

Contact Presse : CRT Côte d'Azur

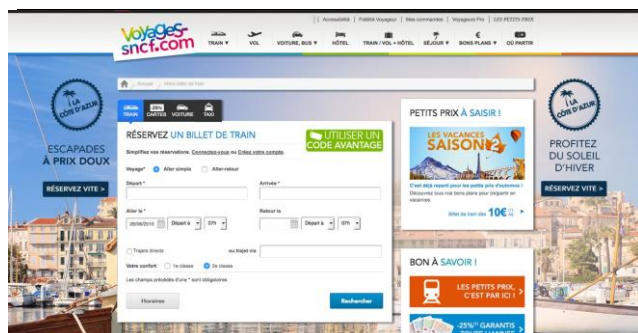
Le 17 mars 2016

Sophie Brugerolles - Tel : 04.93.37.78.78 – [s.brugerolles@cotedazur-tourisme.com](mailto:s.brugerolles@cotedazur-tourisme.com)  
[www.cotedazur-tourisme.com](http://www.cotedazur-tourisme.com)

Actualité Tourisme :

## PROFITEZ DU SOLEIL D'HIVER :

### UN PARTENARIAT AVEC VOYAGES-SNCF.COM QUI FAIT GAGNER LA DESTINATION CÔTE D'AZUR !



Particulièrement touchée par les intempéries d'octobre puis fragilisée par l'actualité des attaques sur Paris et la France, la Côte d'Azur se devait, sous l'impulsion de David Lisnard, Président du Comité Régional du Tourisme (CRT) Côte d'Azur, d'affirmer sa capacité à réagir rapidement et à positiver, en révélant à ses visiteurs une destination touristique rassurante, fiable, festive et combien attractive.

Franck Gervais, Directeur Général de [Voyages-sncf.com](http://Voyages-sncf.com), a souhaité apporter son entière solidarité auprès de la Destination, et concrètement, a offert la visibilité du site Voyages-sncf.com, qui est le 1<sup>er</sup> site de e-commerce français, pour que simplement, les touristes reviennent le plus rapidement possible sur la Côte d'Azur. Ainsi, une campagne valorisant les escapades et idées week-end sous « **le soleil d'hiver de la Côte d'Azur** » a bénéficié du **1<sup>er</sup> au 20 décembre 2015 d'un puissant dispositif marketing** : page destination Côte d'Azur, offres commerciales associant le train et les hôtels, push dans les espaces marketing, habillage temporaire de la landing Train, newsletter dédiée Côte d'Azur adressée à 1,5 million d'abonnés, etc.

**Sur la période de la campagne, Voyages-sncf.com a réalisé une progression de +2% des ventes de billets de train à destination de la Côte d'Azur comparée à la même période de référence en 2014.** C'est un bon score si on considère le contexte post-attentats - tendance globale négative de la fréquentation en décembre pour SNCF et la destination Côte d'Azur.

**Les nuitées marchandes françaises ont ainsi augmenté de 5% en décembre 2015 sur la Côte d'Azur, le meilleur résultat pour ce mois depuis 2009**, alors que la demande d'origine étrangère subissait le contrecoup des attentats, et s'inscrivait globalement en baisse de 11% en décembre.

Durant la même période, le CRT a proposé 25 jours de surprises aux clients du monde entier, autour d'une animation Calendrier de l'Avent sur sa page Facebook Côte d'Azur Tourisme. Cette opération – au-delà de son caractère fédérateur et partenarial très fort (38 partenaires de la destination associés) - a été une véritable réussite en termes de résultats mais surtout de visibilité de la destination sur la période des fêtes de fin d'année. Au total, près de **10.000 joueurs nationaux et internationaux (plus d'une vingtaine de marchés représentés) ont tenté leur chance entre le 1<sup>er</sup> et le 25 décembre 2015**, ce qui en fait le record de participation pour un jeu lancé sur les réseaux sociaux Côte d'Azur Tourisme.

**« On peut donc considérer que ces campagnes ont fortement contribué à atténuer l'effet des inondations et des attentats sur la destination Côte d'Azur », se réjouit David Lisnard soutenu par Franck Gervais, qui ajoute : « Nous nous réjouissons de constater que nos efforts conjoints portent leurs fruits pour favoriser le tourisme sur la Côte d'Azur. »**

En 2016, le partenariat très fort sera amplifié entre [Voyages-sncf.com](http://Voyages-sncf.com) (**premier site marchand du tourisme français avec 12 millions de visiteurs uniques par mois**) et la **destination Côte d'Azur (deuxième destination touristique internationale après Paris avec 20 millions de visiteurs chaque année)**, pour rendre plus visible la destination

azur enne aupr es de tout le public français, mais aussi sur 14 des sites web en Europe et 23 sites web Overseas de Voyages-sncf.com, pour attirer encore davantage de clientèle étrangère sur la Côte d'Azur.