

COMMUNIQUE DE PRESSE

4 septembre 2024

Après un été très positif, l'année 2024 pourrait devenir l'année de référence pour le tourisme en Provence-Alpes-Côte d'Azur



« Après une fréquentation en hausse de 4% durant le premier semestre, et un été très positif, 2024 se profile comme la nouvelle année de référence dans le tourisme en région Provence-Alpes-Côte d'Azur !

En effet, d'après notre enquête, 82% des professionnels estiment que la fréquentation a été bonne durant les mois de juillet et août. Ils étaient déjà 79% l'an passé !

L'hôtellerie a fait un très bel été si l'on en croit les taux d'occupation enregistrés. A l'échelle régionale, le taux d'occupation a été de 81% en juillet 2024 (contre 79% en 2023) et de 87% en août 2024 (contre 85% en 2023).

Concernant l'hôtellerie de plein air, durant la période estivale, les nuitées ont progressé de +9% en région.

Les nuitées réservées dans le locatif sont également en hausse (+11%) avec des dynamiques identiques en juillet et en août dans un secteur où l'offre disponible a également nettement progressé.

Il est à noter aussi les très bonnes performances lors des événements sportifs de cet été 2024 avec le Tour de France (étapes de montagne et arrivée à Nice) et l'accueil des Jeux Olympiques (à Marseille et Nice).

La région Provence-Alpes-Côte d'Azur est la seule région de France à avoir vu sa fréquentation progresser en juillet ! Cela montre que la stratégie de Renaud Muselier en faveur de l'attractivité de la région porte ses fruits. Avec le Comité Régional de Tourisme, nous avons développé une stratégie pour lisser de la fréquentation touristique toute l'année pour favoriser l'entrée des devises et développer les emplois touristiques. »

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.

Contacts presse : Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur : Manon Boussès
m.bousses@provence-alpes-cotedazur.com – 06 03 57 80 54

Clientèles internationales :

Concernant les clientèles internationales, la fréquentation a été plus dynamique en juillet (+7%) qu'en août (stabilité par rapport à 2023).

D'après les professionnels, la clientèle internationale représente 32% de la clientèle totale de la région. Les nationalités les plus présentes sont les Allemands (53%), les Belges (43%) et les Italiens (38%). On observe également une progression des Néerlandais, Espagnols et Brésiliens.

Clientèles Françaises :

On remarque tout de même une très légère baisse de la fréquentation des touristes Français (-2%) mais une bonne dynamique après le 15 août et jusqu'à la fin du mois d'août (+6%) permettant d'avoir une stabilité de la fréquentation des touristes français sur l'ensemble de l'été à date.

Dans l'hôtellerie urbaine :

Le taux d'occupation des hôtels de la région a été de 81% en juillet (en progression de +2 points par rapport à juillet 2023), une dynamique qui s'est aussi confirmée en août avec 87% d'occupation et une progression identique à juillet (+2 points).

Lors du week-end du 15 août, on remarque une forte hausse du taux d'occupation avec 94% dans l'hôtellerie urbaine régionale. Les meilleures progressions sont enregistrées à Marseille (notamment pendant la période des JO).

Dans l'hôtellerie de plein air :

La fréquentation dans les campings de la région est en hausse cet été malgré un démarrage en retrait (-4% lors des deux premières semaines de juillet, notamment la clientèle française).

Mais sur l'ensemble du mois de juillet, les nuitées progressent de +4% grâce à la bonne dynamique à partir du week-end du 14 juillet (+10%).

En août, la fréquentation est en hausse de +12% avec des très fortes dynamiques lors des deux dernières semaines.

Sur l'ensemble de l'été, les nuitées sont en progression de +9% dans les campings de la région.

Dans le locatif :

Les nuitées réservées sont en progression de +11% cet été avec des dynamiques identiques en juillet et en août dans un secteur où l'offre disponible a aussi nettement progressé (+14%).

Perspectives pour septembre :

En Provence-Alpes-Côte d'Azur, la fréquentation du mois de septembre représente 19 millions de nuitées contre 60 millions pour le mois d'août.

Le taux d'occupation dans l'hôtellerie régionale se situe autour de 79% en septembre contre 87% en août, ce qui correspond au 4ème mois de l'année avec le taux le plus haut (après août, juillet et juin).

Les prix moyens dans l'hôtellerie régionale sont inférieurs de 20% à ceux pratiqués au mois d'août.

En septembre, les touristes français viennent principalement du Rhône, de Paris et du Nord.

Concernant les touristes internationaux, ils viennent principalement d'Allemagne, du Royaume-Uni et des Etats-Unis, Italie et Pays-Bas à cette période.

D'après l'enquête du CRT effectuée auprès de 2 000 professionnels du tourisme de la région, ils sont 82% à être confiants pour la fréquentation de leur établissement en septembre.

A date, les réservations pour septembre sont :

- Assez proches de celles de l'année dernière dans l'hôtellerie,
- En avance de +7% dans l'hôtellerie de plein air,
- En très légère avance de +2% dans le locatif de courte durée (type Airbnb, Abritel...).

Au plan national selon ADN Tourisme :

Si la fréquentation annuelle devrait atteindre, dans l'ensemble, les niveaux de l'année dernière, la saison estivale 2024 se dessine de manière plus nuancée, entre des territoires qui ont fortement bénéficié de la locomotive olympique, et d'autres qui ont subi une météo dégradée et des évolutions des comportements de consommation (notamment de dépenses).

Sur l'été 2024, les territoires méditerranéens ont été les plus dynamiques, alors que l'arc atlantique jusqu'à la Manche, du nord au sud, a connu un net ralentissement de sa fréquentation, renversant la dynamique observée les deux années précédentes.

Si une partie du littoral a souffert, il reste toutefois l'espace le plus plébiscité cet été par les Français.

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 :

