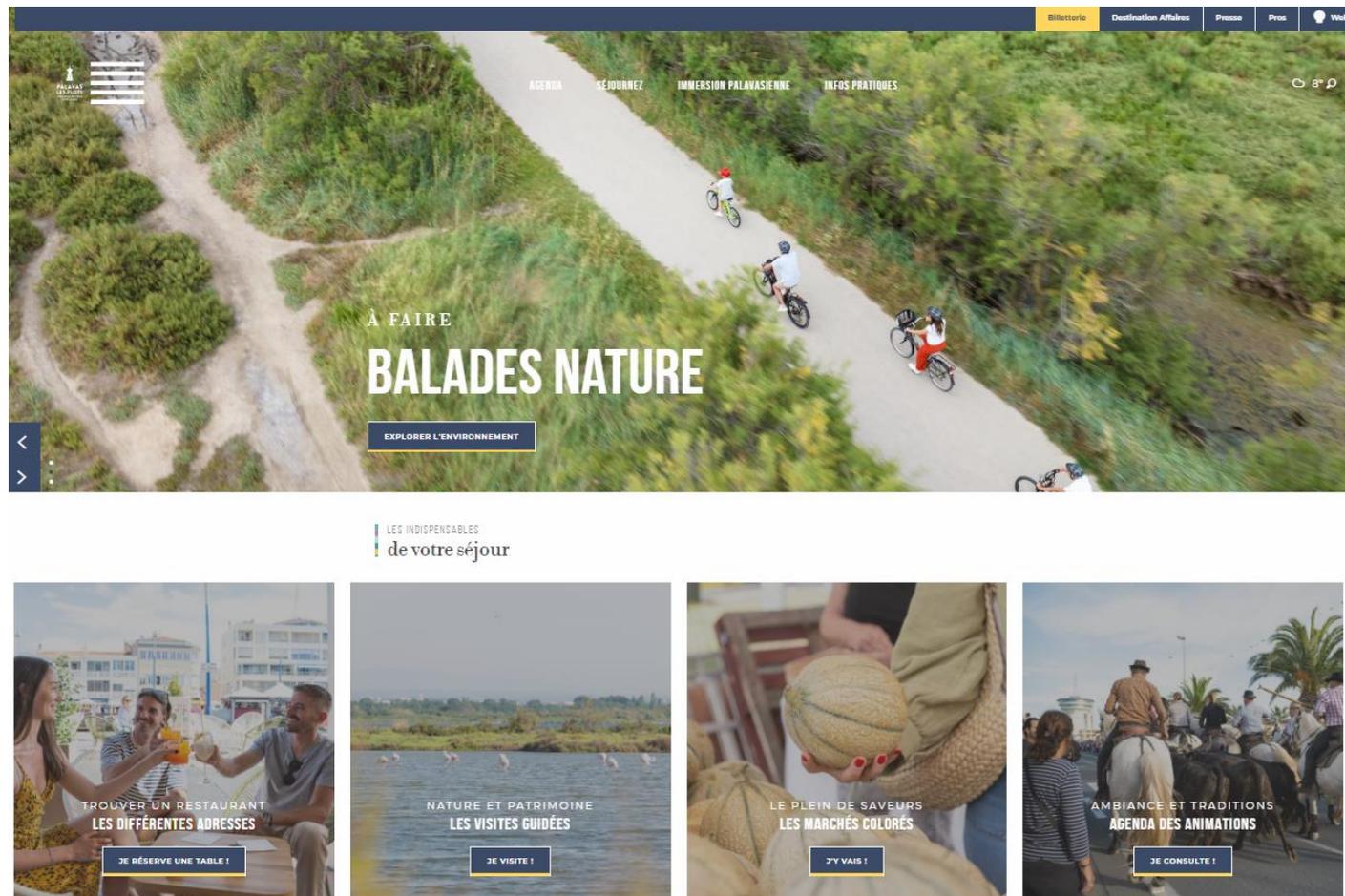
## Cibles :

A destination des personnes en recherche d'informations sur Palavas-les-Flots mais aussi des visiteurs sur place souhaitant obtenir des informations fiables et complètes

## Objectifs :

Simplifier et faciliter la navigation sur le site internet, proposer des informations claires à valeur ajoutée, donner une image dynamique et actualisée, créer des articles qui vont alimenter les échanges sur les réseaux sociaux

Quand ? Tout au long de l'année avec un focus sur le deuxième semestre



**Projets :** Refonte structurelle et rédactionnelle – mise en place d'une partie blog

# Promotion – Projet de Podcasts

## Cibles :

H/F de 30 à 50 ans,  
CSP +, dans toute la  
France

## Objectifs :

Promouvoir Palavas auprès  
d'une cible CSP+ et plus jeune

Donner une image authentique,  
naturelle et dynamique de  
Palavas

Nombre de podcasts : 10  
épisodes

Quand ?  
printemps/été/automne 2024



- Nous souhaitons réaliser une série de podcasts autour de plusieurs thèmes :  
  
la pêche et les traditions, Palavas d'hier et d'aujourd'hui, le sport / la nature.
- Devis en cours



## Promotion – revoir l'identité visuelle et produire une marque commerciale

- Dans l'optique de doter Palavas-les-Flots d'une nouvelle marque commerciale, une consultation va être lancée.
- L'agence de communication sélectionnée réalisera pour nous un nouveau logo, une nouvelle charte graphique avec des déclinaisons pour tous nos outils de communication.
- Elle nous aidera à clarifier notre identité et notre image.



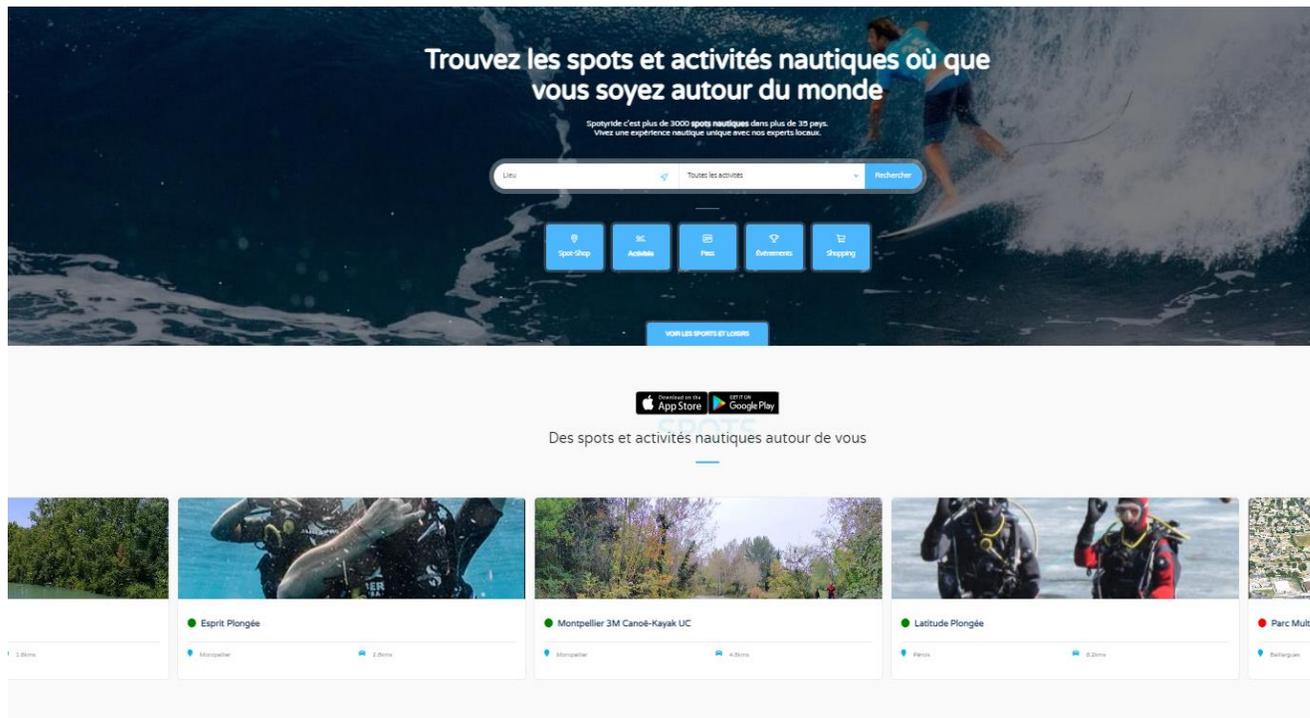
## Promotion de la filière loisirs



- Nous allons réunir la filière mi février et leur proposer différentes options afin de valoriser leurs produits.
- Nous avons prévu un budget mais nous choisirons avec eux comment l'optimiser avec des solutions de promotion et de vente en ligne notamment Spotyride et/ou CoAdventure et/ou Henoo

# Promotion de la filière loisirs – Option 1

**Spotyride: Solution digitale et collaborative autour des sports et activités nautiques. Ils ont pour vocation de devenir le guide digital mondial de ce domaine.**

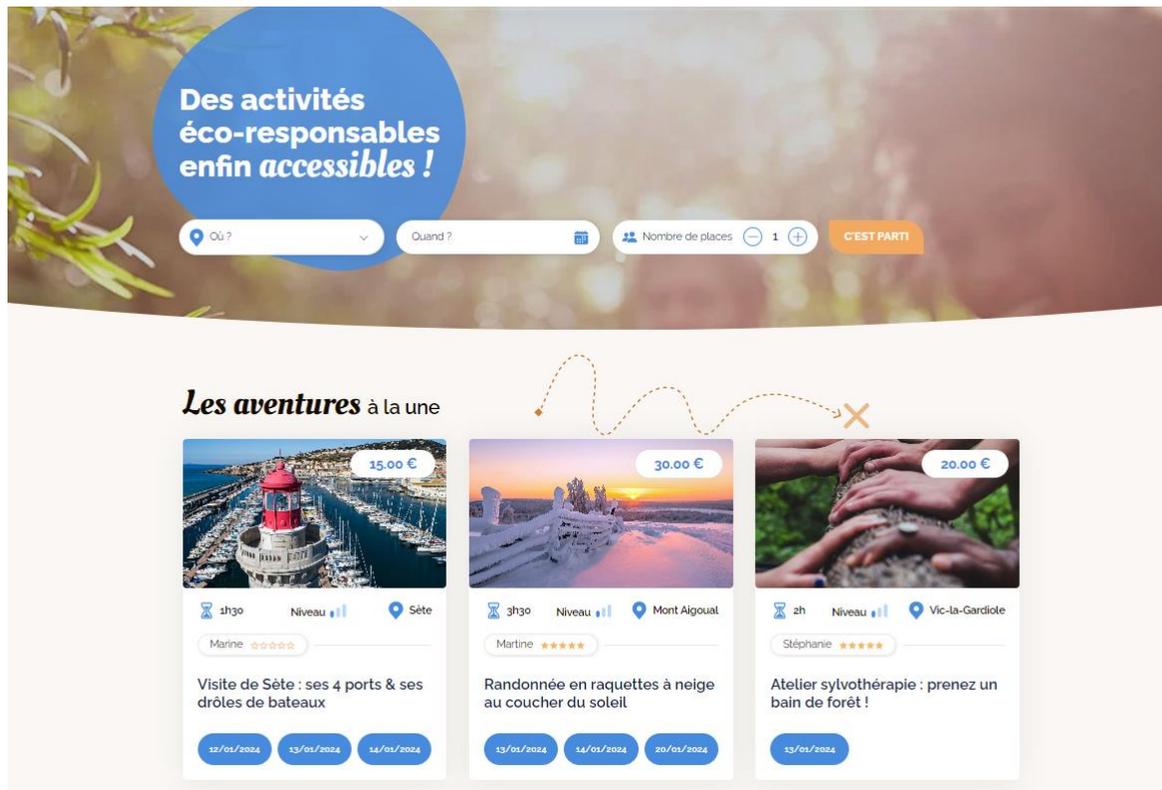


- **Leur offre:** Accompagnement dans la gestion des réservations / rédaction et promotion des activités / Teambuilding / observatoire des tendances et usages dans le sport nautique
- Spotyride propose le recensement de tous les professionnels du nautique pour créer une offre approfondie sur la destination.
- **Pour les prestataires d'activités :** Services de rédaction et communication autour des activités, gestion des réservations, connexion à leur propre système de réservation. Package complet : flyers, QR code, vidéo prise en main

*Remarque: le centre nautique municipal commercialise des packages/ cartes de plusieurs séances d'une activité*

# Promotion de la filière loisirs – Option 2

**COAVENTURE: mise en relation entre des prestataires sportifs/loisirs avec des personnes en recherche d'activités. Spécialisé dans la mise en avant d'activités éco-responsables.**



The screenshot displays the CoAdventure website interface. At the top, a blue banner reads "Des activités éco-responsables enfin accessibles!". Below this is a search bar with filters for "Où?" (location), "Quand?" (date), and "Nombre de places" (number of places, set to 1). A "C'EST PARTI" button is visible. The main content area is titled "Les aventures à la une" and features three activity cards:

- Activity 1:** "Visite de Sète : ses 4 ports & ses drôles de bateaux". Price: 15,00 €. Duration: 1h30. Location: Sète. Host: Marine (5 stars). Dates: 12/01/2024, 13/01/2024, 14/01/2024.
- Activity 2:** "Randonnée en raquettes à neige au coucher du soleil". Price: 30,00 €. Duration: 3h30. Location: Mont Aigoual. Host: Martine (5 stars). Dates: 13/01/2024, 14/01/2024, 20/01/2024.
- Activity 3:** "Atelier sytvothérapie : prenez un bain de forêt!". Price: 20,00 €. Duration: 2h. Location: Vic-la-Gardiole. Host: Stéphanie (5 stars). Date: 13/01/2024.

- **Leur offre:** Recommandations et réservations d'activités auprès des particuliers / Teambuilding / Conciergerie d'activités / Accompagnement de groupements de partenaires sur la commercialisation de leurs activités
- **Comment ça marche ?** Ils mettent en avant les activités dès la page d'accueil. Ils s'occupent de la rédaction de tous les contenus, de la création des visuels. Chaque aventure dispose d'une fiche descriptive. Le prestataire peut choisir de confier la gestion complète des réservations à CoAdventure ou d'en partager la commercialisation.
- **CoAdventure aide à la gestion des jauges.**

*Remarque : Notre club de Kayak leur a délégué la totalité de la gestion de leur commercialisation*

# Promotion de la filière loisirs – Option 3

**HENOO : Application mobile et web dédiée à la culture, au patrimoine et au tourisme de proximité. Elle répertorie sur une carte les points d'intérêts d'un territoire**

Découvrez les expériences dans toute la France



- **Leur offre:** Mise en avant de 10 expériences (ou points d'intérêts) / partage de recommandations / connexion à Data Tourisme pour mettre à jour les expériences / statistiques sur le territoire / création de guides
- **Pour les organismes de tourisme :** Henoo propose une mise en avant de 10 expériences/activités sur le territoire. Ces expériences peuvent être répertoriées sur une page dédiée à l'office de tourisme. Ils récupèrent les fiches descriptives depuis le SIT. Via un accès au back office, on peut modérer ou ajouter des expériences, créer des guides et consulter des statistiques. Déploiement de supports physiques pérennes chez les prestataires (si besoin)
- **Coût faible**

# Promotion à l'international : Contrat de destination Littoral Occitanie

Une mer active et sécurisée qui se décline en différentes tonalités d'ambiances, d'univers et d'arrière-pays.

## Objectifs à atteindre :

- Développer les ailes de saisons auprès des clientèles européennes
- Repositionner l'image du littoral face à la concurrence

## 33 Partenaires signataires

- 4 ADT / 19 OT du littoral / aéroports / Ligue de voile / UVPO
- 2 Clubs Croisières

## Marchés initiaux inscrits dans le Contrat de Destination

- En notoriété : Espagne / Belgique / Allemagne / Italie / Scandinavie
- En conversion : UK / Pays-Bas / Luxembourg / Suisse / Danemark



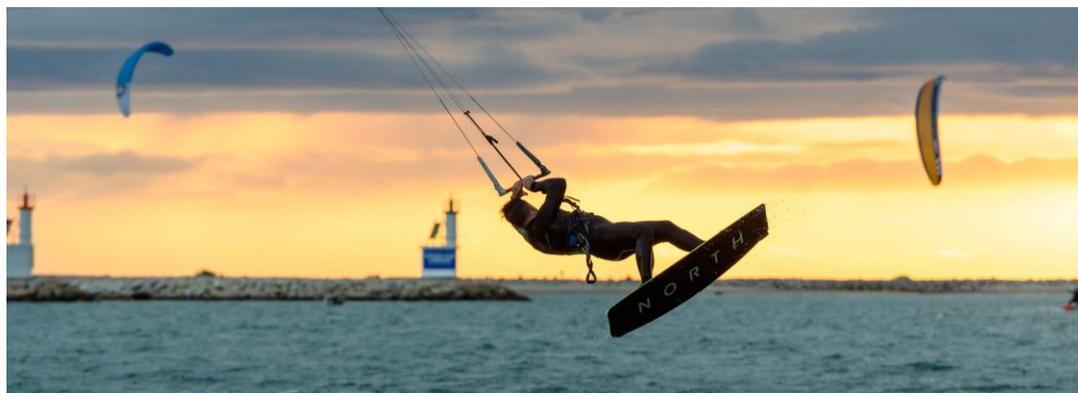
# Littoral

## Montants mutualisés

• CRTL	60 000€
• ADT/CDTs	36 700€
• OT	165 000€
• Autres partenaires (aéroports ; EPCI ; UVPO ; Clubs de croisières ; ...)	76 500€

**Total (hors Atout France) : 338 200 € TTC**

Site dédié [occitanie-mediterranee.com](http://occitanie-mediterranee.com)



<b>CD Littoral</b>	<b>338 200</b>
CRTL	60 000
ADT 66	16 200
ADT 34	2 500
ADT 30	7 200
ADT 11	10 800
BASSIN DE THAU (Sète agglomération méditerranée s/c OTI Archipel de Thau)	30 000
HERAULT MED s/c OT Cap d'Agde Méditerranée	30 000
OT Le Grau du Roi	10 000
OT Carnon-Mauguio	10 000
OT Le Cap d'Agde	10 000
OT La Grande Motte	10 000
OT Palavas	10 000
OT Béziers	5 000
OT Côte Du Midi (St Pierre la Mer, Narbonne-Plage, La Palme et Port la Nouvelle)	5 000
OT Leucate	5 000
OT Gruissan	5 000
OT La Domitienne (Vendres)	3 000
OT Argelès	5 000
OT Perpignan-Méditerranée	3 000
OT Canet en Roussillon	5 000
OT Le Barcarès	5 000
OT Saint Cyprien	5 000
OT Banyuls	3 000
OT Collioure	3 000
OTI Pyrénées Méditerranée	3 000
Aéroport Béziers	10 000
Aéroport Perpignan	10 000
PAYS DE L'OR	50 000
UVPO	3 000
Ligue de Voile	-
Club Croisières Port Vendres	500
Club Croisières Sète	3 000

## Coordination des socio professionnels

- **Réunion par filière en début d'année** afin de travailler sur des projets communs pour les valoriser. (notamment celle des loisirs)
- **Visites d'hébergements et de loisirs** afin de mieux vendre les produits
- **Réunions collectives** partage du Schéma de Développement Touristique et de bilan de saison début novembre
- **Informations permanentes** des filières sur les aides et formations diverses les concernant
  - ex: 24 Janvier **Ateliers Google** mis en place avec Hérault Tourisme + OT Carnon + OT Lunel
  - Partenariat avec la **plateforme WegogreenR** et Hérault Tourisme pour accompagner les hébergeurs vers l'écoresponsabilité et pour ceux le souhaitant la labélisation Clé Verte

# 03

## Missions complémentaires de l'Office de Tourisme

Développement et aménagement de la station –  
marque de destination - boutique – valorisation  
du patrimoine – commercialisation de produits  
touristiques et d'animations – exploitation des  
espaces congrès – démarches de progrès





## Développement et aménagement touristique de la station

Finalisation du Schéma de Développement Touristique avec le cabinet In Extenso

- Fixation de nos axes stratégiques réalisés en janvier
- **Plan d'actions sur 5 ans:** finalisation fin mars
- Réunion de présentation à l'ensemble des professionnels du tourisme: il est important que toute la station avance dans le même sens et que les professionnels intègrent la stratégie de développement touristique de Palavas-les-Flots

## Le positionnement stratégique

Un **village méditerranéen authentique** apprécié par les vacanciers, depuis 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.



## Les filières prioritaires du territoire

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



... 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



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

# Définition, portage de la marque de destination et gestion de la boutique

- **Des produits éco responsables:**
  - Application de la grille RSE et des autres éléments de notre politique boutique pour le choix des fournisseurs
- **Une nouvelle identité, marque commerciale pour valoriser au mieux notre destination:**
- *Après la livraison du SDT, nous allons missionner une agence de communication pour la réalisation d'une véritable marque commerciale et de sa plateforme afin de la décliner sur nos produits et nos outils de communication.*

**Il faudra veiller à protéger la marque et agir rapidement si des professionnels l'utilisent sans autorisation**

- **Déploiement de nouveaux produits et collections selon les saisons**

# Valorisation du patrimoine, conception, commercialisation de produits touristiques et d'animations

**Visites guidées:** Lors de toutes les vacances scolaires et ailes de saison

## **Nouveautés:**

- **Visite spéciale centenaire** autour de la pêche et des pêcheurs avec leur participation le 16 avril et le 22 octobre
- **Un visite autour des tournages de films et séries** à Palavas-les-Flots (depuis les années 1920)
- + Plusieurs visites à développer pour la fin de 2024 et 2025
- Tests de **visites en soirée**
- + une **visite en liberté**
- + un jeu de découverte du patrimoine pour les familles

**Les classiques :** Les coulisses du Phare, le charme de la nature, l'Esprit palavasien

**La visite testée l'an dernier:** la Belle Époque de l'Architecture





## Valorisation du patrimoine, conception, commercialisation de produits touristiques et d'animations

### Animations pour les familles

- **Week-end Famille Plus - Pâques:** 2 jours d'activités gratuites uniquement car nous serons en plein changement de logiciel de vente et nous ne pouvons pas intégrer de nouvelles offres qui pourraient être payantes (ex: un spectacle professionnel). De plus, le week-end de Pâques est très tôt cette année et en dehors des vacances scolaires.
- **Ateliers créatifs enfants** durant les vacances scolaires: nous allons en proposer plus durant les petites vacances et beaucoup moins durant l'été au vu du bilan de 2023.

# Exploitation des espaces congrès du Phare de la Méditerranée

**Priorité au démarchage et à la promotion pour attirer plus de séminaires avec plusieurs actions**

***Objectif : 85K de CA (60K en 2023)***

- 1- Réalisation d'un nouveau **guide « Destination Affaires »**
- 2- **Actions dans le cadre de notre adhésion au club Business du CRTL**  
Ex: Workshops, salons destination Incentive
- 3- **Démarchage commercial**





#### 4- Réseautage : Adhésion à l'association REPERE :

Regroupe des professionnels de l'événementiel (agences, hôtels et palais des congrès). L'objectif est de développer un réseau solide, de favoriser la visibilité mutuelle en vue de collaborer sur des prestations communes. De plus, l'association vise à établir des partenariats où **les membres peuvent se référer des clients en cas de capacité insuffisante ou de dates déjà réservées**

#### 5- Promotion au **salon SBE de Lyon avec notre propre stand**:

Objectif – **renforcer la notoriété de notre centre de congrès** et de notre ville en tant que **destination tourisme d'affaires** auprès des agences et entreprises de cette région.

#### **Le plus grand salon dédié aux séminaires en région**

1227 visiteurs -150 exposants. La répartition des visiteurs se compose de 62 % d'entreprises et 38 % d'agences

# Définition et développement des démarches de progrès

## Qualité Tourisme

- Mener une réelle **politique qualité** (mise en place de nouveaux outils, réunions plus fréquentes, refonte du système documentaire, etc.)
- Formation de la référente qualité en continu
- **Informé, sensibiliser et animer l'équipe de l'O.T.** autour de la qualité.
- Evolution du label Qualité Tourisme vers **Qualité Tourisme Responsable**.
- **Amélioration du conseil en séjour: formations, audit mystère etc. pour assurer le maintien des normes qualité**
- **Audit blanc** à prévoir en septembre 2024 (gratuit).
- Bilan qualité et animation du groupe qualité destination en octobre 2024.

# Définition et développement des démarches de progrès

## RSE / TOURISME DURABLE

- Démarche **RSE** => Se former et suivre l'évolution : plan d'action durable 2024-2025 du CRTL, AFDAS (...) + mise en place d'outils & indicateurs RSE au sein de l'O.T.+ sensibilisation du personnel.
- **Label accueil vélo** => Obtention du label accueil vélo + Formation de la référente pour labelliser les pros. de la ville.

Autres démarches =>

- Participation à des ateliers tel que l'atelier immersif pour imaginer le futur et agir pour la transition écologique.
- Intégration de **l'application See on Sea** à notre site Internet
- Création d'un label/marque valorisant les restaurants de la ville favorisant la cuisine de poissons pêchés (...)

# Définition et développement des démarches de progrès

## FAMILLE PLUS

- Organisation d'un événement à **Pâques**
- **Renouvellement du label** pour l'O.T. et les professionnels
- Participation à la journée nationale du label.



# Observation et veille touristique

- **Suivi hebdomadaire** à partir des données FluxVision Tourisme
- **G2A** système connecté directement aux centrales de réservation des hébergeurs = année 1, nous pourrons nous comparer en direct aux autres stations balnéaires d'Occitanie (suivi, bilan, visio., ...)
- Mise à jour des **chiffres clés** du Tourisme 2024
- **4 enquêtes de conjoncture** auprès d'un échantillon de professionnels représentant l'ensemble des activités (15 Mars / 15 avril / 15 juillet / 15 septembre)
- **Bilan de saison** ( réunion début novembre)

An aerial photograph of a river with a stone wall at the top. Several colorful kayakers are scattered across the water. The word 'MERCI' is overlaid in the center.

MERCI

OT-PALAVASLESFLOTS.COM



PalavasTourisme