



LE CRT POURSUIT SA CONQUÊTE DES AMÉRIQUES !

Welcome to Provence-Alpes-Côte d'Azur... à Miami ! Le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur (CRT) a organisé en partenariat avec Atout France, du 3 au 8 février à **Miami** (Floride), le « **Provence, Alpes & Côte d'Azur Meeting Made in the Americas !** », une grande opération de promotion de notre destination auprès des pros du tourisme du continent américain.

Objectifs : fidéliser le marché fer de lance du continent américain, les **États-Unis**, dynamiser le marché **canadien**, accroître la notoriété de nos destinations auprès du **Brésil** - troisième marché américain pour notre région -, approcher les trois marchés émergents que sont le **Mexique**, l'**Argentine** et le **Pérou**. « Avec plus d'un million de nuitées par an, les USA représentent la deuxième clientèle de l'hôtellerie dans notre région, juste derrière les Anglais. De manière générale, les Américains, du nord comme du sud, ont un panier moyen élevé », précise le Président du CRT.



Il y avait du monde à Miami : [la délégation régionale](#) réunissait une trentaine de professionnels et institutionnels de Provence-Alpes-Côte d'Azur, aux côtés du CRT (offices de tourisme, hôtels, agences réceptives,...). Côté américain, près de **30 tour-opérateurs de tout le continent** ont répondu présent (12 Américains, 5 Canadiens, 6 Brésiliens, 3 Mexicains, 2 Argentins, 1 Péruvien).

LE SUD PROSPECTE DANS UN FORMAT INNOVANT

Workshop, team building, animations autour des vins de la région et du **genépi des Alpes**, de l'**artisanat** et de la **gastronomie** en compagnie du chef provençal Pierre Reboul (Château de la Pioline, à Aix-en-Provence), parties de **pétanque** sur la plage... Lors du « Provence, Alpes & Côte d'Azur Meeting Made in the Americas ! », Provence-Alpes-Côte d'Azur a pris ses quartiers sous le soleil de Miami Beach, dans une **ambiance studieuse et conviviale**.

Ces nombreux **temps d'échange** et de **partage** ont créé des liens forts avec les pros américains et contribué au rayonnement de nos **trois destinations internationales Provence, Alpes et Côte d'Azur** sur le continent. « *L'idée est de sortir de la course au nombre de cartes de visite récoltées. Après plus de 36 heures en immersion avec nos prospects, toute la délégation est repartie avec une complicité créée avec nos clients et le WhatsApp de chacun !* » précise Loïc Chovelon, Directeur Général du CRT.

BOOSTER LES AILES DE SAISON

Le « Provence, Alpes & Côte d'Azur Meeting Made in the Americas ! » était aussi l'occasion de promouvoir **une destination qui séduit toute l'année**, pour **mieux répartir le tourisme sur nos territoires et de janvier à décembre**, en phase avec la stratégie du Comité Régional de Tourisme. Ecotourisme, œnotourisme, golf, vélo, gastronomie, culture... Dans notre région, la diversité et la complémentarité des activités, des destinations et des paysages (mer, montagne, campagne) offrent des possibilités infinies en toutes saisons. Pour le Président du Comité Régional de Tourisme, « *booster les ailes de saison, c'est s'inscrire dans un tourisme durable, respectueux de nos espaces naturels et du cadre de vie des habitants* ».

LES MARCHES AMÉRICAINS

En pole position des marchés lointains en Provence-Alpes-Côte d'Azur, les Etats-Unis représentent la **2^e clientèle internationale** des hôtels de la région. Ce marché connaît actuellement une progression à deux chiffres :

+12% en 2019 (par rapport à 2018)

Les Américains du nord, qui voyagent aussi hors-saison, apprécient les hôtels haut-de-gamme et authentiques, l'art de vivre provençal, la gastronomie, l'œnotourisme, les villages perchés.



C'est le deuxième marché américain. L'est du pays a atteint un bon niveau de maturité pour la Provence et la Côte d'Azur - en particulier grâce à la proximité culturelle avec le Québec. L'ouest s'inscrit davantage dans une démarche de prospection. Les Canadiens constituent la **12^e clientèle internationale** des hôtels de la région.

+3,2% en 2019 (par rapport à 2018)

La clientèle canadienne francophone porte un grand intérêt aux traditions françaises, à la culture, au patrimoine et l'art de vivre. La clientèle anglophone est séduite par la gastronomie, l'œnotourisme et l'art de vivre.



Premier marché sud-américain, le Brésil se classe **19^e clientèle internationale** en Provence-Alpes-Côte d'Azur dans l'hôtellerie.

Visiteurs au panier moyen élevé, les brésiliens sont principalement attirés par la proximité culturelle de leur pays avec notre région (soleil, mer, art de vivre).

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 - principalement sur les marchés internationaux européens et lointains.

Contact Presse

Audrey Salor 06 16 98 34 76 a.salor@provence-alpes-cotedazur.com

