

COMMUNIQUE DE PRESSE

23 février 2024

Des taux de réservations en hausse dans les Alpes du Sud pour les vacances d'hiver 2024

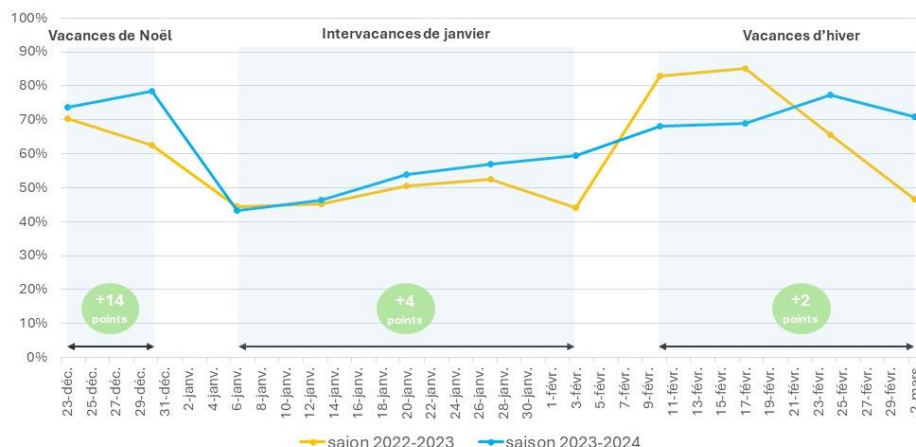


« Après un mois de janvier en progression de +4 points, le taux de réservations des hébergements marchands dans les Alpes du Sud pour les vacances d'hiver est en hausse de +2 points. Ainsi, pour la période du 10 février au 8 mars, il s'établit à 71% contre 69% l'année dernière.

La stratégie que nous conduisons avec le président de la Région Sud, Renaud Muselier, porte ses fruits. En effet, on observe en ce début de saison une meilleure répartition de la fréquentation par rapport à l'année dernière, notamment grâce à une belle dynamique pendant et en dehors des vacances scolaires. »

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

ALPES DU SUD : TAUX D'OCCUPATION HEBDOMADAIRES DES HÉBERGEMENTS MARCHANDS



Le graphique montre un lissage de l'activité touristique (ligne bleu foncé) au premier trimestre 2024.

Focus sur les Alpes du Sud :

- Dans le détail, les taux de réservations dans les Alpes du Sud oscillent entre 68% et 77% selon les semaines avec une pointe lors de la première semaine de vacances des Marseillais et des Niçois (du 24 février au 1er mars).
- Grâce à un calendrier scolaire plus favorable avec les deux premières semaines de vacances pour la Zone C (Paris notamment) puis les deux dernières semaines pour la zone B (Aix-Marseille et Nice) sans chevauchement, on remarque une meilleure répartition de la fréquentation sur l'ensemble de la période des vacances d'hiver.

Taux de réservations des hébergements marchands des Alpes du Sud :

Périodes	2024	2023
Vacances d'hiver	71%	69%
1 ^{ère} semaine (du 10 au 16 février)	68%	83%
2 ^{ème} semaine (du 17 au 23 février)	69%	85%
3 ^{ème} semaine (du 24 février au 1 ^{er} mars)	77%	66%
4 ^{ème} semaine (du 2 au 8 mars)	71%	47%

Les premiers résultats dans le reste de la région :

- Le taux d'occupation des hôtels de la région pour cette première semaine est de 56%, en très léger retrait d'un point par rapport à l'année dernière. Avec une disparité de performances selon les territoires (en progression à Nice, Toulon et le Pays d'Aix, stabilité en Avignon et baisse à Marseille). On note un taux d'occupation de 87% à Nice le 17 février pour le lancement du Carnaval, en hausse par rapport à l'année dernière (+13 points vs 2023).
- Sur l'ensemble du mois de février, à date, le taux d'occupation des hôtels est équivalent à l'année dernière avec une progression du revenu par chambre de +3%.
- Le taux de réservations du mois de mars est quant à lui, en avance de +3 points (à date).
- Concernant les arrivées aériennes internationales, les carnets de commandes sont en avance de +17% en février et de +23% en mars (par rapport à l'année dernière) avec une forte dynamique des réservations des touristes canadiens et scandinaves en particulier.

Sources : MKG Consulting, G2A Consulting et Forwardkeys

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](https://www.provence-alpes-cotedazur.com) et sur nos réseaux sociaux :

