

#OnaTousBesoinDuSud

LUNDI
28 MARS 2022

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

LE CRT ET SES PARTENAIRES LANCENT « ON A TOUS BESOIN DU SUD », SAISON 3

Toute une région unie pour une relance inédite et ambitieuse du tourisme

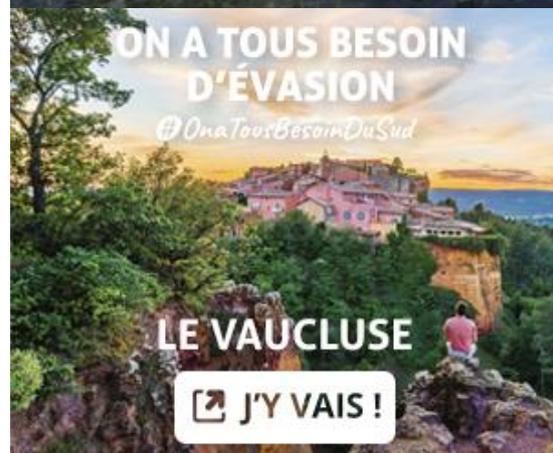
Fort du succès des campagnes de 2020 et 2021, le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur et ses partenaires relancent la campagne « On a tous besoin du sud ». Après une action concertée à l'adresse du tourisme européen, présentée lors du salon Rendez-vous en France à Nantes, ce plan de communication d'envergure incitera les Français à redécouvrir la richesse de nos territoires.

*« Une fois encore, avec **Renaud Muselier, Président de la Région Sud**, nous avons fait le choix du collectif pour porter plus haut les couleurs de notre territoire, explique **François de Canson, président du CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur**. Après deux années difficiles et tandis que la guerre frappe l'Ukraine, nous devons être aux côtés des professionnels du tourisme. Pour la troisième année consécutive et parce qu'en 2020 et 2021, elle nous a permis d'atténuer le choc, nous allons relancer cette belle campagne On a tous besoin du Sud. Avec nos partenaires des agences départementales et des offices de tourisme, nous sommes déterminés et prêts à relever les défis des mois à venir. Ensemble, nous réussirons ce que l'on ne peut pas faire seuls ».*

- Plus de deux ans après le début de la crise sanitaire, cette nouvelle campagne d'ampleur vise à **compenser l'absence dans notre région des clientèles étrangères lointaines** - dont le retour sera très progressif - en séduisant la clientèle française. Celle-ci sera incitée à visiter Provence-Alpes-Côte d'Azur lors des ailes de saison, en priorité au printemps (d'avril à juin), pour mieux répartir la fréquentation et ainsi préserver les espaces protégés et le cadre de vie des habitants.

COMMUNIQUE DE PRESSE

- **Concrètement, du 28 mars au 2 juin, une campagne démarre dans les grands médias nationaux** : Le Monde côté presse écrite. TF1, TMC, LCI pour la télévision, avec des diffusions de spots lors de créneaux stratégiques (Le JT 20h, Sept-à-Huit, Grands reportages sur TF1, Quotidien sur TMC et La Matinale, 24h Pujadas, et Ruth Elkrief 2022 sur LCI).
- **L'originalité** : cibler les CSP+ et le tourisme à fort pouvoir d'achat, pour pallier l'absence des clientèles étrangères lointaines, très contributrices à notre économie touristique.



COMMUNIQUE DE PRESSE

ON A TOUS BESOIN DE PAYSAGES MYTHIQUES
#OnaTousBesoinDuSud

LE VAR
J'Y VAIS!

ON A TOUS BESOIN DE RÊVER
#OnaTousBesoinDuSud

LES ALPES DE HAUTE-PROVENCE
J'Y VAIS!

ON A TOUS BESOIN DE NATURE
#OnaTousBesoinDuSud

HAUTES-ALPES
J'Y VAIS!

ON A TOUS BESOIN DE LA PROVENCE
#OnaTousBesoinDuSud

LES BOUCHES-DU-RHÔNE
J'Y VAIS!

ON A TOUS BESOIN DE CETTE LUMIÈRE
#OnaTousBesoinDuSud

NICE
J'Y VAIS!

ON A TOUS BESOIN DE S'ÉMERVEILLER
#OnaTousBesoinDuSud

TOULON - HYÈRES - SIX-FOURS
J'Y VAIS!

COMMUNIQUE DE PRESSE

Ils sont partenaires de la campagne #OnaTousBesoinduSud :

Le Comité régional de tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur (CRT), 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 de Marseille, de Nice, d'Aix-en-Provence, d'Avignon, d'Antibes, de la Métropole Toulon Provence Méditerranée et du Golfe de Saint-Tropez sont plus que jamais mobilisés pour faire revivre le tourisme dans notre belle région. Ensemble, nous sommes plus forts pour faire rayonner les splendeurs de la région Sud.



Contact presse :

Philippe Courtois

06.15.08.09.73

p.courtois@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.