

## COMMUNIQUE DE PRESSE

19 avril 2024

### VACANCES DE LA ZONE B : LES TAUX DE RESERVATION EN AVANCE DANS LES HÔTELS EN REGION SUD



« Les vacances de printemps représentent plus de 14 millions de nuitées touristiques dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, soit 7% de la fréquentation annuelle.

A fin mars, le taux de réservations des hôtels de la région était en avance de +2 points en avril et mai par rapport à l'année dernière. En 2023, le taux d'occupation de l'hôtellerie régionale avait été de 68% pendant les vacances de printemps. Des chiffres qui témoignent une fois encore, de l'attractivité de notre territoire, conformément à la stratégie déployée par le Président de la Région Sud, Renaud Muselier.

Dans le locatif, les nuitées réservées sur les 2 premières semaines des vacances et les réservations pour les deux prochaines semaines des vacances sont supérieures de +11% à l'année dernière. À noter, la très forte avance pour la semaine suivant les vacances avec le mercredi 8 et jeudi 9 mai fériés avec +48% de nuitées réservées à date sur l'ensemble de la semaine (cumul de deux jours fériés alors que l'année dernière l'ascension était le 18 mai).

Dans l'aérien, les carnets de réservations sont stables en avril et en avance de +16% en mai. »

**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.**



Sources : Méthode des flux de François Marchand, Flux Vision Tourisme, MKG Consulting, Forwardkeys et Transparent pour FTO

## 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 :

