

COMMUNIQUE DE PRESSE

14 septembre 2025

Discours prononcé par le président du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur, vice-président de la Région Sud :

C'est une grande joie d'être ici, à Châteauneuf-le-Rouge, pour cette deuxième édition du Forum régional du tourisme responsable et de l'écotourisme.

Nous sommes réunis dans un lieu de culture, de nature et de savoir-faire, un lieu qui résume à lui seul la promesse du Sud : celle d'un territoire qui vit du tourisme sans jamais se renier.

Le thème de cette journée — le lien entre tourisme et habitants — n'est pas anodin.

Il traduit notre conviction que le tourisme ne doit pas être un monde à part, mais une force partagée.

Car ici, dans le Sud, le tourisme, c'est la vie des habitants : c'est l'emploi de leurs enfants, c'est le café du village qui reste ouvert, c'est le train qui passe plus souvent, c'est la culture qui circule, c'est la beauté qui unit.

Depuis 2017, sous l'impulsion de Renaud Muselier, la Région Sud a choisi une voie claire : faire de la transition écologique un moteur de développement, pas une politique de contrainte.

Nous avons été les premiers à lancer une COP d'avance, les premiers à devenir territoire pilote de la planification écologique, et en 2023, la première région d'Europe à adopter un budget 100 % vert.

Cela veut dire que chaque euro investi par la Région est désormais passé au crible de son impact environnemental. Nous avons fait le choix du long terme, celui de la responsabilité, de la qualité, de la cohérence.

Et dans cette transformation, le tourisme occupe une place centrale.

Parce qu'il irrigue toutes les dimensions de notre vie collective : il soutient l'économie, il nourrit la culture, il structure la mobilité, il façonne nos paysages, il inspire nos politiques d'énergie et d'aménagement.

Parce qu'il est, au fond, le visage du Sud, ce visage ouvert sur le monde, à la fois lumineux et exigeant, enraciné et universel.

Le tourisme, c'est notre première économie régionale, la plus identitaire, la plus transversale, celle qui donne du sens à nos investissements, du souffle à nos entreprises, de la vitalité à nos territoires.

Mais il ne doit pas être analysé comme une rente : il est une chance, un levier, un accélérateur de transformation.

Et les résultats sont là.

En Provence-Alpes-Côte d'Azur, nous avons enclenché une véritable désaisonnalisation de notre modèle touristique.

Le tourisme n'est plus concentré sur les seuls mois d'été : en 10 ans, la fréquentation du printemps et de l'automne a progressé de 10 %, celle de l'hiver de 13 %, tandis que l'été, lui, se stabilise.

C'est une transformation profonde : nos visiteurs viennent autrement, à d'autres moments, pour d'autres expériences, privilégient les itinéraires durables, les hébergements labellisés, les circuits de proximité.

L'usage des transports collectifs régionaux a bondi de 17 %, porté par le succès des pass TER 3 et 7 jours, des navettes locales et des billets combinés "train + sites touristiques". Et nous irons plus loin.

La filière vélo connaît, elle aussi, une forte dynamique, avec le développement des itinéraires régionaux — la Méditerranée à Vélo, la ViaRhôna, la Durance à Vélo — et plus de 1 130 prestataires labellisés "Accueil Vélo".

Cette mutation n'est pas un hasard.

C'est le fruit d'un travail collectif, d'une stratégie partagée entre la Région, le CRT et les territoires, qui fait du tourisme un outil d'équilibre, de sobriété et de bien-vivre.

C'est le signe d'un modèle mature, qui tend à répartir les flux, apaiser les tensions et tendre à redonner à nos habitants le sentiment de respirer.

Dans notre région, 8 habitants sur 10 disent que le tourisme leur apporte plus de bénéfices que d'inconvénients, et 7 sur 10 se disent fiers de vivre dans un territoire qui fait rêver le monde entier.

Cette fierté, c'est notre capital le plus précieux. Mais elle n'est jamais acquise. Elle se construit, chaque jour, par le dialogue, la concertation, l'écoute.

Nous ne sommes pas naïfs.

Nous savons qu'il y a des conflits d'usages, des sujets de tension, des exaspérations légitimes parfois.

Nous savons aussi que tout ne se règle pas en un instant, ni par une seule décision.

Mais nous croyons à la méthode, à la constance, à la coopération : parce que c'est ainsi, pas à pas, que se construisent les équilibres durables.

C'est le sens de nos politiques : désaisonnaliser pour mieux répartir la fréquentation ; développer les mobilités durables pour réduire les impacts ; soutenir les labels environnementaux pour donner de la valeur à l'engagement ; et accompagner les habitants pour qu'ils deviennent les premiers ambassadeurs de leur région.

Ce lien, nous le voyons dans de nombreux exemples :

- Dans la Tournée « Ça, c'est le Sud », qui rassemble chaque été plus de 100 000 personnes autour de la culture, de la convivialité et de la fierté partagée ;
- Dans les "Voisins Ambassadeurs" d'Avignon qui permet d'inciter les habitants à promouvoir le patrimoine local.
- Dans divers les pass de transport régionaux (Sud Azur, Côte Bleue, TER Zou !...) pour les résidents sur nos littoraux,
- Ou encore les navettes gratuites mises en place par certaines communes grâce à la taxe de séjour et qui facilitent la vie de tous.

Un tourisme durable, ce n'est pas un tourisme qui s'impose : c'est un tourisme qui s'invite, qui respecte, qui embellit.

Ce lien entre habitants et tourisme, il se joue aussi dans le cadre de vie, dans la beauté simple des lieux que nous partageons. C'est tout le sens du label "Villes et Villages Fleuris", que le Comité Régional de Tourisme a la responsabilité de piloter pour l'ensemble du territoire régional.

Ce label, c'est l'une des plus belles réussites françaises : derrière chaque fleur, il y a une idée de l'harmonie, du bien-vivre, du soin apporté à la nature, aux rues, aux jardins, aux cœurs de ville.

C'est une politique d'esthétique et d'éthique : celle d'un territoire qui prend soin de lui-même, pour mieux accueillir les autres.

Le fleurissement, ce n'est pas du décor : c'est une marque d'excellence, un signe d'attention, un acte de dignité collective.

Et c'est exactement ce que nous voulons pour le tourisme : une exigence du beau, du juste, du durable, qui améliore le quotidien de ceux qui vivent ici, tout en élevant l'expérience de ceux qui viennent nous découvrir.

Et demain, cette exigence trouvera son horizon dans une trajectoire historique, celle des Jeux Olympiques et Paralympiques d'hiver 2030.

Ces Jeux ne seront pas un événement de quinze jours.

Ils seront une trajectoire : celle d'une montagne qui se réinvente, d'un modèle économique et environnemental qui s'accélère, d'une génération qui redonne du sens à la fierté française.

Dans nos Alpes françaises, c'est une révolution silencieuse qui s'engage : celle d'une montagne qui se prépare à 2050, d'une montagne qui diversifie son économie, qui conjugue tourisme et énergie, patrimoine et innovation, et qui fait du développement durable le cœur de sa renaissance.

Grâce aux Jeux, la Région Sud et l'ensemble des territoires alpins vont bénéficier de financements exceptionnels — plus de 522 millions d'euros pour désenclaver nos Alpes et le Briançonnais, par la route et par le rail.

Ce sont des projets structurants qui n'auraient jamais trouvé une telle impulsion sans cet élan olympique : des infrastructures repensées, des mobilités transformées, des vallées reconnectées.

Mais l'héritage le plus fort ne sera pas seulement matériel.

Ce sera l'héritage du sens.

Les Jeux seront l'occasion de sauver, restaurer et valoriser notre patrimoine, à commencer par des lieux symboliques comme le Fort des Têtes à Briançon, joyau d'architecture militaire et mémoire vivante des Alpes.

Les Jeux de 2030 ne seront pas un aboutissement, mais un levier de transformation — un accélérateur de transitions, un révélateur de ce que notre montagne peut devenir : une montagne habitable, accessible, attractive toute l'année, une montagne du XXI^e siècle, fière de son passé et lucide sur son avenir.

C'est cela, l'esprit du Sud : transformer une chance en héritage, une opportunité en vision, un moment en mouvement.

A ce titre je vous invite à participer au Parlement régional des Jeux.

Ce modèle, nous l'avons formalisé avec les Accords de Transition Écologique, signés avec l'État en décembre dernier.

Ils fixent le cap : réduire de 55 % nos émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030, atteindre la neutralité carbone en 2050, protéger la biodiversité terrestre et marine, et réduire notre consommation d'eau de 10 %.

Aujourd'hui, j'ai l'honneur, au nom du Comité Régional de Tourisme, de signer à mon tour ces Accords, qui nous engagent à travers la feuille de route "Tourisme et Événementiel."

C'est un acte fort, car il engage tout un secteur dans la transition. Mais surtout, c'est un appel collectif : à vous, collectivités, professionnels, acteurs du tourisme et de l'environnement, de rejoindre cette dynamique.

Ces accords, ce n'est pas un texte administratif : c'est un pacte entre nous tous, un engagement à penser différemment, à coopérer, à oser. À faire du tourisme non pas un défi, mais une solution.

Car oui, le tourisme du Sud, ce n'est pas un produit, c'est une culture.

Une culture du lien, du partage, de la beauté.

Une culture qui unit ceux qui vivent ici et ceux qui viennent d'ailleurs.

Ce que nous portons ensemble, c'est une vision ambitieuse : celle d'un territoire qui conjugue excellence et exigence, attractivité et responsabilité, modernité et enracinement.

Le Sud, c'est plus qu'une destination : c'est une promesse de vie, une promesse d'équilibre.

Un modèle que nous devons protéger, transmettre et réinventer.

Alors oui, notre région est belle, mais ce qui la rend unique, c'est la manière dont elle prend soin d'elle-même, de ses habitants et de son avenir.

C'est cela, le sens de notre engagement.

C'est cela, le tourisme du Sud : un tourisme du respect, du soin et de la fierté.

Je vous remercie.

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.

*Source : Flux Vision Tourisme

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 :

