

## COMMUNIQUE DE PRESSE

13 avril 2023

### Le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur lance sa saison d'été à Saint-Tropez



« Le week-end de Pâques s'est terminé sur un bilan très positif en région Provence-Alpes-Côte d'Azur avec un taux d'occupation de 73% dans les hôtels et un pic à 78% lors du samedi 8 avril (soit une progression de +15 points par rapport au samedi 1<sup>er</sup> avril, hors vacances). L'intercontinental à Marseille a eu un taux d'occupation de 90%, et à Nice, le Negresco, le Royal Riviera et le Palais de la Méditerranée dépassent les 80%. Une étude menée par Atout France et les CRTs de France a montré que 50% des Français ont l'intention de partir soit un week-end soit en vacances au printemps et que 87% d'entre eux choisiront de rester en France.

Sur l'ensemble du mois d'avril, nous constatons une avance de réservation de +20% par rapport à l'année dernière, en lien avec une plus grande anticipation des réservations observée depuis le début de l'année 2023. Tous les voyants sont au vert pour la saison estivale avec un taux de réservation des hôtels de 31% pour le mois de mai (+27% vs 2022), 31% pour juin (+17%), 24% pour juillet (+11%) et 17% pour août (+12%). Ces chiffres sont en avance par rapport à l'année dernière, et nous sommes également optimistes pour les mois de septembre et octobre grâce à la Coupe du monde de Rugby 2023 qui viendra renforcer l'attractivité de notre territoire puisque 6 matchs se dérouleront à Marseille et 4 à Nice.

Je suis très heureux de lancer cette saison estivale à l'Hôtel de Paris de Saint-Tropez. A ce jour, 8 500 postes sont encore à pourvoir dans le secteur touristique. C'est 20% de moins qu'en 2022. Cette situation favorable et sans aucun doute due aux différentes actions menées ces derniers mois par le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur et ses partenaires. Nous continuerons de nous mobiliser en faveur de la revalorisation des métiers du tourisme pour faire des prochains mois une réussite pour tous les professionnels. Bonne saison estivale à tous ! ».

**François de Canson,**

Vice-Président de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur  
Président du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur  
Président d'ADN Tourisme

Le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur s'est réuni à l'Hôtel de Paris de Saint-Tropez ce jeudi 13 avril 2023 afin de lancer la saison d'été. Pour l'occasion, près de 150 professionnels du tourisme et partenaires étaient présents avec parmi eux Atout France, Expedia ou encore Pôle emploi. Un événement qui a permis de communiquer les tendances des mois à venir, les nouveaux comportements des Français en terme de voyage, la question de l'emploi, les nouveaux dispositifs mis en place par la Région pour soutenir les professionnels du tourisme ou encore la nouvelle campagne de communication lancée en partenariat avec Expedia.

### Les nouvelles aspirations des Français



Le week-end de Pâques s'est terminé sur un bilan très positif en région Provence-Alpes-Côte d'Azur avec un taux d'occupation de 73% dans les hôtels et un pic à 78% lors du samedi 8 avril (soit une progression de +15 points par rapport au samedi 1<sup>er</sup> avril, hors vacances). ADN Tourisme, la fédération qui regroupe tous les CRTs, les ADTs et les offices de tourisme de France, présidée par François de Canson, a réalisé une étude auprès de 5 000 personnes concernant leurs attentes et leurs comportements pendant leurs vacances.

La notion de « vacances » est bien ancrée chez les Français. Après deux années de Covid, il y a un véritable « revenge travel » depuis le début 2023. Premier enseignement de cette étude : il n'existe pas un type de vacanciers mais plusieurs profils c'est pourquoi les attentes et les comportements sont divers et parfois même contradictoires.

Pour un week-end, les Français privilégient l'hôtel (33%, en baisse de 4%), puis la location ou les gîtes (29%) puis le camping (14% en hausse +3%). Dans notre région les locations, gîtes et Airbnb représentent une part supérieure à celle de l'hôtellerie.

## **Les attentes des Français notamment depuis la crise Covid. « Plus qu'un véritable changement c'est une prise de conscience » :**

- Privilégier le retour à la nature ;
- Privilégier la simplicité, l'authenticité ;
- Découvrir des lieux insolites ou inconnus, des nouveaux endroits, des paysages, le patrimoine français ;
- Besoin de prendre son temps, se reposer, se ressourcer, être au calme, séjourner dans un endroit reposant ;
- Donner du sens, vivre une expérience, partager avec des amis ou avec les habitants de la région ;
- S'inscrire dans un tourisme responsable, respectueux de la nature et des habitants ;
- Bien-être, enrichissement personnel.

45% des voyageurs sont prêts à payer plus cher pour accéder à une offre plus responsable. En effet, 40% des personnes interrogées sont prêtes à accepter une augmentation de 5% du coût des prestations si elles sont plus responsables. Ils sont encore 33% à l'accepter si l'augmentation est de 10%. Ils ne sont plus que 6% à accepter une augmentation de plus de 20% du prix des prestations. A noter que 22% des personnes interrogées ne souhaitent aucune augmentation, même si les prestations sont plus responsables.

Que ce soit dans les Alpes du Sud, en Provence ou sur la Côte d'Azur, les professionnels du tourisme multiplient les initiatives pour répondre au mieux aux nouvelles attentes des touristes. Cela va des modes de réservations (de plus en plus sur internet...) aux activités (de plus en plus diversifiées) en passant par les services et le respect de l'environnement.

**L'intégralité des résultats de l'étude est disponible dans le dossier de presse.**

### **Les nouveaux dispositifs régionaux pour les professionnels du tourisme**

Sous l'impulsion de son président Renaud Muselier, la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur a voté la mise en place de 5 nouveaux dispositifs d'accompagnement pour les professionnels du tourisme et destinations de la région.

Les objectifs :

- Consolider les entreprises fragilisées par la crise sanitaire et renforcer leur capacité d'investissement ;
- Encourager la professionnalisation et la transition durable ;
- Soutenir l'organisation d'événements professionnels.

Les 5 dispositifs :

#### **1. Investour pour consolider ses fonds propres**

Il s'agit d'un prêt participatif, dédié exclusivement au secteur du tourisme, qui vise à renforcer les fonds propres des entreprises touristiques pour les aider à créer, pérenniser et développer leur activité.

## **2. Soutien à l'hébergement touristique**

La Région soutient l'investissement des structures d'hébergements touristiques dans leurs travaux d'économies d'énergie, de diminution de l'impact environnemental, d'amélioration de l'accessibilité des personnes en situation de handicap ou de logement des saisonniers.

## **3. Territoires touristiques d'avenir**

Ouvert aux établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) et aux offices de tourisme, cette aide vise à soutenir des projets de transition numérique et environnementale des territoires par une prise en charge maximale de 50% des montants d'investissement et de fonctionnement mobilisés.

## **4. Sites touristiques exemplaires**

Cet appel à projet vise à accompagner les gestionnaires de sites touristiques dans l'amélioration de l'expérience client et la gestion des flux touristiques. A travers ce dispositif, la Région finance entre 40 et 60% des investissements consentis sur un plafond maximum de 100 000 euros.

## **5. Conquête des grands événements économiques**

Afin d'aider les professionnels dans la programmation de grands événements (congrès, convention d'affaires, salon professionnel, ...), la Région propose un accompagnement technique – via la cellule Grands Evènements coordonnée par LINKEUS - et financier.

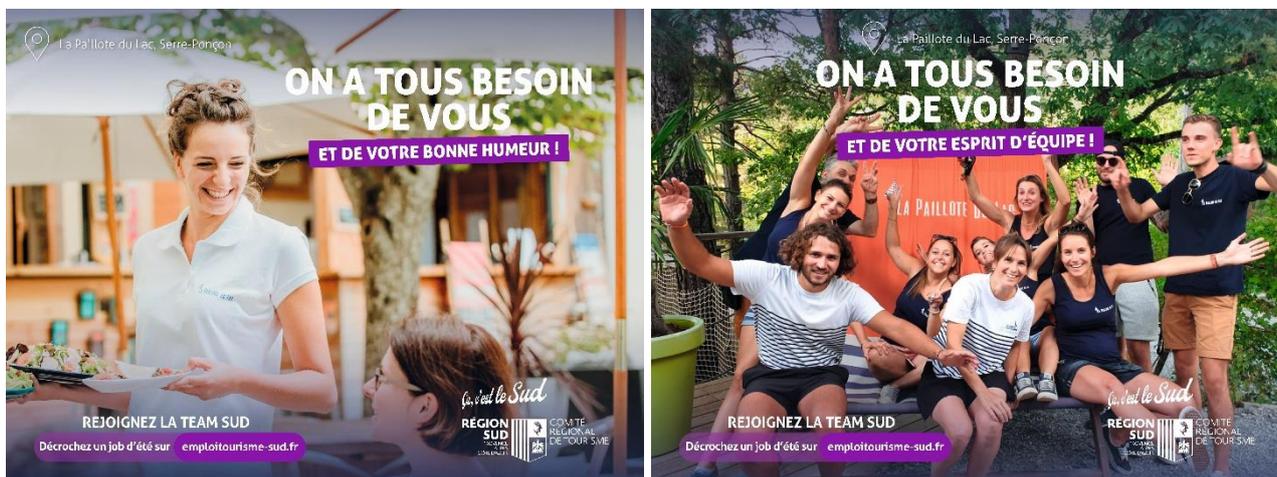
Plus que jamais, la Région Sud soutient les acteurs du tourisme du territoire en renforçant l'attractivité de nos destinations et la professionnalisation du secteur tout en accompagnant sa transition vers un développement plus durable. Il s'agit en effet, par une stratégie particulièrement offensive en matière tourisme responsable de prendre en compte à la fois les enjeux du Plan climat régional « Gardons une cop d'avance », les attentes des clientèles et les défis que doivent relever les professionnels et les destinations.

## **La force des partenariats entre le public et le privé**

Depuis plusieurs années, le CRT est très actif auprès du grand public ; il mène de nombreuses campagnes de communication en France et à l'international, dont bénéficient nos 3 grandes destinations, la Provence, les Alpes du Sud et la Côte d'Azur. C'est à nouveau le cas en 2023 : mutualisant ses forces avec ses partenaires de la région, le CRT est une nouvelle fois le plus puissant acteur régional auprès d'Atout France, dans le cadre de dispositifs de communication sur les marchés européens et nord-américains. Avec l'agence de développement touristique de la France, nous concluons notamment un partenariat ambitieux auprès de la plateforme Expedia, dont l'audience est extrêmement forte à l'international.

Les budgets fédérés par le CRT et ses partenaires régionaux - qui bénéficieront d'un abondement d'Atout France d'une hauteur équivalente - seront triplés par Expedia. Nous bénéficierons ainsi d'une visibilité sans précédent, afin de conforter la fréquentation touristique internationale de notre région.

## GESTE pour lutter contre la pénurie d'emplois dans les métiers du tourisme



Au 15 avril, 8 500 postes sont à pourvoir dans le secteur touristique. C'est 20% de moins que l'année dernière. Cette situation beaucoup plus favorable est sans aucun doute due en partie à toutes les actions menées ces derniers mois et qui portent leurs fruits.

Pour inscrire son action dans la durée, le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur a initié un Groupement d'Employeurs du Sud pour un Tourisme Engagé (GESTE). Cette initiative permet de **regrouper plusieurs entreprises du tourisme afin d'employer des salariés qu'une entreprise ne pourrait pas recruter seule à temps plein** : par exemple, en ne signant qu'un seul contrat, un serveur pourrait faire sa saison d'été dans un hôtel au bord de mer, et sa saison d'hiver à la montagne ou bien un réceptionniste pourrait travailler dans divers établissements tout au long de l'année.

Avoir un seul employeur, c'est optimiser son temps de travail et avoir une sécurité d'un emploi stable et durable, ce qui n'est pas le cas lorsque l'on multiplie les contrats courts. Cela permet aussi d'obtenir par exemple plus facilement un crédit immobilier pour s'installer durablement dans la vie active. Afin de s'ancrer dans un tourisme engagé, les professionnels de GESTE ont mis en place une charte de bienveillance :

1. Accueillir, intégrer et fidéliser
2. Assurer sécurité, santé et bien-être au travail
3. Inscrire la gestion du personnel dans une démarche de qualité
4. Mettre en œuvre une politique salariale motivante
5. Développer l'employabilité, l'inclusion, la lutte contre les discriminations et l'égalité femme homme
6. Promouvoir le savoir être et les savoir faire
7. Valoriser les compétences et l'expérience acquises
8. Permettre la participation active à la vie de l'entreprise

9. Faciliter la professionnalisation et les évolutions de carrière, le « savoir-devenir »
10. Encourager la mobilité entre les métiers, les générations
11. Respecter les normes environnementales et travailler sur la réduction des impacts environnementaux
12. Engager des actions de solidarité sur son territoire ou autre

Comment rejoindre le mouvement ? Une formation en Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) est comprise pour les entreprises adhérentes afin de gagner en attractivité auprès de salariés en recherche de sens. Une convention de partenariat va être établie avec Pôle emploi pour gagner en fluidité entre les postes à pourvoir et les candidats.

Plusieurs entreprises ont déjà rejoint le groupement : l'Intercontinental, l'Hôtel Carré Vieux Port et le SOFITEL de Marseille, l'Hôtel Renaissance à Aix-en-Provence, l'Hôtel Les Medes à Porquerolles et l'Hôtel Mercure à Nice...

Pour en savoir plus rendez-vous sur le site internet de GESTE :

[www.emploistourismedurable.com](http://www.emploistourismedurable.com)

Pour tous les hébergeurs en recherche de salariés motivés, c'est maintenant sur l'adresse mail suivante : [geste@emploistourismedurable.com](mailto:geste@emploistourismedurable.com)

## **260 adhérents au ClubPro**

En 2023, le ClubPro du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur compte 260 adhérents : 166 en Provence, 48 en Côte d'Azur, 30 en Provence-Côte d'Azur et 16 dans les Alpes. La moitié des membres sont des hébergeurs.

Cette année, nous avons accueilli :

- 14 nouveaux membres en Provence comme l'Hôtel Lou Calen ou Rose & Marius ;
- 7 nouveaux membres en Côte d'Azur et Alpes comme l'Hôtel AC by Marriott Nice, l'Hôtel Radisson ou la Maison de Parfums Gallimard ;
- 2 nouveaux membres en Provence, Alpes et Côte d'Azur avec l'Office de tourisme de Bormes-les-Mimosas et la Route des Golfs.

### **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.