



PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

MARDI 7
AVRIL 2020

COVID-19 : LE CRT, LA RÉGION ET LES PARTENAIRES TOURISME TRAVAILLENT À UN GRAND PLAN DE RELANCE ET ACCOMPAGNENT LES PROS

Alors que l'épidémie de **Covid-19** impacte fortement l'économie mondiale, le secteur du **Tourisme** est confronté, depuis quelques semaines, à une situation inédite. Dans ce contexte, le **Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur** (CRT) et ses **partenaires** sont, depuis le début, entièrement mobilisés. Ils travaillent actuellement à un **plan de relance ambitieux et combatif** pour le Tourisme, pilier de notre économie régionale, pour préparer « l'après ». En parallèle, le CRT **informe, aide et accompagne** les pros du Tourisme à affronter la crise qu'ils traversent.

« Face à cette crise sans précédent, nous devons répondre avec **détermination** et **sens du collectif**. Aussi, j'ai souhaité ajouter un budget complémentaire de 2,6 millions d'euros pour la relance de l'économie touristique. Grace aux aides mobilisées par la Région et au travail fédérateur du CRT auprès des collectivités partenaires que je remercie, nous avons une première réponse pour **envisager l'après-crise**. Elle correspond à la demande de tous les professionnels du tourisme, poumon de l'économie de notre région », affirme **Renaud Muselier**, Président de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur, Président de Régions de France.

« Pour faire face à l'onde de choc, à la demande du Président Muselier, le CRT et ses partenaires travaillent à un véritable **plan Marshall de reconquête**. Son objectif est clair : se concentrer, à court terme, sur la **clientèle française**. Nous redéployerons dans un second temps nos actions à destination des **clientèles européennes et internationales**, au gré des réouvertures des marchés », explique François de Canson, Président du CRT.

1 - PRÉPARER L'APRÈS : LE CRT ET SES PARTENAIRES LANCENT UN PLAN DE RECONQUÊTE

Face à une situation d'une telle ampleur, l'**anticipation** est la clé. C'est pourquoi, depuis plusieurs semaines, le CRT et ses partenaires étudient de nouvelles pistes d'actions, à court et moyen termes.

1-1 UN DISPOSITIF DE RELANCE AMBITIEUX POUR SÉDUIRE LA CLIENTÈLE FRANÇAISE

À court terme, le CRT et ses partenaires **ont fait le choix de miser sur la clientèle française et infrarégionale**. Une **campagne de communication** offensive, inédite et effective dès la fin du confinement sera ainsi déployée au niveau national.

Cette initiative est portée et financée par le CRT et la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur, le Conseil Départemental du Var, les agences départementales de tourisme AD04 (**Agence de développement des Alpes de haute Provence**), AD05 (**Agence de développement des Hautes-Alpes**), le CRT06 (**CRT Côte d'Azur France**), l'ADT83 (**Var Tourisme**), l'AD84 (**Vaucluse Provence Attractivité**), les **Offices de Tourisme métropolitains de Marseille, Nice et Toulon**, l'**Office de Tourisme d'Antibes-Juan-les-Pins** et **Provence Côte d'Azur Events**, la liste pouvant encore être complétée.

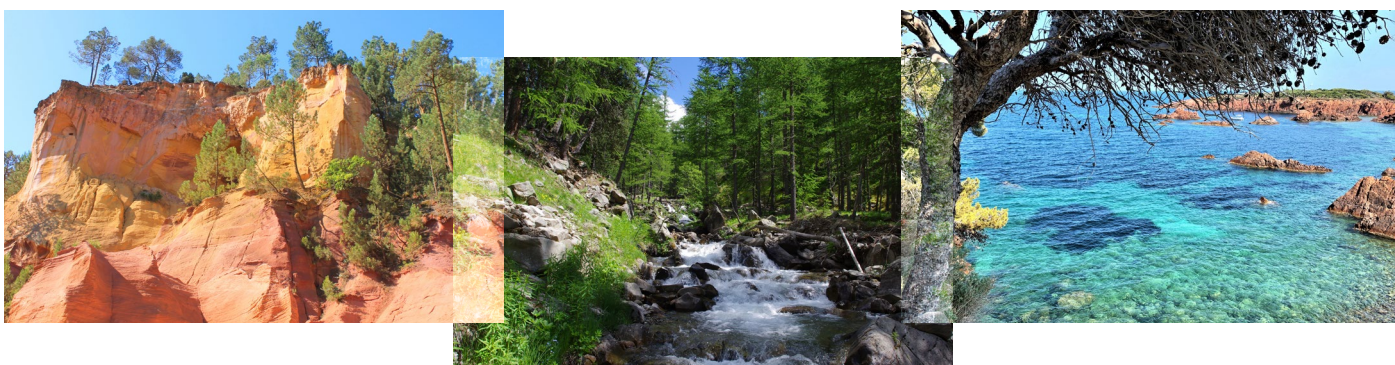
OBJECTIF : PLACER LA RÉGION SUD EN TÊTE DES DESTINATIONS FRANÇAISES

Ce projet constitue **la plus grande campagne jamais réalisée en France** pour la promotion de nos destinations **Provence, Alpes et Côte d'Azur**. Dotée d'un budget de près d'**1,5 millions d'euros**, elle vise à **toucher la clientèle française dès la fin du confinement**.

Cette campagne de relance est aussi très novatrice du point de vue de sa **structuration** : pour la première fois, la quasi-totalité des départements, des métropoles et des grands Offices de Tourisme ont fédéré leurs forces et imaginé un plan collectif et co-financé. Le CRT et la Région ont ainsi additionné les forces financières de chacun (la politique du 1+1). **Ensemble, nous sommes plus forts pour affronter cette crise**. Les détails de cette campagne seront précisés ultérieurement.

D'autres dispositifs viendront la compléter. Une importante valorisation de nos destinations aux **Galleries Lafayette**, à Paris, est notamment prévue cet été. Cette opération, d'un montant cumulé de 1 millions d'euros supplémentaires est financée par les Galleries Lafayette, le CRT, les partenaires des marques Provence et Alpes, par Nice Côte d'Azur et Atout France.

Enfin, un **projet de mise en relation** entre les agences réceptives/hébergeurs/activité de la région et les tour-opérateurs et agences de voyages nationales est en cours d'évaluation pour encourager les clients des agences françaises qui ne pourront pas partir à l'étranger à se tourner vers notre destination.



1-2 - UN AJUSTEMENT DES ACTIONS DE PROMOTION SUR LE MARCHÉ INTERNATIONAL

Dans un second temps, des actions de **promotion de la destination** à l'international seront réamorçées. Celles-ci seront décidées au cas par cas, en fonction de la **réouverture des marchés**. La clientèle internationale (notamment allemande) sera aussi captée par les **campagnes** initialement prévues au début du printemps, mais reportées et adaptées au nouveau contexte.

2- ÉPAULER L'OFFRE TOURISTIQUE : LE CRT ET LA RÉGION AUX CÔTÉS DES PROFESSIONNELS DU TOURISME

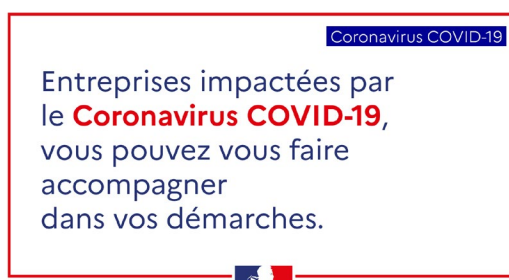
Depuis l'annonce par l'**État** puis par la **Région Sud** de mesures économiques de soutien, le CRT, en lien avec le **Service Attractivité Tourisme de la Région**, réalise un travail de décryptage des dispositifs d'aide auxquels les professionnels du Tourisme sont éligibles.

« À l'image de ce qui se fait au niveau national, à travers le **Comité de Filière Tourisme** présidé par le secrétaire d'État **Jean-Baptiste Lemoyne**, j'ai souhaité la création du **Comité Régional de Filière Tourisme** afin de permettre à toutes les têtes de réseaux et aux grands acteurs institutionnels de croiser leurs informations », explique François de Canson.

Ce Comité s'est réuni pour la première fois vendredi 3 avril et s'est concentré sur le point prioritaire : **la sauvegarde de l'offre**. « Nous avons pu détailler de vive voix tous les dispositifs existants déployés par l'Etat et la Région pour accompagner les entreprises du tourisme en difficulté. Cette approche pragmatique et groupée est plus que jamais indispensable », indique Jennifer Salles Barbosa, Présidente de la Commission Tourisme de la Région.

En parallèle, le CRT informe les pros sur :

- **Les mesures de soutien gouvernementales aux entreprises** (délais de paiement des échéances sociales et/ou fiscales, report du paiement des loyers, aide de 1.500 euros pour les plus petites entreprises, aide au maintien de l'emploi...) et aux start-up.
- **L'ordonnance « à valoir »**, qui permet aux professionnels du tourisme de limiter l'impact de la crise sur leur trésorerie. En effet, elle prévoit la possibilité, pour un opérateur de voyage, de rembourser son client par la fourniture d'un avoir lorsque le séjour a été rendu impossible du fait de mesures prises pour endiguer l'épidémie de covid-19.
- **Le plan d'urgence, de solidarité et de relance** annoncé par **Renaud Muselier**, Président de la Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur. D'un montant total d'1,4 milliards d'euros, il prévoit 70 millions d'euros d'aides directes aux entreprises, notamment celles du tourisme.



« **Le plan d'urgence, de solidarité et de relance** dévoilé par le Président Muselier est à la hauteur du choc auquel est aujourd'hui confrontée l'économie touristique de notre région. Les montants qui lui sont alloués témoignent de la **considération** portée au secteur du Tourisme, poids lourd de l'économie de la région Sud », estime François de Canson.

3 - UNE SITUATION INÉDITE

Il est, à l'heure actuelle, difficile de quantifier avec précision l'**impact de l'épidémie** de Covid-19 et des **mesures de confinement** sur l'économie touristique en Provence-Alpes-Côte d'Azur.

« Nous sommes parmi les régions les plus impactées avec Paris Île-de-France car nous représentons :

- La 2^{ème} région française la plus prisée par la **clientèle internationale**, la plus rémunératrice pour le tourisme
- La 2^{ème} région française pour le **tourisme d'affaires et de congrès**. Cette filière, qui offre peu de solutions de report, va enregistrer des pertes nettes.
- La 2^{ème} région française pour le **poids de son économie touristique** (13% du PIB et 140 000 emplois)», explique François de Canson.

Selon les premières données du mois de mars (Source : MKG OlaKala), le **taux d'occupation** des hôtels de la région Sud s'élève à **22,6%** (en recul de 36,4 points par rapport à 2019). La courbe traduit une baisse significative à partir du 15 mars, soit deux jours avant le début du confinement.

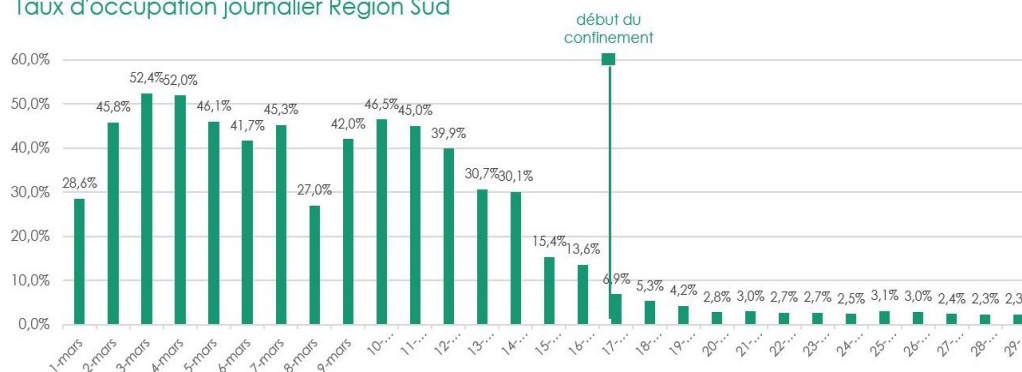


Performances hôtelières Région Sud (du 1^{er} au 29 mars)

Evolution 2019/2020 (en points et en %)

	Taux d'occupation	Evolution (2019/2020)	Prix Moyen	Evolution (2019/2020)	RevPAR	Evolution (2019/2020)
Région Sud	22,6%	- 36,4 points	76,6€	- 23,5%	17,3€	- 70,7%

Taux d'occupation journalier Région Sud



Toutes les destinations touristiques de France sont impactées par cette baisse. Ainsi, si Provence-Alpes-Côte d'Azur enregistre une baisse de 29,4 points de la fréquentation hôtelière par rapport au mois de février 2019, Paris enregistre une baisse de près de 50 points, l'Île-de-France de près de 33 points, et les autres régions de près de 30 points.



Benchmark Europe du RevPar

Evolution 2019/2020 (en %)



*For March, we show the first trends based on daily sample

DES PROS ENGAGÉS ET SOLIDAIRES

Ces dernières semaines, de nombreux pros de la région n'ont pas hésité à **s'engager pour freiner l'épidémie**, en mettant leur **savoir-faire** au service de la collectivité. C'est le cas de **Pernod-Ricard**, qui, associé au laboratoire Cooper, a fait don de 70.000 litres d'alcool pour la fabrication de gel hydroalcoolique. C'est aussi le cas de **L'Occitane**, qui a mobilisé ses chaînes de production. Les **savonniers** et **parfumeurs** de la région redoublent quant à eux de travail et offrent leurs produits. Les **Calissons du Roy René** et les autres entreprises du groupe Olivier Baussan sont aussi impliqués en offrant des surblouses et des gants utilisés dans les ateliers et des confiseries à l'hôpital d'Aix-en-Provence, à des laboratoires, à des pensionnaires et soignants de l'EHPAD de Banon et aux pompiers et aux gendarmes de Sisteron, Manosque et Peyruis.

Côté hébergement, on peut citer les hôtels du groupe **ACCOR**. En lien avec le ministre chargé de la Ville et du Logement, ils œuvrent à la mise à l'abri des plus démunis en mobilisant des milliers de chambres dans toute la France et en ouvrant des lieux de confinement aux SDF atteints du Covid-19 et dont l'état ne nécessite pas d'hospitalisation. Les réseaux **Gîtes de France** et le **Syndicat National des Résidences de Tourisme et apparthôtels** se sont également engagés, à l'instar d'établissements indépendants, comme l'**Hôtel Le Mistral** de Marseille ou l'**Hôtel Parc Azur** d'Ollioules. Enfin, à l'aéroport Marseille-Provence, l'**Hôtel Best Western** est resté ouvert pour accueillir les équipages.



À PROPOS DU COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

Le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur est en charge de la promotion touristique de la région. C'est un partenaire support, expert et fédérateur pour l'ensemble des institutionnels et professionnels du tourisme, qu'il accompagne et soutient par ses actions de promotion auprès de la presse, des tours opérateurs et du grand public. Sa stratégie de promotion et de communication se structure autour des trois destinations monde - Provence, Alpes et Côte d'Azur.

CONTACTS PRESSE



CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur
Audrey Salor
06 16 98 34 76
a.salor@provence-alpes-cotedazur.com



**Région Sud
Provence-Alpes-Côte d'Azur**
Margaux Massonnat
06 22 87 40 38
mmassonnat@maregionsud.fr



Var Tourisme
Audrey Giraud Schneider 07 81 14 18 69
a.giraud@vartourisme.org



Vaucluse Provence Attractivité
Julia Brillard 06 49 99 04 86
j.brillard@vaucluseprovence.com



**Agence de développement
des Alpes de Haute Provence**
Isabelle Desbets 06 20 60 95 75
isabelle.desbets@ad04.fr



**Agence de développement
des Hautes-Alpes**
Sophie Rey 06 15 22 22 33
sophie.rey@hautes-alpes.net



**Comité Régional du Tourisme
Côte d'Azur France**
Sophie Brugerolles 06 83 64 89 36
s.brugerolles@cotedazurfrance



**Office Métropolitain de Tourisme
et des Congrès de Marseille**
Silvie Allemand 06 73 86 09 80
sallemand@marseille-tourisme.com



**Office de Tourisme
Provence Méditerranée**
Sandrine Capdevielle
scapdevielle@metropoletpm.fr
Sandrine Benezech
sbenezech@metropoletpm.fr



Nice Côte d'Azur Tourisme
Isabelle Billey-Quéré 06 72 91 97 39
isabelle.billey-quere@nicecotedazurtourisme.com



**Office de Tourisme et des Congrès
d'Antibes-Juan-les-Pins**
Béatrice Di Vita 06 12 24 10 13
beatrice.divita@antibesjuanlespins.com



Provence Côte d'Azur Events
Malika Bouldi
06 83 24 02 24
m.bouldi@provencecotedazurevents.com