

COMMUNIQUE DE PRESSE

4 décembre 2025

Ouverture de la saison hivernale :

une dynamique positive pour les Alpes du Sud

et l'ensemble de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur

« La saison d'hiver s'ouvre sous des perspectives favorables en Provence-Alpes-Côte d'Azur, marquée par l'ouverture des stations des Alpes du Sud.

Grâce aux récentes chutes de neige et à de bonnes conditions, le taux de réservations en début de saison affiche une avance de 2 points par rapport à la saison précédente.

Les réservations pour les vacances de Noël se maintiennent à un niveau stable à 72%, avec une très bonne dynamique sur la semaine du Nouvel An, qui enregistre d'ores et déjà 85 % d'hébergements réservés.

Au-delà de la zone de montagne, la fin d'année s'annonce favorable pour l'ensemble de la région. Les prévisions dans l'hôtellerie témoignent d'une légère avance des réservations en décembre, confirmant une année particulièrement positive.

De janvier à octobre, la fréquentation hôtelière progresse de 3%, un résultat principalement porté par les clientèles internationales.

Pour cette fin d'année, le marché des locations saisonnières retrouve un rythme soutenu. Les réservations pour la période des vacances de Noël enregistrent ainsi **une avance de 10%** sur les deux semaines de vacances.

Cette forte attractivité de notre région en hiver permet de mieux répartir la fréquentation sur les douze mois de l'année. C'est le cœur de la stratégie que je porte avec le président de la Région Sud, Renaud Muselier. »

François de Canson,

Président du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur,

Vice-président de la Région Sud,

Président de l'Institut Français du 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 :

