

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Cannes, le 20 mars 2024

En opération séduction à Londres, Cannes donne rendez-vous aux Anglais

Après l'affichage digital en automne 2023 à Paris la Défense pendant 3 semaines et à l'aéroport Nice-Côte d'Azur pendant 2 semaines, accompagné de publicité en ligne et sur les réseaux sociaux, la campagne « Rendez-vous à Cannes » poursuit la deuxième phase de son dispositif au printemps 2024 en ciblant exclusivement le marché UK.

« L'histoire de Cannes est intimement liée à celle de l'Angleterre. L'attachement des britanniques à notre ville remonte à plusieurs décennies, tissant ainsi une relation durable et profonde. Chaque année, nous nous efforçons de renforcer l'attrait de notre territoire en mettant en valeur son riche patrimoine culturel et naturel. Nous entreprenons également de nombreux travaux de rénovation et d'embellissement dans tous les quartiers de la ville pour la rendre toujours plus agréable et attractive. En outre, nous menons de nombreuses actions de communication ciblées, notamment auprès de la clientèle britannique avec laquelle nous entretenons un lien exceptionnel. Nos efforts sont continuellement déployés pour accueillir chaleureusement ceux qui ont le privilège de découvrir le charme intemporel de Cannes. Cette relation privilégiée avec les Britanniques perdure, contribuant à faire de Cannes une destination touristique incontournable sur le marché UK. Nous sommes déterminés à préserver et à enrichir cette connexion spéciale avec les Anglais. »

David Lisnard, Maire de Cannes

« Les équipes du Palais des Festivals et des Congrès se mobilisent au quotidien pour développer l'économie du tourisme 12 mois sur 12. Nous engageons un dispositif de communication ambitieux à travers la campagne « Rendez-vous à Cannes » et par la création d'un réseau d'ambassadeurs, « les talents cannois ». Pendant deux semaines, la destination s'affiche à Londres pour donner rendez-vous à Cannes aux britanniques que nous avons hâte d'accueillir. »

Jean-Michel Arnaud, Président du Palais des Festivals et des Congrès de Cannes

« Le Syndicat des Hôteliers de Cannes et Bassin Cannois a travaillé de concert avec la SEMEC afin d'élaborer des actions promotionnelles d'envergure sur certains marchés pour 2024. Le marché britannique représente un potentiel de clients appréciés par nos hôteliers : ce sont des clients pour toutes les catégories d'établissements de l'hôtel de luxe sur La Croisette à l'hôtel de charme au cœur de la ville. Ce sont des visiteurs qui peuvent choisir un court séjour grâce à l'offre aérienne en place à Nice ou décider de passer leurs vacances et prendre davantage de temps pour découvrir Cannes.

Traditionnellement, la clientèle britannique choisit les ailes de saison et à ce titre, nous avons soutenu les campagnes de la SEMEC par des offres attractives en termes de tarification. Ces dernières années ont été difficiles mais la « love story » entre Cannes et les anglais est plus forte que tout ! »

Christine Welter, Présidente du Syndicat des Hôteliers de Cannes et du Bassin Cannois

Cannes et Les Anglais, une romance intemporelle

L'histoire d'amour entre Cannes et les Anglais ne date pas d'hier. En 1834, Lord Henry Brougham, homme politique et écrivain anglais, tombe amoureux de Cannes en découvrant ce qui était alors un petit village de pêcheurs. Il décide de s'y installer, construisant la première villa de villégiature dans le quartier de la Croix-des-Gardes. Cette décision marque le début d'une relation durable entre Cannes et les britanniques, attirant de nombreux membres de l'aristocratie anglaise par la suite.

Cette affinité historique a contribué à faire de Cannes une destination prisée par les visiteurs britanniques, avec plus de 60 000 nuitées enregistrées par an dans les hôtels cannois dès 2014. Cette relation inconditionnelle perdure au fil des années, se traduisant par une présence significative des visiteurs britanniques et irlandais dans les hôtels cannois, représentant 13% des nuitées étrangères en 2023, avec une durée moyenne de séjour de 2,75 nuits. De plus, pour les séjours avion, incluant tous les types d'hébergement, la part des Britanniques-Irlandais a augmenté, passant de 20,2% en 2014 à 22% en moyenne de 2022 à 2023, avec une durée moyenne de séjour de 6,5 nuits. (*)

Cannes et les Anglais entretiennent donc une relation d'affection de longue date, soulignant ainsi l'importance cruciale de la clientèle britannique pour la destination.

(*) Ces chiffres sont issus des tableaux du Touriscope du CRT Côte d'Azur

Cannes s'affiche désormais à Londres

La campagne « Rendez-vous à Cannes » se poursuit avec de nouveaux visuels et s'affiche au cœur de Londres pendant 2 semaines (du 11 au 24 mars 2024).

Cette campagne de notoriété se développe également à travers une campagne social-media via les comptes Instagram et Facebook officiels de la destination Cannes à travers des Reels et des stories.

Deux campagnes de conversion (*) sur le marché UK

Afin d'attirer un maximum de clientèle britannique à Cannes, le Palais des Festivals et des Congrès, en charge de la promotion de la destination, a entrepris deux campagnes de conversion sur le marché UK :

- Une campagne de conversion avec [expedia.co.uk](https://www.expedia.co.uk) pendant 4 mois (du 7 février au 15 juin 2024) sur une offre qui propose auprès de 40 hôtels cannois engagés jusqu'à -20% par nuitée.
- Une campagne de conversion avec [lastminute.com](https://www.lastminute.com) en partenariat avec le CRT Côte d'Azur sur les périodes de février-mars-avril 2024.

(*) Une campagne de conversion est une stratégie marketing spécifique axée sur la conversion d'un public cible en clients réels. La conversion se produit lorsque les personnes effectuent une action souhaitée, telle que l'achat d'un produit, la souscription à un service, le téléchargement d'une application, ou toute autre action spécifique que l'annonceur souhaite que les utilisateurs accomplissent.

L'objectif principal d'une campagne de conversion est de maximiser le taux de conversion, c'est-à-dire le pourcentage de personnes qui passent de simples visiteurs à des clients ou utilisateurs effectifs.

Dans ces deux cas précis, il s'agit de cibler la clientèle britannique à effectuer une réservation hôtelière sur Cannes à travers le site [expedia.co.uk](https://www.expedia.co.uk) et celui de [lastminute.com](https://www.lastminute.com).

Retrouvez le clip de Rendez-vous à Cannes



CONTACT PRESSE

Blandine Dugenetay - T | : 04 92 99 84 45 - dugenetay@palaisdesfestivals.com
Margaux Lécluse - T | : 04 92 99 31 67 - lecluse@palaisdesfestivals.com

