

COUPE DU MONDE DE RUGBY 2023 :

POURQUOI CHOISIR DE S'INSTALLER DANS LA RÉGION PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR POUR SUIVRE TOUTE LA COMPÉTITION ?

Provence-Alpes-Côte d'Azur en tournée en Australie
et Nouvelle-Zélande du 5 au 9 septembre prochains.

À un an de la Coupe du Monde de Rugby France 2023, le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur, les offices de tourisme des deux villes hôtes de Marseille et de Nice, mais aussi celui d'Aix-en-Provence, présenteront les atouts de leurs destinations aux workshops organisés par Atout France en Australie/Nouvelle-Zélande.

La RWC France 2023 mettra un coup de projecteur sur la destination France pendant les 52 jours de compétition du 8 septembre au 28 octobre 2023. Une formidable opportunité pour promouvoir les destinations de Marseille, Nice et Aix-en-Provence et plus largement, la Provence, la Côte d'Azur et les Alpes du Sud.

Depuis mai 2022, le **Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur et les villes hôtes de Marseille et Nice**, unissent leurs forces dans la perspective de la prochaine coupe du monde de rugby, pour assurer une promotion ciblée et préparer l'accueil des visiteurs internationaux. Et d'autres partenaires les ont rapidement rejoints : Un plan à la hauteur d'un enjeu mondial ! Nous sommes la seule région de France à fédérer ainsi les énergies et à mobiliser autant de moyens pour cet événement. Nous sommes aussi la région de France qui accueille le plus de touristes internationaux après Paris-Île-de-France, clientèles qui contribuent le plus à l'économie touristique (recettes et emplois).

Après, l'Afrique du Sud et le Japon - marchés lointains qui seront fortement représentés pendant l'événement RWC France 2023, c'est en Australie et en Nouvelle-Zélande que le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur se rendra avec ses partenaires de l'Office de Tourisme et des Congrès Métropolitain de Marseille, de l'Office Métropolitain du Tourisme Nice-Côte d'Azur et de l'Office du Tourisme d'Aix-en-Provence à Sydney, puis à Melbourne et Auckland du 5 au 9 septembre pour y présenter les atouts de nos destinations. Des supports de promotion et de communication dédiés à l'événement RWC France 2023 et à nos destinations seront édités



Les clientèles d'Océanie sont importantes pour notre territoire, car ce sont celles qui devraient rester le plus longtemps sur place.

C'est donc avec l'objectif de les convaincre de s'installer ici durant toute la compétition que nous réalisons cette mission avec pour arguments de bénéficier à la fois des nombreux matchs qui auront lieu sur place (plus de 20% des matchs seront joués à Marseille et à Nice), mais aussi de découvrir les atouts touristiques de Provence et de Côte d'Azur, facilement accessibles. Et selon les matchs choisis par les supporters, il sera également facile de se rendre dans les stades d'autres régions.

FRANÇOIS DE CANSON,
PRÉSIDENT DU CRT PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR
ET PRÉSIDENT D'ADN TOURISME



AU PROGRAMME TROIS WORKSHOPS :

- Un réparti sur deux jours à **Sydney**, les 5 et 6 sept.
- Un à **Melbourne** avec une soirée « **A night in Provence & Côte d'Azur** ». Le dîner avec 150 invités sera préparé par les Chefs Dominique Frérard (Chef au Sofitel Marseille Vieux Port *****) et Noëlle et David Faure (SensÔriel - Nice), le 7 sept.
- Un à **Auckland**, le 9 sept.

Au total, la délégation rencontrera sur 4 jours de tournée, plus de 600 tours opérateurs, agents de voyages, médias et influenceurs. À ces workshops, s'ajoutera une campagne de communication pilotée par Atout France sur le thème « One year to go... » en direction du grand public.

À noter, nos partenaires privés sur ce déplacement : Emirates, Fragonard et Château la Gordonne.

LES ATOUTS DE NOS DESTINATIONS



Une dynamique collective lancée il y a près d'un an déjà avec un plan d'actions qui a démarré dès la fin du mois de mai 2022



Expertise dans l'accueil de la clientèle internationale (2^{ème} région de France pour l'accueil des touristes internationaux)



Première région en nombre de matchs : 10 sur 48



Offre touristique hôtelière et culturelle très riche, lieux emblématiques et diversité des activités et des paysages



Proximité de 2 stades majeurs proches d'aéroports internationaux et facilités d'accès en transport collectif (TER, pass métropoles...)



Météo avec « l'été indien du sud »

LES CHIFFRES À RETENIR

10 MATCHS

sur 48 soit plus de 20% de la compétition sur notre territoire et de grandes facilités pour relier les 2 stades, comme les sites touristiques de Provence et de la Côte d'Azur, en transport collectif

52 JOURS

de compétition

3,2 MILLIARDS D'€

Retombées directes et indirectes estimées en France

2 VILLES HÔTES, 2 STADES

à Marseille de 67 000 places (6 matchs dont 2/4 de finale) et à Nice de 35 000 places (4 matchs) soit potentiellement plus de 500 000 spectateurs en région Sud

175 PAYS

Environ 50% des spectateurs viendront de 175 pays étrangers

CONTACT PRESSE

CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur
Philippe COURTOIS
p.courtois@provence-alpes-cotedazur.com
+33(0)6 15 08 09 73

À PROPOS DU COMITÉ RÉGIONAL 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.

