



PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

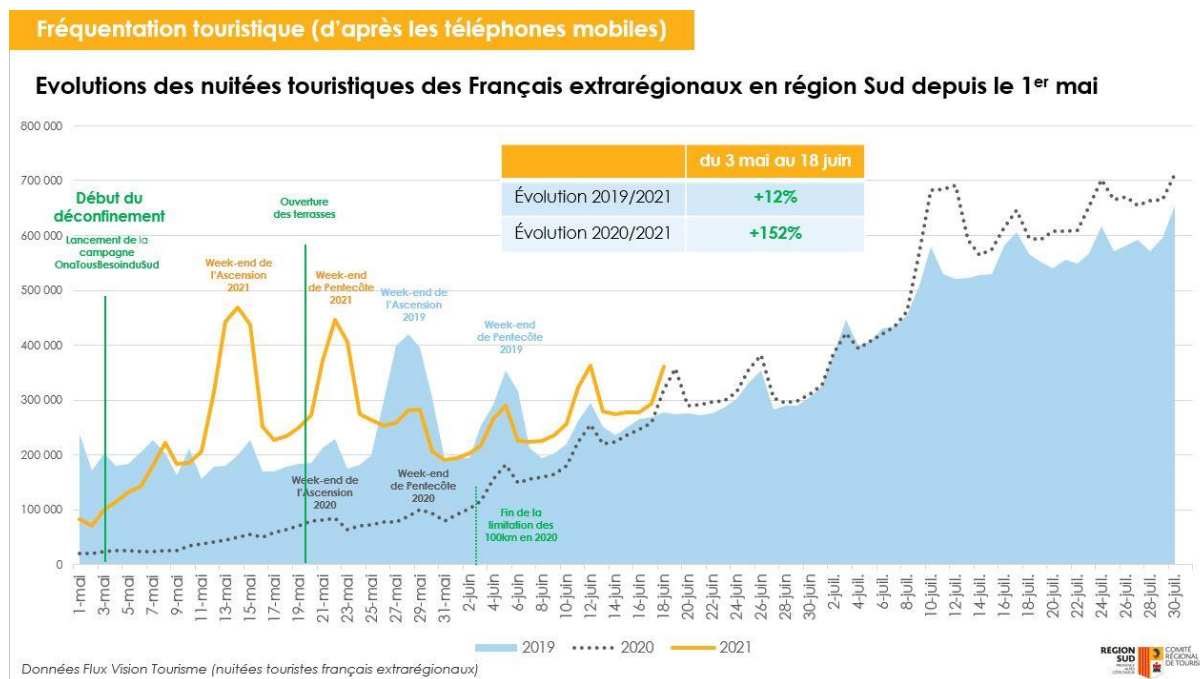
VENDREDI 25
JUN 2021

EN PROVENCE-ALPES CÔTE D'AZUR, UN PRINTEMPS PLUTÔT REUSSI ET UN ETE PROMETTEUR

Campagne publicitaire de relance, ré-ouverture des terrasses, des lieux culturels, levée du couvre-feu... Petit à petit, la « belle vie d'avant » reprend sous le soleil de Provence-Alpes-Côte d'Azur. Ce quasi-retour à la normale s'accompagne de bonnes nouvelles pour le secteur du tourisme : après un printemps plutôt réussi grâce à la présence des clientèles françaises, les prévisions estivales s'avèrent prometteuses pour un secteur toujours aussi important pour la région, puisqu'il pèse pour 10% de ses emplois et 13% de son PIB.

I - LES TOURISTES FRANÇAIS AU RENDEZ-VOUS CE PRINTEMPS

Au lendemain du déconfinement, le 3 mai dernier, les touristes français ont été nombreux à profiter d'un séjour dans notre région. Ainsi, selon nos données issues de la téléphonie mobile, entre le 3 mai et le 18 juin, les nuitées des touristes français extrarégionaux ont connu une hausse de 12 % par rapport à 2019, année de référence en termes de fréquentation. Par rapport à 2020, année marquée par la crise sanitaire, la hausse atteint 152 %. Cette augmentation de la fréquentation est nettement visible lors du week-end de l'ascension. Elle l'est encore plus lors de celui de la Pentecôte, boosté par la ré-ouverture des terrasses.

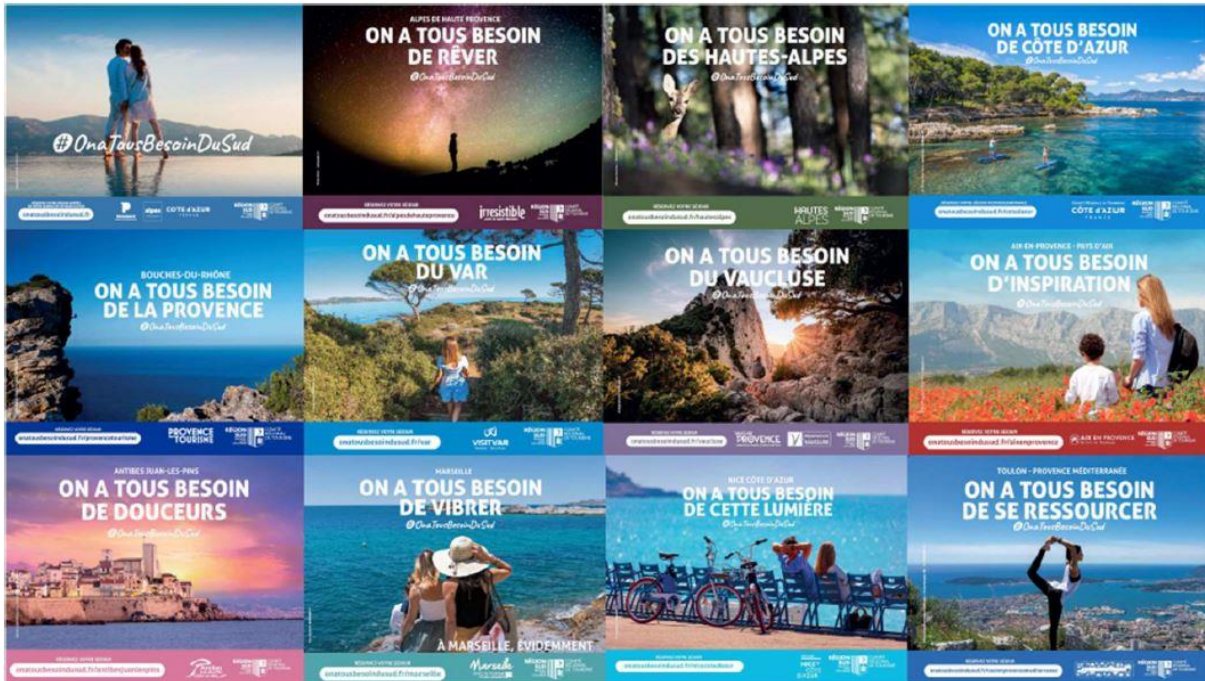


Cette hausse de la fréquentation de la clientèle française coïncide avec le lancement, dès le début du déconfinement, de la campagne de communication #OnaTousBesoinDuSud, saison2. Cette campagne de relance d'ampleur, portée par un collectif uni (Le CRT, la Région Sud, les agences de développement des Alpes-de-Haute-Provence, des Hautes-Alpes, des Alpes Maritimes (CRT Côte d'Azur), des Bouches-du-Rhône (Provence Tourisme), du Var (Visit Var), du Vaucluse (Vaucluse Provence Attractivité) ; les offices de Tourisme et des congrès de Marseille (Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille), du Pays d'Aix, d'Antibes Juan-les-Pins, de Nice (Office de Tourisme Métropolitain Nice Côte d'Azur) et de Toulon (Métropole Toulon Provence Méditerranée), avait pour but de séduire la clientèle française pour compenser la présence limitée des clientèles internationales. Déclenchée cette année un mois plus tôt qu'en 2020, sa première phase visait plus précisément à encourager la venue des vacanciers français ce printemps en Provence et sur la Côte d'Azur, et au début de l'été dans les Alpes. Cette stratégie a donc porté ses fruits. Une seconde phase de la campagne sera déployée à la fin du mois d'août, pour stimuler l'arrière-saison.



Durant l'été 2020, la destination Provence-Alpes-Côte d'Azur avait vu la clientèle française bondir de près de 20% par rapport à 2019 (performance nettement supérieure à celles des autres régions françaises, qui plafonnaient au mieux à +2,3%)

COMMUNIQUE DE PRESSE

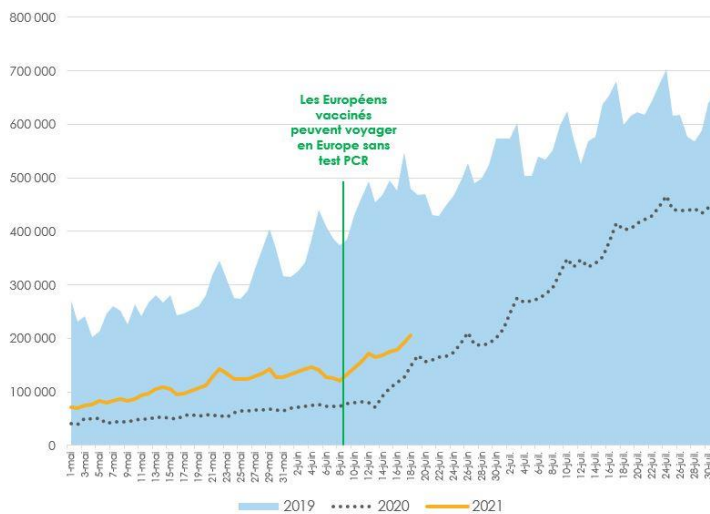


II - LA CLIENTELE EUROPEENNE EN DEVENIR

Ce printemps, les nuitées touristiques internationales reprennent également le chemin de la hausse par rapport à 2020, en particulier à partir du 9 juin, avec la libre circulation des voyageurs vaccinés européens (+76% entre le 9 et le 18 juin). Le niveau enregistré cette année reste très inférieur à celui de 2019 à la même période (-64%). Mais les dernières évolutions des consignes sanitaires incitent à l'optimisme pour les prochaines semaines. A titre d'exemple, depuis hier, le 24 juin, les autorités néerlandaises ont classé la France comme une destination « sûre ». De retour dans leur pays, les Néerlandais qui ont séjourné en France n'ont désormais plus besoin de présenter un test PCR négatif. Ce point est capital, notamment pour cette clientèle très affinitaire de notre offre en camping et hôtellerie de plein air.

Fréquentation touristique (d'après les téléphones mobiles)

Evolutions des nuitées touristiques internationales en région Sud depuis le 1^{er} mai



Données Flux Vision Tourisme (nuitées touristes internationaux)

	du 9 au 18 juin
Évolution 2019/2021	-64%
Évolution 2020/2021	+76%

Au 18 juin, le volume de nuitées internationales est 3 fois supérieur à celui observé début mai. Depuis le 9 juin et la libre circulation des Européens vaccinés nous sommes à 40% du niveau observé sur la même période en 2019.

Top 5 des marchés présents du 9 au 18 juin 2021:

1. Allemagne
2. Belgique
3. Italie
4. Pays-Bas
5. Suisse

Top 5 des marchés présents du 9 au 18 juin 2019 :

1. Allemagne
2. Royaume-Uni
3. Etats-Unis
4. Pays-Bas
5. Italie



COMMUNIQUE DE PRESSE

Du 9 au 18 juin, les clientèles allemandes, belges, italiennes, néerlandaises et suisses ont été les plus présentes dans notre région. Les clientèles belges sont particulièrement présentes avec un niveau qui se rapproche du record de 2019 (baisse limitée à -15% par rapport à 2019). A noter aussi les premiers signes du retour des clientèles américaines, clientèle qui sera de nouveau stimulée dès la rentrée par l'accueil d'un éducteur des 20 plus grandes agences américaines.

Fréquentation touristique (d'après les téléphones mobiles)

Evolutions des nuitées touristiques internationales en région Sud

du 9 au 18 juin	International	Allemagne	Italie	Belgique	Pays-Bas	Suisse	Royaume-Uni	Etats-Unis
Évolution 2019/2021	-62%	-75%	-47%	-15%	-57%	-32%	-78%	-84%
Évolution 2020/2021	+88%	+88%	+47%	+200%	+151%	+89%	+72%	+128%

Côté hôtellerie, et dans un contexte de reprise progressive de l'activité touristique, les chiffres sont également plutôt bons. Clientèles françaises et internationales confondues, du 1^{er} au 20 juin, le taux d'occupation des hôtels de Provence-Alpes-Côte d'Azur s'élève à 41%. Il était de 18% en 2020 et de 78% en 2019. Pour résumer, l'activité hôtelière est deux fois inférieure à celle de 2019 mais deux fois supérieure à celle de l'année dernière.

De manière générale, si le niveau de fréquentation de 2019 n'est pas atteint à ce jour, il devrait in fine se révéler positif, et donner ainsi, après une année 2020 catastrophique, un nouvel élan au secteur du tourisme, pilier de notre économie régionale (13% du PIB).

III - DES INDICATEURS QUI INCITENT A L'OPTIMISME POUR CET ETE

Toutes les données dont nous disposons à l'instant T concordent : la saison estivale s'annonce bien.

Ainsi, la première quinzaine de juin, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur se place en tête des recherches d'hébergements touristiques en ligne chez les visiteurs français (*Source : Google Destination Insight*).

Recherches d'hébergements touristiques en ligne



Recherches des logements touristiques en France selon les marchés d'origines

Touristes français

	Classement des régions les plus recherchées juin 2021
1	Provence-Alpes-Côte d'Azur
2	Nouvelle-Aquitaine
3	Occitanie
4	Île-de-France
5	Auvergne-Rhône-Alpes

Source Google Destination Insight (du 1^{er} au 18 juin 2021)

COMMUNIQUE DE PRESSE

Du côté des marchés européens de proximité (Italie, Belgique, Royaume-Uni, Allemagne), toujours pour les recherches d'hébergements touristiques en ligne et à la même période, les villes de notre région tirent particulièrement bien leur épingle du jeu, et notamment les villes du littoral.

Recherches d'hébergements touristiques en ligne



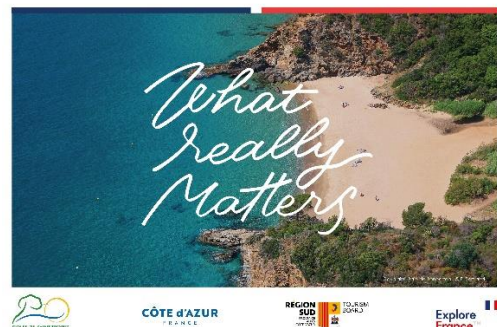
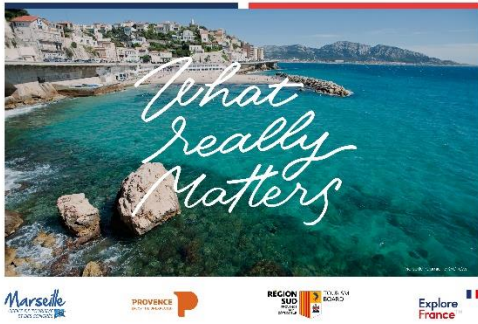
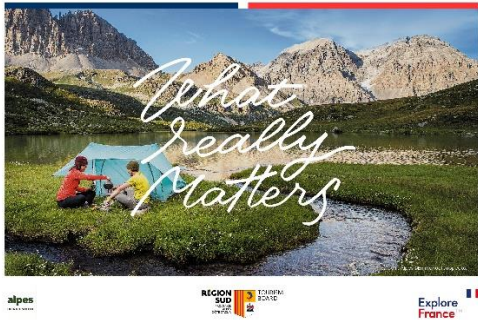
Recherches des logements touristiques en France selon les marchés d'origines

 Touristes italiens	 Touristes belges	 Touristes britanniques	 Touristes allemands
Villes les plus recherchées juin 2021	Villes les plus recherchées juin 2021	Classement des villes les plus recherchées juin 2021	Classement des villes les plus recherchées juin 2021
1 Paris	1 Paris	1 Paris	1 Paris
2 Nice	2 Nice	2 Rueil-Malmaison	2 Nice
3 Cannes	3 Argelès	3 Nice	3 Strasbourg
4 Saint-Tropez	4 Marseille	4 Chessy	4 Grimaud
5 Menton	5 Lyon	5 Cannes	5 Saint-Tropez
6 Chessy	6 Beaune	6 Antibes	6 Cannes
7 Porto-Vecchio	7 Fréjus	7 Saint-Tropez	7 Marseille
8 Antibes	8 Le Touquet	8 Fouesnant	8 Chessy
9 Bonifacio	9 Dijon	9 Marseille	9 Lyon
10 Calvi	10 Bordeaux	10 Bordeaux	10 Ramatuelle

Source Google Destination Insight (du 1^{er} au 16 juin 2021)

Cette dynamique positive est à mettre en relation avec le lancement, mi-mai, de la campagne de relance européenne #ExploreFrance. Le CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur et ses partenaires, les 12 autres CRTs des régions françaises métropolitaines, Atout France et plusieurs entreprises privées du secteur, se sont associés pour une vaste opération de reconquête de 10 marchés européens. Dans ce cadre, les touristes européens ont été invités à venir retrouver en France « ce qui compte vraiment (« What Really Matters »), via une offre axée tourisme durable. D'un point de vue financier, notre région est celle qui a le plus contribué à cette campagne, d'un montant global de 10 millions d'euros.

COMMUNIQUE DE PRESSE



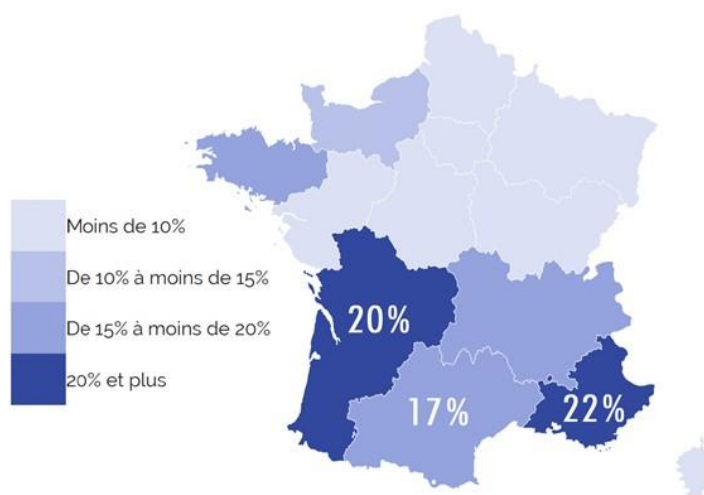
COMMUNIQUE DE PRESSE

Autre point positif : les professionnels du tourisme se montrent optimistes. Selon une enquête menée par Novamétrie pour le CRT auprès de 654 d'entre eux (hébergeurs, prestataires d'activités, offices de tourisme, ...) à la mi-juin, 57% de professionnels du secteur jugent que la fréquentation en mai et juin a été « bonne » (dont 12% « très bonne » et 45% « assez bonne »).

Selon eux, l'été sera bon : toujours selon cette étude, plus de 8 professionnels sur 10 (soit 83%) s'estiment confiants quant à la fréquentation estivale attendue.

Autre bonne nouvelle, la région Provence Alpes Côte d'Azur arrive en tête des intentions de séjours des Français pour cet été 2021, selon la dernière baromètre Ipsos pour Europ Assistance. De quoi envisager définitivement des jours meilleurs.

Région françaises les plus attractives cet été 2021



Enquête Ipsos en ligne du 5 au 20 mai auprès de 14 000 personnes dont 1 000 français représentatifs de la population



Il est cependant à noter que si ces données sont encourageantes, il reste encore de la place, notamment dans l'hôtellerie et plus particulièrement sur la Côte d'Azur, qui souffre toujours de l'inertie de la reprise du tourisme international, surtout sur les marchés lointains.

Bienvenue en Provence-Alpes-Côte d'Azur !

CONTACT PRESSE : Audrey SALOR, 07 86 59 42 84, a.salor@provence-alpes-cotedazur.com

A PROPOS DU COMITE REGIONAL DE TOURISME PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

Le Comité Régional de Tourisme assure une démarche de promotion et de communication à destination des clients internationaux et français afin de soutenir l'économie touristique de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, en lien avec ses professionnels du tourisme. Rendre visibles nos destinations à l'international, promouvoir des destinations compétitives et créer du lien avec nos clients, sont les 3 objectifs qui orientent l'action du CRT, tant en direction du grand public, des organisateurs de voyages que des médias. La stratégie développée autour des 3 marques Monde Provence, Alpes et Côte d'Azur, constitue la pierre angulaire des dispositifs marketing mis en œuvre par le CRT depuis plusieurs années. Orientée client, basée sur une gouvernance spécifique à chaque marque et la mutualisation de moyens, elle monte résolument en puissance.