

COTE d'AZUR  
FRANCE

20  
24

# PLAN D' ACTIONS CÔTE D'AZUR FRANCE

CÔTE d'AZUR  
FRANCE  
TOURISME

DÉPARTEMENT  
DES ALPES-MARITIMES

Explore  
France™



# ÉDITO

#COTEDAZURFRANCE, CAP SUR 2024 !

Côte d'Azur France Tourisme a bâti son Plan d'Actions 2024 afin de consolider les liens tissés avec les marchés essentiels et stratégiques pour notre destination en ciblant les ailes de saison.

Fidèles à la Côte d'Azur, les Français représentent toujours 50% de nos visiteurs à l'année, c'est pourquoi nous mettons l'accent pour fidéliser un tourisme de proximité tout en cherchant à renouveler les primo-visiteurs.

Nous soutenons également nos actions à destination des marchés européens de proximité et de nos clientèles étrangères longue distance qui nous permettent de diversifier l'origine de nos visiteurs et étaler les arrivées dans le temps. En 2024, nous consoliderons les liens tissés avec les marchés longue distance à haute valeur ajoutée, avec lesquels l'Aéroport Nice Côte d'Azur a renforcé ses connexions aériennes directes en 2023 : l'Amérique du Nord et le Moyen-Orient.

Développement de l'écotourisme, ancré dans la politique GREEN Deal du Département des Alpes-Maritimes, tourisme d'affaires, culturel ou sportif, sont autant de filières affinitaires que nous souhaitons valoriser pour lisser la fréquentation touristique sur l'année, grâce à un agenda azuréen aussi dense que varié.

Consolidation du tourisme international, fidélité des marchés de proximité et présence toujours soutenue des visiteurs français sont autant de preuves de nos très bons résultats ! Ainsi, nous souhaitons remercier tous nos partenaires pour leur engagement et leur professionnalisme car ils permettent à nos visiteurs de vivre des expériences uniques sur notre territoire.

Ensemble, continuons de travailler à la promotion de notre formidable destination #CotedAzurFrance !



Alexandra BORCHIO FONTIMP  
Présidente  
Côte d'Azur France Tourisme



Charles Ange GINESY  
Président  
Département des Alpes-Maritimes



20  
24

# 01. OBSERVATION

CHIFFRES & PERSPECTIVES #COTEDAZURFRANCE



20  
24

# 2023, UNE EXCELLENTE ANNÉE

RETOUR AU NIVEAU DE FRÉQUENTATION DE 2019

## CHIFFRES CLÉS À RETENIR

**+10%**

Croissance du total des séjours 2023, en estimation provisoire, par comparaison à 2022.

**6 millions**

de séjours étrangers attendus sur l'année, quasiment au niveau record de 2019 (+20% vs 2022, soit 1 million d'étrangers supplémentaires).

**+18%**

Pour les séjours avion jusqu'à Nice Côte d'Azur (janvier à juillet), 9% au-dessus du niveau de 2019.

**79%**

d'occupation moyenne dans l'hôtellerie, sur la saison de mai à septembre (5 mois) ; un taux identique à 2019 et 2022, avec une offre chambres en hausse.



# 63% D'OCCUPATION

DANS LES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES SUR L'ANNÉE 2023

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

**Le rebond se poursuit dans l'hôtellerie comme dans les locations meublées entre particuliers.**

- ▶ Dans l'hôtellerie, le taux moyen de 50% des chambres occupées a été dépassé dès mars, les 60% dès avril, les 70% dès mai et les 80% en juin, juillet et août ; seuls janvier, novembre et décembre seront en deçà des 50%.
- ▶ Ce haut niveau de fréquentation constitue une très belle performance dans un contexte de hausse des prix. Sur la période de janvier à juillet, les tarifs hôteliers sur le littoral azuréen sont en augmentation de +5% vs 2022 et de +34% vs 2019 (+8% et +58% sur le segment Luxe).
- ▶ Dans les résidences de tourisme, les nuitées à fin juillet sont stables par comparaison à 2022, mais en retrait de 9% vs 2019.
- ▶ L'occupation progresse de 1 point à 55% (janvier à juillet) dans les locations meublées entre particuliers (63% sur la période de mai à juillet), avec des prix en hausse de +22%.



# RÉCUPÉRATION QUASI TOTALE

92% DES NUITÉES ÉTRANGÈRES 2019, À FIN JUILLET

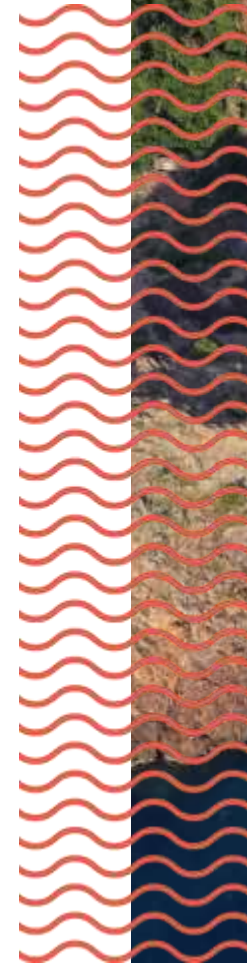
## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Le retour des clientèles étrangères de longue distance **s'ajoute** à une fréquentation nationale en hausse.

- ▶ Le **marché national** a été dopé par la pandémie, régénérant la clientèle : nuitées hôtels et résidences françaises en hausse de +117% en 2023, à fin juillet, vs 2019.
- ▶ En 2022, seuls 8 marchés étrangers avaient retrouvé leur fréquentation antérieure, **en 2023 le retard pesant sur les résultats ne concerne plus que la zone Russie-Asie** (4 marchés) ; le marché allemand reste affaibli.
- ▶ Plusieurs marchés **surperforment déjà 2019**, à fin juillet : Portugal, Canada, Océanie, Moyen-Orient, USA, Pays-Bas, Grèce, Irlande ; **d'autres s'y ajouteront** à fin septembre.

% de récupération à fin juillet

HÔTELS 06 + RES. T. + MONACO	
	NUITÉES
<b>France</b>	<b>117</b>
<b>Etrangers</b>	<b>92</b>
<b>Grande-Bretagne / Irlande</b>	96
Dont Grande-Bretagne	95
Dont Irlande	101
<b>Allemagne</b>	74
<b>Belgique / Luxembourg</b>	81
<b>Scandinavie</b>	78
Dont Suède	76
Dont Norvège	81
Dont Danemark	75
Dont Finlande	84
<b>Suisse</b>	99
<b>Italie + Malte</b>	92
<b>Pays-Bas</b>	109
<b>Espagne</b>	85
<b>Turquie</b>	97
<b>Grèce + Chypre</b>	107
<b>Portugal</b>	119
<b>Autriche / Liechtenstein</b>	99
<b>Russie - CEI</b>	32
<b>Europe Est hors Russie CEI</b>	
Dont Hongrie	92
Dont Pologne	98
Dont Tchéquie/Slovaquie	75
Dont Autres Europe de l'Est	
<b>Amérique du Centre et du Sud</b>	
Canada	117
Etats-Unis	110
<b>Afrique</b>	83
Dont Afrique hors Maghreb	
Dont Maghreb	94
<b>Asie hors Chine Japon</b>	59
Chine	38
Japon	36
<b>Proche et Moyen Orient</b>	113
<b>Océanie</b>	116
<b>Total</b>	<b>103</b>



20  
23

# UNE PERFORMANCE ÉCONOMIQUE RECORD

HAUSSE GÉNÉRALE DES DÉPENSES ET DES RECETTES HÉBERGEMENTS

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Avec une fréquentation comparable à celle de l'année 2019, la performance économique culmine à un niveau historique, du fait de budgets voyages en progression et de prix des hébergements en nette hausse.

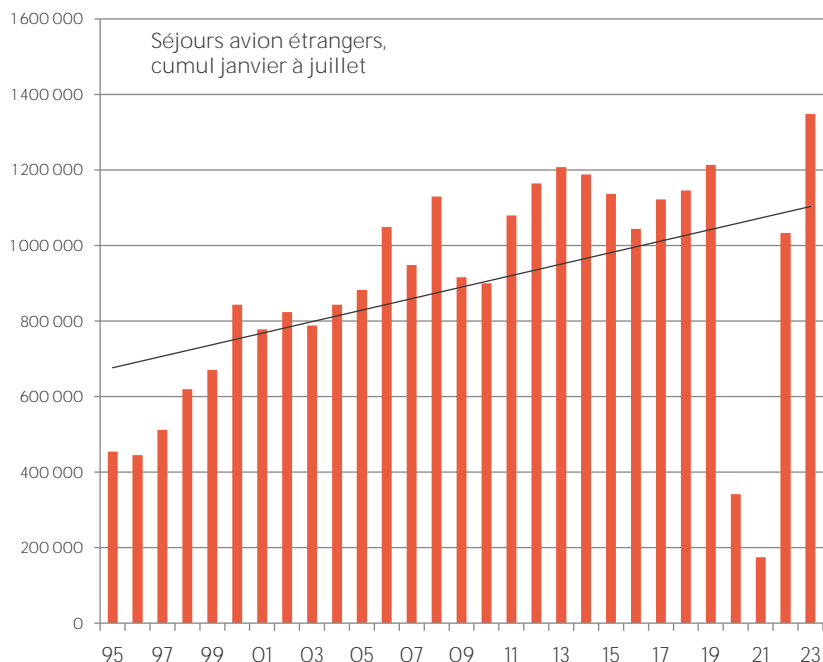
- ▶ Sur la période de janvier à juillet, la **dépense moyenne** par jour et par personne des visiteurs avion est en progression de **+42%** (+29% pour les Français, +44% pour les étrangers).
- ▶ La forte présence des **clientèles étrangères à fort pouvoir d'achat** dope la consommation touristique étrangère : Moyen-Orientaux, Nord-Américains, Australiens, Britanniques, Suisses.
- ▶ Le retour en France et sur la Côte d'Azur des clientèles d'Asie-Pacifique va se poursuivre jusqu'en 2024, le rattrapage n'ayant débuté que durant l'été 2023 (Chinois, Coréens, Japonais, Indiens, Australiens) ; la **force du dollar** et les liaisons aériennes directes conforteront le **rôle déterminant du marché américain** (2<sup>ème</sup> marché étranger dans l'hôtellerie en 2023).



# VISITEURS PAR AVION

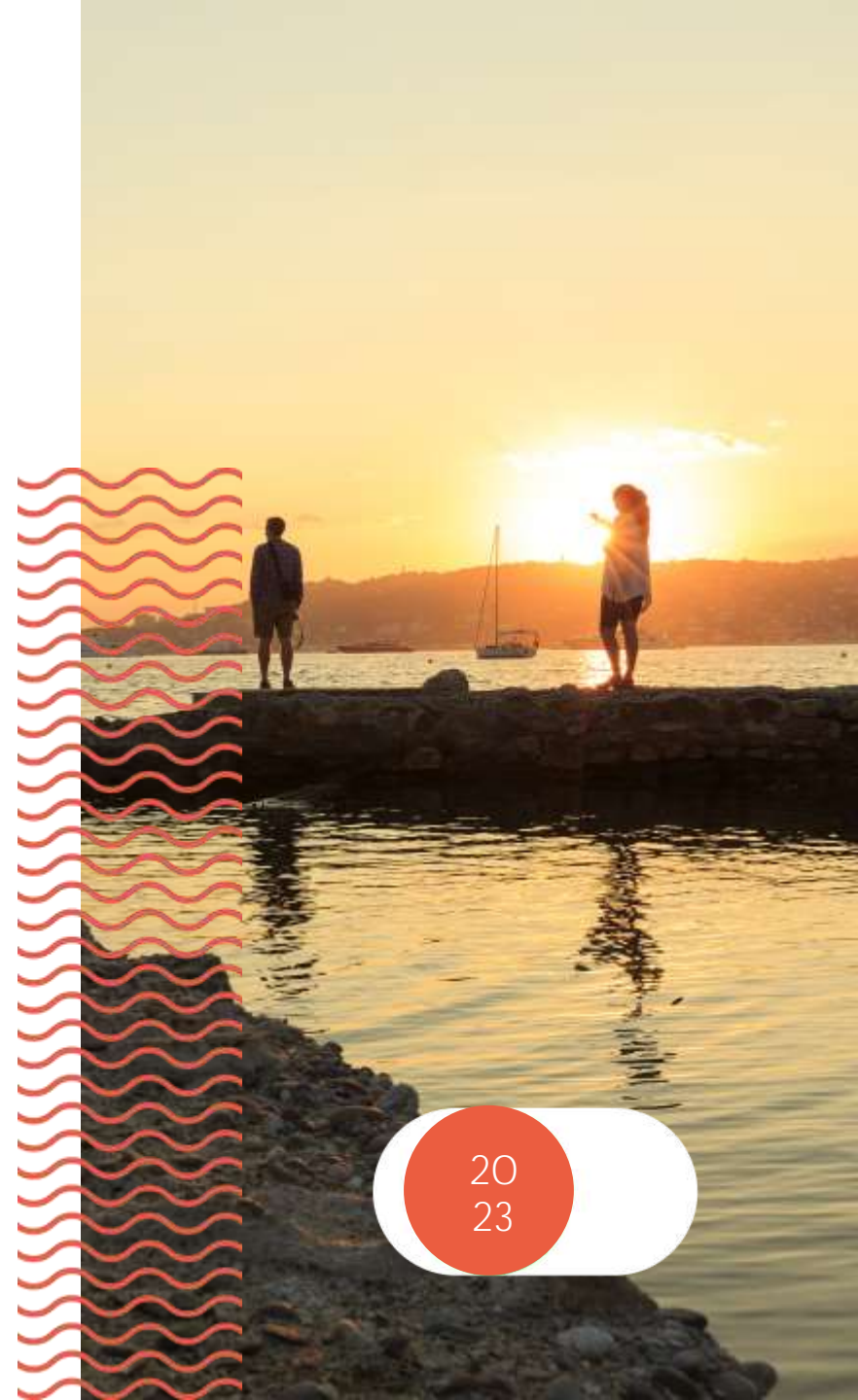
LES PRIMO VISITEURS AÉRIENS PORTENT LE REBOND

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR



Le mode aérien est le principal vecteur de croissance du tourisme azuréen : 30% du total des visiteurs, 40% des visiteurs étrangers.

- ▶ Dans un contexte de hausse des prix du carburant et des coûts de transport, l'avion est le mode qui rebondit le plus fortement, surtout par liaisons directes : 3,2 millions de séjours en 2023, parmi lesquels plus de 40% de primo-visiteurs de la destination.
- ▶ Le volume de séjours étrangers par avion jusqu'à Nice Côte d'Azur est en forte hausse en 2023 : + 30% vs 2022 (janvier à juillet).
- ▶ Il s'agit d'un nouveau record, de 11% supérieur à celui de 2019.





# PERSPECTIVES 2024

## FIN D'UNE PÉRIODE DE RATTRAPAGE EUPHORIQUE

### LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

**Le rattrapage post Covid de la demande Loisirs, né de la frustration de voyages et de budgets voyages sanctuarisés, touche à sa fin à l'automne 2023. Le retour à la normale s'effectuera sans ce potentiel additionnel.**

- ▶ Sur le marché national, la compétitivité des destinations étrangères low cost détournera la clientèle des littoraux métropolitains.
- ▶ Dans le contexte nouveau d'arbitrages budgétaires impératifs en Europe, **les budgets voyages pourraient se réduire** (en termes réels hors inflation) et se tourner vers des offres d'hébergements moins coûteuses ; la clientèle non européenne soutiendra la consommation.
- ▶ Sur la saison hiver, **les séjours à motifs Affaires-Congrès** seront déterminants pour assurer le bon remplissage d'une offre hôtelière en croissance.
- ▶ En date de mi-septembre, **les taux de réservations hôteliers restent bas, mais supérieurs à ceux de 2023**, tandis que les réservations aériennes provenant de **l'étranger** continuent à évoluer positivement.



# 02. PLAN D' ACTIONS

#COTEDAZURFRANCE, CAP SUR 2024 !

- ▶ 2.1 Actions de Proximité
- ▶ 2.2 Actions sur le Marché Français
- ▶ 2.3 Actions sur les Marchés Européens
- ▶ 2.4 Actions sur les Marchés Lointains
- ▶ 2.5 Actions Filières Affinitaires
- ▶ 2.6 Rayonnement de la Marque
- ▶ 2.7 Animation du Réseau Professionnel



# CAP SUR 2024 !

#COTEDAZURFRANCE

## LES AXES FORTS 2024

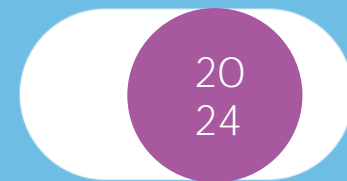
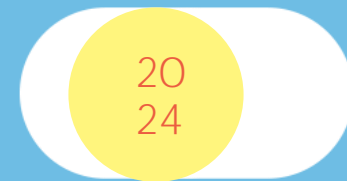
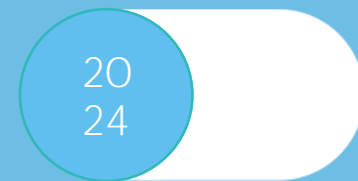
- ▶ Rayonnement de la marque grâce à son réseau actif de partenaires, ambassadeurs et entreprises licenciées au coeur de la stratégie marketing territoriale Côte **d'Azur** France.
- ▶ Promotion sur les marchés historiques (pays européens de proximité et UK) et les marchés porteurs (Amérique du Nord).
- ▶ Soutien actif au marché Français et de proximité.
- ▶ Renforcement des actions en réceptif pour une immersion sur la destination #CotedAzurFrance.
- ▶ Consolidation de la présence digitale et social média multi-marchés #CotedAzurFrance.



20  
24

# UN PLAN D' ACTIONS 2024

## CO-CONSTRUIT AVEC NOS PARTENAIRES

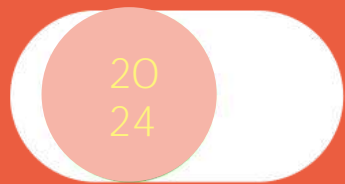


# PLAN D' ACTIONS 2024

## UNE DYNAMIQUE PARTENARIALE FORTE



# 02.1 ACTIONS MARCHÉ DE PROXIMITÉ



## 02.1 FOCUS MARCHÉ PROXIMITÉ

### TENDANCES & CHIFFRES CLÉS

Sur ce marché devenu fortement prioritaire avec la pandémie, et sur lequel toutes les destinations françaises ont été en compétition, la Côte d'Azur a su tirer son épingle du jeu. Du littoral aux Moyen et Haut-Pays, Côte d'Azur France Tourisme vise à renforcer un tourisme de proximité afin d'inviter chacun à découvrir la diversité des paysages et de l'offre touristique près de chez soi.

Le socle de la fréquentation Côte d'Azur reste régional, soit environ un tiers des séjours français et 15% de la fréquentation globale en séjours (près de 10% des nuitées totales, les séjours intra-régionaux étant plus courts).



20  
24

# SALON ID-WEEK-END MARSEILLE

OPÉRATION BTOC CÔTE D'AZUR FRANCE | 16-18 FÉVRIER

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

**1<sup>ère</sup> édition organisée à Marseille de ce Salon qui a déjà fait ses preuves à Nice.**

- ▶ **Période** : 16 au 18 février 2024 (Marseille).
- ▶ **Cibles** : grand public loisirs – Bassin régional.
- ▶ **Présentation** : espace fédéré Côte d'Azur France permettant la promotion de l'offre loisirs de la destination.
- ▶ **Participation** : ouvert uniquement aux Offices de Tourisme.

NOUVEAU

FICHE ACTION  
MARCHÉ DE PROXIMITÉ

20  
24



20  
24

20  
24



# PARTENARIAT GUIDE DE L'ÉTÉ & GUIDE HIVER 2024

GRUPE NICE-MATIN x MARQUE CÔTE D'AZUR FRANCE

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

**Renouvellement du partenariat entre Côte d'Azur France Tourisme et le groupe Nice-Matin concernant l'édition des Guide de l'Été et Guide de l'Hiver Côte d'Azur 2024. Un travail en synergie qui perdure depuis 6 ans au service de la promotion de la destination #CotedAzurFrance.**

- ▶ **Dates clés** : Lancement du Guide de l'Été début juillet – Guide de l'Hiver début décembre.
- ▶ **Cibles** : grand public.
- ▶ **Présentation** : Véritable vitrine pour l'ensemble des territoires de la Côte d'Azur, le Guide de l'Été est tiré à 250 000 exemplaires. Sa réalisation s'appuie sur un travail mené en étroite collaboration avec l'ensemble des offices du tourisme de la Côte d'Azur concernant le volet éditorial Agenda des manifestations azuréennes via le support de la plateforme APIDAE.
- ▶ **Diffusion des guides** : Offices du tourisme, Mairies, Aéroport de la Côte d'Azur, Aire de la Côte d'Azur en partenariat avec Vinci Autoroutes, sites touristiques azuréens, hébergements, etc...

FICHE ACTION  
MARCHÉ DE PROXIMITÉ

20  
24



20  
24

20  
24

# PARTENARIAT GUIDE COSTA AZZURRA 2024

CCI ITALIENNE x MARQUE CÔTE D'AZUR FRANCE

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

**Renouvellement du partenariat entre Côte d'Azur France Tourisme et la CCI Italienne Nice Côte d'Azur concernant l'édition du Guide Costa Azzurra 2024.**

- ▶ **Dates clés** : Lancement du guide en juin.
- ▶ **Cibles** : grand public.
- ▶ **Présentation** : Véritable vitrine pour l'ensemble des territoires de la Côte d'Azur, le Guide Costa Azzurra s'appuie sur un travail mené en étroite collaboration avec l'ensemble des offices du tourisme de la Côte d'Azur permettant de valoriser la richesse et diversité de notre destination. Festivals, activités nautiques, culturelles, sportives ou familiales, randonnées ou encore expositions sont à l'honneur des 80 pages de ce guide.
- ▶ **Dispositif** : ouvert aux partenaires institutionnels azuréens.

FICHE ACTION  
MARCHÉ DE PROXIMITÉ

20  
24



20  
24

20  
24

# ACCUEILS INFLUENCEURS AMBASSADEURS #COTEDAZURFRANCE

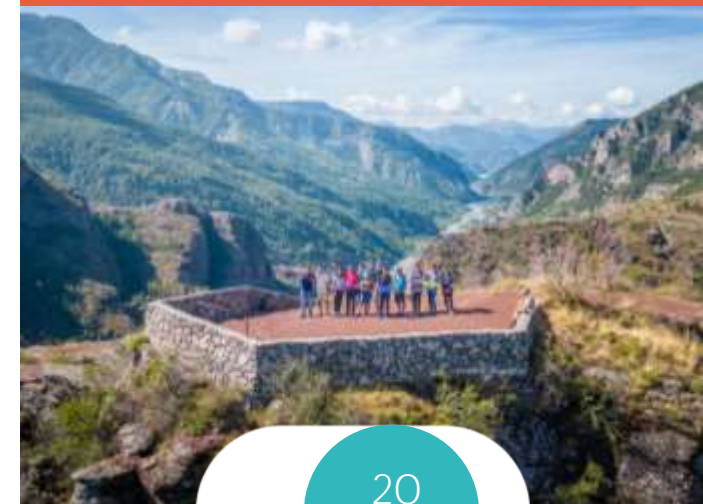
OPÉRATION MÉDIAS CÔTE D'AZUR FRANCE | SUR L'ANNÉE  
LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Dans le cadre de la stratégie de marque Côte d'Azur France, Côte d'Azur France Tourisme fédère depuis 2018 un réseau actif de plusieurs dizaines d'influenceurs / ambassadeurs locaux.

- ▶ **Principe** : Organisation sur l'année en partenariat avec les offices du tourisme azuréen de 3 accueils thématiques permettant de valoriser l'offre touristique azuréenne et le contraste mer/montagne de la destination.
- ▶ **Cibles** : Grand public loisirs – Forte audience sur le plan régional.
- ▶ **Format** : Accueil sur une journée d'une douzaine d'influenceurs. Coordination de l'accueil par Côte d'Azur France Tourisme. Pré-sélection des profils en partenariat avec l'office de tourisme partenaire. Création de contenus photos et vidéos avec diffusion auprès des communautés abonnées à ces influenceurs locaux ainsi que des communautés Côte d'Azur France représentant aujourd'hui + de 900 000 abonnés tous réseaux confondus.

FICHE ACTION  
MARCHÉ DE PROXIMITÉ

20  
24



20  
24

20  
24

# APPUI AU FESTIVAL ENVIE D'AILLEURS

OPÉRATION BTOC CÔTE D'AZUR FRANCE | 1<sup>ER</sup> TRIMESTRE

NOUVEAU

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

**Renforcement de la visibilité du 1<sup>er</sup> Festival dédié au Tourisme Durable au sein de la Région Sud.**

- ▶ **Période** : 1<sup>er</sup> trimestre 2024.
- ▶ **Cibles** : Grand public loisirs – Bassin régional.
- ▶ **Présentation** : Soutien à l'organisation de la 3<sup>ème</sup> édition du Festival Envie d'Ailleurs et mise en valeur de l'offre azurienne slow tourisme.
- ▶ **Actions** : Renforcement de la communication et mise en oeuvre d'une exposition immersive Tourisme Durable à CAP3000 en amont du festival.

FICHE ACTION  
MARCHÉ DE PROXIMITÉ

20  
24

20  
24

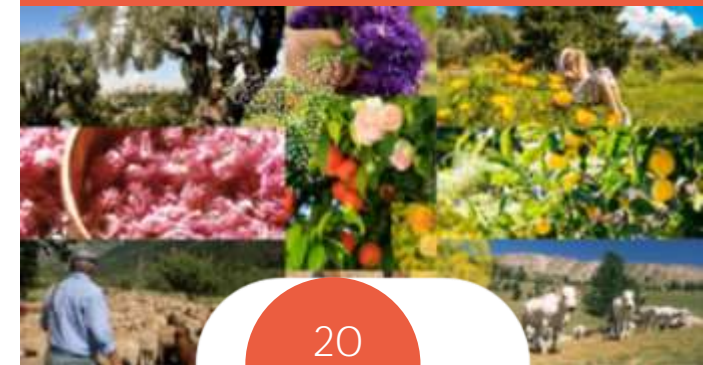
20  
24

20  
24

# PROMOTION DE L'AGRITOURISME

NOUVEAU

OPÉRATION BTOC CÔTE D'AZUR FRANCE | 24 FÉVRIER – 3 MARS



## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Suite à la création du comité de pilotage Agritourisme en mai 2023, plusieurs actions seront menées afin de valoriser les savoir-faire azuréens et les acteurs locaux.

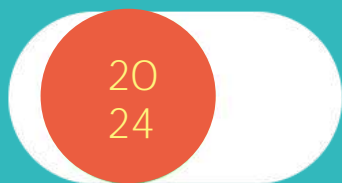
- ▶ **Période** : Lancement des actions à l'occasion du Salon International de l'Agriculture 2024 (Paris).
- ▶ **Cibles** : Grand public loisirs.
- ▶ **Présentation** : Structuration du Tourisme Durable et de la filière agritouristique dans les Alpes-Maritimes à travers les réseaux existants : « Bienvenue à la ferme », « Accueil Paysan », Offres « Micro aventures » portées par le Département des Alpes-Maritimes, etc.
- ▶ **Actions** : Présence Côte **d'Azur** France Tourisme au Salon International de **l'Agriculture** 2024 sur l'espace du Département des Alpes-Maritimes, mise en ligne d'un univers dédié aux expériences agritourisme sur le site de destination Côte **d'Azur** France, réalisation de vidéos de promotion des savoir-faire locaux.

20  
24

20  
24

20  
24

# 02.2 ACTIONS SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS



## 02.2 FOCUS MARCHÉ FRANCAIS

### TENDANCES & CHIFFRES CLÉS

Le marché national est incontournable, à la fois majoritaire et contribuant davantage à la stabilité comme au lissage de la fréquentation sur **l'année**. Il est important de renouveler ce socle de la démographie touristique, qui appartient déjà aux classes d'âges les plus élevées et ne comprend que 10% de primo-visiteurs. De façon générale, l'offre touristique de la Côte d'Azur apparaît en net décalage, par son positionnement urbain et haut de gamme, avec le coeur de la demande touristique française. Il faut donc en valoriser davantage toutes les dimensions, notamment sportive, culturelle, naturelles, et en termes d'animation pour cibler les segments jeunes et familles.

Marché aux clientèles diversifiées, de courts et longs séjours, marchands et non-marchands.

Principaux bassins régionaux émetteurs : Grand Sud, Paris Île-de-France, Rhône-Alpes, Grand Est, Hauts-de-France.

# CAMPAGNE DIGITALE DE NOTORIÉTÉ « FRANCE »

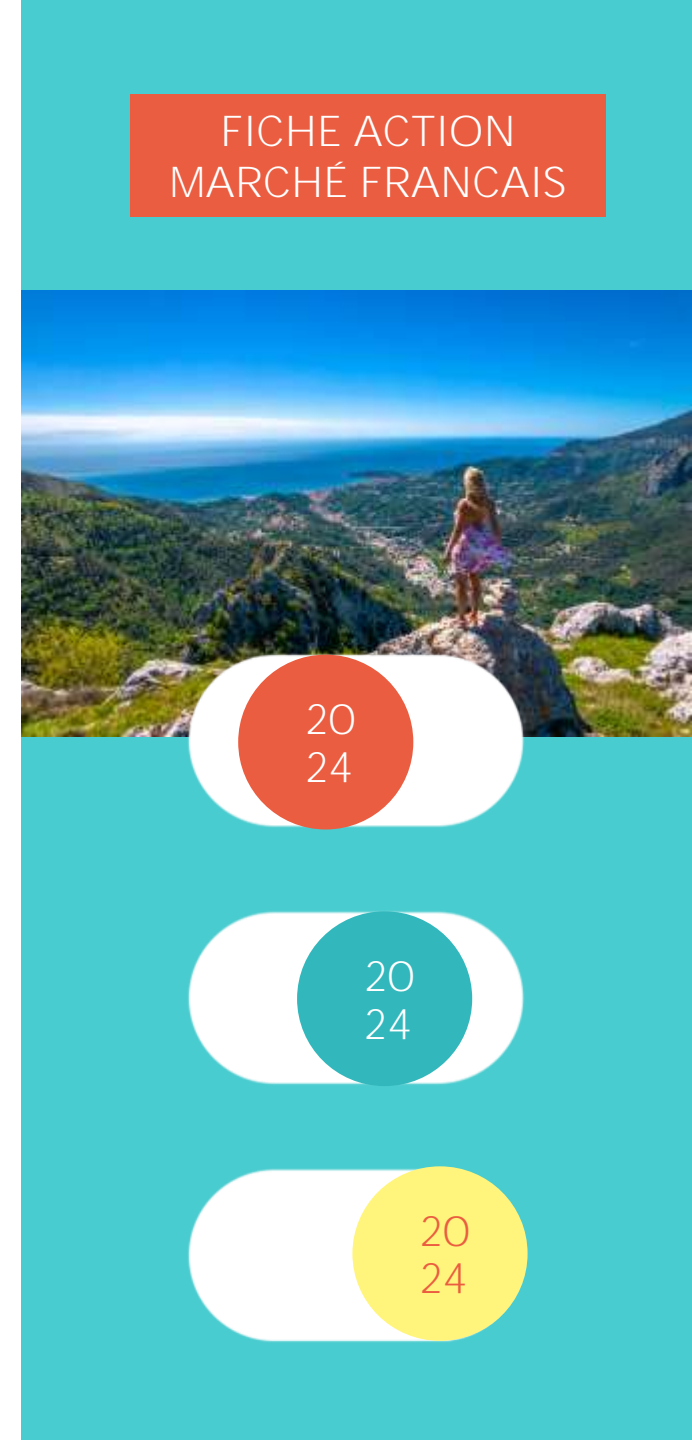
CAMPAGNE PARTENARIALE FÉDÉRANT L'ENSEMBLE DES DESTINATIONS AZURÉENNES

FICHE ACTION  
MARCHÉ FRANÇAIS

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Lancement **d'une** campagne digitale de notoriété #CotedAzurFrance associant **l'ensemble** des partenaires azuréens (*villes et offices de tourisme*) en amont du printemps et sur **l'automne** afin de stimuler les réservations de séjours sur les ailes de saison et **l'hiver**.

- ▶ **Période** : Février/début mars | Automne 2024.
- ▶ **Cibles** : Marché français CSP+ - Bassins Paris Hauts-de-France, Rhône-Alpes, Grand Sud et grandes métropoles françaises (Nantes – Strasbourg – Bordeaux).
- ▶ **Descriptif** : Campagne de notoriété et trafic digitale et social ads auprès **d'une** cible de clientèle CSP+. Développement **d'un** mini-site dédié aux couleurs de la campagne sur le site [www.cotedazurfrance.fr](http://www.cotedazurfrance.fr) incluant une page éditoriale par partenaire.
- ▶ **Participation** : Opération ouverte aux institutionnels.





# CAMPAGNE DIGITALE DE CONVERSION « FRANCE »

TRAIN2CÔTE d'AZUR

FICHE ACTION  
MARCHÉ FRANCAIS

CAMPAGNE PARTENARIALE FÉDÉRANT L'ENSEMBLE DES DESTINATIONS AZURÉENNES.

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Lancement **d'une** campagne digitale de conversion #CotedAzurFrance associant **l'ensemble** des partenaires azuréens (*villes et Offices de Tourisme*) en amont du printemps et sur **l'automne** afin de stimuler les réservations de séjours par train sur les ailes de saison et **l'hiver**.

- ▶ **Période** : Février/début mars | automne 2024.
- ▶ **Cibles** : Marché français CSP+ - Bassins Paris Hauts-de-France, Rhône-Alpes, Grand Sud et grandes métropoles françaises (Nantes – Strasbourg – Bordeaux).
- ▶ **Descriptif** : Campagnes de conversion avec SNCF CONNECT pour favoriser les séjours en train sur la Côte d'Azur : lignes TGV directes, trains intercités de nuit ainsi que les trains « intersecteurs » ne passant pas par Paris. Développement **d'un** mini-site dédié sur le site du transporteur.
- ▶ **Participation** : Opération ouverte aux institutionnels.



20  
24

20  
24

20  
24

# RELATIONS PRESSE AUPRÈS DU MARCHÉ FRANÇAIS

OPÉRATION MÉDIAS ET INFLUENCE | SUR L'ANNÉE

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Développer et poursuivre les relations presse et partenariats éditoriaux #CotedAzurFrance auprès des médias français.

- ▶ Accueils thématiques individuels presse et influenceurs sur l'année.
- ▶ Actualisation des dossiers de presse Côte **d'Azur** France : générique Côte d'Azur, Marque, MICE, Slow tourisme, Stations Alpes-Maritimes, Nautisme, etc.
- ▶ Voyage de presse MICE en partenariat avec Linkeus, à l'occasion d'Heavent Meetings à Cannes (28 au 30 mars).
- ▶ Conférence de presse à Paris et organisation **d'un** voyage de presse / influenceurs à l'occasion de l'Outdoor Festival 06 (3 au 5 mai).
- ▶ Workshop Presse « Pure Alpes » mi-septembre à Paris : promotion des Alpes du Sud.
- ▶ Conférence de presse annuelle Côte **d'Azur** France organisée à Paris en partenariat avec les Offices de Tourisme azuréens + workshop presse (novembre).

FICHE ACTION  
MARCHÉ FRANÇAIS

20  
24

20  
24

20  
24



# OPÉRATION PRO « LA CÔTE D'AZUR S'INVITE À PARIS »

NOUVEAU

OPÉRATION BTOB CÔTE D'AZUR FRANCE | 26-29 SEPTEMBRE

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Opération BtoB dédiée à la promotion de la destination Côte d'Azur France auprès d'agences de voyages et prescripteurs sur les segments du loisirs et du tourisme d'affaires.

- ▶ **Période** : 26 au 29 septembre 2024.
- ▶ **Cibles** : Agences de voyages et prescripteurs – Loisirs et Affaires (NEW).
- ▶ **Descriptif** : **Workshop Pro à Paris** (avec deux volets visés : **Loisirs et Tourisme d'affaires**) suivi d'un **éductour** en destination Côte d'Azur en partenariat avec SNCF CONNECT et les grandes villes azuréennes.
- ▶ **Participation** : Opération ouverte aux privés et institutionnels.

FICHE ACTION  
MARCHÉ FRANCAIS



20  
24

20  
24

20  
24

# SALONS B2C GÉNÉRALISTES & AFFINITAIRES

PRÉSENCE RENFORCÉE DE LA VISIBILITÉ #COTEDAZURFRANCE

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Opérations grand public dédiées à la promotion de la destination Côte d'Azur France et des filières affinitaires.

- ▶ Salon ID Week-End à Marseille : 16 – 18 février 2024.
- ▶ Salon de l'Agriculture à Paris : 24 février – 3 mars 2024.
- ▶ Salon du Randonneur à Lyon : 22 – 24 mars 2024.
- ▶ Run Experience à Paris : 4 – 6 avril 2024.
- ▶ Roc d'Azur à Fréjus : Octobre 2024.
- ▶ Before « La Montagne, ça vous gagne ! » à Paris : Novembre 2024.
- ▶ Salon de Colmar : Novembre 2024 (à confirmer).
- ▶ Participation : Opérations ouvertes aux privés et institutionnels (en fonction des salons).

FICHE ACTION  
MARCHÉ FRANÇAIS

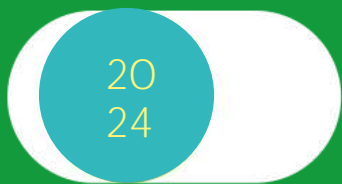
20  
24



20  
24

20  
24

# 02.3 ACTIONS MARCHÉS EUROPÉENS DE PROXIMITÉ



## 02.3 FOCUS MARCHÉS EUROPÉENS DE PROXIMITÉ

### TENDANCES & CHIFFRES CLÉS

Les marchés étrangers de proximité les plus présents sur la Côte d'Azur sont l'Italie, le Royaume-Uni, la Scandinavie (tous pays confondus), l'Allemagne et la Belgique-Luxembourg. Ces cinq marchés (hors Suisse et Espagne), représentent 50% de la fréquentation étrangère 2022 (autour de 45% en 2023).

Côte d'Azur France Tourisme vise ainsi à consolider la récupération sur ces marchés étrangers traditionnels.

# CAMPAGNE DIGITALE NOTORIÉTÉ « EUROPE »

CAMPAGNE PARTENARIALE FÉDÉRANT L'ENSEMBLE DES DESTINATIONS AZURÉENNES

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

En parallèle **d'un** déploiement auprès du marché national, activation **d'une** campagne digitale de notoriété #CotedAzurFrance associant **l'ensemble** des partenaires azuréens (villes et offices de tourisme) en amont du printemps et sur **l'automne** auprès des marchés européens de proximité afin de stimuler les réservations de séjours sur les ailes de saison et **l'hiver**.

- ▶ **Période** : Février/début mars | automne 2024.
- ▶ **Cibles** : Marchés européens de proximité : Italie – Suisse – Benelux – Grande-Bretagne – Marchés germanophones. Option supplémentaire activable sur les marchés scandinaves.
- ▶ **Descriptif** : Campagne digitale de notoriété auprès **d'une** cible de clientèle CSP+. Développement **d'un** mini-site dédié aux couleurs de la campagne sur le site [www.cotedazurfrance.fr](http://www.cotedazurfrance.fr), disponible en français, italien, anglais et allemand. Chaque partenaire bénéficiant **d'une** page dédiée web et de campagnes sponsorisées dédiées.
- ▶ **Participation** : Opération ouverte aux institutionnels.

FICHE ACTION  
MARCHÉS EUROPÉENS  
DE PROXIMITÉ

20  
24

20  
24

20  
24



# CAMPAGNE DIGITALE CONVERSION «EUROPE»

CAMPAGNE PARTENARIALE FÉDÉRANT L'ENSEMBLE DES DESTINATIONS AZURÉENNES

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

En parallèle **d'un** déploiement auprès du marché national, activation **d'une** campagne digitale de conversion #CotedAzurFrance associant **l'ensemble** des partenaires azuréens (*villes et offices de tourisme*) en amont du printemps et sur **l'automne** auprès des marchés européens de proximité afin de stimuler les réservations de séjours sur les ailes de saison et **l'hiver**.

- ▶ **Période** : Février/début mars | automne 2024.
- ▶ **Cibles** : Marchés germanophones prioritaires.
- ▶ **Descriptif** : Campagnes digitales de conversion auprès **d'une** cible de clientèle CSP+ en partenariat avec un opérateur privé (OTA – transport, plateforme de réservation...). Dispositif Fly2CotedAzur en complément.
- ▶ **Participation** : Opération ouverte aux institutionnels.



20  
24

20  
24

20  
24



# MISSION B2B UK « EXPOSITION CHANEL » À LONDRES



OPÉRATION BTOB CÔTE D'AZUR FRANCE | 10 JANVIER

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Dans le cadre de la 1<sup>ère</sup> grande exposition dédiée à Coco CHANEL en Grande-Bretagne, une mission Côte **d'Azur** BtoB sous la thématique « Culture & Parfums » sera organisée au Victoria & Albert Museum de Londres avec une visite en exclusivité de **l'exposition**. Opération en partenariat avec Atout France.

- ▶ **Période** : 10 janvier 2024.
- ▶ **Cibles** : Agences haut de gamme loisirs et agences MICE.
- ▶ **Descriptif** : Opération de networking : workshop et présentations suivis de la visite privative de l'exposition et cocktail dînatoire.
- ▶ **Participation** : Opération ouverte aux privés et institutionnels – Places limitées.

FICHE ACTION  
MARCHÉS EUROPÉENS  
DE PROXIMITÉ



20  
24

20  
24

20  
24

# PRÉSENCE SALON DES VACANCES DE BRUXELLES

OPÉRATION BTOC CÔTE D'AZUR FRANCE | 1-4 FÉVRIER



## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Le plus grand salon du tourisme national en Belgique (près de 100.000 visiteurs).

- ▶ **Période** : 1<sup>er</sup> au 4 février 2023 à Bruxelles.
- ▶ **Cibles** : Grand public loisirs – Belgique et bassin Lillois.
- ▶ **Descriptif** : Espace fédéré Côte d'Azur France permettant la promotion de l'offre loisirs de la destination.
- ▶ **Participation** : Opération ouverte aux Offices de Tourisme.

FICHE ACTION  
MARCHÉS EUROPÉENS  
DE PROXIMITÉ



20  
24

20  
24

20  
24

# OPÉRATION PRESSE CÔTE D'AZUR FRANCE EN SCANDINAVIE

NOUVEAU

OPÉRATION PRESSE CÔTE D'AZUR FRANCE | SEPTEMBRE

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Conférence de Presse thématique suivie **d'un** workshop presse généraliste autour de rencontres one to one entre les Relations presse et les médias et influenceurs scandinaves – en partenariat avec Atout France.

- ▶ **Période** : Septembre – date à déterminer.
- ▶ **Cibles** : Journalistes et influenceurs.
- ▶ **Descriptif** : Organisation d'une conférence de presse Côte **d'Azur** France pour promouvoir les temps forts et l'actualité de la destination et workshop presse ouvert aux partenaires. Lieu de l'opération à l'étude en lien avec Atout France.
- ▶ **Participation** : Opération ouverte aux institutionnels.

FICHE ACTION  
MARCHÉS EUROPÉENS  
DE PROXIMITÉ



20  
24

20  
24

20  
24

# OPÉRATION PRO & PRESSE

## « LA CÔTE D'AZUR S'INVITE À MILAN »

NOUVEAU

OPÉRATION BTOB CÔTE D'AZUR FRANCE | NOVEMBRE

### LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Dans le cadre de **l'opération** presse annuelle organisée à Milan, un volet BTOB Loisirs & MICE sera mené en partenariat avec Atout France Italie.

- ▶ **Période** : Novembre.
- ▶ **Cibles** : Agences Loisirs & Mice (nouveau !) & Presse et influenceurs.
- ▶ **Descriptif** : Workshop tourisme avec 1 volet MICE + conférence de presse suivie d'un cocktail dînatoire.
- ▶ **Participation** : Opération ouverte aux privés et institutionnels.

FICHE ACTION  
MARCHÉS EUROPÉENS  
DE PROXIMITÉ



20  
24

20  
24

20  
24

# RELATIONS PRESSE AUPRÈS DES MARCHÉS EUROPÉENS

OPÉRATION MÉDIAS CÔTE D'AZUR FRANCE | SUR L'ANNÉE

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Développer et poursuivre les relations presse et partenariats éditoriaux #CotedAzurFrance auprès des médias européens.

- ▶ Workshop Presse « Pure Alpes » - mi-septembre à Bruxelles : promotion des Alpes du Sud.
- ▶ Relations presse auprès des médias germanophones : envoi d'e-news, accueils, etc.
- ▶ Accueils thématiques individuels presse et influenceurs sur l'année.
- ▶ Voyages de presse dans le cadre du dispositif Fly2CotedAzur.
- ▶ Accueil presse / influenceurs à l'occasion de l'Outdoor Festival 06.
- ▶ Dossiers de presse thématiques et dédiés aux différents marchés sur les « 10 bonnes raisons de choisir la Côte d'Azur ».

FICHE ACTION  
MARCHÉS EUROPÉENS  
DE PROXIMITÉ



20  
24

20  
24

20  
24

# ÉDUCTOURS ET ACCUEILS CÔTE D'AZUR FRANCE SUR L'ANNÉE

ÉDUCTOURS ET ACCUEILS CÔTE D'AZUR FRANCE | SUR L'ANNÉE

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Poursuite des accueils de prescripteurs agences et tour-opérateurs afin de promouvoir la destination sur la cible BtoB : thématique nature/montagne – golf – actions Fly2CotedAzur.

- ▶ **Fam Trip Volotea** : en lien avec la compagnie aérienne pour une cible d'agences de voyages loisirs sur les lignes opérées par la compagnie sur le Benelux - 1<sup>er</sup> semestre. 
- ▶ **Accueil multi-marchés à l'occasion de l'Outdoor Festival 06** en partenariat avec Atout France.
- ▶ **Accueil Golf Scandinavie** : organisation d'un Fam Trip golf sur les marchés scandinaves en partenariat avec Play Golf in France et Atout France - 1<sup>er</sup> semestre.
- ▶ **Accueil pro multi-marchés « Sur les traces du Tour de France »** (juillet 2024). 

FICHE ACTION  
MARCHÉS EUROPÉENS  
DE PROXIMITÉ

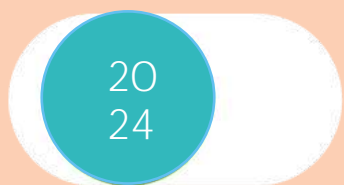


20  
24

20  
24

20  
24

# 02.4 ACTIONS SUR LES MARCHÉS LOINTAINS



## 02.4 FOCUS SUR LES MARCHÉS LOINTAINS

### TENDANCES & CHIFFRES CLÉS

Priorité est donnée en 2024 aux deux marchés avec lesquels l'Aéroport Nice Côte d'Azur a renforcé ses connexions aériennes directes : **l'Amérique** du Nord et le Moyen-Orient. Les Américains sont, après les Moyens-Orientaux, les touristes qui ont la plus forte dépense locale (près de 200€ par jour/personne, soit environ deux fois plus que la moyenne des touristes étrangers).

Consolider la récupération des marchés étrangers traditionnels tout en stimulant les nouveaux marchés porteurs de croissance et d'élévation de la dépense, tel est l'objectif 2024 fixé par le Plan d'Actions Côte d'Azur France Tourisme .





# DISPOSITIF FLY2CÔTE D'AZUR

PRIORITÉ À L'AMÉRIQUE DU NORD | À L'ANNÉE

FLY2CÔTE d'AZUR

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Maintien des efforts notamment sur le long-courrier en lien avec **l'Aéroport** de Nice Côte d'Azur et les Syndicats hôteliers

- ▶ **Période** : À l'année.
- ▶ **Cibles** : Priorité à l'Amérique du Nord (poursuite de la stratégie selon cycle de trois ans) avec objectif de consolider la connectivité vers l'aéroport de Nice Côte d'Azur.
- ▶ **Descriptif** : Partenariat à établir selon demande des compagnies aériennes.
- ▶ **Participation** : Opération ouverte aux institutionnels.



20  
24

20  
24

20  
24

# MISSION FÉDÉRÉE CÔTE D'AZUR FRANCE AUX ÉTATS-UNIS



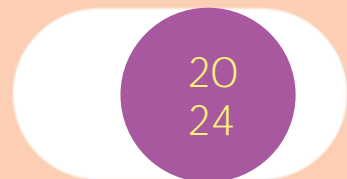
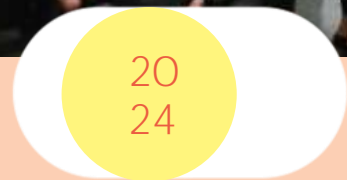
OPÉRATION BTOB CÔTE D'AZUR FRANCE | 29 JANVIER - 02 FÉVRIER

FICHE ACTION  
MARCHÉS LOINTAINS

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Dans la poursuite de nos actions sur le marché américain et en accompagnement du développement des lignes aériennes vers les Etats-Unis, une mission Côte **d'Azur** vers de nouveaux bassins émetteurs sera organisée en partenariat avec Atout France.

- ▶ **Période** : 29 janvier – 02 février 2024.
- ▶ **Villes** : Los Angeles – Dallas – Atlanta.
- ▶ **Cibles** : Agences et tour-opérateurs loisirs, réseaux d'agences Virtuoso, Serandipians, médias.
- ▶ **Descriptif** : Opération BtoB avec workshop et séance networking suivi d'un cocktail dînatoire dans chaque ville - Volet presse dans chaque ville.
- ▶ **Participation** : Opération ouverte aux institutionnels et aux privés.



# WORKSHOP DESTINATION FRANCE CANADA



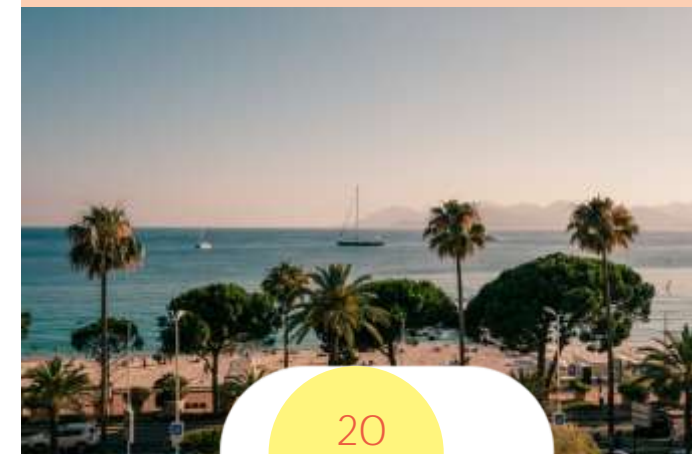
PRIORITÉ À L'AMÉRIQUE DU NORD | 19 FÉVRIER - 22 FÉVRIER

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Nous poursuivons nos actions sur **l'Amérique** du Nord dans le but de promouvoir la Côte **d'Azur** sur les ailes de saison hiver et printemps notamment.

- ▶ **Période** : 19 - 22 février 2024.
- ▶ **Villes** : Toronto.
- ▶ **Cibles** : Agences loisirs.
- ▶ **Descriptif** : Participation au Workshop Destination France en collaboration avec Atout France et retour sur la Côte **d'Azur** avec une dizaine d'agences et tour-opérateurs pour un éductour en destination.
- ▶ **Participation** : Inscription en directe auprès d'Atout France pour le workshop & participation des institutionnels et privés sur la partie Eductour.

FICHE ACTION  
MARCHÉS LOINTAINS



20  
24

20  
24

20  
24

# CAMPAGNE DE CONVERSION AMÉRIQUE DU NORD

PRIORITÉ À L'AMÉRIQUE DU NORD | PRINTEMPS

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

- ▶ **Période** : Février/début mars | Automne 2024.
- ▶ **Cibles** : Marchés USA et Canada.
- ▶ **Descriptif** : Campagne digitale de conversion auprès d'une cible de clientèle CSP+, intentionnistes à la recherche d'une destination méditerranéenne hors saison estivale. En partenariat avec un opérateur privé.
- ▶ **Participation** : Opération ouverte aux institutionnels.



20  
24

20  
24

20  
24

# MISSION FÉDÉRÉE CÔTE D'AZUR FRANCE « MOYEN-ORIENT »

NOUVEAU

OPÉRATION EN RÉCEPTIF SUR LA CÔTE D'AZUR | 11-14 AVRIL

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Dans la poursuite de nos actions sur le Moyen Orient et **l'accompagnement** du développement des lignes aériennes, organisation **d'un** workshop BtoB suivi **d'educteurs** pour promouvoir la destination auprès de ces marchés sur les ailes de saison.

- ▶ **Période** : 11 - 14 avril 2024.
- ▶ **Cibles** : Agences de voyages et tour opérateurs des marchés Emirats-Arabes-Unis, Qatar, Koweït, Arabie Saoudite.
- ▶ **Descriptif** : Workshop BtoB suivi d'educteurs pour l'ensemble des partenaires travaillant ces marchés.
- ▶ **Participation** : Opération ouverte aux institutionnels et aux privés.



20  
24

20  
24

20  
24

# ÉDUCTOURS, ACCUEILS, WORKSHOPS **CÔTE D'AZUR FRANCE** SUR L'ANNÉE

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Eductours organisés tout au long de **l'année** en suivi de nos différentes missions et actions sur les marchés lointains : Brésil, Etats Unis, Canada, Inde et CEI (hors Russie).

- ▶ Fam Trips Brésil – Printemps et automne.
- ▶ Fam trip en partenariat avec La Compagnie sur le marché américain – New York.
- ▶ Accueil de Wedding Planners indiens en suivi de la mission Inde.
- ▶ Fam trip Canada en suivi du workshop France mars 2024.
- ▶ Rendez-Vous en France en partenariat avec le CRT Sud – 26 et 27 mars 2024 - Toulouse.
- ▶ Fam trip Marchés Asie Centrale et Caucase en partenariat avec Atout France.

FICHE ACTION  
MARCHÉS LOINTAINS



20  
24

20  
24

20  
24

# RELATIONS PRESSE AUPRÈS DES MARCHÉS LOINTAINS

OPÉRATIONS MÉDIAS CÔTE D'AZUR FRANCE | SUR L'ANNÉE

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Développer et poursuivre les relations presse et partenariats éditoriaux #CotedAzurFrance auprès des médias internationaux.

- ▶ Accueils thématiques individuels presse et influenceurs sur l'année.
- ▶ Voyages de presse dans le cadre du dispositif Fly2CotedAzur.
- ▶ Dossiers de Presse thématisés « Les 10 bonnes raisons de choisir la Côte d'Azur ».



20  
24

20  
24

20  
24

# 02.5 ACTIONS FILIÈRES AFFINITAIRES

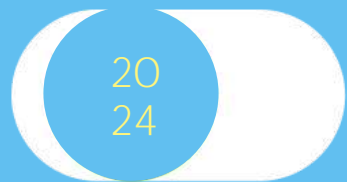
20  
24





# LOISIRS

2.5 ACTIONS FILIÈRES AFFINITAIRES



# STRATÉGIE COMMERCIALISATION PASS CÔTE D'AZUR FRANCE

POURSUIVRE LA MISE EN MARCHÉ DE LA DESTINATION

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Outil de marketing socle de la destination, le Pass Côte **d'Azur** France fédère **l'ensemble** des partenaires azuréens et répond à la demande **d'une** clientèle grand public généraliste, orientée « famille ».

- ▶ **Période** : Sur l'année. Lancement mars 2024.
- ▶ **Maintien des formules** (Pack 3 activités et Pack 5 activités) et de l'offre tarifaire.
- ▶ **Renforcement de l'offre d'activités** avec un guide dédié.
- ▶ **Lancement d'un** nouveau site [pass-cotedazurfrance.fr](https://pass-cotedazurfrance.fr).
- ▶ **Plan médias** : Campagne essentiellement digitale, renforcement de partenariats avec des médias spécialisés, participation à des salons BtoC, supports de communication adaptés.

FICHE ACTION  
FILIÈRE LOISIRS



20  
24

20  
24

20  
24

# STIMULER LA VENTE D'ACTIVITÉS DE LOISIRS

COLLABORATION AVEC LA PLATEFORME NATIONALE ALENTOUR



## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Proposer des offres **d'activités** ciblées, de qualité dans **l'objectif d'améliorer l'expérience** client sur **l'ensemble** du territoire. La priorité sera donnée à des actions BtoC.

- ▶ **Période** : Sur l'année.
- ▶ **Moyens** : Mise en œuvre et déploiement de places de marchés affinitaires.
- ▶ **Plan médias** : Campagne digitale dédiée, actions marketing spécifiques avec Alentour, communication sur l'ensemble des salons BtoC...

FICHE ACTION  
FILIÈRE LOISIRS



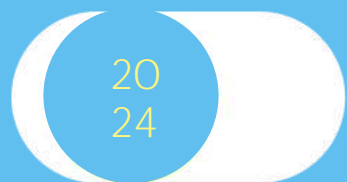
20  
24

20  
24

20  
24

# MICE

2.5 ACTIONS FILIÈRES AFFINITAIRES



# PRÉSENCE SUR LES SALONS MICE IMEX | IBTM

FRANCFORT 14-16 MAI | BARCELONE 19-21 NOVEMBRE

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Fédération **d'une** zone Provence & Côte **d'Azur** avec LINKEUS sur les deux salons principaux MICE : Francfort et Barcelone.

- ▶ **Période** : 14-16 mai Francfort / 19-21 novembre Barcelone.
- ▶ **Cibles** : MICE.
- ▶ **Descriptif** : Présence #CotedAzurFrance sur les salons incontournables du tourisme d'affaires en partenariat avec Linkeus.
- ▶ **Participation** : Ouvert aux privés et Institutionnels adhérents à Linkeus.

FICHE ACTION  
FILIÈRE MICE

20  
24



20  
24

20  
24

# PROMOUVOIR L'OFFRE MICE AZURÉENNE

PARTENARIAT AVEC LINKEUS

## LES ACTIONS CLÉS 2024

Complément incontournable du segment Loisirs, le tourisme **d'affaires** au sens large est indispensable au maintien **d'un** bon niveau **d'occupation** des hébergements en saison hivernale.

- ▶ Accueil presse France Heavent Meetings Cannes : 28 au 30 mai.
- ▶ **Participation Événement Convention d'affaires CCI** (novembre à confirmer).
- ▶ Mise à jour du [Dossier de Presse MICE](#) en partenariat avec LINKEUS.

FICHE ACTION  
FILIÈRE MICE

20  
24

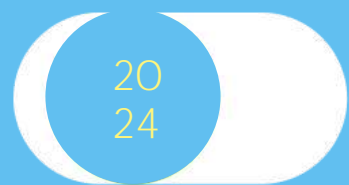


20  
24

20  
24

# SPORT & TOURISME

2.5 ACTIONS FILIÈRES AFFINITAIRES



# PROMOUVOIR L'OFFRE SPORT & TOURISME AZURÉENNE

## LES ACTIONS CLÉS 2024

Dans **l'objectif** de poursuivre la dynamique autour de la mise en valeur du tourisme sportif, la Côte d'Azur **s'appuiera** sur les événements sportifs. 2024 sera une année clé avec une nouvelle édition de l'Outdoor Festival 06, **l'arrivée** du Tour de France à Nice ou encore les JOP 2024, la Côte d'Azur bénéficiant de plusieurs centres **d'entraînement**.

- ▶ **Démarche Jeux Olympiques 2024** : Promotion de la Côte d'Azur comme Terre d'entraînement grâce aux centres d'entraînement des Jeux. Renforcement communication digitale avec diffusion de la vidéo JOP 2024 « Sport & Tourisme ».
- ▶ **Salons dédiés** : Fédération d'espaces partenaires au Run Experience à Paris, (4-6 avril) et au Roc d'Azur à Fréjus (octobre).
- ▶ **Opération Pro et Presse « Côte d'Azur France, Destination Sport & Outdoor »** à Paris (Mars). Conférence de Presse. Workshop Pro en partenariat avec le CDOS06. **Accueils Pro et Presse multi-marchés** dans le cadre de l'Outdoor Festival 06. Valorisation de la « Charte Accueil Sportifs » en lien avec le Département des Alpes-Maritimes.
- ▶ **Programmation sur l'année de campagnes social ads affinitaires Sport**. Valorisation de l'événementiel sportif dont Outdoor Festival 06, Marathon des Alpes-Maritimes, Ultra-Trail Côte d'Azur Mercantour, etc. en partenariat avec le Département des Alpes-Maritimes.

FICHE ACTION  
FILIERE SPORT



20  
24

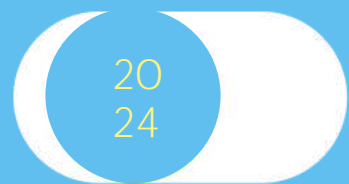
20  
24

20  
24



# TOURISME DURABLE

2.5 ACTIONS FILIÈRES AFFINITAIRES



# VALORISER L'OFFRE DURABLE AZURÉENNE

FICHE ACTION  
FILIÈRE  
TOURISME DURABLE

## LES ACTIONS CLÉS 2024

Les enjeux environnementaux et de durabilité font partie intégrante des préoccupations des visiteurs dans le choix **d'une** destination et **d'une** expérience touristique. Terre de contrastes, la Côte **d'Azur** ne manque pas **d'atouts** pour faire de cette thématique une ligne de force de son offre comme de sa gestion touristique.

- ▶ **Animation Club Tourisme Durable** : accompagnement stratégie ingénierie portée par le Département des Alpes-Maritimes. Mise en avant des **bonnes pratiques et campagne éco-gestes touristiques**.
- ▶ **Lancement d'un Guide de Voyage Tourisme Durable** mettant en lumière l'offre responsable, écotouristique, agritouristique et slow tourisme de la destination Côte d'Azur France (septembre).
- ▶ **Appui à l'organisation du Festival Envie d'Ailleurs** (avril). Exposition immersive Tourisme Durable à CAP3000.
- ▶ **Valorisation de l'éco-mobilité** à travers les dispositif Train2Côté d'Azur et partenariats SNCF Connect, TicTacTrip.
- ▶ **Salon International de l'Agriculture** à Paris (24 février-3 mars).
- ▶ **Programmation sur l'année de campagnes social media affinitaires et dispositifs digitaux de promotion des micro-aventures #CotedAzurFrance** en partenariat avec le Département des Alpes-Maritimes.
- ▶ **Mise à jour du dossier de presse Slow Tourisme**.



20  
24

20  
24

20  
24

# CAMPAGNE ÉCOGESTES TOURISTIQUES #COTEDAZURFRANCE

CLUB TOURISME DURABLE | SUR L'ANNÉE

## INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Dans la continuité de la politique Green Deal initiée par le Département des Alpes-Maritimes et de la mise en oeuvre du Plan départemental Eau O6, Côte **d'Azur** France Tourisme - en partenariat avec le Département des Alpes-Maritimes, la CCI Nice Côte **d'Azur**, **l'UMIH** des Alpes-Maritimes, le Syndicat National des Résidences de Tourisme et les représentants socio-professionnels - renforcera et élargira la campagne de sensibilisation aux écoGESTES touristiques déployée au sein des hébergements touristiques de la Côte **d'Azur**.

- ▶ **Période** : Sur l'année.
- ▶ **Cibles** : Institutionnels et socio-professionnels du tourisme.
- ▶ **Présentation** : Sensibilisation des visiteurs français et internationaux à la préservation des ressources du territoire en enrichissant la campagne des écoGESTES touristiques initiée en 2023 et en élargissant son réseau de diffusion et les typologies d'établissements concernés.
- ▶ **Participation** : Club Tourisme Durable.



# LANCEMENT D'UN GUIDE DE VOYAGE « TOURISME DURABLE »

OPÉRATION BTOC CÔTE D'AZUR FRANCE | SEPTEMBRE 2024



## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Renforcement de la lisibilité et de la visibilité des expériences **s'inscrivant** dans un tourisme plus responsable sur **l'ensemble** de la destination Côte **d'Azur** France.

- ▶ **Période** : Lancement du guide en septembre 2024.
- ▶ **Cibles** : Grand public loisirs – Diffusion nationale.
- ▶ **Présentation** : Conception d'un guide de voyage mettant en lumière des facettes moins connues du territoire dans l'objectif de favoriser une meilleure répartition spatiale et temporelle des flux touristiques.
- ▶ **Participation** : Institutionnels et privés, possibilité d'une mise en valeur renforcée grâce aux pages de publicité.

FICHE ACTION  
FILIÈRE  
TOURISME DURABLE

20  
24

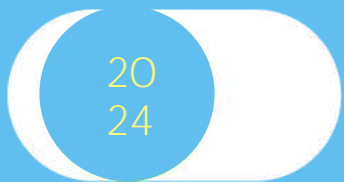
20  
24

20  
24



# MONTAGNE & NATURE

2.5 ACTIONS FILIÈRES AFFINITAIRES



# VALORISER LA FACETTE OUTDOOR ET MONTAGNE AZURÉENNE

## LES ACTIONS CLÉS 2024

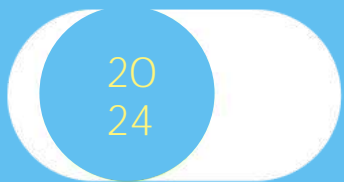
Côté montagne et nature, la Côte **d'Azur** offre des expériences pures. En ce sens, Côte **d'Azur** France Tourisme entend poursuivre ses actions aux côtés de France Montagnes et du collectif de la marque des Alpes du Sud pour la valorisation de la montagne et des espaces de nature toute **l'année**.

- ▶ Adhésion [France Montagnes](#) et actions dédiées.
- ▶ [Salon du Randonneur Lyon](#) (22-24 mars).
- ▶ Participation Côte d'Azur France Tourisme aux [workshops Presse « Pure Alpes »](#) à Paris et Bruxelles (mi-septembre).
- ▶ [Before « La Montagne, ça vous gagne ! »](#) à Paris organisé par France Montagnes (novembre).
- ▶ Programmation sur l'année de [campagnes social media affinitaires](#) en étroite collaboration avec les acteurs locaux et parcs naturels.
- ▶ [Accueils journalistes et influenceurs](#). Mise à jour du Dossier de Presse dédié aux Stations 2024/2025.



# CULTURE & TOURISME

2.5 ACTIONS FILIÈRES AFFINITAIRES



# PROMOTION DE L'OFFRE CULTURELLE & ÉVÉNEMENTIELLE

## TOUT AU LONG DE L'ANNÉE

### LES ACTIONS CLÉS 2024

La culture fait partie de **l'ADN** du tourisme azuréen, et se positionne comme une motivation fondamentale constitutive de la demande touristique de loisirs et **d'affaires**. La richesse de **l'offre** culturelle azuréenne, des sites patrimoniaux ou emblématiques aux routes touristiques en passant par les événements, nécessite une valorisation active afin **qu'elle** puisse se traduire par des séjours touristiques supplémentaires.

- ▶ **Lancement d'une opération « Janvier au Musées »** coordonnée par Côte d'Azur France Tourisme (27-28 Janvier 2024).
- ▶ Valorisation de **l'évènementiel culturel Côte d'Azur** parmi lesquels les grands festivals et expositions 2024.
- ▶ Animation du **Club Pro Musées Côte d'Azur** avec actions dédiées. Eductours avec les OT.
- ▶ **Campagnes social media affinitaires** : expositions, grands festivals, artisanat, savoir-faire locaux, patrimoine culturel en lien avec la #MissionPatrimoine, etc.
- ▶ **Partenariat avec le Réseau Plein Sud** : diffusion support de communication, soirée anniversaire.
- ▶ **Valorisation de l'offre liée au patrimoine militaire** en collaboration avec le Département des Alpes-Maritimes.
- ▶ **Accueils journalistes et influenceurs**. Partenariat médias.

FICHE ACTION  
FILIÈRE CULTURE



20  
24

20  
24

20  
24



# OPÉRATION JANVIER AUX MUSÉES

CLUB MUSÉES | 27 ET 28 JANVIER 2024 CÔTE D'AZUR FRANCE

## LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Organisation **d'un** week-end **d'animations** visant à favoriser la fréquentation des musées sur la période la plus creuse afin **d'inciter** le visiteur (touriste et/ou habitant) à découvrir ou redécouvrir les collections permanentes.

- ▶ **Période** : 27 et 28 janvier 2024.
- ▶ **Cibles** : Grand public.
- ▶ **Présentation** : Week-end **d'animations** dans les musées azurés. Plan de communication dédié.
- ▶ **Participation** : Ouvert à tous les musées.



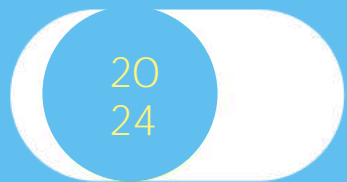
20  
24

20  
24

20  
24

# NAUTISME & PLONGÉE

2.5 ACTIONS FILIÈRES AFFINITAIRES



# PROMOTION DE L'OFFRE NAUTISME & PLONGÉE

TOUTE L'ANNÉE

## LES ACTIONS CLÉS 2024

La richesse de **l'offre** touristique azurée, à la fois balnéaire, urbaine et **d'altitude**, n'a pas encore épuisé tout son potentiel. Le domaine maritime peut faire **l'objet d'une** plus forte valorisation, que ce soit par le nautisme, la plaisance, ou les sports aquatiques. Tous les types **d'espaces** sont propices au déploiement **d'activités** sportives au profit des clientèles touristiques, plutôt de courts séjours pour les événements sportifs, mais aussi de plus longs séjours pour la pratique **d'activités**.

- ▶ Partenariat presse spécialisée.
- ▶ Programmation de campagnes digitales et social ads sur l'année.
- ▶ Dossier de Presse dédié « Nautisme, Plaisance et Sports aquatiques ».
- ▶ Accueils Presse & Influence.

FICHE ACTION  
FILIERE NAUTISME  
& PLONGÉE



20  
24

20  
24

20  
24

# 02.6 RAYONNEMENT DE LA MARQUE CÔTE D'AZUR FRANCE

20  
24



# MARQUE CÔTE D'AZUR FRANCE, LEVIER D'ATTRACTIVITÉ TERRITORIALE



## 3 OBJECTIFS MAJEURS

**Une marque agile et fédératrice sur laquelle capitaliser pour mieux se démarquer !**

- ▶ **FÉDÉRER** : Renforcer la capacité d'appropriation et de fierté d'appartenance à la destination. Capitaliser sur un réseau actif et engagé de prescripteurs, partenaires et ambassadeurs du territoire.
- ▶ **RAYONNER** : Porter l'image d'une destination en mouvement, connectée à ses marchés et sachant s'adapter aux aspirations nouvelles des clientèles nationales et internationales.
- ▶ **SÉDUIRE** : Conquérir de nouveaux publics cibles en adaptant les codes d'une communication de marque inspirante, sincère et authentique, dans un monde en quête de sens et d'expériences. De la notoriété à la conversion, porter les valeurs de la marque sur des prises de parole et des contenus originaux et inspirationnels qui incarnent la destination.

FICHE ACTION  
MARQUE



20  
24

20  
24

20  
24



20  
24

20  
24

20  
24

# ANIMATION D'UN RÉSEAU ACTIF DE PARTENAIRES & PRESCRIPTEURS CÔTE D'AZUR FRANCE

3 AXES MAJEURS DE RENFORCEMENT ET DÉPLOIEMENT DE LA MARQUE AZURÉENNE



[www.marque-cotedazurfrance.com](http://www.marque-cotedazurfrance.com)

1

## PARTENAIRES

Ils peuvent être :

- ✓ Une entreprise / Association
- ✓ Une institution du territoire

*Leurs motivations* : porter de manière volontaire l'image du territoire et de la marque dans le cadre de leur propre communication. Rejoignez le réseau et découvrez les « avantages » proposés aux partenaires.

2023 | 300 Partenaires

2

## AMBASSADEURS

Des femmes et des hommes pour porter l'image de la marque. Cette marque est avant tout celle des acteurs locaux.

*Leur rôle* : relayer les actions de la marque, porter son image et s'en faire les porte-parole dans leurs activités quotidiennes, personnelles ou professionnelles.

2023 | 180 Ambassadeurs

3

## LICENCIÉS

Le licensing : véritable partenariat public-privé

Cette démarche permet à des entreprises, d'utiliser la marque et tout son capital séduction pour développer des produits et services incarnant les valeurs et l'état d'esprit Côte d'Azur France.

2023 | 15 entreprises licenciées - 1 fournisseur

# CAPITALISER SUR L'IMAGE DU TERRITOIRE, SUR SES TALENTS ET SES SAVOIR-FAIRE

## STRATÉGIE DE LICENSING ET DE CO-BRANDING CÔTE D'AZUR FRANCE



### FAIRE RAYONNER LA MARQUE ET DÉVELOPPER SA NOTORIÉTÉ

Véhiculer l'image de la marque Côte d'Azur France en introduisant des produits dans des réseaux de distribution en France et à l'étranger.

- > Présence de la marque sur des salons et événements :
  - Salon Agriculture Paris (25 fev. - 5 mars)
  - Salon des Communes et Collectivités des Alpes-Maritimes (octobre).
  - Opérations Presse à Paris et Milan (nov).
  - Séquences de lancement à l'occasion de la sortie de nouvelles références produits.
- > Nouveaux Packagings Gamme Epicerie Fine.



### RENFORCER L'APPROPRIATION ET L'ATTACHEMENT

Prise de parole de la marque Côte d'Azur France sous de nouvelles formes. Renforcer l'attachement des touristes nationaux et internationaux à la Côte d'Azur.

- > Renforcement des leviers RP & Influence.
  - > Campagnes digitales de promotion des produits via le nouveau site vitrine.
- > Edition nouveau catalogue de la collection.
- > Mise à jour du dossier de presse « Marque » en français, anglais et italien.
- > Nouvelle Charte Annonces / Supports PLV.
- > Soirée de lancement de la saison estivale x Présentation de la Collection (juin).



### DÉVELOPPER DES REVENUS ADDITIONNELS

Générer des revenus additionnels grâce aux royalties perçues sur la vente des produits et participer au financement des prochaines campagnes de promotion de la Côte d'Azur.

- > Dynamisation de la stratégie de distribution.
  - > Démarchage réseau « Epiceries fines », CE, services protocolaires, Aéroport, Vinci
- Autoroutes...**
  - > Accélération du référencement Produits auprès du réseau CHR.
- > Poursuite du déploiement du programme de licence sur le marché italien.



### ASSURER UN SOUTIEN À L'ÉCONOMIE LOCALE ET VALORISER LE « MADE IN CÔTE D'AZUR FRANCE »

Soutenir des entreprises et créateurs du territoire par la mise en place de partenariats public-privé «gagnant-gagnant».  
Valoriser les savoir faire et talents azuréens.  
Développement de nouvelles collaborations et lancements produits en France et sur le marché italien (printemps & automne).

FICHE ACTION  
MARQUE



20  
24

20  
24

20  
24

# CAPITALISER SUR L'IMAGE DU TERRITOIRE, SUR SES TALENTS ET SES SAVOIR-FAIRE

FICHE ACTION  
MARQUE

## STRATÉGIE DE LICENSING ET DE CO-BRANDING CÔTE D'AZUR FRANCE

Emblématiques et fièrement azuréennes, les entreprises licenciées CÔTE d'AZUR FRANCE font rayonner par leurs talents et savoir-faire la destination Côte d'Azur, en France et à l'étranger.



16  
PARTENAIRES  
15 entreprises sous contrat de licence Côte d'Azur France x By Côte d'Azur. 1 fournisseur officiel.



20  
24

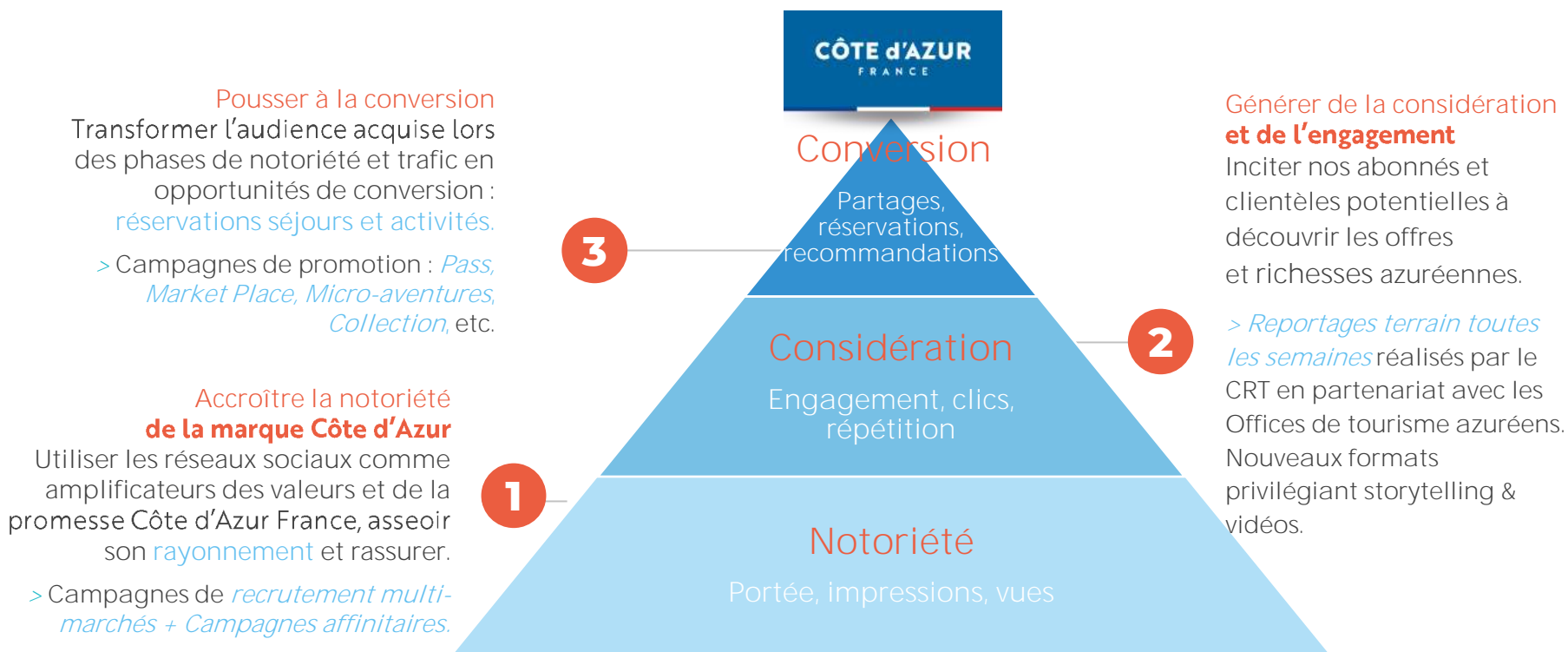
20  
24

20  
24



# RENFORCEMENT DE LA STRATÉGIE DIGITALE CÔTE D'AZUR FRANCE

DE L'ACQUISITION D'AUDIENCE À LA CONVERSION EN PASSANT PAR LA NOTORIÉTÉ, LES PRISES DE PAROLES CÔTE D'AZUR FRANCE SONT MULTIPLES



## FICHE ACTION MARQUE



20  
24

20  
24

# RENFORCEMENT DE LA STRATÉGIE DIGITALE **CÔTE D'AZUR FRANCE**

UNE STRATÉGIE DIGITALE & SOCIAL MEDIA #COTEDAZURFRANCE DÉPLOYÉE À 360°

FICHE ACTION  
MARQUE

## CHIFFRES CLÉS #COTEDAZURFRANCE 2023



[www.cotedazurfrance.fr](http://www.cotedazurfrance.fr)  
+ 1,2 million de visites (à sept. 2023). Top 5 des marchés en nombre de visites : France, Etats-Unis, Italie, UK, Allemagne



Facebook @visitcotedazur  
+ 540 000 abonnés (+13,6% ↗ vs 2022)



Instagram Côte d'Azur France  
+187 500 abonnés (+14,8% ↗ vs 2022)



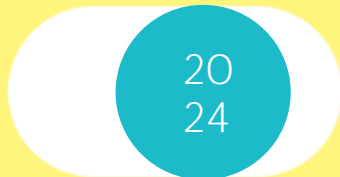
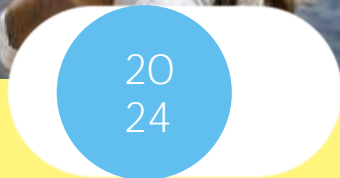
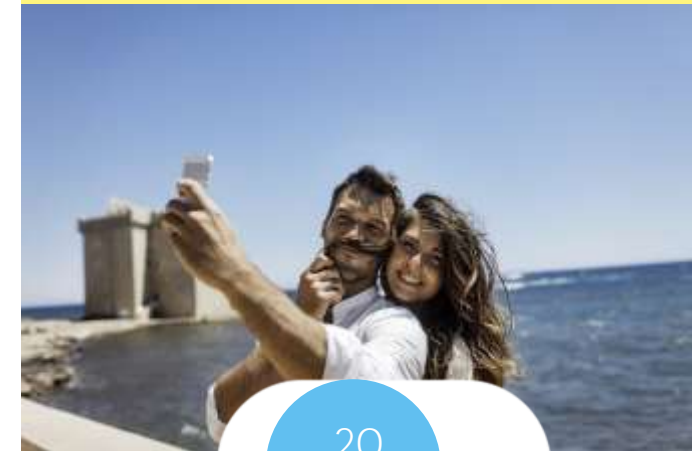
Twitter Côte d'Azur France  
+ 72 000 abonnés (+6% ↗ vs 2022)



TikTok Côte d'Azur France  
+ 59 100 abonnés (+74% ↗ vs 2022)  
4,8 millions de vues de vidéos @visitcotedazur.



@bonnés e-news grand public et professionnelle  
#CotedAzurFrance  
+ 48 000 inscrits.



# STRATÉGIE DE PRESCRIPTION : RELATIONS MEDIAS ET PRESSE

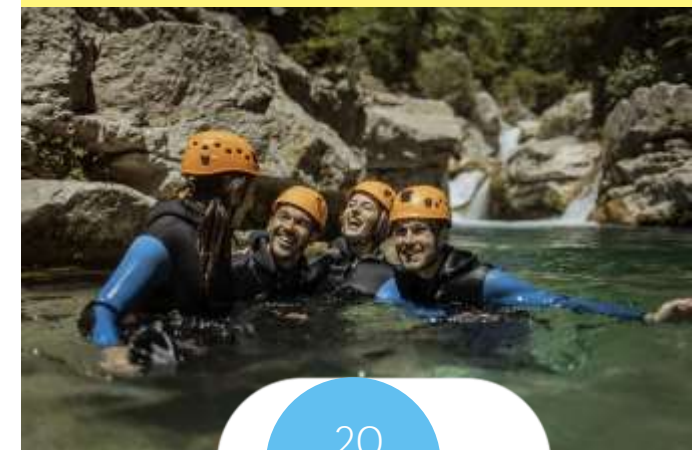
DÉVELOPPER À L'ANNÉE LES RELATIONS PRESSE ET PARTENARIATS ÉDITORIAUX #COTEDAZURFRANCE AUPRÈS DES MÉDIAS NATIONAUX ET INTERNATIONAUX.

## ACTIONS PRESSE FRANCE & MARCHÉS ÉTRANGERS

Organisation sur **l'année** en partenariat avec les offices de tourisme azuréens de voyages de presse thématiques et **d'accueils** journalistes individuels nationaux et étrangers.

- ▶ **Période & Lieu** : toute l'année sur la Côte d'Azur.
- ▶ **Cibles** : journalistes (presse écrite / radio / télé) nationaux et étrangers.
- ▶ **Descriptif** : Accueils individuels ou groupe organisés par Côte d'Azur France Tourisme. Aides techniques. Thématiques prioritaires : Culture (dont Musées, Artisanat d'Art et Savoir-faire, Gastronomie) – Slow Tourisme & Outdoor – Sport (double actualité JOP 2024 / Tour de France) – Nautisme/Sports Aquatiques. Accueils en suivi des missions et Opérations Fly2CotedAzur.
- ▶ **Participation** : opération ouverte aux institutionnels et privés.

FICHE ACTION  
MARQUE



20  
24

20  
24

20  
24

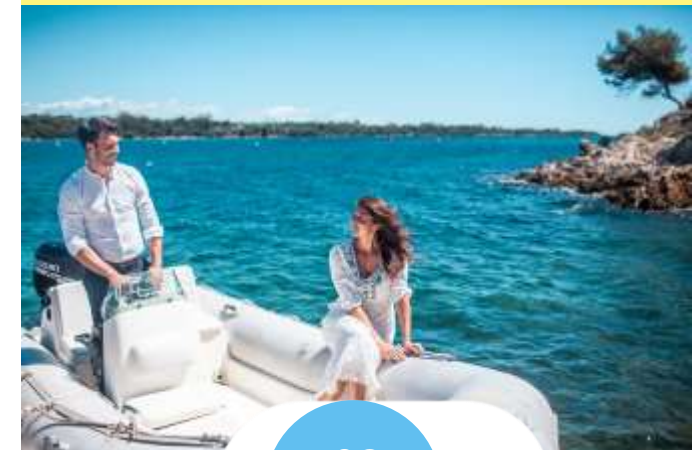
# STRATÉGIE DE PRESCRIPTION : DOSSIERS DE PRESSE CÔTE D'AZUR FRANCE

MISE EN AVANT DES THÉMATIQUES, DE L'ÉVÈNEMENTIEL, DES NOUVEAUTÉS DE LA DESTINATION AUPRÈS DES MÉDIAS NATIONAUX ET INTERNATIONAUX.

## LES DOSSIERS DE PRESSE CÔTE D'AZUR FRANCE

- ▶ **Cibles** : journalistes et médias de la presse écrite, radio et télé nationaux et internationaux.
- ▶ La **Côte d'Azur mise en lumière, création et actualisation de dossiers de presse en étroite collaboration** avec les offices de tourisme et partenaires azuréens :
  - Côte d'Azur, les incontournables | Dossier Générique
  - Côte d'Azur, Les nouveautés 2024 !
  - Hiver 2024/2025 Ski & Neige sur la Côte d'Azur
  - Côte d'Azur France, une Marque devenue Collection !
  - Destination MICE en partenariat avec Linkeus
  - Côte d'Azur, Mer & Nautisme
  - Sport & Outdoor « Côte d'Azur, terre d'entraînement »
  - Côte d'Azur, Destination Slow-Tourisme
  - Dossiers de presse thématiques et adaptés pour les missions à l'étranger « 10 bonnes raisons de venir sur la Côte d'Azur ».

FICHE ACTION  
MARQUE



20  
24

20  
24

20  
24

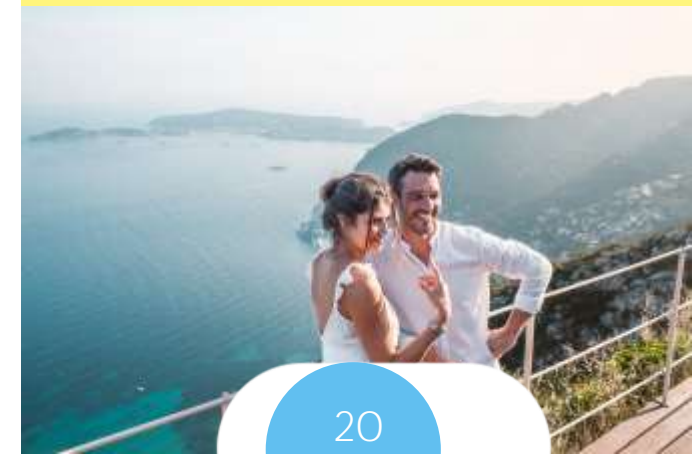
# L'INFLUENCE, LEVIER D'ACQUISITION INCONTOURNABLE !

RENFORCEMENT D'UNE STRATÉGIE D'INFLUENCE RENFORÇANT TOUT AU LONG DE L'ANNÉE LA VISIBILITÉ DIGITALE DE LA DESTINATION

## COLLABORATIONS INFLUENCEURS FRANCE & MARCHÉS ÉTRANGERS

Positionner le marketing **d'influence** comme un levier à part entière de la stratégie de promotion et de création de contenus Côte **d'Azur** France engagée auprès des marchés français et étrangers.

- ▶ **Cibles** : Influenceurs nationaux et étrangers (marchés prioritaires : Italie, Suisse, Allemagne, UK, Scandinavie) + Tiktokers. 3 typologies : Jeunes, Couples CSP+, Familles.
- ▶ **Descriptif** : Accueils thématiques individuels organisés sur l'année par le CRT Côte **d'Azur** France en collaboration avec ses partenaires azuréens. Live content + création de contenus diversifiés et personnalisés + campagnes « médiatorial ».
- ▶ **Thématiques prioritaires** : Culture & Patrimoine | Outdoor, Nature & Sport | Nautisme & Plongée | Slow-Tourisme.

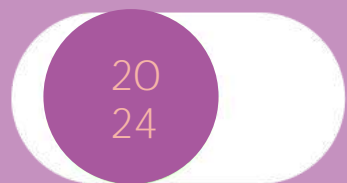


20  
24

20  
24

20  
24

# 02.7 ANIMATION DU RÉSEAU TOURISTIQUE AZURÉEN



# ANIMATION DU RÉSEAU PROFESSIONNEL AZURÉEN

## TOUTE L'ANNÉE

### LES ACTIONS CLÉS 2024

Renforcement de **l'animation** des professionnels azuréens via un plan **d'actions** spécifiquement dédiées ayant pour objectifs de former, informer et diffuser

- ▶ Comités stratégiques et Comités des Offices de Tourisme.
- ▶ Informer grâce à **l'Observatoire de la Côte d'Azur** pour des données fiables et partagées.
- ▶ Rendez-vous **d'échanges** et partage de bonnes pratiques : #DigitalAfterworks #CotedAzurFrance, 60 minutes Chrono.
- ▶ Eductours de découverte de l'offre pour les Offices de Tourisme.
- ▶ Journée **professionnelle Côte d'Azur France avec Bourse aux Dépliants**.
- ▶ Fédération des Offices de Tourisme et partenaires autour des salons grand public.
- ▶ Participation aux opérations et événements partenaires : *CCI Côte d'Azur, SKÅL International Côte d'Azur, Parc National du Mercantour, Telecom Valley, Azur Pro Com, CCI Italienne, etc...*

FICHE ACTION  
ANIMATION



20  
24

20  
24

20  
24

# LA FORCE D'UN RÉSEAU ENGAGÉ AU BÉNÉFICE DE LA DESTINATION !

FAVORISER LES ÉCHANGES ENTRE LES PROFESSIONNELS LES PLUS INFLUENTS DE LA COMMUNICATION DIGITALE ET SOCIAL MEDIA #COTEDAZURFRANCE.

#DIGITALAFTERWORKS #COTEDAZURFRANCE

Dans le cadre de la dynamique digitale #CotedAzurFrance, Côte **d'Azur** France Tourisme, en collaboration avec la société Sentimantic, organise chaque année plusieurs éditions #DigitalAfterworks.

- ▶ **Périodes** : avril, septembre et décembre (incluant une remise des trophées annuels Côte d'Azur France x We Like Travel).
- ▶ **Descriptif et Cibles** : rencontres networking entre community-managers gestionnaires de communautés les plus actives de la Côte d'Azur (secteurs public et privé), responsables digitaux tous secteurs, influenceurs locaux (blogueurs, instagrammers, tiktokers...) et entreprises issues du secteur des nouvelles technologies. Ce réseau compte plus de 200 représentants pour un potentiel de 4 millions d'abonnés sur les réseaux sociaux.
- ▶ **Participation** : opérations ouvertes aux institutionnels et privés / sponsoring.

FICHE ACTION  
ANIMATION



20  
24

20  
24

20  
24



# APIDAE : UN OUTIL COMMUN

## TOUTE L'ANNÉE

### LES ACTIONS CLÉS 2024

- ▶ Ateliers trimestriels des référents Apidae pour partage d'expériences et bonnes pratiques.
- ▶ Structuration de l'offre MICE azurienne pour valorisation sur le site [www.cotedazurfrance.fr](http://www.cotedazurfrance.fr).
- ▶ Accompagnement personnalisé à la demande et selon les besoins.
- ▶ Participation aux différents comités techniques régionaux et comités de changements de la gouvernance Apidae.



20  
24

20  
24

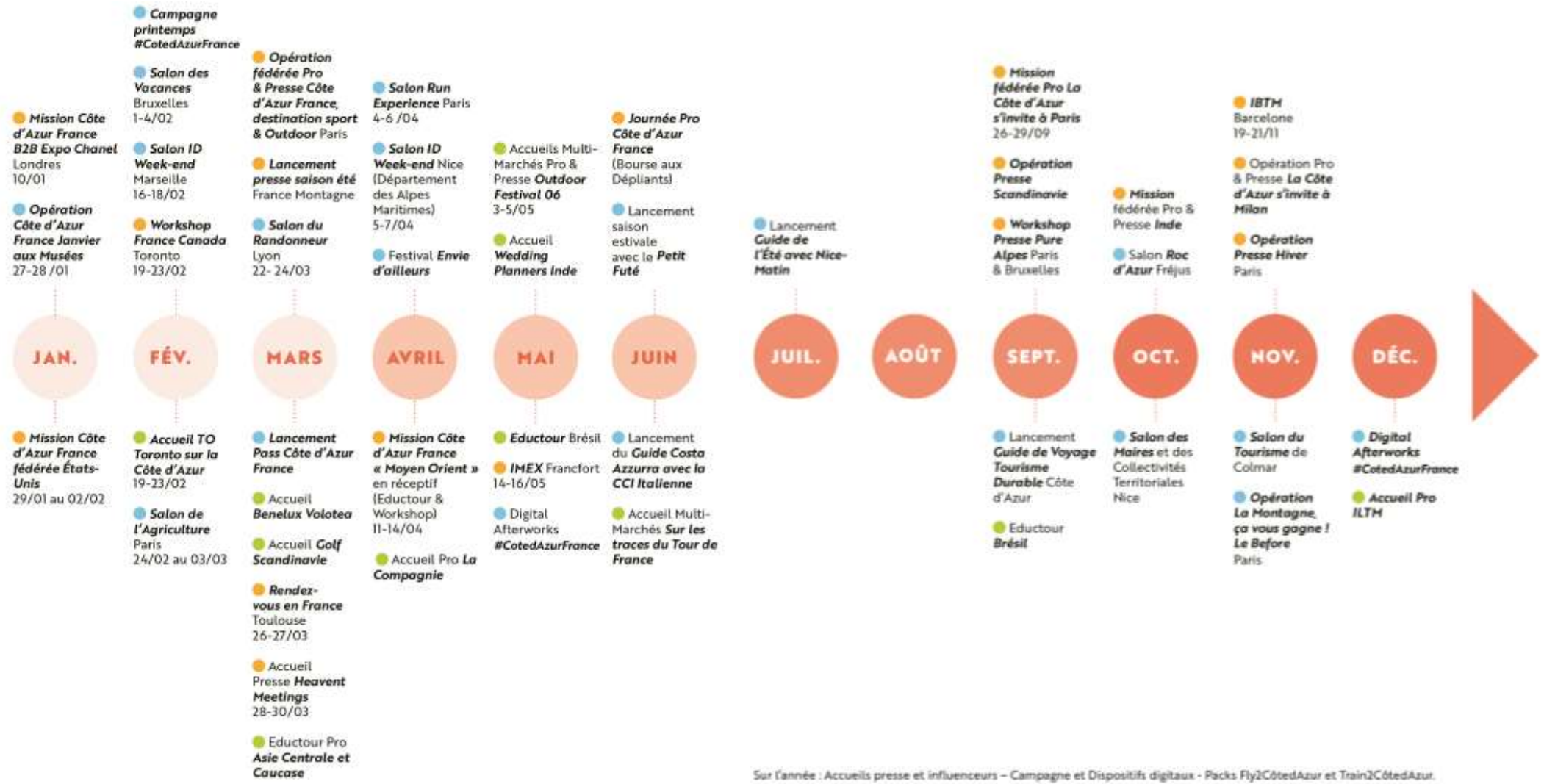
20  
24

# 03. CALENDRIER PRÉVISIONNEL 2024 CÔTE D'AZUR FRANCE

#COTEDAZURFRANCE



# 03. CALENDRIER PRÉVISIONNEL #COTEDAZURFRANCE 2024



Sur l'année : Accueils presse et influenceurs – Campagne et Dispositifs digitaux - Packs Fly2CotedAzur et Train2CotedAzur.

- Opérations B2B | Salons internationaux | Opérations Presse
- Opérations B2C | Salons | Événements #CotedAzurFrance
- Accueils Pro #CotedAzurFrance

# 04. VOS CONTACTS CÔTE D'AZUR FRANCE TOURISME

#COTEDAZURFRANCE



20  
24

# 04. VOS CONTACTS CÔTE D'AZUR FRANCE TOURISME

## DIRECTION GÉNÉRALE



**Claire BEHAR**  
Directrice générale  
c.behar@cotedazurfrance.fr

## PÔLE ADMINISTRATIF & FINANCIER



**Thierry CIRITTO**  
Responsable Administratif & Financier  
t.ciritto@cotedazurfrance.fr



**Muriel BARTHOLOMEUS**  
Finances & Gestion  
m.bartholomeus@cotedazurfrance.fr



**Sabrina SAVARY**  
Gestion Administrative  
s.savary@cotedazurfrance.fr

## PÔLE OBSERVATION, PROSPECTIVE & **MARKETING DE L'OFFRE**



**Manuel HARBRETEAU**  
Responsable du Pôle Observation,  
**Prospective & Marketing de l'Offre**  
m.harbreteau@cotedazurfrance.fr



**Martine NOBAR**  
Responsable Tourisme d'Affaires &  
Promotion Internationale  
m.nobar@cotedazurfrance.fr



**Thibaut MULLER**  
Chargé de Mission Marketing de l'Offre  
t.muller@cotedazurfrance.fr



**Patrick VECE**  
Responsable de l'Observatoire  
du Tourisme  
p.vece@cotedazurfrance.fr



**Pascal LOPEZ**  
Chargé d'Études Statistiques  
p.lopez@cotedazurfrance.fr



**Claire LASSERRE**  
Chargée de Mission Etudes &  
Intelligence Economique  
c.lasserre@cotedazurfrance.fr



**Romain PICARD**  
Chargé de Mission Etudes &  
Intelligence Economique  
r.picard@cotedazurfrance.fr

# 04. VOS CONTACTS CÔTE D'AZUR FRANCE TOURISME

## DIRECTION GÉNÉRALE



**Claire BEHAR**  
Directrice générale  
c.behar@cotedazurfrance.fr

## PÔLE COMMUNICATION & MARQUE



**Nathalie DALMASSO**  
Responsable du Pôle Communication  
& Marque Côte d'Azur France  
n.dalmasso@cotedazurfrance.fr



**Eléonore FRIESS**  
Responsable Influenceurs & Médias  
France  
e.friess@cotedazurfrance.fr



**Florence LECOINTRE**  
Responsable Influenceurs & Médias  
étrangers  
f.lecointre@cotedazurfrance.fr



**Noémie PINTO DA COSTA**  
Digital Marketing & Marque  
n.pintodacosta@cotedazurfrance.fr



**Soumaya BOUSSADOUN**  
Digital Marketing  
& Community-Management  
s.boussadoun@cotedazurfrance.fr



**Florine LECLERCO**  
Digital Marketing  
& Community Management  
f.leclercq@cotedazurfrance.fr



**Laurence CUINET**  
Digital Marketing & Marque  
l.cuinet@cotedazurfrance.fr



**Yannick FROMENTAL**  
Web, SEO, SEA, Digital Analytics  
y.fromental@cotedazurfrance.fr

## PÔLE ANIMATION RÉSEAU & OPÉRATIONS GRAND PUBLIC



**Céline RICORD**  
Responsable du Pôle Animation  
Réseau & Opérations Grand Public  
c.ricord@cotedazurfrance.fr



**Cécile CERVEL**  
Réseau professionnel  
c.cervel@cotedazurfrance.fr



**Agnès MATTEUCCI**  
Clientèle BtoC  
a.matteucci@cotedazurfrance.fr



**Evelyne RUNFOLA**  
Animatrice APIDAE  
e.runfola@cotedazurfrance.fr

# 04. VOS CONTACTS CÔTE D'AZUR FRANCE TOURISME

## CONTACT MARQUE CÔTE D'AZUR FRANCE :

Déploiement Marque | Stratégie de Licence | Digital :  
Nathalie DALMASSO

## CONTACTS FILIERES THÉMATIQUES :

MICE :  
Martine NOBAR

Sport et activités de plein air :  
Thibaut MULLER

Tourisme Durable :  
Thibaut MULLER

Culture et Tourisme :  
Céline RICORD

Nautisme et Plongée :  
Céline RICORD

Pass Touristique et Market Place :  
Céline RICORD

## RETROUVEZ CÔTE D'AZUR FRANCE EN LIGNE

Site grand public :  
[www.cotedazurfrance.fr](http://www.cotedazurfrance.fr)

Espace Professionnel :  
[www.cotedazurfrance.fr/professionnels-du-tourisme](http://www.cotedazurfrance.fr/professionnels-du-tourisme)

Site MICE :  
[www.cotedazurfrance.fr/mice](http://www.cotedazurfrance.fr/mice)

Site dédié Pass touristique :  
[www.pass-cotedazurfrance.fr](http://www.pass-cotedazurfrance.fr)

**Site Vitrine de la Collection Côte d'Azur France et de ses entreprises licenciées :**  
[www.cotedazurfrance.fr/boutique](http://www.cotedazurfrance.fr/boutique)

**Site de la marque Côte d'Azur France :**  
[www.marque-cotedazurfrance.com](http://www.marque-cotedazurfrance.com)

**Médiathèque Côte d'Azur France :**  
<http://mediatheque.cotedazurfrance.fr>

Observatoire du Tourisme :  
[www.cotedazur-touriscope.com](http://www.cotedazur-touriscope.com)

**COTE d'AZUR**  
FRANCE

Côte **d'Azur France** Tourisme

455, Promenade des Anglais – Bâtiment Horizon – CS 53126 – 06203 Nice Cedex 3 – France

Tel : (+33)04.93.37.78.78 – Email : [info@cotedazurfrance.fr](mailto:info@cotedazurfrance.fr)

Sites : [www.cotedazurfrance.fr](http://www.cotedazurfrance.fr) - <http://mediatheque.cotedazurfrance.fr>  
[www.marque-cotedazurfrance.com](http://www.marque-cotedazurfrance.com)

#CotedAzurFrance @visitcotedazur @Procotedazur

