



OFFICE DE TOURISME SAINT-PAUL DE VENCE

Rapport d'activités 2023

OFFICE DE TOURISME

St Paul de Vence®



2 rue grande
06570 Saint-Paul de Vence



www.saint-pauldevence.com



tourisme@saint-pauldevence.com



Office de Tourisme
de Saint-Paul de Vence



@saintpauldevenceofficiel



@otsaintpauldevence



Offices de
Tourisme
de France



Ouvert du lundi au samedi
de 10 h à 18 h et pendant les
jours fériés et les jours de
manifestations.

Ouvert 7j/7 d'avril à octobre et
pendant les vacances scolaires



Les missions

#1

Accueillir
et informer

#2

Conseiller et diffuser la
documentation touristique
et celle de nos adhérents

#3

Faire découvrir le village,
séduire et fidéliser

#4

Accompagner les socio-
professionnels dans leurs
démarches

#5

Promouvoir la destination
en France et à l'étranger

#6

Développer de nouveaux
produits et services pour
renforcer l'attractivité

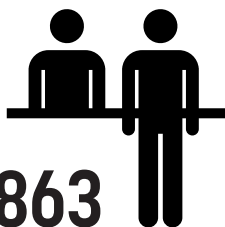
#7

Générer des ressources
propres et contribuer au
développement économique

Chiffres clés

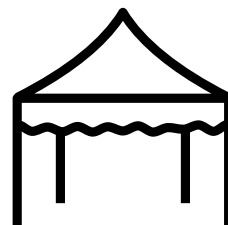
40 000

visiteurs par an à l'accueil de l'Office



26 863

demandes au comptoir



5 salons touristiques et démarchages professionnels

Plus de 10 000 abonnés sur Instagram



516 000

visiteurs sur notre site internet

Plus de **30** accueils presse en 2023



6 000

amis & abonnés Facebook

5 000 abonnés à notre newsletter hebdomadaire – 52 newsletters par an



Des éditions de qualité :

Magazine d'inspiration (10 000 ex), plan, catalogue MICE, agenda des vacances et plan

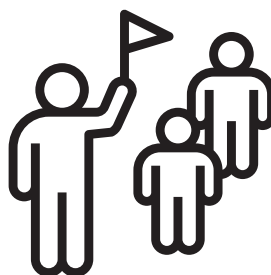


thématiques de visites :

- Art & Patrimoine
- Fondation Maeght
- Remontez le temps en réalité augmentée
- Initiation à la pétanque
- Passé-présent autour de la vigne et de la fleur à parfum
- À la lanterne

& 4 nouvelles thématiques :

- Sur les pas des artistes
- Balades nature
- Jeux de pistes
- Visite théâtralisée



Plus de **300** accueils de groupe (visites guidées, initiations à la pétanque)

Vision et axes de développement

La stratégie de l'Office de Tourisme, au-delà de conquérir de nouvelles clientèles, de développer la notoriété et l'attractivité de la destination, vise à un meilleur ancrage local, qu'il s'agisse de faire la part belle à l'habitant et de contribuer à son bien-être, d'accompagner et de valoriser le tissu économique local, de développer une offre touristique pleine de sens à même de susciter de **l'attachement à la destination et des intentions de revisite.**

L'enjeu d'un tel ancrage local nécessite de construire une relation à long terme avec les touristes (à les fidéliser) et à rendre les habitants (résidents permanents ou secondaires) fiers de leur village. En effet, au sein du système touristique, l'habitant joue un rôle essentiel. À la fois prestataire, client ou promoteur de la destination, il est aussi un élément constitutif de l'offre et de l'image.

La vision stratégique s'articule autour de projets de développement axés sur des thématiques identitaires (patrimoine artistique, historique, naturel, immatériel et culturel) afin de **préserver l'âme de Saint-Paul de Vence, sa singularité et son authenticité.**



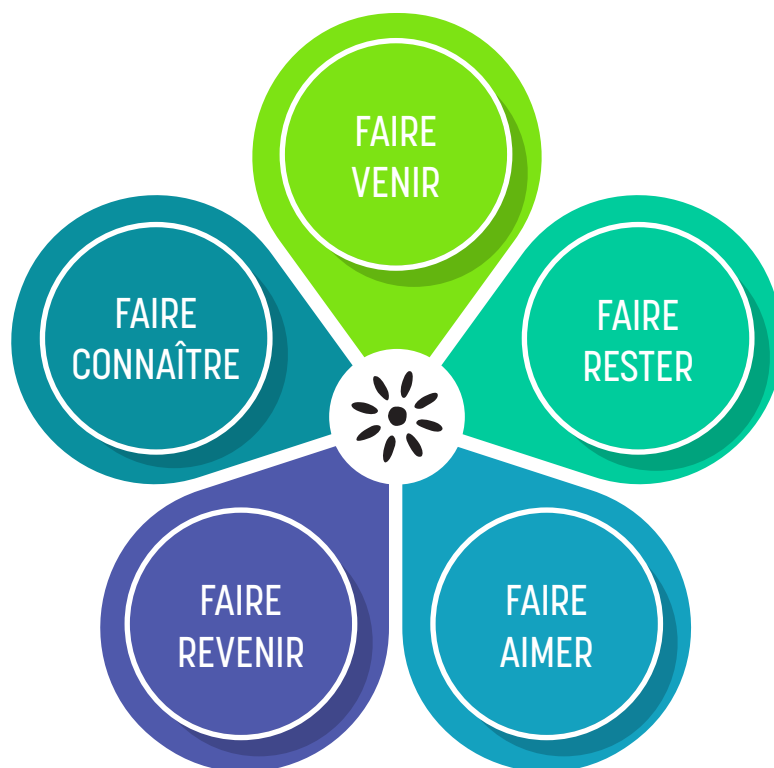
La vision stratégique tient compte de l'existant qu'il faut consolider et renforcer, **depuis l'excellence de l'accueil jusqu'à la qualité des prestations et produits proposés**, tout en assurant le maintien du classement de l'Office en Catégorie 1 et de la Marque Qualité Tourisme.

Les prestations et produits proposés doivent générer des **ressources propres** et permettre la progression de la part d'autofinancement de l'Office de Tourisme de Saint-Paul de Vence, désormais géré en EPIC depuis le 1^{er} janvier 2023.

Les actions menées contribuent également au **développement économique** de la destination et insufflent une **nouvelle dynamique, source d'attractivité.**

OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- DÉVELOPPER LE RAYONNEMENT DE SAINT-PAUL-DE-VENCE AU NIVEAU NATIONAL ET INTERNATIONAL
- DÉVELOPPER UNE POLITIQUE D'ATTACHEMENT (D'ANCRAGE) AUPRÈS DE LA POPULATION LOCALE, DES CLIENTÈLES HABITUELLES ET DE NOUVELLES CIBLES À IDENTIFIER.
- RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ DE SAINT-PAUL-DE-VENCE SUR LES AILES DE SAISON ET MISER SUR UN TOURISME 4 SAISONS.
- RENOUELER, RAJEUNIR L'IMAGE DE SAINT-PAUL-DE-VENCE ; INSUFFLER UNE NOUVELLE DYNAMIQUE
- POURSUIVRE L'EXCELLENCE DE L'ACCUEIL ET S'ADAPTER AUX NOUVELLES EXIGENCES DE NOS CLIENTÈLES.
- ATTIRER DE NOUVELLES CLIENTÈLES EN DÉVELOPPANT DES OFFRES À FORTE VALEUR AJOUTÉE
- GÉNÉRER DES RECETTES ET ASSEOIR UN POSITIONNEMENT D'APPORTEUR D'AFFAIRES POUR L'ENSEMBLE DU TISSU ÉCONOMIQUE LOCAL
- DÉVELOPPER UN TOURISME DURABLE ET RESPONSABLE



Événements marquants 2023 et nouveautés

→ MISE EN ROUTE DE L'ÉPIC

→ DISSOLUTION DE L'ASSOCIATION

→ OUVERTURE LES DIMANCHES
D'AVRIL À OCTOBRE



MONNAIE DE PARIS
& BILLET SOUVENIR

RECONDUCTION
DU TRIPORTEUR MOBILE



CARNET DE
4 TIMBRES
COLLECTOR



→ COLLABORATION LA BOULISTERIE



→ NOUVEAU LOGICIEL CAISSE

↓ LANCEMENT D'UNE
BILLETTERIE EN LIGNE



← MADE IN ST PAUL
DE VENCE

→ BIÈRE DE ST PAUL



→ **CRÉATION SERVICE MICE**



→ **ADHÉSION COMMISSION DU FILM 06**

→ **LA LEÇON DE PÉTANQUE**



→ **LANCEMENT DES BALADES NATURE**



→ **PROGRAMME MENSUEL DES VISITES ET ATELIERS**

→ **BALADES EN TROTTINETTE OU VÉLO ÉLECTRIQUE**

→ **LANCEMENT DES ATELIERS CRÉATIFS**



CONCOURS DE CITROUILLES



→ **NOUVEAUTÉ : JEUX DE PISTES**

→ **NAVETTE ST PAUL-FONDATION MAEGHT-VENCE**



→ **LANCEMENT DES OFFRES EXCLUSIVES POUR CLIENTÈLES DE PRESTIGE**

→ **NOUVELLE VISITE GUIDÉE FONDATION MAEGHT**

→ **MAGAZINE DE DESTINATION 2024**



→ **SALON MONDIAL DU TOURISME**

→ **PROGRAMME MENSUEL DES VISITES ET ATELIERS**



→ **ACCUEIL REPORTAGES TF1, BFM, FRANCE 3**

→ **BALADES EN TROTTINETTE OU VÉLO ÉLECTRIQUE**

→ **SOIRÉE CRT CÔTE D'AZUR HIPPODROME**



← **ADHÉSION AU SKAL CÔTE D'AZUR**

→ **ADHÉSION AU CLUB PRO CRT PACA**

Sommaire

ADMINISTRATION DE L'EPIC	9
ACCUEIL	14
QUALITÉ TOURISME	21
BOUTIQUE	22
ÉDITIONS	25
PARTENARIATS	26
PROMOTION	27
VISITES GUIDÉES ET ANIMATIONS PÉTANQUE	30
MICE	32
TOURNAGES ET SHOOTINGS	33
ATELIERS ENFANTS	33
ANIMATIONS ET JEUX DE PISTE	34
COMMUNICATION	35
PRESSE	38

Administration

Faits marquants 2023 : mise en place de l'EPIC sur le plan comptable et administratif, création d'une régie et nomination du régisseur, installation d'outils performants de commercialisation (logiciel caisse, billetterie en ligne).

Pour rappel, la commune de Saint-Paul de Vence classée en station de tourisme a conservé la compétence en matière de promotion touristique comme le précise l'article 69 de la loi Montagne, acte II. L'Office de Tourisme de Saint-Paul a également obtenu la Marque Qualité Tourisme en 2017, marque renouvelée en 2022.

En 2022, une importante réflexion a été menée par rapport au statut juridique de l'Office de Tourisme. Face aux enjeux économiques du tourisme et de l'intérêt d'une gestion transversale des différentes compétences, Monsieur le Maire, Jean-Pierre Camilla et son Conseil municipal ont approuvé et voté à l'unanimité le changement de statut juridique de l'Office de Tourisme de Saint-Paul de Vence, du statut associatif loi 1901 au statut EPIC, Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial.

La délibération du 28 septembre 2022 a acté la transformation et la création de l'EPIC a été fixée au 5 décembre 2022. L'association Office de Tourisme créée en 1959 a été officiellement dissoute le 30 août 2023 lors d'une assemblée extraordinaire.

Ce sont les statuts qui déterminent le fonctionnement de l'EPIC.

L'EPIC est dirigé par son Président, Monsieur Jean-Pierre Camilla, Maire et son Comité de direction composé de deux collèges : le collège des élus et le collège des socio-professionnels et des personnalités qualifiées.

Conformément aux statuts, cinq membres titulaires du collège des élus siègent majoritairement au sein du Comité de direction de l'Office de Tourisme ainsi que trois membres suppléants. Afin de compléter le Comité de direction, trois membres titulaires et deux suppléants ont été désignés pour siéger au collège des socio-professionnels et des personnalités qualifiées.



Les conseillers municipaux membres du Comité de direction sont élus par le Conseil municipal pour la durée de leur mandat. Les fonctions des socio-professionnels et des personnalités qualifiées membres du Comité de direction prennent fin lors du renouvellement du Conseil municipal.

Conformément aux dispositions du Code du Tourisme, le Comité de direction se réunit au moins six fois par an, sur convocation de son Président, et chaque fois que celui-ci le juge nécessaire, ainsi que sur la demande de la majorité des membres en exercice.

Le Comité de direction délibère sur toutes les questions relatives au fonctionnement et l'activité de l'EPIC, et notamment de :

Définir les orientations stratégiques concernant l'ensemble des activités :

- FONCTIONNEMENT DE LA STRUCTURE,
- PROGRAMME ANNUEL DE PUBLICITÉ ET DE PROMOTION TOURISTIQUE,
- PROGRAMME DES FÊTES, MANIFESTATIONS CULTURELLES ET ARTISTIQUES, COMPÉTITIONS SPORTIVES...
- PROJETS DE CRÉATION DE SERVICES OU INSTALLATIONS TOURISTIQUES, SPORTIVES...
- LES QUESTIONS QUI LUI SONT SOUMISES POUR AVIS PAR LE CONSEIL MUNICIPAL.

Déterminer les moyens financiers, humains et matériels :

- BUDGET,
- ENCADREMENT,
- INVESTISSEMENTS.



Conformément à l'article R. 133-6 du Code du Tourisme, le directeur assure le fonctionnement de l'Office de Tourisme sous l'autorité du Président du Comité de direction. La direction de l'EPIC a pour objectif de mettre en œuvre la politique et la stratégie touristique définies par le Comité de direction. Il est nommé dans les conditions fixées par décret. Il ne peut être conseiller municipal. Sa nomination et son licenciement sont décidés par délibération du Comité de direction sur proposition du Président. Le directeur est le représentant légal de l'Office. Il peut, sans autorisation préalable du Comité de direction, faire tous actes conservatoires des droits de l'Office.

A cet effet, il peut notamment :

- Prendre les mesures nécessaires à l'exécution des décisions du Comité de direction et mettre en œuvre les objectifs fixés,
- Exercer la direction de l'ensemble des services de l'Office,
- En tant qu'ordonnateur de l'Office, prescrire l'exécution des dépenses et des recettes dans le respect des règles de la comptabilité publique,
- Assurer la gestion administrative, budgétaire et humaine,
- Passer, en exécution des décisions du Comité de direction, tous actes, contrats et marchés publics.

Le comité de direction s'est réuni à six reprises en 2023.

Personnel saisonnier

Chaque année, l'Office de Tourisme de Saint-Paul de Vence doit faire face au surcroît d'activité pendant les périodes de haute affluence et recourt à des saisonniers accueil.

En 2023, la décision d'ouvrir tous les dimanches et jours fériés d'avril (à partir du 9 avril) jusqu'à fin octobre, puis pendant les vacances scolaires de Noël et d'Hiver et lors des grands événements, a nécessité un renfort saisonnier pendant ces périodes.

En outre, l'Office de Tourisme a reconduit en 2023 l'accueil mobile éco-responsable avec le triporteur de juin à fin août.



Deux saisonniers ont été engagés à temps partiel sur des périodes longues :

Nicole Sobié, conseillère en séjour, à temps partiel du 1^{er} mars au 1^{er} novembre 2023.

Olivier Scagnetti, conseiller en séjour et guide-conférencier et animateur pétanque, à temps partiel du 21 mars à début novembre 2023.

Deux stagiaires ont également rejoint l'équipe :

Laura Crechet : Stage guide-conférencière et conseillère en séjour, du 17 avril au 1^{er} septembre 2023, licence guide conférencière à l'université de Nice, indemnité stagiaire.

Léa Huniau : Stage Accueil (triporteur) et missions annexes : à temps plein, du 2 mai au 20 août 2023.

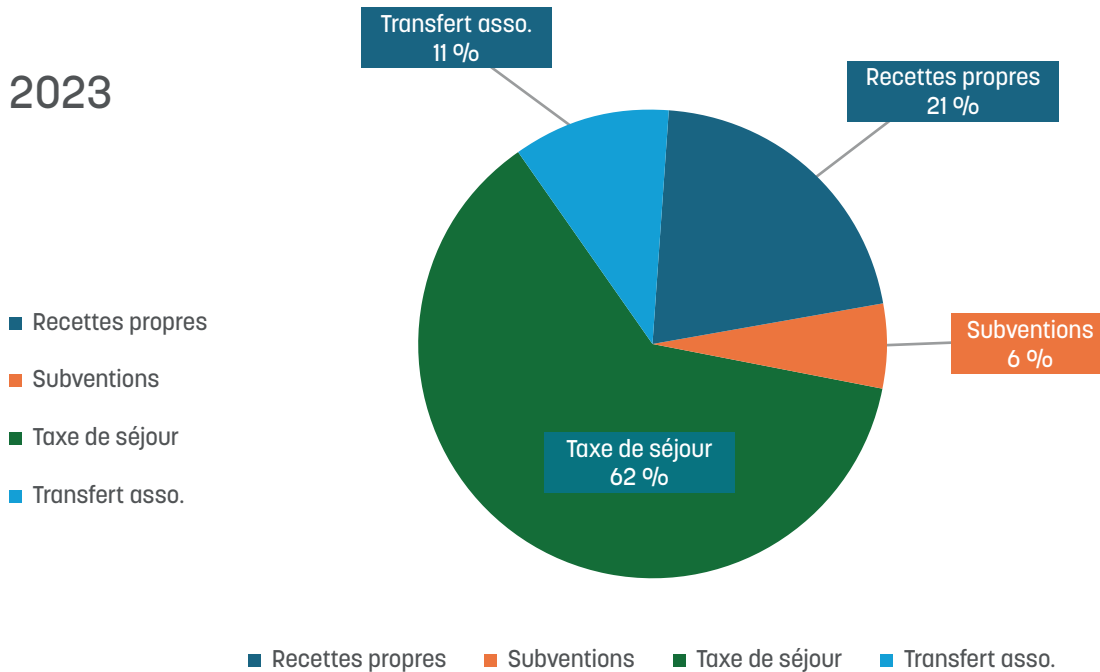


Administration de l'EPIC

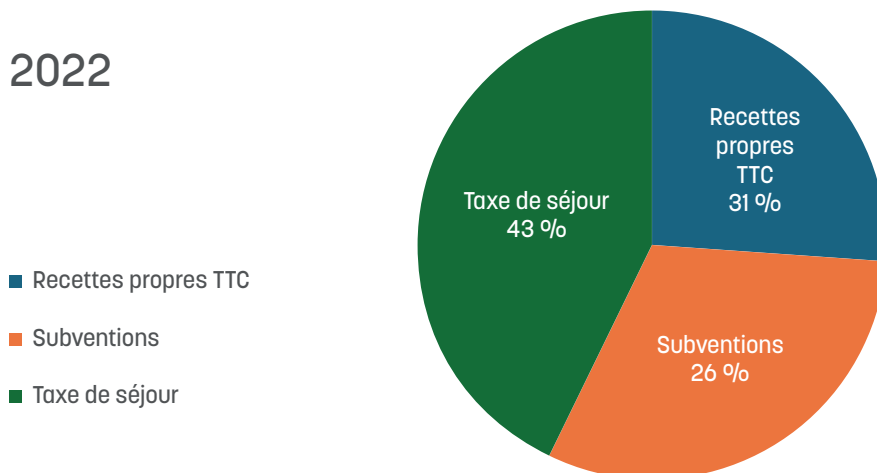
Bilan financier

	2023	2022
Recettes propres	106 434 € HT	95 069 € TTC
Subventions	32 500 €	80 000 €
Taxe de séjour	318 264 €	130 000 €
Excédent association	56 191 €	0

2023



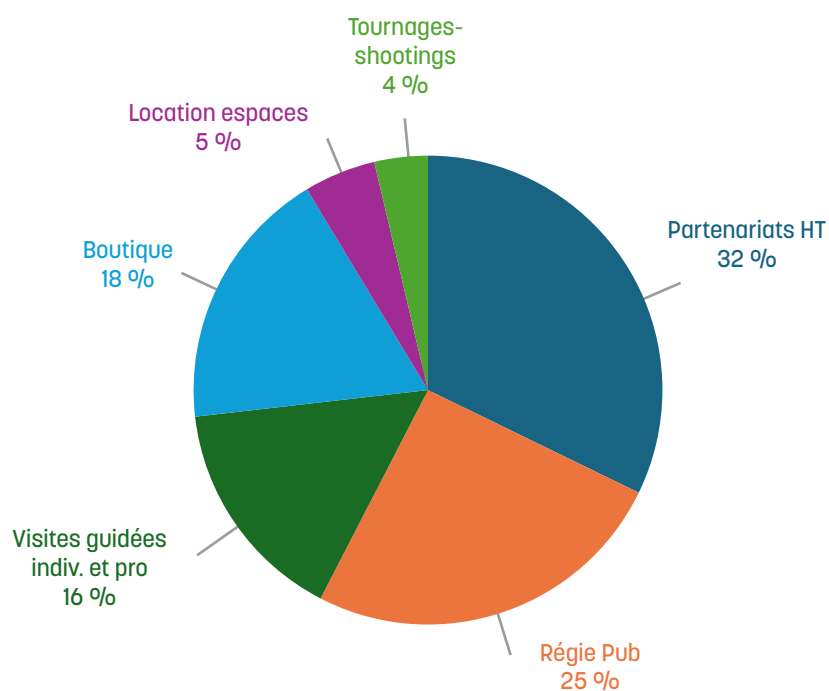
2022



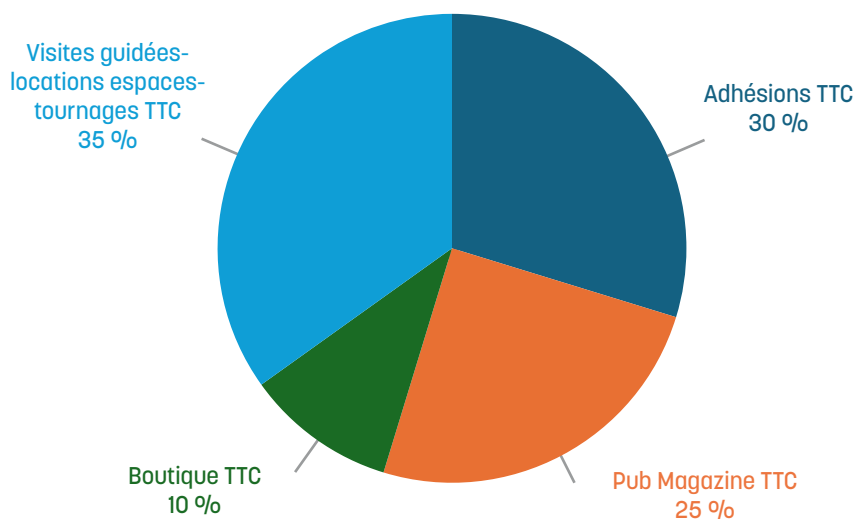
Recettes propres – détails

	2023	2022
Partenariats	34 281,5 € HT	28 282 € TTC
Régie Publicitaire	27 000 € HT	23 741 € TTC
Boutique	19 344 € TTC	9 885 € TTC
Visites guidées	16 613,5 € HT	33 162 € TTC
Locations espaces	5 270 € HT	
Tournages-Shootings	3 925 € HT	

2023



2022



Accueil

- Nos conseillères en séjour parlent 1 à 2 langues étrangères.
- L'accueil est ouvert toute l'année (fermeture le dimanche uniquement de novembre à mars hors vacances scolaires).
- On y trouve de la documentation variée permettant de répondre aux demandes des visiteurs.
- Des outils qualité sont mis à jour régulièrement : fiches procédures, modèles, modes opératoires, outils de mesure de la satisfaction visiteurs.



> **Nouveauté en 2023** : réouverture des dimanches d'avril à octobre.

> **Reconduction du triporteur, accueil mobile de juin à fin août.**

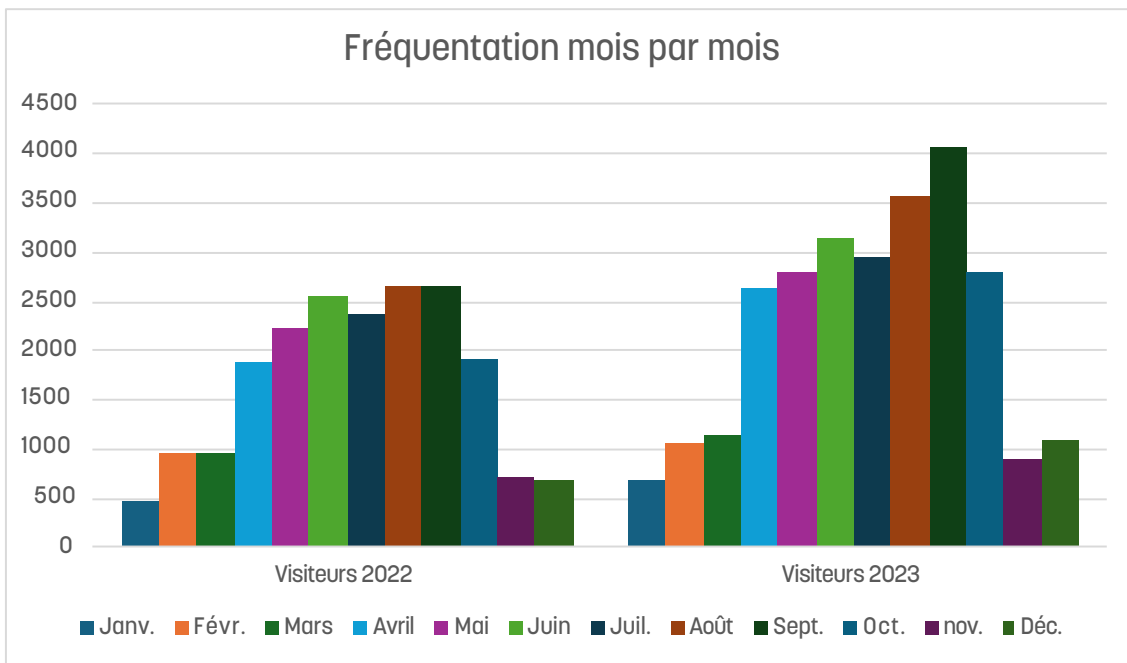
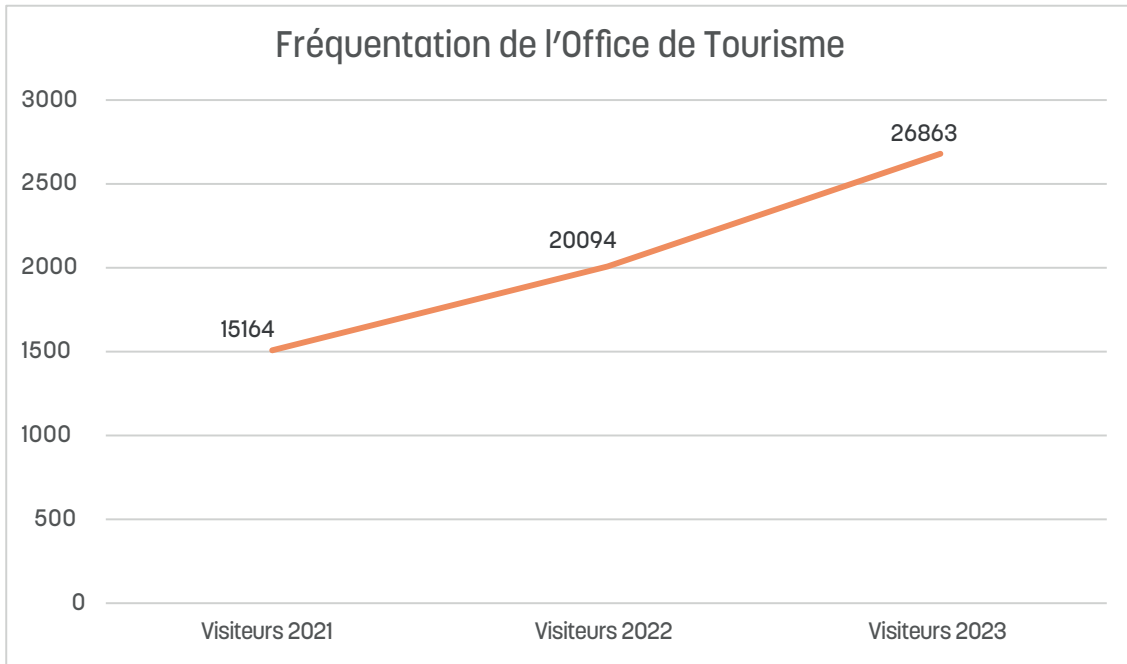


Nous avons accueilli au total durant l'année **2023** : **26 863 personnes** (total français et étrangers), contre 20 094 en 2022, soit une augmentation de **6 769 visiteurs sur l'année 2023**.

Depuis le covid, la fréquentation est en augmentation assez constante, et se rapproche chaque année de la fréquentation pré-covid (36 600 en 2019).

Nous constatons une augmentation des visiteurs en période creuse, notamment avec des pics de fréquentation importants en avril, août, septembre et octobre.

48,55 % de notre clientèle est française (Nord, Bretagne, Alsace, Aquitaine, PACA), contre 54,3 % en 2022.



Origines des visiteurs et évolution

13 820 visiteurs étrangers en 2023 (51,45 % de la fréquentation annuelle) contre **9 183 en 2022** (45,70 %) ; soit **+ 451 visiteurs sur l'année**.

Nous constatons une augmentation des visiteurs étrangers en période creuse, avec une forte évolution en avril (+ 629 personnes), en mai (+ 608), en septembre (+ 975).

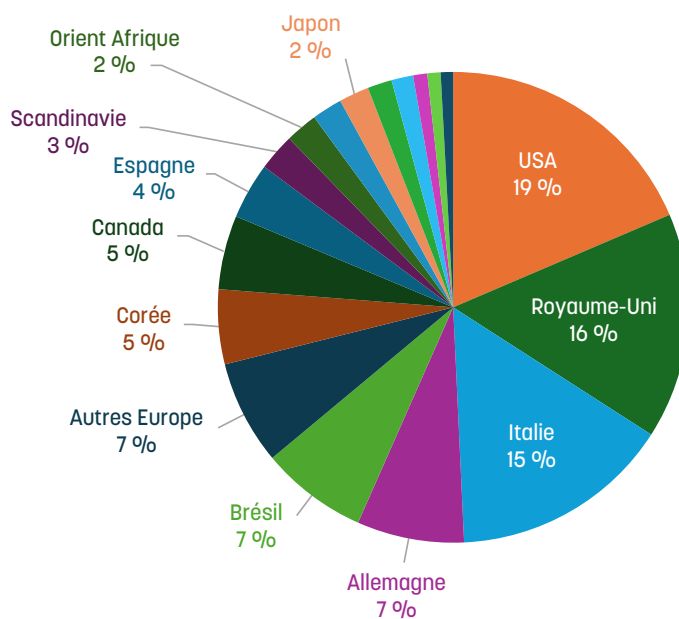
Classement des visiteurs par nationalités 2023

TOP 3 des marchés de proximité :

- 1/ Royaume-Uni
- 2/ Italie
- 3/ Allemagne

TOP 4 des marchés lointains

- 1/ USA
- 2/ Brésil
- 3/ Corée
- 4/ Canada



	% par nationalité	2023
USA	18,57	2456
Royaume Uni	15,52	2052
Italie	15,17	2006
Allemagne	7,36	973
Brésil	7,33	969
Autres Europe	7,15	945
Corée	5,13	679
Canada	5,08	672
Espagne	3,87	512
Scandinavie	2,55	337
Orient Afrique	2,22	294
Autres Asie	2,09	276
Japon	2,06	272
Non spécifiés	1,68	223
Océanie	1,49	197
Chine	0,97	128
Amérique Sud	0,91	120
Russie	0,85	113
Total	100,00	13 224

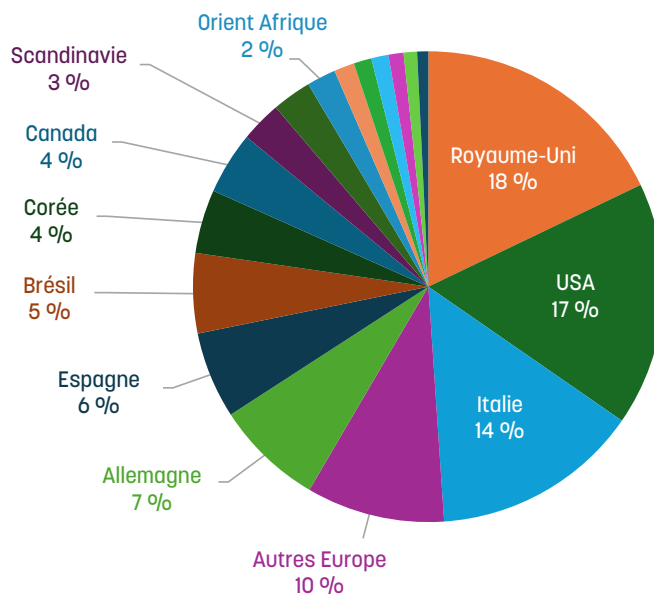
Classement des visiteurs par nationalités 2022

TOP 3 des marchés de proximité :

- 1/ Royaume-Uni
- 2/ Italie
- 3/ Allemagne

TOP 4 des marchés lointains

- 1/ USA
- 2/ Brésil
- 3/ Corée
- 4/ Canada



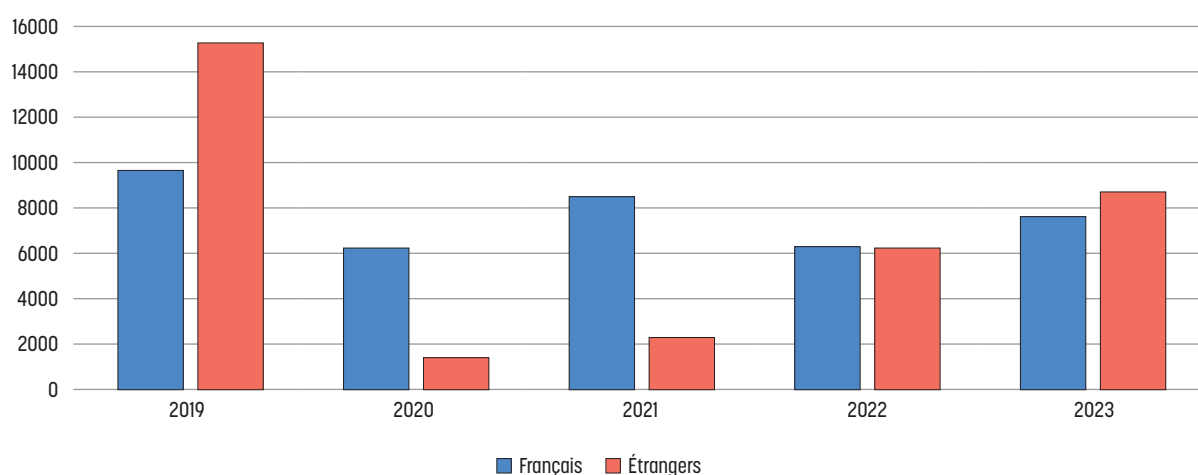
	% par nationalité	2022
Royaume Uni	17,88	1455
USA	16,75	1363
Italie	14,29	1163
Autres Europe	9,50	773
Allemagne	7,42	604
Espagne	5,95	484
Brésil	5,49	447
Corée	4,38	356
Canada	4,29	349
Scandinavie	2,81	229
Non spécifiés	2,70	220
Orient Afrique	1,99	162
Autres Asie	1,40	114
Amérique Sud	1,23	100
Océanie	1,18	96
Japon	1,03	84
Russie	0,92	75
Chine	0,76	62
Total	100,00	8136

Bilan de l'été 2023

Juillet 2023 : 2 961 visiteurs contre 2 372 en 2022.
Dont 1 465 touristes étrangers contre 1 215 en 2022.

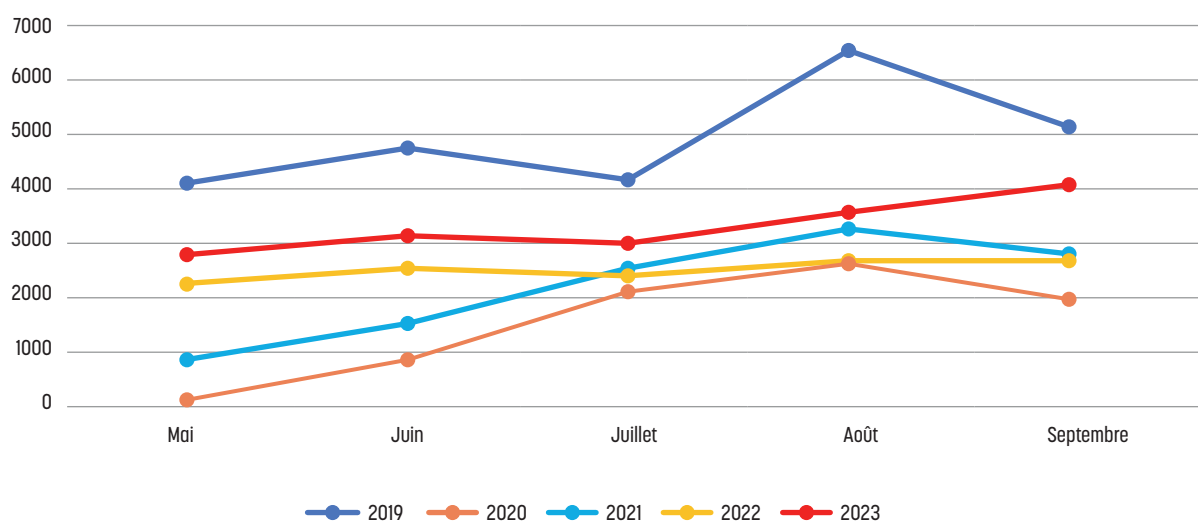
Août 2023 : 3 574 visiteurs contre 2 665 en 2022.
Dont : 1 586 touristes étrangers contre 1 204 en 2022.

Saison estivale (mai-sept)
Totaux visiteurs français et étrangers



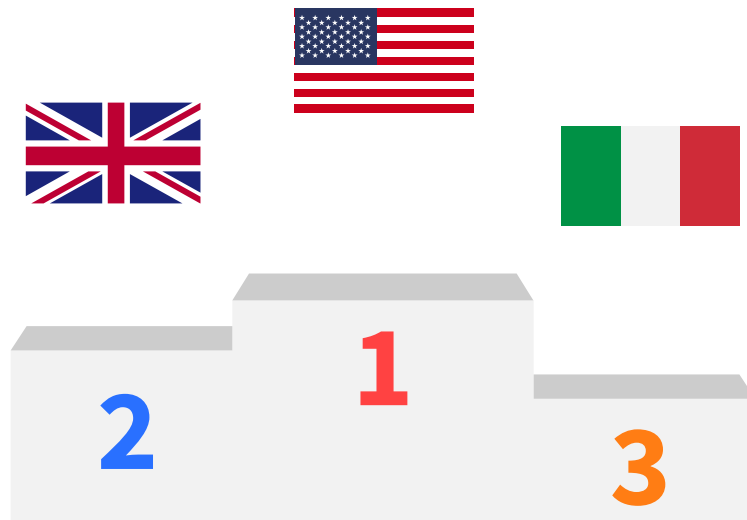
Pour info : 2019 : 14761 pax / 2023 : 16543 pax

Fréquentation par mois de 2019 à 2022



On constate en juillet 2023, une augmentation de 24,83 % par rapport à l'année précédente, ainsi qu'une augmentation de 34,11 % en août 2023.

Podium des clientèles étrangères



À suivre : les Allemands, brésiliens & espagnols

Les touristes asiatiques (Corée, Chine, Japon) viennent plutôt en groupe c'est pourquoi nous retrouvons moins de demandes à l'Office de tourisme, surtout en haute saison.



L'accueil mobile avec notre triporteur

Reconduction de l'accueil mobile avec le triporteur très apprécié par les touristes peu habitués à franchir la porte d'un office de Tourisme. Grande satisfaction également des commerçants et organisateurs d'événements.

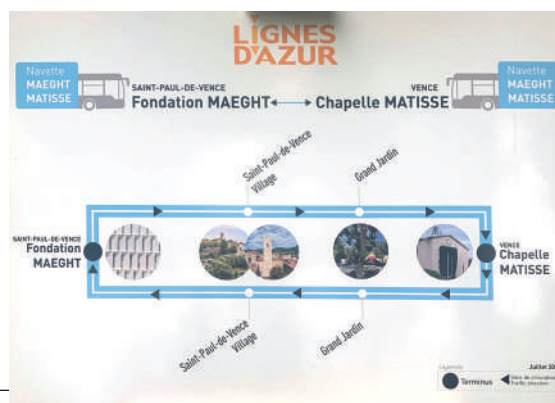


De juin à fin août, avec + de 1 500 sollicitations

- Toucher un public qui ne franchirait pas les portes de l'Office
- Répondre aux premières attentes de nos visiteurs
- Communiquer sur les visites guidées et les animations proposées pendant la saison estivale
- Une meilleure gestion des flux : les conseillères en séjour au sein de l'Office sont ainsi plus disponibles pour les demandes plus complexes
- Véhiculer une image dynamique, accueillante et bienveillante de la destination

Navette St-Paul de Vence > Vence

En 2023, a été lancé le projet de navette « touristique » entre **Vence – St Paul de Vence – Fondation Maeght** pendant la saison estivale.



Très apprécié des visiteurs, ce service sera reconduit en 2024, avec une extension vers le Musée Matisse de Nice, à l'occasion de l'année événement « Bonnard-Matisse » à la Fondation Maeght.

Qualité

Tendre vers toujours plus d'efficacité, plus de service et plus de qualité, anticiper les nouvelles attentes de la clientèle liées à la crise sanitaire. Le client doit être au centre de toutes nos préoccupations, qu'il soit visiteur occasionnel, résident permanent ou secondaire, prestataire, partenaire ou élu. La politique qualité s'inscrit dans la politique stratégique et définit les objectifs Qualité à atteindre par l'OT pour être conforme aux attentes des visiteurs décrites dans le référentiel Qualité TourismeTM.

Pourquoi l'Office de Tourisme met en œuvre cette démarche qualité ?

- La qualité de service est en pleine expansion et tend à se généraliser de plus en plus. Elle est complétée d'une volonté permanente d'amélioration de notre efficacité interne.
- Dans un marché de plus en plus concurrentiel, la force d'un Office de Tourisme s'exprime dans sa capacité à répondre et à anticiper les attentes du consommateur. La diversité de l'offre touristique, la mobilité des clients mais aussi, les nouvelles pratiques de consommation ont rendu le touriste de plus en plus exigeant.

S'engager sérieusement dans la démarche qualité, c'est vouloir progresser, gagner du temps, travailler mieux en équipe, apprendre à mieux communiquer, valoriser nos actions, analyser et améliorer nos résultats pour développer de nouvelles actions dans l'intérêt de l'être humain.



En 2023 les retours des touristes les plus récurrents étaient :

Points positifs :

- > Très beau village bien mis en valeur,
- > Amabilité des commerçants en général
- > Propreté du village
- > Choix de restauration assez large,
- > Réouverture de la Fondation Maeght.

Points négatifs :

- > Très compliqué de venir en bus de Nice,
- > Tombe de Chagall pas entretenue,
- > Parkings trop chers,
- > Toilettes payantes et sales, parfois fermées.

En 2023, 4 remarques orales ont été notées par nos services.

Il faut ajouter à celles-ci :

- Les remarques écrites reçues dans le formulaire.
- Les remarques faites en pleine saison, que notre équipe n'a pas eu le temps de noter dans le tableur le jour même.
- Les remarques sur les réseaux sociaux.

Nous écoutons avec attention chaque remarque, les reportons soigneusement dans le fichier « Remarques », rubrique « remarques orales des visiteurs ».

Nous avons pour chacune d'entre elles un suivi en interne.

En 2023, 4 réclamations ont été rapportées à l'Office de Tourisme.

Ces remarques ont notamment concerné la fermeture du cimetière en février, l'entretien de la tombe de Marc Chagall (juin), la fermeture de la Fondation de janvier à fin juin.

Les avis sur les réseaux sociaux :

 Google : note de 4.6 // 104 avis

 Tripadvisor : note de 4.5/5 // 3490 avis

 Facebook : note de 4.5 // 29 votes

Boutique

La marque Saint-Paul de Vence contribue à la valorisation de l'identité St Pauloise et Azurée. Les produits dérivés permettent de véhiculer l'image et les valeurs de la destination au-delà de nos frontières et contribuent ainsi à sa notoriété.

Les actions en 2023 :

> Développement d'un espace boutique mieux identifié



> Lancement de nouveaux produits :

Développement d'une gamme Saint Paul de Vence pour la mise en valeur des artistes et artisans locaux :

- Artiste Aurélia Zuliani – Céramique



- Miel de St Paul



- Artiste Basilou – Skyline et porte-clés



- Les éventails de St Paul



Lancement de 3 nouveaux produits emblématiques et collector :
 Monnaie de Paris, Billet souvenir, Carnet de 4 timbres de collection.



Lancement d'une gamme de marque partagée avec La Boulisterie pour une série de produits pétanque : tee-shirts (2 modèles), étui triplettes, cochonnets.

Collaborations avec des affichistes et illustrateurs > Marcel et Eric Garence pour une déclinaison de produits : affiches, cartes postales, magnets, tote-bags, pochettes, jeu de cartes.



- Top 7 des ventes :**
- 1/ Monnaie de Paris
 - 2/ Billet souvenir
 - 3/ Magnet Marcel Travel Posters
 - 4/ Tee-shirts La Boulisterie « artiste et bouliste »
 - 5/ Affiches Marcel Travel Posters
 - 6/ Cartes postales
 - 7/ Crayons pinceaux

Lancement de la Bière de St Paul en collaboration avec Bacho Brewery :
 3 saveurs vendues à l'unité ou par pack de 3.



→ À prévoir en 2024 : une boutique en ligne

Autres informations 2023 relatives à la boutique :

Billetterie de spectacles pour les associations St Paulaises

Festival de Saint-Paul de Vence Classique & Jazz

- Aide à la billetterie physique et téléphonique
- Accueil du public les soirs de concerts



Festival de la Montagne

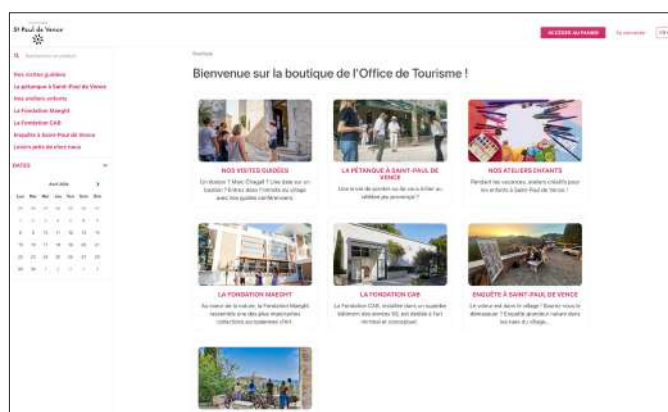
- Gestion des réservations
- Aide à la communication



Billetterie en ligne

En 2023, lancement d'une billetterie en ligne avec WeLogin afin de commercialiser en ligne les activités de l'Office de Tourisme (ateliers, visites guidées et leçons de pétanque) et celles de nos prestataires-partenaires, dont la Fondation Maeght.

Une plateforme marchande est en cours de développement avec l'intégration d'expériences exclusives à 2 ou petits groupes, des activités extérieures, des visites privatives, des activités teambuildings.



Éditions touristiques



Sortie de la 5^e édition du magazine de destination 2024 « À Saint-Paul de Vence », bilingue FR/GB, imprimé à 10 000 exemplaires.



Format identique à 2022
Évolution du nombre de pages : 126 pages (au lieu de 96 pages en 2022)
3 thématiques (identique à 2022) : Actus – Art – Âme

Depuis l'édition 2022, création d'un cahier spécial ART d'une trentaine de pages pour positionner St-Paul de Vence comme une étape incontournable sur la route de l'art contemporain : interviews, portraits d'artistes, expositions et adresses arty.

Saint-Paul de Vence étape incontournable sur la route de l'art contemporain : interviews, portraits d'artistes, expositions et adresses arty.

Une ligne éditoriale GREEN & ENGAGÉE : belles initiatives, démarches labellisées, écogestes, cuisine locavore, expériences insolites, activités nature, shopping éco-responsable, adresses bien-être... Cette édition « green » valorise les démarches et les actions portées par les professionnels saint-paulois et la municipalité, en faveur d'un développement durable.

> Distribution dans toutes les adresses de Saint-Paul de Vence ainsi que dans l'hôtellerie 4 et 5 étoiles de Monaco à Mandelieu, lieux culturels et de loisirs.

Nouveautés dans les éditions 2023 :

> édition d'un dépliant mensuel dédié aux visites guidées, animations et ateliers proposés par l'Office de Tourisme et ses professionnels adhérents. Création en interne et diffusion par mail à nos adhérents.



> plan du village en format sous-main imprimé à 45 000 exemplaires.

> collaboration avec la mairie de St Paul de Vence pour les flyers agenda : guide de l'été, vacances de Noël.

Partenariats

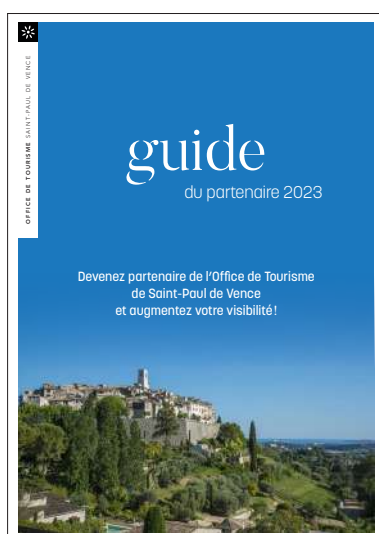
Chaque année l'office de Tourisme sollicite les socio-professionnels, commerçants à renouveler leur partenariat (adhésion) à l'Office de Tourisme, afin de prendre part à la stratégie de développement, et de bénéficier d'un certain nombre d'avantages, telle que la visibilité sur le site de l'Office, la participation à des accueils presse, la diffusion des documentations au sein de l'Office de Tourisme, l'invitation à un cocktail annuel des partenaires, etc.

En 2023, les tarifs ont dû être réévalués de 20%, afin d'intégrer la TVA, suite au changement de statut.

Nombre de partenaires : 125

CA 2023 : 34 281,50 €

Nouveau Guide du partenariat 2023 à destination des acteurs économiques de notre destination et sur la Côte d'azur : rappel des missions de l'office de Tourisme, de son équipe, de sa stratégie et grandes actions de l'année, des avantages du partenaire/adhérent, et des informations pratiques. Ce guide nouvelle version 2023 a été mis à jour, complété et enrichi, et mis en page par notre graphiste.



Accueil de nouveaux partenaires :

Ouverture aux activités de loisirs, hors St Paul (golf, agences événementielles, organisateurs de rallyes, sociétés de transport, loueurs de vélos et trottinettes...).



Promotion

TOUTES LES ACTIONS GRAND PUBLIC :

Salon Mondial du tourisme à Paris :

Dates : du 16 au 19 mars 2023 sur 4 jours.



Salon grand public à destination de la clientèle parisienne. Opération réalisée en partenariat avec le Comité Régional du Tourisme Côte d'Azur France et aux côtés des Offices de Tourisme de Biot, Antibes, Juans les Pins, CASA, La Colle sur Loup, Le Cannet, Valberg et Cannes. Etaient représentées : les grandes destinations mondiales et françaises.

373 personnes accueillies sur le stand et renseignées de manière qualitative

> **Intérêts de nos visiteurs :** week-end sur la Côte d'Azur, hébergements, la Fondation Maeght, moyens de transport et randonnées.



> 2 personnes du pôle promotion présentes sur les 4 jours.

Bilan : salon dynamique qui fait la part belle aux nouveaux modes de voyage ; une clientèle parisienne qui aime la Côte d'Azur ; séjour city trip au printemps et en séjour long sur les mois d'été.



iD Week-end à Nice

Action portée par le département des Alpes-Maritimes.

Dates : 31 mars, 1 et 2 avril
Grand public – clientèle niçoise et locale

Promotion de l'**agenda printemps/été** auprès de la clientèle niçoise, notre offre de visites guidées, la programmation de la Fondation Maeght, valorisation des **offres de nos professionnels** (bonnes adresses restaurants et spots en terrasse), SPA et nouveautés de la destination.

Avec la participation de :

- La Cave de Saint-Paul, pour une dégustation du vin de Saint-Paul
- L'artiste Jeremy Kleinberg, pour une performance artistique

386 personnes reçues sur le stand pour des informations précises

> **Intérêts des visiteurs :** visites à lanterne, randonnées, musée/art/expos

Bilan : fréquentation globale du salon faible ; **point négatif :** sa localisation au Port de Nice ; format assez classique - **points positifs :** opération à faible coût car financée par le Département ; séduire une clientèle locale pour booster nos ailes de saison ; l'attractivité et la dynamique de notre destination («casser» les clichés auprès des azuréens) et une belle opération menée en collaboration avec d'autres grandes destinations azuréennes ; valoriser la création locale par la performance d'un de nos artistes et le terroir saint-paulois.



Soirée CRT Côte d'Azur à l'Hippodrome de Cagnes-sur-Mer

Opération portée par le CRT Côte d'Azur, en collaboration avec d'autres Offices de Tourisme

Date : 12 juillet 2023

Grand public – clientèle locale/touristes

Idées activités, stands ateliers artistiques avec Olga Thune Larsen, démonstration de marqueterie de paille et Aurélia Zuliani, atelier autour de la céramique pour les enfants et la performance de Jérémy Kleinberg en live.



Une course portait le nom de « Saint-Paul de Vence »
La course des Artistes ; des cadeaux offerts par le relais & Château « Le Saint-Paul », Sonia Godet et l'artiste Basilou ont été remis au gagnant de la course.

Bilan : fréquentation globalement satisfaisante. Les visiteurs étaient ravis de nous retrouver sur cette manifestation. Ils étaient à la recherche d'activités pour les vacances : visites guidées, visites à la lanterne, concerts et festivités estivales, ateliers et stages artistiques. Les ateliers créatifs avec Olga et Aurélia ont fait le plein pendant près de 4 heures. Des animations qualitatives ont animé la soirée.



Les actions PROMOTION

en collaboration avec le CRT Côte d'Azur



- **Campagne de notoriété Côte d'Azur France hiver** pour le marché français, action portée par le CRT.



- **Eductour Culture en avril 2023 :** accueil et petit-déjeuner au Tilleul ; visite guidée « Remontez le temps » ; découverte et visite de la Fondation CAB et déjeuner au restaurant SOL. Une dizaine d'Offices de tourisme azuréens présents et l'équipe du CRT Côte d'Azur



Commercialisation du PASS Côte d'Azur 2023 (culture-loisirs) et offre visite guidée, à la lanterne dans le cadre du PASS avec un prix réduit.

Participation à la Bourse aux dépliant en juin 2023



- **Participation à l'édition du Guide Costa Azzurra** (1 page éditorialisée), en lien avec le CRT
- **Offre Street ART** transmise au CRT pour leur dossier de presse dédié à la thématique (2 œuvres sur St-Paul)
- **Offre Mariage** pour Workshop Explore France Inde

Autres actions diverses menées avec d'autres institutions :

- **Adhésion du Club PRO** du CRT PACA.
- **Adhésion au Skäl Côte d'Azur International.**
- **Participation à l'événement Festival des Jardins du Département du 25 mars au 1^{er} mai 2023 :** visites guidées des jardins du Domaine du Mas de Pierre et des jardins de sculptures de la Fondation CAB ; visite guidées « Passé-présent autour de la vigne et de la fleur à parfum avec Sonia Godet.
- **Intégration d'une offre séjour dans le guide Micro-aventures du Département :** séjour artistique en partenariat avec le Domaine du Mas de Pierre.
- **Organisation de la réunion des directeurs** avec le CRT Côte d'Azur au Mas de Pierre (avril 2023).



- **Adhésion en 2022 à la Commission du Film 06 :**
- > **Repérage Let's go** projet de tournage indien avec la Commission



FRAMTRIPS et EDUCTOURS :

opérations multi-marchés

- 14 Fram Trip et Eductour en 2023
- 6 Fram trips en collaboration avec nos hôteliers saint-paulois : le Saint-Paul ; le Château St-Martin.
Clientèle internationale : US et Brésil
- 7 demandes de visuels enregistrées par les professionnels du tourisme.

Mais aussi, l'Office répond à de multiples demandes de visuels destinées aux TO, agences de voyages, guides de voyages, éditions.

3 campagnes publicitaires sur Radio Monaco pour la promotion d'événements et vacances scolaires :

- Défilé des commerçants/agenda estival
- Braderie d'automne, Fête des châtaignes/vendanges, animations vacances
- Programme des vacances de Noël/animations (magie et concert de rue)

Durée de chaque campagne : 5 jours (du lundi au vendredi)

25 spots par campagne : durée 30 secondes par spot



Visites guidées

individuelles / groupes et leçons de pétanque

Notre mission est de favoriser la découverte de la station à travers l'offre très riche que proposent nos partenaires mais aussi en diversifiant notre propre offre de circuits et d'animations.

- > Déploiement des initiations pétanque menées par un nouvel animateur.



- > Maintien de la fréquence des visites guidées, notamment avec la Fondation Maeght (nouvelles thématiques en perspective pour 2024).



- > Lancement d'une collaboration avec Tourrent'Bike afin de développer des sorties promenades à thème autour de St-Paul et au départ de St-Paul : balades en vélo ou trottinette électrique à travers le bois, autour des remparts, dégustations, et pétanque.



> **Lancement d'une nouvelle visite** : balade nature « botanique, plantes médicinales, techniques de marche, points de vue »



En 2023 :

- **Équipe** : Une guide-conférencière titulaire, un médiateur culturel à mi-temps et une stagiaire.
- **297 départs** de visites guidées (toutes confondues) – 301 en 2022 dont **52 animations** pétanque (35 en 2022) et 149 visites Art & Patrimoine.



Visites à la lanterne

Pendant les vacances scolaires et en juillet et août

- > 2 visites par semaine en été
- > 23 départs (27 en 2022) avec 315 personnes guidées (364 en 2022).



Nouveauté : sortie à l'occasion des vacances de la Toussaint le 31 octobre.

Commercialisation de la visite guidée « Fondation Maeght »

Au total (réservations directes et en ligne) :

- 57 départs
- 502 personnes guidées

Top 3 de visites :

- 1/ Art et Patrimoine
- 2/ Fondation Maeght
- 3/ Lanternes

Nature et origines des participants :

Individuels :

- > Touristes – France/UK/USA/Belgique/Canada
- > Locaux (St Paul, Nice, La Colle)

Groupes :

- > Associations, Clubs, CCAS
- > TO
- > Agences de voyages, réceptifs
- > Autocaristes
- > Agences événementielles
- > CE
- > Écoles, centres aérés
- > EF



MICE

En 2023, nous avons développé l'activité MICE : Séminaires, teambuildings, incentives, réceptif, événementiel, afin de conquérir de nouvelles clientèles, développer des partenariats avec des agences réceptives et événementielles, accroître la fréquentation hors saison en semaine et hors vacances scolaires, contribuer au développement économique, rajeunir notre image, insuffler une nouvelle dynamique.

En 2023, plusieurs espaces intérieurs et extérieurs ont été identifiés. Une nouvelle grille a été établie en concertation avec les agences, entreprises qui ont l'habitude de venir à St Paul et d'y organiser des activités ou séminaires. La tarification a été validée par la mairie. De nouveaux lieux ont été identifiés : auditorium et terrasse, point de vue, place neuve, cours Freinet et Verdet, et d'autres points de contacts dans le cadre de rallyes ou jeux de piste. A ces lieux, s'ajoutent la place de Gaulle et la Courtine.

Nous avons réalisé un reportage photos des lieux et développé une rubrique MICE sur le site internet avec l'ensemble de l'offre : espaces publics, salles municipales, salles de séminaires chez nos partenaires hébergeurs et fondations, activités de l'Office ou proposées par nos partenaires, les expériences exclusives pour petits groupes.



De nouvelles activités ont été créées/intensifiées ou sont en cours de développement :

- > Le challenge pétanque / séminaire en collaboration avec le Cercle.
- > La leçon de pétanque animée par Olivier notre guide conférencier et animateur pétanque.
- > Un escape Game conçu et animé par Team Nature en collaboration avec l'Office de Tourisme (sortie en avril 2024).
- > Un jeu de piste à travers la ville conçu et proposé par l'équipe de l'Office de Tourisme.
- > Des dégustations de produits locaux (en 2024).
- > Des ateliers artistiques (en 2024).
- > Des master chefs (cours de cuisine) chez nos restaurateurs (2024)



Nombre de groupes accueillis sur l'année : 19

Agences représentées : Team Nature - Evently Yours - Travel Ice - Agence ADR - Boule d'énergie - Dimension SUD - Kedge School - Traflagar - Loupe à PACA - La Boulisterie - Made In

Lieux réservés : Place De Gaulle - Place de la Courtine - Rues du village - Bas du point de vue

Types d'activités : Pétanque - Apéritif - Déjeuner - Goûter - Jeu- Tournoi

CA TTC généré : 5 270 € HT

OBTENTION DE L'IMMATRICULATION DES
OPÉRATEURS DE VOYAGE : prévue en 2024

Tournages / shootings

• Adhésion à la commission du film 06



En concertation avec la commission et des régisseurs locaux, un nouveau recensement des lieux a été réalisé et une nouvelle grille tarifaire a été validée.

Nombre de tournages accueillis sur l'année : 7

Nombre de shootings accueillis sur l'année : 3

Marques / sociétés accueillies :

- The Crew – marque espagnole (375 € HT)
- ZARA Woman – Jake Production (1 600€ HT)
- Motherhood and Me – Matthew Parker (350 € HT) – Brinkworth Productions
- FLX Suède (500€ HT)
- Orange Film pour Elle JAPON (200 € HT)
- Musée Fukuyama – Ninazur Tourisme (gratuit)
- Petite Studio NYC (200 € HT)
- Terre M'Air production (700 € HT)

Lieux : Place de Gaulle – Place de La Courtine – Rues du village

CA généré : 3 925 € HT



Ateliers enfants

L'Office de Tourisme propose depuis les vacances d'automne 2023, des ateliers créatifs et ludiques pour les enfants de 7 à 12 ans. Laura Crechet, notre guide conférencière et animatrice conçoit, prépare et anime les ateliers.

Cette nouvelle activité conforte notre positionnement familial, occupe intelligemment les enfants des familles en vacances ou résidant à St Paul, fidélise les clientèles, et rallonge les durées de visites ou séjours à St Paul. Elles créent également du trafic dans le village et chez les commerçants : car pendant que les enfants sont occupés, les accompagnants visitent et font du shopping.

Ces ateliers très appréciés par les enfants et leurs parents se déroulent au 1er étage de l'Office de Tourisme. La jauge est limitée à 8 enfants. Chaque atelier dure environ 1h15.

• 10 ateliers avec 50 participants en moyenne

- Atelier Prévert (collage) X 2
- Atelier Folon (origami) X2
- Atelier Noël x6 (peinture, boules à neige, décoration de Noël, lettre au Père-Noël)



Jeux de piste

Depuis les vacances d'automne 2023, Laura Crechet, notre guide conférencière et animatrice conçoit des jeux de pistes ou chasses au trésor. Elle trace le parcours, imagine un scénario, cache des indices, imagine des énigmes à élucider, et fixe un objectif.

Cette nouveauté permet de générer du trafic dans le village et chez les commerçants, d'attirer de nouvelles clientèles (jeunes, familles, MICE), de découvrir St Paul autrement de manière originale et ludique, de rallonger les visites ou séjours à St Paul.

2 jeux de piste ont été proposés :

- > 1 pendant les vacances d'automne :
« **Retrouvez l'intrus** ».



Jeu de piste avec l'aide des commerçants, pour retrouver l'intrus qui s'est introduit dans le village

→ 64 participants

- > 1 pendant les vacances de Noël : « **Le Jeu des étoiles** ».
Jeu pour retrouver des étoiles cachées dans le village
→ 80 participants

- > en collaboration avec Franck Mantez nous avons proposé un JEU « **Enquête à St Paul** » pendant les vacances d'automne et d'hiver



Animations

L'Office de Tourisme organise des animations familiales avec le concours de l'association des commerçants.

Durant les vacances d'automne, l'Office de Tourisme a organisé un concours de citrouilles le 31 octobre à l'occasion d'Halloween. 10 participants ont exposé leurs citrouilles décorées à la Fontaine, rue Grande. Un jury s'est réuni pour désigner les 5 gagnants. Tout le monde est reparti avec des lots offerts par les commerçants.



Durant les vacances de Noël, deux animations ont été proposées : magie et concert avec Eliel James le 4 janvier de 14h à 18h. Les deux prestations se sont déroulées dans la rue Grande, et ont été très appréciées par les touristes et les commerçants.



Communication

Site internet : www.saint-pauldevence.com

- > Réactualisation quasi-quotidienne de notre site web via la base de données Apidae
- > Mise en valeur de l'agenda culturel de la destination

Fréquentation du site internet :

515 842 visiteurs en 2023 contre 431 799 en 2022 ; soit 84 153 visiteurs en +

326 154 en 2021



1 080 642 pages vues en 2023

Part des visiteurs français : 58,40 % en 2023, contre 56,92 % en 2022

Part des visiteurs étrangers : 41,6 % en 2023

Top 10 nationalités en 2022 :

France / USA / Italie / UK / Allemagne / Belgique / Pays-Bas / Suisse / Canada / Australie

Top 10 nationalités en 2023 :

France / USA / Italie / UK / Allemagne / Belgique / Canada / Suisse / Pays-Bas / Australie

Les pages les plus consultées :

Page d'accueil, la Colombe d'or, la Fondation Maeght, Agenda, Balades au fil des rues, Restaurants, Hébergements, Accès et Parking

Réseaux sociaux

Nouveautés :

- > Une activité renforcée sur les réseaux sociaux Instagram et Facebook
- > La collaboration avec une Community Manager extérieure pour la gestion de notre compte Instagram et assurer son développement rapide : à partir d'avril 2023
→ + 5 000 abonnés en 1 an



- > La création d'un compte sur Tik Tok pour rajeunir l'image, attirer des clientèles jeunes sur l'angle Shopping et restaurants.



- Développer notre présence sur LinkedIn (via la page officielle de la directrice) et communiquer auprès des médias, institutionnels et pro pour la partie MICE, nouveautés et actus attractives, classements et labellisations, retombées presse contribuant à notre notoriété et rayonnement international.



Google My Business

23 962 personnes ont consulté notre page en 2023.



Instagram

- > 10 493 abonnés au 31 décembre 2023, soit une évolution de près de 100% en un an.

Profil Instagram :

71,6% femmes

28,3% hommes

35 - 44 ans tranche d'âge la plus touchée

Villes principales des abonnés :

1/ Nice 2/ St-Paul de Vence 3/ Vence 4/ Paris

Top des pays :

1/ France 2/ Italie 3/ USA 4/ UK

Stratégie :

- Plusieurs stories par semaine (republications de visiteurs, saint-paulois, etc.)
- Environ 4 à 5 posts par semaine sur Instagram et Facebook
- Jeux concours avec : Maison Godet, Fondation Cab, le Domaine du Mas de Pierre, la Fondation Maeght

Meilleurs posts 2023 :

Post du 11 juin 2023 :

Reel 'Une soirée à Saint-Paul de Vence'

2 223 j'aimes, 29k non-followers touchés, 233 followers gagnés à partir de ce réel
Type de contenu : Inspiration, Destination, Ete, Ambiance



Post du 27 octobre 2023 :

Reel 'Les couleurs d'automne'

en collaboration créé par @visitcotedazur, mis en collaboration avec nous
2 126 j'aimes, pas d'autres statistiques car ce contenu n'appartient pas à notre compte.
Type de contenu : Inspiration, Destination, Repost, Automne

Post du 3 juillet 2023 :

Repost Reel d'un visiteur/créateur de contenu 'L'été à Saint-Paul de Vence'

1 476 j'aimes, 25k non-followers touchés, 63 followers gagnés à partir de ce réel
Type de contenu : Inspiration, Destination, Repost, Été

Post du 16 avril 2023 :

Réel 'Quand la nuit tombe sur Saint-Paul de Vence'

911 j'aimes, 10k non-followers touchés, 31 followers gagnés à partir de ce réel
Type de contenu : Destination, Inspiration, Ambiance

Post du 16 juillet 2023 :

Réel 'Profiter de la douceur du sud...'

866 j'aimes, 17k non-followers touchés, 30 followers gagnés à partir de ce réel
Type de contenu : Destination, Inspiration, Restaurants

Post du 26 décembre 2023 :

Repost Réel 'Flâner quand tout scintille'

851 j'aimes, 5000 non-followers touchés, 9 followers gagnés à partir de ce réel
Type de contenu : Destination, Inspiration, Fêtes, Repost

Post du 25 juin 2023 :

Réel 'Les couleurs d'été à Saint-Paul de Vence'

818 j'aimes, 8000 non-followers touchés, 29 followers gagnés à partir de ce réel
Type de contenu : Destination, Inspiration, Ete

Post du 19 mai 2023 :

Repost Reel 'Une journée à Saint-Paul de Vence'

785 j'aimes, 6000 non-followers touchés, 9 followers gagnés à partir de ce réel
Type de contenu : Destination, Inspiration, Repost

Post du 13 octobre 2023 :

Repost Reel 'Un moment à Saint-Paul de Vence'

781 j'aimes, 4000 non-followers touchés, 15 followers gagnés à partir de ce réel
Type de contenu : Destination, Inspiration

Post du 30 mai 2023 :

Repost Reel d'un visiteur/créateur de contenu

671 j'aimes, 4800 non-followers touchés, 10 followers gagnés à partir de ce réel

Type de contenu : Inspiration, Destination, Repost



Facebook : une page et un compte à gérer (projet de supprimer le compte en 2024 et de garder uniquement la page officielle).

5 799 fans au 31 décembre 2023, soit une évolution de 15% en une année.

Profil Facebook :

66,9 % femmes

33,1 % hommes

45-54 ans tranche d'âge la plus touchée

Villes principales concernées :

1/ Nice

2/ St-Paul de Vence

3/ Vence

4/ La Colle-sur-Loup

Top des pays :

1/ France

2/ Italie

3/ Belgique

4/ UK

Stratégie :

> 3 à 4 publications par semaine en basse saison.

> 5 à 6 posts par semaine en saison.

> repartage des stories Instagram sur les stories Facebook.

> rappel du programme de la semaine chaque lundi.

> organisation de 2 concours par an.





Newsletter

Chaque semaine, l'Office de Tourisme réalise une communication spécifique adressée à + de 4 800 contacts : adhérents, grand public, presse, professionnels du tourisme, hôtellerie haut de gamme du O6 et musées du département.

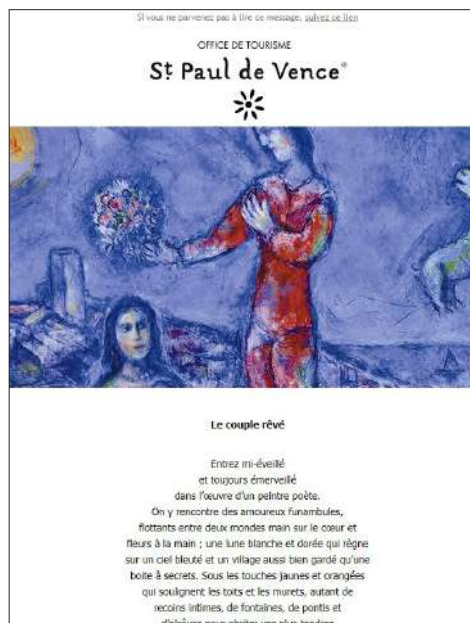
Ce support annonce les actus de l'Office de Tourisme et de nos socio-professionnels, les événements et expositions à venir sur les **10 prochains jours**.

La ligne éditoriale est inspirée par l'actualité et les nouveautés de la destination et des socioprofessionnels : déjeuner aux musées, garden party, brunch, vernissages...

Nombre d'abonnés : **5411 abonnés**

51 newsletters envoyées en 2023

Taux d'ouverture : 30 à 40 %



Presse

Participation à deux WORKSHOPS :

« La Côte d'Azur s'invite à Paris » et « La Côte d'Azur s'invite à Milan »

Cible : médias

25 à 30 rendez-vous face à face par workshop, soit 60 au total.

Et récupération d'un fichier de + de **140 contacts médias.**

> Présentation de la destination, nouveautés, événements 2024, agenda culturel, infos hébergements



Accueil Presse 2023 en partenariat avec le CRT Côte d'Azur :

- **Accueil de la blogeuse et influenceuse de voyage autrichienne avec Atout France Autriche :** tourisme eco-responsable en novembre 2023
- **Magazine Gazoline** - Road trip arrière-pays au départ de Saint-Paul en septembre 2023
- **Guide du Routard** en juin 2023 – mise à jour du guide
- **DNA les Dernières Nouvelles Alsaciennes** en février 2023
- **Accueil presse Air Transat** – Canada : Expo artiste canadien Fondation Maeght – Juin 2023
- **Accueil presse Atout France Inde** en mai 2023 - Repérage sur le thème pétanque
- **Accueil presse Israël** en juin 2023
- **Accueil presse France 3** avec Sonia Godet
- **Accueil presse CBS Tv US** avec Sonia Godet.
- **Accueil presse Le Figaro** « un week-end à Saint-Paul de Vence » en octobre 2023
- **BFM** en octobre 2023

- Deux émissions **Bienvenue chez nous diffusées sur France Bleu**
> Sujets :
 - Saint-Paul de Vence en chansons
 - Festival de la montagne.



- **Nice-Matin** pour la visite Remontez le temps
- **TF1** pour les couples célèbres
- **Tournage Les villages perchés de la Riviera**
- **Voyage presse beauté** avec le Domaine du Mas de Pierre en avril 2023

Au total, environ 25 demandes de photos et d'informations

Edition des deux Guides Nice-Matin, en collaboration avec le CRT Côte d'Azur, édition hiver + édition été

Retombées médiatiques :

De très nombreux articles sont parus en 2023. Voici une sélection d'une dizaine d'articles ainsi que 3 vidéos.

<https://www.saint-pauldevence.com/revue-de-presse-2023>

Coups de projecteurs médiatiques :

À l'occasion de la relance médiatique de nos séances de pétanque avec notre animateur et guide-conférencier Olivier Scagnietti, et notre collaboration avec La Boulisterie pour une gamme de tee-shirts et produits pétanque, nous avons souhaité relancer la mode de la pétanque à St-Paul de Vence > de nombreux médias ont afflué à Saint-Paul pour réaliser divers reportages.



- > **TF1** dans le cadre du reportage sur les couples mythiques et la pétanque à St-Paul
- > **France 3 Côte d'Azur**
- > **BFM Côte d'Azur**
- > **Nice Matin**
- > **France Bleu Côte d'Azur**



Nice Matin et France Bleu nous ont également consacré deux reportages pour la visite « Remontez le temps ».



La visite à la lanterne a également suscité l'intérêt de France Bleu Côte d'Azur à deux reprises, et le journal Nice Matin.

Nous avons également répondu à de nombreuses sollicitations par les éditeurs d'ouvrages (récits, biographies, guides touristiques, livres thématiques) pour collaborer à la recherche de documents d'archive, d'images et valider ou mettre à jour un contenu rédactionnel.



Credit photos: tous droits réservés - 2024, Design Graphique Eric Donnoy.

OFFICE DE TOURISME

St Paul de Vence®



Office de Tourisme
2 rue Grande – 06570 Saint-Paul de Vence
04 93 32 86 95
tourisme@saint-pauldevence.com

www.saint-pauldevence.com