



DES AWARDS REGIONAUX POUR RECOMPENSER LES PROS DU TOURISME PLEBISCITES PAR LEURS CLIENTS

Content is king ! Depuis plusieurs années maintenant, un contenu bien ciblé et de qualité constitue la pierre angulaire d'une stratégie de communication réussie. Maîtriser le fonctionnement et les codes du community management, du marketing d'influence, de la production multimédia ou du référencement naturel est indispensable aux professionnels du tourisme pour fidéliser et surtout séduire de nouveaux clients. Institutionnels, community managers, freelances, agences... ils ont été très nombreux à participer, les 29 et 30 septembre à Mandelieu-la-Napoule, à **CM On The Beach**, l'unique événement content marketing et numérique dédié au tourisme, dont la **Région Sud** et le **CRT** sont partenaires.

« En Provence-Alpes-Côte d'Azur, le printemps et la saison estivale ont été très réussis. Dans un contexte de reprise ultra-concurrentiel, il est indispensable, pour les professionnels du tourisme, d'être au fait des dernières tendances en termes de contenu, un levier puissant et indispensable au service de leur image et de leur rayonnement, qui leur permet de se différencier », déclare François de Canson, le Président du CRT.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Concrètement, CM On The Beach, c'est quoi ? Pendant deux jours, les pros du tourisme ont consolidé leurs connaissances, en ont acquis de nouvelles et étoffé leur réseau, via 44 ateliers et conférences. Quelques exemples : « *Tiktok, intérêt et usage pour le tourisme* », « *Valoriser sa destination pour mieux vendre son offre* », « *Le top du matos pour un bon contenu multimédia* ». Quelques pointures de la communication touristique sur le web étaient présentes pour partager leurs expertise (Thomas Yung, expert en e-reputation et fondateur de My Hotel Réputation ; Jonathan Noble, CEO de Swello ; Laurent Bourrely, expert en SEO ou encore Nicolas de Dianous, directeur associé de We Like Travel). Le tout s'est déroulé dans une ambiance très conviviale, avec deux soirées d'échange et de détente au bord de l'eau.

Consultez [le programme complet de CM On The Beach](#)

CM On The Beach a été organisé en partenariat avec le CRT car cet événement s'inscrit parfaitement dans ses missions : soutenir l'économie touristique de Provence-Alpes-Côte d'Azur, notamment en accompagnant les professionnels du secteur. Cela passe par le développement ou le renforcement de leurs compétences en termes de content marketing et de numérique. Une communication efficace, c'est l'assurance de séduire de nouveaux clients et donc de contribuer au dynamisme du tourisme en région Sud (secteur qui représente 13% du PIB et 140.000 emplois non-délocalisables). Par ailleurs, le contenu est devenu un pilier central de l'écosystème digital régional piloté par le CRT comme l'illustre bien [cet article](#), publié sur le blog de #CMOnTheBeach.

CM On The Beach a aussi été l'occasion de lancer les premiers trophées de l'e-réputation, **#AwardsOnTheBeach**, décernés par le CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur. Aujourd'hui, les avis clients sont en enjeu clé pour l'image d'un établissement : d'après une étude de l'agence BrightLocal, 87% des consommateurs ont consulté des avis en ligne en 2020 ! Pour sélectionner les vainqueurs, [le CRT s'est appuyé sur l'outil Fairquest](#), proposé par la société Raccourci. **Fairquest** établit des correspondances entre APIDAE, une base de données des objets touristiques, et les principaux providers d'avis (plus d'une vingtaine de plateforme dont Booking, Google ou Tripadvisor) ; cela permet de récupérer les avis d'un établissement. Au total, plus de 6000 prestataires touristiques de la région sont suivis via cet outil. Les gagnants sont ceux qui ont obtenu la meilleure note sur la période du 1er septembre 2019 au 1er septembre 2021. La sélection se fait parmi les établissements ayant un minimum de 50 ou 100 avis selon les catégories.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Pour cette première édition des #AwardsOnTheBeach, les trophées de l'e-reputation ont été décernés à :

- **Camping Le Vallon du Luberon**** à Bonnieux (84), dans la catégorie « camping entrée de gamme »
- **Camping la Ferme Riola***** à Contes (06), dans la catégorie « camping milieu de gamme »
- **Camping Yellow Village Etoile des Neiges******* à Montclar (04), dans la catégorie « camping haut de gamme »
- **Hôtel l'Escapade** au Lavandou (83)**, dans la catégorie « hôtel entrée de gamme »
- **Le Petit Hôtel*** à Saint-Rémy-de-Provence (13)**, dans la catégorie « hôtel milieu de gamme »
- **Hôtel La Bastide Biot****** à Biot (06), dans la catégorie « hôtel haut de gamme »
- **La Villa Sévigné** à Gréoux-les-Bains (04), dans la catégorie « résidence de tourisme »
- **L'Auberge des Braconniers** à Ampus (83), dans la catégorie « Bistrots de Pays »
- **Le Restaurant la Flibuste** à Villeneuve-Loubet (06), dans la catégorie « Restaurant Gastronomique »
- **Le Fondation Villa Datris** à l'Isle-sur-la-Sorgue (84), dans la catégorie « art moderne et contemporain »
- **Apiland** à Rousset (05), dans la catégorie « site de visite d'entreprises »
- **Le Golf de Pont Royal** à Mallemort (13), dans la catégorie « golf »
- **L'Office de Tourisme de Saint-Paul-de-Vence (06)**, dans la catégorie « Office de Tourisme ».

En complément, 3 « grand prix » par destination - Provence, Alpes et Côte d'Azur - ont été remis aux meilleurs hébergements (tous types confondus) :

- **Domaine des Carmes** au Thor (84), pour le grand prix « Provence »

L'établissement ayant fermé en septembre, l'Award a été décerné au deuxième du classement :

- **Le Mas des Carrassins** à Saint-Rémy-de-Provence (13)
- **Hôtellerie Les Olivades** à Gap, (05), pour le grand prix « Alpes »
- **Hôtel de Provence** à Cannes, (06), pour le grand prix « Côte d'Azur ».

Félicitations à eux !

Et Bienvenue en Provence-Alpes-Côte d'Azur

CONTACT PRESSE

Audrey SALOR

07.86.5942.84

a.salor@provence-alpes-cotedazur.com

A PROPOS DU COMITE REGIONAL DE TOURISME PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

Le Comité Régional de Tourisme assure une démarche de promotion et de communication à destination des clients internationaux et français afin de soutenir l'économie touristique de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, en lien avec ses professionnels du tourisme. Rendre visibles nos destinations à l'international, promouvoir des destinations compétitives et créer du lien avec nos clients, sont les 3 objectifs qui orientent l'action du CRT, tant en direction du grand public, des organisateurs de voyages que des médias. La stratégie développée autour des 3 marques Monde Provence, Alpes et Côte d'Azur, constitue la pierre angulaire des dispositifs marketing mis en œuvre par le CRT depuis plusieurs années. Orientée client, basée sur une gouvernance spécifique à chaque marque et la mutualisation de moyens, elle monte résolument en puissance.