

12 COMMUNES



POUR UN TERRITOIRE D'EXCEPTION

## Ce mois-ci, rencontre avec...

**Alain BENEDETTO,**  
*Vice-président en charge du Développement économique,  
du Tourisme et des Gens du voyage*

« Notre objectif est de revenir à l'authenticité »



### L'Édito

*Soleil, mer, vignes et forêts.*

*Le principal atout du Golfe de Saint-Tropez est son cadre naturel d'exception.*

*Il attire chaque année des visiteurs de toute la France mais aussi du monde entier : 20 % des touristes sont étrangers, le taux le plus important du Var.*

*Le développement économique de la Communauté de communes peut être ainsi fondé sur sa capacité d'attraction de populations à fort pouvoir d'achat.*

*Et ce développement continue de monter en puissance puisque les moteurs touristiques du territoire devraient connaître une belle évolution ces prochaines années.*

*L'organisation d'activités à la fois sur terre et en mer dans le plus grand respect de l'environnement, le déploiement d'une offre sur les communes rétro littorales ou encore l'élaboration de systèmes de déplacements afin de prendre en compte l'afflux de visiteurs en période estivale sont actuellement à l'étude dans le cadre du Schéma de Cohérence Territoriale (SCOT) de la collectivité.*

*Autant de pistes qui feront briller un peu plus encore notre territoire d'exception.*

**Vincent MORISSE**

*Président de la Communauté de communes du Golfe de Saint-Tropez,*

*Maire de Sainte-Maxime,*

*Conseiller Régional  
Provence-Alpes-Côte d'Azur*



*Valérie PEROTTO,  
responsable du service Tourisme,  
et Alain BENEDETTO, Vice-président en  
charge du Tourisme et Maire de Grimaud*

### **Pouvez-vous nous présenter la compétence et l'essentiel de vos actions en matière de tourisme?**

Élu depuis 1995 à Grimaud - j'ai notamment été adjoint au tourisme et président du Syndicat Intercommunal à Vocation Unique (SIVU) de 2008 à 2013 - j'ai vécu les bouleversements de toutes natures qu'a connu le Golfe de Saint-Tropez depuis que le tourisme est devenu l'activité dominante. Hériter de cette compétence était donc une suite logique. Avec Valérie PEROTTO, responsable du service pour la Communauté de communes, nous travaillons avec tous nos partenaires main dans la main. La Société Publique Locale (SPL) «Golfe de Saint-Tropez Tourisme», acteur incontournable, est bien évidemment le principal d'entre eux. Notre démarche commune est davantage axée vers la promotion du territoire que la réservation proprement dite.

Elle nécessite une certaine dynamique. Mon siège à la Commission Tourisme du département est, sur ce point, un atout non négligeable.

### **Quelles est la principale caractéristique du tourisme sur le Golfe de Saint-Tropez?**

À ce jour, l'activité touristique est portée par le secteur balnéaire. En étudiant les chiffres du tourisme sur ces dix dernières années, on constate une légère baisse de la fréquentation estivale au profit des ailes de saison. Cette érosion se confirme d'ailleurs d'année en année et ce, même si le Golfe reste l'un des territoires qui subit le moins cette baisse en PACA. Avril-mai et septembre-octobre se font ainsi l'hôte de belles manifestations, à l'image des Voiles latines à Saint-Tropez, la Caval'eau Jet à Cavalaire ou la Free Flight à Sainte-Maxime... Ces événements couplés à une météo clémente permettent aux professionnels du tourisme d'allonger la saison pour profiter d'une clientèle régionale et de qualité.

### **Comment allonger l'activité en dehors de la période estivale?**

Il nous manque des équipements structurants, surtout en termes de tourisme d'affaires. La priorité est donc donnée au tourisme vert. Nous avons, par exemple, un dossier en cours d'élaboration sur les sentiers de randonnées qui nécessite un chantier important et dont l'étude devrait passer à la vitesse supérieure dès cet automne. La promotion du territoire dans son intégralité est une priorité.

Le Golfe de Saint-Tropez, ce n'est pas seulement la Citadelle, les plages et les yachts!

Communauté de communes

**Golfe de  
Saint-Tropez**

CAVALAIRE-SUR-MER • COGOLIN • GASSIN GRIMAUD LA CROIX-VALMER LA GARDE-FREINET LA MOLE

LE PLAN-DE-LA-TOUR RAMATUELLE RAYOL-CANADEL-SUR-MER SAINT-TROPEZ SAINTE-MAXIME



[www.cc-golfedesainttropez.fr](http://www.cc-golfedesainttropez.fr)



L'été c'est bien...l'arrière-saison, c'est encore mieux !

## Les derniers chiffres clé du Tourisme dans le Golfe :

- Plus de **260 000 lits touristiques**
- **558 restaurants**
- **30 caves et domaines viticoles**
- **38 plages** et criques, 103 km de linéaire côtier
- **10 ports**
- **500 prestataires d'activités de loisirs**, culturels et sportifs
- En 2014, **81% de la capacité d'accueil touristique totale est détenue par les résidences secondaires et logements occasionnels**
- En 2015, la fréquentation touristique moyenne par jour sur l'ensemble du territoire est de **165 000 personnes en juillet et 191 000 personnes en août**
- l'économie touristique représente **80% de l'activité économique** du Golfe de Saint-Tropez

### Et pour dormir alors ?

L'**hôtellerie de plein air** est le mode d'hébergement le plus représenté sur le territoire avec **48% des lits marchands** : Grimaud, Ramatuelle et Cavalaire figurent ainsi dans le top 3 des communes qui se partagent cette offre.

La **résidence de tourisme** arrive en 2e place avec **21% des lits** et l'**hôtellerie** monte sur la 3e marche du podium avec **14%** .

### Pour en savoir plus sur la destination « Golfe de Saint-Tropez Tourisme » :

Information : [visitgolfe.com](http://visitgolfe.com)

Commercialisation : [resagolfe.com](http://resagolfe.com)

Séjours thématiques : [weekprovence.fr](http://weekprovence.fr) / Loisirs et Prestations d'activités : [amusezvous.fr](http://amusezvous.fr)

... Et bien sûr [cc-golfedesainttropez.fr](http://cc-golfedesainttropez.fr)

### Facebook, Instagram, Pinterest... : une promotion 3.0 qui a tout bon !

L'e-tourisme (réservations en ligne), le m-tourisme (tourisme mobile via des smartphones, tablettes ou borne interactive) et le tourisme social (utilisation des réseaux sociaux pour le tourisme) forment un trio indissociable dans le paysage touristique 2016. La destination « Golfe de Saint-Tropez Tourisme » fait donc, elle aussi, sa révolution. Huit touristes sur dix en France préparent leurs vacances sur internet ? Un sur trois reste derrière son clavier pour préparer son séjour ? Grâce à ses précieux outils numériques, à savoir les sites Internet de la destination, la collectivité s'adapte au quotidien à cette évolution. .

Les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Google+, chaîne You Tube « Golfe de Saint-Tropez Tourisme », Instagram, Pinterest, Blogs professionnels, presse étrangère...) invitent au voyage, rendent la visite attractive et simplifient même la vie au touriste. Ils offrent un champ du possible très large : en quelques mots, ils créent du lien.

Via ces réseaux sociaux, l'objectif visé en 2015 était de sensibiliser environ 7 millions de personnes. Fin 2015, ce sont près de 10 millions de visiteurs qui ont utilisé les 9 pages ou comptes gérés par «Golfe de Saint-Tropez Tourisme»!

### Dans ce contexte, que va changer la loi NOTRe ?

L'article 64 de la loi NOTRe prévoit le transfert obligatoire de la compétence promotion du tourisme des communes aux intercommunalités à compter du 1<sup>er</sup> janvier prochain. C'est donc la promotion de l'ensemble du territoire, comme l'a précisé le président Vincent MORISSE lors du conseil communautaire du 21 septembre 2016, qui doit être exercée par la Communauté de communes. Ceci étant, avec six communes labellisées «stations classées de tourisme», cette nouvelle gestion ne concerne que les offices de Cogolin, Gassin, Plan-De-La-Tour, la Garde-Freinet et le Rayol-Canadel-sur-Mer.

Quant aux changements à proprement parler, ils relèvent uniquement du domaine administratif. L'animation est toujours prise en charge par les différents comités des fêtes et la taxe de séjour, elle, reste communale.

### Notre territoire a cette particularité de réunir des communes aux identités bien distinctes...

Tout-à-fait et la commune de Saint-Tropez représente un levier pour présenter l'ensemble des richesses communautaires. Il y a aussi le Fort Freinet, le village de la Mole, le Domaine du Rayol, le sentier du littoral ... La SPL ne cesse de se développer et le catalogue qu'elle présente en termes d'informations diverses, de commercialisation, de séjours thématiques ou encore de loisirs et prestations d'activités s'étoffe chaque année.

Nous élargissons même notre champ d'actions aux territoires voisins, en association avec Var-Tourisme, le Département et la Région. La Communauté de communes est loin de vivre en autarcie ! Il faut continuer nos actions de sensibilisation sur l'ensemble des 12 communes afin que toutes celles-ci soient considérées au même niveau.

Les professionnels doivent également jouer le jeu afin que littoral et terroir trouvent un équilibre.



### Éductours : les richesses touristiques, ça se partage !

Le visiteur du 3<sup>e</sup> millénaire ne se contente plus de pousser la porte d'un office de tourisme pour demander des informations sur la ville qu'il adopte pour quelques jours. Gourmand, ce dernier veut désormais tout savoir sur ce qu'il se passe aux alentours...

Afin de répondre à ses attentes, la Communauté de communes et la Société Publique Locale ont créé les éductours.

De 2013 à 2015, ces circuits de promotion et d'information réservés exclusivement aux professionnels ont permis aux différents offices de tourisme du territoire d'avoir un regard « aiguisé » sur les activités et programmations offertes toute l'année sur chacune des 12 communes.

Chaque année, le personnel des offices s'est donc rendu sur les sites les plus fréquentés du territoire. Les pépites - dans les domaines de l'hôtellerie, équipements touristiques et sportifs, animations, tourisme vert, balnéaire etc. - ont été mises au jour.

Le point d'orgue de cette tournée a eu lieu au château de la Mole le 10 mai 2016 : tous les acteurs des éductours ont profité de ce dernier rendez-vous pour évoquer un nouveau «voyage» pour 2017.

Différent sur la forme mais toujours avec la passion comme destination...



Clichés de l'éductour au Domaine du Rayol en 2015 (ci-contre) et au golf de Gassin en 2016 (ci-dessous)



### Des fans, des vues... et des interactions

**Facebook** - 69 000 fans, 15 millions de vues, 1 million d'interactions (entre 2014 et fin 2015)  
**Instagram** - 1 172 abonnés, 8 000 interactions  
**Pinterest** - 37 680 vues