



2026 PLAN D' ACTIONS

CÔTE D'AZUR FRANCE
#COTEDAZURFRANCE

CÔTE d'AZUR
FRANCE
TOURISME



DÉPARTEMENT
DES ALPES-MARITIMES

Explore
France™ 

PROGRAMME

1. BILAN DE LA SAISON ESTIVALE & CHIFFRES CLÉS TOURISTIQUES 2025
2. ANALYSE MARCHÉS & PLAN D' ACTIONS 2026 CÔTE D'AZUR FRANCE
 - FOCUS MARCHÉ FRANCAIS
 - > ACTIONS CLÉS INTRA-RÉGIONALES & NATIONALES
 - FOCUS MARCHÉS ÉTRANGERS
 - > ACTIONS CLÉS MARCHÉS EUROPÉENS
 - > ACTIONS CLÉS MARCHÉS LOINTAINS



1. BILAN DE LA SAISON ESTIVALE & CHIFFRES CLÉS TOURISTIQUES 2025



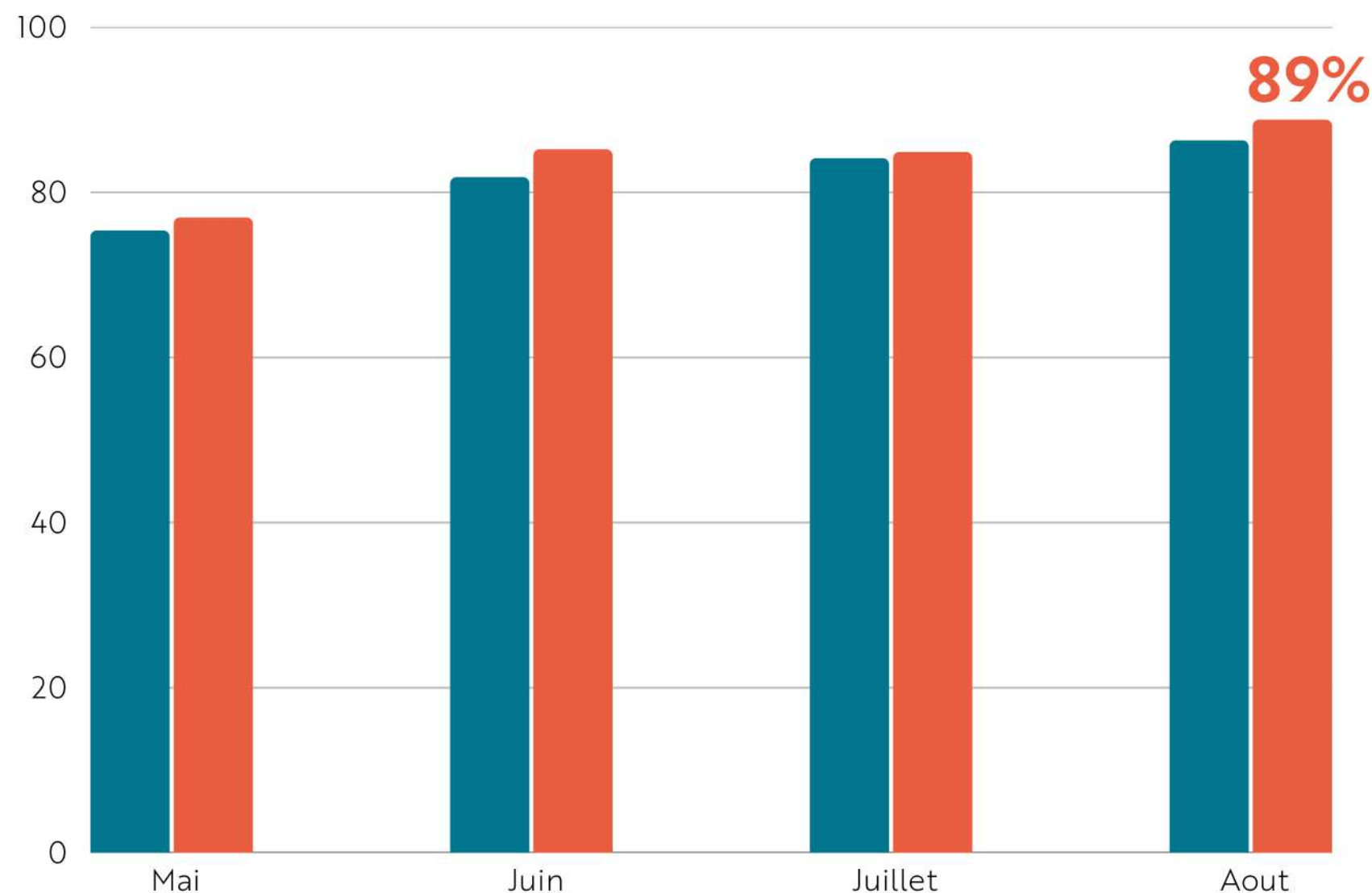
BILAN TOURISTIQUE ESTIVAL 2025

Hôtellerie au beau fixe !



TAUX D'OCCUPATION HÔTELLERIE 2025

● Hotel 2024 ● Hotel 2025



86% d'occupation

Dans l'hôtellerie, en moyenne sur juin-juillet et août (*Données INSEE & MKG*)

+ 3% performances nuitées

sur mai-juin-juillet



OFFRE HÔTELIÈRE CÔTE D'AZUR

Offre stable : 600 hôtels - 58 000 lits

Hôtellerie : 1 lit sur 2 en mode marchand

Transformation de l'offre : + d'une chambre sur 2 est classée en 4-5*

Nouveautés 26/27 : Près d'une dizaine de projets en cours (800 à 1000 ch. environ)



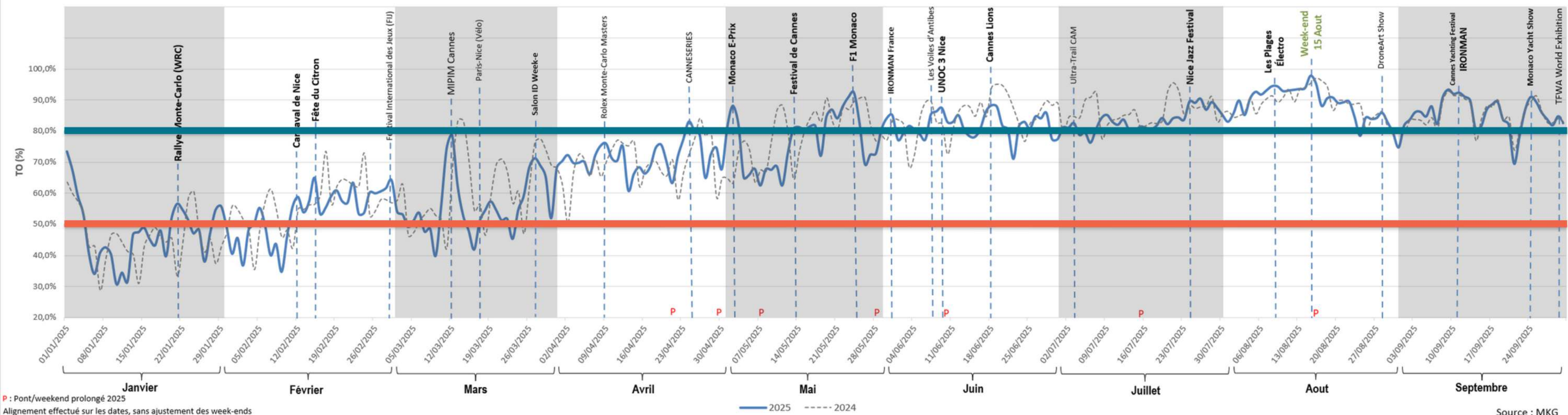
1 FOCUS SUR LA FRÉQUENTATION

Impact de l'événementiel azuréen

Janvier - Sept. 2025



TAUX D'OCCUPATION HÔTELIER 2025 vs 2024



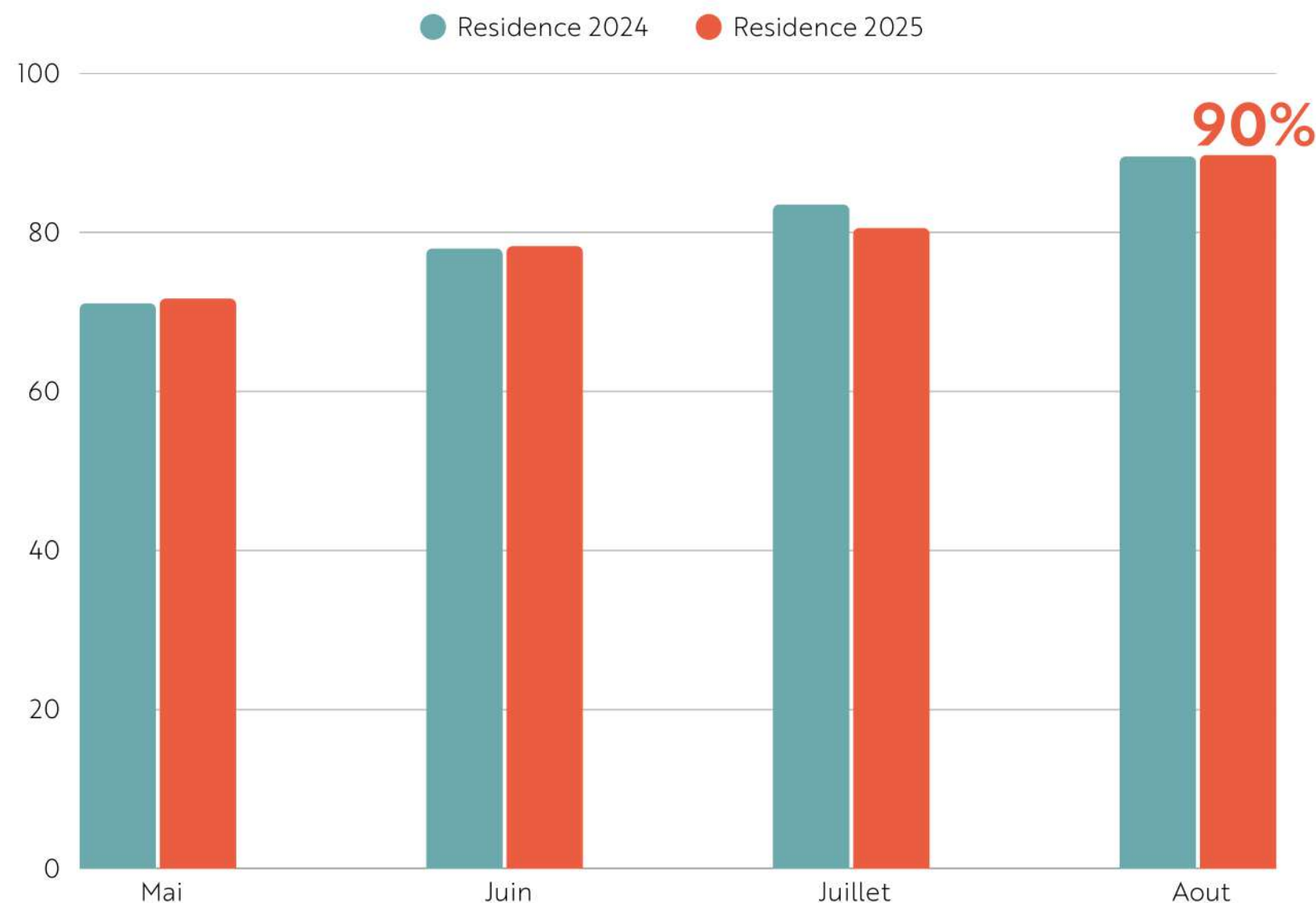


BILAN TOURISTIQUE ESTIVAL 2025

Stabilité des résidences de tourisme



TAUX D'OCCUPATION RÉSIDENCES



83% d'occupation

Dans les résidences de tourisme, en moyenne sur juin – juillet et août (*Données CFT*)

-1% performances nuitées



OFFRE RÉSIDENCES TOURISME

Offre : 96 résidences - 20 512 lits

Offre orientée structurellement à la baisse : -6% vs 2023 / stable vs 2024

Nouveautés 26/27 : 3 projets identifiés





BILAN TOURISTIQUE ESTIVAL 2025

Locations de meublés en hausse !



TAUX D'OCCUPATION LOCATIONS



74% d'occupation

Dans les locations meublées, en moyenne sur juin – juillet et août (*Données Airdna*)

+ 10% performances nuitées



OFFRE LOCATIONS MEUBLÉES

Offre cumulée à l'année :
50 000 locations

Evolution du parc : Stock en constante
évolution positive (+10% vs 2024)



1 BILAN TOURISTIQUE ESTIVAL 2025

Performances économiques en hausse !



REVPAR HÔTELLERIE & RESIDENCES TOURISME

+13% de REVPAR

dans l'hôtellerie urbaine, sur juin-juillet-août (Données INSEE & MKG) - Provisoire

+6% de REVPAR

dans les résidences de tourisme, sur juin-juillet-août (Données MKG) - Provisoire



REVPAR LOCATIONS MEUBLÉES

+10%

Dans les meublés, sur juin-juillet et août (Données Airdna)

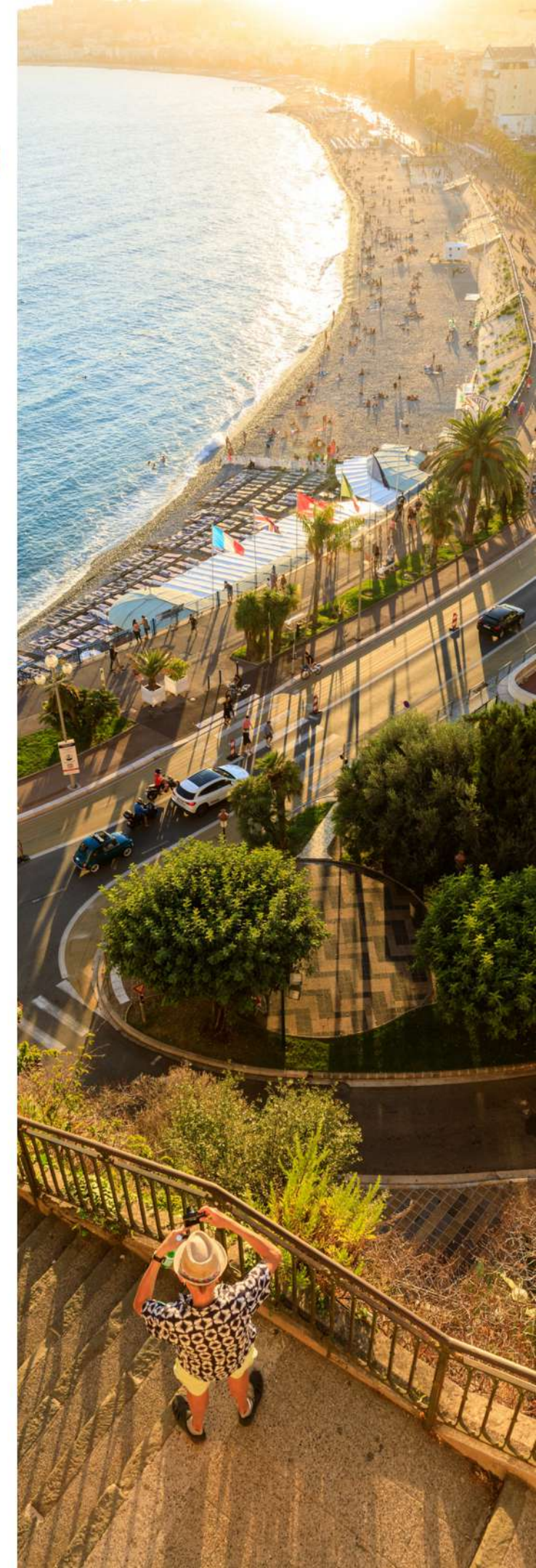
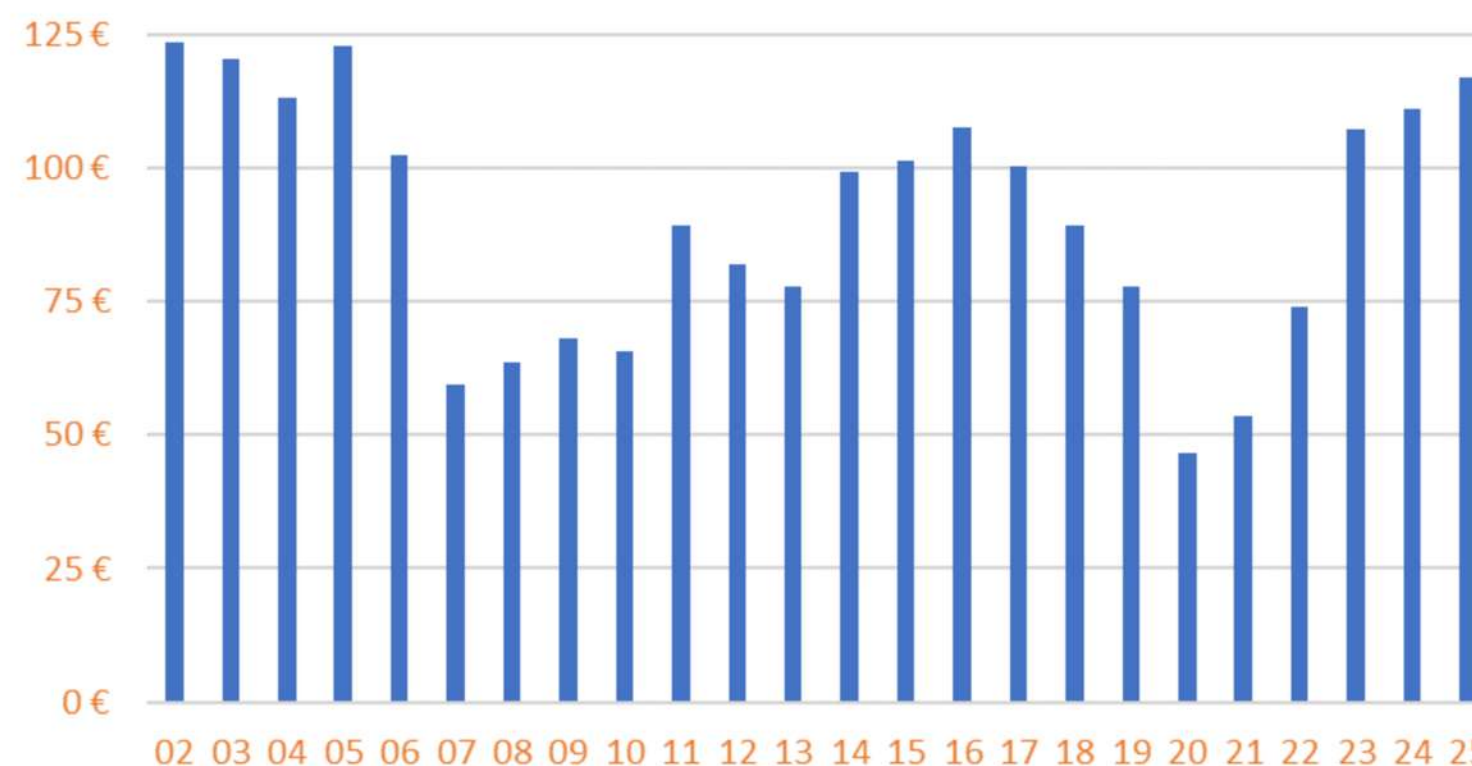
DÉPENSE MOYENNE EN HAUSSE

+ 5%

Progression de la dépense moyenne des visiteurs avion (janvier à juillet) / 2024 à **117€/jour**



Dépense moyenne / jour
Janvier-Juillet





BILAN TOURISTIQUE ESTIVAL 2025

Stabilité de la zone montagne

TAUX D'OCCUPATION HOTELS /
RESIDENCES DE TOURISME



60% taux d'occupation moyen

Sur les **lits professionnels observés** :

Le **pic de fréquentation** a été observé sur la **semaine du 9 au 15 août**, avec un **taux d'occupation à 78,2%**

La zone montagne est marquée par une **tendance à la réservation tardive**



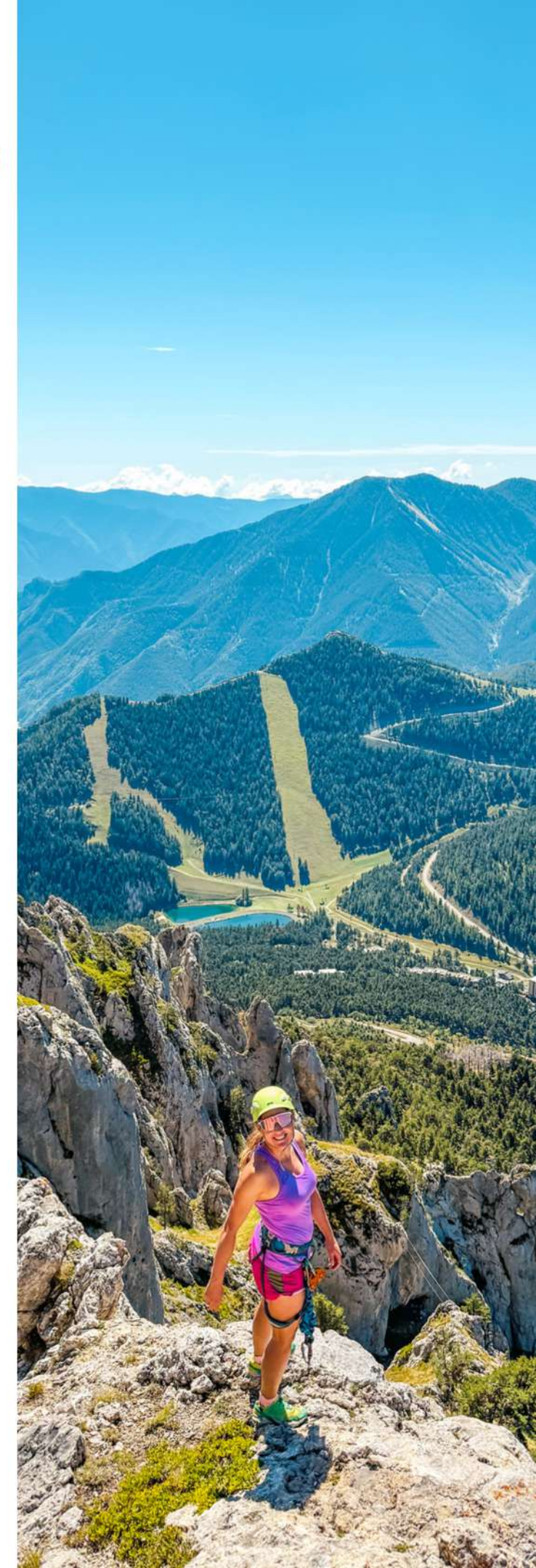
**OBSERVATION
DU TOURISME**

**Nouveau dispositif
d'observation** : test concluant.

**Panel restreint « Montagne
06 »** participant dès l'été 2025.

**Extension du dispositif sur
l'hiver 25/26** : objectif renforcer
le panel d'observation.

**Rejoignez le réseau d'observation
au service du territoire**





BILAN SAISON ESTIVALE

Attractivité à l'international !

Mai-Août 2025



L'AÉROPORT NICE CÔTE D'AZUR : UN RAYONNEMENT INTERNATIONAL

123 destinations (vs 122 Eté 2024)

45 pays (identique Eté 2024)

61 compagnies (vs 60 en été 2024)



SEGMENT DE CLIENTELE AÉRIEN

ForwardKeys - Juin-Août

+10% de réservations aériennes
vs 2024

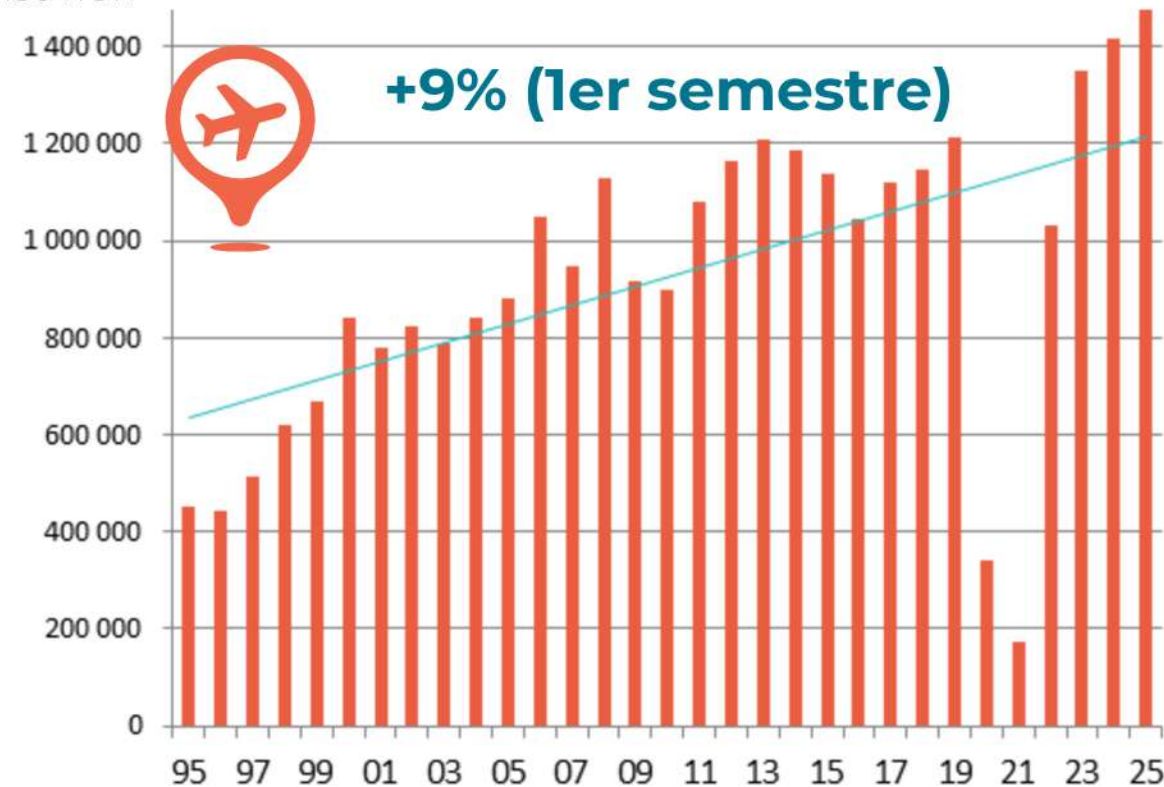
+10% de réservations aériennes
étrangères vs 2024

74% des séjours à motif "Loisir"

4EME ANNÉE DE HAUSSE CONSÉCUTIVE !

VISITEURS ETRANGERS AVION

Visavion



1 DES MARCHÉS ÉTRANGERS DYNAMIQUES

Bilan touristique 1er. semestre 2025



Nuitées Hôtels et Résidences
Données INSEE, inc. Monaco

TOP 10 DES MARCHÉS ÉTRANGERS (INSEE)

1	ETATS-UNIS	20%
2	ROYAUME-UNI/IRL.	13%
3	SCANDINAVIE	7%
4	ALLEMAGNE	6%
5	ITALIE	6%
6	SUISSE	5%
7	MOYEN-ORIENT	5%
8	AMERIQUE DU SUD	3%
9	BELGIQUE /LUX	3%
10	ESPAGNE	3%



1 DES MARCHÉS ÉTRANGERS DYNAMIQUES

Bilan touristique 1er. semestre 2025

CONTINENTS	Europe	4%
	Amérique	19%
	Asie / Moyen Orient / Océanie	21%
	Afrique	24%
EUROPE	Grande-Bretagne / Irlande	-8%
	Dont Grande-Bretagne	-9%
	Dont Irlande	-5%
	Allemagne	6%
	Belgique / Luxembourg	-5%
	Scandinavie	5%
	Dont Suède	14%
	Dont Norvège	0%
	Dont Danemark	-1%
	Dont Finlande	1%
	Suisse	11%
	Italie	5%
	Pays-Bas	2%
	Espagne	3%
	Turquie	57%
	Grèce	40%
	Portugal	18%
	Autriche	13%
	Russie - CEI	37%
	Europe Est hors Russie CEI	
	Dont Hongrie	29%
	Dont Pologne	11%
	Dont Tchéquie/Slovaquie	10%

AMERIQUES	Amérique du Centre et du Sud	7%
	Canada	27%
	Etats-Unis	20%
AFRIQUE	Afrique	24%
	Dont Afrique hors Maghreb	20%
	Dont Maghreb	28%
ASIE OCEANIE	Asie autres	22%
	Chine	20%
	Japon	15%
	Proche et Moyen Orient	27%
	Inde	24%
	Océanie	28%

Nuitées Hôtels et
Résidences Janvier-Juillet
2025 Données INSEE, inc.
Monaco



+9% pour les nuitées étrangères
de janvier à juillet 2025 vs 2024



Presque tous les marchés étrangers sont en croissance

Seuls 4 marchés étrangers en baisse



BILAN TOURISTIQUE ESTIVAL 2025

La Côte d'Azur confirme son attractivité grâce au tourisme de Loisir !

Performances Nuitées

+ 3% hôtels
- 1% résidences de tourisme
+ 10% locations meublés



+13% RevPAR

Dans l'hôtellerie urbaine,
sur juin – juillet et août
(Données INSEE & MKG)



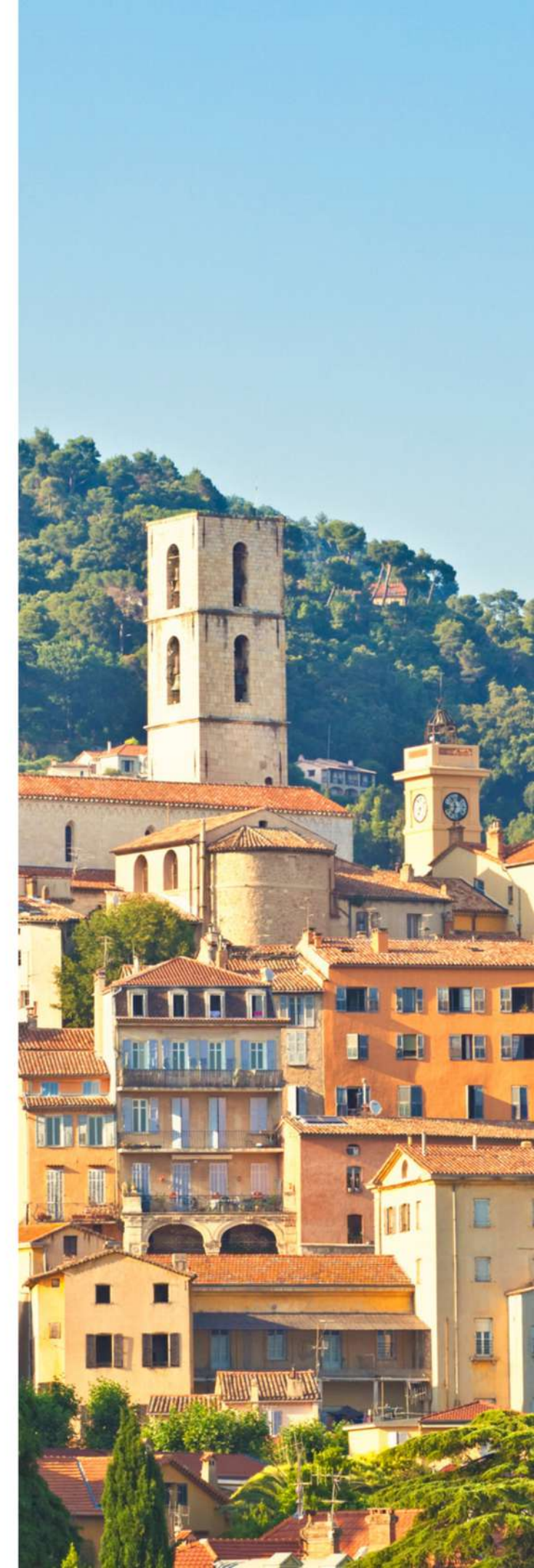
58%

Part de marché des clientèles
étrangères en hôtellerie et
résidences



Marché
Domestique
Socle stable

N°1 des clientèles
étrangères
(hébergement
marchand)





BILAN TOURISTIQUE ESTIVAL 2025

Les Chiffres clés à retenir !

4ème année

de hausse consécutive
visiteurs avion étrangers



86%

Taux d'occupation en
moyenne dans hôtellerie



39%

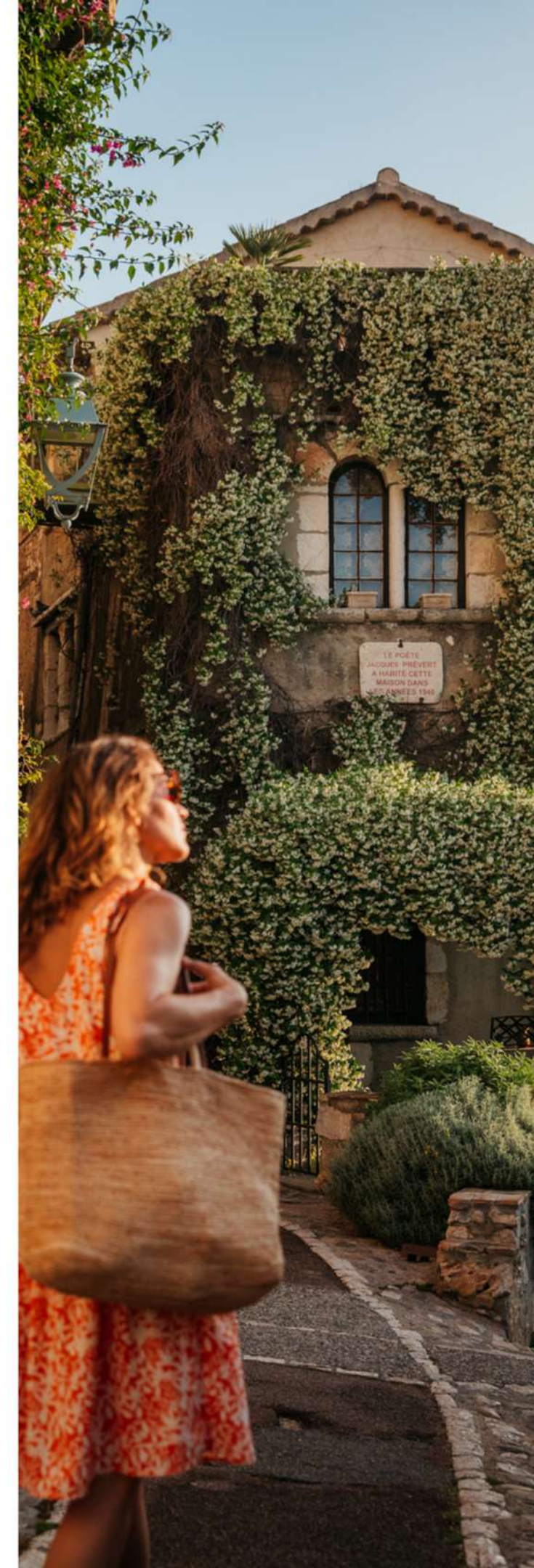
Explosion du taux primo-
visiteur

Chiffres 2024



650 000

Pic de l'année en terme de
visiteurs



2. ANALYSE MARCHÉS & PLAN D' ACTIONS 2026 CÔTE D'AZUR FRANCE

2026
**PLAN
D' ACTIONS**
CÔTE D'AZUR FRANCE



2 ANALYSE MARCHÉS & PLAN D' ACTIONS

#CotedAzurFrance

2.1 FOCUS MARCHÉ FRANCAIS



ACTIONS INTRA-RÉGIONALES

ACTIONS MARCHÉ FRANCAIS

2.2 FOCUS MARCHÉS ÉTRANGERS



ACTIONS MARCHÉS EUROPÉENS & UK

ACTIONS MARCHÉS LOINTAINS



2.1 FOCUS MARCHÉ FRANCAIS



2.1 ANALYSE MARCHÉS & PLAN D' ACTIONS

FICHE MARCHÉ FRANCE



BASSINS ÉMETTEURS

- Provence Alpes Côte d'Azur **31%**
- Île de France **21%**
- Auvergne-Rhône Alpes **15 %**
- Occitanie **10%**
- Grand Est **5%**



VOLUME SÉJOURS
6 200 000
séjours par an



DURÉE MOYENNE

4,9
nuits



HEBERGEMENT

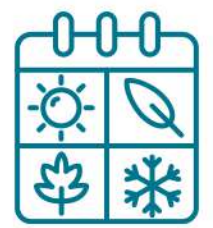
- 36%** famille-amis
- 25%** hôtels
- 18%** location meublés



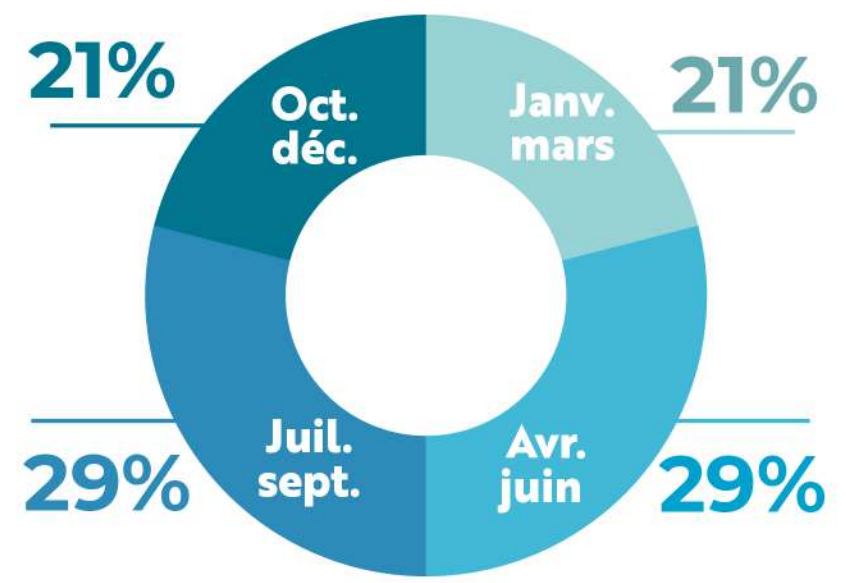
DÉPENSE MOYENNE



70€



PÉRIODE DES SÉJOURS



CENTRES D'INTERET

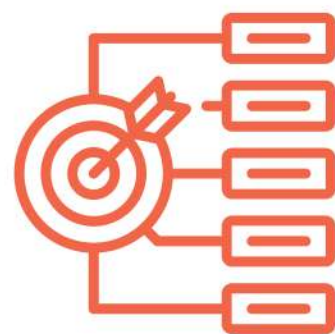
- Forte diversité de motifs, activités et centres d'intérêt
- Marché de proximité de loisirs et d'affaires
- Taux d'activité inférieur aux étrangers





2.1 PLAN D' ACTIONS 2026

CÔTE D'AZUR FRANCE TOURISME



ACTIONS INTRA-RÉGIONALES B2B

- NEW!** Salon Agecotel - Nice en partenariat avec la CCI Nice Côte d'Azur *(1er au 3 fév.)*
- Salon des Entrepreneurs UPE 06 *(juin)*
- Journée Professionnelle Masterclass #CotedAzurFrance & Bourse dépliants *(juin)*
- Salon des Maires et des Collectivités territoriales des Alpes-Maritimes *(octobre)*





2.1 PLAN D' ACTIONS 2026

CÔTE D'AZUR FRANCE TOURISME

ACTIONS INTRA-RÉGIONALES B2C



- Salon iD Week-end - Nice (*avril*)
- Guides de l'Eté et de l'Hiver Côte d'Azur en partenariat avec Nice-Matin
- "Mon week-end aux Musées" (*31 janv. - 1er fév.*)
- Campagne d'affichage "Musées" en partenariat avec Vinci Autoroutes (*Printemps*)
- Stand Roc d'Azur (*octobre*)
- Stand Village Marathon des Alpes-Maritimes (*nov.*)

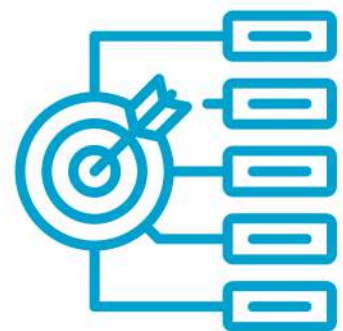




2.1

PLAN D' ACTIONS 2026

CÔTE D'AZUR FRANCE TOURISME



ACTIONS MARCHÉ FRANCAIS



Salon Paris Randos Nature (30 janv. - 1er fév.)



Salon de l'Agriculture Paris en partenariat avec le
Département des Alpes-Maritimes
(21 fév. - 1er mars)



Opération Pro "La Côte d'Azur s'invite à Lyon"
suivie d'éductours (5 mars)



Salon Mahana Lyon (6-8 mars)

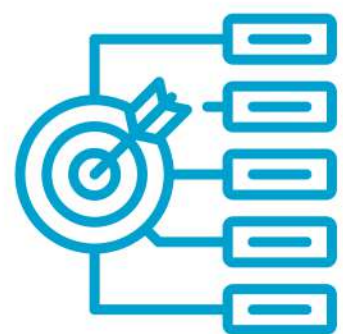




2.1

PLAN D' ACTIONS 2026

CÔTE D'AZUR FRANCE TOURISME



ACTIONS MARCHÉ FRANCAIS

- Campagnes digitales de notoriété auprès du marché français *Printemps, Eté Indien, Hiver*
- Campagne de conversion SNCF (*mi-janv -fev.*)
- Participation IMM France Bénélux Paris - Sponsoring Côte d'Azur France (*11 mars*)
- **NEW!** Voyage de Presse "Gastronomie & Art de Vivre" (*mars*)
- Opération Presse "La Côte d'Azur s'invite à Paris" (*novembre*)



2.2 FOCUS MARCHÉS ÉTRANGERS



2.2 CAP SUR L'EUROPE !



2.2



ANALYSE MARCHÉS & PLAN D' ACTIONS

FICHE MARCHÉ ITALIEN



BASSINS ÉMETTEURS

Lombardie **30 %**
Piémont **17 %**
Ligurie **16 %**
Rome-Latium **8%**
Toscane **6%**



VOLUME SÉJOURS

945 000
séjours par an



DURÉE MOYENNE

5,3
nuits



HEBERGEMENT

36% hôtels
35% résidences second.
et/ou familles-amis
24% locations meublés



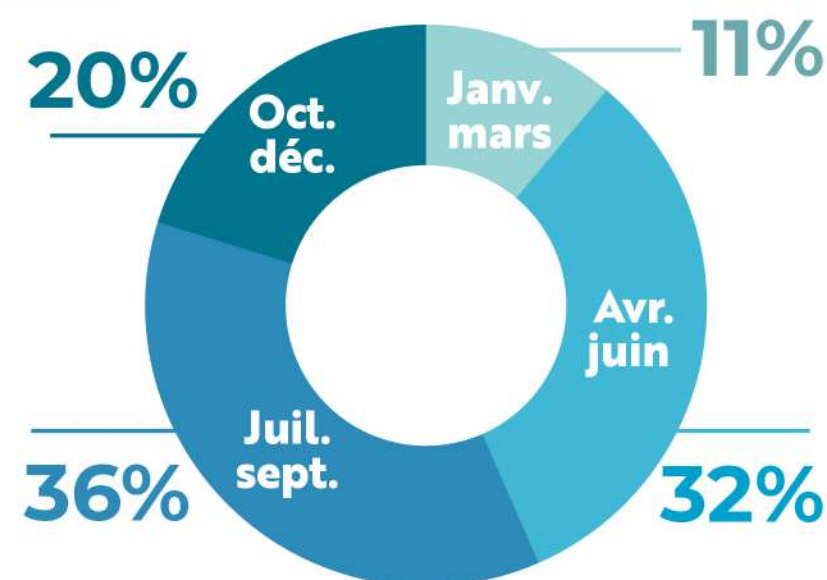
DÉPENSE MOYENNE



90€



PÉRIODE DES SÉJOURS



PROFILS & CENTRES D'INTERET

Marché de proximité de loisirs avec des visiteurs plutôt actifs, assez peu intéressés par les musées. Forte motivation shopping.



2.2



ANALYSE MARCHÉS & PLAN D' ACTIONS

FICHE MARCHÉ ROYAUME-UNI / IRLANDE



BASSINS ÉMETTEURS
(avion)

Londres **56%**
South East **11%**
North West **10%**
South West **4%**



VOLUME SÉJOURS
835 000
séjours par an



DURÉE MOYENNE

6,4
nuits



HEBERGEMENT

36% hôtels
32% locations meublés
15% résidences second.



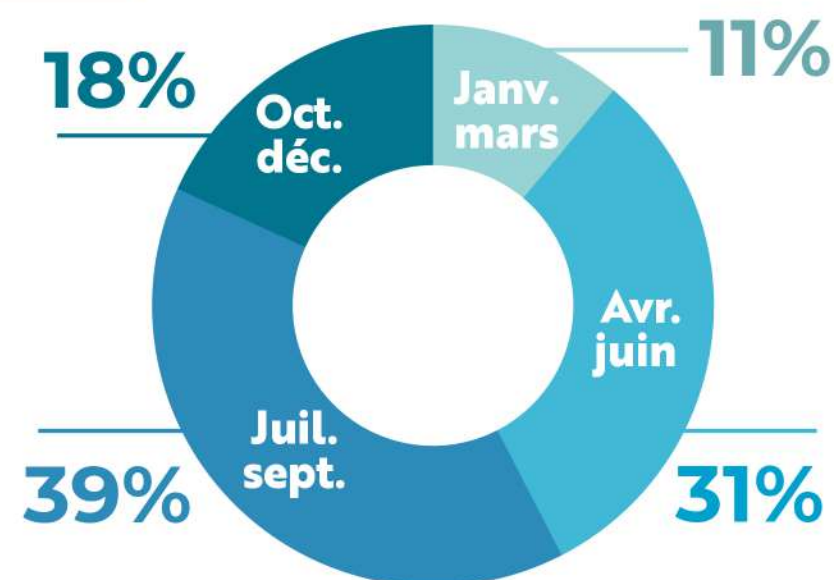
DÉPENSE MOYENNE



115€



PÉRIODE DES SÉJOURS



PROFILS

Marché majoritairement loisirs.

Nombreuses résidences secondaires. Clientèle plutôt âgée, en séjours longs.



2.2



ANALYSE MARCHÉS & PLAN D' ACTIONS

FICHE MARCHÉ ALLEMAGNE



BASSINS ÉMETTEURS (avion)

Bavière **27%**

Berlin **21%**

Rhénanie-du-Nord-
Westphalie **16%**

La Hesse **4%**



VOLUME SÉJOURS

500 000

séjours par an



DURÉE MOYENNE

6,6
nuits



HEBERGEMENT

37% hôtels

32% locations meublés

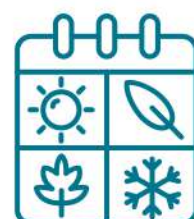
16% famille-amis



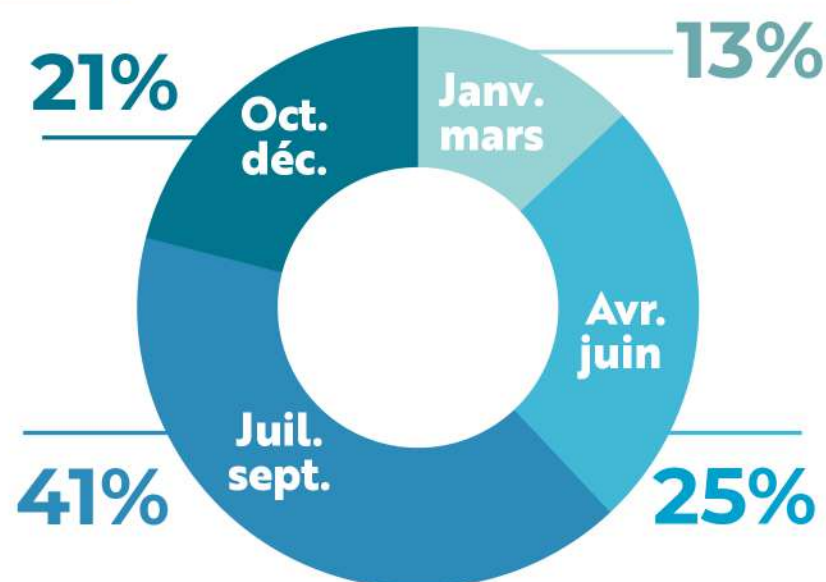
DÉPENSE MOYENNE



90€



PÉRIODE DES SÉJOURS



CENTRES D'INTERET

Marché loisirs et affaires.

Fortes motivations pour le
balnéaire, la culture et la
pratique sportive.



2.2



ANALYSE MARCHÉS & PLAN D' ACTIONS

FICHE MARCHÉS SCANDINAVES



BASSINS ÉMETTEURS (avion)

Norvège de l'Est
(Østlandet / Oslo) **44 %**
Suède centrale
(Stockholm) **30 %**
Suède du Sud
(Goteborg) **7 %**
Norvège du Sud
(Sørlandet) **6%**



VOLUME SÉJOURS
400 000
séjours par an



DURÉE
MOYENNE

6,9
nuits



HEBERGEMENT

32% locations meublés
28% hôtels
21% résidences second.



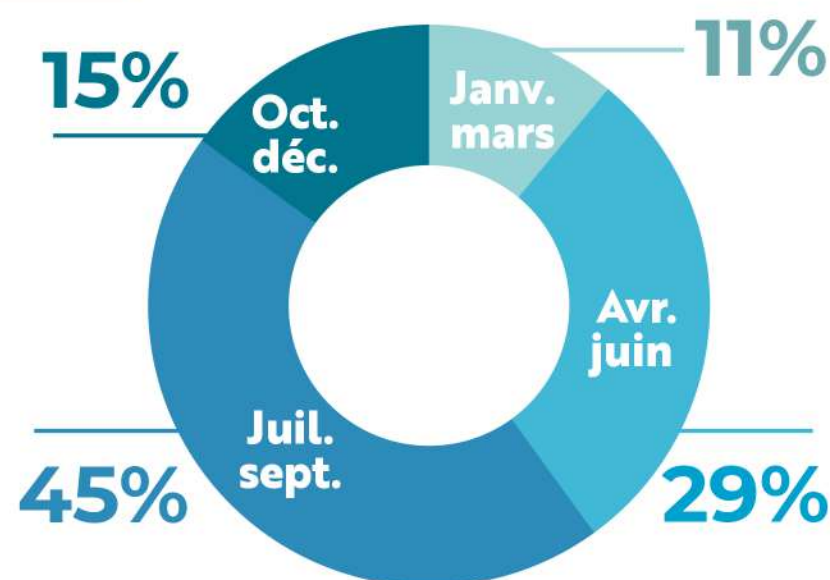
DÉPENSE MOYENNE



85€



PÉRIODE
DES SÉJOURS



CENTRES D'INTERET

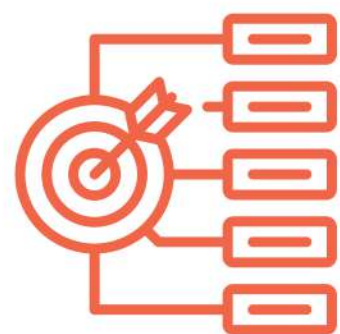
Marché à forte motivation
plage (1er rang des marchés).
Clientèle dominante loisirs.





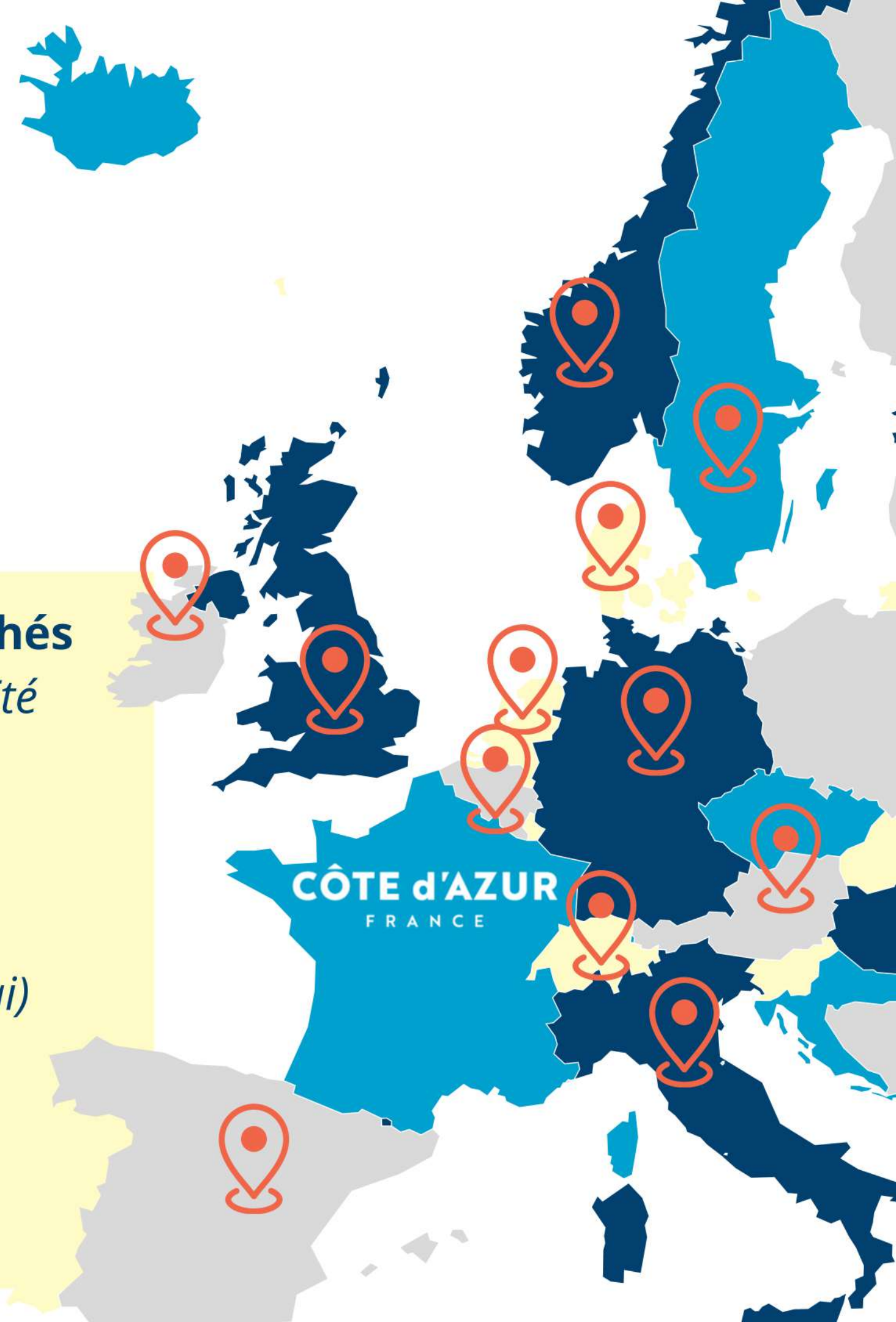
2.2 PLAN D' ACTIONS 2026

CÔTE D'AZUR FRANCE TOURISME



ACTIONS MARCHÉS EUROPÉENS

- Campagnes digitales de notoriété auprès des marchés européens de proximité - 12 pays cibles *Printemps, Été Indien, Hiver*
- NEW!** Campagne Outdooractive Allemagne & UK (*fin fev.*)
- NEW!** Opération Presse "La Côte d'Azur s'invite à Zurich" destinée aux médias germanophones & suisses (*mai*)
- NEW!** Opération Pro & Presse Londres "Painting the French Riviera" en partenariat avec Atout France (*7 oct.*)



2.3 CAP SUR LES MARCHÉS LOINTAINS !

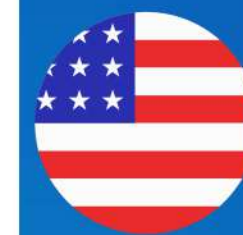


2.3



ANALYSE MARCHÉS & PLAN D' ACTIONS

FICHE MARCHÉ AMÉRICAIN



BASSINS ÉMETTEURS (avion)

New York **24%**

Californie **15%**

Atlantique Sud **13%**

Nouvelle-Angleterre **7%**



VOLUME SÉJOURS

660 000

séjours par an



DURÉE
MOYENNE

4,7
nuits



HEBERGEMENT

48% hôtels

37% locations meublés



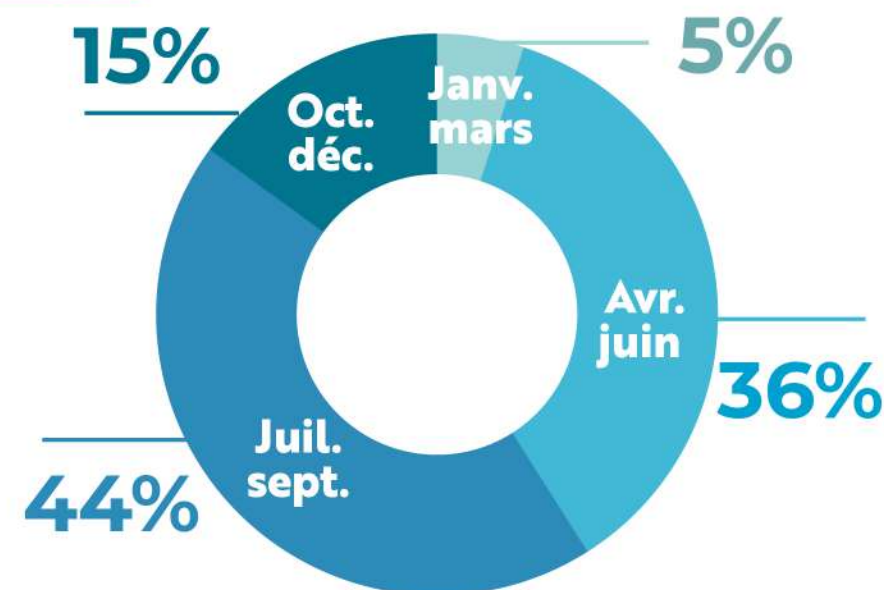
DÉPENSE MOYENNE



175€



PÉRIODE
DES SÉJOURS



PROFILS

Marché à dominante loisirs,
forte motivation shopping &
visites. Appétence pour la
croisière

Sensible à l'aspect sécuritaire.

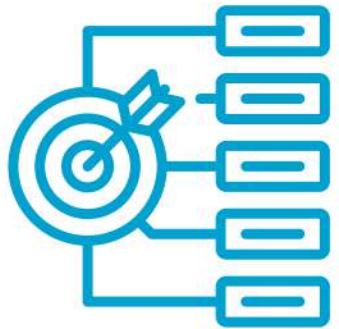




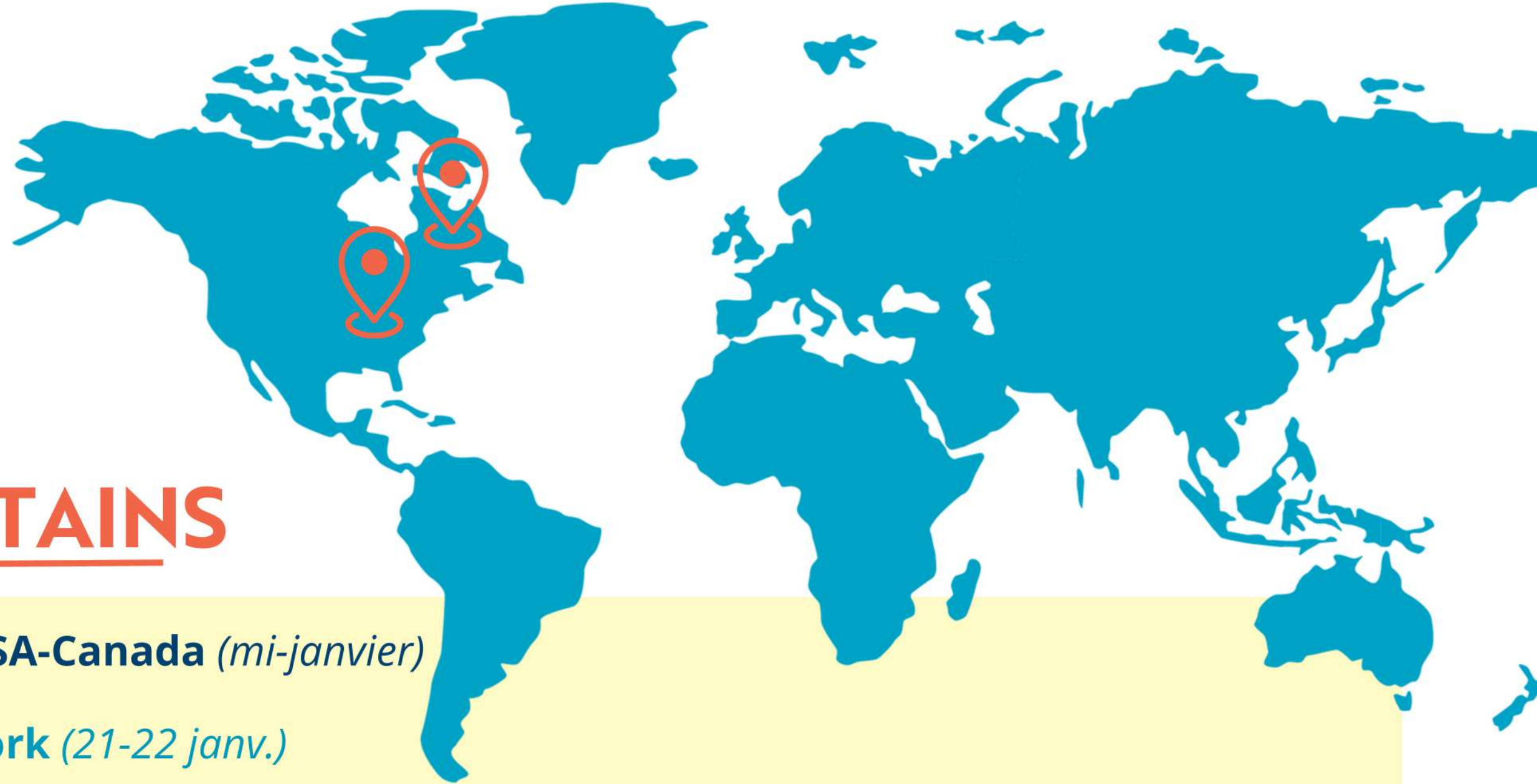
2.3

PLAN D' ACTIONS 2026

CÔTE D'AZUR FRANCE TOURISME



ACTIONS MARCHÉS LOINTAINS



- Campagnes conversion USA-Canada (*mi-janvier*)
- Participation IMM New York (*21-22 janv.*)
- NEW!** Mission fédérée Côte d'Azur France Etats-Unis (*Illinois, Massachusetts, Texas*) **Option Montréal,** en partenariat avec Atout France (*2-5 fév.*)
- Campagnes digitales de notoriété Etats-Unis/Canada (*Printemps, Automne et Hiver*)
- NEW!** Destination France Canada (*9-12 mars*)

2.3



ANALYSE MARCHÉS & PLAN D' ACTIONS

FICHE MARCHÉ MOYEN-ORIENT



BASSINS ÉMETTEURS
(avion)

Dubaï **73%**
Abu Dhabi **26%**



VOLUME SÉJOURS

84 000
séjours par an



DURÉE
MOYENNE

4,7
nuits



HEBERGEMENT

51% hôtels
14% locations meublés
13% résidences second.



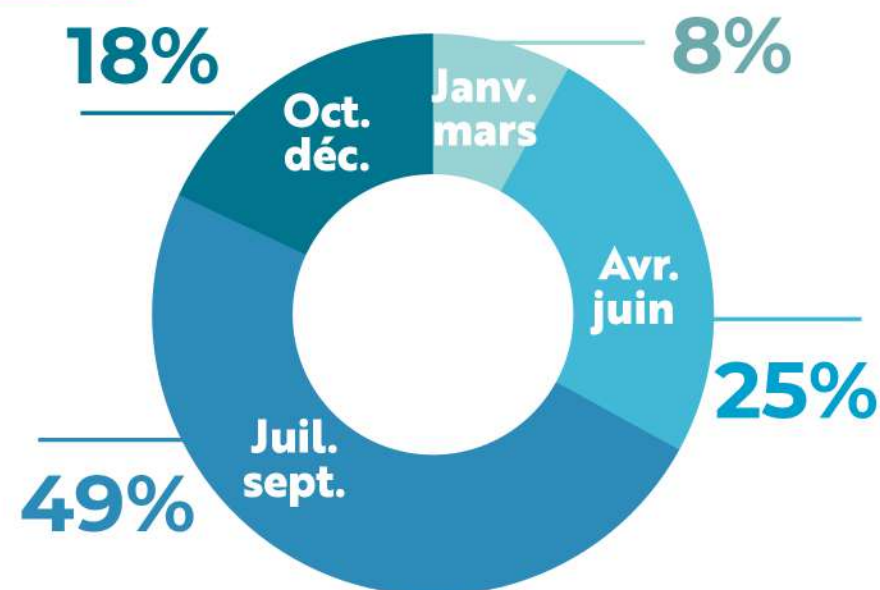
DÉPENSE MOYENNE



165€



PÉRIODE
DES SÉJOURS



PROFILS

Marchés atypiques quant à la richesse et à la dépense. Très sensible à l'aspect sécuritaire. A forte motivation shopping.

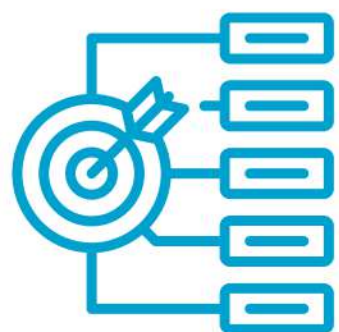




2.3

PLAN D' ACTIONS 2026

CÔTE D'AZUR FRANCE TOURISME



ACTIONS MARCHÉS LOINTAINS



Opération fédérée Pro Prestige Moyen-Orient Ryad - Atout France x Choose Paris Région (29 avril)



Participation Salon Marhaba en partenariat avec Atout France - Emirats Arabes Unis (1er au 3 mai)



Accueil Prestige Fam Trip GCC Moyen-Orient (mi-avril)

2.3



ANALYSE MARCHÉS & PLAN D' ACTIONS

FICHE MARCHÉ CHINE



BASSINS ÉMETTEURS
(avion)

Pékin **34%**
Shanghai **29%**
Jiangsu **8%**
Hangzhou **6%**



VOLUME SÉJOURS
89 000
séjours par an



DÉPENSE MOYENNE



135€

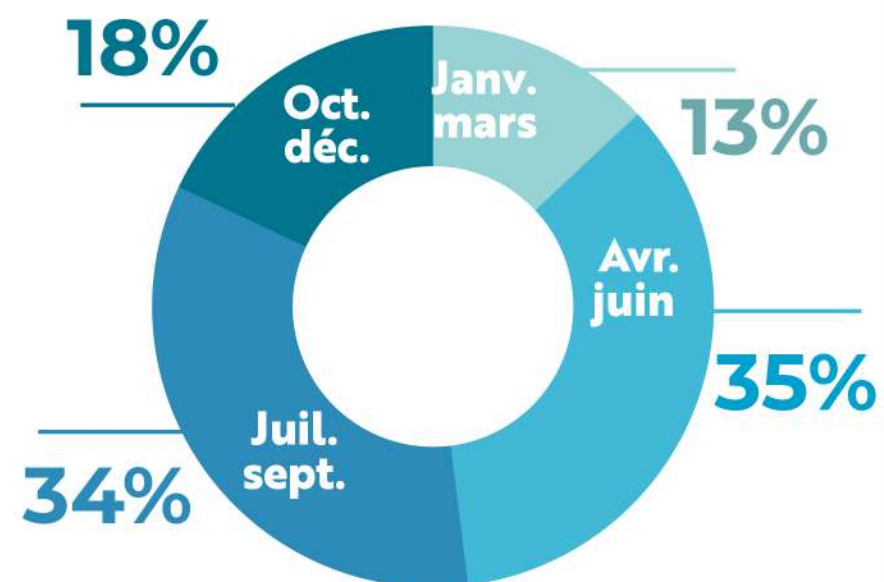


DURÉE MOYENNE

4,7
nuits



PÉRIODE DES SÉJOURS



HEBERGEMENT

63% hôtels
30% locations meublés



PROFILS

Marché majoritairement de loisirs. Groupes et individuels.
A forte motivation shopping et montagne.

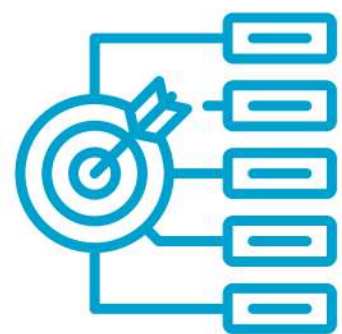




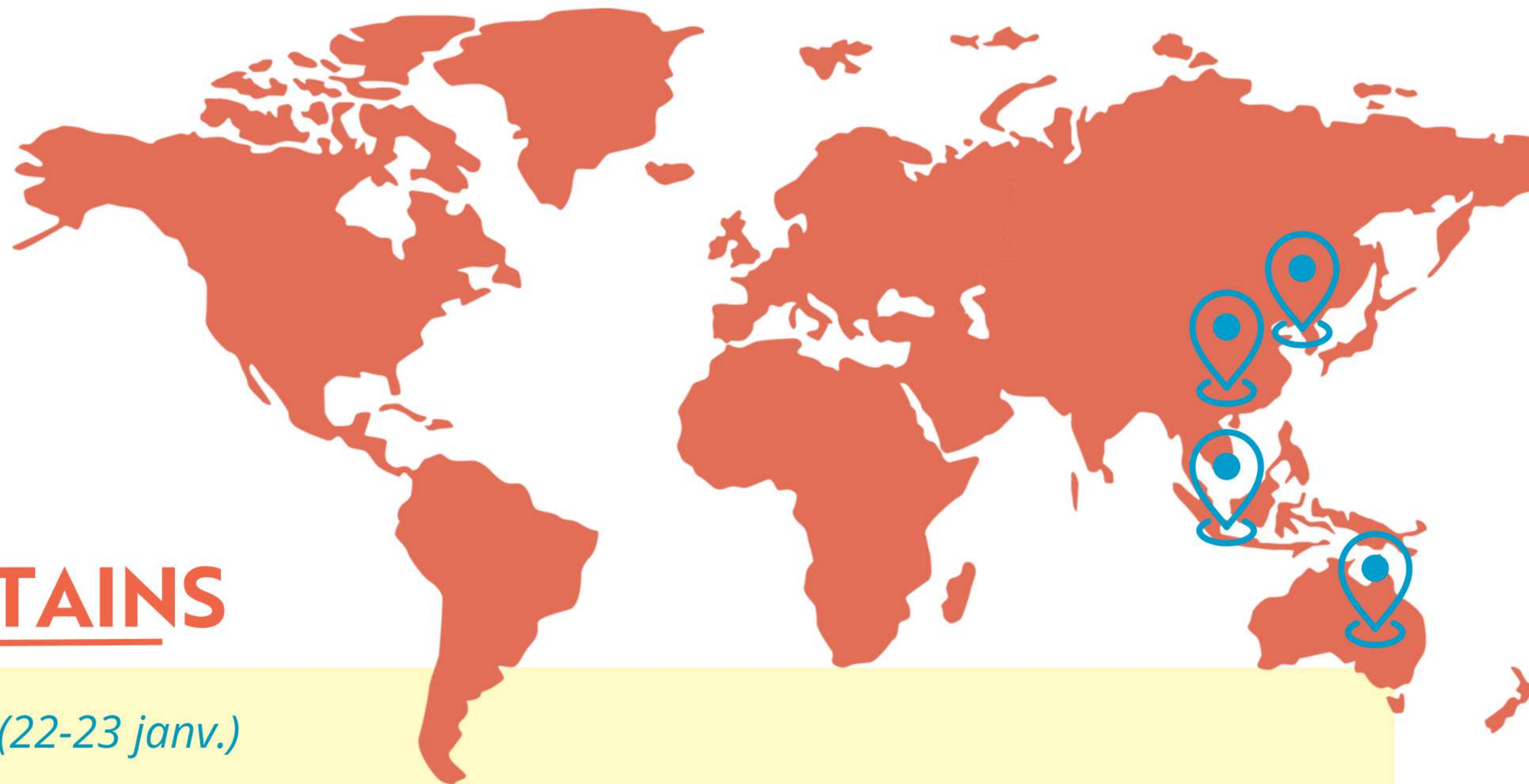
2.3

PLAN D' ACTIONS 2026

CÔTE D'AZUR FRANCE TOURISME



ACTIONS MARCHÉS LOINTAINS



China Workshop - Paris (22-23 janv.)



ILTM Asie Pacifique - Singapour en partenariat avec Atout France (29 juin-2 juil.)



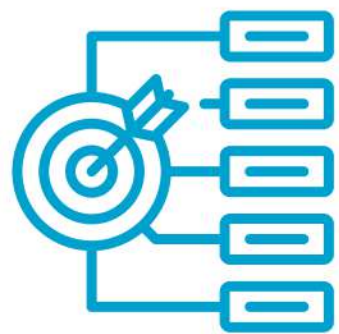
Eductour Pro Corée du Sud (Mi-Nov)



Campagne digitale de notoriété Australie/Nouvelle Zélande (Printemps)

2.3 PLAN D' ACTIONS 2026

CÔTE D'AZUR FRANCE TOURISME



ACTIONS MARCHÉS LOINTAINS



- **Rendez-vous en France à Nice**
Organisation de 5 Pré-tours (30-31 mars)
Participation au Salon Rendez-Vous en France
(31 mars-1er avril)



CHIFFRES CLÉS 2024

2 journées de salon
660 sociétés exposantes
812 prescripteurs
internationaux dont 786 TO
et 26 journalistes venus de
67 pays.

3. Le calendrier prévisionnel 2026

CÔTE d'AZUR
FRANCE
— TOURISME —





CALENDRIER PRÉVISIONNEL 2026

CÔTE D'AZUR FRANCE TOURISME

JANVIER

- Cérémonie des Vœux Côte d'Azur France Tourisme
- NEW** ● Workshop Presse Partir en France | ADN Tourisme Paris 12-13 janv.
- Campagnes de conversion USA-Canada Mi-janv.
- Campagne de conversion SNCF Train2CotedAzur Mi-janv.
- La Place Business CCI Nice Côte d'Azur en partenariat avec la SNCF. 21-23 janv.
- IMM New York 21-22 janv.
- NEW** ● China Workshop – Paris 22-23 janv.
- NEW** ● Paris Randos Nature 30 janv. au 1^{er} fév.
- Mon Week-end aux Musées 31 janv. au 1^{er} fév.

FÉVRIER

- Salon Agecotel – Nice en partenariat avec la CCI Nice Côte d'Azur 1^{er}-3 fév.
- NEW** ● Mission Pro USA (Illinois, Massachusetts, Texas) Option Montréal Atout France 2-5 fév.
- Campagnes digitales de notoriété multi-marchés Printemps lancées sur 15 pays Mi-fév.
- Salon de l'Agriculture en partenariat avec le Département des Alpes-Maritimes - Paris 21 fév. – 1^{er} mars
- NEW** ● Campagnes Outdooractive Allemagne & UK Fin fév.

MARS

- NEW** ● La Côte d'Azur s'invite à Lyon (France et Suisse) + éductours 5 mars
- Salon Mahana Lyon 6-8 mars
- NEW** ● Destination France Canada 9-12 mars
- IMM France Benelux - Paris 11 mars
- NEW** ● Voyage de Presse "Gastronomie" multi-marchés Mi-mars
- NEW** ● 5 Pré-tours Rendez-Vous en France - Partenariat Atout France x CRT Sud 30-31 mars
- Rendez-Vous en France Nice Partenariat Atout France x CRT Sud 31 mars - 1^{er} avril

AVRIL

- Salon iD Week-end - Nice Début avril
- NEW** ● Campagne Musées avec Vinci Autoroutes Avril-juin
- Run Experience - Paris 11-12 avril
- Fam Trip GCC | Moyen-Orient Mi-avril
- Lancement Pass Côte d'Azur France Mi-avril
- NEW** ● Opération Pro Prestige Moyen Orient Ryad – Atout France x CRT Île-de-France 29 avril
- Salon du tourisme de Menton Fin avril

MAI

- NEW** ● Odyssée Ultim – Stand Côte d'Azur France 29 avr.-10 mai
- Workshop Marhaba Atout France - Emirats Arabes Unis 1^{er}-3 mai
- NEW** ● Opération Presse Côte d'Azur Suisse + Marchés germanophones - Zurich Début mai
- #DigitalAfterworks #CotedAzurFrance Mi mai

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

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

En caractères noirs, les opérations organisées et fédérées par Côte d'Azur France Tourisme.





CALENDRIER PRÉVISIONNEL 2026

CÔTE D'AZUR FRANCE TOURISME

JUIN

- NEW** Fam trip multi-marchés ciel étoilé mer & montagne
Début juin
- Journée pro #CotedAzurFrance – Bourse aux dépliant
Début juin
- Salon des Entrepreneurs UPE 06 – Nice
Début juin
- Lancement du Guide Costazzurra en partenariat avec la CCI Italienne
Mi juin
- Guide de l'été Côte d'Azur en partenariat avec Nice-Matin
25 juin
- NEW** ILTM Asie Pacifique - Singapour - Atout France
29 juin au 2 juil.

JUILLET

- Lancement de la saison estivale en partenariat avec le Petit Futé Côte d'Azur.
Début juil.

AOÛT

SEPTEMBRE

- Campagnes digitales de notoriété multi-marchés Automne - France + Europe
Mi-sept.
- Workshop B2B digital Australie – Atout France
20-24 sept.

OCTOBRE

- NEW** Opération Pro et Presse Londres « Painting the French Riviera » Atout France - Royal Museum
7 oct.
- NEW** Roc d'Azur - Fréjus & éductour bike
7-11 oct.
- Mon Carnet Musées
Début oct.
- Salon des communes et intercommunalités des Alpes-Maritimes
Début oct.
- Congrès international du tourisme sportif - Mandelieu-La Napoule
Mi-oct.
- NEW** Côte d'Azur, Destination Golf - Salon IGTM Cannes + éductour en partenariat avec Var Tourisme
20-23 oct.

NOVEMBRE

- Marathon des Alpes-Maritimes – Stand Côte d'Azur France
5-8 nov.
- Campagnes digitales de notoriété multi-marchés Hiver France + Europe
Mi-nov.
- NEW** Eductour Pro Corée du Sud
Mi-nov.
- Opération Presse « La Côte d'Azur s'invite à Paris »
Mi-nov.
- Salon IBTM Barcelone en partenariat Linkeus
17-19 nov.
- NEW** France Excellence Allemagne – Atout France
25 nov.

DÉCEMBRE

- Eductour Brésil (ILTM)
1-3 déc.
- #DigitalAfterworks #CotedAzurFrance
Mi-déc.

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

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

En caractères noirs, les opérations organisées et fédérées par Côte d'Azur France Tourisme.

4. L'équipe Côte d'Azur France

CÔTE d'AZUR
FRANCE
— TOURISME —



VOS CONTACTS

CÔTE D'AZUR FRANCE TOURISME

DIRECTION GÉNÉRALE



Claire BEHAR
Directrice générale
c.bear@cotedazurfrance.fr

PÔLE ADMINISTRATIF, FINANCIER, RELATIONS INSTITUTIONNELLES



Thierry CIRRITO
Responsable du Pôle Administratif,
Financier & Relations Institutionnelles
t.cirritto@cotedazurfrance.fr



Muriel BARTHOLOMEUS
Chargée de Mission Finances & Gestion
m.bartholomeus@cotedazurfrance.fr



Sabrina SAVARY
Chargée de Mission Gestion Administrative
s.savary@cotedazurfrance.fr

PÔLE COMMUNICATION & MARQUE



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



Laurence FLAMAND
Responsable Médias nationaux &
Communication Institutionnelle
l.flamand@cotedazurfrance.fr



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



Noémie MOREAU
Chargée de Mission Communication
& Marque
n.moreau@cotedazurfrance.fr



Soumaya BOUSSADOUN
Chargée de Mission Digital Marketing
& Community-Management
s.boussadoun@cotedazurfrance.fr



Louise SARRAT
Chargée de Mission Digital Marketing
& Community-Management
l.sarrat@cotedazurfrance.fr



Florine LECLERCQ
Chargée de Mission Digital Marketing
& Sites Web
f.leclercq@cotedazurfrance.fr



Nathalie CROUZET
Chargée de Mission Digital Marketing
& CRM
n.crouzet@cotedazurfrance.fr



VOS CONTACTS

CÔTE D'AZUR FRANCE TOURISME

DIRECTION GÉNÉRALE



Claire BEHAR
Directrice générale
c.bekar@cotedazurfrance.fr

PÔLE OBSERVATION, PROSPECTIVE & MARKETING DE L'OFFRE



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



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



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



Mehdi NAFKHA
Chargé de Mission Etudes &
Intelligence Economique
m.nafkha@cotedazurfrance.fr



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

PÔLE ANIMATION RÉSEAU ET OPÉRATIONS GRAND PUBLIC



Céline RICORD
Responsable du Pôle animation
Réseau et Opérations grand public
c.ricord@cotedazurfrance.fr



Cécile CERVEL
Chargée de Mission Réseau
professionnel
c.cervel@cotedazurfrance.fr



Agnès MATTEUCCI
Chargée de Mission Clientèle BtoC
a.matteucci@cotedazurfrance.fr



Evelyne RUNFOLA
Animatrice APIDAE
e.runfola@cotedazurfrance.fr



EN SAVOIR PLUS

LES SITES WEB CÔTE D'AZUR FRANCE TOURISME

Site grand public : www.cotedazurfrance.fr

Espace Professionnel : www.cotedazurfrance.fr/professionnels-du-tourisme

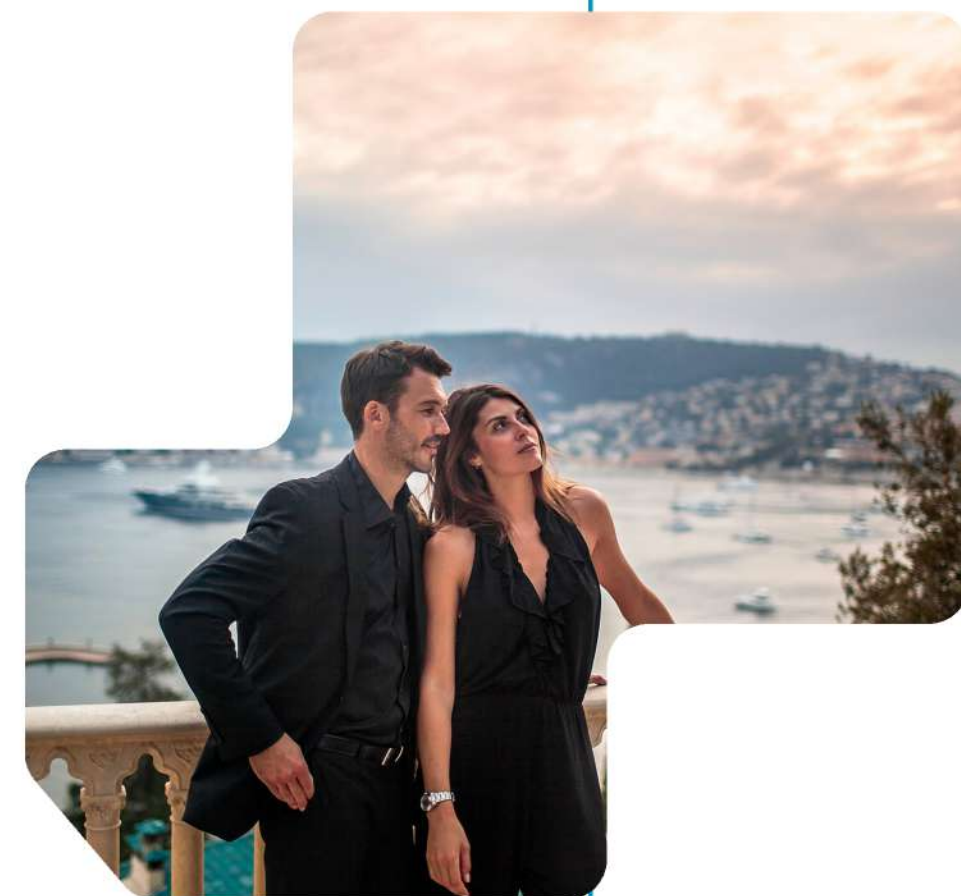
Site dédié Pass touristique : www.pass-cotedazurfrance.fr

Site Vitrine de la Collection Côte d'Azur France et de ses entreprises licenciées
www.cotedazurfrance.fr/boutique

Site de la marque Côte d'Azur France : www.marque-cotedazurfrance.com

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

Observatoire du Tourisme : www.cotedazurfrance.fr/observatoire-du-tourisme



2026

PLAN D' ACTIONS

#COTEDAZURFRANCE

Côte d'Azur France Tourisme

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

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

Sites : www.cotedazurfrance.fr - <http://mediatheque.cotedazurfrance.fr>

www.marque-cotedazurfrance.com

#CotedAzurFrance @visitcotedazur @Procotedazur

CÔTE d'AZUR
FRANCE
TOURISME



DÉPARTEMENT
DES ALPES-MARITIMES

Explore
France™

