



RAPPORT D'ACTIVITÉ 2021

FÉDÉRATION RÉGIONALE
DES OFFICES DE TOURISME
Provence-Alpes-Côte d'Azur



Fédération Régionale
Offices de Tourisme
Provence
Alpes
Côte d'Azur

www.offices-tourisme-sud.fr

ÉDITO DU PRÉSIDENT



La crise sanitaire, la lente relance du tourisme nous obligent à nous remettre en question, à innover tant dans nos méthodes de travail que dans l'élaboration de notre plan d'actions **pour rendre efficace et pertinente notre capacité à accompagner les Destinations dans leur transformation** pour offrir des prestations qui répondent à la fois aux attentes des touristes mais également qui permettent la relance et le développement de l'attractivité de leur territoire.

Au sein de la FR.OT, l'année 2021 aura aussi été marquée par des départs, arrivées et des postes restés vacants sur plusieurs mois : la Chargée de développement des compétences et la Chargée de Communication & Animation réseau. **Deux postes clefs du développement de notre activité.** La charge de travail pour les autres collaborateurs a de fait été plus importante devant assurer en plus de leurs propres tâches celles des personnels manquants. Je tiens à les remercier pour leur engagement et efficacité, preuves de leur grand professionnalisme.

Dans ce contexte sanitaire particulier, nous constatons pour **2021 un volume d'activité encore important pour le réseau des Offices de Tourisme et l'équipe de la FR.OT Région Sud.**

Au premier semestre, un nombre conséquent de formations a été proposé et suivi ; quant au second semestre, il a été marqué par une charge de travail accrue avec **l'organisation et la réalisation de l'événement #CMonTheBeach du 29 au 30 septembre 2021.** Un événement gratifiant pour l'équipe de la Fédération et une réussite pour tout le réseau et partenaires, avec un **taux de participation et de satisfaction très bons par l'ensemble des participants** (les Offices de Tourisme, les entreprises et les intervenants). Ce qui conforte notre ambition d'en faire un événement au rayonnement national et pérenne dès la prochaine édition.

Encore cette année, l'animation réseau a été fortement perturbée par les vagues épidémiologiques successives, contraignant la plupart des structures à recourir à l'activité partielle. Cette situation n'a malheureusement pas permis de réaliser les différentes journées club prévues : Hébergement, Qualité, Avizi.

Dans la continuité de la série de webinaires proposés en 2020 pour la relance du tourisme en Région et pour continuer de soutenir les professionnels du tourisme face aux enjeux de l'évolution sociétale et comportementale dans l'acte d'achat de loisirs, **nous avons construit avec le**



soutien financier de la Région Sud, un programme d'accompagnement à la digitalisation des activités de loisirs en format webinaires. Le taux de participation des prestataires d'activités et des équipes des Offices de Tourisme a été à la hauteur de nos espérances et nous conforte dans notre démarche d'adaptation constante aux besoins et demandes du réseau sur une logique de montées en compétences partagées pour un travailler ensemble pour la dynamique touristique et économique de la Destination.

Le plan d'actions 2021 de la Fédération a ainsi été réalisé sur la partie formation et sur l'accompagnement aux démarches qualité. En revanche, certains projets portant sur l'évolution de nos outils de communication (refonte du site web, développement complémentaire Dendreo, etc.), sur la mise à jour du diagnostic social & digital du réseau, sur le Guide du Manager (travaux OT du futur) inscrits au budget 2021, sont reportés sur 2022.

En conclusion, le plan d'actions développé pour 2021, que ce soit à l'attention des Offices de Tourisme ou pour accompagner la Région Sud dans le développement des filières thématiques et l'aide à la relance de l'économie touristique, **nous montrent que nous devons renforcer la construction de notre plan d'actions à l'échelle du territoire : OT/EPCI ou OT/Commune, Département/OT, Région/OT.**

Le souhait de la Fédération est surtout d'avoir une bonne coordination entre les différentes instances territoriales qu'elles soient régionales, départementales, communales ou locales afin d'être dans l'efficacité de l'utilisation de l'argent public.

Je tiens une nouvelle fois à **remercier la Région Sud pour son écoute et soutien** à nos côtés dans la réalisation de nos plans d'actions au service de notre réseau d'Organismes de Tourisme moteurs de l'attractivité touristique et économique de la Région.

Christian MOURISARD
Président FR.OT Région Sud & ADN TOURISME



SOMMAIRE

5 AXES POUR ACCOMPAGNER
LA TRANSITION TERRITORIALE & TOURISTIQUE
EN PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR



AXE 1
EMPLOI & FORMATION p. 5

AXE 2 p. 14
NUMÉRIQUE & E.TOURISME

AXE 3 p. 18
LES DÉMARCHES DE PROGRÈS

AXE 4 p. 22
OBSERVATOIRE & PROSPECTIVE

AXE 5 p. 24
COMMUNICATION
& ANIMATION RÉSEAU

ANNEXE p. 30



AXE 1 EMPLOI & FORMATION

■ L'EMPLOI QUALIOPi

Afin de pouvoir continuer de bénéficier de fonds publics ou de fonds mutualisés de formation, la **Fédération Régionale des Offices de Tourisme**, pour son organisme de formation, **s'est mise en conformité durant le confinement pour obtenir le 24 août 2020 la certification Qualiopi** sans aucune non-conformité. La mise en application des critères obligatoires de Qualiopi dans notre mode de gestion de la formation durant l'année 2021 a confirmé l'importante charge supplémentaire de travail au niveau du suivi administratif et comptable des formations.

Cette certification ainsi que l'évolution de la réforme de la formation et de la plateforme de gestion de l'AFDAS nous ont imposé de **renforcer l'équipe sur la partie gestion de la formation avec le recrutement d'un contrat d'alternance « Gestion & Comptabilité »** pour nous permettre d'absorber la charge de travail supplémentaire générée et de continuer de mener à bien l'ensemble de nos missions.

Pour mémoire, ci-dessous les différents changements qui nous obligent aujourd'hui à faire grandir notre équipe :

- ❶ La mise en conformité de notre Organisme de Formation par rapport à la loi Européenne a eu pour conséquence de **doubler le nombre de factures de formation par an.**
- ❷ L'augmentation de l'activité formation constatée depuis 2020 liée au développement de formation d'accompagnement Crise Sanitaire, Filières a engendré une forte augmentation de la facturation et de la gestion comptable.
- ❸ La mise en place de la nouvelle plateforme AFDAS pour les adhérents OT et les adhérents OF nous oblige à **assurer le travail de contrôle réalisé jusqu'à présent par l'OPCO de branche (AFDAS).**
- ❹ Enfin, notre **démarche Qualité** suite à la certification Qualiopi obtenue en août 2020 dernier nous contraint à un **certain nombre d'exigences supplémentaires** tant au niveau pédagogique qu'au niveau administratif et comptable du suivi des formations. Notamment dans l'adaptation de Dendreo, notre outil de gestion et de suivi des formations, aux nouvelles procédures et critères obligatoires.

■ LA FORMATION

Une année marquée par le format hybride

Après une année 2020 marquée par le distanciel, l'année 2021 ouvre ses portes à la modularité et au format hybride. La Fédération Régionale a encore une fois su faire preuve d'adaptabilité et de réactivité en proposant à ses apprenants des formations qu'il est possible de suivre en présentiel, en distanciel ou en format hybride, quand les objectifs de la formation s'y prêtent.

Les formations hybrides, qui permettent de réunir simultanément des participants physiquement présents et d'autres qui participent à distance, ont d'ailleurs été plébiscitées cette année. Notamment pour faire face aux situations de cas contact, ou tout autre impossibilité de dernière minute de se rendre sur le lieu de la formation.

Un mode de formation mixte a aussi vu le jour, en faisant suite à une forte demande des participants de pouvoir alterner, sur une même formation, des journées en présentiel et d'autres à distance. Grâce à cette nouvelle organisation, nous avons notamment obtenu un taux d'inscription suffisant pour mettre en place les cursus longs, comme le cursus Direction d'Office de Tourisme qui regroupe 6 blocs de formation répartis sur une demi-année. Encore une fois, la Fédération Régionale a démontré sa flexibilité.

NB : le format hybride n'apparaît pas sur le graphique ci-dessous étant donné qu'il n'est pas référencé à ce jour dans Dendreo. La plupart des sessions hybrides de 2021 ont été organisées au dernier moment sur des formations initialement en présentiel ou en mixte.

MODE D'ORGANISATION DES FORMATIONS



Plan de développement des compétences

Pour suivre l'évolution des métiers, la Fédération accompagne, entre autre avec les cursus longs, à la certification professionnelle (CQP Chargé de Projet E.Tourisme et CQP Référent des Accueils Touristiques). Un véritable atout gagnant/gagnant pour l'Office de Tourisme et le salarié à la fois pour servir son plan de carrière et maintenir son employabilité dans sa structure.

Depuis 2 ans, la Fédération obtient de l'AFDAS une enveloppe budgétaire (action collective régionale) pour financer le volet 1 du CQP accueil, non finançable encore à ce jour par le CPF.

PERSPECTIVE 2022

La Fédération continuera de faire évoluer son catalogue de formation pour répondre à vos besoins pour la montée en compétences de vos collaborateurs. Parallèlement, elle répond à l'appel à projet de la Région « Formations Professionnelles Innovantes pour les Métiers du Tourisme » avec ses partenaires qui permettra de construire et de financer en partie une offre de formation sur des thématiques telles que l'accueil, la transformation numérique des métiers, le tourisme durable et le management environnemental. Cette offre de formation en intra aura pour objectif de répondre à vos besoins d'animation et d'association de vos socio professionnels dans tous les projets à l'échelle de votre territoire - OT/EPCI - ADT - CRT (repositionnement, stratégie de marque, commercialisation des activités, construction d'une offre tourisme responsable, etc.).

Bilan du dispositif d'accompagnement à la commercialisation et à la digitalisation

Pour épauler la Région dans son plan de relance de l'activité Touristique Régionale post crise sanitaire, la Fédération Régionale a construit en 2021 un « dispositif d'accompagnement, pour les prestataires d'activités de la Région Sud, à la commercialisation en ligne et au développement par le web et de leur activité ».

Ce dispositif s'inscrit dans un plan en 3 phases, financé par la Région Sud et animé par notre partenaire Id-Rezo :

- La Phase A, réalisée majoritairement en 2020, était dédiée aux Destinations ou Smart Destination. L'objectif était de les

sensibiliser sur les attentes clients et les enjeux du digital, mais aussi de les accompagner à la maîtrise d'ouvrage et au diagnostic de leur territoire, pour faire le point sur l'offre existante et identifier leurs besoins en fonction de leur stratégie afin d'élaborer un cahier des charges et lancer un appel d'offre à l'achat d'outils adéquats.

En continuité de l'an passé, deux Destinations ont été accompagnées en 2021 : l'OMT et Des Congrès de Marseille et l'OTC Menton Riviera et Merveilles.

• **La Phase B**, réalisée cette année, dédiée aux professionnels des Destinations ou Smart Destination qui ont mis en place ou ont le projet de mettre en place la vente en ligne de leurs Activités

de Pleine Nature ou de Loisirs. L'objectif est d'accompagner les professionnels sur les fondamentaux stratégiques et numériques d'aujourd'hui.

• **La Phase C**, pour boucler la boucle entre l'offre existante ou à venir des prestataires d'activités de loisirs d'un territoire et la stratégie marketing développée et promue par la Destination (l'Office de Tourisme). Cette phase d'ateliers entre les Destinations et leurs prestataires sera déployée en 2022.

La Phase B, financée à hauteur de 27 750 € par la Région Sud dans le cadre de notre plan d'action, s'est présenté sous forme de webinaires d'accompagnement répartis comme suit (toujours consultables en replay sur notre chaîne YouTube) :

► 2 webinaires introductifs

- Les attentes clients en matière d'activité et de loisir : 116 participants & 145 replay ;
- Les enjeux de la transition digitale pour les activités de loisirs : 134 participants & 107 replay.

► 8 webinaires opérationnels

- **Atelier 1** : Google My Business, l'incontournable de la visibilité sur le web : 134 participants & 72 replay ;
- **Atelier 2** : Tripadvisor, mieux vaut gérer que subir : 147 participants & 54 replay ;
- **Atelier 3** : Au commencement, il y a un positionnement marketing et des cibles : 80 participants & 70 replay ;

- **Atelier 4** : Les recettes d'un site web performant : 103 participants & 50 replay ;
 - **Atelier 5** : Soigner ses visuels pour mieux se vendre en ligne : 77 participants & 26 replay ;
 - **Atelier 6** : Optimiser son référencement naturel, ce n'est pas si compliqué : 106 participants & 40 replay ;
 - **Atelier 7** : Vendre en ligne n'est plus une option, c'est une nécessité : 76 participants & 51 replay ;
 - **Atelier 8** : Facebook & Instagram, le combo gagnant en fidélisation et en conquête : 126 participants & 52 replay ;
- 8 ateliers « suivi & conseils » en petits groupes pour apporter des réponses concrètes.

ACCOMPAGNEMENT À LA DIGITALISATION DES ACTIVITÉS DE LOISIRS - BY RÉGION SUD -

Un programme proposé par
La Fédération régionale des offices de tourisme
Provence-Alpes-Côte d'Azur
et la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur
en collaboration avec les
COT, ADE, OT et Paers, le CCI Nice Côte d'Azur et la Filière Vitis



REGION
SUD

PROVENCE
ALPES
CÔTE D'AZUR



CCI NICE
CÔTE D'AZUR



alpes

CÔTE D'AZUR

REGION
SUD
LOISIRS
ALPES
CÔTE D'AZUR



Avec une moyenne de 110 participants par sessions, ce dispositif d'accompagnement à la Digitalisation des activités de loisirs a reçu un très bon accueil auprès des Destinations et a été fortement plébiscité par les participants. On observe d'ailleurs un bon noyau de participants récurrents (environ 25) qui ont suivi tous les ateliers.

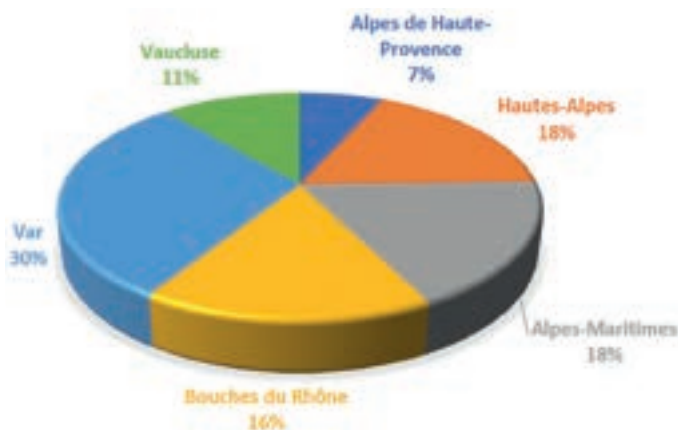
Les inscrits provenaient majoritairement du Var et représentent près de 30% des participants, suivi par les Hautes-Alpes, les Alpes-Maritimes et les Bouches-du-Rhône. Les départements du Vaucluse et des Alpes-de-Haute-Provence enregistrent le plus faible taux de participation.

À la suite de l'annonce gouvernementale de la reprise de l'activité, la participation effective a chuté sur les derniers webinaires.

On remarque toutefois un taux de visionnage satisfaisant des replays, ce qui indique que les participants inscrits ont été assidus et ont pris le temps de regarder les sessions qu'ils avaient manquées.

Avec une moyenne entre 6 et 12 participants sur les ateliers de suivi conseil, la participation reste malheureusement en deçà des objectifs, malgré les relances et à la communication faite auprès des inscrits et de l'ensemble du réseau. Ces ateliers ont été pensés pour permettre aux prestataires d'activité de traiter en petit comité de leurs problématiques quotidiennes. Les retours des participants et intervenants sont d'ailleurs très positifs car les échanges ont été qualitatifs. Les participants ont pu recevoir des conseils personnalisés, des trucs et astuces utiles.

PROVENANCE DES PARTICIPANTS



ACTIVITÉS ...

PRINCIPAUX SECTEURS D'ACTIVITÉS DES PARTICIPANTS



Accompagnateur
en montagne /
guide



Accompagnement
randonnées et vtt /
cyclisme



Activités nautiques /
plaisance / plongée /
location



Agence de voyage
réceptive / Agence
Évènementiel



Espaces Naturels
protégés / Parcs



Astronomie



Balades natures
activités famille /
enfants



Base de loisirs /
camping / centre de
loisirs et d'hébergement



Canoë kayak rafting /
canyon & via ferrata



Cinéma



Office de Tourisme



Évènementiel /
animation / jeux



Domaine viticole



Ferme pédagogique



Hébergements /
restauration



Visites guidées



Musée / Monuments
historiques /
Sites naturels



Parcs animaliers /
aquatique



Stage Sophrologie /
bien-être



PERSPECTIVE 2022

Mise en synergie des Prestataires d'activités avec leur Destination

Des demi-journées sur mesure seront conçues afin de faciliter le déploiement et la mise en œuvre des dispositifs de commercialisation des activités des 12 destinations accompagnées.

Quelques objectifs possibles :

- 1 Appuyer la présentation du dispositif de commercialisation de la destination et le valoriser dans une approche globale centrée sur les besoins des prestataires.
- 2 Améliorer le niveau de compréhension des prestataires d'activités sur les enjeux de la digitalisation des ventes et les bénéfices d'une démarche collective à l'échelle de la destination.
- 3 Augmenter le niveau technique des prestataires sur des sujets ciblés pour in fine améliorer l'efficacité de dispositif de commercialisation des activités de la destination.
- 4 Faire émerger de nouvelles prestations d'activités « expérientielles » avec les prestataires d'activités d'ores et déjà engagés dans le dispositif de commercialisation des activités de la destination.
- 5 Appuyer la destination sur les différentes problématiques qui peuvent émerger à la mise en œuvre de leur dispositif de commercialisation des activités.
- 6 Appuyer la destination dans la préparation de sa communication concernant le lancement de son dispositif de commercialisation.



■ BILAN DU PLAN DE FORMATION 2021

En 2021, la Fédération Régionale des Offices de Tourisme a engagé 149 233 € de dépenses pour l'organisation du plan régional de formation collective.

Sur la totalité des formations qui ont été déployées dans l'année, la Fédération Régionale affiche un taux de satisfaction globale de 92.98%, soit 1.98 points de plus que l'année passée.

Ce taux de satisfaction élevé est une moyenne des 77 sessions de formation, inter et intra, représentant 427 apprenants dans l'année. Le nombre de formations réalisées en 2021 a baissé de 34% en comparaison avec 2020, ce qui peut s'expliquer à la fois par les vagues épidémiologiques successives qui nous ont obligés à déprogrammer certaines formations et par le remaniement de l'équipe de la Fédération, notamment au poste clef de la Chargée de développement des compétences couplé à la charge de travail supplémentaire pour l'organisation de l'événement #CMonTheBeach fin septembre 2021.

Côté répartition thématique, le Marketing Digital et la Démarche de progrès arrive en tête avec 20% exæquo. Ils sont suivis par l'Accueil & Conseil à 15% et les Outils Régionaux à 12%.

On note ainsi une belle progression cette année de la thématique Démarche de progrès, qui se retrouve également dans le nombre de participants ayant suivi ces formations avec un taux à 26%, soit 17 points de plus. Une situation cohérente avec les nombreux renouvellements de Marque QT reportés sur 2021.

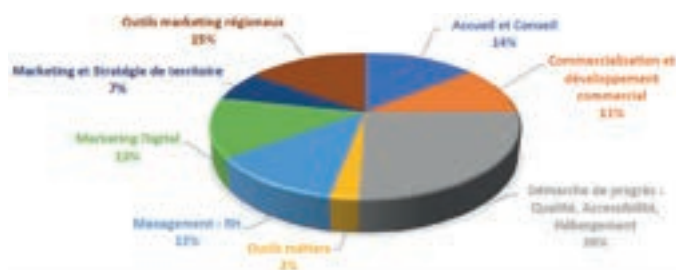
6 nouvelles personnes ont d'ailleurs réalisé le CQP Référent des Accueils Touristiques. ADN Tourisme, qui porte cette certification professionnelle, travaille actuellement pour son inscription au RNCP (Registre National des Certifications Professionnelles) afin de la rendre finançable par le CPF. La promo 2023 devrait pouvoir en bénéficier.

Par ailleurs, il est intéressant de voir que les formations Management - RH enregistrent une augmentation de 4 points en thématique et de 5 points en termes de stagiaires. Cet intérêt grandissant pour ce sujet nous conforte dans la mise en place d'un accompagnement plus soutenu avec notamment le Guide du Manager.

RÉPARTITION DES FORMATIONS



NOMBRE DE STAGIAIRES



NOMBRE D'HEURES STAGIAIRES



■ BILAN QUANTITATIF ET QUALITATIF

Dispositif d'accompagnement des prestataires d'activités à la commercialisation et à la digitalisation : 1 099 participants répartis sur les 10 webinaires.

Plan Régional de formation - cursus longs

▶ L'accompagnement à l'obtention/renouvellement Marque Qualité Tourisme 2021 - 2022

- 10 participants ;
- 5 jours (dont les trois derniers au premier trimestre 2022) ;
- 3 sessions de coaching (au premier trimestre 2022) ;
- Taux de satisfaction à ce jour : 97%.

▶ Le Cursus Direction d'Offices de Tourisme (DOT) 2020 - 2021

- 11 participants ;
- 5 modules - 9 jours (dont 2 en janvier et 2 en février 2021) ;
- 5 Consultants ;
- Taux de satisfaction : 95% ;
- Pas de cursus DOT commencé en 2021, report sur 2022.

▶ Certificat de Qualification Professionnelle Référent des Accueils Touristiques 2021 - 2022

- 7 participants ;
- 22 jours ;
- Taux de satisfaction à ce jour : 91%.

▶ Certificat de Qualification Professionnelle Chargé de Projets Etourisme (CMD) 2020 - 2021

- 9 participants ;
- 10 jours ;
- Taux de satisfaction : 94%.

▶ Certificat de Qualification Professionnelle Chargé de Projets Etourisme (MND) 2021

- 6 participants ;
- 6 jours ;
- Taux de satisfaction : 97%.

▶ Certificat de Qualification Professionnelle Chargé de Projets Etourisme (ANT) 2021

- 9 participants ;
- 6 jours ;
- Taux de satisfaction : 97%.



BILAN QUANTITATIF
 du plan de formation
 01/01/2021
 au 20/12/2021

► Nombre de sessions de formation Inter-entreprises : **43**

► Nombre de sessions de formation Intra-entreprises : **34**



BILAN QUALITÉ

► Satisfaction globale : **92,98%**

► Dépenses plan régional de formation : **188 625 €**
 (Pour 200 000 € prévus au budget prévisionnel)

► Recettes plan régional de formation : **215 255 €**
 (vs 282 155 € en 2020 et 248 982 € en 2019)

PERSPECTIVE 2022

La Fédération construit son plan d'actions 2022 en prenant en compte les effets de la crise sanitaire qui nous ont contraints de revoir notre organisation et nos offres de services pour continuer de répondre aux attentes du réseau et de nos partenaires. L'objectif étant de les accompagner au plus près pour :

- Le maintien de l'employabilité de leurs équipes ;
- La mise en place d'une démarche RSE. Incluant notamment un parcours de professionnalisation « Tourisme Durable & Responsable » composé de webinaires et d'une formation continue sur 3 niveaux d'interventions : parcours généraliste, en externe / sur le territoire, en interne dans sa structure ;
- L'adaptation à l'évolution des E-métiers de l'Office de Tourisme ;
- Le développement de leur plan d'action à l'échelle de la Destination ou Smart Destination.



AXE 2 NUMÉRIQUE & E.TOURISME

■ LE PLAN DE FORMATION

Après les outils métiers, outils numériques indispensables au quotidien, **le Marketing Digital est la thématique sur laquelle les Offices de Tourisme de la région se sont le plus formés avec 16% des heures de formation annuelle consacrées à cet enjeu.** Ainsi, ce sont une soixantaine de stagiaires qui ont été formés, plus de 126 si l'on rajoute les formations aux outils marketing régionaux (APIDAE et AVIZI).

Le chargé de projets e-tourisme

Déployé pour la 5^e saison, à cheval sur 2020/2021, **les programmes de formations certifiantes au Chargé de Projet E-Tourisme représentent 1/3 des formations en Marketing Digital.** Elles ont reçu une note de satisfaction globale de 96% avec 24 stagiaires de 15 structures différentes accueillis tout au long de l'année.

Pour rappel, nous proposons 3 formations certifiantes autour des métiers du E-Tourisme :

- ▶ Content et Community Manager de Destination ;
- ▶ Manager Numérique de Destination ;
- ▶ Animateur Numérique de Territoire.

Cette Certification de Qualification Professionnelle de branche, portée par ADN Tourisme, est en plein renouvellement d'inscriptions au RNCP (Registre National des Certifications Professionnelles) pour continuer d'être finançable par le CPF. **La promo 2023 bénéficiera d'un nouveau référentiel d'évaluation.**

Dans le cadre de l'évolution des métiers des Offices de Tourisme du futur, la Fédération a élaboré une première ébauche d'un nouveau parcours :

PILOTE D'ATTRACTIVITE - DATA MINER

- ▶ Piloter l'exploration et l'exploitation des données (data mining) ;
- ▶ Structurer et coordonner la stratégie d'attractivité ;
- ▶ Alimenter le plan opérationnel d'attractivité (rayonnement territorial) ;
- ▶ Identifier des partenaires pour la production de données complémentaires ;
- ▶ Rédiger des recommandations en vue d'améliorer la qualité de l'expérience client ;
- ▶ Apporter son expertise en matière d'aménagement et d'attractivité (aménagement du territoire, aménagement de locaux publics...).

En 2022, nous finaliserons l'ingénierie pédagogique et les formats de ce cursus pour pouvoir l'inscrire au plan de développement des compétences 2023.

■ FOCUS DATA (AVIZI, APIDAE)

En 2021, c'est une douzaine de sessions de formation AVIZI et APIDAE qui ont été réalisées, en inter et en intra, pour un total de plus de 90 stagiaires.

On peut souligner que les accompagnements AVIZI et APIDAE ont principalement basculé en intra, pour des accompagnements sur mesure. D'ailleurs, avec 6 sessions intra AVIZI et autant pour ADIPAE, ces formations représentent au total plus de 35% des formations proposées en intra. L'avantage de ce format est de faire évoluer simultanément l'ensemble du personnel d'une même structure et ainsi développer plus efficacement les compétences de l'Office de Tourisme en cohérence avec leur projet.

PERSPECTIVE 2022

Depuis 2015, l'offre de formation sur APIDAE permettait de s'approprier l'outil et de mettre en place pour les besoins de sa Destination, la qualification de l'offre ; l'outil AVIZI de qualifier les prospects & les clients, et FairGuest d'assurer la veille des avis clients.



Pour 2022, il est nécessaire de faire évoluer les programmes de formation APIDAE pour, à la fois :

- Continuer de former les nouveaux arrivants salariés des Offices de Tourisme à la saisie sur l'outil ;
- Adapter et optimiser la qualification de leur Offre pour une exploitation transversale et hors besoin de l'OT, par ses partenaires que sont le CRT, les ADT, les Parcs, ou autres utilisateurs ou contributeurs des données APIDAE ;
- Travailler sur l'éditorialisation et la scénarisation des données saisies en fonction de l'exploitation définitive.



Nous continuerons d'accompagner les structures ayant acquis l'outil AVIZI avec de la formation le plus souvent

en intra pour répondre aux urgences d'exploitation et d'optimisation de la GRC. Ce programme est complété par une formation sur l'optimisation de l'exploitation de sa base de données pour une **Gestion de la Relation client en marketing one to one** qui apporte une réelle valeur ajoutée pour la fidélisation de la clientèle et l'optimisation du budget Communication de la Destination.



Pour développer la veille et l'exploitation des avis clients au service du marketing de marque et à la montée en qualité des prestations proposées par les acteurs de la Destination, la Fédération s'est associée au CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur France pour développer un programme de formation qui permettra d'optimiser l'utilisation de l'outil FairGuest (outil de veille et de modération des avis clients) par les OT et viendra ainsi renforcer la veille et l'exploitation réalisée par le CRT sur les Avis clients Région Sud.

■ ÉVÈNEMENTIEL ETOURISME

CMonTheBeach 2021

Devant l'importance de maintenir une dynamique événementielle en Région sur les sujets du E-Tourisme, la **Fédération Régionale a répondu favorablement à l'organisation et au portage financier (+140 000 €) de #CMonTheBeach, l'événement Content marketing et Numérique dédié aux professionnels du Tourisme.**

Co-organisé par Id-Rezo (créateur du concept et des contenus) et la Fédération Régionale (portage financier et organisation logistique), cet événement a été conçu avec différents partenaires, notamment avec le fort soutien de la Région Sud, de l'Office du Tourisme et Centre des Expositions et des Congrès de Mandelieu la Napoule, de Provence Côte d'Azur Events, et du Comité Régional du Tourisme Provence Alpes Côte d'Azur. On peut également souligner l'engagement des sponsors institutionnels et privés de la première heure qui ont continué de soutenir cette première édition des 29 et 30 septembre 2021, malgré deux reports.



#CMonTheBeach 2021 c'est 44 séquences, ateliers et conférences, plus de 45 heures de contenu en deux jours et 58 intervenat.e.s motivé.e.s et dynamiques.

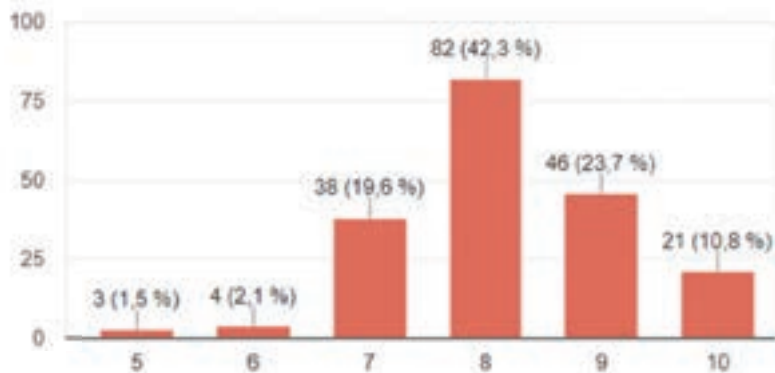
#CMonTheBeach 2021 c'est aussi un événement qui a reçu un très bel accueil de la part du public et qui a réuni plus de 450 participants, 21 exposants et 42 intervenants, soit un taux de participation de 82%. Et ce, malgré les contraintes sanitaires en vigueur et la concurrence d'autres événements sur la même période, comme le Congrès d'ADN Tourisme et les Rencontres E-Tourisme de Pau. Une preuve que #CMontheBeach séduit et répond à un vrai besoin dans le secteur touristique.



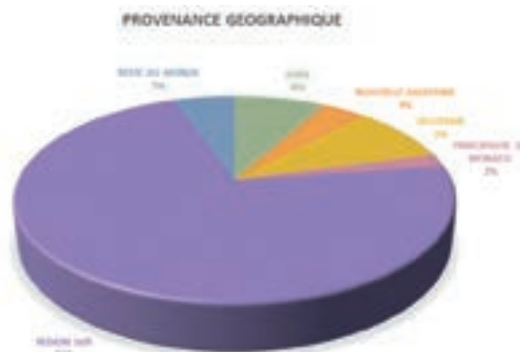
Près de la moitié des participants était des représentants d'Offices de Tourisme.

La grande majorité des participants venaient de la Région Sud, notamment des Alpes Maritimes, département dans lequel s'est déroulé l'événement.

Note globale de l'événement



On note tout de même une participation d'autres Destinations en France. Cet attrait, bien que moins important qu'espéré, confirme la possibilité de faire de #CMonTheBeach un événement de dimension nationale. Pour les prochaines éditions, il sera nécessaire de mobiliser plus en amont les réseaux nationaux et extrarégionaux pour améliorer la communication et le rayonnement de l'événement dans l'ensemble de l'Hexagone.



L'événement obtient une note globale moyenne de 8.17/10 et plus de 66% des participants sont satisfaits ou très satisfaits des exposants. Un score très honorable pour une première édition, sachant que cette même note restait en dessous de la barre du 8/10 pour les 4 dernières éditions de Voyage En Multimédia*.

*VEM (Voyage en Multimédia) est l'ancien salon E-Tourisme organisé par Id-Rezo et l'Agence Esterel Côte d'Azur, avec un financement par la Région Sud, de 2009 à 2018. Après avoir été un Side Event de cet événement pendant 2 années et en étant à sa première édition, nous étudions ici les chiffres de #CMonTheBeach en comparaison de ceux de VEM.





LES TOPS

- ▶ L'accueil ;
- ▶ La signalétique ;
- ▶ la communication.



LE TOP 5 DES ATELIERS

- ▶ Le top 10 des sites web inspirants ;
- ▶ Tik Tok : intérêt et usage pour le tourisme ;
- ▶ Positionner ses marques de destination dans sa stratégie de contenu ;
- ▶ Peut-on vraiment influencer les flux touristiques avec du contenu ;
- ▶ Love Story Instagram, LinkedIn et Facebook.



LES FLOPS

- ▶ La restauration ;
- ▶ Le manque de temps de pause pour profiter du showroom ;
- ▶ Le manque d'exposants au showroom.

L'organisation de l'événement a été parfaitement maîtrisée sur le plan logistique, accueil CEC, soirée, showroom, etc. Et ce, malgré le peu de moyen et la forte charge de travail de chacun en complément de ses missions habituelles. Pour les éditions à venir, il sera bon de s'associer les services de prestataires externes sur le pilotage logistique et la commercialisation des espaces.

L'évènement #CMonTheBeach fut l'occasion aussi de lancer les 1^{er} « Trophées de l'E.réputation des acteurs du Tourisme » créés et pilotés par le CRT Provence Alpes Côte d'Azur avec le soutien de FairGuest. Un challenge qui récompense les meilleurs avis clients par catégorie d'acteurs professionnels (Destination/ Hôtellerie/restauration/etc.). Un trophée qui sera renouvelé chaque année, pour inciter les professionnels du tourisme à prendre en compte la e.réputation dans leur stratégie marketing et en faire une véritable valeur ajoutée dans l'accueil client.



BILAN QUANTITATIF



- ▶ Nombre d'inscrits : **558**
- ▶ Taux de participation : **82%**
- ▶ Nombre d'intervenants : **58**
- ▶ Nombre d'heures d'ateliers : **45 H**
- ▶ Dépenses : **206 467 €**
- ▶ Recettes : **223 133 €**



BILAN QUALITÉ



- ▶ Satisfaction globale : **8.17/10**
- ▶ Satisfaction des ateliers : **8.10/10**





AXE 3 LES DÉMARCHES DE PROGRÈS

Face au contexte inédit confrontant les Offices de Tourisme à de nouvelles difficultés notamment sanitaires, et suite à la mise en vigueur fin 2019 du nouveau référentiel dans le cadre de la Marque Qualité Tourisme, **des échéances supplémentaires ont été accordées** pour leur permettre entre autres de pouvoir passer leurs audits dans des conditions qui s'y prêtent. **La DGE sur proposition d'ADN Tourisme a donc acté le report possible des audits de renouvellement** pour les Offices de Tourisme sur 2021. De plus, par rapport à cette situation exceptionnelle, **la DGE a décidé d'ajouter de nouveaux critères de réassurance sanitaire provisoires dans le référentiel Qualité Tourisme** (critères supprimés à ce jour - avril 2022.)

Nous avons donc fait face à une plus forte demande d'accompagnement, qui n'a pas été sans répercussion sur le travail au sein de la Fédération Régionale afin d'accompagner au mieux les

Offices de Tourisme dans l'intégration de ces changements dans leur structure. Par ailleurs, la subvention de la Région Sud dédiée à soutenir financièrement les Offices de Tourisme à hauteur de 40% du coût de leur audit complet d'adhésion ou de renouvellement a été d'autant plus sollicitée en cette année.

La Fédération, dans ce contexte, a adapté son plan de formation et un volet spécifique de notre plan d'animation et de formation a été consacré à l'accompagnement, l'animation et la promotion par la Fédération Régionale, des démarches de progrès et des marques d'État associées afin d'accompagner au mieux les structures dans ces changements. **Une formation ciblée à la préparation de la visite mystère**, nouvelle modalité d'audit qui s'ajoute à l'audit complet, **a notamment été proposée**. En plus des formations qui étaient déjà proposées jusqu'ici et du cursus d'accompagnement à l'obtention ou renouvellement de la MQT.

La Fédération a également proposé un accompagnement personnalisé à travers des audits blancs afin de préparer ces Offices avant le jour J. À la suite de leur première obtention ou renouvellement de la Marque, l'agent de développement en charge des démarches de progrès continue à suivre la cinquantaine de structures marquées en Région Sud au quotidien.

■ L'ANIMATION ET L'ACCOMPAGNEMENT DES OFFICES DE TOURISME À LA MARQUE QUALITE TOURISME™

Participation de la Chargée de développement des démarches de progrès à 5 Commissions Nationales « *Démarches de Progrès* ».



La Formation au service des démarches de progrès

En 2021, la Fédération Régionale a proposé dans son plan de formation des thématiques spécifiquement fléchées Qualités pour accompagner en continue les personnes en charge du déploiement et de l'animation de ces démarches.

- ▶ **L'accompagnement de 5 jours à l'obtention ou au renouvellement de la Marque Qualité Tourisme™** : 5 offices et 10 stagiaires se sont formés grâce à ce cursus long très complet. 3 demi-journées de coaching collectif à distance entre chaque journée de formation ont complété ce parcours ;
- ▶ **Nouveaux Référents Qualité Tourisme, s'approprier une démarche QT en cours** : 6 participants de 6 OT ;
- ▶ **Réussir l'audit mystère** : 21 participants de 21 OT ;
- ▶ **Journée Club Qualité** : reportée en 2022 au vu du contexte sanitaire.

Focus sur la nouvelle formation 2021 : Réussir l'Audit mystère

- 2 sessions à distance ;
- 21 participants ;
- 2 jours par session ;
- Taux de satisfaction : 98%.

Quelques chiffres clés

Marque Qualité Tourisme™ en 2021 c'est :

- 54 OT Marqués en Région Sud ;
- 34 visites mystères et 18 audits complets contre 6 en 2020 ;
- 3 audits blancs et 1 audits d'accompagnement, contre un seul en 2020 ;
- 26 116 € de dépenses d'audits et d'accompagnements.



Développement des collaborations transversales FR.OT / ADT

Durant l'année 2021, la collaboration entre la Fédération en tant que Relai Territorial Régional et les Relais Départementaux

(Provence Tourisme dans les Bouches-du-Rhône et VPA dans le Vaucluse) s'est renforcée.

Un premier Webinaire d'animation Qualité Tourisme organisé en collaboration s'est ainsi tenu le 7 juin 2021. Il a compté 52 participants et 74 vues en replay. Ce webinaire a notamment permis de préparer les représentants des Offices de Tourisme aux visites mystères prévues en 2021.

■ TOURISME & HANDICAP ET DESTINATION POUR TOUS



La Fédération Régionale a proposé des formations pour accompagner les Offices de Tourisme vers les Marques d'Etat Tourisme & Handicap et Destination pour tous. L'objectif de ces formations est d'obtenir ou de consolider la marque Tourisme & Handicap afin de recevoir dans les meilleures conditions, des publics porteurs de handicap.

En parallèle, la Fédération Régionale souhaitait en 2021 organiser une nouvelle journée d'animation sous le signe du partage d'expériences afin de renforcer le réseau de structures déjà marquées et celles souhaitant l'être et ainsi pérenniser ces démarches. Une fois encore, la crise sanitaire nous a obligé à reporter ce nouveau rendez-vous en 2022.

Tourisme & Handicap

2 journées (1 module) de formations ont été suivies par 13 personnes de 9 structures.

L'objectif de cette formation destinée au personnel d'accueil est d'obtenir ou de consolider la marque Tourisme et Handicap afin de recevoir dans les meilleures conditions, des publics porteurs de handicap.

Destination pour Tous

2 journées (1 module) de formations ont été suivies par 7 participants de 4 structures.

Cette formation permet à l'Office de Tourisme d'envisager le label à l'échelle de son territoire dans la logique d'accompagnement en mode « Projet de Destination ».

Dans le cadre de notre propre démarche de progrès (Fédération et Organisme de formation), critère obligatoire à prendre en compte dans la certification Qualiopi, l'animatrice de la Fédération a suivi les formations « Tourisme & Handicap » et « Destination pour tous » afin de mieux encadrer l'accessibilité à nos propres programmes de formation.

■ LA QUALIFICATION DE L'OFFRE D'HÉBERGEMENT

Les critères de classement des meublés de tourisme et de la qualification Chambre d'hôtes référence® ont été réformés en 2021. Les actions d'animation et de formation ont ainsi été primordiales afin que les Offices de Tourisme s'adaptent au mieux lors de cette année de changement. La Fédération a donc modifié ses formations et organisé des animations pour informer et accompagner au mieux les Offices qui sont ou prévoient de devenir organisme de classement de meublés de tourisme ou référent pour la qualification Chambre d'hôtes référence® sur leur territoire.

Dans ce contexte, 2 nouvelles formations ont vu le jour : la première autour du Home Staging pour accompagner et conseiller les hébergeurs du territoire sur les techniques de décoration d'intérieur, et la seconde qui traite du webmarketing et l'accompagnement des meublés de tourisme dans la mise en place d'une stratégie efficace.

La Journée Club Hébergement rassemble chaque année les référents de classement des meublés de tourisme et les référents de qualification des chambres d'hôtes afin de travailler sur des problématiques identifiées sur le terrain et de privilégier les moments d'échanges et de partage d'expériences. Au vu de la crise sanitaire en 2021, elle n'a malheureusement pas eu lieu cette année mais elle sera renouvelée en 2022.

Enfin, la Fédération étudie régulièrement les dossiers de demande de qualification chambre d'hôtes. Elle forme les futurs référents qualifiants et anime la commission de qualification Chambre d'hôtes référence®.

En 2021, 4 commissions régionales ont été organisées et ont permis d'étudier 40 dossiers. Parmi eux, 36 structures ont été qualifiées représentant 94 chambres pour une capacité d'accueil totale de 236 personnes.

Les chiffres clefs de la formation au service de la qualification de l'offre d'hébergement :

- ▶ **Devenir organisme de classement de meublés de tourisme**, permettant de se préparer à passer l'audit pour devenir organisme agréé :
 - 1 session en INTER au printemps avec 7 personnes formées de 5 structures différentes ;



- 1 session en INTRA pour l'OTM Nice Côte d'Azur avec 10 participants ;
- Aucune autre session n'a été proposée étant donné la réforme du classement prévue.
- ▶ **Qualification des chambres d'hôtes Référence®** : 1 session avec 8 participants de 6 structures ;
- ▶ **La référence taxe de séjour VPA** : 5 participants de 4 structures ;
- ▶ **Les nouveaux fondamentaux de la taxe de séjour** : 14 participants de 13 structures ;
- ▶ **[Nouveauté] Home Staging - Conseiller les hébergeurs sur les techniques de décoration d'intérieur** : 1 session avec 5 participants de 5 structures ;
- ▶ **[Nouveauté] Renseigner et accompagner ses meublés de tourisme dans une stratégie webmarketing** : 1 session avec 5 participants de 4 structures.

Le classement des offices de tourisme

Le référentiel de classement des Offices de Tourisme ayant évolué par arrêté du 16 avril 2019, une **prorogation exceptionnelle a été accordée jusqu'à fin 2021**.

Ainsi, nous avons déployé un plan régional de formations, de séminaires de travail et d'accompagnement in situ à l'attention des Organismes Locaux de Tourisme. Le programme a pour objectif de les accompagner dans l'obtention du classement ou reclassement de leur structure en catégorie I ou II, à l'image de ce que nous faisons pour la Marque Qualité Tourisme.

Au total, 9 participants de 8 structures différentes ont suivi ce programme en 2021.

PERSPECTIVE 2022

Afin de dynamiser l'animation et les échanges autour des différentes marques, la Fédération Régionale, en collaboration avec les Relais Départementaux, mettra en place **des journées d'animation des différents réseaux : Journée Club Qualité, Journée Club Hébergement et Journée Tourisme & Handicap**. Ces événements pourront être complétés par des webinaires d'informations.

Le but est d'amener et d'accompagner au mieux les structures qui ne sont pas encore engagées dans de telles démarches en sensibilisant les équipes et les directions aux avantages de ces qualifications puis au rôle que chacun pourra tenir pour assurer la réussite d'un tel projet.

Une coopération transversale et constructive devra se poursuivre sur les prochaines années. **La Fédération continuera aussi à défendre les intérêts des Offices de Tourisme et apporter sa contribution aux travaux portés au sein de la Commission Nationale Démarches de Progrès d'ADN Tourisme.**

De nouvelles formations seront créées pour répondre aux points d'amélioration relevés et aux besoins exprimés par les référents de classement de meublés de tourisme ou de qualification des chambres d'hôtes identifiés lors des audits de 2021. **Le but est de faire évoluer les compétences de ces derniers afin d'élargir la palette de services que peut proposer l'Office de Tourisme** auprès des hébergeurs de son territoire, d'autant plus dans le contexte actuel.

Spécificités Marque QT

Suite au grand nombre d'audits en 2021, un suivi personnalisé sera également mis en place et réalisé par la responsable des Démarches Qualités à travers des visites conseils pour aider les OT dans la mise en œuvre de leur plan d'actions.

La Fédération maintient la prise en charge 40 % du coût de l'audit complet initial ou de renouvellement pour soutenir financièrement les OT dans leur démarche à travers la subvention de la Région Sud.

Une vingtaine de visites mystères et une dizaine d'audits complets de la Marque Qualité Tourisme sont prévus en Région Sud, dont la majorité seront des audits d'adhésion concrétisant ainsi le projet d'adhésion à la Marque QT d'un certain nombre de structures.





AXE 4 OBSERVATOIRE & PROSPECTIVE

La fédération, relais territorial des démarches nationales

■ OBSERVATOIRE ET PLATEFORME PILOT

Depuis 2017, ADN Tourisme développe et anime la plateforme PILOT, observatoire touristique et plateforme de pilotage de l'activité des Offices de tourisme complémentaire aux outils existants (enquêtes de fréquentation / flux vision, enquête régionale touristique pilotée par le CRT, etc.).

Cette plateforme est accessible à tous les adhérents d'ADN Tourisme. Elle permet à la fois de s'inscrire dans une démarche de progrès que ce soit au niveau de la structure ou du territoire, et de se benchmarker par rapport aux structures de même catégorie ou territoire de même typologie géographique, de taille identique, etc.

Dans le cadre de sa participation au Copil National sur le développement de l'outil, la Fédération a présenté en 2021 la plateforme PILOT aux observatoires Départementaux (ADT / CDT) via des webinaires et animations.

Aujourd'hui, déjà 3 relais départementaux (ADT Var Tourisme, Provence Tourisme et VPA) sont donc formés aux côtés de la Fédération pour appuyer le développement régional sur leur département de cette plateforme pour que les Destinations qui le souhaitent puissent mettre en place cet outil d'observation annuel pour le calcul de l'indice de touristicité et l'intégrer dans leur démarche de progrès.

En parallèle, 2 sessions-ateliers de saisie en format distanciel ont été animés par la Fédération et Nouveaux Territoires. Au total, ce sont 16 stagiaires de plus de 14 Destinations qui ont été formés.

Rappel des indicateurs observés :

- 1 LES INDICATEURS SOCIO-ÉCONOMIQUES CLEFS (ISEC) DE L'ORGANISME DE TOURISME : Ils rendent compte du fonctionnement de l'OT et sont obtenus en renseignant la plateforme ;
- 2 L'INDICE DE TOURISITICITÉ DE VOTRE TERRITOIRE (ITT) : Il rend compte du potentiel touristique de votre territoire et s'obtient en renseignant la plateforme.

La valeur ajoutée de PILOT est double pour l'OT et son territoire :

- ☑ Elle permet de se situer objectivement autour de ratios structurels pertinents et de se comparer aux structures comparables à la vôtre ;
- ☑ D'identifier les gisements de performance pour sa structure et le territoire.



PLUS D'INFOS :

<https://www.evaluametr.fr/portfolio-item/pilot/>

■ PROSPECTIVE (OFFICE DE TOURISME DU FUTUR)

Accompagnement des managers vers l'OT du futur

À la suite des travaux menés en 2019 sur le déploiement d'un dispositif d'accompagnement destiné aux managers pour la transition de leurs équipes vers l'Office de Tourisme du Futur de leur Destination, la Fédération Régionale a développé plusieurs projets :

- ▶ D'une part, la mise en place d'une nouvelle formation pour accompagner la **Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences. Avec un taux de satisfaction de 93% sur la session 2021, cette formation est renouvelée en 2022.** Le contenu sera réactualisé pour inclure l'exploitation des outils d'ADN Tourisme, en cours de mise à jour : l'observatoire des métiers et son nouvel outil de suivi à la GPEC, outils accessibles pour les adhérents d'ADN Tourisme uniquement.
- ▶ D'autre part, **l'élaboration du contenu d'un Guide du Manager spécifique à la branche tourisme** à destination de chacune des structures qui souhaitent mettre en place la GPEC. **La réalisation finale de ce guide**, inscrit au budget 2021, est encore en cours et sera finalisée pour le premier semestre 2022.
- ▶ Enfin, l'amorce de **la mise à jour du diagnostic social régional** qui a ainsi pu être lancé au premier semestre 2022 (dernière enquête réalisée en 2018/2019, au moment de la mise en place de la loi NOTRe).

PERSPECTIVE 2022

L'initiative PILOT sera reconduite et enrichi en 2022 pour former les utilisateurs et futurs utilisateurs sur l'outil et l'exploitation de l'analyse de données. Pilot vient compléter les autres outils d'observatoire. L'objectif étant d'en faire un véritable atout pour les Destinations pour la stratégie de développement de leur territoire. L'animation et l'analyse des résultats ITT sera assurée par JPC Consultants, AMO également sur « l'enquête clientèle touristique Régionale 2021 reportée 2022 » pilotée par l'observatoire du CRT Région Sud.

Report de la mise à jour du baromètre du tourisme digital régional (initialement budgété en 2021). Ce diagnostic nous permet de faire un point sur l'exploitation du digital dans vos stratégies et d'être fort de propositions auprès de la Région Sud pour les dispositifs d'accompagnements à la transition digitale.





AXE 5 COMMUNICATION & ANIMATION RÉSEAU

■ COMMUNICATION

Dendreo

En 2021 l'objectif était de faciliter la lisibilité et la présentation de notre catalogue de formations ainsi que l'inscription en ligne aux cursus choisis. Pour cela, nous avons développé une intégration de l'outil catalogue en ligne proposé par notre progiciel de gestion de la formation et l'extranet formateurs et stagiaires.

Ces outils complètent parfaitement l'animation des territoires réalisée par la FR. OT, la disponibilité de ses équipes et leur présence sur le terrain. Ils nous permettent **d'enrichir la gamme de services proposée aux managers et RH** des structures pour la gestion interne de leur plan annuel de formation et plan de carrière de leurs collaborateurs.

Les outils de communication numérique

La Fédération s'est dotée de différents outils numériques pour avoir la possibilité d'adapter sa communication au public cible.

Depuis mars 2021, la FR.OT est présente sur les réseaux sociaux à travers la création d'une :



► Page Facebook (323 abonné.e.s à ce jour)
https://www.facebook.com/FederationRegionaleOfficesdeTourismeSud/?ref=pages_you_manage




► Page LinkedIn (404 abonné.e.s à ce jour)
<https://www.linkedin.com/company/federation-regionale-des-offices-de-tourisme-provence-alpes-cote-d'azur/>

Ces pages permettent de partager l'actualité de la Fédération, et de relayer les informations du réseau ou d'actualités auprès des abonné.e.s.

De manière générale, ce sont les postes au sujet de l'événement #CMonTheBeach qui enregistrent les meilleurs taux d'engagement de la part de la communauté Facebook. Les autres sujets les plus plébiscités sont : les offres d'emploi, les actualités autour du COVID, l'éco tourisme, le e-tourisme.

Sur LinkedIn, c'est le partage d'offres d'emploi qui arrive largement en tête, suivi également de #CMonTheBeach.

 La Page Youtube FR.OT (Fédération des OT Région SUD*) a été créée lors du lancement du « Programme d'accompagnement des professionnels du Tourisme dans leur plan de relance » pour héberger, les webinaires et donner accès aux replays. On y retrouve aujourd'hui une cinquantaine de replays de webinaires sur :

- ▶ La filière éco-tourisme ;
- ▶ Le Programme d'accompagnement des professionnels du Tourisme dans leur plan de relance ;
- ▶ Le Programme d'accompagnement à la Digitalisation des activités de Loisirs.




[*https://www.youtube.com/channel/UCYH6ipEp6IO5p-sUdGsWUCnQ/videos](https://www.youtube.com/channel/UCYH6ipEp6IO5p-sUdGsWUCnQ/videos)

Cette chaîne doit permettre de donner l'accès au plus grand nombre aux replays des webinaires organisés par la FR.OT.



YouTube



TOP 3 DES VIDÉOS YOUTUBE (base vues)

- L'écotourisme en Région Provence-Alpes-Côte d'Azur : Pourquoi ? Comment ? Pour qui : **180 vus** ;
- Présentation des CV Connect aux professionnels du tourisme et des loisirs : **161 vus** ;
- Filières Vélo et VTT - Résultats de l'enquête auprès des prestataires Accueil Vélo et Plan d'actions : **149 vus**.

TOP 3 DES VIDÉOS YOUTUBE (basé sur l'engagement)

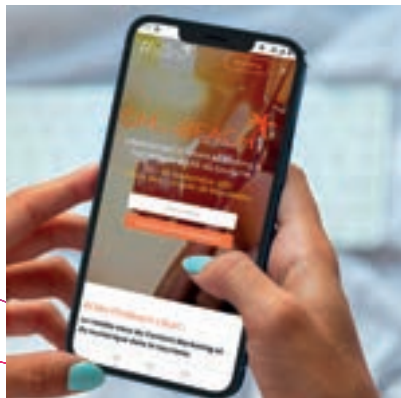
- Présentation des « CV Connect » aux professionnels du tourisme et des loisirs ;
- Les enjeux de la transition digitale pour les activités de loisirs ;
- Les attentes clients en matière d'activités et de loisirs.

En 2022, il sera primordial de poursuivre l'animation de cette chaîne avec la production d'un contenu d'informations de qualité et un relais sur l'ensemble de nos canaux de communication.

Chiffres clefs 2021

Vidéos postées en 2021	Nombre de vues	Impressions	Taux de clics par impression
18	1622	34 739	1,3 %

Le site internet de la Fédération



Le site internet de la FR.OT, au-delà de la présentation de son offre de formations, propose la publication d'actualités dans le monde du tourisme.

On y retrouve également des articles de fonds sur la qualification du réseau et le tourisme. Et le relai des dispositifs Régionaux et Nationaux de

nos partenaires ADN Tourisme, la Région Sud, le CRT, les ADT, Les Parcs Naturels Régionaux ou les innovations et les bonnes pratiques du réseau.



Les Newsletters

36 campagnes newsletter ont été réalisées en 2021 :

- ▶ 28 concernant l'événement #CMonTheBeach, et ses différents reports ;
- ▶ 8 newsletters générales d'information.

La Fédération enregistre **un taux d'ouverture moyen de 34.45% pour un taux de clic de 10.26%**. Un score honorable qui peut être amélioré grâce à une requalification de la base de données et la mise à jour des listes d'envoi pour mieux cibler chaque communication.

Les graphiques ci-joint montrent une fréquentation relativement lissée sur l'année, avec tout de même un pic de fréquentation de mars à juin 2021, période à laquelle le dispositif d'accompagnement à la commercialisation des Activités était actif.

En 2021, c'est plus de 35 articles rédigés sur les 9 thématiques répertoriées : actualité juridique, Actualité Sociale, la vie du réseau, bon à savoir, Spécial COVID-19, autour de la formation, E.tourisme, appel à projet, initiative en Région, une page créée pour le dispositif d'accompagnement des professionnels du tourisme dans leur plan de relance.

Pour faciliter la diffusion de l'information aux adhérent.e.s, **une newsletter mensuelle reprenant les dernières actualités publiées sur le site est envoyée au réseau des OT et ADT** (environ 180 abonné.e.s) et autres professionnels du tourisme.



Les canaux de communication de #CMonTheBeach

À côté de son site internet principal, la Fédération, en collaboration avec Id-Rezo, gère également les réseaux sociaux et le site « **Cmonthebeach.com** » consacré à l'événement **Content Marketing dédié aux professionnels du tourisme**.

Ce site spécifique à l'événement a initialement été lancé en 2020. Suite aux reports successifs, la communication sur son existence a réellement repris que mi 2021.

Nous observons une fréquentation en augmentation sur l'ensemble du mois de septembre, correspondant aux dates d'ouverture de la billetterie de #CMonTheBeach, avec un fort pic sur les 2 jours de l'événement.

Les trois principales sources de trafic sont, presque exæquo, le direct, le social et le SEO (en provenance des moteurs de recherche). Ces données démontrent notamment la place centrale qu'ont joué les réseaux sociaux dédiés à l'événement et co-animés par la Fédération et son partenaire Id-Rezo.

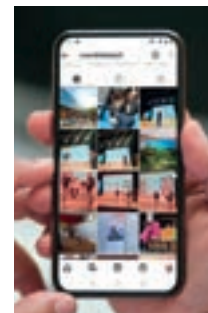


En effet, une page Facebook et un compte Instagram ont été créés spécifiquement pour l'occasion.

La page Facebook a principalement été mobilisée pour promouvoir l'événement, d'où l'observation d'une forte fréquentation en début du mois de septembre.



À contrario, le compte Instagram a été fortement mobilisé pendant l'événement avec une fréquence de publication plus soutenue, aussi bien en posts qu'en story. Et cela se ressent : on observe un pic d'audience les 29 et 30 septembre.



En parallèle de ces deux réseaux et pour diffuser les replays de 18 séquences de l'événement, une chaîne YouTube #CMonTheBeach a également vu le jour.

Top 3 des replays de #CMonTheBeach :

- ▶ Le top des vidéos touristiques ;
- ▶ Apidae : tour du propriétaire et mise en perspective des meilleures pratiques ;
- ▶ Speech OnTheBeach.

Création de poste

Pour permettre à la Fédération de continuer d'assurer nos missions d'accompagnement du réseau de façon qualitative, pour faire face à la charge de travail supplémentaire générée par la gestion et l'animation du plan Régional de formation, pour optimiser l'animation et la communication (développement de nos outils de communication digitaux) auprès du réseau, développer des ateliers/journées d'information des plans d'actions nationaux et régionaux, **un poste en communication marketing des organisations a été créé. Hélène Debos a ainsi rejoint l'équipe de la Fédération.** Pour des raisons personnelles, elle a dû quitter son poste après 6 mois.

À la suite de son départ, certains projets comme la refonte du site internet de la Fédération ou la requalification de la base de données des Offices de Tourisme, ont été interrompus et reportés sur l'année 2022.

■ REPRÉSENTATION & ANIMATION RÉSEAU

Participations aux Commissions Nationales

► La Direction :

- Commission Emploi Formation RH
- Commission Relais Territoriaux

► La Responsable Démarches Qualité :

- Commission Qualité

Les agents de la Fédération Régionale participent de façon très active aux divers travaux des commissions nationales d'Offices de Tourisme de France. Ils contribuent ainsi techniquement en

apportant leur vision et assurent une représentation et la défense des intérêts des Offices de Tourisme de la région. Ceci nous permet également de nous tenir au cœur de l'actualité législative, organisationnelle et technique du réseau national des Offices de Tourisme. Cette année, les réunions se sont pour la plupart déroulées en visio conférences du fait de la crise sanitaire.

Relais auprès des OT des démarches régionales et nationales

La Fédération Régionale des Offices de Tourisme participe à travers ses agents aux nombreux dispositifs partenariaux du Conseil Régional, notamment :

- Copil, Cotec et Copilote Volet Accueil Contrat de Destination Provence ;
- Copil Filière Écotourisme ;
- Copil Filière Vélo ;
- Copil Filière Nautisme & Plongée ;
- Cotec Apidae ;
- Copil Avizi ;
- Copil Fairquest.

NOUVEAU : La Fédération développe et adapte son programme de formations en tenant compte également de ces différents dispositifs pour permettre aux OT/Destinations de travailler un plan d'actions transversal à l'échelle de leur territoire pour y intégrer aussi leurs socioprofessionnels.

Contactez-nous pour une offre de formation sur-mesure en fonction de vos projets !

PERSPECTIVES 2022

► **Élaboration d'un plan de communication annuel :** Grâce à l'analyse des premiers résultats de sa présence en ligne, la Fédération doit pouvoir affiner sa stratégie de communication pour l'adapter au mieux à son public et à ses objectifs et définir un plan de communication efficace, en lien avec l'ensemble des membres de l'équipe. Ce plan doit permettre de répondre aux attentes du réseau en termes de veille et d'observation sur l'actualité du tourisme et du réseau. C'est l'augmentation de l'audience qui nous permettra notamment de mesurer la réussite de ce plan de communication et la pertinence de ses publications.

► **Refonte du site internet :** Le site internet de la Fédération a besoin d'une refonte pour proposer une interface plus simple et ergonomique ainsi qu'une organisation intuitive de son contenu et de nouveaux services. Le menu doit être repensé pour une navigation simplifiée. Ce travail sera complété par une relecture des publications afin de les actualiser ou de les archiver.

► **Requalification de sa base de données des Offices de Tourisme :** Ce projet permettra de mieux adapter sa communication mail et newsletter en fonction des thématiques abordées.

La Fédération a participé également à nombre de projets régionaux et nationaux :

- Grande Enquête Touristique Régionale (encore en cours jusqu'à fin octobre 2022) ;
- Séminaire Commercialisation (dispositifs en cours financés par la Région Sud et pilotés par la Fédération sur la partie accompagnement AMO & formation des acteurs : OT & prestataires d'activités) ;
- Partenariat SATOUR/Smart Région ;
- Comité de sélection Appels à Projets et dispositifs de financement FIRST de la Région Sud ;
- Relais du dispositif financier de l'ADEME : Fonds pour un tourisme durable ;
- Relais de la campagne du CRT « On a tous besoin du Sud », dans le cadre du plan de relance régional ;
- Présentation du dispositif Chèque Vacances Connect, pour inciter leur encaissement par les prestataires dans le cadre du plan de relance...

Le Président, la Directrice et les techniciens de la Fédération Régionale se tiennent à la disposition des membres du Conseil d'Administration, des partenaires et surtout du réseau pour apporter toute information sur chacun des dispositifs cités.

Vie de l'Association

Suite aux élections municipales de 2020 dont dépendent les Offices de Tourisme (communes et intercommunalités), la Fédération a proposé aux nouvelles équipes en place, et aux nouvelles gouvernances d'OT, un webinaire spécifique à l'attention des nouveaux Élus : « Les missions & le rôle clé de l'OT sur sa destination et cartographie des OT en Région Sud ». L'objectif était d'accompagner au mieux la prise de fonction à la Présidence des Offices de Tourisme. Ce webinaire s'est tenu en début d'année 2021 et a compté 74 participants. Le webinaire est toujours disponible en replay sur notre chaîne Youtube et comptabilise aujourd'hui 72 vues supplémentaires. La Fédération remercie le cabinet d'avocats Capstan pour avoir animé la partie juridique de ce webinaire et notre Vice-Président Victor Berenguel pour son retour d'expérience en tant que maire d'une commune touristique et Vice-Président de l'OTI de Serre-Ponçon. En parallèle, 2021 a été une année électorale pour le renouvellement des membres du Conseil d'Administration pour 3 ans de la Fédération. Bienvenue aux nouveaux membres ! Liste à disposition sur demande auprès de votre Fédération.

La vie associative s'est par ailleurs organisée autour de 3 Conseils d'Administrations et 1 Assemblée Générale.

Concernant la grille des cotisations 2021 qui avait été revue à la

hausse lors d'un des derniers C.A. de 2020, nous avons tenu compte de la baisse de budget de certains Offices de Tourisme du fait de leur baisse de ressources (taxe de séjour, commercialisation) dues à la crise sanitaire des deux dernières années pour effectuer un réajustement de tranche de calcul de leur cotisation 2021.

PERSPECTIVES 2022

- ▶ Optimiser la visibilité des Offices de Tourisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur et de leurs savoir-faire et maintenir la forte représentativité de notre Région au plan national (Commissions ADN Tourisme) et assurer le relai des actions Nationales (ADEME, CDC, DGE, Tourisme & Handicap, etc.).
 - ▶ Être le relais sur l'ensemble du territoire de Provence-Alpes-Côte d'Azur, des actions du service Tourisme Attractivité de la Région, notamment dans le cadre des axes du nouveau Plan de Croissance de l'Economie Touristique.
 - ▶ Poursuivre la participation de la FR. OT Provence-Alpes-Côte d'Azur aux travaux et ateliers du Contrat de Destination Provence, des filières Ecotourisme, Vélo & Commercialisation des APN, et autres commissions à venir.
 - ▶ Être le relais au niveau national et régional de l'évolution de nos métiers et des besoins en montée en compétences des équipes en matière de transition écotouristique, de Etourisme, de l'évolution de nos services.
- La Fédération dans son rôle d'animatrice de son réseau va renforcer les actions d'animation avec l'organisation de journées d'atelier, de webinaires en collaboration avec ses partenaires pour renforcer les liens et favoriser les échanges entre les Structures.



ANNEXE QUALITÉ



LISTE DES OFFICES DE TOURISME QUI ONT PASSÉ L'AUDIT COMPLET INITIAL OU DE RENOUELEMENT DE LA MARQUE QUALITÉ TOURISME™ EN 2021



OT et des Congrès d'Antibes Juan-les-Pins
(Renouvellement)



OT de Biot
(Renouvellement)



OT de Carry-le-Rouet
(Renouvellement)



OT de Gassin
(Renouvellement)



OT des Baux-de-Provence
(Renouvellement)



OTI de l'Isle-sur-la-Sorgue
(Obtention)



OT de Martigues
(Renouvellement)



OT de Maussane-les-Alpilles
(Renouvellement)



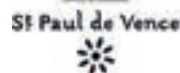
OTC de Menton Riviera et Merveilles
(Obtention)



OT du Val d'Allos
(Renouvellement)



OT de Moustiers-Sainte-Marie
(Renouvellement)



OT de Saint-Paul-de-Vence
(Renouvellement)



OT de Sainte-Maxime
(Renouvellement)



OT des Saintes-Maries-de-la-Mer
(Renouvellement)



OT de Théoule-sur-mer
(Obtention)



OTI Ubaye Tourisme
(Renouvellement)



OTI Verdon Tourisme
(Obtention)



OT de Vallauris Golfe-Juan
(Renouvellement)

Bravo à tous pour votre engagement dans cette démarche de progrès !

ANNEXE QUALIFICATION DE L'OFFRE

LISTES DE OFFICES DE TOURISME ENGAGÉS DANS LA QUALIFICATION DES CHAMBRES D'HÔTES VIA LE DISPOSITIF NATIONAL « CHAMBRE D'HÔTES RÉFÉRENCE® ET LISTES DES OFFICES DE TOURISME AGRÉÉS POUR LE CLASSEMENT DE MEUBLÉS DE TOURISME* »



ALPES DE HAUTE PROVENCE

- DURANCE - LUBERON - VERDON - AGGLOMÉRATION
- PAYS DE FORCALQUIER MONTAGNE DE LURE

HAUTES ALPES

- SERRE CHEVALIER VALLÉE DE BRIANÇON
- GUILLESTROIS QUEYRAS
- RISOUL
- PAYS DES ÉCRINS
- HAUTES VALLÉES (LA GRAVE, LA CLARÉE, L'IZOARD)
- SERRE-PONÇON
- ORCIÈRES
- LES ORRES

ALPES MARITIMES

- LA COLLE SUR LOUP
- MENTON RIVIERA ET MERVEILLES
- THÉOULE SUR MER
- VALBERG
- VILLENEUVE-LOUBET
- NICE CÔTE D'AZUR

BOUCHES DU RHONE

- ARLES
- ISTRES
- CASSIS

VAR

- BANDOL
- BORMES LES MIMOSAS
- CŒUR DU VAR
- CUERS, COLLOBRIÈRES, PIERREFEU DU VAR ET LA LONDE LES MAURES
- DRACENIE PROVENCE VERDON
- GRIMAUD
- LA CROIX VALMER
- LACS ET GORGES DU VERDON
- LAVANDOU
- PAYS DE FAYENCE
- PROVENCE VERTE ET VERDON
- ROQUEBRUNE SUR ARGENS
- SAINTE MAXIME
- SANARY SUR MER
- PROVENCE MEDITERRANÉE
- SAINT CYR SUR MER

VAUCLUSE

- VENTOUX PROVENCE
- LUBERON SUD TOURISME
- LUBERON CŒUR DE PROVENCE
- PAYS D'APT - LUBERON
- CHATEAUNEUF DU PAPE ORANGE TOURISME
- ISLE SUR LA SORGUE TOURISME
- VAISON VENTOUX

- Classement meublés de tourisme uniquement
- Qualification Chambre d'Hôtes Référence uniquement
- Structure engagée dans les deux démarches

**En application de l'article D. 324-6-1 du code du tourisme et selon les dispositions prévues par l'article 3 de l'arrêté du 2 août 2010, Source Atout France.*



Fédération Régionale
Offices de Tourisme

Provence
Alpes
Côte d'Azur

FÉDÉRATION RÉGIONALE
DES OFFICES DE TOURISME
PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

300, avenue Giuseppe Verdi
BP 40160 - 13605 Aix-en-Provence

Tél. 04 42 16 80 10
Email : contact@offices-tourisme-sud.fr
www.offices-tourisme-sud.fr

