

COMMUNIQUE DE PRESSE

20 juin 2023

Les Emirats Arabes Unis connectés à la Provence dès cet hiver avec Transavia !



Photo : Adobe Stock

« Connecter les Emirats à l'aéroport Marseille-Provence cet hiver est une bonne nouvelle qui s'agrége et illustre parfaitement notre politique de désaisonnalisation et d'ouvertures de nouveaux territoires à des clientèles nouvelles. C'est une formidable opportunité pour notre hôtellerie en hiver qui génère de nombreux emplois. Nous remercions Transavia et l'Aéroport Marseille Provence pour ce développement pour la prochaine saison hiver, et sommes mobilisés pour accueillir cette clientèle avec nos partenaires de la Provence et des Alpes du Sud. »

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

Les points importants à retenir :

Via sa filiale Transavia, le groupe Air France annonce une nouvelle ligne pour Dubaï, aux Emirats Arabes Unis, au départ de l'aéroport de Marseille (et de Lyon) à partir du mois d'octobre 2023.

Pour la première fois, la Provence sera directement reliée à Dubaï. Cette connexion est une très belle opportunité pour la politique de désaisonnalisation du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur qui souhaite gérer au mieux les flux touristiques tout au long de l'année.

C'est une bonne nouvelle pour l'hôtellerie régionale et les emplois touristiques, qui représentent 124 000 emplois sur notre territoire.

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 une économie touristique et durable en 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.