LANCEMENT DE LA CAMPAGNE DE DESTINATION CÔTE D'AZUR FRANCE 2022

SI BELLE, SI PROCHE, PURE LUMIÈRE SUR LA NOUVELLE CAMPAGNE CÔTE D'AZUR !

À NICE, LE 08 AVRIL 2022,

LUMIERE SUR LE RENOUVEAU DU TOURISME AZUREEN ! *Réouverture du Terminal 1 de l'aéroport de Nice, nouvelles lignes aériennes annoncées…* le tourisme international se relance activement sur la Côte d'Azur. En soutien à l'activité économique du secteur, le Comité Régional du Tourisme (CRT) Côte d'Azur France dévoile une toute nouvelle campagne de destination visant à stimuler immédiatement la demande vers la destination Côte d'Azur France.

Fédérée sous la marque Côte d'Azur France, cette campagne a été construite grâce à l'implication du Département des Alpes-Maritimes, premier financeur du CRT et de l'ensemble des partenaires financeurs parmi lesquels ses membres Antibes Juan-les-Pins, Cannes, Grasse, Nice Côte d'Azur, Mandelieu-la-Napoule, Menton Riviera & Merveilles mais également Biot, La Colle sur Loup, Le Cannet, le Parc national du Mercantour, Mougins, le Pays des Paillons, St-Paul de Vence, Valberg, Vallauris-Golfe-Juan; et avec le concours de la CCI Nice Côte d'Azur, des Syndicats hôteliers, de l'aéroport Nice Côte d'Azur, d'Atout France et de l'ensemble des territoires de la destination.

QUAND LA COTE D'AZUR SE PRESENTE A SES FUTURS VISITEURS.

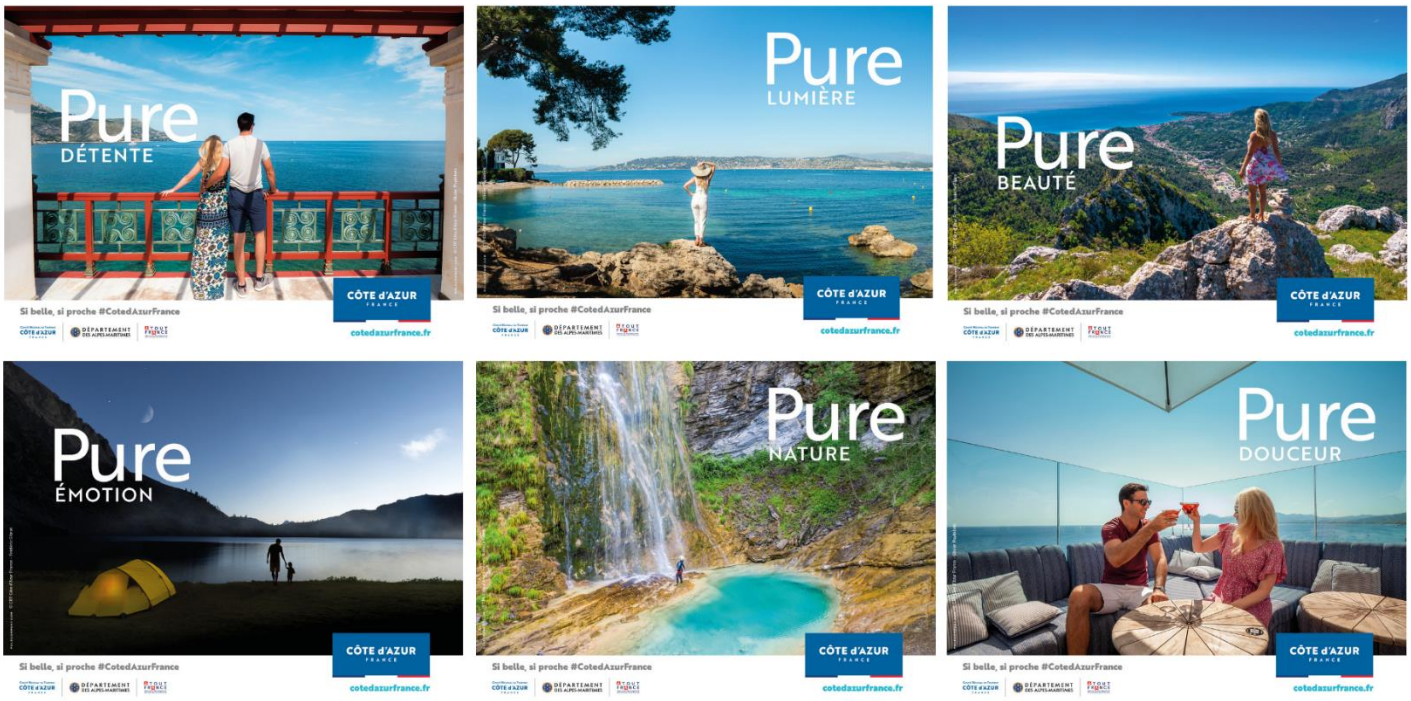
Impulsée par le CRT Côte d'Azur France, présidé par Alexandra BORCHIO FONTIMP et mené par Claire BEHAR, sa directrice générale, cette nouvelle campagne de notoriété ambitieuse fait la part belle au digital et à l'image, celle d'une Côte d'Azur secrète et contrastée, propice à l'évasion et à l'émotion. Doté d'un budget de 500 000€ et répondant parfaitement aux attentes actuelles de la clientèle touristique, elle intègre un ambitieux dispositif sur les canaux digitaux reposant sur des leviers de notoriété, de considération et de conversion *(incitation à la réservation de nuitées et d'activités)* auprès des marchés français, d'Europe de proximité et long-courriers, ciblés en raison de leur potentiel et réactivité face au rétablissement de la connectivité.

SI BELLE, SI PROCHE. PURE #COTEDAZURFRANCE : UNE NOUVELLE CAMPAGNE POUR UN RENOUVELLEMENT D'IMAGE

Dynamique, active, inattendue, sublimant toutes les envies et pratiques en matière de sport, de nautisme, de culture, de gastronomie mais également de terroir et d'écotourisme… la toute nouvelle campagne Côte d'Azur France imaginée par l'agence de communication Pôle Company vise à faire connaître et sublimer toute la pureté, l'authenticité et l'unicité de la destination dans son contraste Mer – Montagne. Des sommets des Alpes se jetant dans la Méditerranée, aux eaux cristallines bordant les criques, les gorges et îles azuréennes en passant par les rivières, villages perchés, vallées et merveilles du Parc National du Mercantour, les décors de la Côte d'Azur constituent le parfait terrain de jeu pour des expériences alliant nature et authenticité. Un décor aussi surprenant qu'unique qui se combine à un incroyable art-de-vivre qui se communique et se partage. *Profiter intensément de la vie au grand air, (re)découvrir un environnement dont on ne soupçonnait pas la richesse, voyager de façon plus responsable, consommer des produits locaux et se reconnecter à la nature, vivre et partager des expériences inoubliables.*

Pure Détente, Pure Lumière, Pure Beauté, Pure Emotion, Pure Nature, Pure Douceur… six accroches, six déclinaisons génériques pour une Côte d'Azur pure et authentique aux mille facettes qui réveillent les sens et suscitent l'émotion #CotedAzurFrance.

Par ce concept créatif, et à travers un spot vidéo disponible en quatre langues (français, anglais, italien et allemand), 6 visuels génériques Côte d'Azur France et 16 visuels partenaires, la Côte d'Azur affirme ainsi toute son identité, sa beauté et art de vivre unique.



© CRT Côte d'Azur France – Pôle Company

NOTORIÉTÉ ET CONVERSION, UN DISPOSITIF DIGITAL AGILE CIBLANT LES MARCHÉS STRATÉGIQUES À HAUT POTENTIEL

Face à la demande des partenaires publics et privés, dans un contexte de relance internationale et dans une volonté accrue de flexibilité face à la situation sanitaire et géopolitique actuelle, **le plan de promotion Côte d'Azur France 2022 repose sur une stratégie digitale associant habilement campagnes de notoriété et de conversion autour de deux volets majeurs**:

- Un **VOLET NOTORIETE** multipliant les points de contacts digitaux et ciblant les marchés français et européens de proximité (notamment Belgique, Suisse, Grande-Bretagne, Italie et Allemagne). Ce dispositif inclut :
  - Un **mini-site de campagne Côte d'Azur France** mettant à l'honneur les 16 partenaires destinations et disponible en français, anglais et italien,
  - La **diffusion d'1,5 million de spots vidéos sur les plateformes de Replay françaises** MyTF1 et MyCanal,
  - Une **large campagne display combinée à la diffusion de spots vidéo de campagne en ouverture d'articles (preroll)** sur les sites d'actualités Premium (*Le Point, La Tribune, L'express, BFM, Challenges, Huff Post, France Inter, etc.*), de Presse Quotidienne Régionale (*Midi Libre, La Dépêche, Le Parisien, etc.*), de météo, ainsi que sur les médias féminins CSP + (*Grazia, Marie-Claire, Cosmopolitan, Elle, Vanity Fair, etc.*) en France, en Belgique et en Suisse avec 5 millions d'impressions prévues.
  - Une **campagne digitale ambitieuse déployée sur les réseaux sociaux** (Facebook et Instagram) incluant près de 8 millions d'impressions publicitaires combinée à l'organisation d'un **grand jeu digital #CotedAzurFrance** en Mai 2022,
  - Une **campagne de référencement SEA Adwords**,
  - Des **campagnes emailing** menées auprès d'un fichier qualifié de 150 000 prospects français à haut pouvoir d'achat,
  - Des **partenariats web éditoriaux, campagnes display et jeux concours** avec des médias leaders de la presse féminine : Elle (versions française et suisse) et Marie Claire,
  - Des **actions marketing affinitaires** vers les segments du sport, de l'Outdoor, de l'écotourisme, de la culture, des fleurs et parfums et du nautisme,
  - Mais également des **actions de prescription incluant accueils presse et influenceurs**, e-news presse, démarchage des rédactions et agences de production audio-visuelles, Workshops presse…

- Un **VOLET CONVERSION** bénéficiant d'un cofinancement public-privé **permettant de stimuler les réservations au printemps auprès du marché national et Europe de proximité** via des partenariats auprès de grands opérateurs :
  - **de la distribution** : Expedia (Royaume-Uni et Etats-Unis), TripAdvisor (Allemagne et Italie), Checkfelix Kayak (Autriche) et Ticket (Scandinavie).
  - **de l'aérien** : dispositif « Fly2CotedAzur » renforcé via divers partenariat avec Condor (Allemagne), EasyJet (Italie), Delta Air Lines et La Compagnie (USA).
  - **et du rail** : SNCF Connect (France) pour les trains de nuit.

« Dans un contexte international marqué par la crise sanitaire et géopolitique actuelle et face aux perspectives offertes par la réouverture du terminal 1 de l'aéroport de Nice Côte d'Azur et l'arrivée de nouvelles lignes aériennes sur notre destination, plus que jamais, le digital apparait comme l'outil incontournable car offrant la nécessaire adaptabilité et flexibilité à la stratégie développée par le CRT Côte d'Azur France. Par ses visuels, son contenu et son format, cette ambitieuse campagne de destination développée par le CRT et ses 16 partenaires azuréens répond ainsi pleinement aux attentes de la clientèle touristique à laquelle elle se destine. Dans une logique d'adaptation permanente de notre stratégie aux évolutions des marchés et de la demande, tout en offrant un accompagnement à la réservation de nuitées pour nos professionnels du tourisme azuréen, le ciblage précis permis par cette campagne digitale répondra pleinement aux enjeux de relance de notre économie touristique #CotedAzurFrance. » Alexandra BORCHIO FONTIMP*, **Présidente du CRT Côte d'Azur France.***

© CRT Côte d'Azur France –Pôle Company

Retrouvez le Spot « PURE Côte d'Azur France » ainsi que les 24 visuels de Campagne (6 génériques et 16 partenaires) en téléchargement sous ce lien.

LE CRT CÔTE D'AZUR FRANCE MOBILISÉ POUR STIMULER LA DEMANDE ET ACCOMPAGNER LA REPRISE DU TRAFIC AÉRIEN

La campagne de destination ainsi présentée vient en appui aux **très nombreuses missions réalisées par les équipes du CRT à destination de la clientèle touristique nationale et des marchés internationaux ciblés stratégiquement en raison de leur potentiel et réactivité face au rétablissement de la connectivité**.

Avec une **reprise des missions professionnelles à destination des tour-opérateurs, agents de voyage et de la presse nationale, européenne de proximité et à l'international**, le CRT Côte d'Azur France a musclé son dispositif de relance.

Parmi les missions réalisées ou programmées :

- **5 MISSIONS A DESTINATION DE LA CLIENTELE NATIONALE** : une présence fédérée avec les destinations azuréennes sur les salons grand public **Tourissima à Lille** (du 25 au 27 Février) et **Mondial du Tourisme à Paris** (du 17 au 20 Mars) et sur des salons affinitaires tels que le **Salon de la Plongée à Paris** (du 11 au 14 Mars), le **Salon du Randonneur à Lyon** (du 25 au 27 Mars) et le **Salon Run Expérience à Paris** (du 31 Mars au 02 Avril)
- **5 MISSIONS A DESTINATION DE LA CLIENTELE EUROPEENNE DE PROXIMITE** incluant des opérations presse dont un **Médiatour virtuel auprès de la presse et des influenceurs italiens** (27 Janvier 2022), la participation aux **Workshops presse IMM (International Media Marketplace) Royaume-Uni** (organisé à Londres les 14 et 15 Mars 2022) et **France-Belgique-Luxembourg** (organisé à Paris le 16 Mars) ; ainsi que des missions à destination des tours opérateurs et agences parmi lesquelles un **démarchage pro « Slow-Tourisme » Autriche-République Tchèque (28 Février – 03 Mars 2022)** et une prochaine mission **« Côte d'Azur France Festival Week » au Royaume-Uni (23-28 Mai 2022)** réalisée avec Atout France UK et l'Institut Français.
- **4 MISSIONS VERS DES MARCHES LONG-COURRIERS** ciblés en raison de leur haut-potentiel pour la destination et en soutien à la reprise des lignes aériennes directes depuis l'aéroport de Nice Côte d'Azur.
    - **MOYEN-ORIENT - Workshop Marhaba (10 et 11 Mars 2022)** : Organisé au sein du Pavillon France de l'Exposition Universelle de Dubaï avec une délégation de partenaires privés et institutionnels azuréens, ce workshop de deux jours a mis à l'honneur les nouveautés de la Côte d'Azur.
    - **INTERNATIONAL – Salon « Rendez-vous en France » à Nantes (22 et 23 Mars 2022)** : Le CRT Côte d'Azur France et ses partenaires azuréens ont présenté les nouveautés de la destination aux quelques 500 Tour-opérateurs internationaux présents.
    - **ETATS-UNIS – Mission « 48 heures Côte d'Azur France à New-York » (12 et 13 Avril 2022)** : Marché historique et haut-de-gamme de la destination Côte d'Azur, cette mission pro et presse de deux jours aux Etats-Unis sera réalisée avec une quinzaine de partenaires publics et privés et viendra en soutien de la relance des lignes directes opérées par Delta Air Lines, United Airlines et La Compagnie.
    - **CANADA – Démarchage Pro Côte d'Azur France – Canada (24-28 avril 2022)** : Dans un contexte de reprise des lignes aériennes par Air Canada et Air Transat, cette mission vise à démarcher le réseau de distribution agences de voyage des compagnies aériennes à Toronto et Montréal.

« Comme toujours attentifs aux évolutions des conditions d'ouverture des marchés, notre plan d'actions témoigne une nouvelle fois de toute son agilité et réactivité. Le redémarrage des missions à l'international répond à un besoin accru de soutien à la reprise du trafic aérien et des compagnies qui ont fait le choix de notre destination Côte d'Azur France. L'objectif est de stimuler activement la demande avec des actions ciblées permettant une relance durable et désaisonnalisée de notre destination pour nos professionnels du tourisme azuréens. Il s'agit d'assurer une prospérité de l'économie touristique, notamment sur les ailes de saison. » **Alexandra BORCHIO FONTIMP**, ***Présidente du CRT Côte d'Azur France.***

Contact Presse Comité Régional du Tourisme Côte d'Azur France
Anthony Matteuzzi | +33 (0)4 93 37 78 82 | +33 (0)6 07 07 09 99
a.matteuzzi@cotedazurfrance.fr | www.cotedazurfrance.fr | #CotedAzurFrance

À PROPOS DU CRT COTE D'AZUR FRANCE

Le Comité Régional du Tourisme (CRT) CÔTE d'AZUR FRANCE, présidé par Alexandra Borchio Fontimp, Sénatrice des Alpes-Maritimes et Conseillère départementale des Alpes-Maritimes, est l'organisme institutionnel officiel en charge de la mise en œuvre de la stratégie de promotion de la Destination CÔTE d'AZUR FRANCE auprès du marché national ainsi qu'à l'international. Composé de trois pôles marketing opérationnels (Marketing de l'offre, Marketing Content & Digital et Sales Marketing), le CRT Côte d'Azur France met en œuvre chaque année une centaine d'actions de promotion en France et à l'étranger. Gestionnaire de la marque CÔTE d'AZUR France, le CRT est en charge également du développement de la stratégie de marque territoriale ainsi que de son programme de licence www.marque-cotedazurfrance.com.