



April 2017

## Côte d'Azur på plakaten i Skandinavia - Roséaften med Côte d'Azur -

"2017 er et avgjørende år for reiselivsnæringen. Vi må mobilisere oss kollektivt mye mer enn noensinne for å kunne styrke oppsvinget. Den franske regjeringen har, under ledelse av Jean-Marc Ayrault og Matthias Fekl, gitt Atout France ekstra ressurser; i alt 5 millioner i 2016 og 10 millioner i år. Dette gir oss muligheten til å forfølge en ambisiøs innsats for å støtte franske destinasjoner, herunder Côte d'Azur" uttaler Christian MANTEI, administrerende direktør i Atout France.

I Skandinavia har det nettopp blitt avholdt workshops og etterfølgende middag for reiselivsbransjen, med 16 utstillere som omfatter **Turistkontorer:** Côte d'Azur, Antibes Juan-les-Pins, Cannes, Bay of Saint-Tropez, Mougins, Nice og Villeneuve-Loubet, **Incoming:** Monde sans Frontière, Innevents, Laventeli, **Hoteller:** Hotel Carlton 5\*, Hotel Ellington 4\*, 3A Hotels la Collection 4\*, Hotel Welcome 4\*, Hotel Montaigne & Spa 4\* og BeachComber French Riviera Hotel 4\*.

**SISTE NYTT:** Andelen skandinaviske besøkende på hoteller og hotelleiligheter på Côte d'Azur i januar og februar 2017 har steget med 38% sammenlignet med samme periode i fjor. De enkelte har opplevd følgende utvikling:

Danmark opp 37%, Sverige opp 13%, Finland opp 140%, mens Norge ligger på samme nivå som i 2016.

Etter workshopen ble deltagerne invitert på en gastronomisk middag tilberedt av kjøkkensjefen **Laurent Bunel** fra Intercontinental **Carlton Hotel i Cannes**, som var med rundt i Skandinavia for å varte opp gjestene. Til middagen ble det servert rosévin fra Sør-Frankrike.

Turister på Côte d'Azur fra Skandinavia var i 2016 på 5. plass, etter Storbritannia/Irland (16%), Italia (12%), USA (11%) og Tyskland (8%). I alt var 7% av Côte d'Azurs gjester fra Skandinavia – en liten stigning på 0,5% jamført med året før.

Utover workshopen er det for øyeblikket en kampanje i samarbeid med DTF Travel i Danmark og Sembo i Norge og Sverige: nyhetsbrev, native og display-annonser, bannere og Facebook-innlegg er på plass for å øke oppmerksomheten på Côte d'Azur som destinasjon og forhåpentligvis øke salget.

Kampanjen varer frem til slutten av mai.

Vi har også en kampanje med E-traveli i Norge og Sverige i april, der 900 000 abonnenter får nyhetsbrev. Vi har en bannerkampanje i samarbeid med Norwegian, med minisites med Côte d'Azur på alle E-travelis merkevarer.



Pressekontakt Atout France

Sissel Dahl- 99 50 42 24 – [sissel.dahl@atout-france.fr](mailto:sissel.dahl@atout-france.fr)