



#OnaTousBesoinDuSud

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

COMMUNIQUE
DE PRESSE



COMITÉ
RÉGIONAL
DE TOURISME



COTE d'AZUR
FRANCE

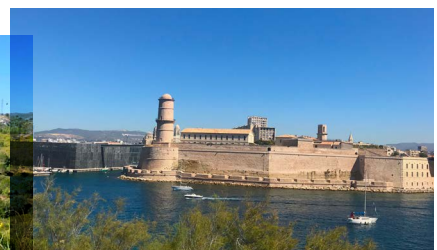
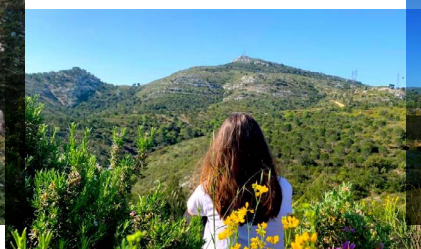
LUNDI 12
OCTOBRE 2020

C'EST LE MOMENT DE (RE)DÉCOUVRIR LE SUD !

Après un été sauvé par l'importante fréquentation de la clientèle française (+20%), qui a en partie compensé la baisse de la clientèle internationale (-38%), le secteur du tourisme est, depuis la fin août, de nouveau dans le rouge. Le contexte actuel (non-reprise des congrès et séminaires, zones « rouges » ou « écarlates », fermetures provisoires des restaurants et bars) a refroidi les touristes, habituellement adeptes de l'été indien en Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Cette **arrière-saison** est pourtant capitale pour notre **économie touristique**, qui représente 10% des emplois de Provence-Alpes-Côte d'Azur et 13% de son PIB.

Fort du succès de la campagne de relance **#OnaTousBesoinDuSud** cet été, le collectif Sud lance **une nouvelle campagne de promotion pour cet automne**. Elle est fédérée par le **Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur** en lien avec la **Région Sud**, les **Agences de développement des Alpes de Haute-Provence**, des **Hautes-Alpes**, des **Bouches-du-Rhône**, du **Var** et du **Vaucluse**, les **Offices de Tourisme d'Antibes Juan-les-Pins**, d'**Aix-en-Provence**, d'**Arles Camargue** et les **Offices de tourisme métropolitain de Marseille** et de **Nice Côte d'Azur**.



CÔTE d'AZUR
FRANCE



COMITÉ
RÉGIONAL
DE TOURISME

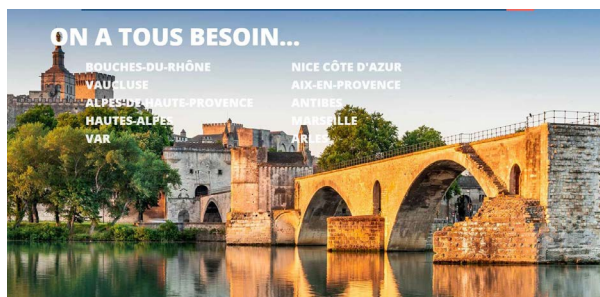
Car en respectant scrupuleusement les **gestes barrières** pour se protéger et protéger les autres, cette saison est propice à **un séjour réussi dans notre région**. Les visiteurs pourront y apprécier une météo clémente, une fréquentation plus faible qu'en cœur de saison, la facilité et la sécurité de pouvoir organiser un séjour proche de chez soi. Et surtout **des offres tarifaires très attractives** permettant de découvrir les pépites de notre territoire. Un voyage dépaystant mais proche de chez soi, ici, dans le Sud !

1 - DEUX NOUVELLES CAMPAGNES CET AUTOMNE

Ainsi, **une nouvelle campagne #OnaTousBesoinDuSud** pour cet automne est lancée !

Basée sur **une approche « offre »**, elle vise à séduire en priorité **les habitants de Provence-Alpes-Côte d'Azur**, mais aussi ceux des **régions limitrophes** et de **Paris-Ile-de-France**. Les familles pour les **vacances de la Toussaint**, les seniors actifs et les couples sans enfants sont particulièrement ciblés. L'idée est de les inciter à faire un break dans notre région, qui offre une multitude d'expériences en cette saison (activités nature, vélo, golf, gastronomie, œnotourisme, visite de sites dédiés à l'art moderne et contemporain, visite d'entreprise...).

Pour stimuler les Provençaux à passer quelques jours de vacances sur la Côte d'azur, dans les Alpes du sud ou inversement, des offres promotionnelles inédites sont proposées.



QUELQUES EXEMPLES DE CES OFFRES À DATE

Toutes disponibles sur le site www.onatousbesoinusud.fr :

13 : Pour une nuit achetée, 100€ offerts pour des activités culturelles, sportives ou de loisirs

84 : Sorties à vélo ou VTT le long des vignes et oliviers, 100 « pass Visites » Gourmandes offerts

04 : Parenthèse « bien-être » aux portes des Gorges du Verdon à Gréoux les bains

05 : Bons Plans « Early Booking » pour les séjours ski dans les Hautes-Alpes

83 : Visites de caves, séjours au cœur des vignes, balades en VTT électrique dans les domaines

Nice Côte d'Azur : Pour 2 nuits achetées, 1 nuit offerte

Aix-en-Provence : Pour une visite guidée réservée, une entrée gratuite à l'atelier Cézanne

Antibes Juan-Les-Pins : -20% et plus sur les séjours

Marseille : Pour 2 nuits achetées, 2 City pass 24h offerts

Arles : Pour 1 nuit achetée, de nombreux avantages pour découvrir Arles et la Camargue

Cette campagne active deux leviers : plus de **7500 spots radio** (radios locales, régionales et nationales), et **le digital**. Cette seconde partie inclut notamment des podcasts, des posts sur les réseaux sociaux, des impressions de bannières sur les sites de la presse locale, régionale et nationale et sur des applications mobiles de médias féminins. Un prolongement est envisagé pour les vacances de Noël.

Bienvenue en Provence-Alpes-Côte d'Azur !

VOTRE PARENTHÈSE BIEN-ÊTRE
Gréoux-les-Bains **JE RÉSERVE**

#OnaTousBesoinDuSud

RÉGION SUD
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME
irrésistible

VOTRE PARENTHÈSE CULTURE
Aix-en-Provence **J'EN PROFITE**

#OnaTousBesoinDuSud

RÉGION SUD
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME
AIX EN PAYS D'AUVERGNE

BONS PLANS EARLY BOOKING
Hautes-Alpes **JE RÉSERVE**

#OnaTousBesoinDuSud

RÉGION SUD
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME
HAUTES ALPES

VOTRE PARENTHÈSE OENOLOGIQUE
Var **JE DÉCOUVRE**

#OnaTousBesoinDuSud

RÉGION SUD
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME
VISITVAR

1 NUIT ACHETÉE = 100€
POUR DES ACTIVITÉS CULTURELLES, SPORTIVES OU DE LOISIRS
Bouches-du-Rhône **JE RÉSERVE**

#OnaTousBesoinDuSud

RÉGION SUD
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME
PROVENCE TOURISME

-20% ET PLUS SUR VOTRE SÉJOUR
Antibes Juan-les-Pins **JE RÉSERVE**

#OnaTousBesoinDuSud

RÉGION SUD
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME
Antibes Juan-les-Pins

VOTRE EXCURSION À VÉLO OU VTT
Vaucluse **JE DÉCOUVRE**

#OnaTousBesoinDuSud

RÉGION SUD
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME
VAUCLUSE PROVENCE

100 PASS VISITES GOURMANDES OFFERTS
Vaucluse **J'EN PROFITE**

#OnaTousBesoinDuSud

RÉGION SUD
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME
VAUCLUSE PROVENCE

VOTRE SÉJOUR COULEURS D'AUTOMNE
Vaucluse **JE RÉSERVE**

#OnaTousBesoinDuSud

RÉGION SUD
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME
VAUCLUSE PROVENCE

2 CITY PASS OFFERTS DU 17 AU 31 OCTOBRE
Marseille **J'EN PROFITE**

#OnaTousBesoinDuSud

RÉGION SUD
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME
Marseille

2 NUITS ACHETÉES 1 NUIT OFFERTE
Nice Côte d'Azur **JE RÉSERVE**

#OnaTousBesoinDuSud

RÉGION SUD
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME
NICE CÔTE D'AZUR

1 NUIT ACHETÉE, DE NOMBREUX AVANTAGES
Arles et Camargue **JE RÉSERVE**

#OnaTousBesoinDuSud

RÉGION SUD
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME
ARLES

Une campagne de communication cross-médias pour lancer la saison d’hiver dans les Alpes du Sud, #OnaTousBesoinDesAlpesDuSud, est également programmée. En effet, la dynamique insufflée en 2018 par le lancement de la marque « **Alpes French South** » continue de porter ses fruits. Le CRT et l’Agence de développement des Hautes Alpes s’associent donc aux Alpes de Haute-Provence, aux stations d’Orcières, de Serre-Chevalier, de Vars, du Devoluy, aux stations de l’Ubaye, de la vallée de la Blanche et du Val d’Allos ainsi qu’aux stations de la métropole de Nice pour faire rayonner le ski dans nos Alpes du Sud. Cette campagne, qui débutera le 19 novembre et s’achèvera à la fin décembre, s’appuiera principalement sur **un volet TV** (chaînes régionales et nationales) pour séduire. Ce volet sera complété par un **dispositif print et digital** davantage axé sur l’offre avec des renvois vers des bons plans hébergés sur le site alpes-tourism.com.

2 - BILAN DE LA CAMPAGNE DE RELANCE ESTIVALE #ONATOUSBESOINDUSUD : LA CLIENTÈLE FRANÇAISE AU RENDEZ-VOUS CET ÉTÉ



Fin mai était lancée la plus grande campagne touristique jamais réalisée en France pour notre destination : la campagne **#OnaTousBesoinDuSud**. Dans un contexte de crise sanitaire qui a durement frappé le tourisme, pilier économique de la région Sud (13% du PIB), elle avait pour but de **séduire la clientèle française** en vue de l’été et de l’automne, pour compenser l’absence des clientèles internationales.

Cette campagne de relance, d’un budget record de plus de 2,3 millions d’euros pour l’été (dont 1,3 million d’euros abondé par la **Région Sud** et le **CRT**), a largement porté ses fruits.

« *En se mobilisant ensemble et en étant ambitieux, nous avons sorti, dès la fin du confinement, le plus gros dispositif de promotion des régions françaises et au meilleur moment. Si nous avions connu les résultats de cette campagne à ce moment-là, nous aurions signé immédiatement tant elle a porté ses fruits, avec une augmentation de 23% de la clientèle française sur le cœur de l’été* », déclare le Président du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d’Azur.

#ONATOUSBESOINDUSUD : PLUS DE 15 MILLIONS D'EUROS DE RETOMBÉES TRACÉES ET ADDITIONNELLES POUR LE TOURISME EN RÉGION SUD

70% du budget de la campagne #OnaTousBesoinDuSud a été activé au mois de juin (Phase1). Les 30 % restants ont été activés mi-août, pour stimuler l'arrière-saison (Phase 2). Quatre mois après le lancement de cette campagne, nous constatons **son effet très positif en termes de retombées économiques** :

- En juin, **50% des séjours en France achetés en ligne** sur les agences et sites partenaires avaient pour destination notre région !

- 23 000 clients additionnels et **4,8 millions d'euros de réservations d'hébergements** directement tracés dans le cadre de deux campagnes menées en partenariat (clients tracés depuis le clic sur une publicité jusqu'à la vente, ce chiffre ne prenant pas en compte les ventes stimulées par nos publicités, qui se sont traduites par des achats sur des sites non-partenaires)

Ces deux campagnes ont été menées d'une part avec l'agence touristique en ligne Hotels.com (groupe **Expedia**). D'autre part avec le comparateur Easyvoyage (groupe **Webedia**). Ces réservations, qui n'auraient pas été réalisées sans ces campagnes, **ont généré une consommation additionnelle de 15 millions d'euros, correspondant à la consommation touristique sur place**. En effet, lors de son séjour, un touriste dépense en moyenne un tiers de son budget en hébergement, un tiers en restauration et un tiers en activités et transports sur place.

- En parallèle, **de nombreuses réservations** non quantifiables ont été effectuées par des personnes qui ont été stimulées par la campagne #OnaTousBesoinDuSud et ont réservé leur séjour directement auprès des hébergeurs ou via d'autres sites de réservation.

Au total, sur le cœur de la saison de début juillet à fin août, la fréquentation touristique française a bondi de 23% par rapport à la même période l'année dernière.

UN DISPOSITIF D'UNE AMPLEUR INÉDITE

Pour parvenir à ce résultat, un dispositif inédit a été déployé, puisque la campagne totalise **plus de 300 millions de points de contact** :

- **Près de 1500 spots TV** diffusés sur des chaînes nationales
- **1800 supports d'affichage** en Provence-Alpes-Côte d'Azur, en Occitanie et en Auvergne-Rhône-Alpes
- **Plus de 60 insertions en pleine page** dans la presse magazine et la presse quotidienne régionale
- **26 millions d'impressions** via une campagne digitale nationale

Ce dispositif d'envergure a pu voir le jour grâce à **une importante dynamique et une stratégie commune**, nées dès la première semaine de confinement, entre 12 acteurs du tourisme régional fédérés par le CRT, en lien avec **la Région** et **Atout France** : le Département du Var, les Agences de développement des Alpes de Haute-Provence 04, des Hautes-Alpes 05 et du Vaucluse 84, Var Tourisme 83, le CRT Côte d'Azur France 06, les Offices de tourisme d'Antibes Juan-les-Pins, d'Aix-en-Provence, le Pays d'Arles, les Offices de tourisme métropolitains de Nice Côte d'Azur et de Toulon Provence Méditerranée ainsi que Provence Côte d'Azur Events (spécialisé dans le tourisme d'affaires et de congrès).

En tout, près de **20 comités de pilotage** se sont tenus entre mars et juillet. Dès le départ, l'objectif était de mettre sur pied, en un temps record, **la campagne la plus importante et la plus rapide** menée par une destination française à la sortie du confinement, dans le but de **soutenir la reprise touristique** de Provence-Alpes-Côte d'Azur sur le marché français en séduisant la clientèle française et en encourageant le tourisme infra-régional.

Concrètement, cette campagne repose sur l'accroche **#OnaTousBesoinDuSud**, déclinée sur de multiples canaux :

- **Les médias**, avec [des spots TV](#) diffusés sur des chaînes nationales (un spot régional de 30 secondes et huit spots de 15 secondes dédiés aux territoires des partenaires) grâce au budget abondé par la Région. Un plan média digital et print a par ailleurs été déployé en Provence-Alpes-Côte d'Azur. En complément, des insertions publicitaires dans un éventail de médias ont été réalisées en partenariat avec la Direction de la communication de la Région.

- **Les réseaux sociaux**, avec une démarche « ambassadeurs » destinée à susciter l'adhésion des professionnels du tourisme, des habitants et d'influenceurs locaux autour du hashtag #OnaTousBesoinDuSud.

- **Le web**, avec une campagne digitale nationale de notoriété et de conversion menée en partenariat avec le groupe Webedia. Celle-ci ciblait plus particulièrement l'hôtellerie de plein air et le locatif. En parallèle, une autre campagne digitale nationale de conversion a été menée en partenariat avec le groupe Expedia (hotels.com). Celle-ci ciblait principalement l'offre hôtelière. Un site vitrine, onatousbesoindusud.fr, a par ailleurs été mis en ligne.

- **L'affichage**, avec une campagne dans des villes d'Occitanie et d'Auvergne-Rhône-Alpes et un dispositif déployé en Provence-Alpes-Côte d'Azur en partenariat avec la Direction de la communication de la Région.

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 - principalement sur les marchés internationaux européens et lointains, mais aussi français depuis le début de la crise liée au covid-19.