

COMMUNIQUE DE PRESSE

27 septembre 2025

Les Alpes du Sud en force à la Foire de Marseille !



« Sous la bannière « Alpes du Sud », le CRT Provence-Alpes-Côte d’Azur et ses partenaires déploient un plan d’actions ambitieux construit avec et pour nos massifs. Ce plan vise à valoriser l’offre auprès des familles et maintenir une forte visibilité tout au long de l’année.

Avec le président de la Région Sud, Renaud Muselier, notre objectif est de faire émerger les Alpes du Sud comme une destination majeure dans le paysage français. »

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

A l'occasion des 100 ans de la Foire de Marseille, le collectif des Alpes du Sud est en force sur l'Espace Région Sud.

Ce samedi 27 septembre, l'inauguration de l'espace a eu lieu en présence de Renaud Muselier, Président de la Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur et de François de Canson, Président du Comité Régional de Tourisme.

Une inauguration placée sous la thématique des Jeux Olympiques et Paralympiques d'hiver 2030. L'occasion pour la Région Sud et le CRT d'annoncer le lancement de la 2^{ème} édition de la Tournée des Neiges, grand rendez-vous festif de l'hiver dans les stations du Sud.

Alpes du Sud : le CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur fédère les acteurs sud-alpins pour dynamiser la saison d'hiver 2025-2026

Sous la bannière « Alpes du Sud », le CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur, en partenariat avec l'ADET des Hautes-Alpes, l'office de tourisme métropolitain de Nice Côte d'Azur et l'agence de développement des Alpes de Haute-Provence, déploie un plan d'actions ambitieux construit avec et pour les stations de la région Sud (OT Champsaur Valgaudemar, OT Hautes Vallées, OT du Guillestrois Queyras, OT Pays des Ecrins, OT Puy St Vincent, OT d'Orcières, OT Les Orres, OT Vars, OT Montgenèvre, OT Serre Ponçon pour Réallon et Crévoux), OT Risoul, OT Le Dévoluy, OTMNC pour Auron et Isola, OT Valberg, Ubaye Tourisme, OT Val d'Allos, OT Digne les Bains pour les stations de la Vallée de la Blanche).

Ce plan d'actions s'articule autour des priorités suivantes :

- Valoriser l'offre auprès des familles des zones scolaires A (Lyon-Grenoble) et C (Paris-Montpellier), notamment sur la période de février, en complément de la zone B ;
- Maintenir une forte visibilité tout au long de la saison auprès des amateurs de montagne et de sports d'hiver qui voyagent hors vacances scolaires ;
- Dynamiser la fin de saison (mars-avril), une période plus sensible face à la concurrence des destinations balnéaires ou rurales.

Pour atteindre ces objectifs, un dispositif média d'envergure est activé :

- 560 faces d'affichage dans les métropoles de Paris, Lyon, Grenoble et Montpellier ;

- 32 contenus éditoriaux sur des médias affinitaires (Lyon City Crunch, Le Petit Bulletin, Petaouchnok, Yonder, ZigZag, Skiinfo) ;
- Plus de 100 millions de contacts générés par l'affichage et 457 000 lecteurs touchés via les médias partenaires.

En parallèle, le CRT et ses partenaires – dont l'aéroport de Nice Côte d'Azur – préparent des campagnes de conversion à l'international (Royaume-Uni, Pays-Bas, Belgique), en collaboration avec des opérateurs privés spécialisés ski.

Objectif : faire émerger les Alpes du Sud comme destination ski majeure dans le paysage français pour les intentionnistes de la montagne en hiver et stimuler les ventes.

La Tournée des Neiges

Suite à l'attribution des Jeux d'Hiver 2030 aux Alpes françaises, la Région Sud souhaite mettre en valeur la saison hivernale 2025-2026 en organisant une tournée événementielle au cœur des stations.

Objectifs de la tournée :

- Promouvoir les Jeux d'Hiver auprès du grand public
- Créer une dynamique festive, pédagogique et populaire
- Fédérer habitants, touristes, élus, acteurs économiques et sportifs
- Valoriser les stations du territoire et les savoir-faire régionaux

Calendrier et stations

5 étapes dans 5 stations emblématiques des Alpes du Sud du 15 février au 25 février 2026 :

15 février – Orcières-Merlette

23 février – Serre Chevalier

17 février – Montgenèvre

25 février – Auron

21 février – Pra Loup

La Tournée des Neiges s'inscrit dans une dynamique ambitieuse portée par la Région pour ancrer la montagne dans l'imaginaire collectif régional et national. À la fois festive, conviviale, pédagogique et valorisante, cette tournée est une vitrine de l'excellence, de l'authenticité et de la modernité de notre territoire alpin.

LES CHIFFRES CLES DES ALPES DU SUD :

- 2e destination française de montagne avec **62 stations**, 15 grands domaines, 27 stations villages et 20 domaines nordiques.
- 8% de la population de la région.
- 2 500 kms de pistes de ski alpin 1 200 kms de pistes de ski de fond et plus de 700 kms de remontées mécaniques.
- 7 parcs naturels et 2 UNESCO Géoparcs et réserves nationales géologiques, et l'air le plus pur d'Europe
- 15 000 emplois liés au tourisme, plus de 7 000 saisonniers l'hiver
- La plus haute ville d'Europe à Briançon.
- La plus vieille station de ski 1907 Montgenèvre.
- Saint-Véran la plus haute commune habitée d'Europe 2042m d'altitude
- 2 milliards de retombées économiques directes.
- 4,5 millions de séjours et plus de 27 millions de nuitées.
- 7,5 millions de journées skieurs (14% de part de marché France).
- Les touristes séjournent en moyenne 6 jours.
- Un touriste dépense en moyenne 64,3€ par jour dans les Alpes du Sud.
- 45% de la clientèle a entre 29 et 55 ans.
- 80% des vacanciers viennent en voiture, contre 10 en transport en commun (train, bus) et 3% en avion.
- 54% sont des familles / amis avec enfants, 19% des familles / amis sans enfants, 14% des couples, 6% viennent seul.
- Ils sont 53% à venir de la région Sud, contre 29% de français extrarégionaux et 18% d'internationaux.
- 91% sont des « repeaters » et 8% sont des itinérants.
- 90% voyagent pour motif personnel.
- 65% des séjours ont lieu dans un hébergement marchand.

Répartition par saison :

- 43% de la clientèle vient en hiver
- 23% sur le cœur d'été
- 18% pendant l'automne
- 16% au printemps.

A PROPOS DU COMITE REGIONAL DE TOURISME PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

En lien avec les professionnels du tourisme et sa gouvernance, le CRT assure l'observation, la promotion et la communication du tourisme régional à destination des clients internationaux et français. La finalité est de soutenir l'économie touristique durable de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur qui représente 10% de ses emplois et 13% de son PIB. Rendre visibles nos destinations à l'international, promouvoir une destination régionale compétitive, valoriser les offres éco-responsables, optimiser les flux dans l'espace et dans le temps, et renforcer le lien entre les visiteurs et les résidents, sont les principaux objectifs qui orientent l'action du CRT, tant en direction du grand public, que des organisateurs de voyages, ou des médias. La stratégie développée autour des 3 marques monde « Provence », « Alpes du Sud » 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, sur la mutualisation de moyens pour le tourisme de loisirs comme d'affaires, elle monte résolument en puissance.

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

