



PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

VENDREDI 31
JUILLET 2020

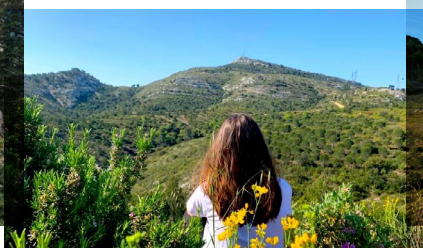
EN RÉGION SUD, LE TOURISME RETROUVE PEU À PEU SES COULEURS

En **Provence-Alpes-Côte d'Azur**, comme partout en France, l'été 2020 sera forcément différent des autres. Face à la crise que doit affronter le secteur du tourisme, certains indicateurs incitent pourtant à l'**optimisme**. *«Face à cette crise historique, il était primordial de réagir au plus vite et ne laisser personne au bord du chemin. Aussi, 90 Millions d'Euros ont été mobilisés par le pack régional au service de l'économie touristique. Il fallait soutenir l'offre et inventer de nouvelles façons de communiquer pour palier à l'absence anticipée du grand international sur notre territoire. Au sortir de ce mois de juillet, les premiers résultats de notre stratégie collective sont plus qu'encourageants : + 20% de clientèle française extra-régionale »* indique **François de Canson**, Président du CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Ainsi, dès le début du mois du juillet, Provence-Alpes-Côte d'Azur arrivait **en tête des régions françaises en termes d'intention de séjours**, aussi bien auprès des Français que des Européens de l'Ouest (*source baromètre touristique OTCP / Atout France*)

1 - LE NOMBRE DE TOURISTES FRANÇAIS À LA HAUSSE

Ainsi, sur la période du 15 juin au 25 juillet, le nombre de **touristes français extrarégionaux** présents en région Sud est **supérieur d'environ 18%** à celui de 2019. Ce chiffre s'élève à **20%** sur la période du 1er au 25 juillet. Cette clientèle est **principalement originaire de quatre régions** : Ile-de-France (35%), Auvergne-Rhône-Alpes (21%), Hauts-de-France (10%) et Occitanie (7%). Lors du pont du 14 juillet, les clientèles de proximité étaient présentes à des **niveaux très supérieurs** à ceux de l'année dernière. Le dernier week-end de juillet confirme ces niveaux de fréquentation élevés.



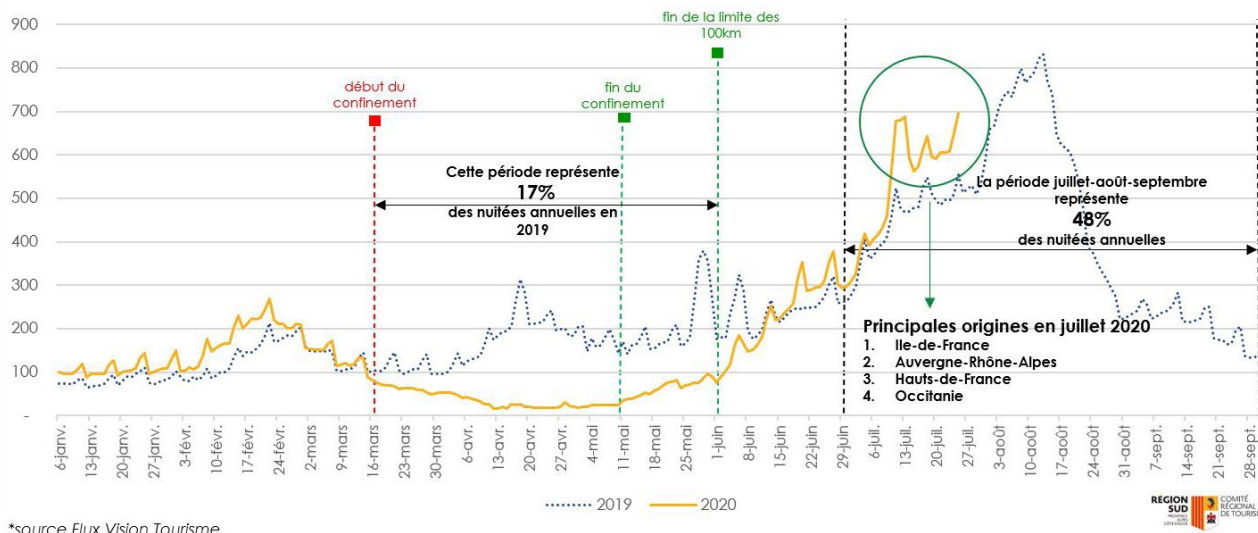
Fréquentation de la Région Sud

orange

Nuitées touristes extrarégionales (de janvier à septembre)

Evolution 2019/2020

D'après les données issues des téléphones mobiles, les clientèles françaises extrarégionales sont de retour dans la région depuis mi juin avec une forte progression depuis le week-end du 14 juillet. Principalement des touristes issus des régions Ile de France, Auvergne Rhone-Alpes mais aussi des Hauts de France et d'Occitanie...



On observe par ailleurs une augmentation des **réservations de dernière minute**, combinées à des **durées de séjours légèrement supérieures** aux autres années. Ces tendances s'expliquent par le fait qu'une partie des Français qui avait prévu de partir loin, et donc plus longtemps, a finalement choisi de passer ses vacances dans notre région.

Première **campagne de relance** lancée fin mai au niveau national - qui avait pour objectif de **séduire la clientèle française** pour compenser l'absence de clientèle internationale - la campagne de relance **#OnatousbesoinduSud** a donc porté ses fruits. Pour rappel, cette campagne, déployée par 14 partenaires territoriaux, a fédéré **un budget de 2,2 millions d'euros**, dont la moitié abondé par la Région Sud.

Le secteur du tourisme, qui pèse pour **13% du PIB en région Sud**, se remet donc progressivement d'une crise inédite. Sur 20 milliards de retombées économiques annuelles, 6 milliards sont déjà condamnés. Ces pertes sont la conséquence du **confinement**, d'une **reprise lente**, mais aussi de la **forte baisse des clientèles internationales**, qui sont celles qui contribuent le plus à notre économie. Mais, comme le montre la belle amélioration des chiffres des hébergements, **la situation est encourageante** et le ciel se dégage peu à peu.

2 - LES HÉBERGEMENTS REMONTENT LA PENTE

Dans l'**hôtellerie**, les **taux d'occupation** continuent de progresser depuis la fin du printemps (*source : MKG au 29 juillet 2020*). En mai, le taux d'occupation dans les hôtels de la région s'élevait à 7%. Il atteint finalement 22% sur l'ensemble du mois de juin (soit **+15 points**). Pour le mois de juillet, **le taux d'occupation frôle les 60%** (contre 82,4% en 2019). Sur le dernier week-end de juillet, il atteint quasiment les 80%.

Concernant les **campings**, la hausse des **réservations** s'est accélérée, depuis la mi-juin, à un rythme supérieur (entre 15 et 20%) à celui de l'année dernière. C'est une autre bonne nouvelle, même s'il faut, bien sûr, prendre en compte le fait qu'aucune réservation n'a été effectuée pendant plusieurs mois, conséquence du confinement. Pour le mois de juillet, le taux d'occupation est faible pour les emplacements nus. Il est, cependant, nettement meilleur pour le locatif (aux alentours de 70%).



Pour le moment, le littoral, et notamment les **stations balnéaires**, sont les **territoires gagnants** de ce mois de juillet. La **montagne** devrait également bien tirer son épingle du jeu : après un très bon mois de juillet, les indicateurs prévoient une hausse de 3,6% sur l'ensemble de la saison estivale par rapport à 2019.

3 - UN RETRAIT IMPORTANT DES CLIENTÈLES INTERNATIONALES

Autre signal positif : depuis trois semaines, les **réservations aériennes internationales** à destination des aéroports de **Nice, Marseille et Toulon** sont repassées en positif. Autrement dit, on enregistre plus de réservations que d'annulations. C'est une première depuis cinq mois !

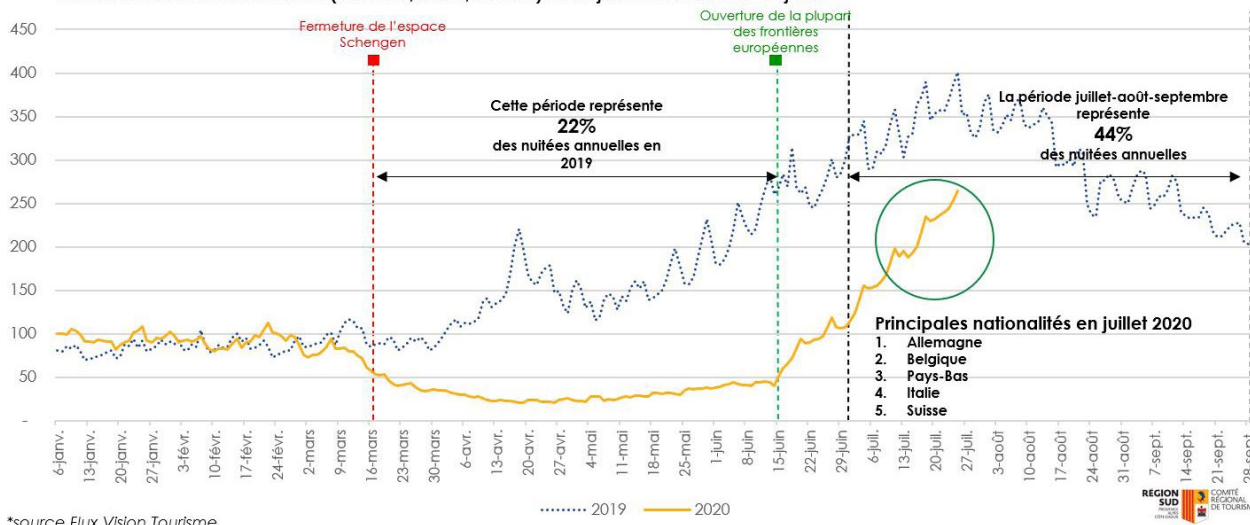
Fréquentation de la Région Sud

orange

Nuitées touristes internationaux (de janvier à septembre)

Evolution 2019/2020

D'après les données mobiles, les clientèles internationales sont toujours en net retrait par rapport à 2019 et ce malgré une reprise significative depuis la réouverture des frontières avec la présences de clientèles européennes (Allemagne, Belgique, Pays-Bas, Italie, Suisse...). L'absence des clientèles lointaines (Etats-Unis, Russie, Chine...) est toujours confirmée à la mi-juillet



*source Flux Vision Tourisme

Cependant, nous sommes encore loin d'atteindre le niveau de fréquentation habituel des clientèles internationales, les plus contributrices de notre économie. Sur la période du 11 mai au 25 juillet, celui-ci est de **-40% par rapport à 2019**. Cette baisse s'explique d'abord par l'absence de la quasi-totalité des **clientèles lointaines** (Etats-Unis, Chine, Russie, Moyen-Orient). Toutefois, parmi les **clientèles européennes**, certaines sont présentes à un niveau supérieur à celui de l'année dernière (Belgique, Suisse). D'autres à un niveau égal (Allemagne, Pays-Bas).

4 - DE NOUVELLES ACTIONS DE RELANCE PRÉVUES À LA RENTRÉE ET EN 2021

« Dès la fin du mois d'août, nous lancerons la **deuxième phase de notre campagne #OnatousbesoinduSud** pour stimuler les ventes françaises et européennes de septembre à novembre. Nous bénéficions traditionnellement d'une **très belle météo** lors de l'été indien. Nous comptons aussi sur cette période pour faire la différence et tenter de compenser les pertes du printemps. En parallèle, un plan spécifique de **relance de la filière MICE** (congrès, salons, séminaires et incentives) est en cours de préparation », précise **Loïc Chovelon**, Directeur Général du CRT.

Des **actions de promotion** sont déjà prévues, de septembre à décembre, pour encourager la programmation de nos destinations Alpes, Provence et Côte d'Azur par les **agences de voyage** et **tour-opérateurs étrangers**, notamment auprès des **marchés européens de proximité**. Ces actions favoriseront par ailleurs les reportages des **journalistes et influenceurs internationaux**. Elles pourront avoir lieu dans les pays émetteurs ou de façon virtuelle, en fonction de l'évolution de la situation sanitaire. Elles auront aussi pour objectif de **maintenir le lien avec les marchés lointains**, pour **générer rapidement des réservations** lorsque le contexte sera plus propice.

Enfin, en lien avec ses principaux partenaires touristiques publics et privés, le CRT commence à poser les jalons de son **Plan d'actions 2021**. Pour cela, une **enquête en ligne** a été réalisée pour connaître les attentes des acteurs du tourisme régional en termes d'orientation marketing (marchés et segments cibles, types d'actions envisagées). Une réunion avec les Agences de développement touristiques départementales s'est d'ailleurs tenue le 21 juillet au Gaodina, à Aix-en-Provence, pour dégager des **pistes de travail concrètes** pour l'an prochain. Le Plan d'actions détaillé devrait être dévoilé début novembre.

Bienvenue en Provence, Alpes et Côte d'Azur !

CONTACT PRESSE

Audrey Salor : 06.16.98.34.76 a.salor@provence-alpes-cotedazur.com

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.

© CChillio, YColas, FEcochard, RSchanze