



Office de Tourisme Menton, Riviera & Merveilles : une campagne de communication pour relancer l'économie touristique

L'Office de Tourisme communautaire Menton, Riviera & Merveilles déploie une campagne de communication d'envergure, à destination de la clientèle française, afin de relancer l'économie touristique de son territoire.

Dans un contexte de crise sanitaire, l'Office de Tourisme Menton, Riviera & Merveilles a repositionné son plan de communication 2020 pour mettre en œuvre des actions spécifiques afin de soutenir l'économie touristique, pilier de notre économie régionale, et de sauver la saison qui s'annonce.

Une campagne à destination de la clientèle française

Comme la « consommation » touristique française devrait, à court terme, être concentrée sur le territoire français, l'Office de Tourisme a décidé de recentrer ses actions exclusivement sur la clientèle française, et surtout régionale. Ce plan de communication s'étalera de la mi-juin à septembre et sera déployé sur trois principaux bassins français émetteurs de clientèles pour la Côte d'Azur : le Grand Sud, Paris et Lyon.

Une campagne de communication multicanale

Ce plan de communication multicanal s'appuiera sur plusieurs typologies de médias :

- Une **campagne d'affichage** dans les couloirs du métro parisien du 29 juin au 13 juillet qui couvrira 25 stations de métro avec un total de 125 affiches. Entre le 29 juin et le 6 juillet, un dispositif de 6 affiches est également prévu dans la station Bastille : un emplacement stratégique pour plus de visibilité.
- Une **campagne digitale** avec des annonces sur le réseau display de Google et des publications sponsorisées sur Instagram, Facebook et Youtube. Une campagne, entre mi-juin et mi-juillet, qui ciblera des internautes, de Paris, l'Île de France, Lyon et le Sud, ayant des affinités spécifiques telles que la nature, le nautisme, la culture, la gastronomie, le VTT... Des vidéos ont été réalisées afin de valoriser les expériences à vivre sur son territoire et d'asseoir la campagne digitale qui représentera plus de 5 000 000 vues et générera plus de 50 000 visites sur le site internet de l'Office de Tourisme. Une **campagne de presse régionale** programmée dans différents supports : *La Provence*, *Nice Matin & Version Fémina*. L'objectif étant de couvrir l'ensemble des départements de la Région Sud Provence-Alpes Côte d'Azur. A noter également, un reportage dans le magazine *Balades*, un bimestriel spécialisé dans les randonnées.

Une campagne en complémentarité avec les actions du CRT

L'ensemble des actions mises en place par l'Office de Tourisme communautaire Menton, Riviera & Merveilles viennent compléter le plan de relance du *Comité Régional du Tourisme (CRT) Côte d'Azur France* qui vise, entre autres, à soutenir la reprise d'activité des professionnels du tourisme azuréen et à stimuler la fréquentation cet été de la clientèle française. Un plan de relance qui comprend une **campagne TV** (France 3, France Télévision et BFMTV), une **campagne d'affichage**, une **campagne d'affichage digitale** et des **actions sur les réseaux sociaux**.

Contacts presse :

Joëlle Martin (Chargée de communication) : 04 83 93 70 28 / j.martin@menton-riviera-merveilles.fr
Marie Garcin-Zaiter (Directrice Générale) : 04 83 93 70 26 / m.garcinzaiter@menton-riviera-merveilles.fr