

L'OFFICE DE TOURISME DE MENTON : EVOLUTION DEPUIS LES ANNEES 90 ET ADAPTATION A LA MONDIALISATION

Danièle Le Goff

Le premier syndicat d'initiatives est créé le 2 mai 1889 à Grenoble dans l'intérêt du Dauphiné. En 1918 : on compte déjà 500 syndicats d'initiatives. En 1919, 23 fédérations régionales se regroupent en une Union des Fédérations des Syndicats d'Initiatives reconnue d'utilité publique le 27 août 1921. On voit ainsi la création d'un réseau national reconnu. En 1952, le besoin se fait sentir de créer et d'officialiser les unions départementales des offices de tourisme et syndicats d'initiatives. En 1992 les offices de tourisme sont reconnus par le législateur comme étant les structures locales chargées de l'accueil, de l'information, de l'animation, de la promotion et du développement touristique. Leur réseau de 3600 offices de tourisme et syndicats d'initiatives s'étend sur tout le territoire de la métropole et des DOM-TOM. Aujourd'hui, c'est une fédération nationale regroupant 28 fédérations régionales, 97 unions départementales et près de 3600 OT/SI. Toutefois, les 97 unions départementales subissent actuellement une mutation et certaines, comme celle de notre département, sont ou seront progressivement intégrées dans d'autres structures comme les CRT. Quels que soient leurs structures et leurs effectifs, l'office de tourisme et le syndicat d'initiatives sont devenus des pôles d'animation économique dans le secteur du Tourisme dont l'importance est de plus en plus reconnue. Ils sont, chacun dans leur mesure, l'un des maillons pour maintenir la compétitivité du tourisme français.

Jean-Claude Volpi, a retrouvé une trace de ce qui devait être le premier syndicat d'initiatives de Menton dans les années 20. Il occupait un kiosque « le Pavillon mentonnais » à l'emplacement de la brasserie du Casino Barrière. A l'origine de l'office de tourisme actuel, il y avait 3 associations municipales de types « loi 1901 » créées entre 1978 et 1979 : l'Office Municipal de Tourisme (OMT), l'Office Municipal d'Animation et de Promotion (OMAP), l'Office Municipal Jeunesse et sports (OMJS). Ces 3 associations avaient en charge la promotion de la ville de Menton par le biais de grandes manifestations et autres évènements culturels, touristiques et sportifs. Elles regroupaient 28 personnes. En 1990 l'OMT et l'OMAP étaient équipés d'un énorme ordinateur IBM 36 qui occupait une salle avec son imprimante matricielle à feuillets perforés. Il servait à la comptabilité, à l'enregistrement du courrier et contenait la base de données des contacts de la fête du Citron. En 1992, selon les préconisations du code des communes, la municipalité décide de dissoudre les 3 associations municipales et de créer un EPIC (établissement public à caractère industriel et commercial) nommé « Office de Tourisme de la Ville de Menton » dont les budgets et les comptes sont délibérés par un comité de direction et soumis à l'approbation du conseil municipal. Le maire de la ville en est le Président de droit. L'OT est chargé de promouvoir le tourisme dans la station. Il assure la coordination des divers organismes et entreprises intéressées au développement de la ville ; il est consulté sur les projets d'équipements collectifs d'intérêts touristiques ; il est chargé de l'exploitation d'installations touristiques et sportives, d'organisation de fêtes et de manifestations artistiques et évènements culturels. Mais sa principale mission est l'accueil et l'information aux touristes

En 1993 l'OT obtient son classement en 3 étoiles (sur une échelle de 4). En 1995 la majorité des postes est équipée d'un ordinateur et le fax a remplacé le télex. Plusieurs minitels sont alors répartis dans les services et l'OT commence à se développer rapidement. C'est la même année que la Maison des Loisirs, gérée jusqu'alors par les services de la mairie, est intégrée à l'Office de Tourisme. Hébergement collectif, sous forme de dortoirs, elle gérait également de nombreuses activités culturelles et sportives proposées aux Mentonnais. Elle est retournée au sein de la mairie qui a confié ses diverses activités à Menton Plus en 2010. En

1998 la Base Nautique rejoint l'Office de tourisme. En 2000 la gestion du Festival de Musique est confiée à l'OT et le service « Réservations » en charge de la vente de la billetterie est créé. Cette même année, le personnel de l'OT compte 38 personnes en raison de l'intégration des nouveaux services et du passage aux 35 heures.

En 2001 il est décidé de créer un pôle Internet avec l'embauche d'un webmaster et la conception du site Internet de la ville et de l'OT. En 2006 intervient l'harmonisation des connections Internet sur tous les postes de Tourisme. Avec le développement d'Internet l'activité va s'accélérer rapidement et le tourisme entrer dans l'ère de la mondialisation. En effet, les demandes d'informations et de devis vont désormais transiter majoritairement par ce moyen en réduisant considérablement les temps d'attente, aussi bien pour la clientèle privée que pour les professionnels. La réactivité des services devient indispensable. Les petites entreprises familiales avec une activité « Autocariste » vont progressivement disparaître et certaines vont se regrouper ou être rachetées permettant la création de grands groupes implantés dans différentes régions (Autocars Michel, Faure Tourisme, Dunois Voyages...). Le même phénomène interviendra chez les Agences de Voyages et les Tours Opérateurs avec l'association ou le rachat d'enseignes, provoquant l'apparition de groupes internationaux tels que le rachat du TO français Jet Tours par l'allemand Thomas Cook qui donnera naissance au troisième Tour Opérateur national derrière le groupe TUI-Nouvelles Frontières (qui est un autre exemple de rachat) et derrière le Club Méditerranée. La base de données contenant les contacts professionnels de l'OT, obtenus en participant aux salons nationaux et internationaux du Tourisme, va passer de 8000 à 6000 contacts environ, du fait des disparitions et regroupements précédemment cités. Les salons traditionnels vont être peu à peu délaissés, par les professionnels et le grand public, au profit d'Internet. Ainsi l'OT, qui participait à 8/10 salons français et étrangers par an pour la promotion de la ville, va progressivement réduire sa participation au profit d'actions via Internet sur son propre site et les sites de partenaires tels que le Comité Régional du Tourisme ou de Maison de la France, groupement d'intérêt économique créé en 1987 pour promouvoir la destination « France » sur le territoire national et à l'étranger.

En 2007 l'OT obtient son classement en 4 étoiles, classement le plus haut. En 2008 il obtient le label 4 handicaps pour ses aménagements en faveur des handicapés ainsi que le label Qualité Tourisme. Cette même année, l'OT crée ses propres réseaux sociaux sur Facebook et Twitter avec lesquels nous atteignons les 11.000 contacts aujourd'hui. Il faut noter que le monde compte 1 milliard 608 millions d'internautes, ce qui représente 23,9 % de la population mondiale, pourcentage qui atteint 27,1 % en 2009. En 2009 l'OT publie sa première brochure de produits touristiques à destination des professionnels et du grand public. Les principaux événements tels que la fête du Citron ou le Festival de Musique et plus de 50 activités y sont proposées (visites guidées, excursions, cours de cuisine, soirées, ateliers, activités nautiques...). La même année ces produits sont mis en vente en ligne sur le site de l'OT et la centrale de réservation hôtelière de l'OT est créée. En 2010 l'OT obtient la Norme AFNOR NF Service, référence de qualité. Cette même année, le personnel de l'OT compte 46 personnes réparties en 7 services. L'OT participe toujours à des manifestations de promotion touristique très ciblées telles que « Rendez-vous en France » dont les visiteurs sont des Tours Opérateurs français et surtout étrangers qui programment la France ; le salon le Monde à Paris Pro qui est le plus grand salon français du voyage en groupes ; et des opérations fédérant les partenaires « Côte d'Azur ». En effet, Internet ne remplacera jamais la confiance établie lors d'un contact humain, c'est-à-dire le relationnel. Aujourd'hui, Menton bénéficie d'une clientèle internationale et la ville est dans les programmes de plus de 300 professionnels de 19 pays différents dont bien évidemment les pays limitrophes comme l'Allemagne, l'Italie, l'Angleterre, la Suisse, la Belgique mais aussi le Japon, les Etats-Unis et l'Australie...