

La fréquentation en hausse pendant les vacances de Noël en Provence-Alpes-Côte d'Azur



« Sur l'ensemble des vacances de Noël, la fréquentation touristique de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, présidée par Renaud Muselier, est en hausse de +8% par rapport à l'année dernière. Une progression équivalente de la clientèle française et internationale.

Nous avons même enregistré une hausse de +11% le 31 décembre. À noter la présence très importante des touristes italiens (33% des nuitées internationales lors du 31 décembre).

Concernant les touristes français, on dénombre autant de nuitées lors du 24 que lors du 31 décembre, dont une part significative provient d'Ile-de-France.

Le taux d'occupation des hôtels de la région est de 44% en hausse de +2 points par rapport aux vacances de Noël de l'année dernière. Lors du réveillon du Nouvel An, le taux d'occupation a atteint 62% contre 54% en 2022 (bien meilleure performance cette année grâce au week-end de 3 jours avec le lundi férié contre le dimanche férié l'année dernière).

Le taux d'occupation des hébergements marchands des Alpes du Sud pour les vacances de Noël 2022 a atteint 76% contre 62% l'année dernière soit une augmentation de 14 points. La deuxième semaine des vacances de Noël enregistre le taux d'occupation le plus élevé à 78% et la plus forte progression avec +16 points.

A date, le taux de réservation pour l'inter vacances de janvier 2024 se situe à 44% en hausse de +1 point par rapport à l'année dernière. Les vacances d'hiver 2024 (du 10 février au 11 mars 2024 pour les 3 zones) enregistrent une avance de +2 points avec un taux prévisionnel de 59%.

L'année 2024 commence bien sur notre territoire ! »

François de Canson,
Vice-Président de la Région Sud,

**Président du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur,
Président d'ADN Tourisme.**

Sources : Flux Vision Tourisme, MKG Consulting et G2A Consulting

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.

Retrouvez-nous sur provence-alpes-cotedazur.com et sur nos réseaux sociaux :

