

# Office de Tourisme Intercommunal du Pays de Fayence



## Rapport d'activités 2018

*Établissement Public à Caractère Industriel et Commercial*  
*SIRET : 823 778 634 00019 RC DRAGUIGNAN*

## **Sommaire :**

Préambule .....	p. 3
Rappel des étapes de création de l'OTI.....	p. 4
Missions et objectifs.....	p. 4
Bilan 2018.....	p. 7
A/ Actions prioritaires.....	P. 7
B/ Professionnalisation de l'équipe .....	p. 10
C/ La Maison du Lac .....	p. 11
D/ La gestion de la relation client .....	p. 12
E/ Schéma d'accueil et accueil hors les murs.....	p. 13
F/ Patrimoine et visites .....	p. 14
G/ Diverses missions et opérations.....	p.15
H/ Et au quotidien.....	p.16
I/ Bilan financier.....	p.17
Conclusion .....	p. 19
Annexes (liste des).....	p. 22

## Préambule – Rappel du contexte présenté dans le rapport d'activités 2017

La loi NOTRe, portant nouvelle organisation des territoires de la République a imposé le transfert de la compétence « Promotion du tourisme et création d'offices de tourisme» aux EPCI – Etablissements de coopération intercommunale.

**En application de la loi NOTRe, l'Office de tourisme intercommunal du Pays de Fayence (OTIPF) a donc été créé le 1<sup>er</sup> janvier 2017 sous la forme juridique d'un EPIC, établissement public industriel et commercial, immatriculé sous le SIRET 823 778 634 00019 au Registre du Commerce de Draguignan.**

### **Eclairage sur la notion de transfert de la compétence « Promotion du tourisme »**

Au sens de l'Art. 133-1 du Code du tourisme l'office de tourisme est l'organisme chargé de la promotion du tourisme. La notion de promotion du tourisme a fait débat puisqu'une interprétation visant à dissocier la mission promotion de celles de l'accueil et information pouvait être faite. Dans une note (F.I.T. n°96), Offices de tourisme de France (la fédération des offices de tourisme) précise que la compétence « Promotion du tourisme » est à entendre comme un ensemble. Le gouvernement a par ailleurs confirmé qu'il était favorable à cette interprétation pleine et entière.

**La « promotion du tourisme » est donc un terme générique désignant la promotion du secteur d'activité du tourisme dans son ensemble sur un territoire donné. Le transfert de la compétence dite « Promotion du tourisme » comprend donc l'ensemble des missions confiées aux offices de tourisme, cf.: Code du tourisme Art. 133-3 :**

*« L'office de tourisme assure l'accueil et l'information des touristes ainsi que la promotion touristique de la commune ou du groupement de communes, en coordination avec le comité départemental et le comité régional du tourisme.*

*Il contribue à coordonner les interventions des divers partenaires du développement touristique local.*

*Il peut être chargé de tout ou partie de l'élaboration et de la mise en oeuvre de la politique locale du tourisme et des programmes locaux de développement touristique, notamment dans les domaines de l'élaboration des services touristiques, de l'exploitation d'installations touristiques et de loisirs, des études, de l'animation des loisirs, de l'organisation de fêtes et de manifestations culturelles.*

*L'office de tourisme peut commercialiser des prestations de services touristiques dans les conditions prévues au chapitre unique du titre Ier du livre II.*

*Il peut être consulté sur des projets d'équipements collectifs touristiques ».*

## Rappel des étapes de création de l'OTIPF

### Juin 2016

Par délibération 160628/3, la Communauté de communes du Pays de Fayence a approuvé la création d'un OTI sous la forme d'un EPIC ainsi que les statuts et a retenu la composition du Comité de direction répartie entre 11 élus titulaires et autant de suppléants et 9 socioprofessionnels titulaires et autant de suppléants.

### Septembre 2016

Par délibération 160913/2, la Communauté de communes approuve la liste des membres composant le Comité de direction.

### Octobre 2016

Par délibération 20161006/1, le Comité de direction, à son tour, approuve les statuts de l'OTI.

### Décembre 2016

Le Comité de direction recrute un directeur. Un contrat public à durée déterminée est signé pour 3 ans, renouvelable une fois.

### Avril 2017

Le Conseil communautaire approuve la Convention d'objectifs avec l'OTI.

### Mars 2019

Démission de la Directrice. Nomination d'un Directeur intérimaire.

### Mars 2019

Nomination par la Communauté de communes des nouveaux membres du Comité de direction (remplacement des membres sortants). Cf. : annexe 1 – Membres de l'OTI - page 23.

## Missions et objectifs

- **Par délibération, l'OTI s'est donc vu confié les missions suivantes (Art. 2 des statuts) :**
  - *assurer l'accueil et l'information des visiteurs,*
  - *élaborer et mettre en oeuvre la politique locale du tourisme et des programmes locaux de développement touristique,*
  - *assurer la promotion touristique du Pays de Fayence, en coordination avec l'agence de développement touristique du Var, le comité régional de tourisme, le pôle de promotion touristique Estérel-Côte d'Azur et tous les partenaires identifiés,*
  - *contribuer à coordonner les interventions des acteurs locaux et des divers partenaires du développement touristique local,*

- accompagner des porteurs de projets et apporter son concours à la réalisation d'événements,
- réaliser des études et statistiques,
- élaborer et commercialiser des produits touristiques.

*Il pourra en outre :*

- exploiter des installations touristiques et de loisirs. Gérer des biens et équipements ainsi que le prévoient les contrats passés entre la Communauté de communes et l'OTI,
- animer des loisirs,
- organiser des fêtes et manifestations à caractère intercommunal destinées à renforcer la notoriété du Pays de Fayence,
- être consulté sur des projets d'équipements collectifs touristiques,
- accompagner les communes, le territoire et les professionnels dans l'obtention de labels touristiques ou de qualité

• **Et les objectifs suivants (Art. 2 de la convention d'objectifs) :**

Article 2.1 : Accueil et information :

- Mise en place d'un schéma d'accueil
- Affirmer la fonction de « conseiller en séjour »
- Organiser des Eductours
- Permettre l'accueil des personnes à mobilité réduite et d'une manière générale proposer un accueil prenant en compte les personnes en situation de handicap
- Base de données et statistiques
- Développer la GRC, Gestion de la Relation Client et engager une politique de fidélisation au territoire
- Gestion des réclamations et des suggestions des visiteurs (dans le cadre de la démarche qualité des services)

Article 2.2 : Promotion touristique du Pays de Fayence

- Positionnement marketing
- Brochures et éditions : définir la ligne éditoriale commune à l'ensemble des supports de communication
- Numérique : développer une communication numérique efficace et virale
- Relations presse
- Partenariats
- Salons
- Assurer la promotion des événements et manifestations

Article 2.3 : Coordination des acteurs du tourisme

- Organisation de rencontres du tourisme (ateliers participatifs, conférences...)
- Développer des relations privilégiées avec les acteurs touristiques et économiques
- Suivi et animation des labels touristiques du Pays de Fayence

#### Article 2.4 : Commercialisation

- Boutique
- Billetterie
- Partenariat avec Estérel-Côte d'azur

#### Article 2.5 Observatoire

- Mise en place des indicateurs statistiques mentionnés dans les articles 2.1 et 2.2, suivi de leurs évolutions et analyse
- Analyser les comportements des clientèles via l'outil de GRC

#### Article 2.6 Qualité

- S'engager dans une démarche de qualification des services
- Mise en place d'un manuel qualité destiné à tous les personnels et d'un guide d'accueil pour le personnel saisonnier
- Mise en place d'un plan de formation pour l'ensemble des personnels

#### Article 2.7 Gestion de la Maison du lac

- Assurer la promotion de l'équipement par tous moyens susceptibles d'atteindre la clientèle régionale (80 % de la fréquentation constatée au lac)
- Mise en place d'un Bureau d'Informations touristiques
- Création d'une boutique de produits de Pays
- Animation de l'espace de découverte
- Mise en place d'animations Nature liées à l'éducation à l'environnement
- Accompagner la Communauté de communes dans sa mission de gestion des rives

#### Article 2.8 : Missions complémentaires

L'office de tourisme pourra

- Etre force de proposition sur la conduite de projets d'aménagements liés au tourisme (nouveaux hébergements,...)
- Participer aux réunions de travail ou d'information concernant la Taxe de séjour
- Gérer les relations presse pour les évènements labellisés « Evènement culturel du Pays de Fayence », à partir de la transmission du dossier de presse, du communiqué de presse et du visuel.
- Assurer la représentation du territoire

## **2018 « En mode projets »**

Si l'année 2017 a été consacrée à 3 objectifs majeurs, relatifs à la mise en place administrative de l'OTI :

- *a/ construire la base administrative et financière de la structure,*
- *b/organiser les missions de chaque agent,*
- *c/ créer un bureau d'informations et une boutique de terroir à la Maison du Lac,*

2018 a permis à l'équipe de passer au mode projet.

### **A/ Actions prioritaires**

S'appuyant sur la convention d'objectifs, l'OTI a défini **des actions prioritaires pour la promotion** de nos villages et du territoire telles :

- La **mise à jour de notre base de données APIDAE** (système régional d'informations touristiques) nécessaire à la connaissance, la maîtrise et la diffusion de notre offre touristique (près de 2.000 fiches contact : hébergeurs, restaurateurs, loisirs, artisans d'Art, producteurs, sites naturels, patrimoine...)
- La **refonte du site internet** - version 2 - mis en service fin 2018, s'appuyant sur la base de données APIDAE. Ce site initialement créé en 2011 et qui a frôlé les 100.000 visiteurs était en perte de vitesse constante depuis 2014 pour avoisiner 50.000 visiteurs uniques en 2017. Repensé autour de l'expérience client, le site paysdefayence.com, version 2, s'articule autour de 2 approches client :
  - Un internet dit « de destination », visant à séduire une clientèle en recherche d'un lieu de vacances.
  - Un internet dit « de séjour », destiné à inciter le client à consommer l'offre de notre territoire durant son séjour.

Pour cela, un important travail de rédaction a été mené par l'équipe web

- Un rédactionnel séducteur basé sur le storytelling (*ndlr : raconter des histoires à des fins de communication et d'argumentaire de vente*) et construit autour de l'expérience client
- Un rédactionnel factuel présentant en détail l'offre de loisirs, de restauration, de découverte... du territoire, s'appuyant sur la base de données APIDAE.

*Cf. : annexe 2 – Statistiques du site – pages 24 et 25*

- La création de **brochures de visite des 9 villages « Au fil des ruelles »**, traduites en français et anglais. Ces supports, destinés à encourager la découverte de nos 9 communes, valorisent les sites incontournables des villages en proposant au visiteur un itinéraire défini empruntant les voies animées par nos commerces et artisans des cœurs de village. Diffusées dès le début de la saison estivale, une réimpression de ces brochures a été effectuée dès septembre afin de combler une demande bien supérieure à nos prévisions.

Pour réaliser ces documents, l'OTI a proposé à des artistes du Pays de Fayence de s'exprimer en dessinant les plans des villages. Les plans de Bagnols-en-Forêt, Mons, Saint-Paul-en-Forêt et Tanneron complètent donc et terminent la série de plans illustrés déjà en notre possession.

L'étape suivante, en préparation, consiste en la traduction de ces brochures en langues allemande et néerlandaise. Comme pour la version anglaise, c'est dans le cadre d'un partenariat avec l'Amicale Europe que les traductions seront réalisées gracieusement, par les membres de cette association que je remercie de nouveau pour leur implication.

*Cf. : annexe 3 – Brochures au fil des ruelles – page 26*

- La **diffusion auprès de nos hébergeurs** des brochures éditées par l'OTI (guide sortir, guide restauration, guide hébergement, flyer Lac de Saint-Cassien, carte des loisirs...). Une équipe s'est chargée de se déplacer chez nos principaux partenaires pour distribuer nos supports afin d'optimiser leur diffusion auprès de nos vacanciers. L'étude « Office de tourisme du futur » menée par Offices de tourisme de France a confirmé que les hébergeurs étaient un relai majeur de nos informations. En effet selon cette étude, 2/3 des vacanciers français interrogés ont confié demander de l'information touristique et du conseil auprès de leurs hébergeurs.

*Cf. : annexe 4 – Brochures et éditions – pages 27 et 28*

- Un travail rigoureux de **communication sur les réseaux sociaux** et d'animation des communautés numériques. Un poste de community manager a été créé pour cela en complément du poste d'animateur numérique du territoire.

Parmi les réseaux suivis et administrés :

- **Instagram** – réseau de partage de photos – compte créé en janvier 2017.
  - 1.600 abonnés
- **Facebook - page Pays de Fayence** – compte créé en janvier 2017
  - 3.500 abonnés
- **Facebook - page Lac de Saint-Cassien** – compte créé par un tiers et confié à l'OTI en janvier 2017
  - 8.200 abonnés

Publier sur ces outils nécessite un important travail de programmation mensuelle, différente pour chacun des réseaux.

*Cf. : annexe 5 - Programmation mensuelle réseaux sociaux - Instagram – pages 29 et 30*

En complément à ce travail, cette année encore, **l'OTI a organisé un « Instameet »**, un concept proche de l'accueil presse traditionnellement réservé aux journalistes mais dans ce cadre, destiné aux influenceurs du web. Lors de cette journée, 6 influenceurs voyage « Instameeteurs » ou « youtubeurs » ont été accueillis avec le double objectif pour l'OTI de :

- bénéficier d'une communication ciblée auprès de leurs communautés de fans
- récupérer les contenus (vidéos, photos, story....) créés durant l'accueil pour être ensuite relayés sur nos outils numériques.

Les influenceurs accueillis ont été sélectionnés sur la base de 2 critères :

- le thème et le contenu de leurs comptes et publications
- leur notoriété.

*Cf. : annexe 5bis – Article Var Matin journée instameet – page 31*



- La présence de l'OTI du Pays de Fayence sur le stand Var au **salon Tourissima de Lille**, au contact de notre première clientèle française issue du Nord-Pas-de-Calais et plus largement des Hauts-de-France.

A cette occasion un partenariat avec une résidence de tourisme a été mis en place permettant durant le salon de faire gagner un séjour d'une semaine en Pays de Fayence.

Pour 2019, l'OTI a pris l'engagement de participer aux 3 plus importants salons du tourisme auxquels participe Var Tourisme : Tourissima Lille, Salon des vacances Bruxelles et Le Mondial du Tourisme Paris.

*Cf. : annexe 6 - Salon Tourissima 2018 - Lille - page 32*

- Une **collaboration accrue avec la presse spécialisée** tourisme qui débute en interne par la rédaction de dossiers de presse (DP) génériques ou thématiques par la chargée de communication et des relations presse (DP destination, ou DP Temps forts : saison du mimosa, récolte des olives ou du safran. DP Grands événements ou patrimoine..). Ces DP et la constitution d'un fichier presse en lien avec le Pôle Estérel Côte d'Azur et Var tourisme donnent à l'OTI de promouvoir le territoire auprès de la presse écrite française et étrangère quotidienne ou mensuelle, la télévision locale ou nationale, les radios, le web... Sans omettre les insertions publicitaires.

En deux années d'activité, faisant suite au travail presse du service tourisme de la Communauté de communes, l'OTI est devenu un partenaire reconnu et essentiel de Var tourisme, engagé auprès des journalistes et rédacteurs. Nos interventions directes ou intermédiaires permettent de valoriser notre territoire et nos professionnels.

Parmi les accueils presse organisés :

- Février : accueil **magazine « Randos balades »** - France - bimestriel randonnées.
- Mars : accueil **magazine « Reiselyst »** - Norvège - bimestriel voyages.
- Mai: accueil **magazine « France magazine »** - Grande-Bretagne et Amérique du Nord - bimestriel voyages et découvertes en France.
- Août : accueil **magazine « Plein air »** - France - bimestriel caravaning, hôtellerie plein air.

Et parmi les contacts presse :

- **Emission Des racines et des ailes** - recherche de sujets art/artisanat/productions
- **Magazine Marie Claire** - sujet gastronomie
- **L'Express Magazine** - villages
- **Magazine Frankreich** - découvertes des villages
- **Dandy Magazine** - sujet voyages
- **RTL 2**
- **France bleue Provence**

*Cf. : annexe 7 – Extraits de la revue de presse 2018 - pages 33 à 35*

## B/ Professionnalisation de l'équipe

En 2018, la **professionnalisation de l'équipe** s'est poursuivie ; en effet la constitution de l'OTI et le regroupement des effectifs en une seule équipe a permis de spécialiser les agents sur les différentes missions confiées. **Un programme de formation a été mis en place** s'appuyant majoritairement sur les formations proposées par la Fédération régionale des offices de tourisme (FROTSI).

*Cf. : annexe 8 – Répartition des missions des agents de l'OTI – page 36*

Il est à relever la problématique que pose le statut des 5 agents mis à disposition de l'OTI. En effet, leur statut d'agent public ne permet pas la prise en charge de formations « privées » par notre OPCA (Agefos). Pour ne pas priver la structure de monter en compétence, il est toutefois nécessaire de permettre à ces 5 agents d'accéder aux formations du réseau des Offices de tourisme. Ces formations non prises en charge représentent donc un coût pour l'OTI. En 2018, 2,5 jours de formations privées/agent mis à disposition avaient été budgétés.

Ces agents peuvent toutefois bénéficier des formations proposées par le Centre national de la fonction publique territoriale (CNFPT) malheureusement très peu adaptées à nos métiers.

En complément, et pour parfaire la connaissance du territoire, **des éducteurs sont organisés dans nos villages**. Leur objectif est simple : découvrir et maîtriser toujours mieux l'offre de nos professionnels et la restituer efficacement auprès des clientèles.

Au total **ce sont 1252 heures de formation** réparties comme suit :

- 423 heures dispensées par la Fédération régionale des OT
- 266,5 heures dispensées par
  - des partenaires (Département, Région, Estérel Côte d'Azur)
  - des prestataires (CNFPT, Logiciel Aloa, CMS Wordpress...)
- 562,5 heures dispensées en interne pour
  - des éducteurs (connaissance de notre offre, nouveautés...)
  - partage de compétences entre agents
  - transmission à l'équipe des compétences acquises en formation de la fédération.

*Cf. : annexe 9 – Formations 2018 – page 37*

Parallèlement à la formation de l'équipe, l'OTI a engagé **un travail de professionnalisation et de qualification des acteurs touristiques** du territoire. 2 types d'actions sont menés pour cet accompagnement :

- **des formations autour du numérique** dispensées par l'animatrice numérique de l'OTI (ANT) afin de les aider à mieux communiquer sur les outils numériques.

*Cf. : annexe 10 – programme 2018 des ateliers numériques – pages 38 et 39.*

- **des actions visant à labelliser les acteurs du tourisme** pour proposer sur notre territoire une offre de qualité, se démarquant des territoires directement concurrents. A titre d'exemple l'OTI, organisme référent du label « Accueil vélo », accompagne et audite les services (hébergeurs, restaurateurs, prestataires de loisirs...) désireux d'offrir aux futures clientèles cyclistes des gages complémentaires de qualité. Impact de la vélo route n°8 : la Méditerranée à vélo.

## C/ La Maison du Lac

2018 a marqué **une étape importante pour la Maison du Lac** dont la gestion a été confiée - depuis son ouverture en août 2017 - à l'OTI : **le fond d'exposition de l'Espace découverte**, réalisé conjointement par l'OTI et la Communauté de communes, venait compléter l'offre de découverte du territoire que propose cet équipement dont la qualité et la pertinence sont unanimement saluées par les visiteurs.

*Cf. : annexe 11 – Espace scénographique de la Maison du Lac – page 40*

*Cf. : annexe 11bis – Revue de presse Var matin Maison du Lac – pages 41 et 42*

En 2018, la Maison du Lac a été ouverte 11 mois au public, de février à décembre. **Les 21.000 visiteurs accueillis en 2018**, soit 18% de plus que le principal bureau d'informations touristiques de Fayence, démontrent la pertinence stratégique du positionnement de cet équipement sur les rives du Lac.

*Cf. : annexe 11ter – Statistiques de fréquentation de la Maison du Lac – page 43*

Je rappelle ici l'objectif premier de la Maison du Lac, objectif que toute l'équipe de l'OTI s'emploie à mettre en œuvre :

**Capter les flux touristiques présents en toutes saisons sur les rives de Saint-Cassien et les orienter vers la découverte des villages du Pays de Fayence.**

Pour rappel, les statistiques réalisées au chalet d'informations du Lac préalablement à la création de la Maison du Lac indiquaient que 80 % des visiteurs du lac passaient quelques heures, une ½ journée voire une journée à Saint-Cassien sans se rendre dans les villages du Pays de Fayence. L'OTI s'efforce donc de renvoyer cette clientèle depuis la Maison du Lac vers les villages et leurs prestataires pour encourager la consommation touristique.

**La vocation pédagogique de la Maison du Lac** s'est également confirmée en 2018 de par l'accueil de scolaires et de centres de loisirs. 6 classes et centres de loisirs nous ont sollicité pour accueillir des enfants. A partir d'un thème défini avec les responsables, les enfants ont été guidés à la découverte du Pays de Fayence par l'agent chargé du patrimoine.

Pour compléter le rôle d'ambassadrice du territoire de la Maison du Lac, l'OTI a proposé un **programme d'animations, de visites et de découvertes intitulé « Rendez-vous Eautour du Lac »**. Ces animations ont séduit des visiteurs curieux de découvrir leur lieu de séjour mais aussi des locaux, désireux de comprendre leur lieu de vie.

*Cf. : annexe 12 – Extrait de la programmation rendez-vous Eautour du Lac – page 44*

**Un écueil est à noter : la soirée théâtre itinérant.** Proposée par la Compagnie « La Passerelle » ce rendez-vous n'a pas rencontré le public escompté. La superposition de cet événement avec d'autres temps forts estivaux a démontré les limites de la programmation à la Maison du Lac, tant sur le choix de la date que sur le type d'animations que peut organiser l'OTI pour dynamiser et valoriser ce site.

## **D/ La gestion de la relation client au service du marketing territorial...**

Si les **missions des Offices de tourisme telles que définies par le Code du tourisme se résument en 3 points : promotion, accueil et information**, il en est **une, complémentaire**, née des concepts marketing, devenue plus que **nécessaire à nos actions**.

**Assurer la promotion du territoire**, c'est à dire promouvoir notre destination auprès de futures clientèles, nous nous y attelons par différents biais évoqués précédemment et, pour cela, travaillons en étroite collaboration avec nos partenaires institutionnels : le Pôle de promotion touristique Estérel Côte d'Azur, l'Agence Var tourisme, le Comité régional de tourisme...

**L'accueil et l'information**, notre cœur de métier, est aujourd'hui et pour 2/3 des clientèles françaises un service obtenu directement auprès des hébergeurs. Jugés plus libres et plus subjectifs dans le conseil dispensé, ils apporteraient les réponses qu'attendent les clients (source commission prospective d'Offices de tourisme de France « l'OT du futur »). Cela pose d'ailleurs question sur la place des OT dans l'accueil et l'information de nos visiteurs.

**Au delà de ces missions premières, il en est une, nouvelle, devenue aujourd'hui essentielle** aux actions que peuvent et doivent mener les Offices de tourisme : **la fidélisation de nos clientèles**. Issu du marketing, ce concept réside sur une base simple : un client qui connaît notre produit / notre destination coûte moins cher à faire revenir qu'un nouveau client.

### **Alors comment œuvrer à cette fidélisation ?**

Sur le territoire du Pays de Fayence, 80% des hébergeurs sont des particuliers et donc de très petites structures qui, faute de temps majoritairement, n'engagent pas de politique de fidélisation.

L'enjeu pour l'OTI et pour le territoire est d'organiser à l'échelle de toute la destination, en partenariat avec nos acteurs touristiques et en particulier les hébergeurs, cette stratégie de fidélisation.

Pour cela et avant tout, avant d'inciter un client à revenir, il est nécessaire de le connaître, de bien identifier ses envies et ses besoins. Commence alors un travail de **segmentation de notre clientèle** (ndlr : découper notre clientèle en sous-ensembles homogènes) visant, à terme, à proposer aux différents profils de clients des produits, des offres en adéquation avec leurs attentes potentielles. Et les convaincre surtout que le Pays de Fayence est la destination qui leur convient.

**La mise en place d'outils de gestion de la relation client (GRC)** devient alors incontournable. Accompagnés en cela par la Région et la Fédération régionale des OT, 2 de nos agents ont suivi une formation à l'outil de GRC AVIZI, formation transmise ensuite à toute l'équipe.

AVIZI va permettre à l'OTI de constituer une « base de données » clients. Cette base comporte des informations telles : le type de client, sa résidence principale, la composition du foyer mais surtout ses centres d'intérêts, ses habitudes de consommation, la durée de ses vacances et séjours... Un travail rigoureux de qualification de nos clients / de définition de nos clients est donc en court dans l'ensemble des bureaux d'informations de l'OTI, tous équipés de cet outil.

Ce travail a pour vocation de mener à court terme des actions marketing précises et des campagnes de communication ciblées, toujours avec l'objectif de faire revenir nos clientèles.

La prochaine étape, essentielle à ce travail de GRC, sera d'associer nos professionnels et de conduire pour eux, à partir de leurs bases de données, une politique de fidélisation. Il sera nécessaire pour ce travail de les faire adhérer à cette stratégie et de les convaincre de partager leurs données clients. Un agent est chargé de ce travail de longue haleine. Il devient déjà nécessaire qu'un deuxième agent le rejoigne dans cette mission tant l'ampleur et l'enjeu sont importants.

*Cf. : annexe 13 – Tableau de bord GRC – page 45*

## **E/ Schéma d'accueil et accueil « hors les murs »**

Des opérations **d'accueil hors les murs** ont de nouveau été mises en place en 2018, toujours avec le principe : « **être là où se trouve le client** ». Le travail mené pour mettre en place un **Schéma d'accueil et de diffusion de l'information (SADI)** au sein de l'OTI a permis un constat majeur, la clientèle se raréfie dans les offices de tourisme, l'information touristique n'est plus le monopole des OT. Les sources d'informations sont multiples, jugées de meilleure qualité que celles données dans les OT.

Il est donc nécessaire pour l'OTI d'aller au contact de cette clientèle « être là où se trouve le client », pour lui donner une information retravaillée, plus subjective, plus en adéquation avec les attentes des clientèles, plus ciblée. **On parle alors de conseil avisé.**

**Il devient urgent de repenser la manière dont on diffuse notre information, les informations de nos professionnels.** Si les visiteurs viennent moins dans les OT, alors allons à leur rencontre.

*Cf. : annexe 14 – Accueil hors les murs saison 2018 – page 46*

*Cf. : annexe 14bis – Statistiques de fréquentation des bureaux d'informations – page 47*

Ces opérations hors les murs visent cet objectif. Pour la 2<sup>e</sup> année l'OTI a réalisé près de 30 actes d'accueil « hors les murs » majoritairement durant le pic estival (15 juillet - 15 août) :

- **4 dimanches de permanence au Domaine de Fayence**, le dimanche 15 juillet ayant été annulé en raison de la finale de la coupe du Monde de Football...  
Le dimanche a été retenu en accord avec les responsables de l'établissement, organisant sur ce créneau un pot d'accueil pour les nouveaux arrivants. Permanences de 2h.
- **5 samedis de permanence à Château Camiole**. Les statistiques de fréquentation des bureaux d'informations démontrent depuis plusieurs années qu'en saison estivale, le samedi était un jour de faible fréquentation. Les arrivées et départs en général effectués ce jour de la semaine impactent fortement notre activité. En accord avec la direction de ce domaine, les permanences du bureau de Callian se sont tenues au sein de la réception les samedis après-midi. Cette présence sur site a permis d'accueillir les nouveaux arrivants ainsi que les clients réguliers du bureau, informés par voie d'affichage du déplacement temporaire de l'accueil. Permanences de 3h.
- **4 dimanches de permanence au Camping le Parc**. La direction de ce camping organise un accueil le dimanche et a souhaité que ce « hors les murs » ait lieu dans ce même créneau du dimanche, associant ainsi convivialité et services aux nouveaux vacanciers. Je souligne l'importance de la permanence dans ce camping de Saint-Paul-en-Forêt. En effet, la commune ne disposant pas de bureau d'informations touristiques, cette opération permet de mobiliser les équipes de l'OTI et de proposer un temps d'accueil, ouvert à tous publics, au

sein du plus important hébergeur de la commune (capacité totale d'accueil : 300 lits). Permanences de 2h.

- **8 ½ journées d'accueil sur le site de Saint-Cassien des Bois à Tanneron**, site très fréquenté en saison. Le bureau d'information de Tanneron village était déplacé sur ce site les jeudis et vendredis après-midis. Les visiteurs réguliers ou de passage au bureau du village en étaient informés par voie d'affichage et appelés à nous rejoindre sur ce site.
- **2 permanences ont été testées dans un camping de Saint-Raphaël**, Estérel Caravaning, les mardis 24 juillet et 07 août. Le mardi avait été retenu en raison du marché organisé au sein du camping ce jour. Opération à relativiser étant donnée la situation du camping proche d'Agay. Si la direction et les clients de ce domaine ont apprécié la qualité de l'opération et l'engagement de l'OTI à promouvoir ses villages, il a été relevé que la distance pour rejoindre le Pays de Fayence (de 50 min à 1h) pouvait être un frein pour cette clientèle majoritairement familiale en saison estivale. Il a été envisagé de tester cette opération sur le même domaine, sur les ailes de saison (c.à.d. mai, juin et septembre) au contact d'une clientèle de seniors ou actifs sans enfants, française et internationale. Un test pourrait également être envisagé en été sur d'autres campings plus proches du Pays de Fayence, situés sur la D4.
- En complément de ces permanences réalisées chez des hébergeurs, l'OTI est également allé au contact des clients lors de :
  - la Foire agricole du Pays de Fayence,
  - la Fête de la Nature® au barrage de Saint-Cassien,
  - dans les campings de Fréjus et de Saint-Raphaël en saison estivale pour diffuser nos brochures d'appel dans les réceptions...

Ce que nous retenons de ces « hors les murs » alimente le projet de SADI (Schéma d'accueil et de diffusion de l'information). En effet, ces opérations de mobilité – bien que certaines soient à relativiser, notamment sur le site de Saint-Cassien des Bois, faute de visiteurs accueillis – ont reçu un excellent accueil de la part de nos visiteurs mais aussi de la part de nos professionnels satisfaits du service apporté par leur OTI, directement au contact de leurs clients. Le sentiment recueilli auprès de tous est que l'OTI se met à leur disposition, visiteurs comme professionnels de nos villages.

**Les partenariats public-privé de ce type sont à reconduire, ils témoignent de l'intelligence d'un territoire à œuvrer ensemble pour la qualité de séjour de ses visiteurs et clients.**

## **F/ Patrimoine et visites – Rondes secrètes**

Parmi les réalisations de l'OTI, on compte les visites commentées réalisées pour divers clients.

- Celles réalisées à la Maison du Lac, au nombre de 6 et présentées précédemment
- Celles réalisées pour des groupes en général associatifs ou scolaires, au nombre de 14
- Celles proposées pour les journées du patrimoine, au nombre de 8
- Celles proposées en saison aux individuels, plus de 20

**En 2018, près de 50 visites ont été effectuées par les agents de l'OTI** dont 9 sont directement imputables au travail de l'offre groupe du Pôle de promotion touristique Estérel Côte d'Azur chargé de la commercialisation pour les OT du territoire.

Toutefois, l'OTI a constaté un essoufflement de cette activité et a réfléchi à la dynamisation de ces visites. **De la concertation avec des associations locales est né le projet de visites nocturnes intitulées « Rondes secrètes »** et testées lors de 2 soirées à Fayence les 26 juillet et 23 août.

La collaboration de l'OTI avec 3 associations (Les Amis du four du mitan, les Bravadeurs et l'Ecomusée du Pays de Fayence) dont je remercie la motivation, la mobilisation et la bonne humeur communicative, a permis à ces visites nocturnes de rencontrer le succès espéré.

En proposant aux visiteurs - et locaux - des visites de Fayence, nocturnes et « théâtralisées », nous avons réussi à rassembler un public nouveau, plus jeune, constitué de familles pour la majorité, enjoué de découvrir Fayence et son histoire de manière ludique.

La quarantaine de figurants, bénévoles des associations, complétée par une conteuse et une troupe professionnelle chargée des combats ont animé les ruelles de Fayence, particulièrement appropriées à ce concept.

Le bilan est très positif de tous points de vue. Lors de la soirée d'août nous avons refusé près de 100 personnes pour 80/90 places disponibles (3 groupes de 25/30 personnes avaient été constitués).

*Cf. : annexe 15 – Article Var matin - Rondes secrètes Fayence – page 48*

Le patrimoine n'est pas mentionné dans les statuts de l'OTI ni même dans la convention d'objectifs. Pourtant c'est un volet indissociable de notre offre, que nous valorisons chaque jour au travers de :

- nos visites commentées
- les animations de l'espace découverte de la Maison du Lac
- nos brochures et éditions diverses
- l'offre à destination des groupes

## **G / Diverses missions et opérations :**

- L'OTI est aussi **le partenaire de la Communauté de communes (CC) dans la réalisation de projets** de valorisation touristique. La réalisation de l'Espace découverte de la Maison du Lac est un exemple probant de cette relation de proximité et de travail commun. Il en est de même pour le travail lié à l'offre d'itinérance.
- La réédition par la CC du topoguide® de randonnée pédestre a été l'occasion d'un nouveau partenariat. L'un de nos agents, chargé de l'itinérance a apporté ses connaissances du territoire pour **compléter les éléments touristiques du topoguide®**.
- De même, **l'OTI accompagne la CC dans le projet de Vélo routes voies vertes « La Méditerranée à vélo »**, plus particulièrement sur le volet communication, et assiste pour cela aux différents rendez-vous de coordination régionale.

- **L'offre d'itinérance est complétée** par le travail réalisé par l'OTI **sur les Guides de promenades**, en partenariat avec les clubs de randonnée du Pays de Fayence - à l'initiative de ces éditions - toujours présents pour les réunions de coordination tout comme pour les reconnaissances terrains... Je profite de ce rapport pour adresser un grand merci aux mousquetaires qui se reconnaîtront.  
Mises à jour des contenus, tracé de nouveaux itinéraires, contrôle des balisages... au total ce sont 27 promenades que nous proposons aux randonneurs occasionnels et aux familles, présentées dans 3 livrets proposés à la vente.

## H/ ...Et au quotidien

Au delà de toutes les opérations présentées ci-dessus l'OTI mène d'autres actions, très liées au fonctionnement mais utiles aux projets et essentielles à la bonne marche de l'entreprise.

Parmi ces actions je relève les principales :

- La mise en conformité avec le règlement général de protection des données (**RGPD**) ;
- La réalisation d'un **guide du partenariat** destiné à encourager les actions de l'OTI au service de nos professionnels ;
- Le suivi des **jeux touristiques** mis en place par le Syndicat mixte de l'est Var : vérification des contenus, des panneaux et visuels sur site, envoi des lots aux participants...
- **L'accompagnement de nos socio-professionnels.** Le travail des 4 agents chargés de cette mission porte sur la qualification, sur les partenariats et synergies possibles sur notre territoire, sur la communication des informations réseau...  
Nos 4 filières professionnelles identifiées :
  - Hébergeurs et restaurateurs
  - Prestataires de loisirs
  - Artistes et artisans d'art
  - Producteurs
- L'enrichissement de notre **base de données photographiques.** De manière constante l'OTI fait appel à des photographes pour véhiculer l'image du Pays de Fayence. En 2018 ce sont des campagnes / reportages photographiques autour des producteurs qui ont été réalisées (Olive, vin, mimosa, safran) afin de créer des « stories » (histoires) sur les réseaux sociaux mais aussi d'alimenter notre site internet orienté expériences clients.
- L'OTI participe aux **bourses d'échanges** des départements des Alpes-Maritimes et du Var. Lors de ces 2 journées, l'OTI diffuse sa documentation auprès des offices de tourisme.
- En lien avec le pôle de promotion touristique Estérel Côte d'azur, chargé de la commercialisation de l'offre de nos villages et des villes du littoral, l'OTI enrichit **l'offre à destination des groupes.**
- La mise en place, dans le cadre d'une **démarche de qualification de nos services**, de processus de travail nécessitant l'effort de tous pour homogénéiser nos méthodes de travail. Nous travaillons sur des outils communs avec des objectifs communs, il est nécessaire que les



réalisations de chaque bureau d'informations soient réutilisables par toute l'équipe. L'enregistrement des modes opératoires, la consignation, l'analyse et les mesures correctives font partie du quotidien de l'équipe de l'OTI.

- En vue du **classement de l'OTI**, un agent responsable de l'accueil et de la qualité organise l'information à destination des clients et s'assure du bon fonctionnement des bureaux.
- L'OTI a travaillé sur le **parcours client**, nécessaire pour comprendre les interactions entre l'OTI et ses clients, plus largement entre le territoire et ses clients. L'OTI doit être présent à chacune des étapes du parcours client : envoyer des stimuli aux clients potentiels, faire qu'il obtienne les informations par notre biais (web, brochures, réseaux sociaux, accueil), se positionner comme conseil, le convaincre que notre produit est le meilleur pour lui, l'encourager pendant la consommation du produit, veiller à ce qu'il en soit satisfait et enfin l'inciter à partager son avis.
- L'OTI a rédigé le **guide d'accueil du nouvel arrivant destiné aux saisonniers et stagiaires**. Il a pour objectifs une rapide prise en main des outils de travail et du territoire. Les méthodologies de travail et l'ensemble de l'offre du territoire y sont décrits.
- La mise à jour permanente des informations de nos professionnels sur la **base de données APIDAE** alimentant le site paysdefayence.com, le site esterel-cotedazur.com, le site visitvar.fr et tout autre site d'information touristique partenaire d'APIDAE (réseau national).
- **Des partenariats divers** avec la Fédération de pêche, l'amicale Europe, les clubs de randonnées, les associations du patrimoine...
- Enfin, **toutes nos réunions de travail**, en internes ou avec nos partenaires, en groupes de travail ou toutes ensemble..., nombreuses et indispensables à la bonne marche d'une équipe de 15 personnes et à l'accomplissement de projets, elles ont représenté 1376 heures de travail, soit l'équivalent de 39 semaines.

*Cf. : annexe 16 – Agenda 2018 des agents de l'OTI - pages 49 à 53*

## **I/ Bilan financier – un budget maîtrisé**

Pour la deuxième année d'exercice, l'OTI présente un bilan excédentaire. Malgré des dépenses nouvelles, imprévues en mars lors du vote du budget, l'OTI a réussi grâce à une gestion rigoureuse et raisonnée des dépenses à maintenir le budget et présenter un excédent de l'ordre de 50.000€

Le prévisionnel a été établi comme suit :

- 814.000€ en section de fonctionnement (839.000 € en 2017)
- 52.200 € en section d'investissement (19.700 € en 2017)

En cours d'année 2019, deux nouvelles lignes budgétaires non prévues venaient s'ajouter au prévisionnel laissant craindre un budget déficitaire en fin d'exercice. Ces dépenses nouvelles correspondaient à :

- 30.000€ en prévision de la taxe sur les salaires – évaluation réalisée par le Cabinet comptable mandaté pour accompagner l’OTI.
- 5.000€ affectés aux honoraires d’un cabinet conseil chargé d’accompagner juridiquement l’OTI dans la régularisation des problématiques liées aux ressources humaines notamment pour les personnels détachés ou exerçant leur activité à temps partiel (contrats, travail des dimanches, durée hebdomadaire de travail...)

C’est donc avec un budget « amputé » de près de 35.000€ que l’OTI avait à envisager l’exercice 2018.

Toutefois, de part un soin particulier apporté aux dépenses de fonctionnement, l’OTI parvient tout de même à être excédentaire. Le résultat de l’exercice est présenté dans le tableau ci-dessous.

	Investissement	Fonctionnement	Total
<b>RECETTES</b>			
Prévisionnel	52 227,66 €	814 037,00 €	
Réalisé	33 878,66 €	773 712,94 €	<b>807 591,60 €</b>
<b>DEPENSES</b>			
Prévisionnel	52 227,66 €	814 037,00 €	
Réalisé	20 530,89 €	729 496,48 €	<b>750 027,37 €</b>
<b>Excédent</b>	<b>13 347,77 €</b>	<b>44 216,46 €</b>	<b>57 564,23 €</b>

Des économies réalisées essentiellement sur les chapitres 011 et 012 ont permis la maîtrise du budget :

- 20.000€ d’économie ont été réalisés sur les charges de personnels (chapitre 012) - réduction du nombre de saisonniers recrutés pour la saison estivale
- 40.000€ de baisse des charges à caractère général (chapitre 011) repartis sur diverses lignes (6061-fournitures non stockables, 6064-fournitures administratives, 607-achat de marchandises, 6161-multirisques, assurances, 6233-foires et expositions, 6236-catalogues et imprimés, 6261-frais d’affranchissement...)

Les éléments budgétaires du compte administratif sont présentés en annexes

- Compte administratif – vue d’ensemble
- Compte administratif – section de fonctionnement (exploitation)
- Compte administratif – section d’investissement

*Cf. : annexe 17 – Résultat de l’exercice 2018 - pages 54 à 56*

## Conclusion : Et demain...

En conclusion à l'année 2018, je souhaite tout d'abord **saluer le travail de toute l'équipe**. Chaque agent s'est investi dans les missions confiées, avec l'ambition d'encourager l'économie touristique et de servir nos visiteurs et nos professionnels. Chacune des collaboratrices a montré son engagement dans la structure nouvellement créée et a progressé, s'est professionnalisée pour servir mieux encore. L'OTI apparaît pour elles toutes comme une évidence eu égard aux actions que nous menons. La spécialisation de chacune dans une ou plusieurs missions leur permet plus d'efficacité de par le temps dédié et de par les formations appropriées suivies en 2017 et 2018. Pour nombre des agents de l'OTI, **les missions et les méthodes de travail sont nouvelles**. Il leur aura fallu s'adapter à la nouvelle organisation et au travail en équipe et établir des processus de travail en lien avec la démarche qualité amorcée.

Je me permets de m'adresser directement à mes (ex) collaboratrices : je vous félicite pour vous être dépassées cette année encore et pour votre investissement.

L'ensemble des actions réalisées en 2018 répond à la convention d'objectifs rédigée en 2016 et approuvée par la Communauté de communes et le Comité de direction. **L'OTI œuvre donc dans le respect des orientations souhaitées par le Conseil communautaire.**

Les actions menées en 2017 et 2018 ont eu pour principal but de constituer le socle de l'OTI. De solides bases sont aujourd'hui posées permettant à l'OTI de devenir le moteur nécessaire à la deuxième économie du Pays de Fayence : le Tourisme.

**Un élan supplémentaire doit toutefois être donné** pour que l'OTI renforce encore son rôle moteur.

Le Comité de direction, réuni en séance le 25 septembre 2018 s'est positionné en faveur de cet élan en approuvant la **proposition de réorganisation des bureaux d'informations** présentée dans le schéma d'accueil et de diffusion de l'information (SADI).

**L'enjeu de cette réorganisation est de libérer du temps** en basse et moyenne saison pour permettre à l'équipe de mener des actions en back office. Pour optimiser ces actions, **il est impératif de dissocier les phases d'accueil du public de celles du travail en équipe(s)**, de profiter de la saison creuse pour la réalisation des projets et la formation continue.

Gardons bien à l'esprit que **les offices de tourisme n'ont plus le monopôle de l'information**. Nos clients se renseignent chez leurs hébergeurs et surtout sur internet où les sites d'avis se sont multipliés donnant à l'internaute une information très subjective, sans concessions.

**Notre présence sur les outils numériques, web et réseaux sociaux doit donc être offensive.** Plus de 75% des français préparent leurs vacances sur internet, ce chiffre est plus élevé encore dans les pays émetteurs de touristes (Pays-Bas, Allemagne, Angleterre...). Notre présence sur la toile doit être permanente et les informations journalièrement complétées, mises à jour selon les saisons en suivant les tendances de consommation, renouvelées, dynamiques. Il est donc capital de consacrer du temps sur ces outils pour atteindre nos cibles.

Le temps nécessaire à la promotion (brochures et guides, contenus web, dossiers de presse, programmation des publications sur les réseaux sociaux, organisation des salons, mise à jour des données des professionnels...) ne peut plus être effectué sur des temps d'accueil.

De manière plus globale, **c'est l'équipe dédiée à la promotion / communication qui doit s'enrichir** et pouvoir disposer de plus de temps encore pour se consacrer à cette mission fondamentale. Mme Bacofin, membre du Comité de direction et gestionnaire du Camping le parc à Saint-Paul-en-Forêt, a résumé simplement, lors de l'une de nos séances de travail, la priorité de notre action :

**« Le rôle de l'OTI est de faire venir du monde, (l')accueillir sur place, nous on sait le faire ».**

Cette réorganisation souhaitée vise aussi **un second objectif** : réduire les coûts de fonctionnement afin de **consacrer davantage de budget aux actions de promotion**. Pour mémoire, le budget de l'OTI se décompose comme suit : masse salariale 76%, fonctionnement 17%, projets et communication 7%.

En respectant un principe souvent évoqué : « Etre là où se trouve le client », **il apparaît évident de privilégier les actions hors les murs**, c'est à dire hors des bureaux. Aller à la rencontre de nos clients/nos visiteurs qui s'éloignent toujours un peu plus des offices de tourisme. 58% des français interrogés trouvent les OT « ringards », « dépassés » (Source OT du Futur – OTF). Notre présence sur les points de rassemblement - les manifestations, les marchés, les sites fréquentés en saison - bouleverse les habitudes. Nous ne pouvons plus être passifs dans l'acte d'accueil et d'information. Nous devons en être le moteur, il nous faut aller vers nos clientèles et encourager les actions de partenariats publics-privés dans l'esprit de ce que nous avons amorcé depuis 2 saisons chez certains hébergeurs. En résumé : **Encourager la mobilité.**

A de nombreuses reprises, le Comité de direction a échangé sur le rôle de l'OTI, comprenant au cours de ces échanges qu'il doit évoluer ; a évolué, parce que les consommateurs - nos clients - ont évolués.

**L'OTI ne doit / peut plus se considérer comme une institution, un guichet d'informations. Il doit oser être un « tiers lieu de médiation\* touristique », un espace de rencontres, d'échanges. Un outil à la croisée de tous les acteurs et consommateurs touristiques.**

*\* « Fait de servir d'intermédiaire entre deux ou plusieurs choses » - définition du CNTRL (Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales, créé en 2005 par le CNRS - Centre National de la Recherche Scientifique)*

Après 10 années de service en Pays de Fayence, 8 à la Communauté de communes et 2 à l'Office de tourisme, j'ai présenté ma démission à Monsieur le Président et ai quitté mes fonctions début mars 2019. Je ne serai donc plus des vôtres pour **poursuivre la réflexion amorcée par le Comité de direction, et avant lui la Commission tourisme, sur l'évolution des Offices de tourisme, sur l'évolution de l'OTI du Pays de Fayence.**

Je m'autorise à vous suggérer de suivre les travaux - déjà évoqués dans ce rapport - de la Commission prospective d'OTF « Office de tourisme du futur », j'espère qu'ils seront riches d'enseignements.

**C'est plus qu'une évolution qui attend les offices de tourisme c'est un changement de paradigme qu'il faut maintenant mettre en pratique.**

En dernier point à la remise de ce rapport d'activités 2018, permettez-moi de remercier chaleureusement Monsieur le Président de l'OTI pour ces 10 années de collaboration et de projets. De remercier également les Vice-présidents et l'ensemble des membres du Comité de direction pour la confiance qu'ils m'ont accordée. Nous avons beaucoup travaillé ensemble, de la préfiguration de l'OTI à notre tout dernier Comité de direction commun de fin février 2019. Vous avez été présents, très régulièrement, titulaires comme suppléants, pour faire avancer cet outil. Je lui souhaite de poursuivre sa route au service du tourisme en Pays de Fayence.

J'associe à ces remerciements mes collègues de la Communauté de communes, engagés eux aussi fortement dans la réussite de l'OTI, en particulier Candice Depetris et Samuel Bertrand pour la qualité de notre collaboration.

J'ai également une pensée pour tous les professionnels avec lesquels j'ai eu l'occasion de travailler ces 10 dernières années, les hébergeurs, restaurateurs, prestataires de loisirs, les responsables associatifs et leurs membres, les producteurs, les artisans d'art et les artistes, les élus municipaux et intercommunaux.

Enfin, et encore une fois, je remercie toute l'équipe de l'OTI pour les épreuves franchies et pour les bons et les très bons moments passés ensemble.

Rapport établi par Aurélie VASSEUR,

Remis à l'OTI – le 18 juin 2019

## **Liste des annexes :**

Annexe 1 – Liste des membres du Comité de direction.....	p. 23
Annexe 2 – Statistiques du site paysdefayence.com – analyse 2018.....	p. 24
Annexe 3 – Brochures au fil des ruelles – exemple de Bagnols-en-Forêt .....	p. 26
Annexe 4 – Brochures et éditions 2018 .....	p. 27
Annexe 5 – Programmation réseaux sociaux – Exemple d’Instagram mai 2018.....	p. 29
Annexe 5bis – Article Var matin – Journée instameet .....	p. 31
Annexe 6 – Salon Tourissima 2018 – Lille .....	p. 32
Annexe 7 – Extraits de la revue de presse 2018.....	p. 33
Annexe 8 – Répartition des missions des agents de l’OTI .....	p. 36
Annexe 9 – Formations 2018 .....	p. 37
Annexe 10 – Programmation 2018 des ateliers numériques .....	p. 38
Annexe 11 – Espace scénographique de la Maison du Lac .....	p. 40
Annexe 11bis – Revue de presse 2018 Var Matin - Maison du Lac .....	p. 41
Annexe 11ter – Statistiques de fréquentation 2018 de la Maison du Lac .....	p. 43
Annexe 12 – Extrait de la programmation des « Rendez-vous Eautour du Lac ».....	p. 44
Annexe 13 – Tableau de bord de l’outil de GRC AVIZI .....	p. 45
Annexe 14 – Accueils hors les murs saison 2018 .....	p. 46
Annexe 14 bis – Statistiques 2018 de fréquentation des bureaux d’informations .....	p. 47
Annexe 15 – Article Var matin - Rondes secrètes .....	p. 48
Annexe 16 – Agenda des agents de l’OTI .....	p. 49
Annexe 17 – Résultats de l’exercice 2018.....	p. 54

## Annexe 1 - Membres du Comité de direction de l'office de tourisme intercommunal

Liste approuvée par le Conseil communautaire du 05 mars 2019

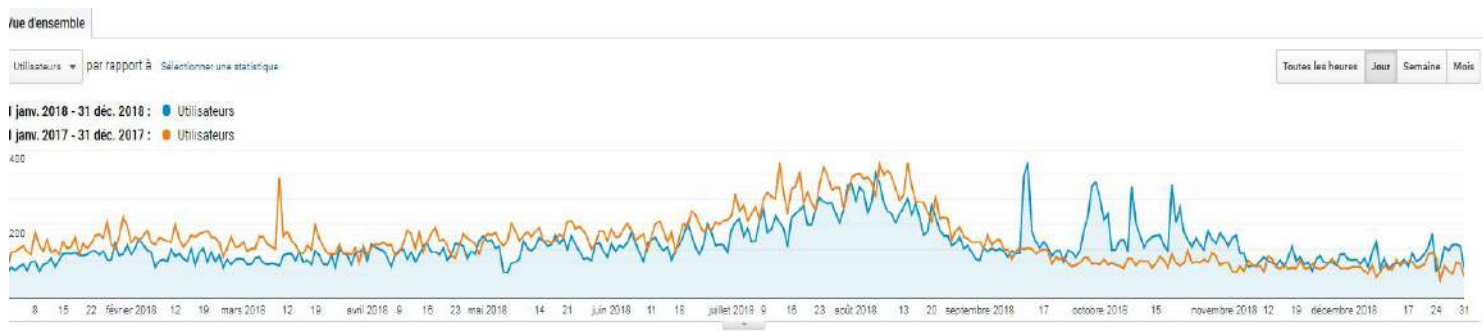
### Collège des élus

	Titulaires	Suppléants
Membre de droit	René Ugo - Président de la CdeC	Nicolas Martel – Vice-président Economie de la CdeC
Membre de droit	Camille Bouge - Vice-président Tourisme de la CdeC	François Cavalier – Vice-président Culture de la CdeC
Bagnols en Forêt	Bernard Juignet – Adjoint au Tourisme	Jeanine Bounias – Conseillère municipale
Callian	Isabelle Derbes – Adjointe au Tourisme	Jacques Berenger – Adjoint à la Culture, vie associative
Fayence	Jean-Yves Davril – Adjoint au Tourisme	Danièle Ader – Conseillère municipale
Mons	Augusta Cheyres – Adjointe au Tourisme	Claudette Mariet – Conseillère municipale
Montauroux	Joëlle Fabre – Conseillère déléguée au Tourisme	Robert Cecchinato – Adjoint au tourisme
Saint Paul en Forêt	Myriam Robbe – Adjointe au Tourisme	Brigitte Badet – Conseillère municipale
Seillans	Serge Leibovitz – Adjoint au Tourisme	Jacques Le Forestier – Conseiller municipal
Tanneron	Marie-José Bauduin – Adjointe au Tourisme	Anne-Marie Mandrea – Conseillère municipale
Tourrettes	Michel Auffret – Adjoint au Tourisme	Elisabeth Menut – Conseillère municipale

### Collège des socio-professionnels

	Titulaires	Suppléants
Restaurants	Fay	M. Brunel - La gloire de mon père
Hébergeurs particuliers	Call	M. Massé - Meublés & Chambres d'hôtes Santouri
Hébergeurs professionnels	Mont	Poste vacant
Hébergeurs professionnels	St pa	M. Henaff - Directeur Domaine de Fayence
Prestataires de loisirs	Mont	M. Fasola - Club d'aviron
Producteurs	Sln	M. Vial - Producteur Mimosas
Associations / Artisans d'art	Mons	Mme Susini - Galerie Itinéraires Céramique
Domaine 5 *	Tourr	Mme Benneget - Domaine de la Grande Bastide
Associations	B en F	M. Damoulakis - Association Patrimoine

**Membre associé avec voix consultative** : M. Bruno Cherblanc, Directeur du Pôle de promotion touristique Estérel Côte d'Azur



➤ **Statistiques 2017**

➤ **Statistiques 2018**

Le site mis en ligne fin septembre 2018 a enregistré une hausse de fréquentation de + 46% (4<sup>e</sup> trimestre) par rapport à 2017.

### Analyse Générale

- ❖ Nombre de visiteurs uniques sur la période donnée : **45 041**
- ❖ Nombre de visites : **56 427**
- ❖ Nombre de pages vues : **162 083**
- ❖ 1 visiteur reste, en moyenne : **2 minutes 26**

### Analyse par Pays

1. France, avec **37 897** visites, représente **84.08 %** des visites
2. Belgique, avec **1 411** visites, représente **3.13 %** des visites
3. USA, avec **1 177** visites, représente **2.61 %** des visites
4. Royaume-Uni, avec **879** visites, représente **1.95 %** de visites
5. Germany, avec **546** visites, représente **1.21 %** des visites

### Analyse par Ville

#### Top 5 des villes

1. Paris 9.31 %
2. Fréjus 8.98 %
3. Nice 6.60 %
4. Cannes 3.30 %
5. Lyon 3.24 %

### Analyse Technique

#### Navigateurs :

1. Chrome : 48.47 %
2. Firefox : 15.68 %
3. Safari : 12.53 %
4. Internet Explorer : 12.08 %



### Type d'appareil de connexion

- ❖ Ordinateur : 77.84 %
- ❖ Tablette : 10.99 %
- ❖ **Mobile : 11.17% (1.53 % en 2017)**

### Sources de trafic

Moteurs de recherche : 68 % (31 796)  
Accès directs : 21.43% ( 10 021)  
Sites référents : 9.61% (4 494)

1. Google : 29 500 utilisateurs
2. paysdefayence.com, liens, favoris et autres (direct): 10 021 utilisateurs contre 7 664 en 2017
3. Bing : 2 043 utilisateurs
4. montauroux.com : 718 contre 0 en 2017
5. ville-fayence.fr : 417 utilisateurs contre 368 en 2017.

### Mots clés les plus importants :

- Lac de Saint-Cassien (toutes orthographes confondues)
- Fayence
- Pays de Fayence
- Mons
- Bagnols-en-Forêt
- Montauroux
- Callian
- Tourrettes
- Fayence tourisme

### Analyse par Pages

#### Top 10 des pages les plus visitées du site :

1. Accueil (**13 307 visites**)
2. Lac de Saint-Cassien (**10 958 visites**)
3. Découvrir-Rivières et Gorges (**4 051 visites**)
4. Découvrir-Pays de Fayence (**3 122 visites**)
5. Découvrir-Pays de Fayence - Callian (**3 068 visites**)
6. Découvrir-Pays de Fayence - Tourrettes (**2 652 visites**)
7. Découvrir-Pays de Fayence - Seillans (**2 401 visites**)
8. Découvrir-Pays de Fayence - Montauroux (**2 362 visites**)
9. Agenda (**2 325 visites**)
10. Découvrir-Pays de Fayence - Tanneron (**2 274 visites**)

Document en 4 volets – pli intérieur – format plié 10 x 21 cm

Recto

**1 - L'ANCIENNE MAIRIE**  
L'école des garçons s'y trouvait à l'étage puis elle fut transférée ensuite dans le bâtiment de l'office de tourisme. Les douches municipales remplacèrent la mairie jusqu'en 1990. L'eau y était chauffée au charbon. Dans cette rue du n°13 au n°55 se trouvent 2 boutiques dont celle de «Gandolphe» ainsi que divers ateliers ou travaillaient principalement des femmes. The boys school was found on its first floor then was moved to the tourist office building. The old public showers replaced the Mairie up to 1990. The water for the showers was heated by coal, in this street No.13 and No. 55 were two cork factories as well as various workshops employing mainly women.

**7 - LA RUE DU LAVOIR**  
Ici se trouvent les plus anciennes maisons du village 15<sup>e</sup> et 16<sup>e</sup> siècle. In this street you will find the oldest village houses dating from the 15th and 16th century.

**4 - LA RUE EN CALADE**  
Principal accès du village au Moyen Âge en venant de Frejus. Accès sécurisé par un portail. In the Middle Ages this was the main access to the village from Frejus. The access was secured by a gate.

**7 - LA RUE DE L'ABBÉ BRUNO**  
Escalier (côté grande rue) et passage voûté (côté église). L'abbé Bruno, figure emblématique du village, arrive d'Italie avec sa mère en 1923, a exercé tout son sacerdoce à

**Bagnols.** Steps on the main street side, vaulted passage on the church side. Father Bruno, leading figure of the village arrived from Italy in 1923 and worked as a priest all his life in Bagnols.

**2 - L'ÉGLISE SAINT-ANTOINE**  
Elle est de style roman-renaissance, richement décorée et possède, entre autre, 2 rétables de style Louis XIII. Le portail néo-roman a été rajouté au 19<sup>e</sup> siècle. Sur la place de l'église se situent le premier cimetière du village, 4 autres chapelles se situent aux 4 points cardinaux, Saint-Denis (11<sup>e</sup> siècle) à l'ouest, Notre-Dame (1050) au sud, Saint-Antoine (1660) à l'est et Sainte-Anne construite en 1654 par l'espagnol Jean Vignerón en remerciement de sa naturalisation française par Louis XIV. 2 moulins à vent en ruine, attendent patiemment leur restauration: Quartier du Moulin et Aire de Sainte-Anne, its style is roman/renaissance style richly ornated with two decorated panels in Louis XIII style. The neo-roman gate was added in the 19th century. The first churchyard of the village was situated on the church square. 4 other chapels are situated at each cardinal points of the village: Saint Denis (11th century) to the west, Notre Dame (1050) to the south, Saint Antoine (1660) to the east and Saint Anne built in 1654 by the Spanish Jean Vignerón in recognition for his naturalization granted by Louis XIV. Two ruined windmills are to be restored in the not too distant future: quarter du Moulin and Aire de Saint Anne.

**Office de Tourisme Intercommunal du Pays de Fayence**  
Place Léon Roux - 83440 FAYENCE  
04 94 76 20 08 - fayence@paysdefayence.com

**Bureaux d'Informations Touristiques**

<b>MAISON DU LAC</b> 07 05 11 99 83 maisondulac@paysdefayence.com	<b>MONTAUBOUX</b> 04 94 76 75 90 montauboux@paysdefayence.com
<b>BAGNOLS-EN-FORET</b> 04 94 40 94 60 bagntentont@paysdefayence.com	<b>SEILLANS</b> 04 94 76 85 91 seillans@paysdefayence.com
<b>CALLIAN</b> 04 94 47 75 77 callian@paysdefayence.com	<b>TANNERON</b> 04 93 80 71 73 tanneron@paysdefayence.com
<b>MONS</b> 04 94 76 99 54 mons@paysdefayence.com	<b>TOURPETTES</b> 04 94 76 01 02 tourpettes@paysdefayence.com

[www.paysdefayence.com](http://www.paysdefayence.com)

Le Pays de Fayence  
Office de Tourisme Intercommunal

**paysdefayence.com**  
Villages perchés de la Côte d'Azur

0494 76 20 08 - 0709 - Juin 2019  
N° d'agrément : 19000 - 01/09/2018 - 01/09/2020 - 01/09/2021 - 01/09/2022

**BAGNOLS-EN-FORET**

**LES VILLAGES PERCHÉS DU PAYS DE FAYENCE**

**Au fil des ruelles  
Along the streets**






7 - La rue de l'abbé Bruno



8 - L'église Saint-Antoine

Verso

**Un balcon sur la Côte d'Azur**

À la croisée de l'antique Via Aurélia, Bagnols-en-Forêt, adossé aux contreforts de l'Estérel, rafraîchi par la brise marine qui franchit le col de la Pierre du Coucou, vous révèle de majestueux points de vue, des Gorges du Blavet au Pic de la Gardiette.

At the crosspoint of the antique Via Aurelia, Bagnols en Foret lodged in the foothills of the Esterel offers many majestic viewpoints from the Gorges of the Elavet to the Pic de la Gardiette.

**Bon à savoir  
Good to know**


À voir aussi  
See also

- «Le Chemin de notre mémoire» parcours de photos anciennes sur les murs du village - «Le Chemin de notre mémoire» stroll through the past on the villages walls
- Les quatre chapelles. Four chapels
- Le Moulin à vent de Sainte-Anne. The windmill of Sainte-Anne
- La Cascade de Gourbachin. Gourbachins waterfall
- Les anciennes tailleries de meules. Old mill stones
- Les Gorges du Blavet. Blavet's gorges

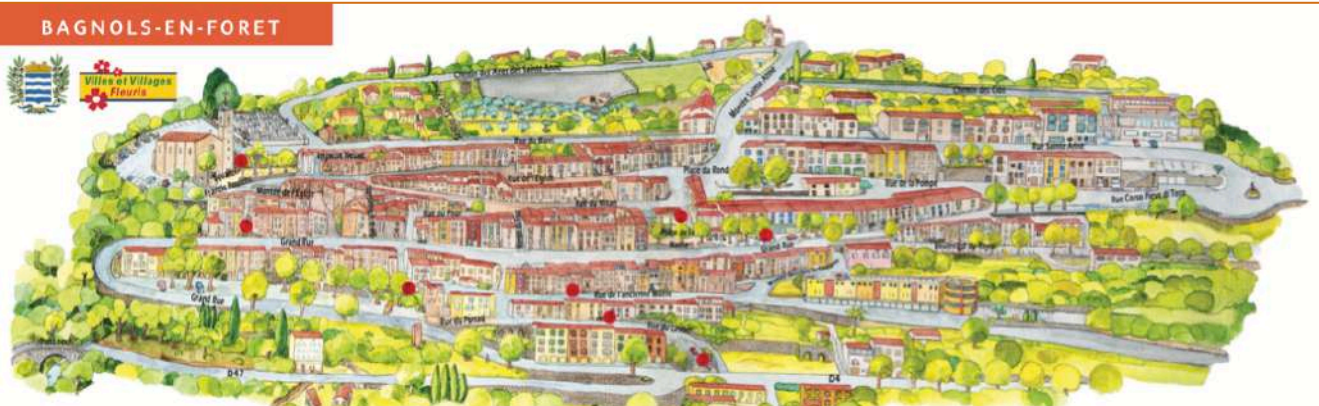
**1 - LA FONTAINE DE LA SIEGNOLE**  
Décorée d'une statue-cope de « L'enfant à l'oie », dont l'original (3<sup>e</sup> siècle av. JC) se trouve au Vatican galerie Condé, est l'une des 4 fontaines anciennes du village. Les autres se trouvent dans la partie basse de la Grande rue, Place du Rond et Placette du Gros mur, celle du Square Francis Poulenc date de 2005. Decorated with a copy of the statue "the child and the goose". The original work (3rd century BC) is in the Vatican in the gallery Condé. There are other fountains in the village in the main street, on the Place du Rond and on the Placette du Gros Mur. The fountain in Square Francis Poulenc dates from 2005.

**2 - L'HÔTEL DE VILLE**  
Construit en 1907 sur l'emplacement de l'église Saint-Sébastien (1480) laquelle devint propriété de l'Etat en 1905. Town hall built in 1907 on the site of Saint-Sébastien Church (1480), which became state property in 1905.

**3 - LE LAVOIR**  
Nommé « le bassin neut », il est le plus grand lavoir du village. Called "the new basin" it is the biggest one in the village.



1 - La fontaine de la Siegnole



## Annexe 4 : Brochures et éditions 2018 - page 1/2

Libellé	Langues				Nombre d'exemplaires
	F	GB	NL	D	
Au fil des ruelles - Bagnols-en-Forêt	x	x		2019	2 800
Au fil des ruelles - Callian	x	x		2019	3 250
Au fil des ruelles - Fayence	x	x		2019	11 000
Au fil des ruelles - Mons	x	x		2019	5 000
Au fil des ruelles - Montauroux	x	x		2019	7 000
Au fil des ruelles - Saint-Paul-en-Forêt	x	x		2019	1 200
Au fil des ruelles - Seillans	x	x		2019	6 500
Au fil des ruelles - Tanneron	x	x		2019	4 500
Au fil des ruelles - Tourrettes	x	x		2019	9 000
Carnet de jeu "Trésor en pays de Fayence"	x				1 000
Carte des loisirs réédition version de 2017	x				3 000
Carte touristique (ex carte des loisirs)	x	x			30 000
Chemise A5 (pour dossiers de presse)	x				200
Escapades (doc. d'appel diffusée dans les OT et campings du Var et des A.M.)	x				15 000
Escapades (brochure pour salon de Bruxelles)			x		2 500
Flyer Camping (brochure pour salons de Lille et de Bruxelles)	x	x			1 500
Flyer Maison du Lac	x				5 000
Flyer Maison du Lac -5%	x				5 000
Guide hébergement 2018	x				4 000
Guide restauration 2018	x				6 000
Lac de Saint-Cassien	x	x			10 000
Lac de Saint-Cassien (brochure pour salon de Bruxelles)			x		2 000
Marque-page lac de saint-cassien (offerts aux visiteurs)	x				5 000
Marque-page mimosa (offerts aux visiteurs)	x				5 000
Marque-page villages (offerts aux visiteurs)	x				5 000
Plan Tanneron	x				2 000
Sortir novembre 2017 à janvier 2018	x				2 500
Sortir février à avril 2018	x				2 800
Sortir mai à juin 2018	x				2 500
Sortir juillet à août 2018	x				5 000
Sortir septembre à octobre 2018	x				2 000
Sortir novembre 2018 à janvier 2019	x				2 500







CALENDRIER 2018

INSTAGRAM A PROGRAMMER – MAI 2018

Paysdefayence #jaimelepaysdefayence #paysdefayence

DATE	HEURE	LIEU	THEME MENSUEL	THEME	SUJET	COPYRIGHT	PHOTO N°	CHAMP SEMANTIQUE	HASHTAG IMPORTANT
L 01-05	11h30	Bagnols	Férialé	Nature	Cascade Gourbachin	@viviane_milg	N°106	Balade cascade	#lovebagnolsforet #wood #green
M 02-05		Callian		Nature	Forêt du Défens	@yealen	N°107	Randonnée bois	#haveabreak #walk #walkinthewoods
M 03-05		Fayence		Nature	Pré, Soleil couchant	@_shelvas_	N°108	Verdure, soleil couchant,	#sunset #nature #flower #view
J 04-05		Mons		Nature	Restanques oliviers	@emazoni	N°109	restanques avec oliviers sont le décor rustique	#restanques #nature #pierresseches
V 05-05		St Paul		Nature	Vue dégagée	@florearanzana	N°110	Vue dégagée et verdoyante	#forest #green #view #blue
S 06-05		Mtx	Trimarace	Sport	Swim lac	@B.I.T Mtx	N°111	Programme	#triathlon #bike#run #swim #nature #allride
D 07-05		Fayence	Ecolflore	Nature	Cerisier en fleurs	@manuel_oullie	N°112	Expo-vente de fleurs, plants, arbustes ...	#ecoflore #sping #fleurs #couleurs #sun
L 08-05		Seillans	Férialé	Patrimoine	Village Seillans	@mar_v_n	N°113	étape provençale	#villagesperches #flowers #spring#beautiful
M 09-05		Tanneron		Patrimoine	Croix	Nico.Gomez	N°114	Balade ensoleillée	#villagesperches #croix #bluesky#patrimoine
M 10-05		Tourrettes		Patrimoine	Village de Tourrettes	@travelkiwis	N°115	village pittoresque/ escarpement	#view #villagesperches #patrimoine#beautiful #myprovence
J 11-05		Bagnols		Patrimoine	Village	Nico.Gomez	N°116	paisible village perché	#bagnolsforet #lovebagnolsforet#villagesperches #bluesky
V 12-05		Callian		Patrimoine	Village	@rosie_leigh_cup_of_tea	N°117	Perché sur un contrefort rocheux qui domine la plaine	#callian #view #villagesperches
S 13-05		Fayence	Salon Vart Ecrin/ Foire Agricole	Manifestation	Salon Vart Ecrin	SALON V'ART ECRIN SALON DES CREATEURS DE BIJOUX	N°118	nombreux créateurs et artisans d'art	#salonvartecrin #bijoux #artisanatd'art
D 14-05		Fayence	Salon Vart Ecrin/F.A				N°119		
L 15-05		Mons		Patrimoine	Village	@anaisbla	N°120	classé "Village de caractère", authenticité provençale	#monsprovence #view #villagesperches#beautiful #myprovence



M 16-05	Mtx			Patrimoine	Village	Nico.Gomez	N°121	écran de verdure exceptionnel et protégé	#view #villagesperches #bluesky#patrimoine #beautiful
M 17-05	St Paul			Patrimoine	Rue	Nico.Gomez	N°122	vaste cirque encadré,	#saintpaulforet #streetview #villagesperches
J 18-05	Seillans			Patrimoine	Rue	@etoilemtg	N°123	origine	#sunnyday #view #oldvillages
V 19-05	Tanneron			Patrimoine	Photo borne km	@thevenet_marielle	N°124	Route du Mimosa	#bornekilometrique #village #oldvillages
S 20-05	Mons	La nuit des musées		Nature	Vue ciel		N°125	Nuit des Musées	#nuitdesmusees #nature#coucherdesoleil
D 21-05	Callian	Ste Maxime		Culture	Fête patronale de la Sainte Maxime :	@paysdefayence   @B.I.T Callian	N°126	Fête patronale de la Sainte Maxime :	#saintemaxime #fetedepatronale #religieux
L 22-05	Tourrettes			Loisirs	Golf Terre Blanche	@terre_blanche	N°127	Détente au Golf de Terre Blanche	#TerreBlanche #TerreBlancheResort#Golf #Green #Swing
M 23-05	Bagnols			Loisirs	Rando	@isabelledecoulon	N°128	Vue mer/espaces dégagés	#lovebagnolsforet #Landscape#view #sea #montain
M 24-05	Fayence			Loisirs	Aérodrome Fayence-Tourr	@gheceva83	N°129	Coucher de soleil et vue dégagée	#fayence #tourrettes #aerodrome #volavoile
J 25-05	Mons	Fénié/Course VTT Lachens Mer		Sport	LachensMer course	@larserik_larsen	N°130	Du sommet du Mont LACHENS	#lachensmer #course #vtt#allmontain #biking
V 26-05	Callian	Fête de l'estampe		Art	Atelier Estampe	@B.Remuzat	N°131	gravure, la lithographie, la sérigraphie	#fetedelestampe #estampe #atelier#artiste
S 27-05	Mtx			Loisirs	Canoë Lac de St Cassien	@lillysvt	N°132	balade en canoë	#lacsaintcassien #lake #blue #sky#canoe
D 28-05	Seillans	Fête des Mères		Loisirs	Vélo de route	@instasteley	N°133	Traversée de la forêt verdoyante	#biking #cycling #road #montain #forest
L 29-05	Tanneron			Loisirs	Balade à cheval	@nemoleplusbeau	N°134	belle journée pour une balade à cheval	#cheval #balade #horseriding #montain
M 30-05	Tourrettes			Loisirs	Spa Terre Blanche	@terre_blanche	N°135	moment de relaxation au spa	#TerreBlanche #relax #Spa #detente#vapeur
M 31-05	St Paul	Rando Fondurane		Loisirs	Les écuries de Saint-Denis	@isabelledecoulon	N°136	beau petit poulain	#ecuriesdesaintdenis #cheval #horseriding#poulain

# Pays de Fayence

## PAYS DE FAYENCE

# Journées «Instameet» à l'office de tourisme

Comment se passer d'un potentiel de 500 millions d'utilisateurs?

L'Office de Tourisme Intercommunal du Pays de Fayence a organisé son 2e «Instameet», nom donné au rendez-vous collectif qui regroupe des passionnés de photo, avec plus de 500 millions d'utilisateurs du réseau Instagram en 2017.

Ces mordus de l'image se retrouvent sur un lieu pour vivre une journée pleine d'échanges, de rencontres et de beaux visuels.

C'est sous le thème de la gastronomie que cette dernière s'est déroulée.

Elle a ainsi débutée par un accueil à la Maison du Lac de Saint-Cassien où les participants ont pu apprécier le cadre naturel, la structure, les produits du terroir et l'exposition-jeu « Secrets de plantes ».

Puis direction Seillans pour découvrir le Domaine viticole du Val d'Iris qui pratique l'agriculture raisonnée. Ce qui a enchanté le groupe par les explications passionnées de son maître de chai, Ludovic Vilcoq.

### Balade au pays...

Le restaurant Le France, au centre du village de Fayence, a permis une pause gustative, après une matinée bien remplie.

Une halte à la Tour de l'horloge à Tourrettes, le temps d'apprécier le magnifique panorama, avant de se diriger vers la ComCom au Mas de Tassy où Marion et Laurie Philippe, artisans sœurs



A la découverte des secrets de vinification de Ludovic (à gauche). (Photos C.G.)

pâtissières «Aux Douces sœurs de Saint-Paul-en-Forêt», attendaient les participants pour un atelier macarons.

Macarons en poche, le groupe a terminé son périple dans les ruelles de Tourrettes, découvrant au hasard tableaux, sculptures et portes décorées du musée à ciel ouvert.

### Participants conquis

Nous avons demandé à deux passionnés de ces journées Instameet de nous faire partager cet enthousiasme.

Sarah Varlet, photographe professionnelle, déclarait : «Je suis amoureuse de notre région et nos territoires... j'aime valoriser et mettre en avant les petits détails et je suis enchantée d'apporter mon regard photographique sur les beaux villages et les habitants du Pays de Fayence».

Quentin Evrard, le toulon-



En immersion dans le chai du domaine du Val d'Iris.

nais, a créé Levarois, un blog lifestyle et bons plans dans le Var: «Je partage ce dernier au quotidien sur ce que je vois et je vis... actualités, coups de cœur, jeux concours, reportages, bonnes adresses... bref de Toulon à Agay en passant par Draguignan et Saint-Tropez,

j'espère faire découvrir le Var autrement». Les deux hôtesses de l'O.T.I, Lætitia et Anne-Laure, ont contribué à cette belle initiative qui tente à promouvoir ce genre de rencontres très constructives et attrayantes.

C.G.



Annexe 6 : Salon Tourissima - Lille 2018







TEMA SØR-FRANKRIKE

1 Roseland

**SAKING** Ingen andre steder i verden produserer like mye rosevin som Provence. Her er livet rosefrotté.

**B**on voyage, sier eleven av selvkjøpet 60 Campers, Matt Tombs (41) og Wenck oss av glede. Vi har fått en rask innføring i å leie bil uten servestyring, for det er ikke bare bare å legge ut på langtur i en bil fra 1968. Da er det enda godt at første stopp er nabobyen Sellans. I en uke skal de gode venninner oppdage Sør-Frankrikes småsteder i turkise Amélie. Campesværet går sjelden over 60 kilometer i timen, så motorveier unngås.

– Sett på noe 60-tallsmusikk, sier Therese Ovale (32) fra baksetet. Martine Kopstad Floing (28) blir kjennsom Spotify og finner fram hitlisten «All Out 60s».

**CAMPING OG ROSE.** Et par stager senere er vi i vindrud, og i natt skal vi campe rett ved vinstokkene. Men først: vinstokkertil! Vis å vis vingården Château des Selves ligger det en sjenerende campingplass. Dermed er det ingen grunn til å spytt i glasset.

– I sørlige Provence er rosévinen den store stjerna, sier vinbonde Christine Myliane (46) og skjønner noen likende lysterosa dråper i skyggen av et appasint. Vinen er lagd på Cuvée och Cabernet Sauvignon. Det er sommer ved første dukk.

**ROSÉREVOLUSJON.** Mange av de aller første vinryperne var faktisk rosé; lette blandinger av røde og hvite vindruer. Men så begynte gråkame og romerme å separere druene, og rødvin og hvitvin ble skapt. I dag lages rosé i all hovedsak på rosévinndruer, men skillet blir tynnere kjøpene enn tidligere. Kvaliteten har også blitt mye bedre og har de siste årene økt i popularitet, så mye at det har vært snak om en roséevolusjon – med viner fra Provence i led.

Så er vinstokkene klar til den vakre landsbyen Sellans. Utanfor restauranten La Gloire de monsieur står et tøm av rosévinflasker med talleten. «La vie en rose», et ordspill på en av Edith Piafs mest kjente sanger. Og kanskje livet blir litt mer rosefrotté av å drikke rosé. »

HØYDEPUNKT

- 1 **SELVANS** Middelhavet i Sør-Frankrike regnes som en av landets hyggeligste landsbyer. Her er romantiske bygninger i kalkstein og buede vindstokk.
- 2 **CHATEAU DES SELVES** Her er fine vingårder i landsbyen Sellans. Château des Selves har vinutstilling og et utvalg chateaurestaurant.
- 3 **LA GLOIRE DE MONSIEUR** Restauranten ligger i landsbyen Sellans. Her serveres god provencétt mat i en av de beste atmosfærene i regionen.

CAMPINGPlass

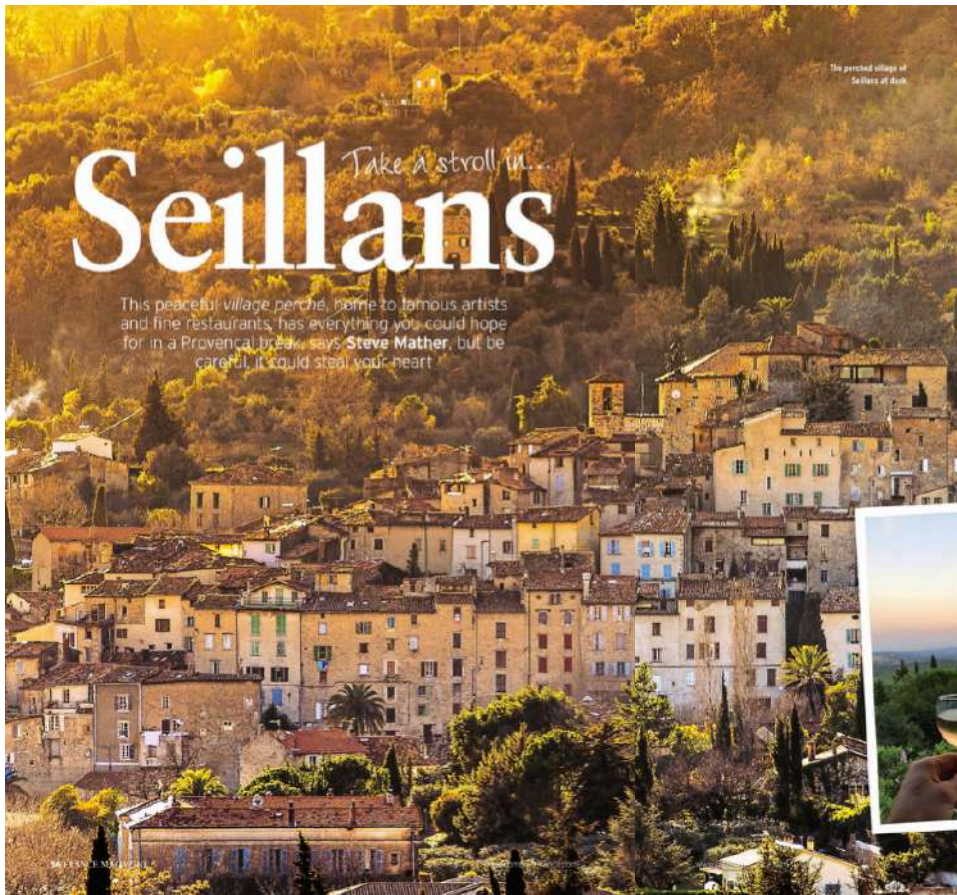
Rett over veien fra Château des Selves ligger den sjenerende campingplassen La Gloire de monsieur. Campingplassen ligger i landsbyen Sellans. Her serveres god provencétt mat i en av de beste atmosfærene i regionen.



«HIT PÅ VINGÅRDEN» Vingården Château des Selves er en av de beste i regionen og har en hyggelig campingplass rett ved siden av seg – perfekt for campingglade og bilfrie.

«I sørlige Provence er rosévinen den store stjerna»





# Seillans

Take a stroll in...  
This peaceful village *perché*, home to famous artists and fine restaurants, has everything you could hope for in a Provencal break, says **Steve Mather**, but be careful, it could steal your heart

## TAKE A STROLL

I have something of an enduring love affair with this beautiful village. I first visited back in 2010 and have returned more or less every year since in time to its peaceful charm, breathtaking scenery and wander in narrow streets. A long-time holder of the *Plus Beau Village de France* honour, Seillans is still relatively unknown by many in its own country, as well as overseas, which only adds to its appeal.

It is everything you would want in a Provencal village *perché*, with a stunning backdrop of forest-covered hills, cobble, winding alleys, cascading fountains and open squares that are perfect to relax with a drink.

Seillans' size and set-up makes it the perfect place to amble around at a leisurely pace. It's not too big and you can either walk around in a loop, or explore the many nooks and crannies that are only accessible on foot. The streets here were designed for horses and donkeys, not cars.

### Home to artists

Beginning at the edge of the village if you approach from Nice, you see the first example of Seillans' long association with art. Artists d'Art workshop has plenty of works and sculptures to examine and over the years Seillans has been home to many artists, most famously Max Ernst, whose work can be seen all over the village.

Strolling stone walls and buildings pass by on your right as you head through the narrow *Roads de la Gare*, which is home to a café and boulangerie. A narrow street named *Grand Plus* – which is anything but – snakes up the hill to your right. A few hundred yards away is *Le Magasin*, a café offering wonderful views of the countryside. Being so high up on the hillside, there are fine views to be had everywhere here.

After a refreshing glass of Ricard, make your way up the street until you reach a sharp bend in the road and head up towards the Provencade. Max Ernst. Continue up the slope until you reach the petanque court, which is normally filled with locals enjoying an argument disguised as a game during the busy afternoons and evenings.

The court and neighbouring car park host the weekly market and the popular *Marché Potier*, which draws visitors from miles around.

### Heart of the village

Further along the street you can descend into perhaps the most beautiful space in Seillans – *Place*



Château des Sèpans  
View overlooking  
Seillans countryside

FRANCE MAGAZINE 57

CLOCKWISE FROM LEFT: Forested hillsides just outside Seillans; Grand Rue leads down from the centre to the main road; Fountain next to petanque court along Promenade Max Ernst; Hôtel des Deux Rocs outdoor restaurant

de Thouron. Home to the restaurant *La Gléire de Mon Père*, tables and chairs surround a fountain in the square shaded by majestic plane trees, festooned with lights that during the evening make for the perfect outdoor dining experience.

Take the steps back up to *Promenade Max Ernst* and wander around the corner to *La Dolce Vita* – home to the surrealist painter and his wife *Dorothea Tanning*. You will then come to the *Hôtel Deux Rocs*, renowned for its fine cuisine and stunning outdoor restaurant. The nearby *Roads de la Parfumerie* commemorates the *Vicomtesse de Saugy de Manceaux* who saw the village developed, first by châteaux, which claimed the life of her husband, and then by the vineyard-making phylloxera. Inspired by perfumers in nearby *Grasse*, she bought and planted jasmine, rose, lavender and mint and manufactured her own products to boost the local economy.

Be prepared for a strong *Assiette* with *Rue Parvial Garnet* and around the corner to *Chez Hugo*. For a village of its size, Seillans is truly blessed with fine restaurants and this one is no different. The centre of the village is home to the 12th-century church of *St-Léger* and the *Mairie* so it pays to keep exploring. With so much to offer, I think my love affair with Seillans is set to continue for many years to come.



## TAKE A STROLL

### IN THE AREA



ABOVE: Eyecatch rooftops and views

Seillans is one of nine communes in the Pays de Fayence area, alongside *Ragnob-en-Fort*, *Calkin*, *Fayence*, *Mons*, *Montauroux*, *Saint-Paul-en-Fort*, *Tancroen* and *Tourrettes*. *Fayence* is similarly as steep as its near neighbour so be prepared for a short but energetic climb up the hill to the town if you park at the bottom. There is limited parking near the town centre but the walk gives you the perfect excuse to enjoy a *provençal* or *rosé* at *Le Bistrot Fayencais*, which is the perfect people-watching location. The *Tour d'Herode* offers great views of the sunriseside and its viewing point contains a useful panoramic artistic interpretation of the view before you. *La Cave de Fayence*, containing a huge array of wines and spirits, is worth a visit. *Mons* is the highest spot in the area and although the route doesn't look far on a map, the windy mountain road means the journey takes a little longer than expected. The beautiful and expansive *Las de Saint-Cassien* offers the opportunity to get out onto the water for the day, or just a few hours. During the summer this popular location gets very busy with visitors hiring pedalos, paddleboards and kayaks, joining residents on the glistering, azure water. The lake is the perfect temperature for swimming and there is a restaurant on-site. *Le Château des Belles* is the pick of the local vineyards, producing excellent *rosés* and *reds* which are incredibly good value. *Fayence* a *département*? There's no need to book, just make your way inside where the friendly team will be more than happy to run you through their various vineyards. You can also enjoy a glass on the suntrap terrace at the *venue* which is often used for weddings. Elsewhere for some history, you can walk the 11th-century ramparts at the fortified village of *Burgemont*, which has a good selection of cafés and the sort of roads that make you wonder why anyone would want to own a car – so make sure you park up on the edge. The coast is under an hour's drive, making it easy to enjoy a day trip to *Fréjus*, *Cannes* or *Antibes*.

## SEILLANS AT A GLANCE

**Stay the night at...**  
*Hôtel des Deux Rocs* (double from €75, breakfast from €15, [hoteldeuxrocs.com](http://hoteldeuxrocs.com))  
This mansion, built in the 17th century by *Sir Scipion de la Pote d'Azun*, is now home to *Julie* and *Nicolas Malzac*, who serve in the restaurant most nights. Renowned for its cuisine, which includes French classics and imaginative dishes, the outdoor restaurant has a fountain used for drinking water and great views.

**Stop for lunch at...**  
*Chez Hugo* (menus from around €25, [chezhugo.fr](http://chezhugo.fr))  
Run by two brothers, *Stéphane* is the chatty frontman, while *Hugo* does the cooking. You'll probably meet him too once services

over as he pops out to check if you have enjoyed your meal. Originally a small operation, every time I return it seems the business has grown, with more staff and tables running along *Rue de l'Herode*.

**Stop for dinner at...**  
*La Gléire de Mon Père* (menus from €32, [la-gleire.com](http://la-gleire.com))  
It is testament to *Eric Brunet's* organisational skills that on a busy night where all tables are full, the restaurant runs like clockwork. His parents were bakers in the town for 30 years and helped him set-up the restaurant. An evening meal on the softly lit terrace, hearing the relaxing sound of the fountain, is a dreamy dining experience.



**WHAT TO SEE**

- *Marché Potier*  
This year, the popular *Marché Potier* celebrated its 25th anniversary, with over 30 designers showcasing their work. Signs going up all over the area in the weeks preceding the event, ensuring there is no doubt about where it will take place. The market offers the perfect opportunity to pick up a unique item to take home.
- *Musique Cardinale*

It is common to see groups of musicians in August as they visit for the annual *Musique Cardinale*. The festival is a two-week celebration of music featuring major choral and orchestral works. A lot of the music is centred around *Place de Thouron* but the festival also has events in nearby villages including *Fayence* and *Montauroux*.

**GETTING THERE**  
Several UK airports offer direct flights to the nearest airport of *Nice Côte d'Azur*. It takes about 25 minutes to drive to Seillans from *Three Direct Trains*, from *Paris Gare de Lyon* to *Les Arcs Draguignan*, the nearest train station, take about four and a half hours. Buses to Seillans from the northern ports will take almost 10 hours. TOURIST INFORMATION Office de Tourisme, *Place du Touron*, 83440 Seillans. Tel: 071 4 94 75 25 31, [paysdefayence.com](http://paysdefayence.com), [50 FRANCE MAGAZINE](mailto:Departement@fr (83)</a></p>
</div>
<div data-bbox=)



PROVENCE

# Nyckeln till Provence

**Provence** är lika med parfymerade dotter, förhöjda sydfrenska smaker och ett darrande magiskt solljus! Lavendel, örter och andra grödor både odlas och växer vilt utmed vandringslederna. De många småskaliga producenterna blir naturliga stopp genom matlandskapet och på kvällarna förädlas råvarorna på både bykrogar och Michelinrestauranger. Häng med på en lilaskimrande gourmetvandring för alla sinnen!

Text: Lotta Kusman  
Foto: Lotta Kusman och Ulfa Dahlqvist

PROVENCE

vieman på La Mue de Gailles och är kolossal. Den består av två delar från Camargue, de lokala värderna är stolta.

Välkomna till våra parfymerade, som innehåller halva den så lilla inre delen. Här nykter vi in i en värld av skildrad, vilken kan beröja den fruktiga ansvaret till färd. Personer tittar bakåt och andra ser på oss i en härlig öppenhet. För oss är det viktigt att vi ska kunna erbjuda er en värld av smaker – och vaka lika mycket som vi läser oss.

ATT ÖPPNA EN PROVENCE med en riktig provence: baka det som på kontoret. Allt är lika till nästa dags smaker, rosmarin, vi, och vandra glatt till en av de bästa smaker i provencens i regionen: Chateau Provence. Vi studerar smaker och drövar i alla vi för provencens den pråvade skaparen rosen, strum, blakt som "gru", som fransiskaner säger.

Den som vill prova mer rosen – det rosen är den största i Provence. Provencens läro- bogen sig till de lokala producenterna i regionen de la Camargue eller till någon av de andra. De rosenproducenterna i regionen. När man väljer den som passar bäst för sitt behov. Vi är alla som säger något om våra viner från ena sidan. Men här det är så fångarna de rosa vinerna alla bäst i det miska, rosen blakt.

En provencens rosen matar de okärliga kallstensbaser med sina enkla smaker, konstanter vi då vi en eftermiddag eller lördag på den lilla skaparen i ena av våra städer i Provence: Moustiers – eller en – bekräftas by till namn Moustiers Sainte Marie.

Häll till påse, säger nästan en rosenproducent i Provence på berget och vi under en det kanske inte är det bästa idag.

Har du? Jag följde en vinst som, moustiers? Roser kan inte vara en för tillit. Det är champagne på dagtid. Ni får vinsten skryta av ett smaker följande, tanna solen på se.

Vi öppnar oss som goda tjänster. Rognar de bästa, skrynkliga och väver från grannarna och säger av den rosen-matade utsläpparna. Och vi ska om att leva kan få vara lite rosen och lavendellera, de smaker under några dagar genomvandring i Provence. \*

17 Mars

18 Mars

Lilla Lourmarin är till regionen Provence. Alpes-Côte-d'Azur

Frankrike

Provence

5 lavendellila Provence-tips

Bästa ruttena

- De fem byarna Saillans, Eyguez, Lourmarin, Callian och Montauroux ligger som ett parband på norra kullen i närheten av Payens. Vandra, cykla eller åk till mellan byarna. Förtullas sedan via vandringsleder vid Berges du Vent med Valensoleplatån och Luberonet med några av de mest kända byarna och landskapen i Provence och Lourmarin. Om du vill räkna: avsluta i Arles med en tur ut i Camargue.

www.kalifornien.se  
www.lourmarin-alpes-cote-azur.com  
www.luberon.com  
www.arles-tourisme.com

Annexe 8 : Répartition des missions des agents de l'OTI

Prénom - NOM	Employeur au 31/12/16	Heures	Cadre d'emploi	Type de contrat	Missions
Anne-Laure HARDUIN	Bagnols en Foret	35	CC 3175	CDI privé	Chef de projet e-tourisme
Cécile NAVETTE	Bagnols en Foret	1,5	CC 3175	CDI privé	Entretien
Chantal CLAUD	Bagnols en Foret	24	CC 3175	CDD privé	Patrimoine
Laetitia ROLS	Callian	35	FP	MàDispo	Community manager / relation prestataires de loisirs
Edith BAUDET	Fayence	35	FP	MàDispo	Editions /visites /itinérance /relations prestataires artistes & artisans d'art
Carol TANZI	Fayence	35	FP	MàDispo	Boutiques / régisseur principal / relation prestataires produits terroir
Emmanuelle LANZONI	Mons	17,5	FP	Détachement	Documentaliste / visites et patrimoine
Sylvie MARTINI	Montauroux	35	FP	Détachement	Responsable accueil et qualité
Cathy GAMBLIN	Seillans	17,5	FP	MàDispo	Visites
Nathalie CHARPENET	Tourrettes	17,5	FP	Détachement	Référente Apidae
Audrey THUBERT	Tourrettes	35	FP	Détachement	Boutiques / relation prestataires produits terroir
Stéphanie LABORDE	Tanneron	28	FP	Détachement	Chargée de commercialisation / GRC / label accueil vélo / offre groupe
Cassandra OUAZZAR	CdeC	35	FP	Détachement	Responsable administrative / éditions / observatoire
Alba BELTRAMOLLI	-	35	CC3175	CDI Privé	Offre famille
Auréli VASSEUR	CdeC	35	CC 3175	CDD Public	Direction
Agnès GOEFFERT	Mons	17,5	CC 3175	CDD privé	Démission présentée - fin de contrat début mars 2019



## Annexe 9 : Formations 2018

Formations OTI 2018 /nombre d'heures par agent	ARRIAGA E.	BAUDET E.	CHARPENET N.	CLAUD C.	GAMBLIN C.	GOEPFERT A.	HARDOUIN AL	MARTINI S.	NAVETTE C.	OUAZZAR C.	LABORDES.	ROLS L.	THUBERT A.	TOULET C.	VASSEUR A.
Techniques de vente	14	14	14	14	14	14	17,5		17,5	17,5	14	17,5	17,5		21
Anglais en e-learning					35										
Club e-tourisme						7									
Manager Numérique de Destination						63									
Formation « Droit du travail et convention collective »							7								
Formation « Construire sa stratégie de développement»							14								7
Formation GRC										14					
Développer la collaboration avec les socios pro										7		7			
Formation « RGPD »										7					
Cursus Directeur Office de Tourisme															70
Wordpress - CMS - Administration du site web			7			7			7						7
ALOA - outil gestion de caisse et stock												7	7		
Atelier ECA les Millenials											4				
Eductour Estérel Côte d'Azur											3				
Eductour pêche	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5		3,5	3,5		3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5
Outils regiondo	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
Résumophone - outil de la Maison du Lac	3,5														
Plateforme Baladazur										3					
Clubs Apidae			21												
Voyage en Multimédia		14			7		21	14		7	7	14			21
AVIZI - outil de GRC								3		3					
Eductour barrage	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5		3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	
Eductour loisirs	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5		3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	
Eductour Mons et Terre Blanche	7	7	7	7	7	7	7	7		7	7	7	7	7	
Eductour Tanneron	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5		3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	
Eductour Pays de Fayence	7	7	7	7	7	7	7	7		7	7	7	7	7	
Formation Flipboard	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5		3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	
Formation interne Aloa	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5		3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	
Formation interne APIDAE	7	7	7	7	7	7	7	7		7	7	7	7	7	
Formation interne AVIZI		3,5	3,5	3,5	3,5		3,5	3,5		3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	
<b>Total</b>														<b>1252</b>	

**ATELIERS  
NUMÉRIQUES 2018**

**LES CLÉS  
DU  
DIGITAL**  
POUR & AVEC VOUS



*paysdefayence.com*  
Villages Numériques  
du Sud-Camou

**"ENSEMBLE, RÉSEAULEMENT  
DANS L'ÈRE NUMÉRIQUE"**



**DE LA THÉORIE MAIS  
SURTOUT DE LA PRATIQUE  
POUR VOUS AIDER**

## PROGRAMME ATELIERS NUMÉRIQUES 2018


1h30 de théorie  
1h30 de pratique

→ "Créer et gérer ma fiche Google my Business"

**Mardi 27 Mars à 14h30**  
**Mardi 3 Avril à 14h30**  
**Jeudi 11 Octobre à 9h**

Comment être visible et répertorié par les moteurs de recherche ?  
Pourquoi s'inscrire sur Google my Business ?

- Je crée ma fiche établissement sur Google My Business
- J'optimise ma fiche Google My Business



## PROGRAMME ATELIERS NUMÉRIQUES 2018

→ "Améliorer ma relation clients par l'email"

**Jeudi 27 Septembre à 14h30**

Le cycle d'achat du voyageur ?  
Comment la relation client peut servir votre chiffre d'affaires ?

- Je crée des modèles d'emails pour répondre à mes clients

→ "Surveiller et optimiser ma E-réputation"

**Jeudi 8 Novembre à 9h**

Connaissez-vous votre réputation sur Internet ? Qu'est-ce qu'un avis client ?  
Comment devenir acteur de votre E-réputation ?

- Je crée des alertes
- Je prends la main sur les sites d'avis

## CONDITIONS DE PARTICIPATION


→ **Ça coûte combien ?**  
\* 1 atelier : 15 €  
\* Pack 3 ateliers : 35 €

### AGENDA des ATELIERS

Google My Business **Mardi 27 Mars-14h30**  
Google My Business **Mardi 3 Avril-14h30**  
Relation Clients **Jeudi 27 Sept-14h30**  
Google My Business **Jeudi 11 Octobre-9h**  
E-Réputation **Jeudi 8 Novembre-9h**

→ **Où cela se passe-t-il ?**  
**A la Maison des Services Publics de Fayence (MSAP)**  
**(à côté du Salon des Antiquaires)**

Salle équipée de PC  
En petits **groupes de 6 personnes maximum**, nous seront à l'écoute de chacun



Annexe 11 : Espace scénographique de la Maison du Lac





# Pays de Fayence

var-matin  
Samedi 14 juillet 2018

7

TANNERON

## A la découverte du haut pays

La Maison du Lac a inauguré son « espace découverte » pour inviter à parcourir les neuf villages

La Maison du Lac de Saint-Casien et des neuf villages perchés du Pays de Fayence a inauguré ce jeudi soir son « espace découverte », qui vient compléter



**De jeunes visiteuses découvrent cet objet inconnu habilement réutilisé pour faire entendre des sons du canton.**

l'espace d'informations touristiques, la boutique du terroir et la vitrine du savoir-faire local. Avec pour ambition de donner envie aux baigneurs et aux visiteurs de s'aventurer au-delà du lac pour découvrir les richesses touristiques et patrimoniales de l'ensemble du haut pays.

### Que de richesses...

Cet espace mise sur l'authenticité du territoire et met en avant son identité provençale, ses espaces verts et sa faune aquatique. Un magnifique outil moderne et ludique composé d'une géologie autour de l'eau, d'un cabinet de curiosité, d'un aquarium sans eau (mais avec des hologrammes), de tablettes tactiles, d'écrans, d'une maquette topographique animée et de casques de réalité virtuelle pour découvrir une rivière de l'intérieur. Le président de la Communauté de communes, René Ugo, a procédé à l'inauguration en présence



René Ugo inaugure l'espace avec à sa droite Philippe Portal et Françoise Dumont.

(Photos L.R.)

des élus et de nombreux invités, en rappelant l'important travail mené par la commission tourisme autour de cette Maison du Lac, fruit d'un travail collectif des élus du canton, qui n'aurait pas abouti

sans les aides financières et le soutien de l'Etat et du Département. Lesquels étaient représentés par le sous-préfet de Draguignan, Philippe Portal, et la première vice-présidente du conseil départemental, Françoise Dumont.

C'est le scénographe Frédéric Frédout qui a terminé la présentation avant que ne soit solennellement coupé le ruban tricolore.

L. R.



# Les touristes sont choyés au lac de Saint-Cassien

**Tanneron** Ouverte le 5 août 2017, la Maison du Lac de Saint-Cassien ne cesse de se développer. Le 12 juillet dernier, un nouvel espace a été inauguré, alors que d'autres projets sont à venir

**C**inquante millions d'euros. C'est ce que rapporte chaque année l'économie touristique en pays de Fayence. Une somme considérable pour le territoire (la deuxième source de revenus), en partie générée par le lac de Saint-Cassien, et ses 500 000 visiteurs par an. Autant de personnes qu'il faut accueillir, informer, guider.

Et ça, les élus de communauté d'agglomération l'ont bien compris au moment de signer le contrat de ruralité du pays de Fayence, pour la période 2018-2020. Cette convention (financée en grande partie par l'État) a permis de réaliser la Maison du Lac, un lieu accessible sur la RD37.

## Profitable aux touristes et aux habitants

Inauguré le 5 août 2017, cet espace permet d'accueillir le public qui vient profiter du lac et de ses berges, de mettre en valeur le territoire à travers des produits du terroir ou des objets d'artisanat, mais aussi de leur donner envie de découvrir et visiter le reste du pays de Fayence et ses neuf villages perchés. Un lieu qui ne cesse d'évoluer puisqu'un nouvel espace de découverte du territoire a été ouvert le 12 juillet dernier, et que plusieurs projets sont prévus lors des prochains mois (lire ci-contre). « Nous sommes en concurrence avec d'autres territoires, donc il faut s'adapter et réaliser une offre



Depuis quelques jours, les visiteurs peuvent découvrir le nouvel espace de découverte du territoire, au sein de la Maison du Lac de Saint-Cassien.

(Photos Adeline Lebel)

à la hauteur de l'attente des touristes», explique René Ugo, président de la communauté de communes du pays de Fayence. Présents à ses côtés, hier, le sous-préfet du Var Philippe Portal et le député de la 8<sup>e</sup> circonscription, Fabien Matras, acquiescent d'une seule voix: « Nous mettons en œuvre une politique cohérente, il ne s'agit pas d'un saupoudrage ».

L'ex-maire de Flayosc enchaîne: « On préfère qu'il y ait des aides

importantes pour les élus qui ont de vrais projets. En parallèle du dispositif cœur de ville, cette convention montre que l'on ne met pas les cantons ruraux de côté. » Pour René Ugo, la Maison du Lac va ainsi permettre de conforter et renforcer l'image et la qualité d'accueil du lac de Saint-Cassien et du territoire, sans oublier les habitants. « Il s'agit d'un vrai partenariat avec l'État, car les propositions viennent de la ComCom. On a

voulu faire un pôle touristique, avec un lieu d'accueil élargi et plusieurs activités autour. »

En effet, il n'y a pas que les touristes qui bénéficient de ce nouvel équipement. La population du territoire, et notamment les scolaires, peut également en profiter à travers les écoles de voiles par exemple. Un dispositif qui semble, pour le moment, bénéfique au territoire.

T. D.

## Les projets

### ■ Bistrot de terroir

Le 1<sup>er</sup> avril 2019, en rez-de-jardin du bâtiment, un bistrot de terroir sera confié à un gestionnaire privé après appel à candidatures.

### ■ Espaces extérieurs

Il est ainsi prévu l'amélioration du parking, l'installation de jeux pour enfants, la sécurisation du cheminement piéton jusqu'à la plage, ainsi que l'aménagement d'un accès à la baignade pour les personnes à mobilité réduite dans le but d'obtenir le label « handiplage ».

## Les chiffres

□ 1 699 337,60 euros  
Le coût du bâtiment principal, dont 35% ont été financés par des subventions (État et Département). Pour le reste, 1 M€ ont été prêtés à taux zéro et 61 178,60€ concernent un autofinancement (à 3,6%).

□ 575 000 euros  
Le coût des aménagements extérieurs, financé à 45% par l'État et la Région.



Devant la Maison du Lac (en haut), le sous-préfet Philippe Portal, le député Fabien Matras, le président de la ComCom René Ugo, et les maires de Tanneron et Callian, Robert Traubaud et François Cavallier.



## Contrat de ruralité : quésaco ?

Dans la continuité du projet « Action cœur de ville » dont bénéficie par exemple la ville de Draguignan, l'État s'engage à travers « le contrat de ruralité » pour répondre à une forte demande du monde rural.

Le contrat de ruralité coordonne les moyens financiers et prévoit l'ensemble des actions et des projets à conduire en matière d'accessibilité aux services et aux soins, de développement de l'attractivité, de redynamisation des bourgs-centres, de mobilité, de transition écologique ou, encore, de cohésion sociale. Les contrats de ruralités sont conclus entre l'État (représenté par le préfet de département) et les présidents de pôle d'équilibre territorial et rural (PETR) ou d'établissement public de coopération communale. Ainsi, le contrat de ruralité du pays de Fayence est un document cadre portant sur la période 2018-2020. Il engage l'État à participer au financement d'une vingtaine d'actions visant au développement du pays de Fayence. Parmi la vingtaine de projets prévus, figurent notamment l'aménagement de la base touristique et de loisirs de la Maison du lac (Tanneron), mais aussi la réhabilitation de la Maison du pays de Fayence (Fayence), ou encore la création d'une maison médicale (Bagnols).



Plusieurs activités sont possibles au lac de Saint-Cassien, dont une école de voile. Un poste de secours est situé non loin.

Annexe 11ter : Statistiques de fréquentation 2018 de la Maison du Lac

	Nombre de personnes	Horaires	Jours d'ouverture
Janvier			
Février	500	10h-17h	mar au dim
Mars	650	10h-17h	mar au dim
Avril	1550	10h-18h	mar au dim
Mai	2100	10h-18h	lun au dim
Juin	1800	10h-18h30	lun au dim
Juillet	4100	10h-18h30	lun au dim
Août	5600	10h-18h30	lun au dim
Septembre	2600	10h-18h30	lun au dim
Octobre	1100	10h-18h	lun au dim
Novembre	600	10h-17h	mar au dim
Décembre	300	10h-17h	mar au dim
Total année	20900		



# Rendez-vous 'Eau'tour du Lac

Mai Juin 2018

## Fête de la Nature

**26 et 27 mai**

**Samedi 26 mai - de 09h à 17h**

Barrage EDF du  
Lac de Saint-Cassien

Visite du barrage sur inscription :  
[www.fetedelanature.com](http://www.fetedelanature.com)

**Samedi 26 mai - de 09h à 17h**

Route de Fondurane - Montauroux

Découverte de la pêche à la  
truite pour les enfants de 6 à  
12 ans. Prêt de matériel par  
l'APPMA "La Fario"

**Dimanche 27 mai - 10h00**

Estérêts du Lac -  
piste de la Fustièrè

Balade découverte « Fustièrè  
et Forêt domaniale de Saint-  
Cassien ». Inscription  
obligatoire auprès du CEN  
PACA : 04.42.20.03.83

## Fête du Vélo

**Mercredi 30 mai**

10h00 - 17h00

Maison du Lac

10h00 - 17h00 : Stand de  
loueurs de vélos et de  
matériels. Démonstrations  
des prestataires de loisirs.  
Possibilité de location et  
vente de matériel

11h00 - 12h00 : Intervention  
de M. Machabert sur  
l'itinéraire Eurovélo 8 -  
la Méditerranée à vélo

## Rendez-vous aux jardins

**Du 1er au 3 juin**

**Vendredi 1er juin - 17h30**

Maison du Lac

Balade nature  
commentée avec un  
guide naturaliste.  
Apéritif offert à la fin de  
la balade

Inscription obligatoire  
auprès de la Maison du  
Lac : 07.86.11.69.83

**Du 2 au 3 juin**

Maison du Lac

Expo-jeu "Secrets de  
plantes". Découverte de la  
nature par l'alliance de  
l'expression artistique et  
l'éducation à  
l'environnement.  
Cette exposition permet de  
jouer et de s'enrichir d'une  
façon ludique en associant  
le plaisir visuel donné par  
l'image.



# Annexe 13 : Tableau de bord de l'outil de GRC AVIZI

The screenshot displays the AVIZI 3.11.3 interface. At the top, there are navigation tabs for 'Objet de la demande', 'Contact' (selected), 'Qualif+', and 'Panier'. The left sidebar contains icons for Dashboard, Demande, Gestion des Demandes, Statistiques, Contacts, and Admin. The main content area is divided into two columns:

- Left Column (Profile and Contact Info):**
  - PROFIL:** Includes tabs for 'Privé', 'Organisation', and 'Pro'. Below are icons for 'Individuel', 'Couple', 'Famille', and 'Tribu'.
  - PAYS D'ORIGINE:** A grid of country flags including France, Allemagne, Belgique, Royaume-Uni, Pays-Bas, Suisse, Russie, Italie, Espagne, Canada, and États-Unis, with a 'Sélection' option.
  - MODE DE CONTACT:** Icons for Direct, Mail, Courrier, Tél., Réseaux, Web, and Salon.
  - MODE DE RÉPONSE:** Similar icons for response methods.
  - MODÈLE DE RÉPONSE:** Dropdown menus for 'Réponse par Mail Standard FR' and 'Réponse courrier Standard FR', with a checkbox for 'Envoyer une confirmation par mail'.
  - NOTE À DESTINATION DU CONTACT:** A rich text editor with bold, italic, underline, and other formatting options.
  - TRANCHE D'ÂGE:** A dropdown menu with the text 'Veuillez choisir une ou plusieurs modalités'.
  - CENTRES D'INTÉRÊTS:** A dropdown menu with the text 'Veuillez choisir une ou plusieurs modalités'.
  - VISITES GUIDÉES:** A dropdown menu with the text 'Veuillez choisir une modalité'.
- Right Column (Personal and Address Info):**
  - IDENTITÉ:** Fields for 'Civilité', 'Nom', and 'Prénom'.
  - ADRESSE:** Fields for 'Saisissez une adresse...', 'Adresse', 'Code postal', and 'Ville', plus a 'Pays' dropdown.
  - PREFERENCES:** Fields for 'Numero de mobile', 'OPT-IN', 'Mail', and 'OPT-IN', plus a 'Liste de diffusion E-Mailing' field.
  - DATES DE PRÉSENCE SUR LE TERRITOIRE:** Fields for 'Présent sur le territoire du' and 'Présent sur le territoire jusqu'au'.
  - INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES:** A 'Catégorie Socio-Professionnelle' dropdown.
  - MAISON DU LAC:** A dropdown menu with the text 'Veuillez choisir une ou plusieurs modalités'.
  - COMMENT NOUS AVEZ VOUS CONNUS?:** A dropdown menu with the text 'Veuillez choisir une ou plusieurs modalités'.
  - GUIDES DES PROMENADES EN PAYS DE FAYENCE:** A dropdown menu with the text 'Veuillez choisir une ou plusieurs modalités'.

At the bottom, there are summary sections for 'Objet de la demande' (Documentations aviz: 0, Fiches SIT: 0, PDF: 0) and 'Thème de la demande' (Aucuns thématique). A 'Contact' summary shows 'Identité: ✓', 'Adresse: ✓', and 'Préférences: [icon]'. A large red 'ENREGISTRER' button is located at the bottom right. The system tray at the very bottom shows the date and time: 17:16 24/04/2019.



### Compte rendu d'opération

#### Accueil hors les murs du 22 juillet au 12 août 2018

Organisateur de l'accueil: OTI

Lieu: Domaine de Fayence à Fayence

Date	18h-19h	19h-20h	Nombre de personnes
15-juil	ANNULE coupe du Monde		
22-juil	20	30	50
29-juil	15	15	30
05 aout	45	55	100
12 aout	33	1	34
<b>Total</b>			<b>214</b>

Stand : Gratuité  
 Taille du stand : 4 m2  
 Matériels : 2 tables hautes fournies par l'hébergeur  
 Matériels déco : pas de déco  
 Documentation : GH, GR, Guide sortir, flyer Maison du lac 5% , Lac de st-cassien en FR  
 marque-page, guide la pêche, escapade+ prestataires loisirs

Prochaines opérations :  
 à prévoir: le comptoir parapluie, le flag Pays de Fayence et une carte du Territoire



Domaine de Fayence



Acquisition de matériel d'accueil mobile

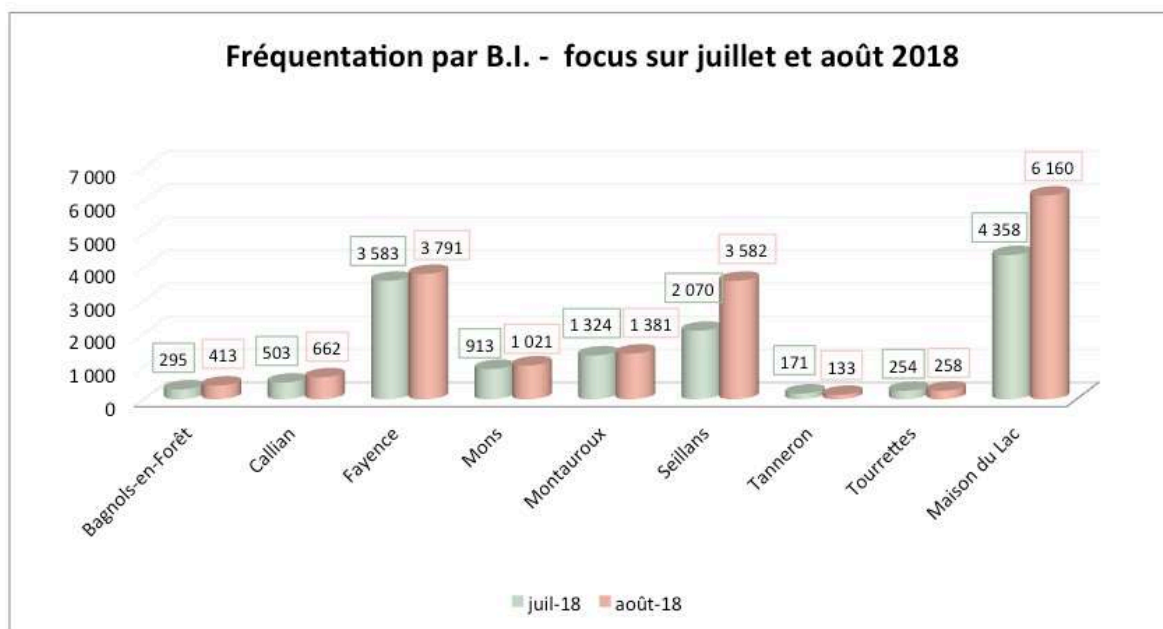
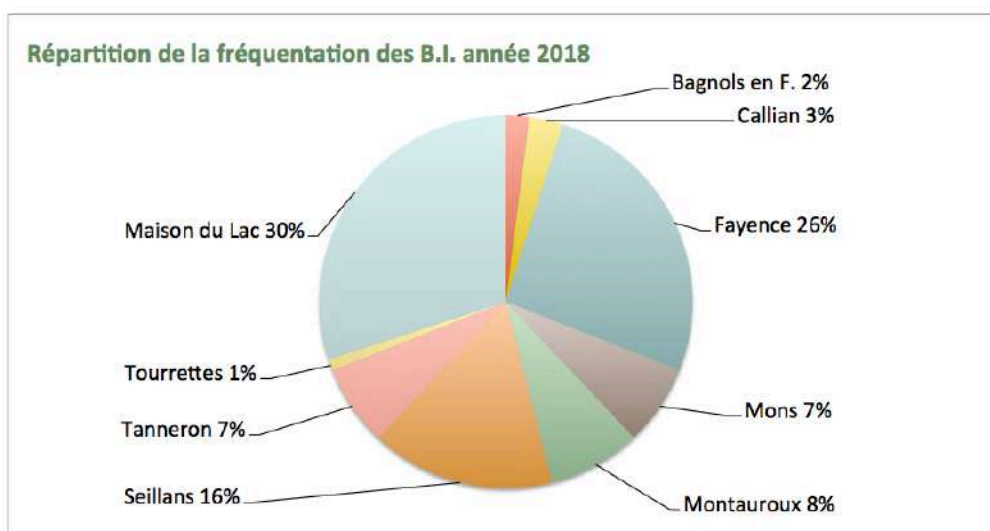
Site de Saint-Cassien-des-Bois



## Annexe 14bis : Statistiques 2018 de fréquentation des bureaux d'informations (B.I.)

### Statistiques mensuelles par B.I.

	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Totaux annuels	Part en %
<b>Bagnols-en-Forêt</b>	44	19	35	72	171	150	295	413	127	48	13	18	1 405	2%
<b>Callian</b>	55	32	37	73	153	149	503	662	286	77	50	4	2 081	3%
<b>Fayence</b>	300	553	841	1 297	1 600	1 697	3 583	3 791	2 151	1 132	452	327	17 724	26%
<b>Mons</b>	126	145	183	315	372	592	913	1 021	624	314	214	38	4 857	7%
<b>Montauroux</b>	271	200	165	405	339	371	1 324	1 381	235	452	114	126	5 383	8%
<b>Seillans</b>	188	51	112	303	1 715	991	2 070	3 582	1 049	721	49	31	10 862	16%
<b>Tanneron</b>	476	3 012	421	223	90	132	171	133	151	94	40	17	4 960	7%
<b>Tourrettes</b>	32	7	25	105	64	132	254	258	79	33	6	1	996	1%
<b>Maison du Lac</b>	0	425	522	1 411	1 981	1 761	4 358	6 160	2 580	988	482	276	20 944	30%
<b>Totaux mensuels</b>	<b>1 492</b>	<b>4 444</b>	<b>2 341</b>	<b>4 204</b>	<b>6 485</b>	<b>5 975</b>	<b>13 471</b>	<b>17 401</b>	<b>7 282</b>	<b>3 859</b>	<b>1 420</b>	<b>838</b>	<b>69 212</b>	<b>100</b>
<b>Part en %</b>	2%	6%	3%	6%	9%	9%	19%	25%	11%	6%	2%	1%	100	



FAYENCE

# Secrets d'histoire à la ronde

Reconstitution en costumes pour les visiteurs du village d'un soir, ravis de cette aubaine estivale



Les villageois ont reçu les visiteurs à la provençale devant l'office de tourisme.



Accueil toujours convivial des Amis du Four du Mitau.

(Photos C. G.)

**L**a seconde soirée des rondes secrètes, pour visiter le village de Fayence, organisée par l'Office de tourisme intercommunal (OTI) et plus particulièrement par sa charmante présidente Edith, a remporté un tel succès jeudi soir. En effet, une centaine de personnes réparties

en groupes de 25, ont été accueillies chaleureusement devant les bureaux de l'OTI par les villageois costumés, avant de partir à l'aventure car de belles surprises les attendaient.

**Retour dans le temps**

Accompagné du crieur de rue Noël, les participants ont appro-

ché les sayettes de courtoisie de la Confrérie de la chandelle, l'Histoire des rimes de son château accueillie par le seigneur évêque de Fréjus, alias Marie, la rencontre avec Paulette la repasseuse, Julia l'habilleuse, les deux lavandières et Joseph Sagard, adjoint à la culture, intéressés par leur village, les autres assoc-

és de la brigade du Pays de Fayence et en remontant la rue droite, le docteur Six (Nathalie), les prestres (Jonathan et Romaric) et l'Inquisiteur (Dagblanc) ont chaleureusement reçu les visiteurs d'un soir. Pendant ce temps au Quartier de Fayz et son tour du Mitau, Daisy et les comédiens recevaient, enseignant

et offrant un petit verre à qui le voulait bien et ils étaient nombreux. Les Amis du Four du Mitau, les lavandières, la Confrérie de la chandelle, Noël du Crieur de bal auvergnat, l'Économiste et le sieur Edith de l'OTI ont tous à féliciter pour la réussite de cette belle et instructive idée.

C. G.



Paulette la repasseuse, Julia la costumière, le Dr Six qui soigne les prestres (mais l'Inquisiteur n'est pas latin), et les lavandières avec Joseph Sagard.



## Annexe 16 : Agenda de l'OTI – page 1/5

Date	Objet	Type	Organisateur	Lieu	Heures	Nombre d'agents	Heures X nbre agents
4-janv.	Avizi	FI	OTI	Montauroux	3	2	6
9-janv.	Réunion plannings et RH	R	OTI	Tassy	3,5	2	7
11-janv.	Eductour Tanneron	FI	OTI	Tanneron	3,5	Tous	45,5
11-janv.	Réunion équipe	R	OTI	Fayence	3,5	Tous	45,5
17-janv.	Réunion jeux touristiques	R	OTI	Callian	2	2	4
17-janv.	Visites de village	V	OTI	Pays de Fayence	3	1	3
18-janv.	Jeux trésors en Pays de Fay.	Pro	OTI	Imprimeur	1,5	Laetitia	1,5
18-janv.	Préparation salon tourissima	R	Var tourisme	Tassy	3,5	2	7
19-janv.	Formation « Flipboard »	FI	OTI	MSAP	3,5	Tous	45,5
23-janv.	Réunion guide restaurant 2018	R	OTI	Tassy	1	2	2
23-janv.	Réunion Guide Amusez-vous	R	ECA	St Raphaël	4	Laeti	52
25-janv.	Label Accueil Vélo	R	France vélo Tour.	Aix en Provence	3,5	2	7
30-janv.	Formation AVIZI	FI	OTI	Fayence	3,5	6	21
30-janv.	Réunion club Aipdae	R	Var Tourisme	Fayence	7	Nathalie	7
31-janv.	Formation AVIZI	FI	OTI	Fayence	3,5	5	17,5
1-févr.	Formation Régiondo	F	ECA	Fayence	3	Tous	39
3-févr.	Accueil presse Rando balade	Pres	COS	Tanneron	7	Cassandra	7
7-févr.	Réunion aloa	R	Aloa	Tassy	3,5	3	10,5
8-févr.	Réunion accueil influenceurs	R	OTI	Tassy	3	3	9
8-févr.	Réunion éditions	R	OTI	Seillans	3	4	12
8-févr.	Visite BIT, dossier classement	R	OTI	Pays de Fayence	7	Sylvie	7
11-févr.	Réunion plannings et RH	R	OTI	Tassy	3,5	2	7
13-févr.	Guide restaurant 2018	Pro	OTI	Imprimeur	3	Cassandra	3
13-févr.	Réunion classement OTI	R	OTI	Montauroux	3,5	Sylvie	3,5
14-févr.	Salon Voyage en Multimédia	F	ECA	St-Raphaël	7	3	21
14-févr.	Réunion contrat ambassadeur	R	OTI	Callian	1,5	2	3
15-févr.	Eurovélo 8	R	France vélo Tour.	Nimes	7,5	2	15
15-févr.	VEM	F	ECA	St Raphael	7	6	42
16-févr.	Salon VEM	F	ECA	St Raphael	7	6	42
20-févr.	Guide restaurants 2018	Pro	OTI	Imprimeur	3	Cassandra	3
20-févr.	Offre famille	R	OTI	Seillans	3,5	2	7
21-févr.	Amicale Europe	R	OTI	Montauroux	1,5	Cassandra	1,5
22-févr.	Guide restaurant 2018	Pro	OTI	Imprimeur	1,5	Cassandra	1,5
22-févr.	RDV stagiaire	R	OTI	Tassy	2	2	4
22-févr.	éditions	R	OTI	Fayence	3	3	9
22-févr.	Réunion stratégie Réseaux soc.	R	OTI	Bagnols-en-F.	7	3	21
22-févr.	RDV classement meublé	R	OTI	Tassy	3,5	Sylvie	3,5
23-févr.	Visites de village	V	OTI	Pays de Fayence	3	1	3
1-mars	Réunion accueil Influenceurs	R	OTI	Tassy	3	3	9
5-mars	Amicale Europe traduction	R	OTI	Tassy	1	Cassandra	1
7-mars	Institut Riviera Gast.	R	OTI	Institut riviera	2	2	4
9-mars	Visite Prestataires de Loisirs	V	OTI	Mtx/Callian	3	Laetitia	3
15-mars	Réunion d'équipe	R	OTI	Seillans	3,5	Tous	45,5

Date	Objet	Type	Organisateur	Lieu	Heures	Nombre d'agents	Heures X nombre agents
16-mars	Eductour ECA	F	ECA	Puget s/Argens	3	1	3
16-mars	Préparation Instameet	R	OTI	Tourrettes	3	2	6
16-mars	Rdv éditions	R	OTI	Seillans	1,5	3	19,5
17-mars	Réunion web	R	OTI	MSAP	3	4	12
18-mars	Réunion web	R	OTI	MSAP	3	4	12
20-mars	Visite village Callian	V	OTI	CALLIAN	2	3	6
22-mars	Eductour Barrage	FI	OTI/EDF	Barrage	3,5	Tous	45,5
23-mars	Visites de village	V	OTI	Pays de Fayence	3	1	3
24-mars	Réunion web	R	OTI	MSAP	7	4	28
27-mars	Atelier Numérique	FI	OTIPF	MSAP	3,5	Anne-Laure	3,5
29-mars	GR de pays	R	CdeC	Tassy	2	Edith	2
30-mars	Préparation Instameet	R	OTI	Tourrettes	3	2	6
30-mars	Visites de village	V	OTI	Pays de Fayence	3	1	3
3-avr.	Réunion club Aipdae	F	Var Tourisme	Saint-Cyr/Mer	7	Nathalie	7
4-avr.	Formation Wordpress	F	Iris Interactive	MSAP	7	4	28
5-avr.	Bourses d'échanges 83	R	Var tourisme	Brignoles	7	2	14
5-avr.	Insertions publicitaires	R	Var Matin	Tassy	1,5	Cassandra	1,5
10-avr.	Réunion EV8	R	France Vélo tour.	Avignon	7	2	14
10-avr.	Visites de village	V	OTI	Pays de Fayence	3	1	3
12-avr.	Eductour Mons- Terre Blanche	FI	OTI	Pays de Fayence	7	Tous	91
14-avr.	Instameet accueil blogueurs	FI	OTI	Pays de Fayence	7	2	14
17-avr.	Réunion web	R	OTI	MSAP	7	4	28
17-avr.	Rdv éditions	R	OTI	Imprimeur	1	Cassandra	1
18-avr.	Eductour Pays de Fayence	FI	OTI	PdF	7	Tous	91
18-avr.	Réunion d'équipe	R	OTI	MSAP	3,5	Tous	45,5
19-avr.	Formation Apidae	FI	OTI	MSAP	7	Tous	91
19-avr.	Réunion plannings et RH	R	OTI	Tassy	3,5	2	7
20-avr.	Visites de village	V	OTI	Pays de Fayence	3	1	3
24-avr.	Réunion web	R	OTI	MSAP	7	4	28
25-avr.	Réunion web	R	OTI	MSAP	3,5	4	14
26-avr.	Reportage balade ONF à MDL	Pro	OTI	MdL	1,5	Laetitia	1,5
26-avr.	Réunion patrimoine	R	OTI	CdeC	2	3	6
26-avr.	Réunion web	R	OTI	MSAP	7	4	28
26-avr.	Vérification énigmes jeux	R	OTI	Tourrettes	1,5	Laetitia	1,5
26-avr.	Visite de village	V	OTI	Pays de Fayence	3	1	3
27-avr.	Réunion Foire Agricole	R	Foire Agricole	Vol à voile	1	Cassandra	1
27-avr.	RDV clé vacances	R	OTI	Tanneron	2	Stéphanie	2
4-mai	Accueil presse Frankrijk	Pres	ADT / OTI	Seillans	3	Cassandra	3
9-mai	Topo guide lecture	R	OTI	Fayence	2	Edith	2
9-mai	Acc hors les murs	R	OTI	Pays de Fayence	3	Stéphanie	3
11-mai	Présentation de Baladazur	F	ECA	St Raphaël	3	Laetitia	3
14-mai	Formation Manager Numériq	F	FROTSI	AIX	7	Anne-Laure	7
15-mai	Formation Manager Numériq	F	FROTSI	AIX	7	Anne-Laure	7
16-mai	Formation Manager Numériq	F	FROTSI	AIX	7	Anne-Laure	7
17-mai	Workshop	Pro	ECA	MDL	4	4	16



## Annexe 16 : Agenda de l'OTI – page 3/5

Date	Objet	Type	Organisateur	Lieu	Heures	Nombre d'agents	Heures X nombre agents
18-mai	Distribution Pros	Pro	OTI	Pays de Fayence	3,5	2	7
18-mai	Réunion web	R	OTI	Tassy	3,5	4	14
18-mai	Prépa foire agricole	R	OTI	Fayence	3,5	Stéphanie	3,5
19-mai	Foire Agricole	Pro	OTI	Fayence	7	2	14
22-mai	Réunion web	R	OTI	Tassy	7	4	28
24-mai	Eductour loisirs	FI	OTI	Pays de Fayence	3,5	Tous	45,5
25-mai	Visites de village	V	OTI	Pays de Fayence	3	1	3
26-mai	Fête de la Nature	Pro	OTI	Tanneron	7	2	14
26-mai	Reportage photo prest. Loisirs	Pro	OTI	PdF	7	Laetitia	7
27-mai	Visite Clos Callian / R. sociaux	Pro	OTI	Callian	1,5	Laetitia	1,5
30-mai	Fête du Vélo	Pro	OTI	MDL	7	4	28
30-mai	Réunion édition	R	OTI	Seillans	2	2	4
31-mai	Distribution de brochures	Pro	OTI	Pays de Fayence	6	2	12
4-juin	Formation GRC	F	Frotsi	Aix en Provence	7	Stéphanie	7
5-juin	Formation résumophone MDL	F	Maison Rég eau	MDL	3,5	Emmanuelle	3,5
5-juin	Formation GRC	F	Frotsi	Aix en Provence	7	Stéphanie	7
6-juin	Formation droit du travail	F	FROTSI	AIX en Provence	7	Sylvie	7
6-juin	Réunion édition	R	OTI	Seillans	1,5	2	3
7-juin	Bourses d'échanges 06	R	CRT Riviera	Cagnes sur Mer	7	2	14
12-juin	Réunion édition	R	OTI	Seillans	2	2	4
14-juin	Formation Manager Numériq	F	FROTSI	AIX	7	Anne-Laure	7
14-juin	Au fil des ruelles	Pro	OTI	Imprimeur	2	Cassandra	2
15-juin	Formation Manager Numériq	F	FROTSI	AIX	7	Anne-Laure	7
16-juin	Visite de village	V	OTI	Pays de Fayence	3	1	3
18-juin	Réunion plannings et RH	R	OTI	Tassy	3,5	2	7
19-juin	Réunion club Aipdae	F	Var Tourisme	Ramatuelle	7	Nathalie	7
19-juin	Au fil des ruelles	Pro	OTI	Imprimeur	2	Cassandra	2
20-juin	Programmation Rés. sociaux	R	OTI	Bagnols	3	2	6
20-juin	Accueil vélo	R	Région	AVIGNON	7	2	14
21-juin	Au fil des ruelles	Pro	OTI	Imprimeur	2	Cassandra	2
21-juin	RDV accueil hors les murs	R	OTI	Fayence/ Callian	3,5	Stéphanie	3,5
23-juin	Rdv prestataires loisirs vélo	Pro	OTI	Les Adrets	3,5	Laetitia	3,5
26-juin	Au fil des ruelles	Pro	OTI	Imprimeur	2,5	Cassandra	2,5
26-juin	Réunion d'équipe	R	OTI	MDL	3,5	Tous	45,5
29-juin	Réunion plannings et RH	R	OTI	Tassy	3,5	2	7
2-juil.	Interview téléphonique	Pres	France Bleu	Tassy	5	Cassandra	5
9-juil.	Repérage décor	Pres	F. Jouannet	Pays de Fayence	9	Cassandra	9
10-juil.	Distribution doc en Pdf	Pro	OTI	Campings	6,5	2	13
10-juil.	Livraison campingS St Raphael	Pro	OTI	Saint Raphael	5	Stéphanie	5
11-juil.	Livraison acc hors les murs	Pro	OTI	Pays de Fayence	3,5	Stéphanie	3,5
12-juil.	Inauguration Espace Déc. MdL	Pro	OTI / CdeC	MdL	3	6	18
13-juil.	Rdv édition flyer lac	Pro	OTI	Imprimeur	1,5	Cassandra	1,5
14-juil.	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Ch. Camiole	3	1	3
19-juil.	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Saint-C. des Bois	3	1	3
20-juil.	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Saint-C. des Bois	3	1	3

## Annexe 16 : Agenda de l'OTI – page 4/5

Date	Objet	Type	Organisateur	Lieu	Heures	Nombre d'agents	Heures X nombre agents
21-juil.	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Ch. Camiole	3	1	3
22-juil.	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Dom. de Fay.	3	1	3
22-juil.	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Camping le Parc	3	1	3
24-juil.	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Saint-Raphaël	4	1	4
24-juil.	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Saint-C. des Bois	3	1	3
26-juil.	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Saint-C. des Bois	3	1	3
26-juil.	Visites nocturnes	V	OTI	Pays de Fayence	5	2	10
27-juil.	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Saint-C. des Bois	3	1	3
28-juil.	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Ch. Camiole	3	1	3
29-juil.	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Dom. de Fay.	3	1	3
29-juil.	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Camping le Parc	3	1	3
1-août	Rdv édition flyer lac	Pro	OTI	Imprimeur	1,5	Cassandra	1,5
2-août	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Saint-C. des Bois	3	1	3
3-août	Visite de village	V	OTI	Pays de Fayence	3	1	3
3-août	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Saint-C. des Bois	3	1	3
4-août	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Ch. Camiole	3	1	3
5-août	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Dom. de Fay.	3	1	3
5-août	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Camping le Parc	3	1	3
7-août	Interview radio bleu	Pres	OTI	Montauroux	3,5	sylvie	3,5
7-août	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Saint-Raphaël	4	1	4
10-août	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Saint-C. des Bois	3	1	3
11-août	Réunion club Aipdae	F	Var Tourisme	Ramatuelle	7	Nathalie	7
11-août	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Ch. Camiole	3	1	3
12-août	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Dom. de Fay.	3	1	3
12-août	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Camping le Parc	3	1	3
16-août	Réunion plannings et RH	R	OTI	Tassy	3,5	2	7
22-août	Accueil presse Plein air	Pres	ECA/OTI	Pays de Fayence	6,5	Cassandra	6,5
23-août	Accueil hors les murs	Pro	OTI	Saint-C. des Bois	3	1	3
23-août	Visites nocturnes	V	V	Pays de Fayence	5	2	10
25-août	Réunion web	R	OTI	MSAP	7	4	28
26-août	Réunion web	R	OTI	MSAP	7	4	28
29-août	Réunion plannings et RH	R	OTI	Tassy	3,5	2	7
29-août	Réunion « Edition »	R	OTI	Seillans	3,5	3	10,5
4-sept.	Visite chapelle serie TV	V	OTI	Montauroux	2	Sylvie	2
7-sept.	Rdv carte loisirs	Pro	OTI	Imprimeur	2	Cassandra	2
7-sept.	Réunion plannings et RH	R	OTI	Tassy	3,5	2	7
7-sept.	Visite de village	V	OTI	Pays de Fayence	3	1	3
13-sept.	Rdv GH / GR 2019	R	OTI	BIT Tanneron	1,5	2	3
21-sept.	Reportage photo vendanges	Pro	OTI	Seillans	3	Laetitia	3
25-sept.	Réunion web	R	OTI	Tassy	3	4	12
25-sept.	bilan hors les murs prest.	R	OTI	Callian/ St Paul	5	Stéphanie	5
26-sept.	Réunion équipe	R	OTI	MDL	3	Tous	39
27-sept.	Atelier Numérique	Pro	OTI	MSAP	3,5	Anne-Laure	3,5
27-sept.	RDV Hébergeur	Pro	OTI	Tanneron	1,5	Stéphanie	1,5
28-sept.	RDV hébergeurs	Pro	OTI	Fayence	2,5	Stéphanie	2,5

## Annexe 16 : Agenda de l'OTI – page 5/5

Date	Objet	Type	Organisateur	Lieu	Heures	Nombre d'agents	Heures X nombre agents
5-oct.	Foire Agricole	R	CdeC/OTI	Tassy	1	Cassandra	1
11-oct.	Atelier les Millenials	F	CRT	Fréjus	4	Laetitia	4
12-oct.	Atelier Numérique	Pro	OTI	MSAP	3,5	Anne-Laure	3,5
17-oct.	Eductour Pêche	F	Fédération pêche	Lac St Cassien	3,5	Tous	45,5
17-oct.	Réunion d'équipe	R	OTI	MDL	3,5	Tous	45,5
22-oct.	Réunion plannings et RH	R	OTI	Tassy	3,5	2	7
24-oct.	Guide promenade	R	OTI	CdeC	3,5	3	10,5
24-oct.	Réunion web	R	OTI	Tassy	3,5	4	14
25-oct.	Euro vélo 8	R	ADT	Toulon	3,5	2	7
25-oct.	Réunion Saison Mimosa	R	Tanneron	Tanneron	2	Stéphanie	2
26-oct.	Réédition fil	Pro	OTI	Imprimeur	2,5	Cassandra	2,5
31-oct.	Réunion édition	R	OTI	Fayence	2,5	3	7,5
31-oct.	Foire Agricole	R	OTI et CdeC	Tassy	1	Cassandra	1
2-nov.	Visite de village	V	OTI	Pays de Fayence	3	1	3
6-nov.	Réédition fil des ruelles	Pro	OTI	Imprimeur	2,5	Cassandra	2,5
7-nov.	Réunion d'équipe	R	OTI	MSAP	3	Tous	39
8-nov.	Atelier Numérique	Pro	OTI	MSAP	3,5	Anne-Laure	3,5
9-nov.	Réédition fil des ruelles	Pro	OTI	Imprimeur	2,5	Cassandra	2,5
12-nov.	Stratégie touristique	F	FROTSI	AIX en Provence	7	Sylvie	7
12-nov.	Rdv RegionDo	R	ECA	St Raphaël	4	Laetitia	4
13-nov.	Formation Manager Numériq	F	FROTSI	AIX	7	Anne-Laure	7
13-nov.	Formation Stratégie touristique	F	FROTSI	AIX en Provence	14	2	14
14-nov.	Formation Manager Numériq	F	FROTSI	AIX	7	Anne-Laure	7
14-nov.	Formation Aloa	Fi	OTI	MSAP Fayence	3,5	Tous	45,5
14-nov.	Topoguide	R	OTI	Tassy	3	2	6
15-nov.	Réédition fil des ruelles	Pro	OTI	Imprimeur	1,5	Cassandra	1,5
15-nov.	Contrôle balisage rando	R	OTI	Gorges Blavet	3,5	2	7
19-nov.	Formation Socio pros	F	Frotsi	Aix en Provence	7	2	14
20-nov.	Promenade repérage	R	OTI	Rouvière	2,5	2	5
21-nov.	Guides Promenades	R	OTI	Tassy	2,5	2	5
28-nov.	Reportage photo récolte olives	Pro	OTI	Fayence	2	Laetitia	2
4-déc.	Formation tech. de ventes	F	Frotsi	Fayence	7	Tous	91
5-déc.	Formation tech. de ventes	F	Frotsi	Fayence	7	Tous	91
6-déc.	Formation tech. de ventes	F	Frotsi	Fayence	7	6	42
13-déc.	Réunion Web	R	ECA	ECA	3,5	4	14
13-déc.	Réunion d'équipe	R	OTI	MDL	3,5	Tous	45,5
17-déc.	Formation Manager Numériq	F	FROTSI	AIX	7	Anne-Laure	7
18-déc.	Formation Manager Numériq	F	FROTSI	AIX	7	Anne-Laure	7

Total heures\* 2729

Dont

F = formations	689,5 h
Fi = formations internes à l'OTI	562,5 h
Pres = accueils presse	34 h
Pro = RDV /opération avec les profession	269 h
R = réunions	1107 h
V = visites	67 h

\* Le total de 2729 h comprend 2 formations non intégrées dans l'agenda 2018 parce qu'étalées sur l'année (l'une de 70h et l'une de 35 h).



Annexe 17 : Résultat de l'exercice 2018 – page 1/3  
Compte administratif - vue d'ensemble

**Office de Tourisme Intercommunal du Pays de Fayence - 83 - Office de Tourisme Intercommunal du F CA 2018**

<b>II - PRESENTATION GENERALE DU COMPTE ADMINISTRATIF</b>	<b>II</b>
<b>VUE D'ENSEMBLE</b>	<b>A1</b>

**EXECUTION DU BUDGET**

		DEPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXECUTION (1)
<b>REALISATIONS DE L'EXERCICE (mandats et titres)</b>	<b>Section d'exploitation</b>	A 729 496,48	G 773 712,94	G-A 44 216,46
	<b>Section d'investissement (y compris les comptes 1064 et 1068)</b>	B 20 530,89	H 33 878,66	H-B 13 347,77

<b>REPORTS DE L'EXERCICE 2017</b>	<b>Report en section d'exploitation (002)</b>	C (si déficit) 23 931,66	I (si excédent) 27 426,93	
	<b>Report en section d'investissement (001)</b>	D (si déficit)	J (si excédent)	

		DEPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXECUTION (1)
<b>TOTAL (réalisations + reports)</b>		P= A+B+C+D 773 959,03	Q= G+H+I+J 835 018,53	=Q-P 61 059,50

<b>RESTES A REALISER A REPORTER EN 2019 (2)</b>	<b>Section d'exploitation</b>	E 0,00	K 0,00	
	<b>Section d'investissement</b>	F 2 434,22	L 0,00	
	<b>TOTAL des restes à réaliser à reporter en 2019</b>	= E+F 2 434,22	= K+L 0,00	

		DEPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXECUTION (1)
<b>RESULTAT CUMULE</b>	<b>Section d'exploitation</b>	= A+C+E 729 496,48	= G+I+K 801 139,87	71 643,39
	<b>Section d'investissement</b>	= B+D+F 46 896,77	= H+J+L 33 878,66	-13 018,11
	<b>TOTAL CUMULE</b>	= A+B+C+D+E+F 776 393,25	= G+H+I+J+K+L 835 018,53	58 625,28

(1) Indiquer le signe - si les dépenses sont supérieures aux recettes, et + si les recettes sont supérieures aux dépenses

(2) Les restes à réaliser de la section d'exploitation correspondent en dépenses, aux dépenses engagées non mandatées et non rattachées telles qu'elles ressortent de la comptabilité des engagements et en recettes, aux recettes certaines n'ayant pas donné lieu à l'émission d'un titre et non rattachées (R.2311-11 du CGCT).

Les restes à réaliser de la section d'investissement correspondent en dépenses, aux dépenses engagées non mandatées au 31/12 de l'exercice précédent telles qu'elles ressortent de la comptabilité des engagements et aux recettes certaines n'ayant pas donné lieu à l'émission d'un titre au 31/12 de l'exercice précédent (R.2311-11 du CGCT).

Annexe 17 : Résultat de l'exercice 2018 – page 2/3  
Compte administratif – Section de fonctionnement

Office de Tourisme Intercommunal du Pays de Fayence - 83 - Office de Tourisme Intercommunal du F		CA	2018
<b>II - PRESENTATION GENERALE DU COMPTE ADMINISTRATIF</b>			<b>II</b>
<b>SECTION D'EXPLOITATION - CHAPITRES</b>			<b>A2</b>

**DEPENSES D'EXPLOITATION**

Chap.	Libellé	Crédits ouverts (BP+DM+ RAR 2017)	Crédits employés (ou restant à employer)			Crédits annulés (1)
			Mandats émis	Charges rattachées	Restes à réaliser au 31/12	
011	Charges à caractère général	202 212,00	130 341,40	32 906,17	0,00	38 964,43
012	Charges de personnel et frais assimilés	586 537,00	565 648,05	0,00	0,00	20 888,95
014	Atténuations de produits	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
65	Autres charges de gestion courante	1 000,00	600,86	0,00	0,00	399,14
	<b>Total des dépenses de gestion courante</b>	<b>789 749,00</b>	<b>696 590,31</b>	<b>32 906,17</b>	<b>0,00</b>	<b>60 252,52</b>
66	Charges financières	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
67	Charges exceptionnelles	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
69	Impôts sur les bénéfices et assimilés (3)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
022	Dépenses imprévues ( fonctionnement )	4 288,00				
	<b>Total des dépenses réelles d'exploitation</b>	<b>794 037,00</b>	<b>696 590,31</b>	<b>32 906,17</b>	<b>0,00</b>	<b>64 540,52</b>
023	Virement à la section d'investissement (4)	20 000,00				
042	Opérations d'ordre de transfert entre section (4)	0,00	0,00			0,00
043	Opérations d'ordre à l'intérieur de la section d'e	0,00	0,00			0,00
	<b>Total des dépenses d'ordre d'exploitation</b>	<b>20 000,00</b>	<b>0,00</b>			<b>20 000,00</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>814 037,00</b>	<b>696 590,31</b>	<b>32 906,17</b>	<b>0,00</b>	<b>84 540,52</b>
	<b>Pour information</b>					
	<b>D002 Déficit d'exploitation reporté de 2017</b>	0,00				

**RECETTES D'EXPLOITATION**

Chap.	Libellé	Crédits ouverts (BP+DM+ RAR 2017)	Crédits employés (ou restant à employer)			Crédits annulés (1)
			Titres émis	Produits rattachés	Restes à réaliser au 31/12	
013	Atténuations de charges	2 161,00	397,25	0,00	0,00	1 763,75
70	Ventes de produits fabriqués, prestat* de servic	64 020,00	64 801,77	0,00	0,00	0,00
74	Subventions d'exploitation	352 200,00	352 638,90	0,00	0,00	0,00
75	Autres produits de gestion courante	364 500,00	330 990,17	24 264,50	0,00	9 245,33
	<b>Total des recettes de gestion courante</b>	<b>782 881,00</b>	<b>748 828,09</b>	<b>24 264,50</b>	<b>0,00</b>	<b>9 788,41</b>
76	Produits financiers	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
77	Produits exceptionnels	3 729,07	620,35	0,00	0,00	3 108,72
	<b>Total des recettes réelles d'exploitation</b>	<b>786 610,07</b>	<b>749 448,44</b>	<b>24 264,50</b>	<b>0,00</b>	<b>12 897,13</b>
042	Opérations d'ordre de transfert entre section (4)	0,00	0,00			0,00
043	Opérations d'ordre à l'intérieur de la section d'e	0,00	0,00			0,00
	<b>Total des recettes d'ordre d'exploitation</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>			<b>0,00</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>786 610,07</b>	<b>749 448,44</b>	<b>24 264,50</b>	<b>0,00</b>	<b>12 897,13</b>
	<b>Pour information</b>					
	<b>R002 Excédent d'exploitation reporté de 2017</b>	27 426,93				

(1) Les crédits annulés correspondent aux crédits ouverts desquels il convient de soustraire les crédits employés.  
(2) Si la règle applique le régime des provisions semi-budgétaires, ainsi que pour la dotation aux dépréciations des stocks de fournitures et de marchandises, des créances et des valeurs mobilières en placement, aux dépréciations des comptes de tiers et aux dépréciations des comptes financiers.  
(3) Ce chapitre n'existe pas en M. 49.  
(4) DE 023 = RI 021 ; DI 040 = RE 042 ; RI 040 = DE 042 ; DI 041 = RI 041 ; DE 043 = RE 043.  
(5) Ce chapitre existe uniquement en M41, M43 et M44.

Office de Tourisme Intercommunal du Pays de Fayence - 83 - Office de Tourisme Intercommunal du F	CA	2018
--	----	------

<b>II - PRESENTATION GENERALE DU COMPTE ADMINISTRATIF</b>	<b>II</b>
<b>SECTION D'INVESTISSEMENT - CHAPITRES</b>	<b>A3</b>

**DEPENSES D'INVESTISSEMENT**

Chap	Libellé	Crédits ouverts (BP+DM+ RAR 2017)	Mandats émis	Restes à réaliser au 31/12	Crédits annulés (1)
20	Immobilisations incorporelles	14 680,20	11 721,35	0,00	2 967,85
21	Immobilisations corporelles	13 606,80	8 809,54	2 434,22	2 363,04
22	Immobilisations reçues en affectation	0,00	0,00	0,00	0,00
23	Immobilisations en cours	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total des dépenses d'équipement</b>		<b>28 296,00</b>	<b>20 530,89</b>	<b>2 434,22</b>	<b>5 330,89</b>
13	Subventions d'investissement	0,00	0,00	0,00	0,00
18	Compte de liaison : affectation (3)	0,00	0,00	0,00	0,00
26	Participations et créances rattachées à des participations	0,00	0,00	0,00	0,00
27	Autres immobilisations financières	0,00	0,00	0,00	0,00
020	Dépenses imprévues ( investissement )	0,00			
<b>Total des dépenses financières</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
45..	<b>Total des opé. pour le compte de tiers (4)</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Total des dépenses réelles d'investissement</b>		<b>28 296,00</b>	<b>20 530,89</b>	<b>2 434,22</b>	<b>5 330,89</b>
040	Opérations d'ordre entre sections (2)	0,00	0,00		0,00
041	Opérations patrimoniales (2)	0,00	0,00		0,00
<b>Total des dépenses d'ordre d'investissement</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>		<b>0,00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>28 296,00</b>	<b>20 530,89</b>	<b>2 434,22</b>	<b>5 330,89</b>
<b>Pour information</b>					
<b>D001 Déficit d'investissement reporté de 2017</b>		<b>23 931,66</b>			

**RECETTES D'INVESTISSEMENT**

Chap	Libellé	Crédits ouverts (BP+DM+ RAR 2017)	Titres émis	Restes à réaliser au 31/12	Crédits annulés (1)
13	Subventions d'investissement	0,00	0,00	0,00	0,00
20	Immobilisations incorporelles	0,00	0,00	0,00	0,00
21	Immobilisations corporelles	0,00	0,00	0,00	0,00
22	Immobilisations reçues en affectation	0,00	0,00	0,00	0,00
23	Immobilisations en cours	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total des recettes d'équipement</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
10	Dotations, fonds divers et réserves	1 380,00	3 031,00	0,00	0,00
106	Dotations, fonds divers et réserves (5)	30 847,66	30 847,66	0,00	0,00
18	Compte de liaison : affectation (3)	0,00	0,00	0,00	0,00
26	Participations et créances rattachées à des participations	0,00	0,00	0,00	0,00
27	Autres immobilisations financières	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total des recettes financières</b>		<b>32 227,66</b>	<b>33 878,66</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
45..	<b>Total des opé. pour le compte de tiers (4)</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Total des recettes réelles d'investissement</b>		<b>32 227,66</b>	<b>33 878,66</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
021	Virement de la section d'exploitation (2)	20 000,00			
040	Opérations d'ordre entre sections (2)	0,00	0,00		0,00
041	Opérations patrimoniales (2)	0,00	0,00		0,00
<b>Total des recettes d'ordre d'investissement</b>		<b>20 000,00</b>	<b>0,00</b>		<b>20 000,00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>52 227,66</b>	<b>33 878,66</b>	<b>0,00</b>	<b>18 349,00</b>
<b>Pour information</b>					
<b>R001 Excédent d'investissement reporté de 2017</b>		<b>0,00</b>			



