

## DES ACTIONS ...

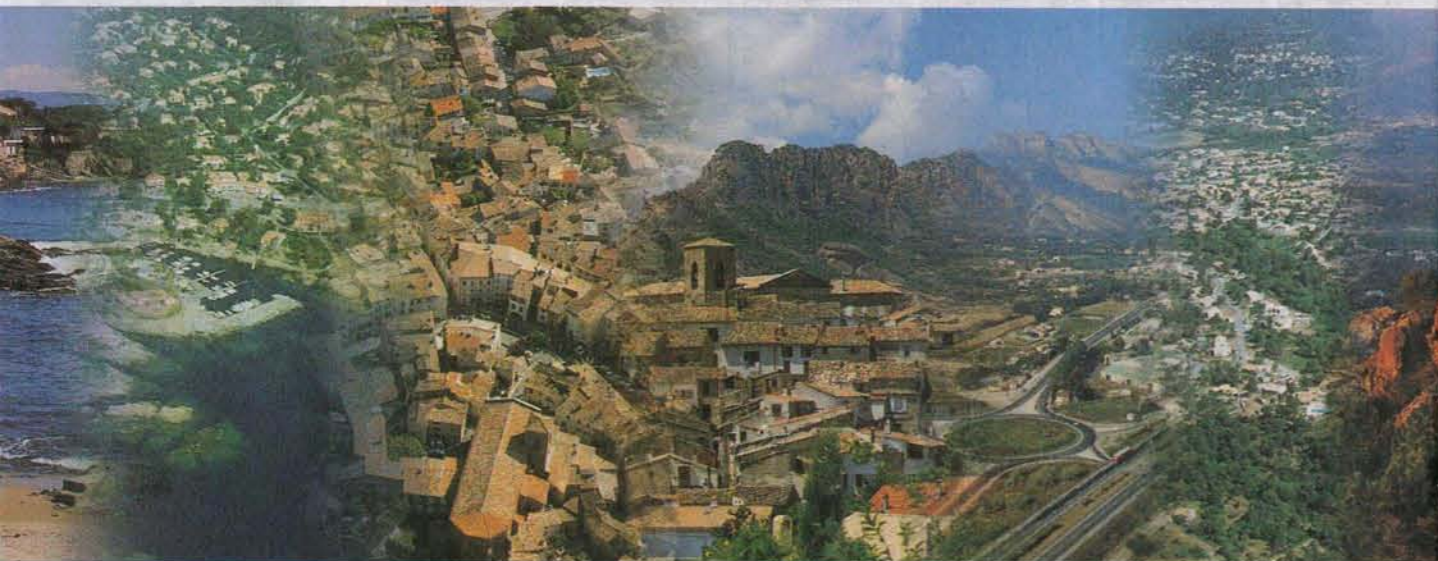
- Développer les animations aux Issambres et à la Bouverie,
- Programmer un jumelage avec une ville européenne,
- Poursuivre la mise en valeur de notre patrimoine.
- Renforcer notre positionnement "sport, nature et santé"

## ... UNE DEMARCHE QUALITE ...

- Améliorer l'accueil  
(Points infos, Maison de l'environnement, ...)
- Maintenir nos labels de qualité :  
village fleuri, pavillon bleu d'Europe, ...

## ... POUR GAGNER DES PARTS DE MARCHÉ

- Diversifier l'offre avec des produits "courts séjours",
- Développer l'avant et l'après saison estivale,
- Dynamiser le "tourisme affaire", l'accueil  
et l'hébergement de groupes "Seniors" et "Juniors".



### Dossier spécial d'information municipale

Éditeur : Mairie de Roquebrune sur Argens,  
Service Communication  
Directeur de Publication : Yves SERRA  
Parution : Juillet 1999  
Conception - rédaction : C.A.C

Dépôt légal : à parution  
Compogravure : SEA'COM / Groupe RICCOBONO, LE MUY  
Imprimeur : SEA'COM / Groupe RICCOBONO, LE MUY  
Tirage : 8 000 exemplaires sur offset  
Crédit photo : Mairie de Roquebrune sur Argens, X

# TOURISME ANIMATION



DOSSIER

ORGANISATION - SERVICES - ENJEUX - AVENIR

le choix de vous informer

pour notre commune...

*Agissons ensemble!*



# Éditorial du Maire

La Commune a la charge du service public touristique local

Le tourisme est la première activité socio-économique de la Commune

Chère Madame, Chère Monsieur

Le tourisme est pour notre Commune, comme pour notre Département et notre Région, l'un des secteurs les plus porteurs en matière de développement d'activités, génératrices d'emplois et de ressources.

Durant la période comprise entre le 15 juin et le 15 septembre, notre Commune va accueillir près de 55.000 personnes, c'est à dire multiplier par 5 sa population (11.500 habitants).

Il nous faut donc être capable d'absorber une telle progression, nous y préparer chaque année, et surtout créer les conditions pour que les attentes si diversifiées de nos clients puissent être satisfaites. Cela n'est pas toujours très simple, d'autant que depuis plusieurs années, nous oeuvrons pour que cette (si forte) saisonnalité puisse s'étaler sur une période plus large ; nous visons pour l'instant de l'étendre de quelques mois supplémentaires notamment entre les mois de mars/avril et octobre/novembre, et ajouter ainsi aux 3 mois de haute saison, 5 à 6 mois de moyenne saison.

La particularité de notre Commune, comme de notre Région, est la diversité de la clientèle : résidences secondaires, hébergements divers (hôtels, résidences de tourisme, villages de vacances, campings, maisons d'hôtes, gîtes, ...). Pendant trop longtemps, le tourisme s'est caractérisé dans notre région par une démarche de type "cueillette", c'est à dire que nous nous limitons à recevoir les clients qui venaient naturellement, le plus souvent attirés simplement par le soleil et la mer. Les attentes de la clientèle ont évolué, la concurrence d'autres régions, d'autres pays, ont totalement modifié la donne, et il a fallu revoir à la fois les produits, mais aussi la façon de les promouvoir.

Depuis plusieurs années, les collectivités (Département et Communes), leurs structures de gestion du tourisme, les professionnels ont été amenés à entrer dans une démarche plus active visant à créer une offre répondant mieux à ces attentes. Elles ont progressivement compris qu'il fallait adopter une approche différenciée, proposer des produits mieux adaptés aux attentes de la clientèle (produits clés en main pour des séjours plus courts, circuits à thèmes, tourisme actif, découverte des produits locaux, ...), améliorer les relations de travail avec les professionnels, professionnaliser le fonctionnement des structures municipales et para-municipales, trouver un positionnement original, exister en terme d'image, mettre en avant nos atouts.

La création de l'Office Municipal du Tourisme et d'Animation a été le point de départ de cette nouvelle façon de fonctionner. Son organisation, les objectifs qu'il cherche à atteindre, les moyens dont il dispose vous sont exposés.

Nous ne prétendons pas résoudre en quelques mois ce qui n'a pas été pris en compte durant des dizaines d'années. Il s'agit d'un travail de longue haleine, qui va s'étaler dans le temps, mais qui doit impérativement s'inscrire dans une démarche globale, et un schéma cohérent.

Notre positionnement est à un haut niveau de qualité, nous avons des ambitions pour cette Commune qui sont à la hauteur du cadre exceptionnel et remarquable dont nous avons la gestion. Il convient de le protéger, de le valoriser, de lui conserver son authenticité de terroir provençal avec ses sites et son art de vivre.

La création de l'Office Municipal de Tourisme et d'Animation voici deux ans avait donc pour objectifs :  
- de doter la commune d'une structure plus adaptée aux exigences d'aujourd'hui et de demain, associant professionnels du tourisme et de l'animation, représentants de la collectivités, et acteurs du monde associatif.  
- de regrouper et de structurer nos interventions, en positionnant l'OMTA comme pivot et support des activités liées au tourisme et à l'animation...  
- de rationaliser nos modes de gestion, et mieux assurer les missions qui auparavant étaient prises en charge par beaucoup trop d'intervenants (la collectivité, les associations Offices de Tourisme et Syndicat d'Initiative, la Société d'Économie Mixte SEMROQ, ...).

Il est aujourd'hui admis par tous, que le tourisme et l'animation ne doivent pas être dissociés car ces deux domaines forment un ensemble au sein duquel les interactions sont permanentes.

Nous avons donc choisi de positionner l'OMTA comme l'organe d'orientation, d'impulsion et de coordination.

Commune étendue aux multiples sites, nous pouvons offrir :  
- un village millénaire, riche d'un patrimoine architectural et historique, rare dans ce secteur de l'Est du Var,  
- un littoral typique de cette partie de la Côte d'Azur, variant calanques et plages, ...  
- des espaces naturels vastes et remarquables.

Depuis une dizaine d'années déjà, notre Commune affirme son positionnement touristique et sa stratégie de développement économique autour des thèmes : sport, nature et santé,

Le sport dans notre Commune tient en effet une place prépondérante, puisque :  
- nous sommes la capitale française du Ski Nautique ( le Centre National est implanté dans la vallée de Fournel, et le centre de ligue sur le lac de l'Aréna),  
- nous offrons la majeure partie du sublime parcours du Roc d'Azur, la plus importante épreuve de VTT au monde, qui se déroule en fin de saison et qui constitue le dernier événement avant l'hiver,  
- nous disposons d'un parcours de golf (18 trous), associé prochainement à un projet d'académie de golf extensible à 9 trous, au cœur d'un ensemble golfique dans l'Est du Var (Saint-Raphaël, Sainte-Maxime, La Motte, ...) qui peut rivaliser avec bon nombre de régions,  
- notre façade littorale offre 11 kilomètres de plages, de calanques permettant la pratique de tous les sports nautiques, et 3 ports pour la navigation de plaisance.  
- la quasi totalité des disciplines sportives peuvent être pratiquées sur le territoire communal ce qui permet la mixité entre sport de haut niveau et sport de loisirs...

La nature ne pouvait être absente de notre positionnement, en raison du cadre naturel exceptionnel de notre Commune offrant plus de 8.000 hectares de forêts et d'espaces protégés, ainsi que de nombreux sites remarquables: le Rocher (qui a fait l'objet d'un classement départemental), l'Argens, les gorges du Blavet, le sentier du littoral, les calanques, les sentiers de randonnées, les vignobles...

La santé enfin car notre Commune :  
- a contribué à la création d'un centre de thalassothérapie sur le littoral, en bord de mer,  
- héberge l'un des laboratoires de produits cosmétiques de dimension internationale,  
- permet la pratique d'activités sportives dans un cadre naturel de qualité,  
- accueillera un centre de remise en forme.

Cette diversité est la source de notre richesse. Pour accompagner le développement de ces activités, nous devons nous doter de moyens adaptés. Le dossier que nous avons élaboré à votre intention est destiné à rappeler ce contexte et à vous indiquer les réponses que nous avons apportées. Il vous permettra de mieux appréhender ce domaine important et stratégique du développement communal. Vous prendrez ainsi toute la mesure du chemin accompli grâce à notre démarche sérieuse, cohérente et parfaitement adaptée à la situation de notre Commune.

*Bien à vous*  
Jean-Pierre SERRA  
Maire de Roquebrune sur Argens,  
Conseiller Général

Les équipements et services de la Commune sont dimensionnés pour répondre à la saisonnalité. Un Établissement Public assure la promotion touristique de notre Commune ainsi que son animation.

**Grandes étapes, faits marquants et quelques indicateurs de l'évolution du contexte touristique au plan national et local.**

- 1926 ..... Premier programme immobilier résidentiel par l'Union Générale Foncière (UGF) qui donne naissance au quartier de San-Peire.
- 1930 ..... Depuis La Batterie s'élancent les précurseurs d'un nouveau sport : le ski nautique.
- 1936 ..... Instauration en France des congés payés.
- Années 50 ..... Adrien BEAUMONT, aménageur-promoteur de nombreux lotissements sur la Côte d'Azur, développe sur le quartier des Issambres ses célèbres réalisations. Une majorité de lotissements et plus de 2.000 villas portent sa signature. Le quartier des Issambres affirme son caractère résidentiel balnéaire.
- Années 60 ..... Création de l'Office du Tourisme des Issambres (association loi 1901).  
Création de l'Office du Tourisme du Village (association loi 1901).  
De nombreux comités d'entreprises installent sur la Commune leurs centres de vacances (Ugine Kuhlmann, Alsthom, PTT, ...). Ce sont à l'origine des campings qui se transformeront en Villages de Vacances.
- 1978 ..... Création du Port de Plaisance des Issambres (336 anneaux pour les permanents et 110 anneaux pour passagers en saison).
- 1989 ..... Ouverture du golf 18 trous au quartier des Planes. Le promoteur cède l'emprise foncière (62 ha) pour le franc symbolique à la Commune, qui deviendra propriétaire de l'ensemble des équipements (aménagements, club house) en 1998.
- Juin 1991 ..... Inauguration du stade de ski nautique du Fournel. Avec ses 900 mètres de longueur, ce stade accueille le Centre National de Ski Nautique de la Fédération Française de Ski Nautique (FFSN). Tout au long de l'année il reçoit l'élite de ce sport et de nombreuses compétitions de niveau national et international. Avec le lac de l'Aréna cet équipement positionne Roquebrune comme l'une des capitales mondiales de ce sport.
- 23 déc. 1992 ..... La Loi MOULY stipule clairement que c'est à la Commune qu'il appartient de créer le service public touristique local et d'en fixer les modalités d'organisation et de fonctionnement.
- Juin 1995 ..... Ouverture de l'Espace Nautique de la Batterie (ENB). Géré par la Commune, cet équipement offre aujourd'hui toute la palette des sports qui allient l'eau et le vent.
- Sep. 1995 ..... Après Singapour en 1993, Roquebrune accueille les 24<sup>èmes</sup> Championnats du Monde de Ski Nautique sur le plan d'eau du Centre National de Ski Nautique.
- Janvier 1998 ..... Création de l'Office Municipal du Tourisme et de l'Animation (OMTA) sous la forme juridique d'un Etablissement Public Industriel et Commercial (EPIC) qui a en charge le tourisme et l'animation.
- Octobre 1997 ..... En partenariat avec Fréjus, Roquebrune accueille pour la première fois le Roc d'Azur. Avec 9.000 concurrents en 1998, cette manifestation, organisée par la Fédération Française de Cyclisme, s'avère être la compétition de VTT la plus importante au monde. Idéalement positionné en arrière saison ce type d'événement satisfait pleinement à notre volonté d'allonger la saison touristique.

**Avril 2000** Ouverture du centre de thalassothérapie des Issambres. Une activité très prometteuse pour un tourisme à l'année.

**B**ien que le législateur ait confié l'organisation du service public touristique local aux Communes depuis 1992, de multiples structures et organismes interviennent dans le secteur du Tourisme.

**E**n tout premier lieu il faut citer l'État, à travers le **Ministère du Tourisme**, et l'institution spécialisée "**Maison de la France**".

**L**es collectivités territoriales développent leur propre service touristique et d'animation locale. Au premier rang desquels il faut mentionner les **Comités Régionaux et Départementaux du Tourisme**.

**L**es Communes animent des **Offices du**

**Tourisme** dont la gestion peut être assurée de différentes façons : associations subventionnées de la loi de 1901, Sociétés d'Économie Mixte ou encore Établissements Publics à caractère Industriel et Commercial qui est d'ailleurs le choix de notre Commune.

**L'**ensemble des Offices du Tourisme et Syndicats d'Initiative sont regroupés au sein d'une **Fédération Nationale spécifique**.

Enfin il faut évoquer les **Syndicats Intercommunaux** (golfe de Saint-Tropez, pays des Maures...), la **Chambre de Commerce et d'Industrie**, les **Fédérations Professionnelles** (hotellerie, restauration...).

nombre d'établissements de notre Commune - adresse : Carrefour de La Foux - 83580 Gassin

**M**aison de la France : c'est une structure nationale. Avec des représentations dans la quasi totalité des pays du monde, elle assure la promotion de la France à l'étranger - adresse : 20, Avenue de l'Opéra - 75041 Paris cedex 01.

**P**arc Résidentiel de Loisirs (PRL) : ces structures accueillent des habitations légères de loisirs (HLL). Notre Commune abrite deux structures de ce type, situées sur le quartier du Fournel, ce qui représente plus de 1.400 habitations, soit plus de 4.800 lits.

**T**axe de Séjour : c'est une taxe perçue dans plus de 800 communes françaises qui, comme la nôtre, connaissent une forte fréquentation touristique et doivent ainsi faire face à des charges saisonnières importantes. D'un montant de 1 à 5 FF par personne et par jour selon la catégorie de l'hébergement en 1999, elle est prélevée du 15 juin au 15 septembre par les personnes morales ou physiques dont l'activité professionnelle consiste à héberger des personnes qui ne sont pas domiciliées sur la Commune (logeurs, hôteliers, exploitants de camping, villages de vacances, ...). Le produit de cette taxe est destiné à financer des opérations directement liées au développement des activités touristiques mises en œuvre par l'Office Municipal du Tourisme et de l'Animation - Service Municipal de la Taxe de séjour - Tél. 04 94 19 59 10.

## TOURISME & ANIMATION LEXIQUE & ADRESSES

**A**gence Française de l'Ingénierie du Tourisme (AFIT) : placé sous l'autorité du Ministre en charge du tourisme, cet organisme a pour mission principale d'adapter l'offre touristique française aux évolutions de la société et de la consommation - adresse : 2, Rue de Linois - 75015 Paris.

**C**omité Départemental du Tourisme du Var (CDT Var) : c'est l'organisme chargé de la promotion touristique du département. Il assure par ailleurs des missions d'étude et de conseil auprès des collectivités - adresse : 1, Bd Foch - BP 99 - 83003 Draguignan cedex.

Comité Régional du Tourisme PACA (CRT PACA) : c'est l'organisme chargé de la promotion touristique de la Région Provence Alpes Côte d'Azur. Il assure par ailleurs des missions d'étude et de conseil auprès des collectivités - adresse : 12, Place Joliette - 13002 Marseille.

**F**édération Nationale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative (FNOTS) : c'est l'organisme de référence des Offices de Tourisme et des Syndicats d'Initiative - adresse : 280, Bd Saint-Germain - 75007 Paris.

**M**aison du Tourisme du Golfe de Saint-Tropez - Pays des Maures : c'est une structure intercommunale à laquelle notre Commune adhère pour assurer notre promotion, la diffusion de l'information touristique et la commercialisation de notre offre sur cette zone, haut lieu du tourisme sur la Côte d'Azur. En outre, cette structure héberge une centrale de réservation utilisée par



**3 labels de qualité distinguent notre Commune**



Pavillon bleu d'Europe



Villages Fleuris



Route Historique des Hauts Lieux de Provence

La question du statut des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative répond à la conjonction de deux phénomènes :

- l'adoption de la loi du 23 Décembre 1992, qui a élevé au rang de compétence communale la mission des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative.
- le climat délicat issu du problème des relations du secteur public avec le monde économique.

Pour répondre aux exigences de la Loi de 1992, la Commune a étudié différents modes de gestions qui s'offraient à elle (cf. ci-dessous). Après un examen approfondi des aspects économique, juridique, financier et fonctionnel, elle a retenu la structure la plus apte à répondre au contexte local et à atteindre les objectifs qu'elle s'est fixé.

## LE TOURISME EST UN SERVICE PUBLIC LOCAL

Dès lors que la Commune décide de créer un service public local du tourisme, la loi du 23 Décembre 1992 lui impose notamment un mode de fonctionnement stipulant que l'organisme chargé de ce service est dénommé «Office de Tourisme». Celui-ci doit comporter dans son organe délibérant des délégués du Conseil Municipal et des représentants des activités, professions et organismes, du tourisme.

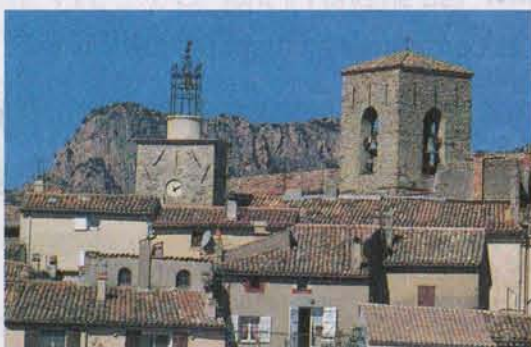
## LES OUTILS D'UNE BONNE GESTION DU TOURISME

Une alternative s'offre aux conseils municipaux :

- soit la Commune désire garder un contrôle direct sur le service et accepte d'en assumer les charges sur les finances publiques,
- soit elle met l'accent sur son rôle de coordination et délègue le service à un tiers, à charge pour ce dernier de trouver les partenaires et les financements nécessaires pour mener à bien sa mission.

## LES CRITÈRES DE CHOIX

Plusieurs modes de gestion s'offrent à la Commune :



- **La gestion associative :** C'est la forme la plus répandue. Le Conseil d'Administration est composé de membres élus par l'Assemblée Générale et de membres désignés par la Commune.

- **La Société d'Économie Mixte (SEM)** Elle relève de la gestion privée mais son capital est détenu majoritairement par la collectivité.

- **L'Établissement Public à caractère Industriel et Commercial (EPIC)**

Il permet une activité commerciale et opérationnelle directement liée à la politique municipale. Il est administré par un Comité de Direction où les Conseillers Municipaux ne doivent pas dépasser le tiers de l'effectif. Le Maire est cependant Président de droit et un directeur administrateur l'E.P.I.C. sous le contrôle d'un comptable public. Ce mode de fonctionnement permettant la représentation des professionnels du secteur privé au sein d'un organisme de droit public est le choix pour l'Office Municipal de notre Commune depuis deux ans.

Sur un temps assez long, les chiffres relatifs aux vacances des Français sont d'une grande stabilité. Une situation également remarquable par le Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de vie : le tourisme "bleu" l'emporte sur le "vert". Plus que jamais, les Communes littorales ont la cote !

## LA MER, DESTINATION REINE

La mer, note le CREDOC dans son enquête sur «les conditions de vie et les aspirations des Français» demeure la destination reine pour les congés. Depuis le début de la décennie, cette destination a été choisie par deux fois plus d'estivants que ne l'ont été la montagne et la campagne.

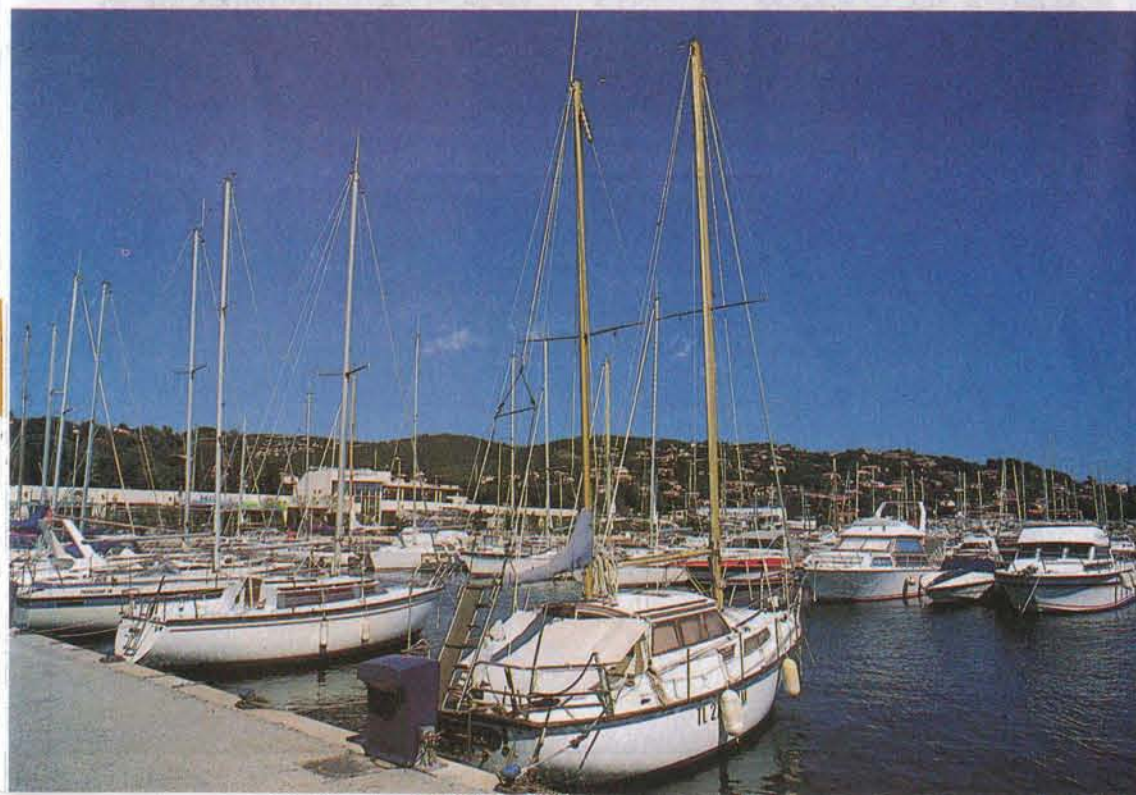
Si la mer est la principale destination des vacanciers français, elle constitue également le type de séjour qu'ils renouvellent le plus volontiers d'une année sur l'autre.



(hôtels, campings, gîtes...), la Fédération nationale des gîtes ruraux, connaît une augmentation constante du nombre de gîtes depuis sa naissance, en 1951. Mais il s'agit là d'une augmentation «lente», ne compensant pas la chute vertigineuse du nombre des chambres d'hôtels situés à la campagne. La seule chose qui ait tendance à croître, c'est le nombre des nuitées passées en camping.

## STABILITÉ DE L'OFFRE

Au sein d'une demande stable en espace rural, il faut noter la multiplication des résidences secondaires au détriment de l'hébergement familial. Quant à l'hébergement marchand



Première destination touristique, la mer est une mine d'or à ciel ouvert

Après une étude approfondie, la Commune a fait le choix de créer un Etablissement Public Industriel et Commercial (EPIC) pour gérer son Office du Tourisme et de l'Animation

**Comité directeur de l'O.M.T.A. du 25 juin 1999**



*de gauche à droite :*  
 Kéry CHBIB  
 Sabine BATTAGLINO  
 Jacques BLANC  
 Marie-Pierre JAFFARD  
 François HENRIOT  
 René-Jean REMY  
 Jean-Claude SAVIO  
 Jocelyne CORDILLOT-BLAY  
 Serge BLONDEAU  
 Marcel SCHEMBRY



**Colette DENEUVILLE**  
 VICE-PRÉSIDENTE DE L'O.M.T.A.



**Sabine BATTAGLINO**  
 DIRECTRICE DE L'O.M.T.A.



**Le point d'information du Village**



**Le point d'information des Issambres**

**COMITÉ DIRECTEUR**

**PRÉSIDÉ PAR M. LE MAIRE ET COMPOSÉ DE 4 MEMBRES ÉLUS AU SEIN DU CONSEIL MUNICIPAL ET DE 10 MEMBRES REPRÉSENTANT LES PROFESSIONNELS.**

**DIRECTION**

**LES MISSIONS**

Promotion	Accueil	Programmation
- Représente l'O.T dans les salons, expositions, foires... - Participe à toutes les actions de promotion... - Assure une mission d'accueil	<b>Issambres / Village</b> - Assurent l'accueil du public - Participent aux manifestations	- Élabore le calendrier des manifestations - En assure le suivi et la coordination avec l'ensemble des associations concernées.

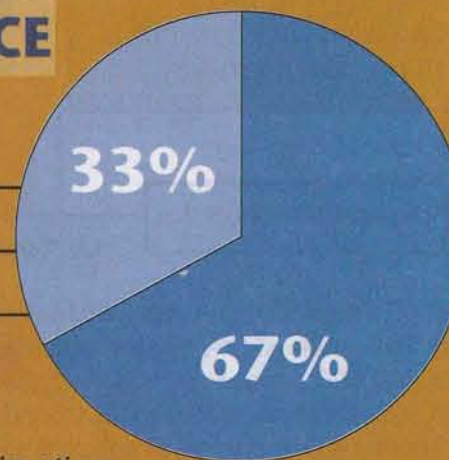
**LE COMITE DIRECTEUR DE L'OMTA**

<b>Collège ELUS</b>	Jean-Pierre SERRA, <b>Maire</b> , Conseiller Général (Président de droit) Jacques BAADE, <b>Conseiller Municipal</b> François HENRIOT, <b>Adjoint au Maire</b> Jean-Paul OLLIVIER, <b>Adjoint au Maire</b> Jean-Claude SAVIO, <b>Conseiller Municipal</b>	
<b>Collège ASSOCIATIF</b>	<b>Titulaires</b>	<b>Suppléants</b>
	René-Jean REMY A.D.A.T. Antoine BENEDETTI COMITE PROTECTION SITES ET M.H.	Gérard ARNOUX ROQUEBRUNE SPORT Roland LAGANNE A.L.C.I.
<b>Collège PARTENAIRES</b>	<b>Titulaires</b>	<b>Suppléants</b>
<b>Commerces</b>	Danielle BEZAULT 3B TOUT POUR LA PISCINE	Daniel LHERMITE CASINO BOUVERIE
<b>Cafés-Restaurants</b>	Jacques BLANC CAFE DU VAR	Roger SAUVAN CAP MAIL
<b>Hôtellerie</b>	Kéry CHBIB VILLA SAINT-ELME	Jean-Michel GIAVARINI VILLA SUISSE
<b>Villages vacances</b>	Jocelyne CORDILLOT-BLAY MLV BAGATELLE	Christian BRUN RENOUVEAU
<b>Locations</b>	Colette DENEUVILLE ( <b>Vice-Présidente</b> ) AGENCE DENEUVILLE	Serge COUTIER LOUEUR DE MEUBLES
<b>Activités loisirs</b>	Marcel SCHEMBRY CLUB EQUESTRE LES MURETTES	Marie-Pierre JAFFARD CLUB DE PLONGEE S'-FERREOL
<b>Campings</b>	Luc SIMONCINI AGENCE COTE D'AZUR IMMOBILIER	Sylvie JONDET CAMPING LA BERGERIE
<b>Collège INSTITUTIONS</b>	Alain DOGLIANI C.C.I. DU VAR	Jean-Michel FRELASTRE C.C.I. DU VAR
<b>Comptable Public</b>	Serge BLONDEAU TRESORERIE LE MUY Receveur-Percepteur	

**LE COMITÉ DIRECTEUR ORIENTE ET DÉTERMINE LA POLITIQUE TOURISTIQUE ET D'ANIMATION DE LA COMMUNE EN ADÉQUATION AVEC LES DÉCISIONS PRISES PAR LE CONSEIL MUNICIPAL.**

**BUDGET DE L'OFFICE**

<b>Budget 1998 (en francs)</b>	
<b>Tourisme</b>	<b>1 466 450</b>
<b>Animation</b>	<b>733 950</b>
	<b>2 200 400</b>



■ **Tourisme**    ■ **Animation**

Grâce à l'OMTA, les professionnels locaux décident de la stratégie et des actions pour le développement du tourisme



**Claude MESGUICHE**  
 Conseillère Municipale chargée de l'animation



**Jacques BAADE**  
 Conseiller Municipal chargé de l'animation

L'activité touristique, directe ou indirecte, est l'un des secteurs-clés de l'économie française. Pour la région PACA, pour le département du Var et notre Commune en particulier, le tourisme sous toutes ses formes, est l'activité majeure générant emplois et richesses.

## LES CRÉDITS AFFECTÉS DIRECTEMENT AU TOURISME, PAR AN :

- **SECRETARIAT D'ETAT AU TOURISME**.....338 MILLIONS DE FRANCS
- **COMITÉ DÉPARTEMENTAL DU TOURISME**.....45 MILLIONS DE FRANCS
- **OFFICE MUNICIPAL DU TOURISME ET DE L'ANIMATION** .....2,2 MILLIONS DE FRANCS

## LE TOURISME : 1<sup>ÈRE</sup> ACTIVITÉ RÉGIONALE

- 78% des emplois du Var dans le tertiaire
- 27 millions de touristes par an
- Durée moyenne des séjours : 8 jours dans le Var. C'est la plus longue durée de tous les départements de la Région (ex. 7 jours dans les Alpes Maritimes).

LA RÉGION P.A.C.A : 1<sup>ÈRE</sup> DESTINATION TOURISTIQUE EUROPÉENNE

## LA PROVENANCE DES TOURISTES EN RÉGION PACA



- GRANDE-BRETAGNE : 13,6 %
- AUTRES : 12,7 %
- USA : 6,5 %
- ESPAGNE : 2,7 %
- ITALIE : 9,8 %
- IRLANDE : 5,9 %
- SUISSE : 13 %
- ALLEMAGNE : 15,7 %
- BELGIQUE : 20,1 %

## LA CONSOMMATION LIÉE AUX SÉJOURS

**La France** : 500 milliards de francs  
**La région PACA** : 42 milliards de francs  
**Le Var** : 10 milliards de francs

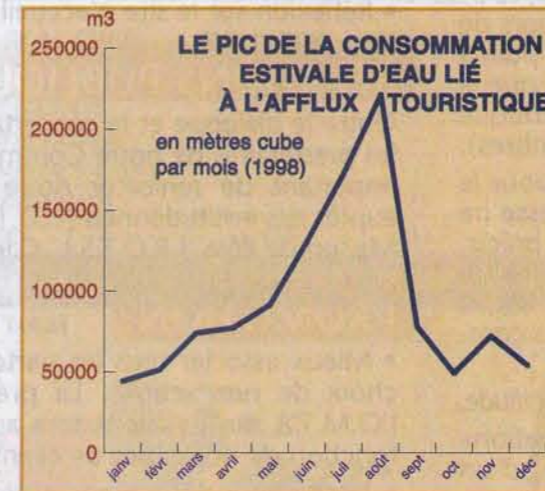
### LE SAVIEZ-VOUS ?...

### LE TOURISME C'EST :

- **492 millions** de nuitées hôtelières par an pour la France, dont 66 millions pour le Var
- **146 milliards de francs** dépensés par les touristes en France
- **600 000 personnes**, en France, travaillent directement avec le tourisme
- **2,5 millions** de résidences secondaires en France, dont 5 261 sur notre Commune contre 4 000 résidences principales (avant recensement 1999).
- **12 500** vacanciers par km de plage (contre 3 500 en Languedoc-Roussillon !)

## UNE «SAISONNALITÉ» CONTRAIGNANTE

La principale contrainte est la nécessité d'assurer un service public identique toute l'année, alors que la population est multipliée par cinq en saison estivale. Elle exige le surdimensionnement de certains équipements et services.



## LES CHARGES INDIRECTES DU TOURISME DANS LE BUDGET COMMUNAL

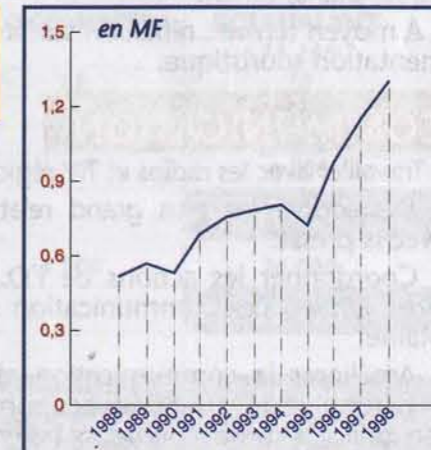
Outre les charges directes supportées par la Commune, des dépenses indirectes sont identifiées :

- Les crédits affectés au Syndicat Mixte
- Le budget nécessaire aux renforts de Police et des Maîtres Nageurs Sauveteurs
- L'entretien des plages et de leurs abords
- Le recrutement des personnels saisonniers
- La part des contrats liés à l'exécution des services à la population et plus particulièrement destinés au tourisme
- La part des dépenses supportées par le budget communal pour les activités en partie à vocation touristique...

## LES RESSOURCES BUDGÉTAIRES ISSUES DU TOURISME

Si le tourisme induit des dépenses, il génère aussi des recettes budgétaires :

- La part des taxes locales des résidences secondaires
- La taxe de séjour  
ex : 1,21 M.F en 1998
- La part de la Dotation Globale de Fonctionnement (dotation touristique) ex : 2,7 M.F en 1997



# TOURISME & ANIMATION PLAN D' ACTIONS DE L'OFFICE MUNICIPAL

"Gouverner, c'est prévoir" ; l'O.M.T.A a défini un plan d'action à court et moyen terme, dans le cadre d'une stratégie de développement touristique. Les aspects quantitatifs et qualitatifs sont étroitement mêlés, en matière d'accueil touristique, de soutien à l'initiative privée et de programmation événementielle. Deux priorités sont à dégager particulièrement :

- d'une part instaurer le dialogue et la concertation de façon permanente avec l'ensemble des prestataires de notre Commune,
- d'autre part améliorer la qualité de l'accueil et de l'information dans les points «infos» de l'Office du Tourisme, car bien souvent cette qualité conditionne la réussite d'un séjour.

L'objectif de ce plan d'actions est d'accroître la fréquentation touristique sur notre Commune, certes en période estivale, mais aussi en avant et après saison en utilisant au mieux la synergie «tourisme bleu, tourisme vert».

## ACCUEIL - INFORMATION

- Mise en place d'une organisation de travail commune au sein des points «info» de l'Office de Tourisme afin que le mode de fonctionnement soit identique quel que soit le lieu (Village / Issambres).
- Mise en place d'un roulement pour le personnel d'accueil : aucune hôtesse ne sera affectée à un point «info» précis, ceci afin de leur permettre de connaître parfaitement l'ensemble de l'offre touristique de notre Commune, pour mieux la commercialiser auprès des touristes.

Un plan de formation parachèvera leur aptitude.

- Organisation des points «information» comprenant la mise en place d'un accueil téléphonique afin de bien détecter les demandes pour les traiter rapidement. Un observatoire de la clientèle permettra d'affiner les statistiques pour mieux identifier la clientèle et donc mieux cibler nos actions.
- Réorganisation de la distribution des dépliants.
- Mise à disposition d'une boîte à idées pour les touristes.
- Demande de classement de l'Office du Tourisme en 3 étoiles.

## EDITIONS

- A court terme : réactualisation de la documentation et réédition (guide pratique, plans, tarifs).
- A moyen terme : réflexion sur la documentation touristique.

## COMMUNICATION

- Travailler avec les radios et T.V régionales.
- Développer un plus grand relationnel avec la presse.
- Coordonner les actions de l'O.M.T.A avec le Service Communication de la Mairie.
- Améliorer la communication afin de générer plus de retombées économiques lorsqu'il y a des événements (exemple :

Le Roc d'Azur)...

- Réflexion sur le site d'accueil Internet.

## RELATIONS PUBLIQUES

Outre le dialogue et la concertation avec les prestataires de notre Commune, il est important de renforcer notre présence auprès des institutionnels (C.D.T., C.C.I.V., Maison de Pôle, F.R.O.T.S.I., C.R.T. ...).

## PROMOTION

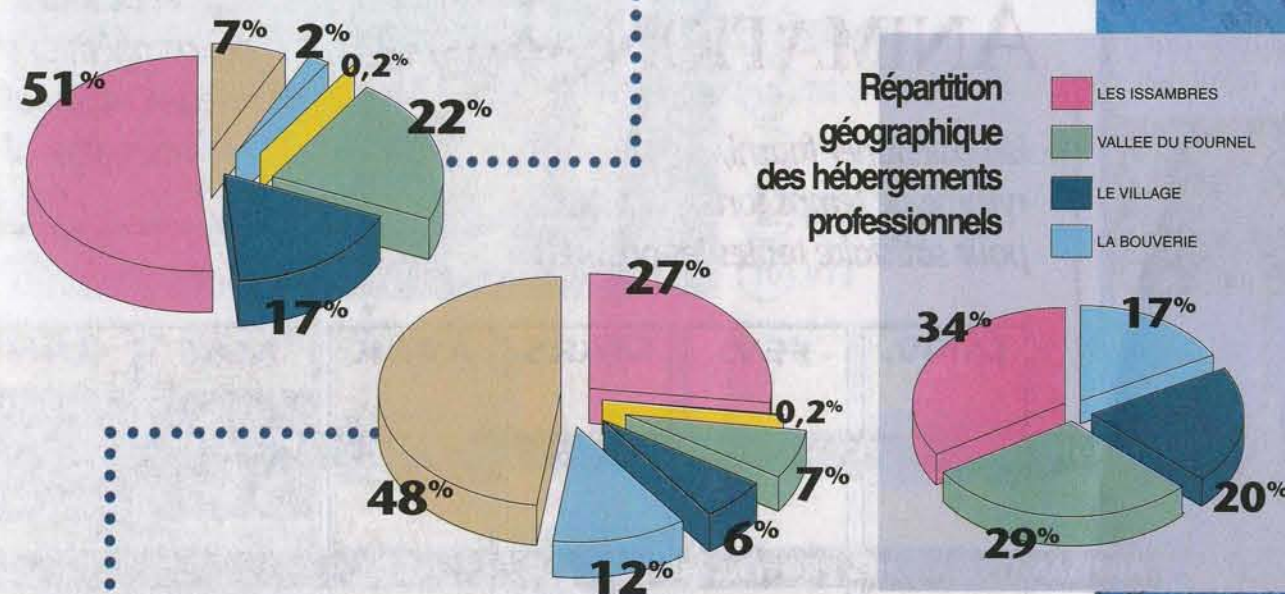
- Mieux associer tous les partenaires au choix de nos actions. La présence de l'O.M.T.A sur les salons sera adaptée en fonction de nos cibles de clientèle.
- Participer à des actions organisées sur nos bassins de clientèle de proximité. Les régions Provence-Alpes et Rhône-Alpes constituent en cela un formidable potentiel pour les courts séjours et les week-ends.
- Accueillir un ou deux éducteurs (presse + professionnels). L'effort portera sur la prise de publicités sur des guides touristiques spécialisés pour renforcer notre présence sur l'offre touristique.
- Développer les visites guidées sur le territoire communal.
- Créer une carte multiactivités ou multi-loisirs qui permettrait notamment de constituer un fichier à exploiter pour les actions promotionnelles (mailings,...).

## MANIFESTATIONS

- Etablir un calendrier des manifestations sur toute l'année regroupant l'ensemble des événements sportifs, culturels, touristiques.
- Organiser régulièrement des réunions de concertation avec l'ensemble des partenaires impliqués dans ces secteurs.
- Créer un événement sur notre Commune au printemps ou à l'automne, qui générerait un apport de clientèle appréciable hors saison estivale.

## HEBERGEMENTS PROFESSIONNELS TRADITIONNELS : 11 252 LITS

TYPE D'ACCUEIL	BOUVERIE	VILLAGE	FOURNEL	ISSAMBRES	TOTAL
Hôtels	-	488	-	343	831
Villages Vacances	470	349	695	980	2 494
Résidences locatives	-	-	-	226	226
Résidences de tourisme	-	-	-	1 916	1 916
Chambres d'Hôtes	-	25	-	-	25
Campings	1 455	1 335	2 580	390	5 760
<b>Capacité accueil en lits</b>	<b>1 925</b>	<b>2 197</b>	<b>3 275</b>	<b>3 855</b>	<b>11 252</b>
<b>% du total</b>	<b>17</b>	<b>20</b>	<b>29</b>	<b>34</b>	



## CAPACITE D'ACCUEIL TOURISTIQUE COMMUNALE : 41 320 LITS

TYPE D'ACCUEIL	LOGEMENTS	EQUIVALENT
Hébergements professionnels traditionnels	-	11 250
Gîtes	15	70
Location meublée professionnelle*	700	2 800
Location meublée privée*	600	2 400
Parcs résidentiels de loisir*	1 400	4 800
<b>SOUS-TOTAL HÉBERGEMENT MARCHAND</b>		<b>21 320</b>
Autres résidences secondaires*	5 000	20 000
<b>Total accueil touristique en lits</b>		<b>41 320</b>
Valeurs estimées * (coefficient de 4 lits pour 1 logement)		
<b>Population permanente</b>		<b>11 500</b>
<b>TOTAL</b>		<b>52 820</b>

25 000 touristes fréquentent chaque année les offices du tourisme de notre Commune

Plus de 41 000 lits font de Roquebrune la 4<sup>e</sup> commune du Var en capacité d'accueil

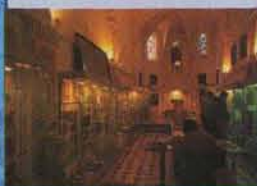
## PATRIMOINE

Un patrimoine naturel, architectural et historique enraciné dans le terroir Provençal



### LE MUSÉE DU PATRIMOINE

Chapelle Saint-Jacques, 13 rue de l'Hospice  
Tél. 04.94.45.34.28  
Préhistoire du terroir de Roquebrune, histoire du village, remarquable collection d'ex-voto (17<sup>e</sup> et 18<sup>e</sup> siècles).

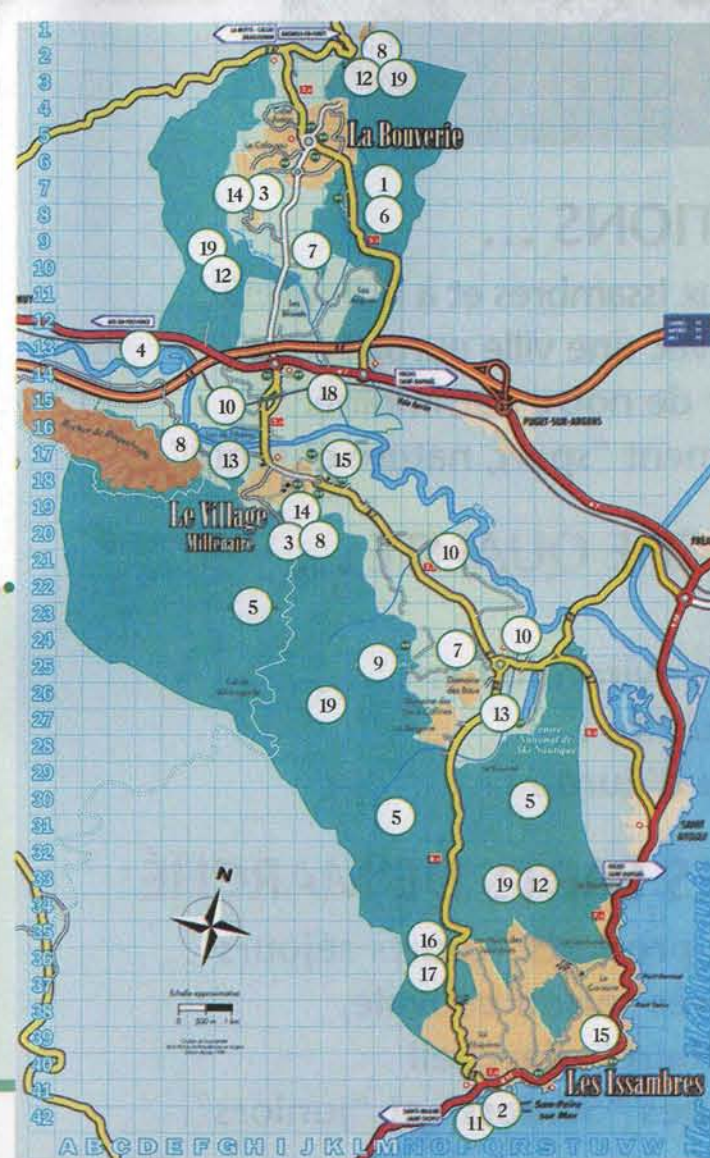


## SPORTS LOISIRS

Une palette complète d'activités sportives et de loisirs, des compétitions de niveaux national et international

## ANIMATION

Un calendrier fourni, rythmé de temps forts, pour satisfaire toutes les passions



- 1 Ball-Trap
- 2 Base nautique /Voile
- 3 Boulodromes
- 4 Canoë Kayak
- 5 Chasse
- 6 Dressage canin
- 7 Equitation
- 8 Escalade
- 9 Golf 18 trous
- 10 Pêche
- 11 Plongée sous-marine
- 12 Randonnée
- 13 Ski nautique
- 14 Stades
- 15 Tennis
- 16 Tir à l'arc
- 17 Tir à l'arc instinctif
- 18 ULM
- 19 VTT

### LES PORTS DE PLAISANCE

Au nombre de 3, ils offrent plus de 600 anneaux



### PLAGES

au nombre de 11 sur 8 km, elles sont nichées au creux de criques et calanques pittoresques.



### MARCHÉ PROVENÇAL

le lundi à San Peire aux Issambres, le mardi et le vendredi au Village.



	JANV.	FÉV.	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUIL.	AOÛT	SEPT.	OCT.	NOV.	DÉC.
<b>TRADITIONS</b>					Fête provençale de la Saint-Pons	Feu de la Saint-Jean Saint Médard	Fête nat. du 14 juillet	Fête Notre Dame Joutes	Journée du patrimoine			Animations de Noël
<b>ARTISANAT/MARCHÉS PROVENÇAUX</b>							Métiers d'Art	Soirées artisanales		Fête du miel		
<b>SPORTS</b>					Tour du Rocher	Roq Gliss	Wake Board Tour			Roc d'Azur		
<b>CINEMA</b>												
<b>EXPOSITIONS</b>												Salon de la figurine
<b>CONFÉRENCES</b>												
<b>MUSIQUE</b>			Festival des Voix du Printemps		Grand concert	Fête de la Musique						Concert de Noël
<b>LOISIRS</b>						Fête de la jeunesse		Nuit des étoiles		Fête de la science		