

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

RESTEZ CONNECTÉS



LES
RENDEZ-VOUS
DU CRT

PROVENCE



alpes

FRANCE SOUTH

CÔTE d'AZUR

FRANCE

RÉGION
SUD
PROVENCE
ALPES
CÔTE D'AZUR



COMITÉ
RÉGIONAL
DE TOURISME

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

QUELLE STRATÉGIE POUR LE CRT SUR LA PROXIMITÉ ?

20/04/2021

 CCI PROVENCE
ALPES CÔTE D'AZUR

 CCI ALPES
DE-HAUTE-PROVENCE

 CCI NICE
CÔTE D'AZUR

 CCI VAR

PROVENCE
ENJOY THE UNEXPECTED

alpes
DU SUD

CÔTE D'AZUR
FRANCE

ALPES DE HAUTE
PROVENCE
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT

HAUTES
ALPES
proAlpes

COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME
CÔTE D'AZUR
FRANCE

NAUCLUSE
PROVENCE
ATTRACTIVITÉ

RÉGION
SUD
PROVENCE
ALPES
CÔTE D'AZUR



COMITÉ
RÉGIONAL
DE TOURISME

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

QUELLE STRATÉGIE POUR LE CRT SUR LA PROXIMITÉ ?

20/04/2021

L'INTERNATIONAL, SOCLE STRATÉGIQUE DU « MONDE D'AVANT »

2020 : L'ANNÉE OÙ LE CRT S'EST ADAPTÉ

2021 : PLACE À LA PROXIMITÉ ET PRÉPARER DEMAIN

QUELLE STRATEGIE POUR LE CRT SUR LA PROXIMITE ?

L'INTERNATIONAL, SOCLE STRATEGIQUE DU « MONDE D'AVANT »

L'INTERNATIONAL, SOCLE STRATÉGIQUE DU « MONDE D'AVANT »

LES MARCHÉS INTERNATIONAUX DANS L'ADN DU CRT

- Provence-Alpes-Côte d'Azur est la **2e région française en nombre de nuitées internationales** derrière Paris Île-de-France (dans les hébergements marchands)
- Une vraie complémentarité avec les destinations infrarégionales car **le CRT fédère ces partenaires sur l'international** (en BtoB et BtoC), en lien avec Atout France

■ EN RÉGION SUD

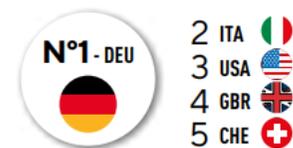


La fréquentation des hébergements marchands est en hausse, grâce aux clientèles internationales dont :

- ▶ **9 millions de nuitées internationales dans l'hôtellerie**, soit 40 % de la clientèle. Ce chiffre dépasse les 60 % dans les hôtels 5*
- ▶ **6 millions de nuitées internationales dans les campings** soit 40 % de la clientèle.
- ▶ **3 millions de nuitées internationales dans les hébergements collectifs** soit 20 % de la clientèle

PRINCIPALES CLIENTÈLES INTERNATIONALES DES 3 MARQUES MONDE (Nuitées hôtelières)

PROVENCE



ALPES



CÔTE D'AZUR



Source : Insee, CRT et partenaires.

L'INTERNATIONAL, SOCLE STRATÉGIQUE DU « MONDE D'AVANT »

LES ETRANGERS : UNE CLIENTELE A HAUTE VALEUR AJOUTEE

- Toucher la clientèle étrangère permet d'étaler la fréquentation sur l'ensemble de l'année en jouant sur les différents calendriers de vacances scolaires de nos marchés étrangers cibles, ou en ciblant des segments de populations non contraints par les rythmes scolaires.
- Les dépenses des touristes étrangers sont bien plus importantes que celles des touristes français

Les dépenses des touristes en région Sud

	Touristes Intrarégionaux	Touristes Français	Touristes Internationaux
Durée moyenne de séjour	4,4 nuitées	8,5 nuitées	8,1 nuitées
Dépenses/ nuits/ personne	63€	58 €	125 €

Enquête cordon BVA : les clientèles touristiques de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur données 2011 réévaluées 2019

L'INTERNATIONAL, SOCLE STRATÉGIQUE DU « MONDE D'AVANT »

UN CHOIX PAYANT... JUSQU'À L'AN DERNIER

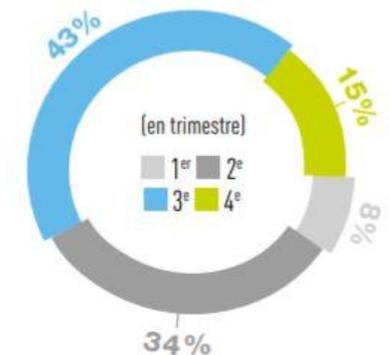
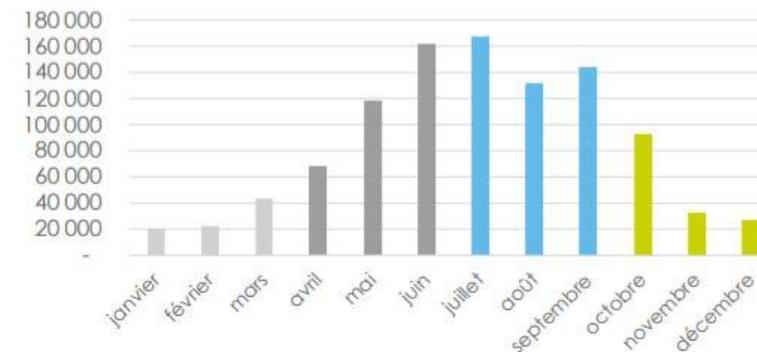
Exemple du marché US

Entre 2014 et 2019, les nuitées de touristes américains en région Sud ont progressé de près de 12% ! Ils constituaient d'ailleurs la 2^{ème} clientèle internationale des hôtels de la région, derrière les Britanniques, avec plus d'un million de nuitées annuelles

2019 : NUITÉES HÉBERGEMENTS EN RÉGION SUD



SAISONNALITÉ DES NUITÉES (moyenne 2018/2019)



QUELLE STRATEGIE POUR LE CRT SUR LA PROXIMITÉ ?

2020 : L'ANNÉE OÙ LE CRT S'EST ADAPTÉ

2020 : L'ANNÉE OÙ LE CRT S'EST ADAPTÉ

UN RECENTRAGE « FORCÉ » SUR LES PUBLICS DE PROXIMITÉ

- 17 mars : **début du confinement**
- 18 mars : premier **Comité de Pilotage** avec les agences de développement départementales et les offices de tourisme métropolitains en visioconférence avec décision commune de cibler massivement la clientèle française via une campagne de communication d'envergure, dès la fin du confinement.
- Fin mars : mise en place d'un **Comité Régional de Filière Tourisme** pour concerter les têtes de réseaux et les grands acteurs institutionnels du tourisme régional et faire remonter leurs préoccupations au niveau national



2020 : L'ANNÉE OÙ LE CRT S'EST ADAPTÉ

#ONATOUSBESOINDUSUD : LA PROXIMITÉ AU CŒUR DU DISPOSITIF

2 leviers pour « toucher » le public de proximité :

- **Créer un effet viral dès l'annonce du déconfinement autour du #OnATousBesoinDuSud** en partant des habitants et des pros du tourisme
- **Activer des leviers publicitaires permettant de toucher cette cible**



Comité Régional du Tourisme
Région Sud



ADT04 Alpes de Haute Provence



Métropole Toulon
Provence Méditerranée



ADT84 Vaucluse



CRT Côte d'Azur France



ADT05 Hautes Alpes



Office de Tourisme d'Antibes
Juan-les-Pins



Conseil Départemental du Var



Office de Tourisme
d'Aix-en-Provence



Visit Var



Provence Côte d'Azur Event



Office de Tourisme de Nice

2020 : L'ANNÉE OÙ LE CRT S'EST ADAPTÉ

UNE ATTENTION PARTICULIÈRE PORTÉE A LA CLIENTÈLE RÉGIONALE



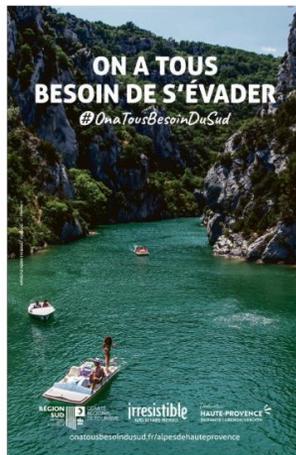
Affichage
(OOH /
DOOH)

Urbain
Aéroports
TER
Aubus réseau régional
Zou!

53 insertions presse PQR et
presse magazine



Insertion
presse



Publicité
digitale
ciblée

20 Minutes
Hexago
La Provence
Le Dauphiné
Made In Marseille
Météo France
Nice Matin / Var Matin

2020 : L'ANNÉE OÙ LE CRT S'EST ADAPTÉ

UN CHÉQUIER TOURISME POUR RENFORCER LE TOURISME INFRA-REGIONAL

- Mobilisation par la Région d'un budget de 10 millions d'euros pour mettre en place un chéquier tourisme dématérialisé
- Le principe : l'attribution, aux salariés du secteur privé (sous conditions de ressources) domiciliés en Provence-Alpes-Côte d'Azur et ayant travaillé au contact direct du public pendant le confinement, d'un chéquier vacances de 500 euros, utilisable dans les hébergements et les restaurants de la région.



2020 : L'ANNÉE OÙ LE CRT S'EST ADAPTÉ

ADAPTATION DE NOTRE LIGNE ÉDITO : FAIRE VOYAGER DEPUIS LA MAISON



LE SUD DEPUIS SON CANAPÉ : NOTRE TOP 10 DES FILMS

Être chez soi n'empêche pas de voyager. Avec Le Bossu, Jean de Florette, Brice de Nice ou L'Arnacœur, on explore le Sud depuis son canapé. En attendant d'y aller...

[LIRE LA SUITE](#)



LE SUD DEPUIS SON CANAPÉ : NOTRE TOP 10 DES LIVRES DE CONFINEMENT

Être confiné n'empêche pas de voyager... de chez soi. Avec des auteurs du cru ou tombés amoureux de la Provence, des Alpes ou de la Côte d'Azur, on explore la région Sud,...

[LIRE LA SUITE](#)



[RECETTE] : LA TOURTE SUCRÉE AUX BLETTES DE JEAN-PAUL VEZIANO

Jean-Paul Veziano, boulanger à Antibes, nous livre sa recette de la tourte sucrée aux blettes, un classique de la cuisine niçoise. Un véritable voyage culinaire sur la Côte...

[LIRE LA SUITE](#)



MUSIQUES DU SUD

En manque de soleil et de ciel bleu ? Rien de plus normal : tout le monde n'a pas la chance de vivre dans le Sud. Mais parce que, c'est bien connu, les gens du Sud...

[LIRE LA SUITE](#)

QUELLE STRATEGIE POUR LE CRT SUR LA PROXIMITÉ ?

**2021 : PLACE À LA PROXIMITÉ
ET PRÉPARER DEMAIN**

2021 : PLACE À LA PROXIMITÉ ET PRÉPARER DEMAIN

UNE STRATEGIE A 3 NIVEAUX

La France

Campagne #OnATousBesoinduSud avec une dizaine de destinations de la région pour rassurer la clientèle française

Vendre nos destinations aux voyageurs français à travers le dispositif #JeVendslaFrance

L'Europe

Participation à la campagne #ExploreFrance d'Atout France pour valoriser nos 3 destinations

Le terrain

Continuer à informer les pros du tourisme régional sur les problématiques marketing tendances et les dispositifs d'aides à leurs dispositions



2021 : PLACE À LA PROXIMITÉ ET PRÉPARER DEMAIN

CE QUE 2020 NOUS A APPRIS

La crise sanitaire est un révélateur de tendances de fond :

- Quête de sens
- Appétence croissante pour le tourisme durable
- Consommation locale
- Voyage / excursion autour de chez soi
- ...

Pour répondre à ces tendances, nous renforçons nos efforts de promotion sur certaines filières prioritaires et en particulier :

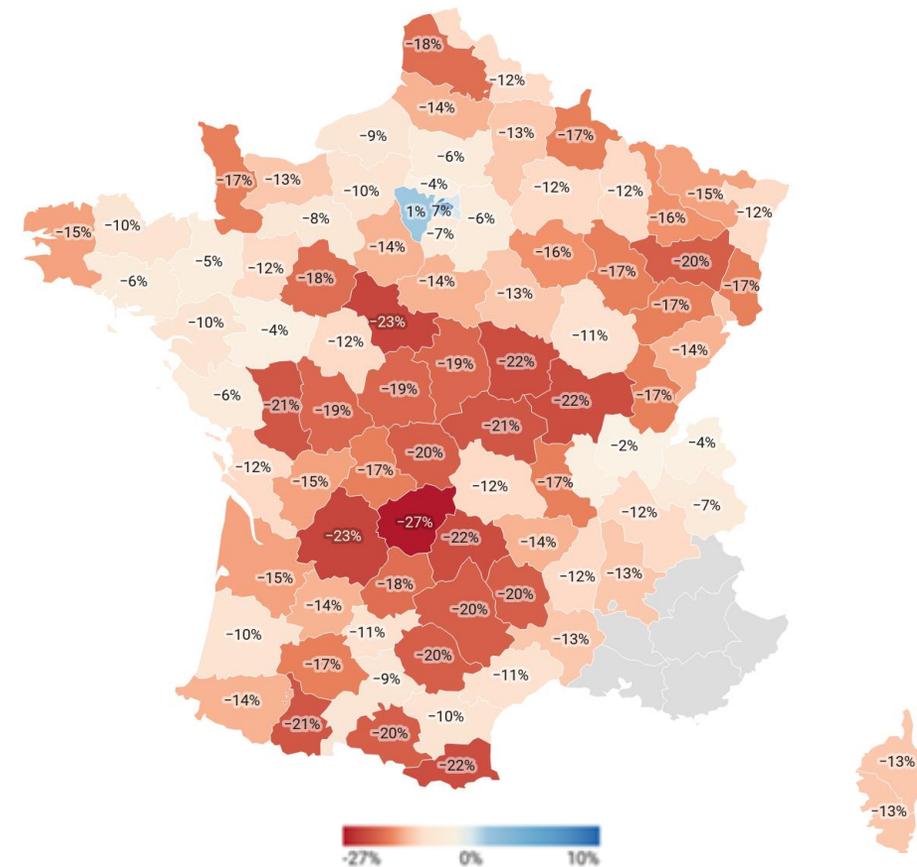
- L'écotourisme
- Le vélo
- Le « made in Sud » via le réseau « Entreprise et Découverte »
- Réflexion en cours sur la structuration d'une « offre sans voiture »



2021 : PLACE À LA PROXIMITÉ ET PRÉPARER DEMAIN

MISER UNIQUEMENT SUR LA CLIENTELE DE PROXIMITÉ NE PEUT SUFFIRE...

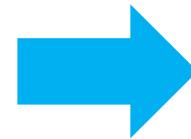
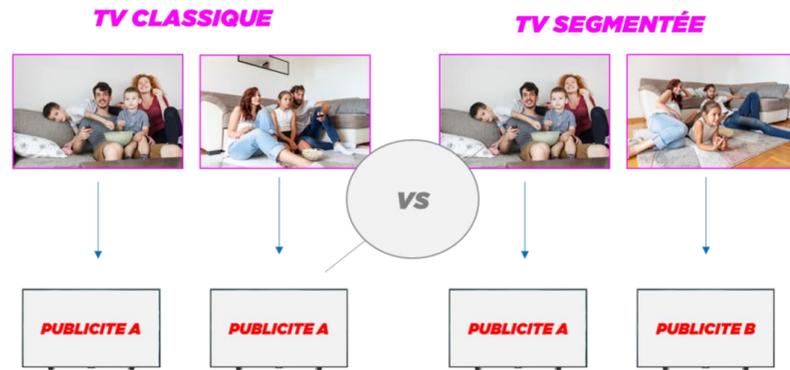
- **La clientèle touristique intrarégionale représente 20% du total des séjours des touristes français en région Sud.**
- **5 millions de séjours touristiques** sont réalisés par les habitants de la région dans la région
- On note **une baisse limitée des nuitées annuelles des touristes issues des départements limitrophes de la région** entre 2019 et 2020 (entre -13% et -7%).



*source Flux Vision Tourisme

2021 : PLACE À LA PROXIMITÉ ET PRÉPARER DEMAIN

... MAIS LES POSSIBILITÉS POUR SEGMENTER SONT IMMENSES...



DU 21 AU 23 SEPTEMBRE 2021
RENDEZ-VOUS N°4

**PERSONNALISER VOTRE APPROCHE CLIENT
AVEC DES CAMPAGNES DIGITALES CIBLÉES**

Mardi 21 septembre de 14h à 17h

Pavillon Bouachon
Avenue Saint-Pierre de Luxembourg à Châteauneuf-du-Pape (84)

Mercredi 22 septembre de 9h30 à 12h30

Le Complexe - Rue de l'Origan à Manosque (04)

Jeudi 23 septembre de 9h30 à 12h30

Mas de Lingusto - 934 Avenue Eugénie et Henri Majastre à Cuers (83)

*En partenariat avec l'Agence de Développement des Alpes de Haute-Provence,
Vaucluse Provence Attractivité et les Chambres de Commerce
et d'Industrie des Alpes de Haute-Provence et du Var.*

AIDEZ-NOUS À NOUS AMÉLIORER !

RÉPONDEZ À NOTRE ENQUÊTE EN LIGNE



Rendez-vous du CRT n°3 - Toucher la
clientèle locale pour booster son activité

Merci de prendre quelques minutes pour remplir ce questionnaire et nous aider ainsi à répondre au plus près de vos attentes.

http://bit.ly/rdvcrt_staycation

D'AUTRES RDV À NE PAS MANQUER !

ACCOMPAGNEMENT À LA DIGITALISATION DES ACTIVITÉS DE LOISIRS

DIGITALISATION
DES ACTIVITÉS DE LOISIRS
- BY RÉGION SUD -

Fédération Régionale des Offices de
Tourisme

Provence-Alpes-Côte-d'Azur

Un programme proposé par

La Fédération régionale des offices de tourisme

Provence-Alpes-Côte d'Azur

et la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur

en collaboration avec les

CRT, ADT, OT, Parcs,

la CCI Nice Côte d'Azur et la Filière vélo

La Région Sud et la Fédération Régionale des Offices de Tourisme à vos Côtés : Programme d'aide à la reprise de l'activité touristique

PROGRAMME D'ACCOMPAGNEMENT A LA DIGITALISATION DES ACTIVITES DE LOISIRS



Formations



Conseils



Accompagnement

D'AUTRES RDV À NE PAS MANQUER !

LES WÉBINAIRES DE VAUCLUSE PROVENCE ATTRACTIVITÉ

Connaitre l'offre de randonnée pédestre en Vaucluse et les règles d'encadrement de la pratique

Atelier n°1 : Vendredi 25 mai de 9h30 à 12h30
<https://forms.gle/aJ2MrcR1cHbYYpD39>

Atelier n°2 : Vendredi 4 juin de 9h30 à 12h30
<https://forms.gle/Chajy84nMXSzwJnA6>

Connaître les clientèles de la randonnée pédestre pour savoir adapter mes services et mes offres

Atelier n°1 : Vendredi 7 mai de 9h30 à 12h30
<https://forms.gle/eLth4kCwcQnw8KmR8>

Atelier n°2 : Vendredi 25 mai de 13h30 à 17h30
<https://forms.gle/LCqiEZ7BR7MJ6gZf7>



MERCI !

