

OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE
RAPPORT D'ACTIVITÉS
2022



Menton, Riviera
& Merveilles

www.menton-riviera-merveilles.fr



La CARF a missionné l'OTC en janvier 2021 pour mener une étude sur le renouveau touristique de la Vallée de la Roya après la tempête Alex et pour construire une stratégie touristique durable à l'échelle du territoire.

Cette étude a suivi plusieurs étapes : diagnostic de la Roya puis du territoire, construction de la stratégie à court terme pour sauver la saison 2021 (repositionnement marketing, nouveau site de destination et d'une place de marché, plan de communication), puis stratégie et plan d'actions à long terme. Cette étude a été finalisée au premier trimestre 2022 et validée par la Communauté d'Agglomération de la Riviera française en mars 2022. Le plan d'actions en découlant a été présenté en Comité de Direction de l'OTC le 04 avril 2022.

Dans cette stratégie de développement touristique durable, 20 actions spécifiques concernent l'OTC. Elles portent principalement sur les actions écotouristiques, la commercialisation de produits touristiques, la création d'un observatoire. Elles feront l'objet d'une demande de subvention complémentaire sur l'exercice 2023.

Tout en s'appuyant sur les préconisations de la nouvelle étude, l'OTC a poursuivi en 2022 ses missions principales : l'accueil des visiteurs sur le territoire, la promotion de la destination, l'accompagnement des prestataires.

Sommaire

LE PLAN D'ACTIONS 2022	2-3
LE TERRITOIRE MENTON, RIVIERA & MERVEILLES EN QUELQUES CHIFFRES	4-5
AXE 1 ACCUEIL, INFORMATION ET BOUTIQUE	6-7
AXE 2 PROMOTION ET COMMUNICATION	10-15
AXE 3 COMMERCIALISATION	16-17
AXE 4 ACCOMPAGNEMENT DES PRESTATAIRES PAR LA TEAM PRESTA	18-19
AXE 5 CAP SUR LA QUALITÉ !	20-21
AXE 6 FINANCES, RESSOURCES HUMAINES ET FORMATIONS	22-26
LE PLAN D'ACTIONS 2023	27

Le plan d'actions 2022

NOTRE PLAN D'ACTIONS POUR 2022

- ▶ **ASSURER LA PROMOTION**
de Menton, Riviera & Merveilles sur les marchés prioritaires et de proximité
- ▶ **CONSTRUIRE UNE MARQUE TERRITORIALE PARTAGÉE**
"Menton, Riviera & Merveilles" pour faire rayonner le territoire
- ▶ **COMMUNIQUER**
de façon innovante sur nos marchés prioritaires
- ▶ **STRUCTURER**
l'offre touristique du territoire
- ▶ **DÉVELOPPER**
des retombées économiques liées au tourisme sur le territoire
- ▶ **FÉDÉRER**
les professionnels du tourisme de la destination
- ▶ **RÉORGANISER**
l'accueil sur le territoire
- ▶ **CONSTRUIRE**
un observatoire du tourisme

UN PLAN DE PROMOTION

a été proposé pour aller à la rencontre des tour-opérateurs et agents de voyages, de la presse et des influenceurs, sur les marchés de proximité français et européens :

En complément de ces actions de promotion, l'OTC a mis en place :

- Un plan de communication innovant et ambitieux pour le territoire afin de développer la notoriété de la destination sur nos marchés prioritaires et développer des séjours
- L'édition d'un nouveau magazine de destination pour faire rayonner le territoire
- Le développement des relations presse avec l'accueil de journalistes et influenceurs de nos marchés prioritaires, l'envoi régulier de communiqués de presse, la création de dossiers de presse thématiques
- Une stratégie numérique performante pour toucher nos cibles, le numérique étant un incontournable du marketing touristique
- L'envoi régulier de newsletters grand public pour fidéliser nos clients

La commercialisation de la destination a été développée avec la valorisation de la place de marché lancée l'été 2021, et la création de produits touristiques de découverte du territoire de la Riviera Française.

Après l'obtention de la marque Qualité Tourisme, le classement de l'Office de Tourisme communautaire en catégorie 1 a été obtenu le 28 février 2022. Ce classement est accordé pour une durée de 5 ans.

Cette démarche qualité continue nécessite un plan de formation pour assurer la montée en compétences des équipes.

- ITALIE
- GRANDE-BRETAGNE
- ALLEMAGNE
- BELGIQUE
- SCANDINAVIE
- SUISSE

Des actions pour les prestataires du territoire ont été renforcées avec notamment :

- L'organisation d'éductours pour découvrir le territoire
- Des rencontres pour favoriser les échanges entre professionnels du tourisme
- La mise à disposition d'outils dédiés : un site pour les professionnels, un groupe Facebook, une newsletter d'information sur les actions de l'OTC
- Des services spécifiques : présentoirs de documentation, distribution de magazines et plans
- Un salon pour les professionnels du tourisme du territoire
- Des ateliers numériques pour faire monter en compétences les prestataires et améliorer la visibilité de la destination sur le web

Italie
PIÉMONT



Carte du territoire

Menton, Riviera
& Merveilles

Italie
LIGURIE

LA RIVIERA FRANÇAISE,
UN TERRITOIRE PRÉSERVÉ

Mer Méditerranée

LE TERRITOIRE MENTON, RIVIERA & MERVEILLES en quelques chiffres

LES INDICATEURS DU TOURISME EN 2022

LE NOMBRE DE
NUITÉES TOURISTIQUES
MARCHANDES
SUR LA CARF EN 2022 :

EN 2022



1 230 202
NUITÉES
MARCHANDES
CONTRE
853 437 NUITÉES
EN 2021

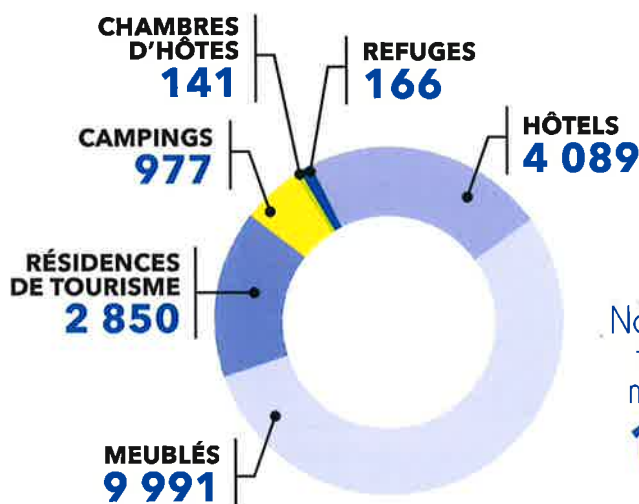


TAXE DE SÉJOUR
COLLECTÉE EN 2021
2 517 294 €
CONTRE 1 392 794 €
EN 2021

[SOURCE : OUTIL ADN PILOT]

RÉPERTORIÉS EN 2022

Répartition lits marchands
sur le territoire de la CARF :



[SOURCES : TAXE SÉJOUR, APIDAE ET AIRDNA]



Nombre de lits
touristiques
marchands :
18 214

Le nombre de lits
non marchands
dans la CARF



27 473
RÉSIDENCES
SECONDAIRES

Emplois touristiques

LE NOMBRE D'EMPLOIS
DE LA CARF

14 179

[INSEE 2020]

EMPLOIS TOURISTIQUES
DANS LA CARF CCI 2023

2 714

[CCI 2023]



POURCENTAGE EMPLOIS
TOURISTIQUES

19 %

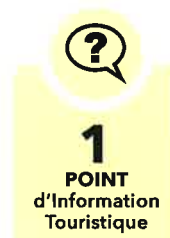


AXE 1

Accueil, information et boutique



8
BUREAUX
d'Information
Touristique



1
POINT
d'Information
Touristique

L'Office de Tourisme a accueilli cette année
119 524 visiteurs
et a traité **66 019 demandes**
d'information

Nous constatons une forte augmentation de la
fréquentation par rapport à 2021.

Pour rappel : Fermeture des Bureaux d'Information Touristique
du 3 avril au 3 mai 2021 en lien avec la crise sanitaire.



DEMANDES : + 49%
66 019 DEMANDES EN 2022
(CONTRE 44 246 EN 2021)

VISITEURS : + 66%
119 524 VISITEURS EN 2022
(CONTRE 71 996 EN 2021)

Répartition
des demandes
traitées par BIT



TENDE

6 149 demandes
= 9.31% des demandes
(coût contact 22.85€)

LA BRIGUE

3 103 demandes
= 4.70% des demandes
(coût contact 44.97€)

SOSPEL

5 069 demandes
= 7.68% des demandes
(coût contact 18.66€)

BREIL-SUR-ROYA

3 693 demandes
= 5.59% des demandes
(coût contact 18.01€)

CASTELLAR

320 demandes
= 0.48% des demandes
(coût contact 96.68€)

LA TURBIE

2 574 demandes
= 3.90% des demandes
(coût contact 4.87€)

BEAUSOLEIL

1 601 demandes
= 2.43% des demandes
(coût contact 69.05€)

MENTON

33 880 demandes
= 51.32% des demandes
(coût contact total 5.63€)

ROQUEBRUNE-CAP-MARTIN

8 599 demandes
13.03% des demandes
(coût contact 14.50€)

LE BIT DE MENTON RÉALISE
PLUS DE LA MOITIÉ DES
DEMANDES TOURISTIQUES
DU TERRITOIRE.



[SOURCES : AVIZI ET PILOT]

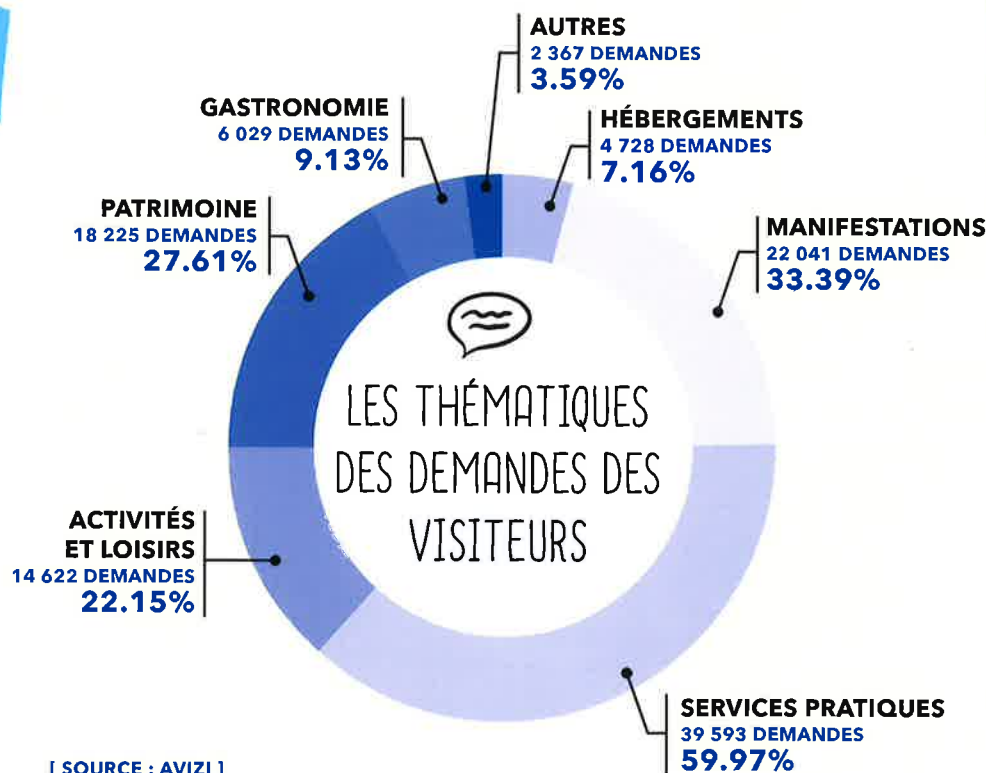


MODE DE CONTACT

En direct : **38 724 = 58.66%**
 Téléphone : **23 023 = 34.87%**
 E-mail : **2 054 = 3.11%**
 Web : **1 151 = 1.74 %**

LES DOCUMENTATIONS LES PLUS DISTRIBUÉES EN 2022 :

- Plan touristique de Menton
- Magazine de destination
- Les jardins de Menton
- Lignes de transport



[SOURCE : AVIZI]



RÉPARTITION DE LA CLIENTÈLE : [ORIGINE DES VISITEURS]

En 2022, 81% des demandes proviennent d'une clientèle française (53 708 demandes) et 19% proviennent d'une clientèle étrangère (12 311 demandes).



PAR RÉGION :

PACA : 19 825 (36%)
 Ile de France : 4 229 (8%)
 Rhône Alpes : 3 327 (6%)
 Grand Est : 1 339 (2.5%)
 Occitanie : 1 225 (2.2%)
 Hauts de France : 1 217 (2.1%)
 Bourgogne : 921 (1.7%)
 Nouvelle Aquitaine : 914 (1.7%)
 Bretagne : 874 (1.6%)
 Normandie : 720 (1.3%)

En 2022, la répartition des visiteurs français n'évolue pas vraiment : la région PACA, la région Ile de France et la région Rhône Alpes représentent toujours plus la moitié des demandes touristiques.

[SOURCE : AVIZI]



PAR PAYS :

France : 53 792 (81%)
 Italie : 4 102 (6%)
 Royaume Uni : 2 018 (3%)
 Allemagne : 1 304 (2%)
 Belgique : 1 046 (1.5%)
 Monaco : 233 (0.5%)
 Autres : 3 524 (6%)

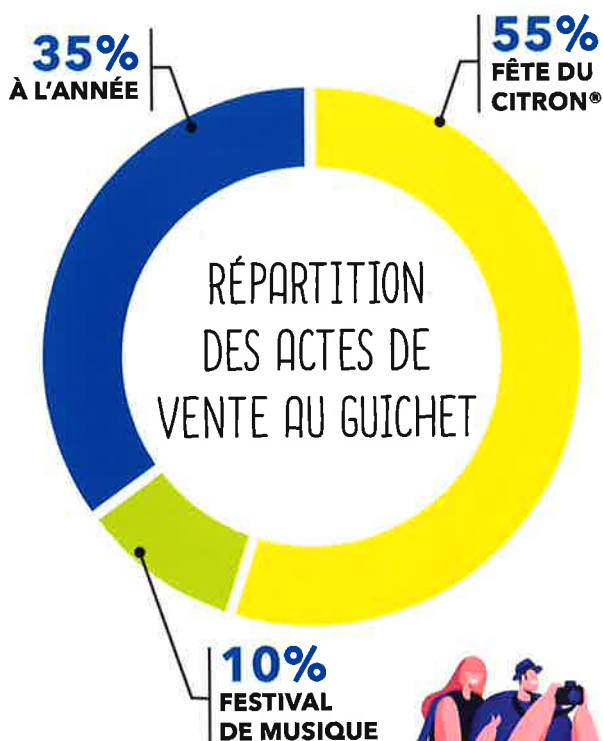
NOTRE CLIENTÈLE ÉTRANGÈRE
 AUGMENTE LÉGÈREMENT EN 2022
 EN PASSANT DE 14% EN 2021
 À 19% EN 2022.
 EN CE QUI CONCERNE LA RÉPARTITION DE CETTE
 CLIENTÈLE ÉTRANGÈRE, ELLE EST IDENTIQUE À
 CELLE DE 2021.





BILLETTERIE

Résultats de la billetterie réalisée au guichet en 2022 à Menton :
457 285 € de chiffre d'affaires
6 938 actes de vente au guichet



BOUTIQUE

L'Office de Tourisme a intensifié en 2022 sa politique de mise en avant des produits locaux, de sélection d'articles fabriqués en France et/ou de fournisseurs engagés dans une démarche de développement durable.

Chaque BIT dispose d'une boutique où chaque visiteur peut retrouver les produits phares du territoire MRM.

Top 5 des meilleures ventes en 2022

- 1 TICKETS DE BUS 10 VOYAGES
- 2 TOPO GUIDES RANDO
- 3 TOTE-BAG MENTON, RIVIERA & MERVEILLES
- 4 MAGNET AFFICHE ERIC GARENCE
- 5 SAVON CITRON

CHIFFRES CLÉS EN 2022

Articles vendus : 10 265
[contre 5 581 en 2021]

Chiffre d'Affaire TTC : 86 863€
[contre 45 156€ en 2021]

Le panier moyen est de 15.85€



AXE 2

Promotion et communication



AXE 2

Promotion et communication

La promotion de la destination
Menton, Riviera & Merveilles
figure parmi les missions prioritaires
de l'Office de Tourisme

LES PRINCIPAUX OBJECTIFS:

1. RÉVÉLER LA DESTINATION
2. ACCROÎTRE LA NOTORIÉTÉ
ENVERS LES SPORTIFS ET FAMILLES
3. PROMOUVOIR L'OFFRE DU TERRITOIRE
4. AMÉLIORER LA FRÉQUENTATION
DURANT LES AILES DE SAISON

LES NOUVEAUTÉS DE L'ANNÉE 2022

1. RÉVÉLER LA DESTINATION

CRÉATION D'UN MANIFESTE

Un manifeste ancrant la destination dans l'éco-tourisme a été conçu par écrit et en vidéo. Il met en exergue "Le Vrai Pays des Merveilles", notre nouveau positionnement et slogan.

Affiche avec texte engagé vers l'éco-tourisme et territoire à préserver, distribuée aux prestataires de la destination pour parler d'une seule voix.



Film vidéo de destination, qui appelle à un tourisme respectueux et raisonné, qui prend soin de l'écran dans lequel il réside. Cette vidéo est au service des acteurs du territoire. La vidéo des vœux pour l'année 2023 reprend, elle aussi, notre manifeste.



CAMPAGNE D'AFFICHAGE DANS LE MÉTRO PARISIEN

3 visuels d'affiche
représentant tout notre territoire
125 faces dans le métro • Paris Centre
Du 19 au 25 avril 2022

4 048 000
vues supposées

PARTICIPATION AU SALON ENVIE D'AILLEURS À MOUANS-SARTOUX

Pour ancrer notre destination mer montagne et accroître la notoriété envers la population "locale" des Alpes Maritimes.

100 contacts
dont 70 qualifiés

PARTICIPATION AU SALON ID WEEK-END À NICE

Pour mieux faire connaître la destination localement à l'échelle des Alpes Maritimes.

460 contacts

DESTINATION GASTRONOMIE

Création d'un magazine Masterchef sur notre territoire en novembre 2022

128 pages présentant les chefs locaux et leurs recettes, les producteurs et nos spécialités.



Distribué nationalement
dans les kiosques et Relay Presse

à 80 000
exemplaires

Le lancement a été accompagné d'une exposition photo sur la gastronomie.



2. ACCROÎTRE LA NOTORIÉTÉ ENVERS LES SPORTIFS ET FAMILLES



CRÉATION D'UN GUIDE DES AVENTURES MERVEILLEUSES
présentant 5 aventures, réparties sur l'ensemble du territoire

- Image de destination sportive transmise par cette action de notoriété.
- Partenariat avec la communauté Chilowé : Marque web de voyage responsable autour du concept de micro-aventures à vivre en France et orientées vers la nature. Cible parisienne et lyonnaise.
Envoi de newsletters et publication de pages sur leur site web.
235 000 personnes touchées
6 350 pages vues sur le site web : chilowe.com

NEWSLETTER mensuelle envoyée à notre base de données pour présenter l'actualité saisonnière du territoire, durant toute l'année 2022.

- 11 newsletters**
- 1^{ère} newsletter envoyée à 1 812 contacts**
- Dernière newsletter envoyée à 3 430 contacts**
- 48% de taux d'ouverture**



CRÉATION D'UNE APPLI D'ITINÉRAIRE MY VIZITO,
gratuite et dans plusieurs langues

1 769 téléchargements de l'app

proposant des circuits sur mesure selon son profil. L'appli offre aussi des circuits préparés par nos soins, tels que des routes thématiques (Route des forts, Route de la préhistoire, Parcours des arbres remarquables de Menton...).

My Vizito

CAMPAGNE DE STREET MARKETING durant l'été pour promouvoir les activités en ligne en partenariat avec le Casino Barrière de Menton.

- Des hôtesses ont distribué 10 000 flyers renvoyant vers notre place de marché, durant 14 jours entre le 13 juillet et le 28 août, à l'aide de 2 vélos tractant des panneaux d'affichage mobiles.

FAMILLE

- Partenariat annuel avec Récréance : Pub displays, Newsletter, publications Facebook, article sur site web. Récréance a mis en valeur les activités à faire en famille sur notre territoire, auprès d'une cible niçoise et sudiste.
113 404 impressions de la bannière pub
1^{ère} position de résultat naturel Google pour la recherche "Activités famille Menton"
2 newsletters envoyées à 4 650 abonnés Campagne Facebook avec **14 415 personnes atteintes en pic**
- Projection du film "Naïs au Pays des Loups" : janvier 2022. Projection ouverte à tous au palais de l'Europe à Menton pour promouvoir l'éco-tourisme et s'adresser aux familles locales.
- Réalisation de set de table en partenariat avec le Parc National du Mercantour pour les restaurateurs
45 000 exemplaires
1 face avec des jeux valorisant le Parc du Mercantour et 1 face avec un coloriage à réaliser et un lien vers les activités à faire sur notre territoire.

SPORT

- Insertion presse dans le magazine "Vélo Vert"
1 pleine page pour promouvoir les événements vélo du territoire sur l'année 2022 (**17 405 exemplaires**).
- Participation au salon Roc d'Azur
300 contacts et 56 contacts qualifiés
- Participation au salon du Randonneur à Lyon
206 contacts

3. PROMOUVOIR L'OFFRE DU TERRITOIRE





PROMOTION EUROPE DE PROXIMITÉ :



CAMPAGNE CRT CÔTE D'AZUR FRANCE

Un partenariat a été réalisé entre le CRT Côte d'Azur France et l'Office de Tourisme communautaire pour être représenté en termes de promotion nationale et internationale.

De multiples actions ont été menées, tels qu'une campagne d'affichage nationale, des accueils presse, des publicités sur des médias nationaux web, des éditeurs pour tour-opérateurs internationaux, des opérations presse à l'étranger, des stands sur des salons nationaux... Nous avons ciblé l'Europe de proximité dans nos actions conjointes.

Site web en 4 langues : (auparavant en 3 langues)
en 2022, le site a été traduit en allemand.

Le magazine de destination a lui aussi été traduit en allemand

Conçu pour une durée de 2 ans, le magazine devient un outil de promotion indispensable.

Impression en 2022 : 29 000 exemplaires
dont 21 000 ex. en français / 2 000 ex. en allemand
3 000 ex. en anglais / 3 000 ex. en italien

✓ ITALIE :

18 avril - 15 mai 2022 : Milan et Turin
Habillage de 2 tramways en Italie durant 1 mois

2 233 102 contacts estimés

1 page dans le quotidien national "Il Giornale"

120 000 tirages

1 page dans le magazine "Explore France"

Version Italie

Distribués à 50 000 exemplaires durant toute l'année 2022

Sortie en Mai 2022

✓ UK :

Présence au Chelsea Flower Show et conférence de presse à Londres en partenariat avec le CRT Côte d'Azur France.

✓ SCANDINAVIE :

NORVÈGE : Actions de promotion sur les sites web Solfaktor et Escapeaway de mi-juin à mi-septembre, et sur Kayak et Momondo de mi-août à mi-octobre, en partenariat avec le CRT SUD et Atout France (Post Facebook et Instagram, Display, Google Ads, E-News, page sur site web de Solfaktor...).

- Kayak (estimation) :
500 personnes pour la campagne globale Côte d'Azur
- Escapeaway et Solfaktor :
63 réservations avec 138 personnes
- Campagne Facebook Escapeaway :
129 829 impressions / 784 clics / 36 réservations
- Campagne Solfaktor :
39 472 impressions / 107 clics
- Newsletter Escapeaway : 16 431 inscrits
- Newsletter Solfaktor : 35 407 inscrits
- Promotion site web : 75 609 impressions et 435 clics

SUÈDE ET NORVÈGE : Accueils de 2 influenceurs, l'un suédois et l'autre norvégien, sur les ailes de saison.

- Influenceur Sport : Insta : 662 like / 7828 comptes touchés / 9785 impressions / Youtube : 2 400 visiteurs uniques - 39 200 impressions
- Influenceur Culture et lifestyle : Insta Réels : 9 897 + 10 063 personnes touchées / stories : 69 971 + 121 774 personnes touchées

✓ SUISSE :

Newsletter envoyée aux médias suisses sur la thématique de la gastronomie en partenariat avec Atout France Suisse.

✓ ALLEMAGNE :

Campagne Explore France Côte d'Azur accompagnée par le CRT SUD, sur Wed.de :
37 réservations en 2022 / 49 nuitées en 2022

Stand sur le salon Presse IMM Berlin.
Multiples prises de contacts avec les journalistes allemands.

4. AMÉLIORER LA FRÉQUENTATION DURANT LES AILES DE SAISON

CAMPAGNE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX NATIONALE ET LOCALE :



L'une en ailes de saison (Printemps et Toussaint) avec pour but la conquête de nouveaux visiteurs, avec une diffusion nationale.

• Vague 1 :

15 136 490 impressions totales
6 contenus
132 759 clics sur un lien
28 556 vues de vidéos à 95%

• Vague 2 :

12 276 929 impressions totales
6 contenus
115 987 clics sur un lien
47 518 vues de vidéos à 95%

L'autre avec la promotion des activités à faire pour les personnes en séjour durant les périodes de forte affluence (vacances scolaires de Pâques, Été, Toussaint), avec une diffusion locale. Objectif : conversion vers la place de marché.

• Vague Pâques :

178 977 personnes uniques touchées
7646 clics vers le site

• Vague Été :

667 933 personnes uniques touchées
45 381 clics vers le site

• Vague Toussaint :

309 120 personnes uniques touchées
16 990 clics vers le site

AU GLOBAL

34 573 002 impressions
2.95 millions d'interactions
249 109 clics vers notre site
1.77 millions de vues de vidéos

Campagne FR : 11 874 278 impressions et 108 454 clics sur un lien vers le guide des aventures merveilleuses

Campagne IT : 8 851 769 impressions et 76 604 clics vers le guide des aventures merveilleuses

+ ACTUALISATION DES GUIDES DE VOYAGES :

Guide du Routard, Le Petit Fûté, Lonely Planet, éditions Michael Müller (Allemagne)



SALONS

PARTICIPATION À 6 SALONS PRESSE, DONT UN EN DISTANCIEL

- ✓ Allemagne (Berlin) : 25 contacts obtenus
- ✓ Italie (Salon digital) : 16 contacts obtenus
- ✓ Italie (Milan) : 17 contacts obtenus
- ✓ France (Paris-CRT Côte d'Azur France) : 21 contacts obtenus
- ✓ France (Paris-IMM) : 19 contacts obtenus
- ✓ Angleterre (Manchester et Londres) : 44 contacts obtenus



© OTC

ACCUEILS PRESSE TOUTE L'ANNÉE

Nombre d'accueils presse :
35 journalistes
8 influenceurs

13 nationalités différentes accueillies :
France : 12 - Allemagne : 5 - Suède : 3
Suisse : 1 - Angleterre : 2 - Italie : 3
Pays-Bas : 1 - Canada : 1 - États-Unis : 2
Danemark : 1 - Croatie : 1
Belgique : 1 - Japon : 1

Organisation d'un voyage de presse (sur le thème de la gastronomie) sur le littoral et dans la vallée de la Roya avec des journalistes (France + Australie) et la responsable du CRT Région Sud.

Accueil des équipes de tournage pour : Détour en France, TVDeiViaggi (en lien avec Atout France Italie), 90 minutes, CRT Côte d'Azur France, France 2, France 5 "Silence ça pousse".



COMMUNIQUÉS DE PRESSE

19 ENVOYÉS

Les retombées médias cumulées, à la suite des communiqués de presse, aux accueils presse et aux tournages : 200 retombées.

Eductour organisé dans le cadre du salon Travel Meet avec 5 tour-opérateurs internationaux en hiver : 1 journée sur notre territoire entre Roquebrune-Cap-Martin et Menton à la découverte de notre patrimoine culturel (Villa Eileen Gray, Jardins de Menton et vieille ville).

Et participation au Travel Meet Méditerranée à Nice en décembre, avec rencontres avec 20 TO européens.

SITE INTERNET ET RÉSEAUX SOCIAUX

EN 2022

424 912

UTILISATEURS
[172 688 EN 2021]

581 714

SESSIONS
[219 292 EN 2021]

1 226 725

PAGES VUES
[492 246 EN 2021]

www.menton-riviera-merveilles.fr



65.7%
D'UTILISATEURS



29.9%
D'UTILISATEURS



4.4%
D'UTILISATEURS



Nombre de fans : **10 468**
Nombre d'abonnés : **11 645**
Nombre de publications : **319**



Nombre d'abonnés : **7 891**
Nombre de publications : **154**



Nombres d'abonnés : **935**
Nombre de tweets : **354**



Nombres d'abonnés : **1 083**
Nombre de publications : **136**

Les origines géographiques
de nos internautes en 2022 :

Par région :
Provence-Alpes-Côte d'Azur
› 113 428

Île-de-France
› 79 864

Auvergne-Rhône-Alpes
› 63 044

Bretagne
› 38 301

Occitanie
› 14 749

Par pays :
France › 349 697
Italie › 10 848
Belgique › 5 612
Allemagne › 5 235
États-Unis › 21 348



SITE WEB - ANGLAIS

121 pages
Utilisateurs 27 821
Sessions 36 017
Pages vues 65 723



SITE WEB - ITALIEN

128 pages
Utilisateurs 73 824
Sessions 88 173
Pages vues 127 524



SITE WEB - ALLEMAND

Mis en ligne le 5/07
111 pages
Utilisateurs 3 140
Sessions 3 976
Pages vues 9 374

AXE 3
Commercialisation

AXE 3

Commercialisation

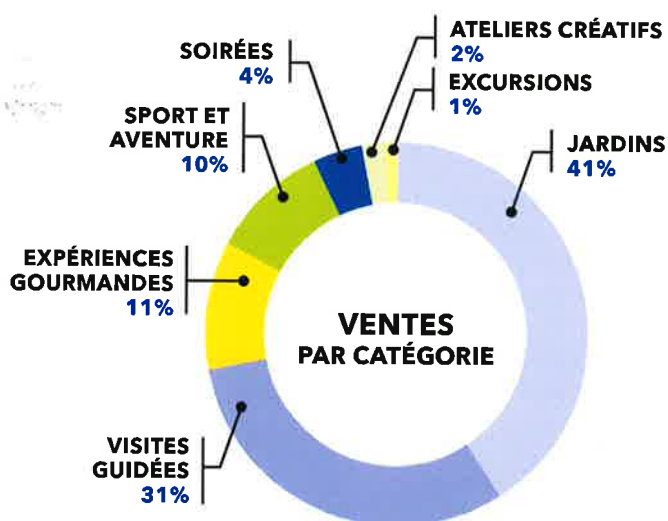
LA PLACE DE MARCHÉ

En 2022, la place de marché a généré 49 365€ de chiffre d'affaires avec 3968 tickets vendus dans les bureaux d'information touristique (36%) et directement sur le site internet (64%), dont 45 115,50 € pour les prestataires.

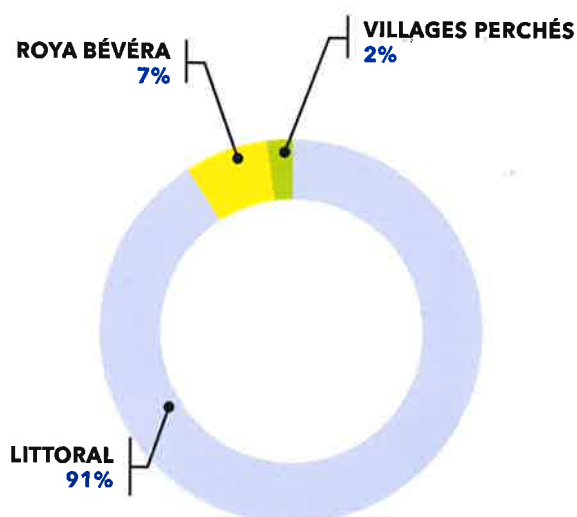
22 PRESTATAIRES D'ACTIVITÉS ET DE SERVICE
125 OFFRES SUR LA PLACE DE MARCHÉ

L'activité incontournable de Menton, Riviera & Merveilles est la visite de jardins qui représente 41% des ventes, suivis des activités culturelles réparties sur tout le territoire (31% des ventes).

RÉPARTITION DU NOMBRE DE TICKETS PAR CATÉGORIE



UNE RÉPARTITION INÉGALE DES OFFRES SUR LE TERRITOIRE



TOP 5 DES ACTIVITÉS

3
Le jardin Maria Serena

1
Visite de Menton en train touristique

4
Le domaine des Colombières

★★★★★
2
Rendez-vous Menton : Fontana Rosa, jardin des Romanciers

5
Rendez-vous Menton : Les ruelles de l'histoire



AXE 4

Accompagnement
des professionnels du tourisme



AXE 4

Accompagnement des professionnels du tourisme

La "Team Presta" de l'Office de Tourisme Menton, Riviera & Merveilles accompagne les professionnels du tourisme toute l'année. La "Team Presta" a été particulièrement active au travers de rendez-vous réguliers, d'ateliers et d'outils, en les sensibilisant aux évolutions, aux labels existants et en les associant aux actions de l'Office de Tourisme Menton, Riviera & Merveilles.



- › 1^{er} salon des professionnels du Tourisme organisé au Palais de l'Europe le 10 mai 2022 dédié aux prestataires d'activités : loisirs, sport et culture.

Nombre d'exposants : 35

Nombre de visiteurs : 130 personnes

- › 3 éductours pour les professionnels du territoire :
50 participants

- › **14 présentoirs** mis en place sur le territoire pour la promotion touristique.

- › Guide du partenaire avec tous les services offerts aux professionnels du territoire Menton, Riviera & Merveilles + mise en ligne sur l'espace pro du site internet.

- › **147 visites** à la rencontre des professionnels et de leurs besoins.

- › Diagnostic numérique du territoire :
État des lieux des usages numériques des professionnels du tourisme de notre destination afin de connaître leurs besoins et leur proposer des actions adaptées.

- › Ateliers d'accompagnement numérique : **7 ateliers - 93 participants**

- Stratégie de communication digitale - Janvier : 19 participants
- Google My Business - Janvier/février : 14 participants
- Facebook - Mars : 12 participants
- Instagram - Avril : 11 participants
- Référencement naturel - Octobre/Novembre : 17 participants
- E-Réputation - Décembre : 7 participants
- Atelier lors du Salon du Tourisme - 10 Mai : 13 participants

- › Sur le site web, un nouvel onglet Espace Pro a été créé pour répondre au mieux aux prestataires touristiques du territoire et leur permettre de trouver des outils dédiés en ligne.

Statistiques : 1012 utilisateurs - 2392 pages vues

- › Sets de table en partenariat avec le Parc National du Mercantour :
90 000 exemplaires

- › Rencontres pour sensibiliser les professionnels à améliorer leur qualité d'accueil et à entrer dans l'ère éco-responsable

- › Présentation de la Route du Citron aux membres de l'APCM





AXE 5

Cap sur la qualité !

© Fango Visual



AXE 5

Cap sur la qualité !

Remise officielle de la marque **Qualité Tourisme** et pose de la plaque du classement en catégorie 1 de l'Office de Tourisme Menton, Riviera & Merveilles organisée le mercredi 27 avril 2022.



En présence de M. Yves JUHEL, Maire de Menton, Président de la Communauté d'Agglomération de la Riviera Française et Président de l'Office de Tourisme communautaire, et de M. Christian MORISARD, Président de la Fédération régionale des Offices de Tourisme de la région Sud et Président de la Fédération Nationale des Organismes de tourisme, ADN Tourisme.



Le service qualité a la charge de différentes missions au sein de l'Office de Tourisme Communautaire, Menton, Riviera & Merveilles.

Cette année, le service a répondu à ses deux objectifs principaux : faire obtenir le classement en 1^{ère} catégorie de l'OTC et mettre en œuvre le Label Famille Plus.

LES MISSIONS

L'Office de Tourisme et son équipe s'engagent dans cette démarche avec plusieurs objectifs :

1. Faire le suivi de la démarche qualité au sein de l'OTC ; soit le siège et les 7 bureaux d'accueils de la CARF
2. Développer la labélisation sur la destination
3. Effectuer les démarches et le dossier pour le classement de l'OTC en 1^{er} catégorie
4. Effectuer le traitement et le suivi des réclamations et suggestions clients
5. Organiser, mettre en œuvre et suivre les plateformes taxe de séjour pour les communes de l'OTC ainsi qu'apporter une aide administrative et d'animation réseau
6. Statistiques et observatoire du territoire
7. Élaboration du suivi pour le classement de la commune de Menton



MEUBLÉS DE TOURISME

42 MEUBLÉS CLASSÉS EN 2022
dont 36 meublés classés par l'OTC
[27 en 2021 - 18 en 2020]

**AU TOTAL, À CE JOUR,
234 MEUBLÉS DE TOURISME
CLASSÉS**
depuis sa création sur l'ensemble du territoire dont 195 meublés classés actifs et 39 cessations d'activité et non renouvellement.

**NOUVELLE GRILLE DE CONTRÔLE
DE CLASSEMENT DE MEUBLÉS**
mise en place le 1^{er} février 2022

**AU TOTAL
2 354 MEUBLÉS DE TOURISME
DÉCLARÉS DANS LA CARF**
[1106 en 2021]

QUALIFICATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE DU TERRITOIRE MENTON, RIVIERA & MERVEILLES

L'OTC est chargé de la saisie sur la base de données APIDAE afin de faire remonter les prestataires touristiques du territoire sur les différents supports de communication (site Internet de l'OTC et du CRT, applications, éditions...).

16 conseillers en séjours sont formés pour mettre à jour cette base de données :

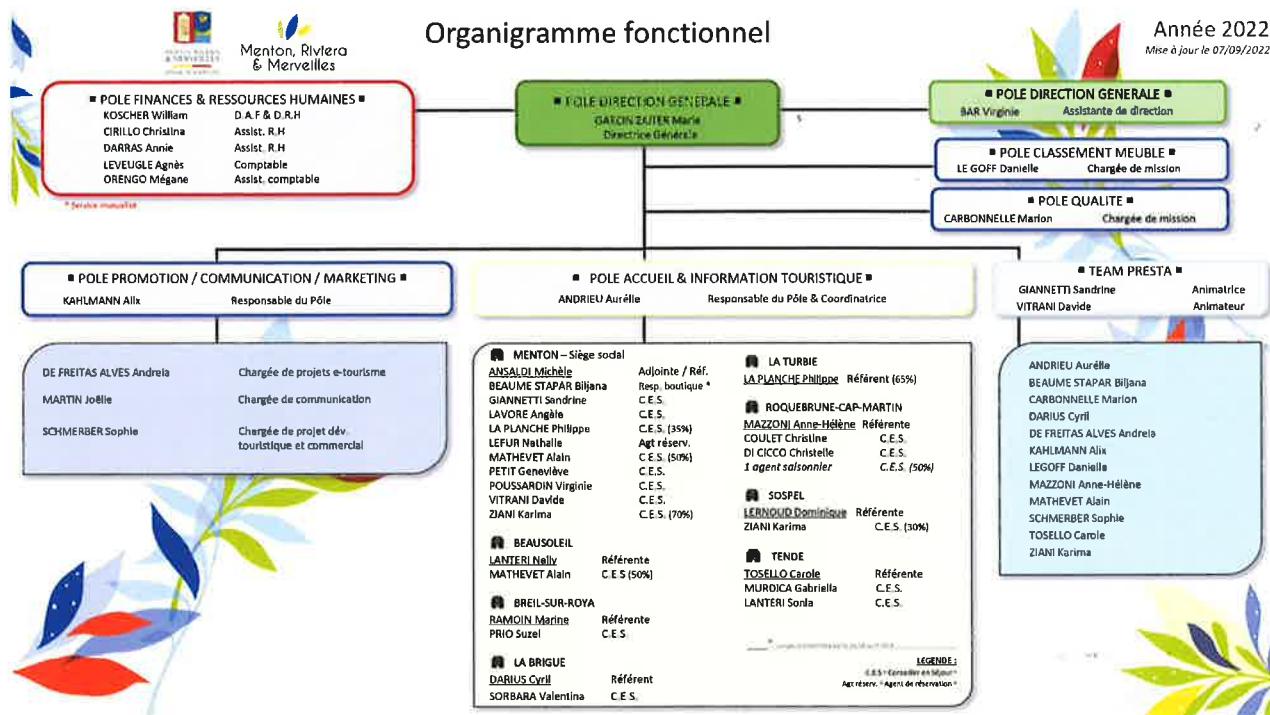
- ✓ 1 228 fiches créées depuis le début de l'année
- ✓ 3 149 fiches mises à jour depuis le début de l'année
- ✓ 6 204 au total ont été saisies au 31/12/2022

AXE 6

Finances, ressources humaines et formations

AXE 6

Finances, ressources humaines et formations

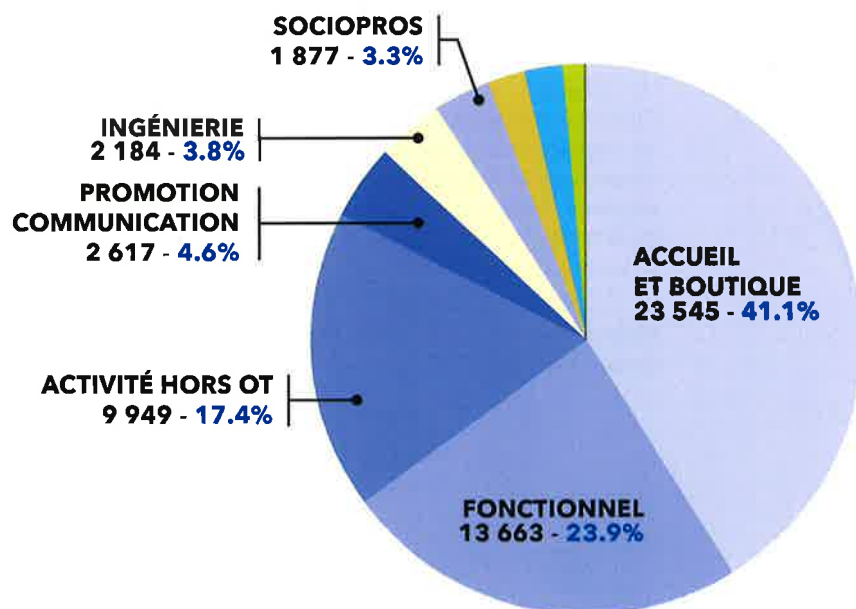


CHIFFRES 2022

TABLEAU DE BORD 2022 AVEC LES INDICATEURS D'ACTIVITÉ

L'organisation de l'Office de Tourisme Menton, Riviera & Merveilles, constitué de 8 pôles et composé de 8 bureaux d'information touristique, d'un point d'information touristique et d'un "back-office", implique de bien mesurer la répartition du temps de travail et les différents coûts de production des services produits. C'est la raison pour laquelle l'Office de Tourisme utilise, depuis 3 ans, la solution Evaluametriz lui permettant de connaître le temps de travail consacré par pôle d'activité.

RÉPARTITION DU TEMPS DE TRAVAIL [EN HEURES]



**TEMPS DE TRAVAIL
TOTAL**
57 246 HEURES
33 personnes en ETP
AU 31/12/2022

- PRESSE** 1 307 - 2.3%
- COMMERCIALISATION** 1 237 - 2.2%
- OBSERVATION** 712 - 1.2%
- ÉVÉNEMENTS** 155

FORMATIONS

L'OTC monte en compétence et forme son personnel...



16
FORMATIONS
EN 2022

78
PARTICIPANTS
EN 2022

251
HEURES
ET 30 MINUTES

© OTC

LE COMITÉ DE DIRECTION

Le Comité de Direction de l'Office de Tourisme Communautaire Menton, Riviera & Merveilles comprend les représentants de la CARF qui détiennent la majorité des sièges et forment le collège des élus, et le collège des socio-professionnels : 32 membres en exercice dont 25 membres élus titulaires et 7 membres socio-professionnels et autant de suppléants.

Le Comité de Direction de l'Office de Tourisme Menton, Riviera & Merveilles s'est réuni au cours de 5 séances durant l'année 2022.

BILAN FINANCIER

Les résultats de l'exercice 2022 se présentent de la manière suivante :
RÉALISATIONS DE L'EXERCICE 2022
[EN EUROS]

SECTION D'EXPLOITATION :

DÉPENSES : 2 612 995,40 €

RECETTES : 2 263 749,47 €

SECTION D'INVESTISSEMENT :

DÉPENSES : 36 101,23 €

RECETTES : 55 575,58 €



TOTAL
(RÉALISATIONS + REPORTS)

DÉPENSES
2 650 208,22 €

RECETTES
3 070 157,27 €

SOLDE
419 949,05 €

SECTION D'EXPLOITATION

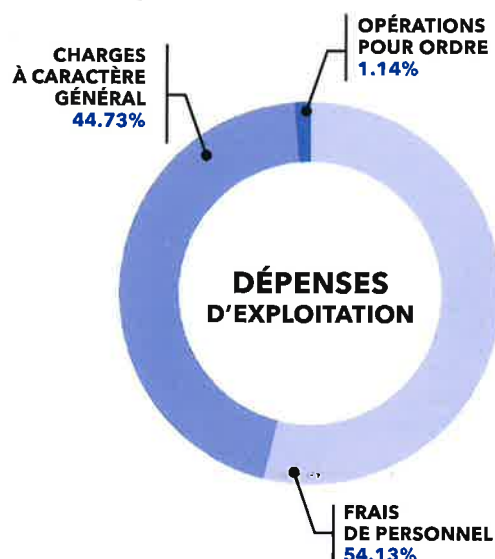
LES DÉPENSES D'EXPLOITATION

Les dépenses réelles de la section d'exploitation pour l'exercice 2022 s'établissent à **2 612 995,40 €**, dont :

➤ **1 414 460,88 € de frais de personnel** représentant 54.13% des dépenses de l'année, cela s'explique du fait que l'Office de tourisme Communautaire est un établissement public de service

➤ **1 168 798,94 € de charges à caractère général**

➤ **29 735,58 € d'opérations pour ordre**



LES RECETTES D'EXPLOITATION

Les recettes totales de la section d'exploitation s'élèvent pour 2022 à **2 263 749,47 €** dont :

✓ 1 930 000 € de subvention d'équilibre versée par la Communauté d'Agglomération de la Riviera Française

✓ 141 179,61 € de ventes commerciales (Boutiques et prestations de services)

✓ 20 000 € de subvention par le CCI de la Région PACA

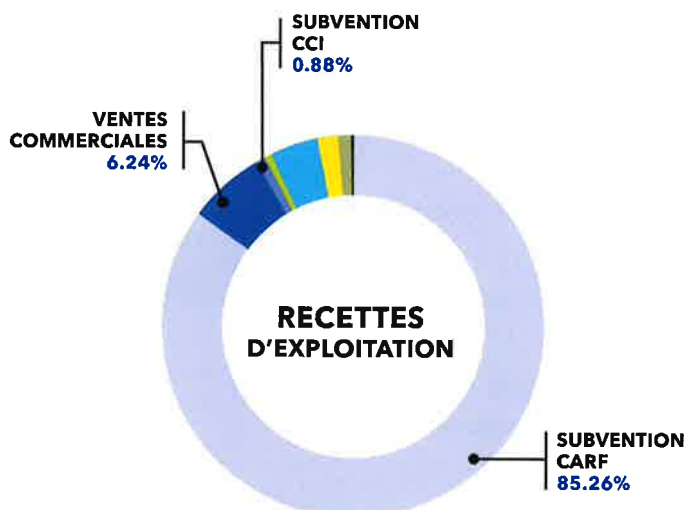
✓ 14 463 € de la Région,

✓ 95 190,50 € d'atténuation de charges relatif aux remboursements sur rémunérations (Mise à disposition, IJSS, IJPP, ...) et à la variation du stock boutique

✓ 32 500 € de reversement de taxe de séjour

✓ 4 416,36 € de produits de gestion courante et exceptionnels

✓ 26 000 € d'opérations diverses pour ordres



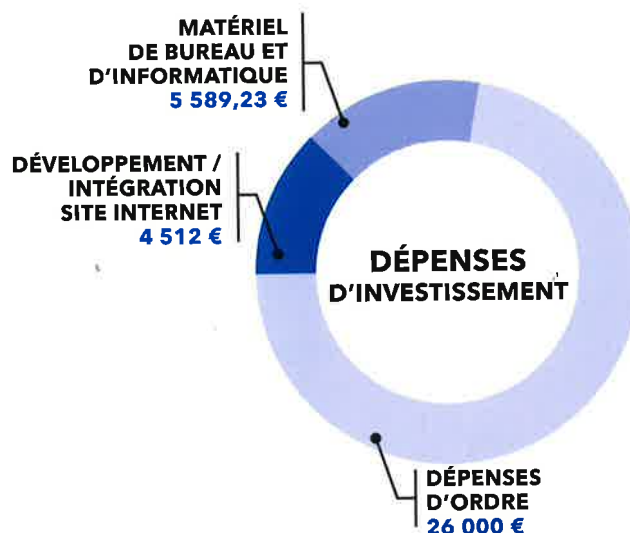
SECTION D'INVESTISSEMENT

LES DÉPENSES D'INVESTISSEMENT

Les dépenses totales de la section d'investissement s'élèvent pour 2022 à **36 101,23 €** et se décomposent en 10 101,23 € de dépenses réelles et 26 000 € de dépenses d'ordre.

S'AGISSANT DE DÉPENSES RÉELLES, IL CONVIENT DE SOULIGNER LES ACQUISITIONS DE L'ANNÉE :

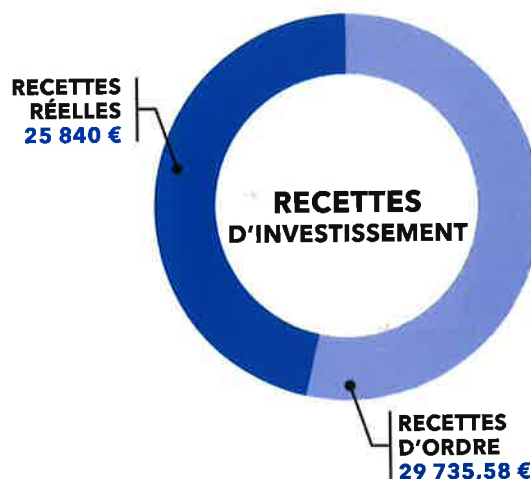
- Développement / intégration site internet : 4 512 €
- Matériel de bureau et d'informatique : 5 589,23 €



LES RECETTES D'INVESTISSEMENT

Les recettes totales de la section d'investissement s'élèvent pour l'exercice 2022 à **55 575,58 €** et se répartissent comme suit :

- ✓ 25 840 € de recettes réelles (subvention équipement de la CARF + Région)
- ✓ 29 735,58 € de recettes d'ordre



RÉPARTITION DU BUDGET PAR PÔLE D'ACTIVITÉ DE L'OTC (EN EUROS) [HORS FONCTIONNEL]

ACCUEIL ET BOUTIQUE	1 083 543	70%
PROMOTION COMMUNICATION	120 440	7.8%
INGÉNIERIE	100 487	6.5%
SOCIOPROS	86 388	5.6%
PRESSE	60 131	3.9%
COMMERCIALISATION	56 922	3.7%
OBSERVATION	32 773	2.1%
ÉVÉNEMENTS	7 115	0.5%
TOTAL	1 547 797	





LE PLAN D' ACTIONS 2023



LES PRINCIPAUX AXES DU PLAN D' ACTIONS 2023

Assurer la promotion de Menton, Riviera & Merveilles
sur les marchés prioritaires et de proximité

Communiquer de façon innovante sur nos marchés prioritaires

Positionner notre destination sur le développement durable
et engager les prestataires vers plus d'écoresponsabilité

Structurer l'offre touristique du territoire

Développer des retombées économiques liées au tourisme sur le territoire

Fédérer les professionnels du tourisme de la destination

Développer l'accueil sur le territoire à travers un schéma d'accueil et d'information

Construire un observatoire du tourisme

Créer un service commercial groupes et développer les excursions

Faire connaître et aimer la marque territoriale partagée
"Menton, Riviera & Merveilles"





Le vrai Pays des Merveilles

est bien réel

C'est un jardin. Une nature abrupte, sauvage et absolue. Certaines espèces ont choisi de ne vivre qu'ici. Dans ces lieux originels, au cœur des montagnes sacrées.

Il faut du temps pour l'apprécier. Il ne se révèle pas facilement. Au sommet d'une montagne, derrière un chemin, niché dans une vallée... ce pays ne s'offre qu'à celui qui se donne la peine de le découvrir.

C'est un pays vibrant, où rien n'est figé. Qui réveille les corps et fait renaître les énergies. Ici les histoires se racontent par milliers et les rencontres ne s'oublient pas. C'est une perle rare. Ceux qui l'habitent voudraient le garder secret, ceux qui le découvrent, repartent envoûtés.

Le pays des Merveilles est magnétique. Grandiose mais fragile. En équilibre. C'est un pays merveilleux car il ouvre la porte à un nouveau tourisme. Raisonnable, humain et apaisé.



Menton
Riviera
Merveilles

Office de Tourisme
Menton, Riviera & Merveilles

8 AVENUE BOYER • 06500 MENTON

T. +33 (0)4 83 93 70 20

info@menton-riviera-merveilles.fr

www.menton-riviera-merveilles.fr

Retrouvez-nous aussi sur les réseaux sociaux
[#mentonrivieramerveilles](https://www.instagram.com/mentonrivieramerveilles)

