

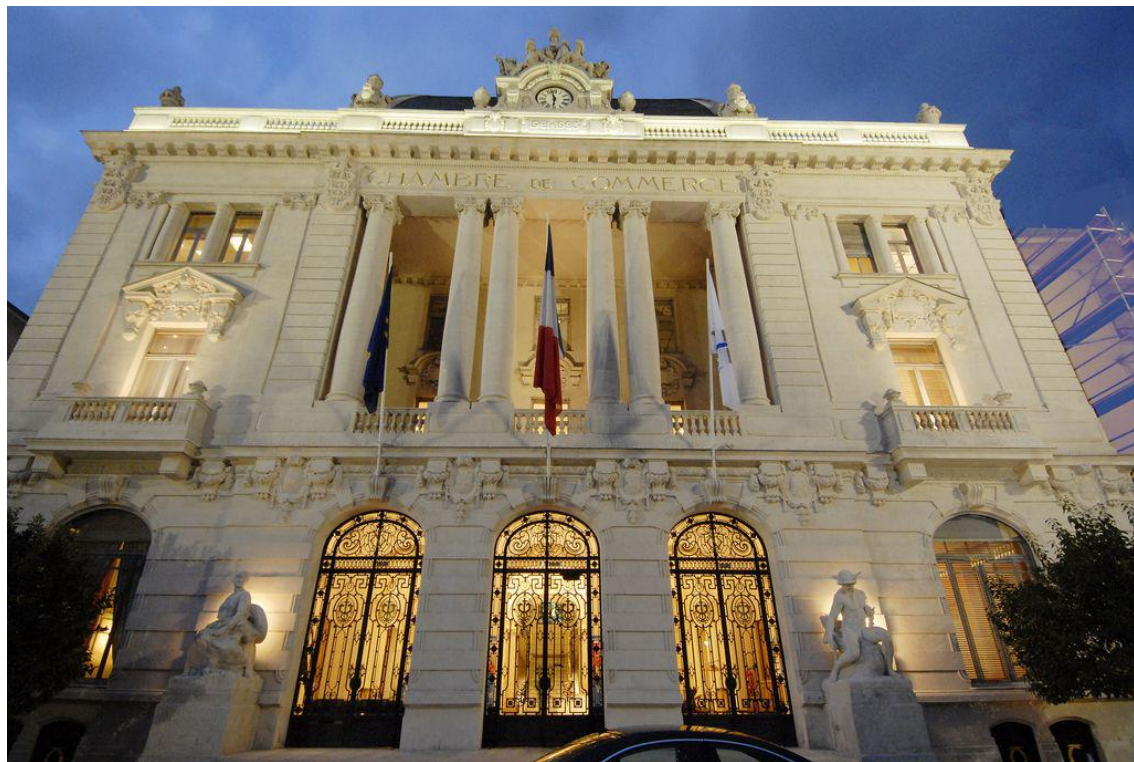


LANCEMENT DE SAISON

OFFICE DU TOURISME
MÉTROPOLITAIN
NICE CÔTE D'AZUR
9 JUIN 2022

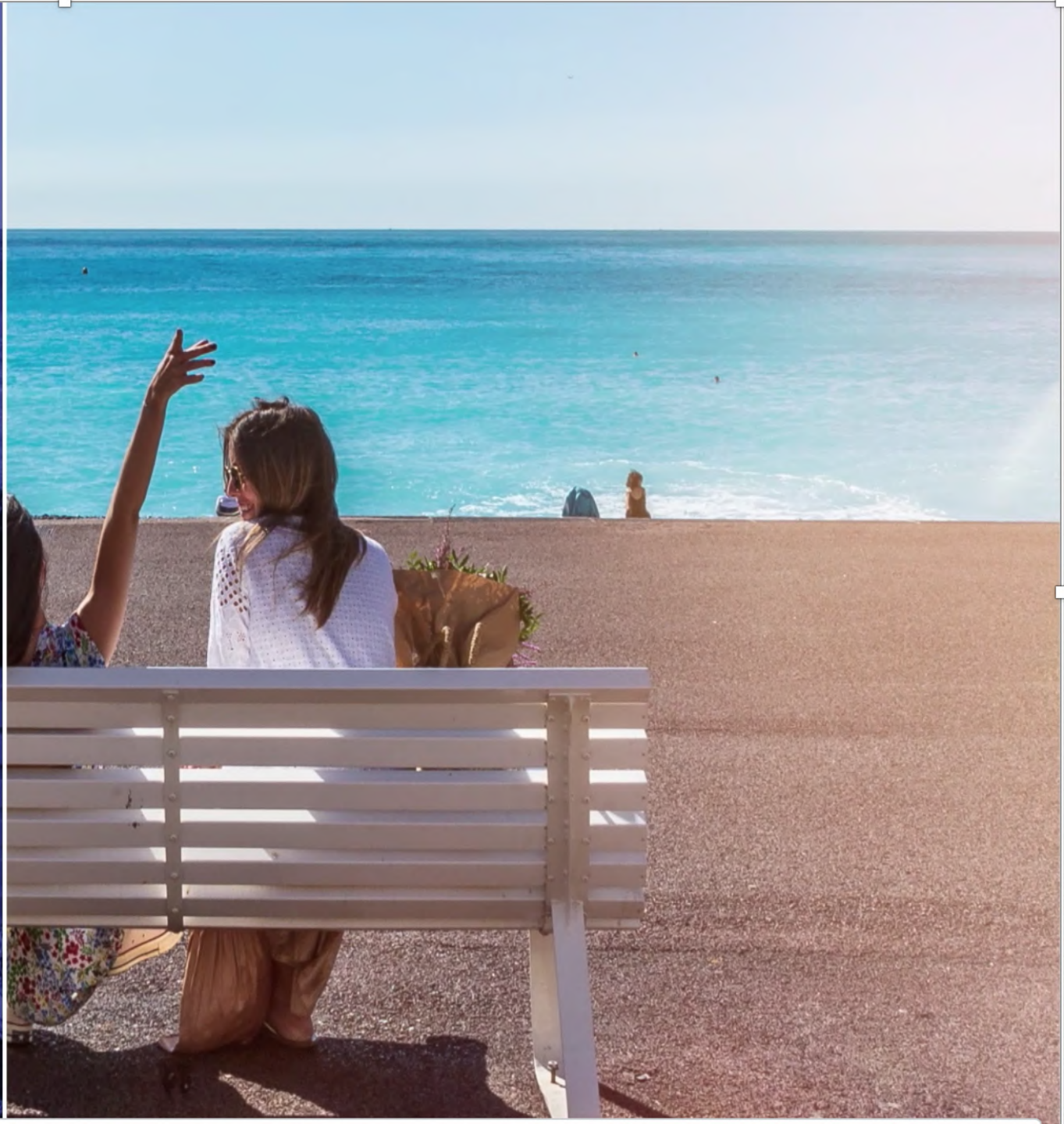


REMERCIEMENTS

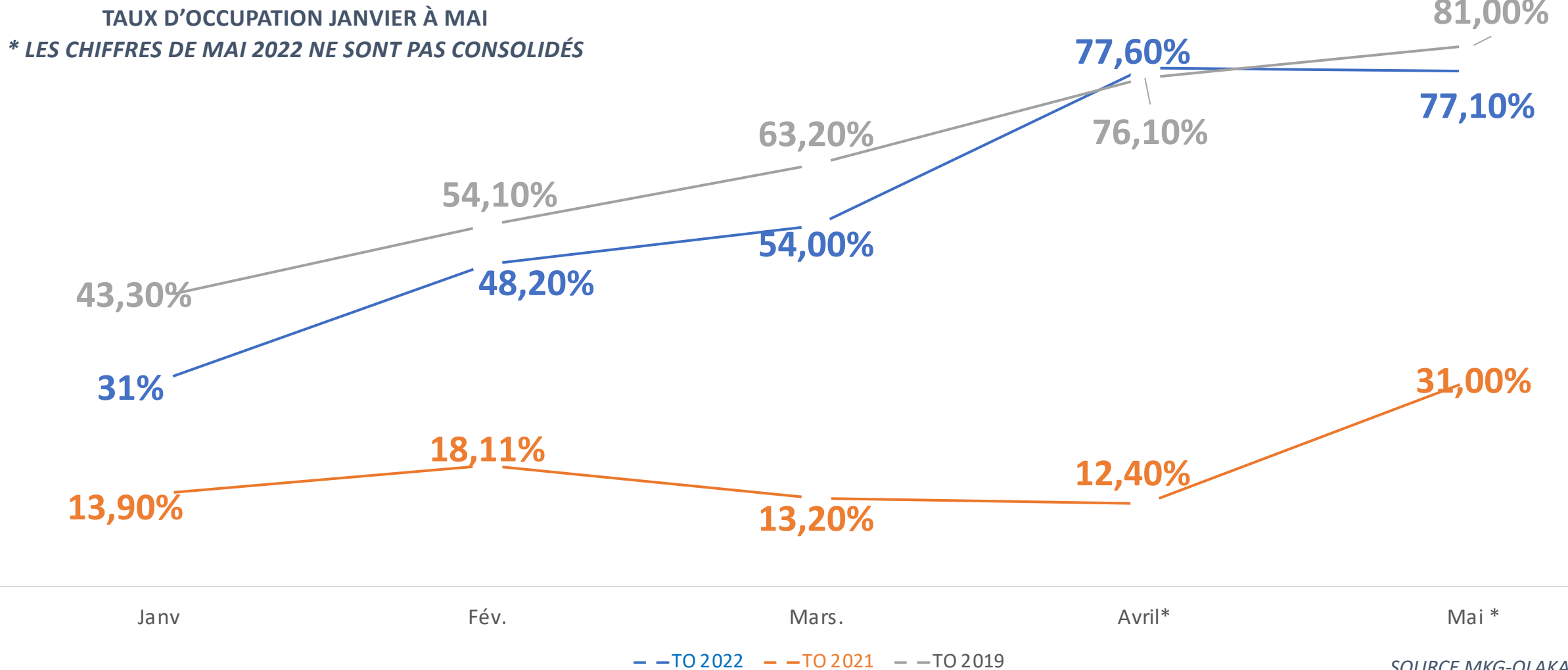




**UN QUASI
RETOUR
AU NIVEAU
DE 2019**



UN TAUX D'OCCUPATION EN PROGRESSION À FIN MAI



SITUATION DE JANVIER À AVRIL 22



TO 52,5%

**+37,9 pts VS 2021
-8,1 pts VS 2019**

PM 102,9€

**+51,1% VS 2021
+9,1% VS 2019**



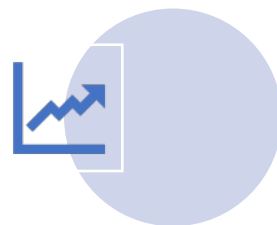
REVPAR 54€

**+444,5% VS 2021
-5,6% VS 2019**

Des prévisions encourageantes



UNE SAISON QUI S'ANNONCE
TRES POSITIVE AVEC



UN TAUX DE
RÉSERVATION DE

67% POUR JUIN

45% POUR JUILLET

SOURCE MKG-OLAKALA

Des intentions de voyages fortes, notamment
des marchés

Américain
Canadien
Britannique
Européen

[TOUTE L'ACTUALITÉ SUR LES PAGES PARTENAIRES DE NOTRE SITE](#)

L'AÉROPORT VERS UN RETOUR À LA NORMALE

UN PROGRAMME DE VOLS ETOFFÉ

-
- ✓ 107 destinations
 - ✓ 40 pays
 - ✓ 55 compagnies
 - ✓ 9 lignes long-courriers dont 3 nouveautés
 - ✓ 26 nouvelles lignes dont 23 moyen-courriers et 3 long-courriers
 - ✓ 8 nouvelles compagnies
 - ✓ 11 nouvelles destinations



L'AÉROPORT VERS UN RETOUR À LA NORMALE

UNE HAUSSE PROGRESSIVE DU TRAFIC

2019

- 3 786 174 PASSAGERS
- 60 % passagers internationaux

2022

- 2 769 431 PASSAGERS
- 52 % passagers internationaux

(FIN AVRIL 2022 – DONNÉES AÉROPORT NICE CÔTE D'AZUR)

RETOUR SUR
L'ACTIVITÉ
DE L'**OTM**
DU **1^{ER} SEMESTRE**
2022



Séduire & Convertir

7 campagnes pour l'avant saison en France, Europe & USA

AVRIL

A PARTIR D' AVRIL

AVRIL A MAI

MAI -JUN

MAI -JUN

UK

Notoriété
via Réseaux-
sociaux
(OTM)



FRANCE

#onatousbesoindusud
Notoriété Via Digital
et TV

Conversion
Hotels.com (CRT SUD)

France & Europe

« Pure Lumière »
Notoriété Via Digital
Conversion Via
Expedia

(Côte d'Azur France)



USA

Notoriété &
Conversion Via
Expedia
(Côte d'Azur France)



SUISSE

Notoriété Via
affichage tram à
Genève
(OTM)



NORVÈGE:

Notoriété &
conversion Via
Escape Away,
Solfaktor,
Momondo

Allemagne :
Notoriété et
conversion Via
weg.de, Géo Mag
& Service Reisen

PANEUROPÉENNE

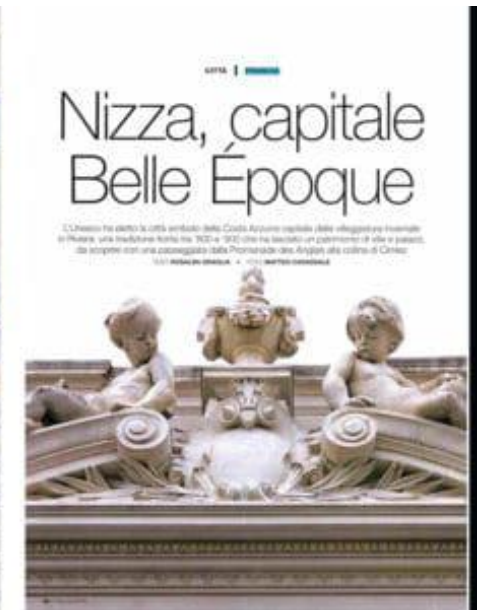
CRÉER DE LA VISIBILITÉ VIA LES RELATIONS PRESSE

- **50** ACCUEILS DE JOURNALISTES FRANÇAIS, EUROPÉENS & AMÉRICAINS DONT
 - UN PRESS TRIP « IRISÉE NATURELLEMENT » EN PARTENARIAT AVEC « LA COMPAGNIE » (**USA**)
 - UN PRESS TRIP « ½ FINALE TOP 14 » (**France**)
- **13** PARTICIPATIONS À DES WORKSHOPS PRESSE
 - FRANCE, UK, ITALIE, ESPAGNE, BELGIQUE, ALLEMAGNE, SUISSE, ROUMANIE, PECO, PAYS-BAS ET BELGIQUE

DEPUIS LE 1er JANVIER



A sneak peek of FRANCE Magazine's January 2022 issue - Credit: Archant



Des retombées presse sur tous les marchés

à consulter sur votre espace partenaire <https://www.explorenicecotedazur.com/blog-pro-actualité/>

CRÉER DE LA VISIBILITÉ VIA DES PARTENARIATS PRESSE

ÉLECTION DU VÉLO DE L'ANNÉE À LEVENS

ROUTE, GRAVEL, VTT & VTTAE

MISE EN VALEUR DE L'OFFRE VÉLO DU TERRITOIRE

- LES MAGAZINES LE CYCLE, E BIKE & VTT 2022
- DES REPORTAGES ET PUBLI SUR LES 3 ÉDITIONS DURANT L'ANNÉE



voire espace partenaire <https://www.explorenicecotedazur.com/blog-pro-actualité/>

DÉVELOPPER LA PROGRAMMATION *VIA LES RÉSEAUX DE DISTRIBUTION*

12 PARTICIPATIONS À DES WORKSHOPS, ROADSHOWS, DÉMARCHAGES

- ROYAUME-UNI, USA, CANADA, AUTRICHE & PECO, BELGIQUE, BRÉSIL, SCANDINAVIE

2 ACTIONS DU PAC « RWC 2023 » CRT SUD / MARSEILLE / NICE

- UN ROADSHOW AFRIQUE DU SUD ET UN DÉPLACEMENT AU JAPON DANS LE CADRE DU PROGRAMME « SAKIDORI »
- UN FAM TRIP RUGBY AFRIQUE DU SUD & AUSTRALIE

3 FAM TRIPS

- USA AVEC « LA COMPAGNIE », BRÉSIL, SCANDINAVIE

UN RETOUR SIGNIFICATIF DES DEMANDES D'AIDES TECHNIQUES

- A NOTER : DEMANDES GROUPES EN HAUSSE SIGNIFICATIVE POUR LE PRINTEMPS

DÉVELOPPER LE TOURISME D'AFFAIRES *VIA LES AGENCES MICE*

9 PARTICIPATIONS À DES SALONS & WORKSHOPS MICE

- USA, ALLEMAGNE, AUTRICHE, SUISSE, ROYAUME-UNI, FRANCE

1 ÉVÉNEMENT OTM NICE EN ALLEMAGNE

- BERLIN & FRANCFORT

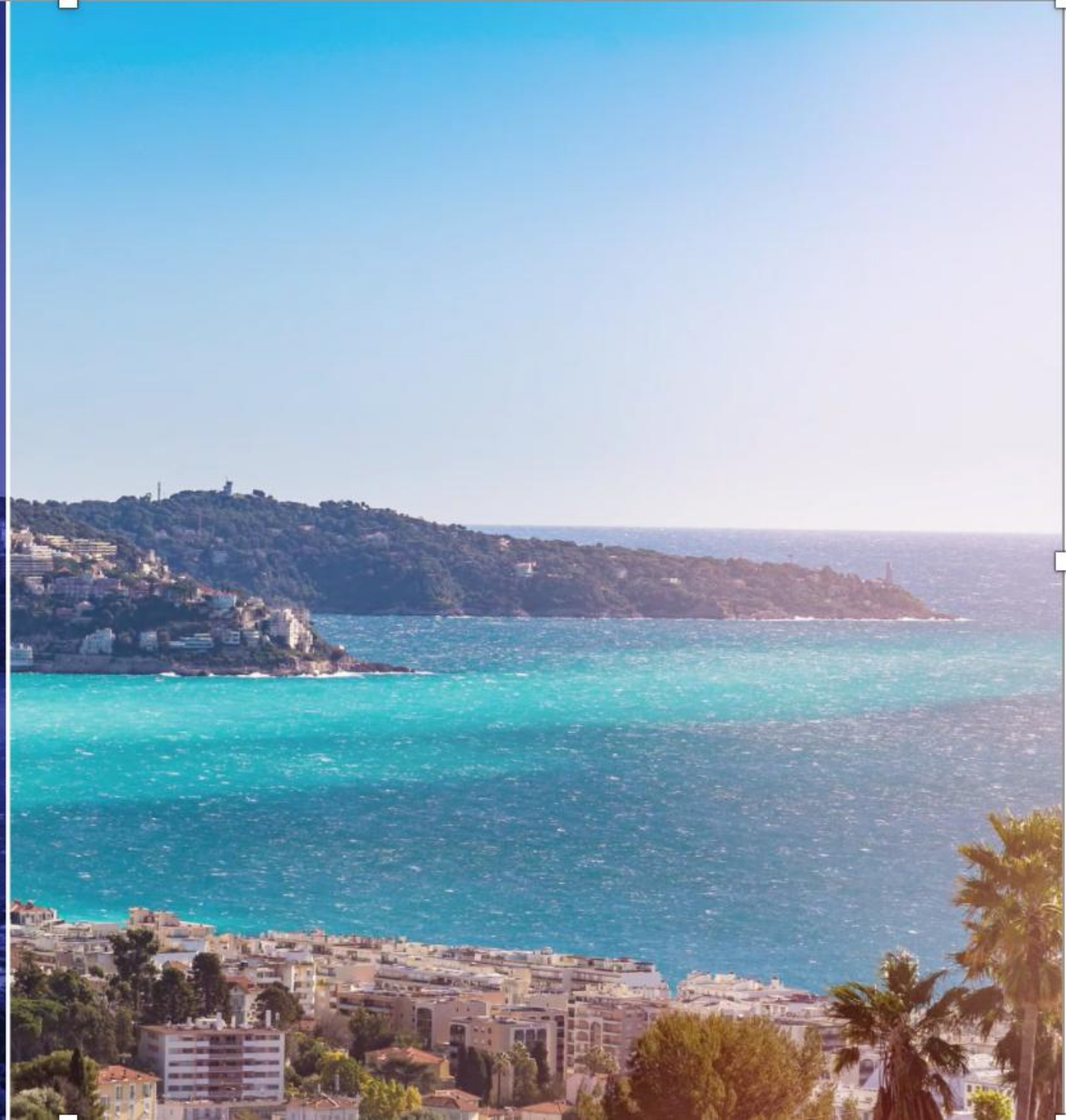
1 FAM TRIP TOP 14 – FRANCE OTM

- ACCUEILLIR UNE AGENCE MICE LORS D'UN GRAND ÉVÉNEMENT

5 NEWSLETTERS DÉDIÉES

2 NOUVEAUX ÉPISODES « HAVE MICE DAY »

LES NOUVEAUTÉS





Accueil / L'Office s'engage !

L'OFFICE S'ENGAGE !



LE TOURISME DURABLE AU CŒUR DE LA STRATEGIE

LE NOUVEAU DISPOSITIF RSE DE L'OTM

CRÉATION DU DÉPARTEMENT DÉVELOPPEMENT DURABLE

Contact : **Margot Van Eijkern**

ETAPE 1. LANCEMENT DE NOTRE CHARTE « RSE » & INSCRIPTION AU DISPOSITIF GDS INDEX –

UN BAROMÈTRE POUR S'ÉVALUER, S'AMÉLIORER & SE COMPARER

ETAPE 2. UN TRAVAIL COLLABORATIF AVEC LA MÉTROPOLE

ETAPE 3. UNE IMPLICATION DE TOUS LES ACTEURS DE LA MÉTROPOLE

VERS LE DÉPLOIEMENT DES LABELS « CLÉ VERTE » ET « ECO LABEL EUROPÉEN »

👉 CRÉATION D'UN ESPACE TOURISME DURABLE SUR NOTRE SITE

AMÉLIORER L'EXPERIENCE CLIENT VIA LE FRENCH RIVIERA PASS

UN OUTIL POUR DÉVELOPPER LES COURTS SÉJOURS ET LA
CLIENTÈLE LOCALE

2022. NOUVELLE PROGRAMMATION & NOUVEAUX
TARIFS

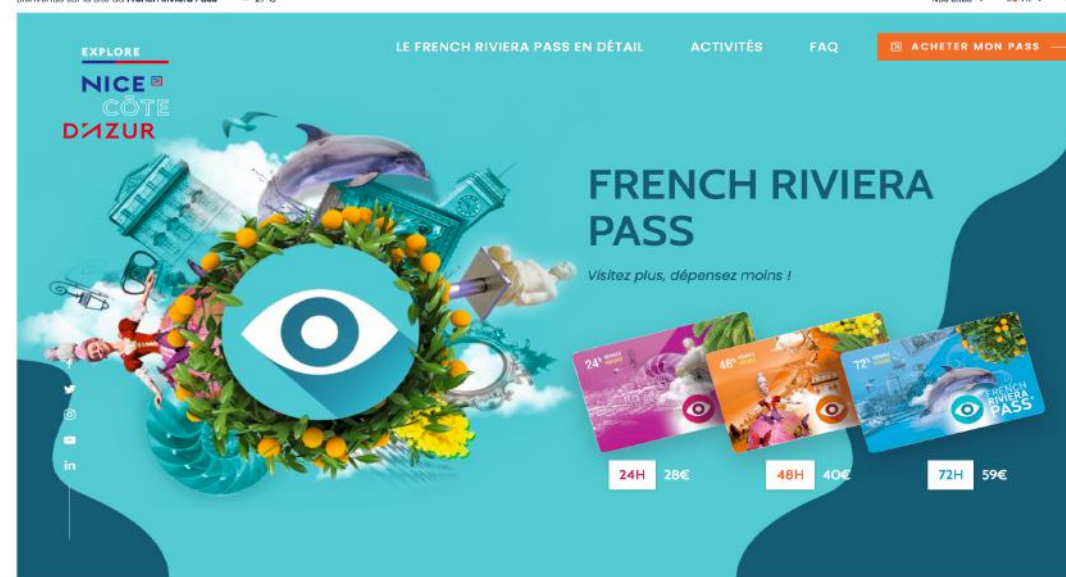
2022. UN NOUVEAU SITE

--->ERGONOMIE

--->MISE EN VALEUR PRODUIT

--->SIMULATEUR D'ÉCONOMIE

UN PLAN DE COMMUNICATION ADAPTÉ



CALCULER MES ÉCONOMIES

Dès à présent, optimisez votre séjour à Nice et sur la Côte d'Azur.

Utilisez notre « calculateur » pour simuler – étape par étape – le montant des économies que vous allez réaliser avec le French Riviera Pass sur votre budget vacances !

Si vous avez des enfants, cet outil vous permet également de calculer, selon leurs âges et les activités que vous souhaitez faire, si l'achat d'un FRP est avantageux pour eux.

Comment l'utiliser ?

1. Choisir la durée du pass pour lequel vous souhaitez faire la simulation
2. Renseigner le nombre d'adultes et d'enfants (+ les âges de ceux-ci)
3. Sélectionner les sites et activités qui vous intéressent (vous pouvez faire préalablement votre choix [ici](#))

L'outil calcule le montant total des entrées que vous auriez dû payer sans le French Riviera Pass, pour vous permettre de le comparer avec le prix d'achat du pass de la durée choisie.

N'hésitez pas à faire autant de simulations que vous voulez avec des sélections ou durées de pass différentes ou même une simulation spécifique pour un enfant par exemple.

1. Commencez par choisir un pass



2. Précisez le nombre d'adultes et d'enfants

3. Sélectionnez les sites et activités qui vous intéressent

AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE CLIENT

VIA LA STRATÉGIE DE LABELLISATION

---> QUALITÉ TOURISME

---> IRISÉE NATURELLEMENT

---> FAMILLE +

---> CUISINE NISSARDE – (5/07)



AMELIORER L'EXPERIENCE CLIENT *VIA LA STRATEGIE DE LABELLISATION*

PET FRIENDLY

- > UN NOUVEAU LABEL POUR L'ACCUEIL DES TOURISTES & LEURS ANIMAUX DE COMPAGNIE
- > DES PARTENAIRES LABELLISÉS
- > UNE IDENTITÉ GRAPHIQUE PROPRE & ESPACES SUR LE SITE
- > UN PLAN DE COMMUNICATION SPECIFIQUE



PET FRIENDLY

NICE CÔTE D'AZUR



AMELIORER L'EXPERIENCE CLIENT VIA LES CONTACTS VIRTUELS ET PHYSIQUES

POUR RAPPEL UN NOUVEAU SITE MÉTROPOLITAIN

- EN COMPLÉMENT DES PAGES D'ACCUEIL EN ALLEMAND, ESPAGNOL & JAPONAIS

RWC 2023 ET ESPACE RUGBY SITE

- UN ESPACE DÉDIÉ AU RUGBY POUR MIEUX PRÉPARER SON SÉJOUR

LA RESERVATION D'ACTIVITÉS

- UN NOUVEL OUTIL POUR FACILITER L'ACTE D'ACHAT, AIDER À LA DIGITALISATION DES PARTENAIRES & DÉVELOPPER LE RÉSEAU DE VENTE

DES POINTS D'ACCUEIL ESTIVAUX

- GORDOLASQUE EN PARTENARIAT AVEC LE PARC DU MERCANTOUR
- BORÉON ST MARTIN VÉSUBIE EN PARTENARIAT AVEC LE PARC DU MERCANTOUR
- CAP 3000, EN PARTENARIAT AVEC LE CENTRE COMMERCIAL

UNE NOUVELLE CARTE D'ACTIVITÉS POUR LA LISIBILITÉ DE L'OFFRE

DÉVELOPPER LES SÉJOURS EN HIVER

VIA UNE NOUVELLE STRATÉGIE

UN PARTENARIAT CRT SUD/OTM

CONSTITUTION D'UN GROUPE DE TRAVAIL INCLUANT DES HÉBERGEURS, LES RESTAURANTS, DES AGENCES RÉCEPTIVES, L'AÉROPORT, LA MISSION UNESCO, LES MUSÉES

- > CAPITALISER SUR L'INSCRIPTION UNESCO & LA CANDIDATURE CAPITALE EUROPÉENNE DE LA CULTURE
- > DÉFINIR UN POSITIONNEMENT ET UN PLAN DE COMMUNICATION
- > LANCEMENT PRÉVU EN DÉCEMBRE LORS DE TRAVEL MEET



Nice
ville de villégiature
d'hiver de riviera



LES PRINCIPAUX RENDEZ-VOUS PROMOTION DU 2ND SEMESTRE

WORKSHOP/ FAM TRIP UK MICE

ACCUEIL DE 20
AGENCES MICE

FAIRE DÉCOUVRIR
LA DESTINATION
ET SES
NOUVEAUTÉS

OTM

« TRAVEL MEET » DÉCEMBRE

OPÉRATION MULTI
MARCHÉS
NICE ACCUEILLE UNE
CENTAINE DE TO &
AGV
WORKSHOP ET
3 PRÉ-TOURS

CRT SUD

ROADSHOW TEXAS « DISCOVER NICE CÔTE D'AZUR »

HOUSTON
DALLAS
AUSTIN

CIBLE: B2B, MICE,
PRESSE

OTM

RWC 2023

AUSTRALIE ET
NOUVELLE
ZÉLANDE

PLAN DE
COMMUNICATION
MARCHÉS DE
PROXIMITÉ
(ROYAUME-UNI,
ITALIE)



BON ÉTÉ À TOUS !

