

Communiqué de Presse
Cannes, le 26 novembre 2021

Cannes, lauréate aux Trophées de la Communication pour sa campagne de relance 2021 « sélection officielle pour vos vacances »



Cannes est lauréate avec sa campagne de relance 2021 dans la catégorie « meilleure campagne de publicité réalisée par un organisme public » des Trophées de la communication 2021, concours de référence en la matière.

Depuis 20 ans, ils sont organisés par une association indépendante et récompensent les meilleures actions de communication et les meilleurs communicants du service public et du monde de l'entreprise.

Cette campagne de relance a été mise en place au printemps 2021 à l'annonce du plan de déconfinement, pour générer des retombées économiques pour les professionnels du tourisme.

Pour relancer l'activité touristique, Cannes a fait son cinéma !

Les équipes de la ville de Cannes et du Palais des Festivals et des Congrès ont élaboré une campagne créative autour du cinéma pour promouvoir la destination Cannes auprès du marché français.

Dans cette année exceptionnelle sans festival au mois de mai (il s'est tenu exceptionnellement en juillet), elles ont choisi de proposer « une sélection officielle » d'affiches inspirées de titres de films originaux et de vivre des expériences de vacances inédites.

Chacune est composée d'une photo authentique de la ville avec une personne en situation d'expérience et un titre de film détourné faisant référence à de **grands classiques du 7^e art**. Chaque visuel valorise l'un des atouts de la destination : les grands espaces et la nature, la culture, des animations familiales, la plage et les activités balnéaires...

L'objectif était de susciter l'envie de venir séjourner à Cannes grâce à la beauté des visuels et l'humour du message !

Ce plan de relance proposait des produits concrets et réservables en ligne : offres hôtelières, packages, expériences de loisirs, et des événements inédits qui résultent de la concertation

entre les socioprofessionnels cannois dans le cadre de « Cannes Résilience » (*). L'originalité était de proposer des offres de séjour attractives dès le 1^{er} mai 2021 pour favoriser la reprise de la consommation touristique.

Une campagne de relance efficace

Les Trophées de la Communication 2021 viennent récompenser cette campagne de relance originale pour la destination Cannes. Au-delà de l'image, elle a permis concrètement de renforcer le nombre de réservations pour les hébergements et pour les expériences de loisirs, sur les mois de mai et de juin grâce à un dispositif d'activation digitale.

Ce succès peut se révéler en quelques chiffres :

- + 4,2 millions de personnes directement touchées par les médias et les actions de communication « social média » ;
- Près de 7 000 nuitées générées avec Expédia ;
- +1,2 million de chiffre d'affaires généré par Expédia dont 474 000 directement par la campagne display.

(*) *Cannes Résilience est une démarche de concertation avec les socioprofessionnels cannois pour relancer le tourisme d'affaires et de loisirs suite à la pandémie de la Covid-19.*

CONTACTS PRESSE

Blandine Dugenetay - Tel : 04 92 99 84 45 - dugenetay@palaisdesfestivals.com

Margaux Lécluse - Tel : 04 92 99 31 67 – lecluse@palaisdesfestivals.com