

COMMUNIQUE DE PRESSE

28 juin 2022

Des taux de réservation en forte hausse pour cet été 2022



© Crédit photo : R.Van Rijn

« A la veille du premier week-end de départs en vacances, les voyants sont au vert dans notre Région Provence-Alpes-Côte d'Azur. D'ores et déjà, les taux de réservation de cet été sont encourageants puisqu'ils s'établissent à **71% pour le mois de juillet et à 68% pour le mois d'août**. A titre de comparaison, à la fin du mois de juin 2019, ils étaient de 55%. Les réservations de dernière minute devraient faire monter les taux d'occupation définitifs. De nombreux hôtels et campings affichent déjà complet pour ces deux mois de haute saison. Visiblement, le travail engagé sur l'allongement de la saison porte ses fruits. Le printemps a été un succès pour les professionnels de notre secteur. Ils ont enregistré une hausse de 16% du taux de fréquentation durant les mois de mai et de juin par rapport à 2019, année de référence. Nous avons connu deux temps forts : le week-end de l'Ascension et celui de la Pentecôte, avec des résultats bien au-dessus de ceux de 2019. Mais l'automne aussi s'annonce encourageant : les taux de réservations de septembre sont d'ores et déjà en hausse de 15%. Des données qui expliquent sans doute que 91% des professionnels de la région Sud se préparent à faire une bonne saison. Ils n'étaient que 80% en 2019. »

François de Canson,
Président du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur
Président d'ADN Tourisme

Baromètre de conjoncture printemps-été

BAROMÈTRE DE CONJONCTURE PRINTEMPS

RÉGION SUD



Comment a été la fréquentation de votre établissement durant la période de mai à mi-juin ?

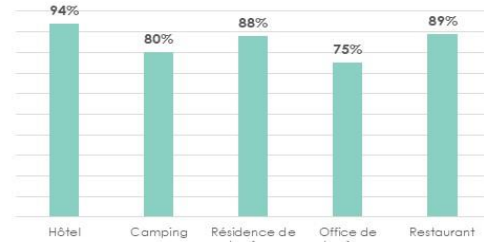


85% des professionnels interrogés considèrent que la fréquentation de mai-juin a été bonne.

Ils sont seulement 1% à l'avoir trouvé très mauvaise et 14% à l'avoir trouvé assez mauvaise. 2% ne se prononcent pas.

Filtré par secteur d'activité

% de réponse très bonne + assez bonne



C'est dans l'hôtellerie que la part de professionnels ayant eu une bonne fréquentation est la plus forte (94%) alors que dans les offices de tourisme ils ne sont « que » 3/4 à estimer avoir eu une bonne fréquentation au printemps.

Source : CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur - enquête réalisée par Novamétrie par téléphone auprès de 640 professionnels du tourisme du 13 au 17 juin 2022



© Crédit photo : C.Chillio / CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur

BAROMÈTRE DE CONJONCTURE PRÉVISIONS ÉTÉ

RÉGION SUD

Taux de réservations de l'été



Les taux de réservations de l'été sont encourageants aussi bien en juillet qu'en août. Les réservations de dernières minutes devraient encore faire monter le taux d'occupation définitif.

91% des professionnels interrogés sont confiants pour l'activité de leur établissement cet été et 51% estiment que la fréquentation estivale 2022 sera meilleure qu'en 2021 (46% l'estiment stable et seulement 3% en baisse).

Source : CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur - enquête réalisée par Novamétrie par téléphone auprès de 640 professionnels du tourisme du 13 au 17 juin 2022

Comment ces perspectives encourageantes s'expliquent-elles ?

Les Français, le disent, ils ont envie de bouger ! Ils sont même 7 sur 10 à avoir l'intention de prendre des vacances. Les trois quarts d'entre eux partiront quelque part en France.

Ils sont déjà plus de 66% à avoir réservé dans un lieu payant ; ce qui est une bonne nouvelle pour les professionnels du secteur.

Si 25% des Français assurent qu'ils dépenseront moins cette année que les années précédentes, ils sont 3 sur 4 à affirmer qu'ils dépenseront autant ou plus.

Outre les Français, la région Provence Alpes Côte d'Azur voit revenir en nombre les touristes étrangers en commençant par les Européens notamment les Anglais et les Scandinaves, mais aussi les Allemands, les Belges et les Hollandais. Seuls les Italiens seront moins nombreux cet été que les autres années.

Mais ce n'est pas tout. Les touristes « du grand international » aussi sont de retour. Si les Russes et les Chinois sont toujours absents, les Japonais retrouvent le chemin du sud. Les vacanciers du Moyen Orient seront plus nombreux qu'en 2019. Mais c'est du côté de l'Amérique qu'il faut regarder cet été. En effet, les Américains du Nord et les Canadiens seront nombreux dans notre région, sur la Côte d'Azur et en Provence. Grâce au travail de trois compagnies aériennes (La Compagnie, Delta Airlines et United Airlines), deux à trois vols quotidiens sont proposés chaque jour.

Ce retour des touristes étrangers est aussi le fruit d'un travail mutualisé entre Atout France et le Comité régional de tourisme Provence Alpes Côte d'Azur. Au total, près de 3 millions d'euros ont été investis sur 10 marchés européens pour les destinations Provence, Alpes du Sud et Côte d'Azur (au Royaume-Uni, en Allemagne, Norvège, Suède et Danemark, aux Pays-Bas, en Belgique, Suisse, Autriche, et Italie) sur un plan d'actions multicanal mêlant digital, social media, TV, affichage, et partenariats avec la presse.

Plus de détail sur le lien : [Campagne Explore France 2022 : cap sur l'Europe | Provence-Alpes-Côte d'Azur Tourisme \(provence-alpes-cotedazur.com\)](#)

Quelques points de vigilance...

Plus de 75% des Français qui partent en vacances utilisent leur voiture. La question du prix des carburants est importante. Environ 20% des Français qui ne partiront pas en vacances cet été évoquent le coût des carburants.

Par ailleurs notre destination doit à nouveau faire face à la concurrence étrangère. Certains Français vont reprendre leurs habitudes : 30% de ceux qui veulent partir à l'étranger iront en Espagne cette année.

La crise sanitaire n'est pas dernière nous. « Toutefois les touristes ont pris l'habitude de voyager en respectant les mesures sanitaires et les gestes barrières et cela ne devrait pas impacter le taux de fréquentation », assure François de Canson

Plus de 50% des vacanciers vont plébisciter le littoral. *« Il faut tourner la page sea, sex and sun ». Désormais, Les vacanciers veulent autre chose. C'est pourquoi, avec le président Renaud Muselier nous avons décidé d'engager sans attendre la transition vers un « autre tourisme » plus respectueux de l'environnement et des habitants de cette région. Premier axe : développer un tourisme des 4 saisons en commençant pas allonger la saison estivale. Cela permet de lisser les pics de fréquentation que nous enregistrons notamment dans la première quinzaine du mois d'août. Ensuite, nous développons les filières pour inciter les vacanciers à découvrir l'aénotourisme, les chemins de randonnées culturels, mémoriels ou spirituels et le cyclotourisme. Nous les invitons à fréquenter, dans le plus grand respect de l'environnement, les parcs nationaux ou régionaux. La Région dispose aussi de nombreux sites patrimoniaux qui peuvent être des alternatives pour les familles comme par exemple la réplique de la grotte Cosquer, désormais ouverte au public, à Marseille », explique François de Canson.*

A noter ...

Depuis l'allègement des contraintes sanitaires pour les voyages internationaux, le travail du CRT se repositionne progressivement sur les clientèles étrangères : elles sont pour beaucoup un potentiel de voyage durant une période autre que celle des Français, cela permet de maintenir une activité au-delà de la très haute saison qui pourra progressivement contribuer aux emplois durables versus contrats courts.

Enfin, après un sondage auprès des professionnels et les réunions du Club Pro, le CRT mènera durant tout l'été des réunions de concertation avec les partenaires territoriaux (ADTs, Offices de Tourisme) pour bâtir le plan d'actions 2023.

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.