

## COMMUNIQUE DE PRESSE

30 septembre 2025

### Une rentrée dynamique pour l'hôtellerie régionale !



« Le mois de septembre s'inscrit dans la même dynamique que l'été 2025 qui a connu un record dans l'hébergement marchand.

Dans l'hôtellerie urbaine, le taux d'occupation en septembre en hausse de 3 points (81% contre 78% en 2024) soit +3 points par rapport à 2024.

Dans l'hôtellerie de plein air, la fréquentation en hausse de 5% en septembre 2025 par rapport à 2024. Pour info la hausse est de 3% sur l'ensemble de la saison (avril – septembre).

A date, les réservations sont en avance pour le mois d'octobre avec 1%. On sait que pendant les vacances de la Toussaint, traditionnellement les réservations se font à la dernière minute en fonction de la météo... Après 10 mois d'activité, on peut dire que, comme je l'avais annoncé, l'année 2025 sera au minimum équivalente ou même légèrement supérieure à 2024.

C'est la preuve que cette stratégie initiée par Renaud Muselier et que je conduis avec le CRT depuis 2018 porte ses fruits. »

**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.**

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

