

BOUTIQUE

LA PROVENCE
Saint-Cyr
SUR MER
Office de Tourisme
LES PIEDS DANS L'EAU

BOUTIQUE
SHOP

BILLETTERIE
TICKETS
KARTENVERKAUF

Rapport d'activités 2022

> principales réalisations



Fiche d'identité

NOM : OFFICE DE TOURISME DE SAINT CYR SUR MER

ADRESSE : Place de l'Appel du 18 juin – 83270 SAINT CYR SUR MER

Tél : +33 4 94 26 73 73

Courriel : accueil@saincyrurmer.com

Site internet : www.saincyrurmer.com

Forme juridique : Etablissement Public à Caractère Industriel et Commercial (EPIC)
à vocation communale.

Président : Philippe BARTHELEMY – Maire de Saint Cyr sur Mer

Présidente déléguée : Michèle VANPEE – Adjointe déléguée à l'action économique,
au tourisme et à l'événementiel

Directeur : Stéphane FOULONNEAU

Classement précédent : Catégorie I renouvelé par arrêté préfectoral du 10 juin 2022

Renouvellement de la marque Qualité Tourisme le 06/01/2020, confirmée en 2022 après audit mystère

SIRET : 815 360 482 000 13

APE : 7990 Z

Immatriculation au registre des opérateurs de voyage : IM083160008



Comité de Direction :

Collège des élus, constitué de **9 représentants de la collectivité** territoriale élus par le conseil municipal pour la durée du mandat, dont un représentant de l'opposition.

Collège des professionnels, constitué de **5 acteurs du tourisme** représentant un secteur d'activités (hébergement, nautisme, commerces...)

Chaque titulaire bénéficie d'un suppléant



Les chiffres de l'EPIC

Les missions principales :

- Accueillir, informer, conseiller
- Promotion touristique de la ville
- Coordination des acteurs
- Contribuer à améliorer les retombées économiques
- Elaborer et mettre en place en accord avec la ville la stratégie touristique
- Favoriser l'adaptation de l'offre aux exigences de la clientèle
- Concourir à la réalisation d'événements permettant d'accroître la notoriété

5 personnels permanents, une alternante à partir de septembre et 1 ETP saisonnier

**5 jours de formation
(qualité, outils web...)**



Les chiffres de l'accueil et conseil en séjour

322 jours d'ouverture. Avec le début d'année passé en centre ville le temps des travaux.

Les horaires ont été adaptées à partir du moment où l'office a été transféré provisoirement en centre ville (absence d'ouverture le week-ends et maintien des horaires d'hiver)



Hiver

Du lundi au samedi 9 - 12h30 et 14h - 17h00

Printemps / Automne

Du lundi au samedi 9 - 12h30 et 14 - 18h

Dimanches et jours fériés 10 - 13h

ETE

Du lundi au samedi 9 - 19h

Dimanches et jours fériés 10 - 13h et 15 - 18h



Les chiffres de l'accueil et conseil en séjour

Nous enregistrons une progression de 26 % de fréquentation.

Soit 120 personnes / jour en moyenne sur l'année

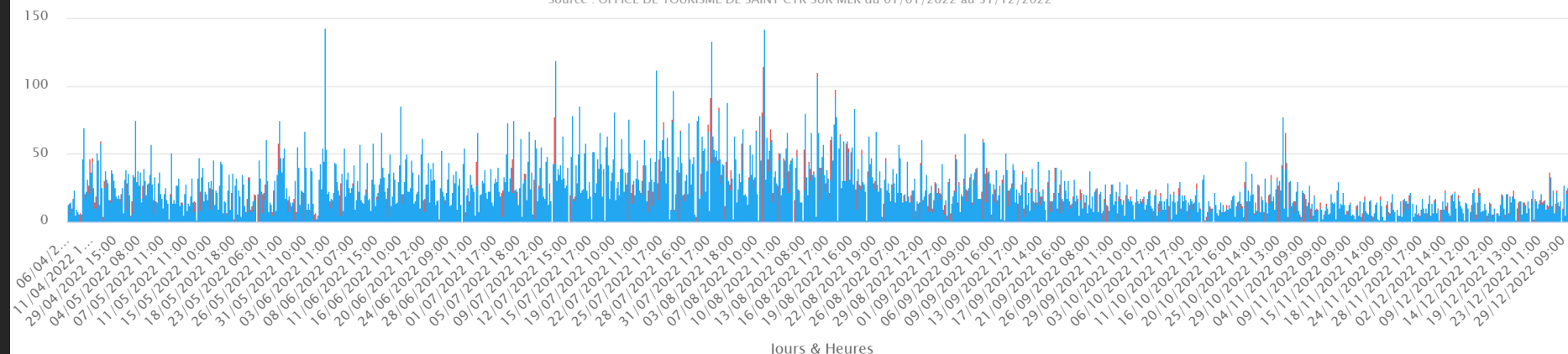
ACCUEIL en 4 langues



38 752 personnes accueillies
(+26%)

Compteurs de passage

Source : OFFICE DE TOURISME DE SAINT CYR SUR MER du 01/01/2022 au 31/12/2022

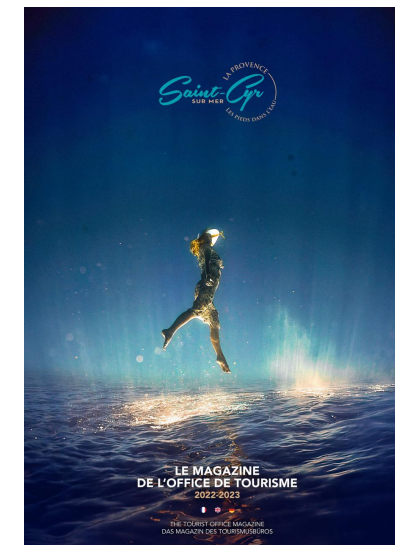


Les chiffres de l'accueil et conseil en séjour

16 620 documents internes
distribués

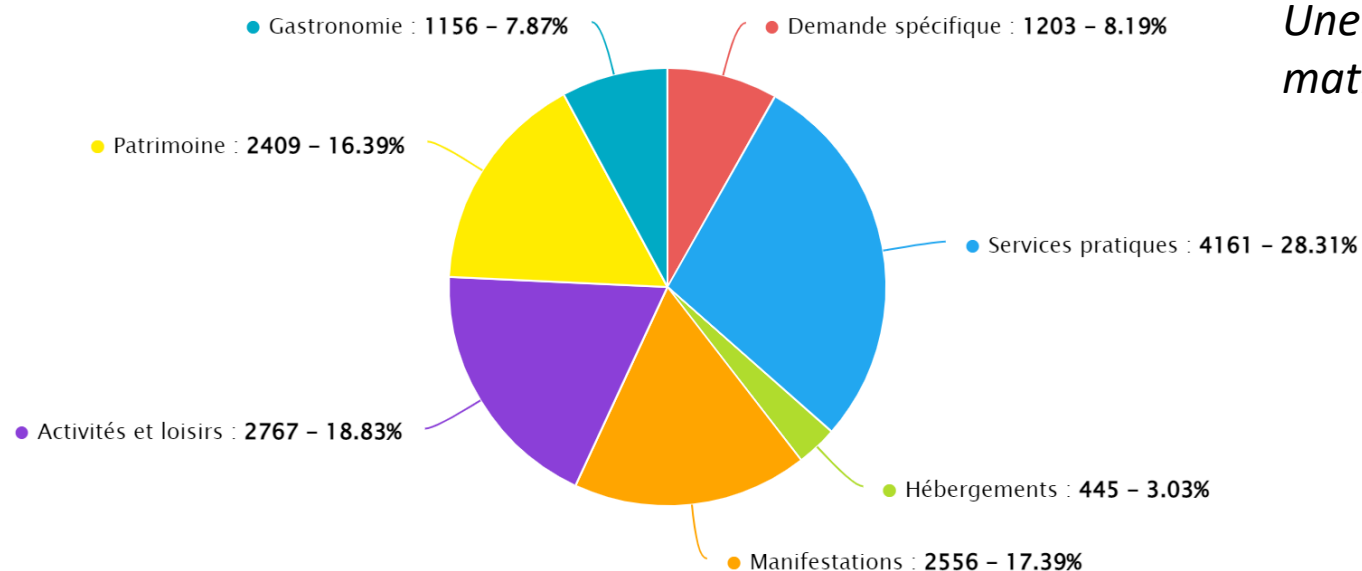
22 000 flyers partenaires
distribués

6500 magazines



Demandes par thématiques : générales

Source : OFFICE DE TOURISME DE SAINT CYR SUR MER du 01/01/2022 au 31/12/2022

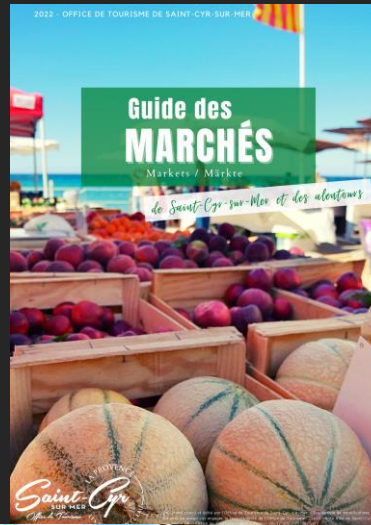
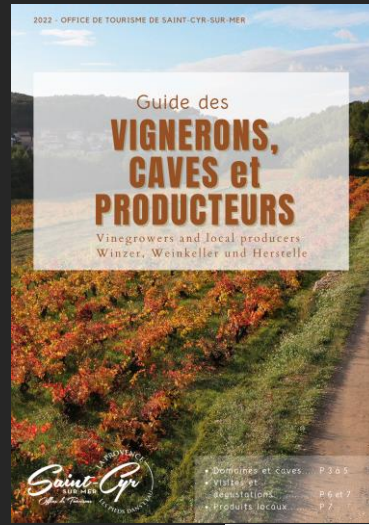


*Une forte demande en
matière de transport*



7000 plans

Nos éditions internes, traduites en anglais et allemand



Stéphane Foulonneau - OT Saint Cyr sur Mer

Fréquentation 2022

Les chiffres de fréquentation de l'année 2022 présentent une belle progression par rapport à 2021 soit **+ 20%** avec un retour en force de la clientèle étrangère. Un mois d'avril record et des résultats supérieurs à 2019.

La clientèle exposée à nos campagnes de promotion est en progression (cf slides suivants)

Par rapport à 2019 :

- + 59 % de clients étrangers
- Mais globalement un été exceptionnel et un taux de satisfaction des professionnels fort

Les périodes de Printemps et surtout d'Automne en nette progression, confortant les actions de promotion

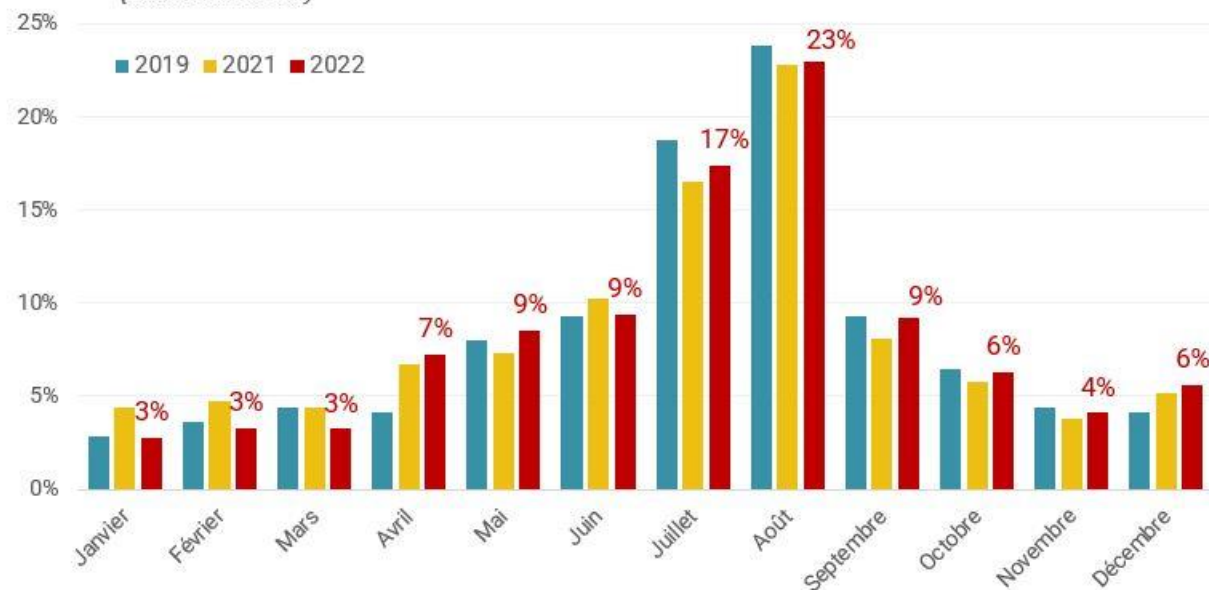


Fréquentation globale 2022



Les mois de **juillet et août** recensent **40% des nuitées touristiques** de l'année 2022 (contre 39% en 2019 et 43% en 2021). Le **volume nuitées en 2022 est supérieur** à celui enregistré pour la même période en **2019 (+37%)** et en **2021 (+16%)**.

► Répartition mensuelle des nuitées touristiques françaises
(en % de nuitées)



► Nombre et évolution mensuelle des nuitées françaises
en 2019, 2021 et 2022 (en % de nuitées)

	Nuitées françaises 2022	Évolution 2021 - 2022	Évolution 2019 - 2022
Janvier	85 000	+18%	-15% ↓
Février	101 000	+11%	-7% ↓
Mars	99 000	-9% ↓	-2% ↓
Avril	221 000	+111%	+43%
Mai	261 000	+30%	+55%
Juin	288 000	+24%	+23%
Juillet	533 000	+14%	+41%
Août	702 000	+18%	+34%
Septembre	281 000	+20%	+52%
Octobre	193 000	+19%	+46%
Novembre	126 000	+15%	+46%
Décembre	171 000	+35%	+45%
ANNEE	3 060 000	+22%	+34%

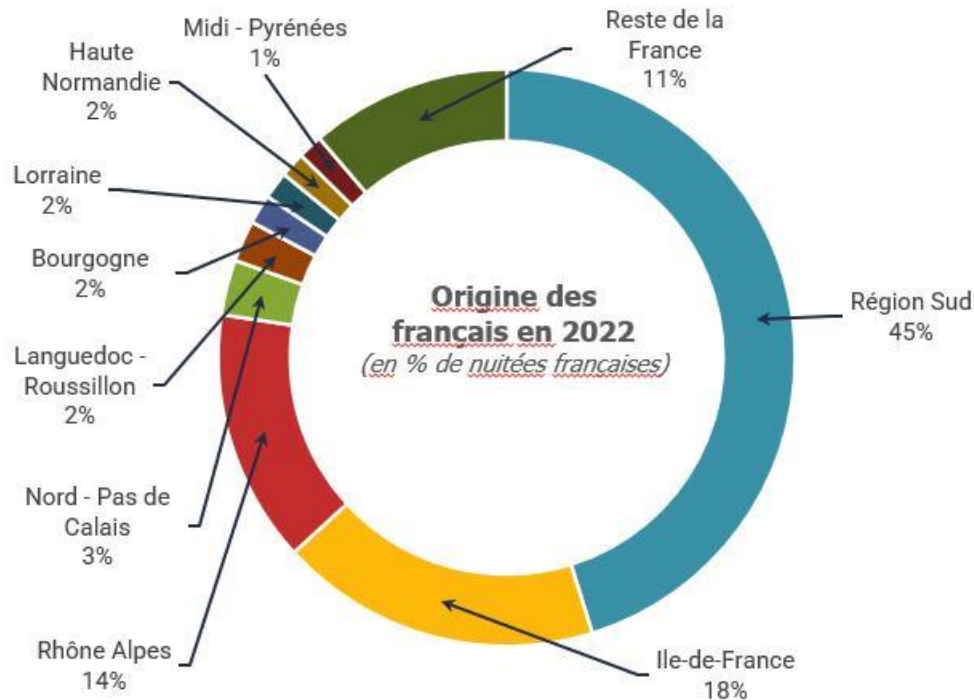
Fréquentation des français en 2022



Les 3 principaux marchés français sont :

- **Région Sud**, avec 45% des nuitées françaises
- **Ile de France**, 18% des nuitées françaises
- **Rhône-Alpes**, 14% des nuitées françaises

► Ils représentent **77% des nuitées françaises**



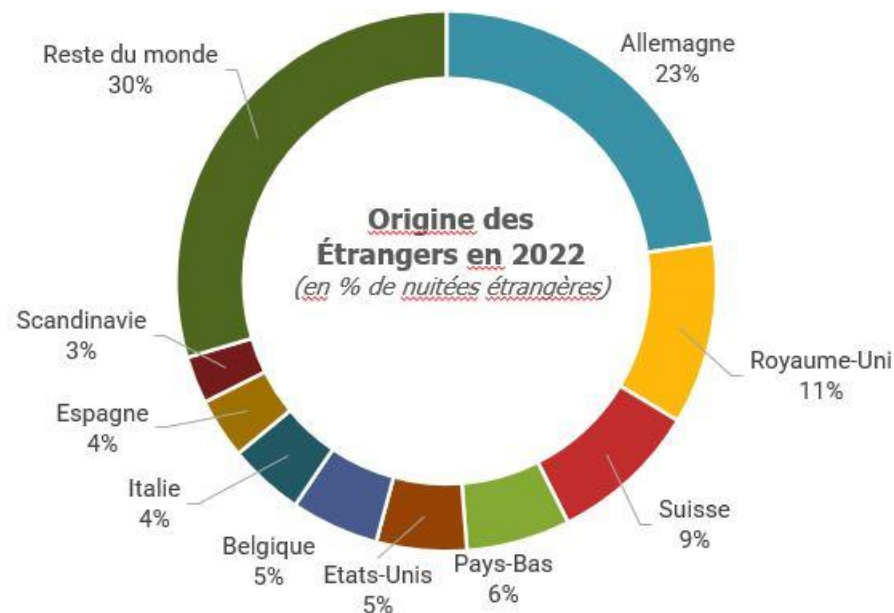
► **Nombre et évolution des nuitées selon l'origine régionale en 2019, 2020 et 2021**
(en % de nuitées)

	Nuitées françaises 2022	Évolution 2021 - 2022	Évolution 2019 - 2022
Région Sud	1651900	+22%	+10%
Ile-de-France	657800	+14%	+55%
Rhône Alpes	518300	+35%	+51%
Nord - Pas de Calais	112800	+26%	+69%
Languedoc - Roussillon	84300	+39%	+64%
Bourgogne	60300	+55%	+61%
Lorraine	55900	+24%	+51%
Haute Normandie	51300	+35%	+70%
Midi - Pyrénées	50800	+27%	+44%
Reste de la France	411 000	--	--

Fréquentation des étrangers en 2022



- ▶ Les **3 principaux marchés étrangers** sont :
 - ▶ **Allemagne**, avec 23% des nuitées étrangères
 - ▶ **Royaume-Uni**, 11% des nuitées étrangères
 - ▶ **Suisse**, 9% des nuitées étrangères
- ▶ Ils représentent **43% des nuitées étrangères**



▶ **Nombre et évolution des nuitées selon l'origine géographique en 2019, 2021 et 2022**
(en % de nuitées)

	Nuitées étrangères 2022	Évolution 2021 - 2022	Évolution 2019 - 2022
Allemagne	283000	+125%	+52%
Royaume-Uni	135000	+136%	+116%
Suisse	111000	+94%	+122%
Pays-Bas	77000	+85%	+84%
Etats-Unis	67000	+132%	+40%
Belgique	65000	+30%	+81%
Italie	56000	+137%	+32%
Espagne	45000	+82%	+66%
Scandinavie	35000	+195%	+19%
Reste du monde	367 000	--	--

Les chiffres des partenariats et ventes



+ de 120 partenaires



+ de 100 activités,
spectacles en vente
au comptoir ou en
ligne

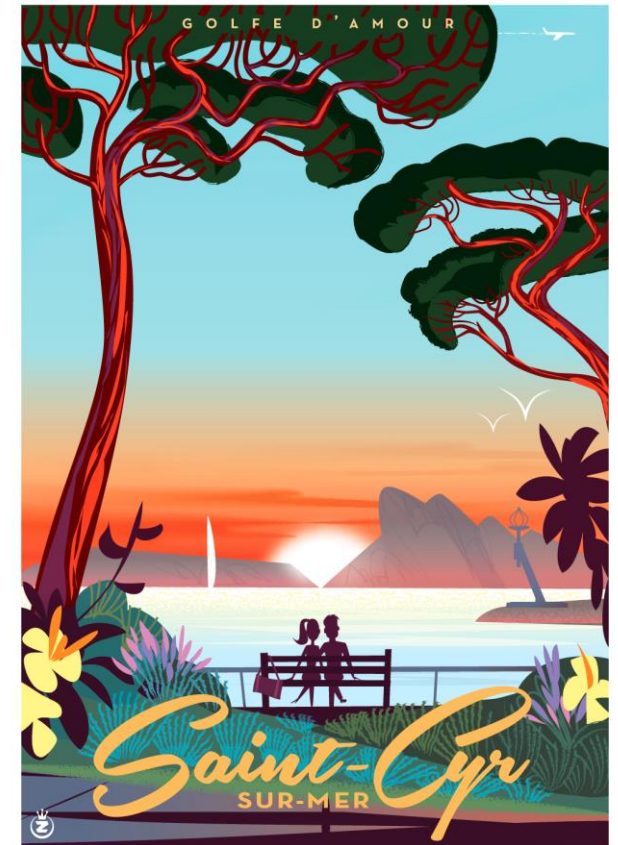
De plus en plus de ventes en ligne
Négociation de tarifs préférentiels
pour nos visiteurs



CA global 91 440 € en
augmentation et une marge en
progression



Nouveau visuel commandé
pour l'OT à Mr Z « le Golfe
d'Amour»



Focus sur les partenariats



Nos partenaires :

L'ensemble des hébergeurs et prestataires d'activités de la ville mais aussi un certains nombres d'accords avec d'autres sites touristiques complémentaires et des tarifs négociés bénéficiant à la clientèle

Organisateurs de spectacle, producteurs locaux et domaines viticoles



Un nouvel espace dédié à la vente et de nouveaux produits

L'Office de Tourisme a pris à sa charge l'aménagement intérieur des locaux : mobilier, décoration, aménagements et mise en valeur

Une nouvelle gamme de produits pour la boutique a été développée.

Avec l'expérience des années précédentes, l'OT arrête le dépôt vente pour de l'achat revente de manière à augmenter les bénéfices



Une signature olfactive a été créée pour souligner le slogan « La Provence, les pieds dans l'eau » ➔ démarche participative avec les pros et la clientèle

Les chiffres du web et de la communication



- Base de données touristiques APIDAE : 1800 fiches renseignées et traduites en 3 langues, diffusées sur le site web de l'OT, du Département et de la Région
- 4 500 prospects dans l'outil de GRC



8400 fans (+13%)



Instagram

4800 followers (+20%)



+ de 600 heures de visionnage des vidéos

Google

+ de 520 000 requêtes via Google

LinkedIn

476 abonnés (+60%)

Les chiffres du web et de la communication



- **314 098 visiteurs (+11%)** sur www.saintcyrsurmer.com
- **775 789 pages vues +5,4%**
- **121 089 vues de la webcam**

Poursuite du travail sur le storytelling de la destination autour du slogan « la Provence les pieds dans l'eau »

Une douzaine de vidéos réalisées autour des différents événements et pour les campagnes digitales de promotion

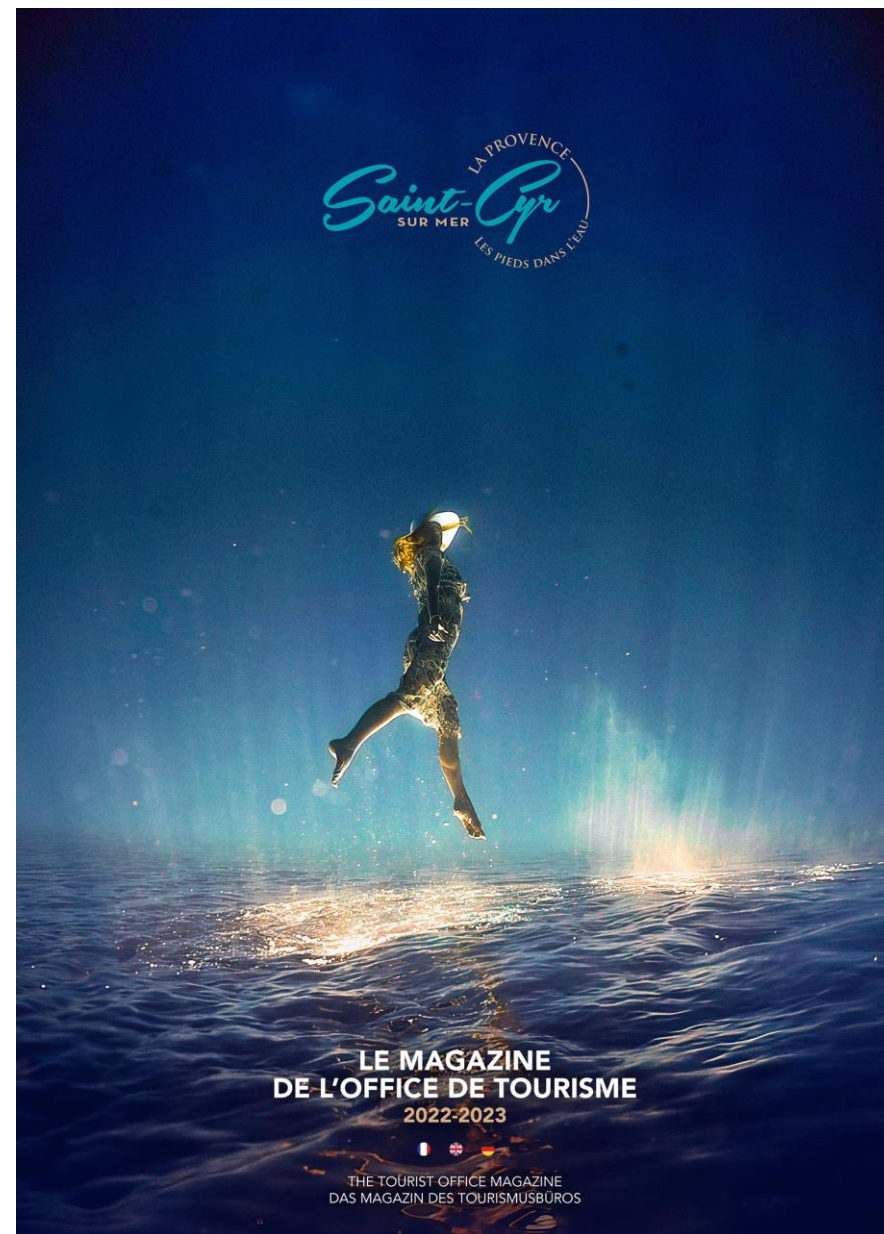
1 shooting « la Provence les pieds dans l'eau » avec plongeurs en apnée dont une membre de l'équipe de France



Stéphane Foulonneau - OT Saint Cyr sur Mer



Stéphane Foulonneau - OT Saint Cyr sur Mer



Stéphane Foulonneau - OT Saint Cyr sur Mer



Stéphane Foulonneau - OT Saint Cyr sur Mer



Stéphane Foulonneau - OT Saint Cyr sur Mer

Salon du tourisme et des activités nature Tourissima

25-27
FÉVRIER 2022
GRAND PALAIS
LILLE



Campagnes de Promotion

- Salon de Lille
- Salon de la Plongée
- Salon de Genève
- Explore France Italie avec Atout France (revue premium)
- Grand Prix de F1
- Bol d'or





Campagnes de communication

- En lien avec Var Tourisme : Lille, Lyon (affichage urbain)
- Affichage, presse, web, film de destination “le Var, naturellement” + “#onatousbesoindusud” avec la Région
- Campagne premium sur Aix en Provence + Var Matin et vidéos sponsorisées : Suisse, Rhône Alpes, Vallée du Rhône, Hauts de France....
- Divers passages sur chaînes météo des images de la webcam....
- Divers articles dans la presse locale, nationale et spécialisée
- Plusieurs passages TV aux JT



Stéphane Foulonneau - OT Saint Cyr sur Mer



De bons résultats de campagnes

- Une belle visibilité sur Lille, Valence/Romans sur Isère, Lyon, Avignon et Aix en Provence et une progression constatée de ces clientèles cibles en capacité de venir sur du court séjour ou en période de vacances.





Suivi des démarches

- Var Provence Cruise Club - representation de Saint-Cyr-sur-Mer au Seatrade à Miami
- France station Nautique obtention de la 3ème étoile
- 100 Plus beaux detours de France en lien avec la Mairie.





Var Cruise Club

- Participation au roadshow, salon et accueil de tour operators
- Mise en avant de produits et prestations à destination des croisiéristes (domaines viticoles, commerces et produits du terroir, activités visites guidées...)
- Saint-Cyr-sur-Mer se positionne à la fois sur l'accueil de ces passagers au mouillage dans la baie (petites unités haut de gamme) mais aussi sur le côté réceptif (avec les escales de Bandol, Sanary ou Toulon) => 2 escales programmées en 2023





Label France Station Nautique

- Coordination du label
- 25 acteurs nautiques saint-cyriens référencés au niveau national
- 30 offres commerciales
- Participation aux différentes commissions nationales (qualité tourisme, tourisme et handicap, commercialisation, communication...)
- Participation aux campagnes de communication
- **Obtention de la 3ème étoile**



**A T O U T
F R A N C E**

Agence de développement
touristique de la France



Destination
VIGNOBLES



DESTINATION VIGNOBLE,
l'opération de promotion
de l'oenotourisme en
France

- Participation à l'Accueil de l'un des Prétour de Destination Vignobles
- Accueil d'une 12aine de Tour opérateurs du Monde entier sur Saint-Cyr



TAXE DE
SÉJOUR
www.taxesejour.fr

la Provence, territoire d'excellence



Services

- 22 dossiers de classement de meublés
- 694 dossiers d'accompagnement de la taxe de séjour (+17%)
- 5 newsletters en direction de l'ensemble des professionnels
- Participation au groupe de travail sur la stratégie touristique de la Communauté d'agglomération Sud Sainte Baume
- Plusieurs Accueil presse de journalistes (plongée, vins...)



Fédération nationale des organismes institutionnels du tourisme



**OFFICE
DE TOURISME
CLASSÉ**

CLASSEMENT VALABLE 5 ANS
MINISTÈRE CHARGÉ DU TOURISME



QUALIFICATIONS

- Renouvellement de la Catégorie 1, plus haut niveau de classement des Offices de Tourisme de France
- Confirmation de la marque Qualité Tourisme après audit Mystère
- Election du Directeur de l'Office au Comité stratégique d'ADN Tourisme

Stéphane Foulonneau - OT Saint Cyr sur Mer

RECOMPENSE

3^e 2022
LES
TROPHÉES
DE LA
COMMUNICATION

Saint-Cyr
SUR MER

La Provence
les pieds dans l'eau

#levarpleinsud
www.saintcyrsturmer.com

LA BOISSON PRÉSENTÉE EST DE LA LIMONADE

Une 3^{ème} place aux Trophées de la Communication dans la catégorie « Actions de communication créatives et innovantes »



Les événements suivis et/ou soutenus par l'OT

- Electro Cap Festival
- Old School Cup
- Rencontres de l'image sous-marine en apnée
- Triathlon
- Diffusion des films de Cédric Tassan
- Festival de Comédies Pieracci
- Exposition Inspirations au Centre d'art





Les événements organisés par l'OT

- 4 dates d'Electro Pink
- Le Fascinant week-end vignobles et découvertes
- La semaine varoise de la nature



VIGNOBLES & DÉCOUVERTES

Rendez-vous à
Saint-Cyr-sur-Mer pour vivre une
expérience
hors du commun

Stéphane Foulonneau - OT Saint Cyr sur Mer



BUDGET

Résultat de cloture :

En fonctionnement

Excédent de 44 484, 05 €

En Investissement

Déficit de 16 187,05 €

Résultat de cloture

Excédent de + 28 297 €



Merci pour votre
attention