Programme opérationnel de coopération transfrontalière
ALCOTRA Italie - France 2014/2020

PROJET JARDIVAL

Valorisation des Jardins de la Riviera franco-italienne

Séminaire transfrontalier
sur
« La mise en tourisme des jardins de la Côte d'Azur et de la Riviera italienne »

A Menton, Villa Maria Serena,
Le 29 septembre 2016 – 9h à 16h

ORDRE DU JOUR :

9h00 - Accueil, café et découverte des produits mentonnais à base de citron de Menton
9h30 - PLENIERE
Ouverture et présentation de « Jardival » et du Festival des Jardins de la Côte d'Azur 2017
10h30-13h - ATELIERS
ATELIER 1 (1er étage)
Contenu et calendrier des animations de la partie « off » du Festival des Jardins 2017
ATELIER 2 (rez-de-chaussée)
Contenus pédagogiques et adaptés des visites de jardins
Outils et technologies innovants pour la découverte des jardins
13h-14h30 : DEJEUNER ET VISITE
Cocktail déjeunatoire et visite guidée du Jardin Maria Serena
14h30 – 15h30 : PLENIERE DE SYNTHESE DES ATELIERS

COMPTE-RENDU REUNION PLENIERE

Ce séminaire collaboratif répond à un triple objectif :

- Faire un état des lieux de l'offre touristique « jardins » de notre territoire ;
- Mettre en commun et valoriser les savoir-faire de chacun ;
- Préparer la partie OFF du premier Festival des Jardins de la Côte d'Azur qui se tiendra du 1er avril au 1er mai 2017.

Présentation de "Jardival" et du Festival des Jardins de la Côte d'Azur 2017

Ouverture et présentation de « Jardival » et du Festival des Jardins de la Côte d'Azur 2017 par Claire Behar, chef du Service Economie et tourisme du Département des Alpes-Maritimes : voir présentations Annexes 1 et 2.

Présentation du projet de rénovation de Maria Serena par Franck Roturier, Directeur du Service des espaces verts Ville de Menton.

Présentation des produits et séjours touristiques des jardins de la Côte d'Azur par Manuel Harbreteau du CRT Côte d'Azur – Roberta Glorio de l'Agence de promotion de la Ligurie : voir présentations Annexes 3 et 4.

Atelier 1 : Animations pour le festival OFF
Relevé de décisions

Atelier animé par Nathalie Attia, Département des Alpes-Maritimes et Camille Allard, PME Events.

L'atelier commence par la présentation par Madame Moreau, adjointe au cadre de vie à la Ville de Nice, du projet de la Ville de Nice.
Après une concertation des services, et sur la base du volontariat, la ville a décidé d'installer un jardin éphémère de 1500m2, hors concours, à proximité des jardins du Festival IN (jardin Albert I°, centre ville). Sur cette installation, on découvrira un cheminement au travers des sensations de Tranquillité / Surprise / Mystère / Joie.

Tout sera mis en œuvre pour que le projet ne coûte pas à la ville : le service événementiel récupérera et réutilisera tout ce qui pourra l'être.
La mise en place de cette manifestation suscite un réel engouement des agents car il met en lumière les savoir-faire présents dans la collectivité.

En parallèle, un programme d'animations sera proposé sur les 5 week-ends, chaque week-end portant une thématique :
1- autour du 1° avril et de la détente au jardin
2- autour de la biodiversité
3- autour de l'arrière pays niçois
4- autour des espaces verts
5- autour du 1er mai et du muguet avec une clôture en lien avec le Département.
A nouveau, tout est mis en œuvre pour limiter les dépenses : travail avec les associations locales, partenariat avec les entreprises du secteur du tourisme comme le petit train…

Puis chacun propose ses idées d'animations parmi lesquelles :

- Visites de jardins privés habituellement fermés au public
- Création d'une page web dédiée au festival avec lien vers les hébergements ayant un jardin intéressant (Gîtes de France)
- Interventions d'apiculteurs, célébration des 10 ans des jardins, fête du miel (Mouans-Sartoux, MIP)
- Animations Ville d'Art et d'Histoire (Grasse, autour du canal de la Siagne)
- Nouvelles méthodes d'élagage (Grasse, Domaine de la Mouissone)
- Atelier taille de pierre (La Roya, La Brigue)
- Cueillette de citrons, citronnade (Menton, la Citronneraie)
- Dégustation de fleurs comestibles (Nice, CREAT)
- Spectacle de la compagnie BAL, workshop sur l'architecture et le végétal, Land Art (Nice, Villa Arson)
- Atelier découverte de la biodiversité (La Gaude, Jardin de l'Argelière)
- Concert (Eze, Jardin exotique)
- Concours de photo, expo photo, cinéma en plein air dans un jardin, visites sur le même modèle que les « journées méditerranéennes » (Menton, Office du tourisme)

Finalement, il faut retenir que :

- **Dès lors que le Département en aura connaissance, toutes les animations proposées seront mises au programme officiel, qu'elles soient des initiatives venant du public ou du privé, qu'elles soient inédites ou qu'elles existent déjà, qu'elles soient gratuites ou payantes.**
- Le Département réalisera un flyer du festival qui reprendra l'essentiel des informations et qui sera distribué pendant tout le mois d'avril. Le site internet répertoriera également toutes les animations

prévues. Cela ne doit pas empêcher les communes de faire leur propre document pour assurer la promotion des animations sur leur territoire.

- Chacun est libre de proposer des animations à ses conditions. Mais pour assurer un bon flux entre les communes et les différents sites, il peut être intéressant de réfléchir à des binômes par exemple, pour faire de l'autopromotion : un propriétaire de jardin privé pourrait faire une petite animation dans un jardin public pour renvoyer les visiteurs vers son jardin et inversement.
- Un festival à l'échelle d'un département, c'est inédit : aussi il n'y a aucun inconvénient à voir programmer dans une même ville le même type d'animation sur des sites différents. En effet, plus il y aura d'animations et plus les visiteurs auront le sentiment d'être au cœur d'un festival. Comme c'est un vaste territoire, on pourrait passer à côté de l'ambiance si il n'y a qu'un concert ou qu'un spectacle de rue…
- Les publics visés sont larges : grand public, locaux et touristes, seniors, handicapés, scolaires, étudiants et professionnels de la filière. Cela ouvre de larges possibilités et notamment celles de prévoir des animations assez pointues pour les visiteurs avertis (conférences, workshop…)
- Il s'agit d'un Festival sur la Côte d'Azur : ne pas hésiter à jouer sur le côté identitaire, c'est pour cela que la thématique des sens a été retenue. Mettre en avant ce qui fait la Côte d'Azur : agrumes, fleurs à parfum, villas, végétation de bord de mer…
- Toujours penser à la photogénie de ce que nous faisons : plus les gens prendront des photos et les diffuseront sur les réseaux, plus nous aurons de visibilité, plus les gens viendront voir dès cette année, et plus ce sera facile pour la prochaine édition (éventuellement dans 2 ans, à confirmer selon succès de cette édition).

Tout ce qui sera connu avant le 9 novembre pourra être communiqué lors de la conférence de presse prévue à Paris, mais les propositions peuvent arriver jusqu'à un J-1mois pour être insérées dans le programme officiel.

Cet événement est créé pour dynamiser le tourisme à cette période plus calme, participe au plan de relance de la Côte d'Azur, aussi chacun doit pouvoir bénéficier de la communication globale.

Atelier 2
Contenus pédagogiques et adaptés des visites de jardins
Outils et technologies innovants pour la découverte des jardins

Atelier animé par Claire Behar, Patricia Floridi, Jean-Louis Garac, Département des Alpes-Maritimes

Présentation des actions menées par le Département pour la valorisation des jardins de la Côte d'Azur :

- ✓ Rappel de la mise en valeur de la route des jardins sur le site du Conseil départemental et des pages consacrées aux jardins selon les trois thématiques : les beaux jardins et leurs villas, les musées et leurs jardins, les sites à découvrir : https://www.departement06.fr/envie-de-nature/la-route-des-jardins-2071.html
- ✓ Un projet de guide numérique sur « la Route des jardins » avec de nouvelles présentations, photos et contenu et sélections de jardins sera disponible prochainement.

- ✓ Rappel des démarches mises en place dans le cadre de Jardival : accompagnement à la qualification Qualité Tourisme pour 14 structures (sites et jardins) et réalisation de 9 audits de jardins réalisés par un architecte paysagiste comportant un état des lieux accompagnés de préconisations. Ces points d'amélioration portent sur l'accueil, la signalétique, la promotion et communication, les accès, etc.

Présentation de contenus pédagogiques et de trois expériences d'outils innovants

- ✓ Jardins du Musée International de la Parfumerie (MIP) à Mouans-Sartoux : M. Christophe Mege, Chef jardinier et Audrey Gallina, chargée d'événementiel : les jardins du MIP mettent à disposition du public un livret (pour une visite libre) détaillant les variétés florales à découvrir, il y a cependant toujours un jardinier sur place qui peut aider les visiteurs à comprendre et à découvrir les essences produites, leurs spécificités et le milieu (insectes, animaux) que l'on peut y rencontrer. Cette présence d'un professionnel des jardins permet un véritable échange avec les visiteurs intéressés et une meilleure compréhension de la flore cultivée. Un pass permet de revenir plusieurs fois au fil des saisons. A noter que le MIP participe à différentes animations tout au long de l'année : troc de plantes, Fête de la Nature etc. Pour ce qui est de la visite guidée par des animatrices (1 fois par semaine), le parcours de découvertes se fait avec des fiches de présentation montrant la floraison de la plante, des extraits d'essence et la possibilité aussi de toucher, sentir, et goûter les différentes variétés cultivées. On privilégie ainsi les échanges avec le public et les causeries autour des émotions, souvenirs, évocations associées à chaque goût et parfum (cf une variété de cosmos qui évoque le cacao). Une plaquette « Médiation culturelle pour les groupes (2016-2017) » a été distribuée : http://www.museesdegrasse.com/jmip/presentation
  Contacts : Christophe MEGE - cmege@paysdegrasse.fr
  Audrey GALLINA - agallina@paysdegrasse.fr

- ✓ Jardin exotique d'Èze : M. Christian Fighiera, Conseiller municipal aux espaces verts et M. Stéphane Cassus, Responsable du service des espaces verts. Le jardin exotique d'Eze d'une surface de 7000 m^2 a été entièrement restauré ces dernières années. Il est devenu « Jardin Remarquable ». Afin de faciliter la découverte des plantes, leur provenance, leur spécificité, leur date de floraison, un système de QR codes a été mis en place sur chaque plante grasse. Il permet à chaque visiteur, une fois l'application téléchargée, d'identifier la plante et de découvrir son histoire et ses caractéristiques. Des photos montrent la plante selon les saisons. Ce système

simple et efficace permet de renvoyer la fiche d'une plante par courriel, et de la partager sur un réseau social. Le coût de cette installation a été de 10 000 € environ et le coût de maintenance du site qui est consacré au jardin exotique de 100€/an. Il y a toutefois un long travail de préparation pour établir la fiche de la plante, des photos à réaliser, mais une fois celle-ci effectuée le système enregistre avec un QR code particulier le nom de la plante. La modification des informations est gérée par la commune et il est prévu prochainement une traduction en anglais et dans un second temps en Italien du site. Il suffira ensuite de faire réaliser une étiquette à positionner à côté de la plante. Le public peut retrouver facilement le positionnement des différentes espèces sur la surface du jardin et se guider en conséquence : http://www.jardinexotique-eze.fr/
A noter que des visites guidées du jardin sont également couplées avec la visite du village médiéval.
Contact : Stéphane CASSUS – espacesverts@ville-eze.fr

- ✓ Jardins de la Villa Éphrussi de Rothschild : M. Bruno Henri-Rousseau, Directeur. Le jardin est un « Jardin Remarquable » qui connait un très grand nombre de visiteurs par an : 160 000. Il s'agit ici d'un jardin témoignage de la Belle Époque qui joue plutôt sur le rôle d'agréments que les différents jardins thématiques de la propriété peuvent offrir en faisant découvrir aux visiteurs des effets de masses florales, des perspectives et des paysages uniques. Ce jardin a mis au point une application téléchargeable sur site Internet pour Iphone et Ipad depuis deux ans, permettant de découvrir la villa-musée et les extérieurs et de partager sur les réseaux sociaux en croissance constante. Cependant les téléchargements tournent autour de 12 000/an, ce qui ne représente que 7,5% des visiteurs ! Le jardin souhaite proposer aux visiteurs un moment d'évasion et de rêve, en offrant un spectacle exceptionnel. L'application sur les jardins semble moins pertinente ici, car on est immergé dans un monde hors du commun. A noter que la Fondation fait de nombreuses animations et participe aux événements comme la fête des roses et des plantes ; on trouve des animations pour enfants, avec remise d'un livret à l'entrée permettant d'apprendre, sentir et partager et également un pack « Dimanche au jardin » avec brunch, concert, et discussion/conseils avec un jardinier. Un billet combiné valable un mois avec le jardin exotique d'Eze existe également. http://www.villa-ephrussi.com/
  Contact : Bruno HENRI-ROUSSEAU - bruno.henri-rousseau@villa-ephrussi.com

- ✓ Parc Phoénix : M. Marc Rougeot, Direction des Systèmes d'Information de la Métropole de Nice Côte d'Azur. La Métropole a souhaité mettre en place des systèmes de balises (E-Beacon) sur le Parc Phoenix. Depuis deux ans, 14 balises (autoalimentées d'une durée entre 1 et 2 ans) sont réparties sur le site du parc et permettent, après téléchargement d'une application spéciale et activation du bluetooth, de recevoir sur Apple ou Android et dès que l'on passe devant une balise, des messages et photos sur les variétés, animaux compris, que l'on peut rencontrer sur le parc. Cependant, faute d'une communication suffisante à l'entrée du parc, on compte peu de téléchargements sur cette période de test (1600). Le coût de cette installation tourne autour de 8000€. http://www.parc-phoenix.org/
  Contact : Marc ROUGEOT – marc.rougeot@nicecotedazur.org

En conclusion, il ressort que les applications numériques qui peuvent être proposées ne remplacent en rien le contact direct avec le public et les échanges avec les professionnels du jardin capables de répondre à l'attente des touristes et de réaliser une véritable animation participative. Toutefois les systèmes de QR codes ou beacon demeurent interessants et faciles à gérer pour les collectivités ou les jardins et permettent de capitaliser sur la visite du jardin en disposant des fiches des plantes sur ses propres outils de communication. Il est aussi intéressant de souligner les possibilités de travail et de communication entre différents jardins : billets groupés, échanges, partages etc.

Annnexe 1

« La mise en tourisme des jardins de la Côte d'Azur et de la Riviera italienne »

Séminaire transfrontalier

Jeudi 29 septembre 2016
Villa Maria Serena
Menton

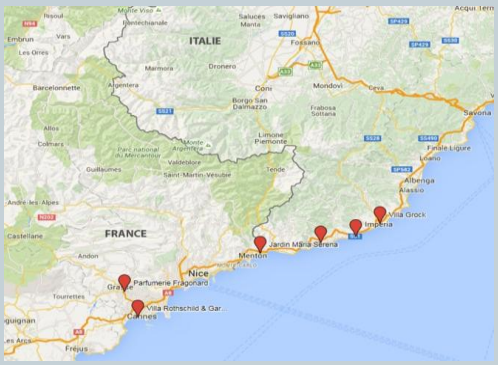
Ordre du jour

- Projet « Jardival » et Festival des Jardins de la Côte d'Azur
- Projet de rénovation du jardin Maria Serena dans le cadre du projet « Jardival »
- Produits et séjours touristiques des jardins de la Côte d'Azur
- Échanges avec la salle

Les partenaires du projet JARDIVAL

- Le **Département des Alpes-Maritimes**
- **6 propriétaires et gestionnaires de jardins remarquables** :
  Menton (Jardin Maria Serena),
  Cannes (Parc de la Villa Rothschild),
  Grasse (« Jardin des Plantes »),
  San Remo (Parc de la Villa Ormond),
  Costarainera (rénovation et accessibilité du Parc Novaro),
  Province d'Imperia (Jardin de la Villa Grock)
- **2 agences de développement et promotion touristique** :
  Comité Régional du Tourisme Côte d'Azur
  Agence de promotion In Liguria

Territoire du projet de coopération



Les deux axes du projet

1/ L'amélioration de l'accueil dans les sites et les jardins

- Aménagements et équipements des jardins et des bâtiments
- Mise en valeur et amélioration de l'accueil (confort, mise en sécurité, services)
- Outils d'information pédagogique et de médiation

➢ **Pour une meilleure satisfaction des visiteurs**

2/ Des actions coordonnées de promotion et de mise en tourisme des jardins pour attirer davantage les visiteurs extérieurs avec des animations et un événement d'envergure

➢ **Le « Festival des Jardins » au printemps 2017**

Annexe 2

GRASSE CANNES ANTIBES NICE MENTON

Festival des Jardins de la Côte d'Azur
1° avril au 1° Mai 2017

FESTIVAL DES JARDINS DE LA CÔTE D'AZUR

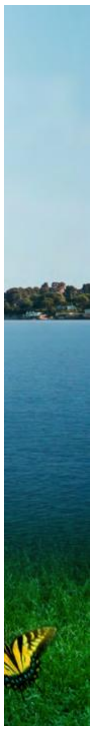
- 1ère édition : du 1° avril au 1° Mai 2017
- Un cadre et des financements européens à travers le projet de valorisation des jardins de la Côte d'Azur « Jardival »
- Un événement porté par le Département des Alpes-Maritimes en collaboration avec les communes partenaires (Nice, Cannes, Grasse, Menton, Antibes Juan-les-Pins) et le Comité régional du tourisme Côte d'Azur (CRT Côte d'Azur)
- Festival In : Concours de jardins éphémères
- Festival Off : Animations, happenings, Garden Party, concerts, marchés aux fleurs …

LES ENJEUX

Le Festival des Jardins de la Côte d'Azur est une initiative portée par le Président du Département des Alpes-Maritimes, **Eric Ciotti**, et le Président du CRT Côte d'Azur et Maire de Cannes, **David Lisnard.**

Les objectifs :

- Attirer une nouvelle clientèle, notamment étrangère, sur la thématique des jardins,
- Faire découvrir le patrimoine des parcs et jardins de la Côte d'Azur au plus grand nombre,
- Créer une animation événementielle sur l'ensemble du territoire à une période moins touristique,
- Montrer à un large public le savoir-faire des professionnels du paysage et de l'horticulture,
- Donner de nouvelles idées, lancer des tendances en matière de jardin.
- Contribuer au plan de relance du tourisme de la Côte d'Azur initié par le CRT Côte d'Azur.



LES CIBLES

Le Festival des Jardins s'adresse à un large public :

- **Grand public** : public local, public familial, public senior, passionnés de jardin et de botanique, public étranger notamment d'Europe du Nord à attirer pour des séjours sur la Côte d'Azur, en visite individuelle ou organisée,
- **Public scolaire**,
- **Étudiants** en écoles de paysage, d'architecture, de design, d'horticulture…,
- Les **professionnels du secteur**, les artistes, les paysagistes…

LA PRESSE EN PARLE

« La Côte d'Azur lance un festival des jardins dont la première édition se tiendra du 1er au 30 avril 2017, a annoncé vendredi le département des Alpes-Maritimes lors d'un point de presse à Nice. L'objectif, selon Éric Ciotti, président du conseil départemental, est "de révéler l'incroyable potentiel touristique de nos jardins tout en offrant au grand public un nouvel événement culturel emblématique". »

Le Figaro – 13 Mai 2016

"Nous voulons nous inspirer de ce qui marche", a indiqué David Lisnard, maire de Cannes et président du Comité régional du tourisme.

"La ville de Chaumont-sur-Loire a ainsi lancé son propre festival des jardins qui réunit 400.000 visiteurs. Pour nous, ce chiffre est un point bas, nous pouvons faire beaucoup plus", a-t-il ajouté.

Le Parisien – Mai 2016

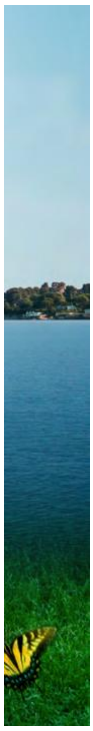
FESTIVAL IN

1re ÉDITION [L'éveil des sens]

- 10 jardins éphémères installés sur les plus beaux sites du département :
  - Villa Rothschild à Cannes
  - Places du Petit Puy et de l'Évêché à Grasse
  - Pinède Gould à Juan-les-Pins
  - Jardin Albert I° à Nice
  - Jardin Biovès à Menton
- Une thématique identitaire forte : **« L'éveil des sens »**
- Un comité de sélection garant de la qualité des projets présidé par le célèbre Architecte paysagiste **Jean Mus**
- Un jury prestigieux, un parrain dont le nom sera dévoilé prochainement
- 3 prix médiatiques : Prix du jury, Prix de la presse, Prix du public

FESTIVAL OFF

- Un week-end d'inauguration les 1° et 2 avril, avec une soirée prestigieuse au cours de laquelle les partenaires pourront inviter leurs meilleurs clients
- Un programme d'animations à destination des locaux et des touristes sur l'ensemble de la Côte d'Azur (dont Monaco et la Ligurie)
- Des jardins ouverts au public exceptionnellement
- Des conférences, happening, relayés sur les réseaux sociaux pour une visibilité à l'international…



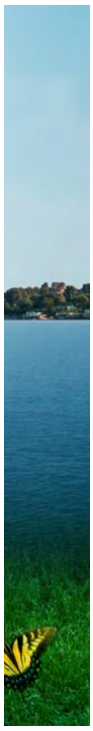
LES MOYENS

- Financement européen (Jardival) de 1,8 M€ dont 350 K€ sont consacrés à cet événement
- Un Plan média local et national d'envergure de la part du Département et du CRT Côte d'Azur
- 2 conférences de presse : une dédiée le 28 octobre 2016 au Département et l'autre le 9 novembre 2016 à Paris à l'occasion de la conférence de presse annuelle du CRT Côte d'Azur
- Des éductours en amont et pendant le Festival pour assurer la promotion de l'événement auprès de la presse et des influenceurs
- Une force de frappe sur les réseaux sociaux et des rendez-vous à l'international pour « vendre » l'événement (CRT Côte d'Azur)

ANIMATIONS

- Vous avez un savoir-faire dans le domaine du jardin, des plantes, du végétal au sens large ?
- Vous vous reconnaissez dans la thématique de « l'éveil des sens » ?
- Vous avez des connaissances que vous aimeriez partager avec le plus grand nombre ?
- Votre marque est emblématique de la Côte d'Azur ?

Proposez des animations, ateliers ou visites inédits que nous inscrirons au programme officiel du Festival



LA CÔTE D'AZUR, UN PATRIMOINE VÉGÉTAL REMARQUABLE À DÉCOUVRIR

« Les jardins de la Côte d'Azur, constituent un patrimoine botanique de premier ordre. Au XIXe siècle, de nombreuses espèces rapportées de voyages, y ont été acclimatées par les hivernants locaux passionnés de botanique. Ont ainsi été créés de fabuleux jardins désormais réputés dans toute la France, certains sont même labellisés jardins remarquables ».
Extérieur Design – Juillet 2016

VOS CONTACTS

Sophie Rochez
Chargée de mission Tourisme
Tel : +33 (0)4 89 04 28 06
+33 (6) 69 13 07 65
srochez@departement06.fr

Camille Allard
Consultante
Tel : +33 (0)6 46 33 41 19
c.allard@pmeevents.fr

Annexe 3

Produits et séjours touristiques sur les jardins de la Côte d'Azur

En préambule – Pourquoi la thématique « jardins »?

• Le climat spécifique de la région.

•La grande diversité de l'offre = disposer de jardins très variés. Les parcs et jardins font partie de l'offre culturelle, bien que de nombreux jardins privés soient fermés au public. Les autres, qui incluent les jardins exotiques de Monaco et d'Eze et le parc floral Phoenix à Nice, accueillent un nombre croissant de visiteurs. La tendance, excellente entre 1996 et 2007, reste positive sur le long terme malgré un reflux entre 2008 et 2010.

• L'histoire liée aux jardins : acclimatation, fleurs méditerranéennes, conservatoire de plantes à parfum, arboretum, histoire de passionnés & territoires…

• Un élément fort de valorisation de l'offre touristique.

• Une forte demande internationale = « clientèle de niche ».
Typologie de clientèles :

- Profil de groupes des séjours spécialisés :
Anglophones (UK – USA – Australie) – Seniors disposant du temps et de l'argent – Séjour d'une semaine – période : pendant les événements (ex. Fête du citron) – Avril – mai – juin. Dimension régionale forte. 7-8 jardins par séjour.
Forte intermédiation étrangère – Peu de réceptifs locaux.

- Pour les individuels passionnés de jardins :
Souvent des passionnés de jardins (lien évident avec architecture).
Un positionnement plutôt sur le haut de gamme.
Ex. 60% d'étrangers pour la villa Ephrussi de Rothschild (majoritairement des anglo saxons). N°4 des meilleures activités sur trip advisor.

DÉPARTEMENT DES ALPES-MARITIMES · Région Provence Alpes Côte d'Azur · COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME CÔTEDAZUR · jardival · This project is supported by the European Union

Produits et séjours touristiques sur les jardins de la Côte d'Azur

Le Festival des Jardins – 1ère édition (avril 2017)

1. **Une opportunité à saisir** pour un éclairage touristique sur cette thématique.

2. **La notion de renouvellement** essentielle de la marque **COTE D'AZUR** dans un contexte de séduction de nouvelles clientèles.

3. Une thématique véhiculant des **valeurs fortes** et vecteur d'attractivité : liées à la nature, durabilité, identité, histoire, événementiel culturel, le rêve… de la destination.

4. Pour le CRT Côte d'Azur : la mise en place de **nouveaux dispositifs de communication** selon une logique d'image et de placement de produits avec 4 objectifs marketing prioritaires : attirer une nouvelle clientèle – fidéliser et faire revenir la clientèle actuelle – désaisonnaliser la fréquentation touristique – améliorer son image.

DÉPARTEMENT DES ALPES-MARITIMES · Région Provence Alpes Côte d'Azur · COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME CÔTEDAZUR · jardival · This project is supported by the European Union

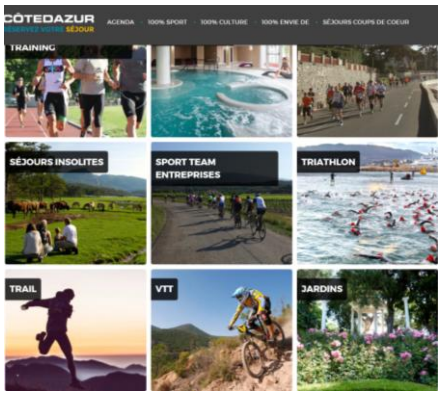
Produits et séjours touristiques sur les jardins de la Côte d'Azur

Les premiers résultats à transformer

❑ **Sur le site dédié « séjours » :**

www.cotedazur-sejours.com

- ✓ Un travail conséquent fourni sur la collecte & l'aide à la création de près de **20 offres « jardins » : séjours exclusivement jardins CA, séjours culture et jardins, séjours régionaux & transfrontaliers…** Un travail à poursuivre (annexe 1).
- ✓ **Des opérateurs divers spécialisés et génériques identifiés** : Intermedes – Destination Merveilles, Sentiers Maritimes, Grand Angle – Pôle Esterel – Mondoramas – Chemins du Sud – OT de Menton…
- ✓ Aujourd'hui **15 offres de séjours concernant le Festival des Jardins**.



DÉPARTEMENT DES ALPES-MARITIMES — Région Provence Alpes Côte d'Azur — COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME CÔTEDAZUR — jardival — This project is supported by the European Union

Produits et séjours touristiques sur les jardins de la Côte d'Azur

Les actions déjà engagées en 2016

❑ Intermédiation :

✓ **Accueil d'un Fam Trip « Côte d'Azur E-Bike Tour of the Gardens »** auprès de voyagistes étrangers. Mars 2016.

✓ **Participation aux Rendez-Vous en France** : orientation « jardin » du stand sur ce salon professionnel. Mars 2016.

❑ Presse internationale :

✓ **London media roadshow – UK** : 20 et 21 septembre 2016.
Présentation du Festival des jardins lors de RV individuels avec les rédacteurs (London Evening standard, The Times, Daily Telegraph …) et apéritif dînatoire avec la presse online et bloggeurs.

✓ **Opération presse Côte d'Azur – Milan :** 17 novembre 2016.
Thématique « Côte d'Azur nature » incluant le Festival des Jardins, les activités nature outdoor, l'actualité et nouveautés. Co-organisation avec l'ADT Var.

DÉPARTEMENT DES ALPES-MARITIMES · Région Provence Alpes Côte d'Azur · COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME CÔTEDAZUR · jardival · This project is supported by the European Union

Produits et séjours touristiques sur les jardins de la Côte d'Azur

Les actions déjà engagées en 2016

❑ Presse nationale :

✓ **Accueils presse multiples sur la thématique des jardins de la Côte d'Azur** : France 2- France 5…

✓ **Réactualisation de la photothèque des jardins** de la Côte d'Azur sur www.cotedazur-photothèque.com

✓**Opération presse Côte d'Azur à Paris : 9 novembre 2016.** Incluant une conférence de presse de présentation du 1er Festival des Jardins. 80 journalistes attendus (presse France et correspondants étrangers basés à Paris).

✓**Réalisation d'un dossier de presse baptisé « Les Jardins de la Côte d'Azur ».**

✓**Prise de contacts multiples pour la valorisation média du Festival 2017.**

DÉPARTEMENT DES ALPES-MARITIMES · Région Provence Alpes Côte d'Azur · COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME CÔTEDAZUR · jardival · This project is supported by the European Union

Produits et séjours touristiques sur les jardins de la Côte d'Azur

Les perspectives 2017

- Digital : www.cotedazur-sejours.com
  - Agrégation et mise en scène de l'offre « jardins » autour du nouvel événement Festival des Jardins de la Côte d'Azur (faire émerger de nouvelles offres en incluant davantage la Riviera dei Fiori, le Var…).
  - Campagnes adwords & Facebook Ads dans une logique affinitaire.
  - Push jeu concours.
- Intermédiation & presse
  - Poursuivre le travail initié sur les opérations professionnelles (accueils, workshops…)
  - Opérations presse fortes à venir.

DÉPARTEMENT DES ALPES-MARITIMES · Région Provence Alpes Côte d'Azur · COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME CÔTEDAZUR · jardival · This project is supported by the European Union

Présentation du travail effectué

Sur la valorisation des offres « jardin » (Annexe 1)

Dans le cadre du projet européen Jardival qui vise à valoriser les jardins de la riviera franco-italienne, le CRT a effectué un travail de benchmark nécessaire pour prendre conscience de l'offre française déjà existante vis-à-vis des séjours jardins sur la Côte d'Azur. Les résultats de ces recherches ont été divisés en 4 catégories :

•Séjours exclusivement jardins Côte d'Azur 2016 (17)
Exemple : Un séjour 5 jours, 4 nuits, hébergement + repas, chaque jour visite d'un ou plusieurs jardins (Jardin exotique de Monaco, jardins de Menton, marché aux fleurs à Nice, Villa Ephrussi de Rothschild, jardin Thuret…)

•Séjours culture + jardins Côte d'Azur 2016 (11)
Exemple : Un séjour 5 jours, 4 nuits, hébergement + repas, visites culturelles et visite de deux ou trois jardins maximum.

•Séjours jardins régionaux 2016 (4)
Exemple : Un séjour 6 jours, 5 nuits, hébergement + repas, circuit de Monaco à Aix en Provence en passant par Nice, les corniches de l'Esterel, les calanques de cassis, et visites culturelles incluant quelques jardins (les jardins du Rayol, jardin exotique Monaco etc.).

•Séjours transfrontaliers 2016 (2)
Exemple : Un séjour 5 jours, 4 nuits, hébergement + repas, visites de jardins à Monaco, Eze, Menton, et en Italie sur la riviera ligurienne.

DÉPARTEMENT DES ALPES-MARITIMES · Région Provence Alpes Côte d'Azur · COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME CÔTEDAZUR · jardival · This project is supported by the European Union

Annexe 4

La mise en tourisme des jardins de la Côte d'Azur
et de la Riviera italienne
Jeudi 29 septembre 2016 – Villa Maria Serena, Menton

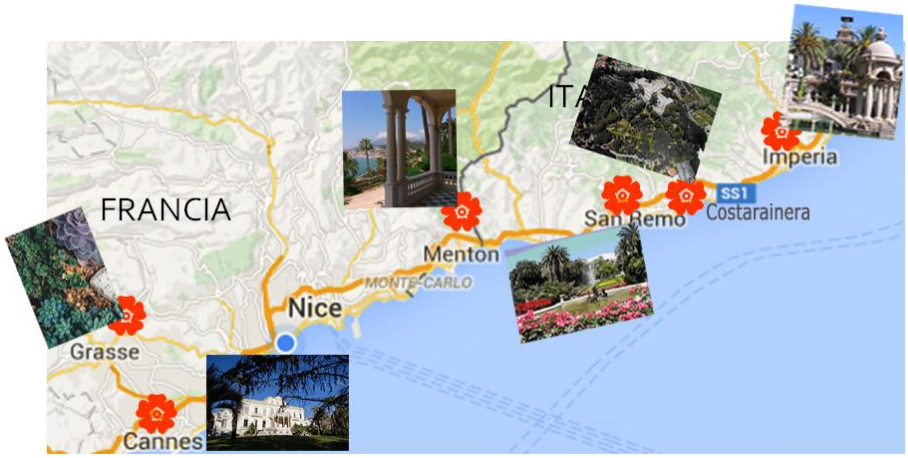
**Tourisme des jardins:
les actions de marketing
et de communication de Agenzia Regionale
per la Promozione Turistica 'InLiguria'**

L'Agenzia Regionale di Promozione Turistica 'inLiguria a parmi ses priorités le tourisme des jardins à travers deux projets:

- Projet Alcotra – Jardival 'Valorisation des Jardins de la Riviera franco – italienne (qui terminera en Août 2017)

- Projet inter-régional de valorization des jardins, résidences et palais historiques en Région Ligurie, Région Piémont et Région Vallée d'Aoste (les action seront lancées au début du 2017 avec une durée de trois ans)

Projet Jardival



Dans le projet Jardival les actions dans lesquelles est engagée Agenzia in Liguria sont:

- Valorisation des trois Jardins en collaboration avec le Comune di Sanremo (Parco Villa Ormond), le Comune di Costarainera (Parco del Novaro) et la Provincia di Imperia (Parco Villa Grock) avec un travail de network parmi tous les sujets partners

- Actions de marketing et communication:
  1. collaboration avec le network Grandi Giardini Italiani
  2. eductour pour la presse nationale et internationale
  3. participation à workshops nationals et internationals

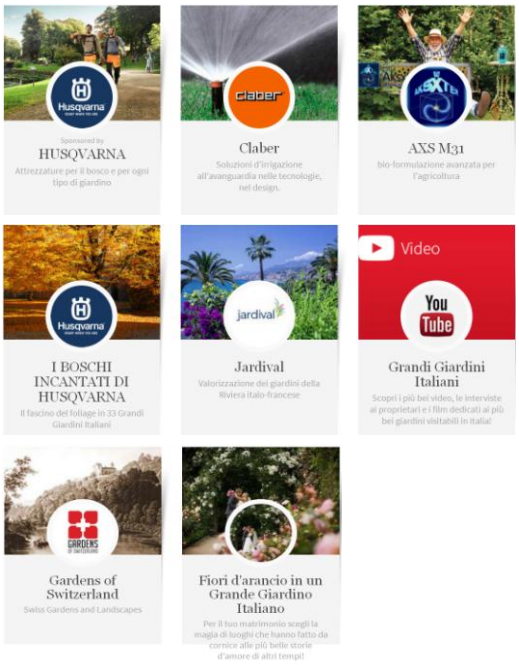
- Actions de formation et de predisposition de l'offre touristique avec les operators touristiques

Pour le projet Jardival l'Agenzia Regionale per la Promzoione 'inLiguria' a une collaboration avec le network Grandi Giardini Italiani qui:

est le network italien le plus important qui s'occupe de Jardins avec 125 Grand Jardin Italiens (et parmi eux il y a aussi le Parc de Villa Grock);

en 2015 a vendu plus de 8.000.000 de billets (60% public italien 40% public étranger)

favorise les jardins comme un ESPACE VITAL de BIEN –ETRE où faire des EXPERIENCES (organization des ateliers, dégustations, événements, des concerts, des animations…)

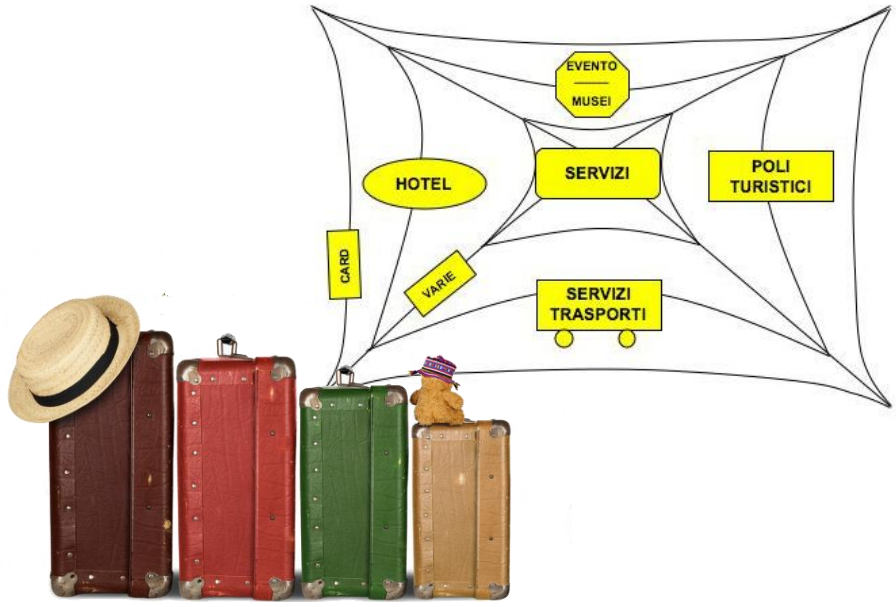


Grandi Giardini Italiani

ACTIVITÉS DE COMMUNICATION

activités de communication éduc-tour avec la presse – (en collaboration avec le C.R.T.)
- 20 Juillet, 2016: educ-tour pour une journaliste de 'LeFigaro' (en collaboration avec le C.R.T.)
- 26/28 Août 2016: educ-tour pour la presse avec 5 journalists italiens (y compris la Directrice des Magasins specialisés dans le tourisme Bell'Italia, Bell'Europa, Gardenia et la Directrice de Natural Style - avec un tirage mensuel d'environ 100.000 exemplaires pour chaque magasin;
- Mars 2017 educ-tour pour la presse de 10 journalists nationaux et internationaux (en coopération avec le C.R.T.)

ACTIVITÉS DE FORMATION
Activités de formation avec des specialists dans la gestion de Grands Jardins de succés pour:
- les Organismes publiques qui doivent gérer les Jardins
- les lycees spécialisés dans le Tourisme
- l'Université avec la spécialisation du Tourisme (Pole Universitare à Imperia)
- les Operateurs touristiques
- Les Associations culturelles
- Les Guides
- Les Agences de Voyage traditionnelle et en on line (www.Liforyou.it)

OBJECTIF
- Sensibiliser sur l'importance du patrimoine naturel et de Jardins
- Préparer des offre sur le tourisme et Jardins de la Riviera, de la Ligurie et des offres transfrontalières avec la Côte d'Azur

ORGANISATION
A partir du mois de Novembre 4/5 Tables Rondes sur un theme specifique chaque mois jusq'au le mois de Mars