



# Stratégie et organisation régionale de la promotion touristique à l'international

15 mars 2018



- Développer l'économie touristique qui représente aujourd'hui 13% du PIB et 10% des emplois de la Région.
- Se concentrer sur la croissance de la clientèle internationale qui consomme 2 fois plus que la clientèle française, et élargir les saisons pour préserver notre environnement.
- Fédérer les acteurs institutionnels et professionnels du tourisme autour d'une stratégie commune pour gagner en efficacité face à nos concurrents mondiaux.

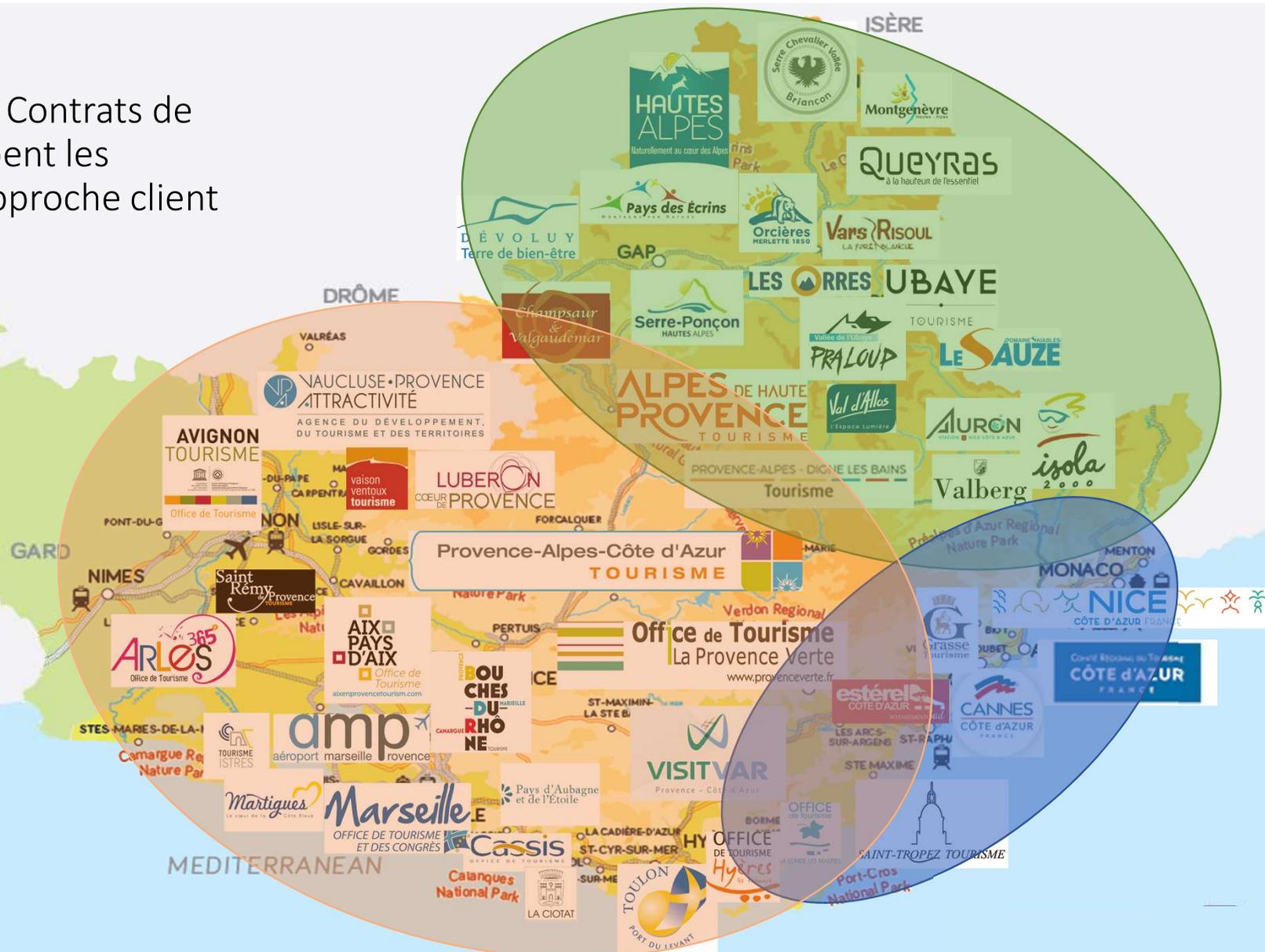


« Flash back » : Il y a 2 ans...  
Pas de stratégie de destination =>  
dispersion des moyens et peu de  
cohérence pour le client.

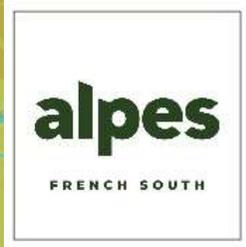


Depuis 2 ans...

Contrats de destination, Contrats de marque Région, regroupent les destinations avec une approche client pour l'international.

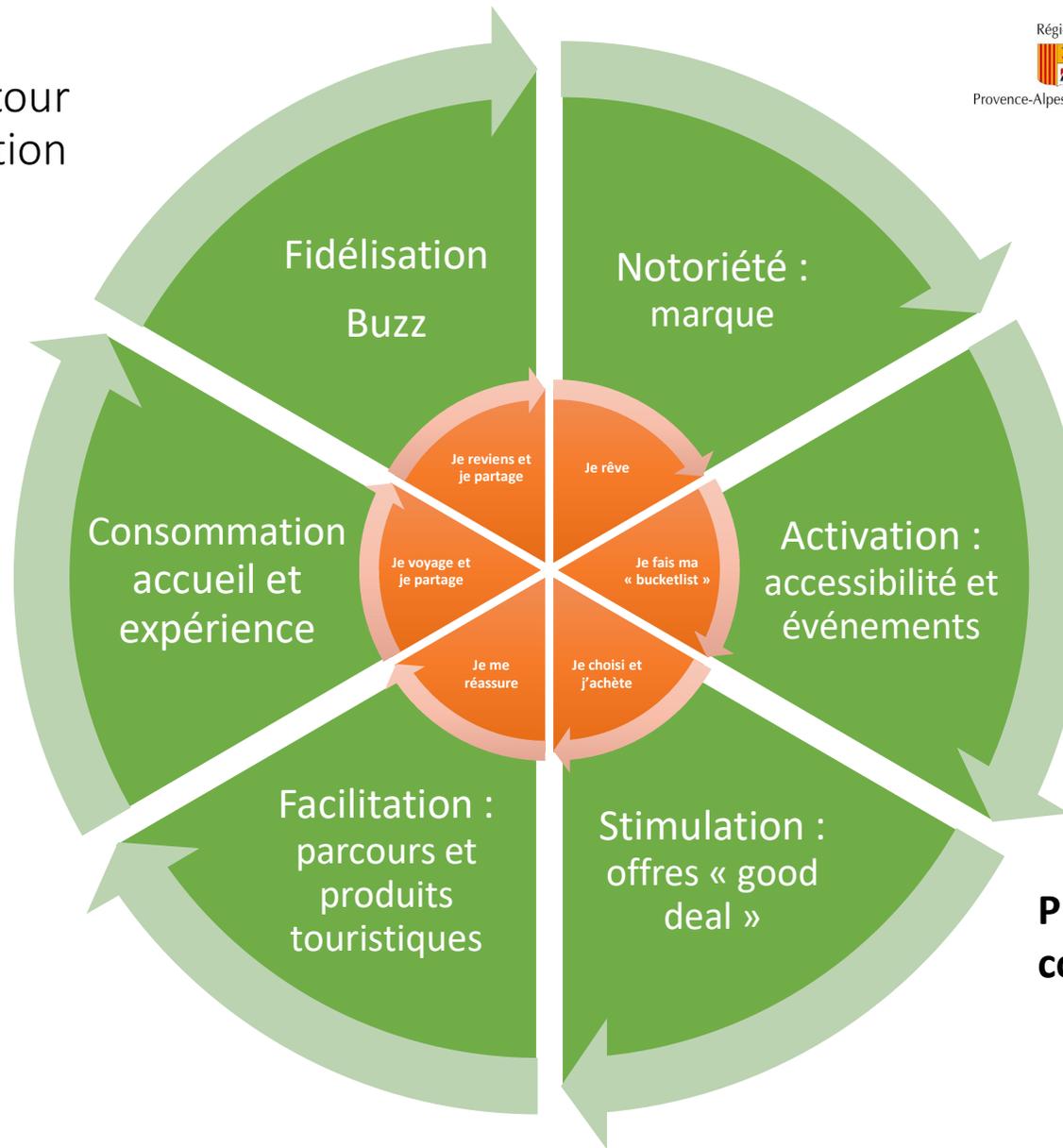


Aujourd'hui :  
3 marques mondes qui  
développent et enrichissent leur  
notoriétés à l'international.



Aujourd'hui :  
Stratégie commune autour  
du cycle de consommation  
touristique.

**Créer un lien avec  
nos clients**



**Rendre visible nos  
destinations à l'international**

**Promouvoir une destination  
compétitive**

# Aujourd'hui : Une promotion touristique internationale organisée.

Région



Provence-Alpes-Côte d'Azur

Accompagnement de l'offre

COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME



Stimulation de la demande

Stratégie 3 marques touristiques partagées, et stimulée par le plan de croissance de la Région



Gouvernance copilotée : agilité, impartialité, cohérence globale

Tour de table fédéral : représentativité des facettes de la destination, mutualisation des moyens et des expertises

Stratégie partagée, contenu de marque orienté client, et dédiés aux problématiques et enjeux de chaque marque

Budgets rassemblés dans un plan d'actions commun pour être plus forts et plus lisibles à l'international

Quelques domaines partagés entre les marques pour qu'elles se fassent écho

Copilotage CRT/ ADT13



25 partenaires financeurs



Rafraîchir l'image pour conquérir une clientèle plus jeune  
Offre inattendue qui s'ajoute aux traditionnels arts de vivre

Plan d'actions et marchés cibles dédiés à la destination

Volet transversal : filières communes (MICE avec Provence Côte d'azur Event par exemple), observation régionale, investissement digital (GRC, Portail des 3 destinations...), actions et promotions multimarques, etc.

Copilotage CRT/ AD05



15 partenaires de la marque issus du 04, 05 et 06, + 50 partenaires des opérations

Élargissement en cours autour d'une politique de cofinancement

Adresser et construire la destination pour développer sa notoriété en été et en hiver  
Appuyer sur la lumière et la pureté

Plan d'actions et marchés cibles dédiés à la destination

Copilotage CRT/ CRT CAF

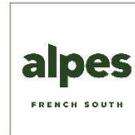


En collaboration avec VarTourisme  
Une cinquantaine de partenaires  
Des centaines d'ambassadeurs

Diversifier l'image pour conquérir une nouvelle clientèle  
Mise en avant de l'offre sportive et du MICE

Plan d'actions et marchés cibles dédiés à la destination

Aujourd'hui :  
Des identités de marque adaptées  
aux cibles et à la stratégie marketing.



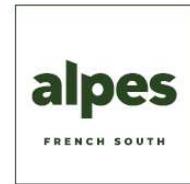
Copilotage CRT/ ADT13

Copilotage CRT/ AD05

Copilotage CRT/ CRT CAF



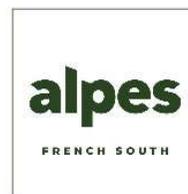
Aujourd'hui :  
un plan d'actions global, et des objectifs  
dédiés à chaque marque monde fédérant  
tous les professionnels de la région.



**& STRATÉGIE  
ACTIONS PRO  
2018**

## Demain :

Quelques marques de destinations infrarégionales pourront émerger pour une clientèle de proximité, mais en restant connectées aux marques mondes.



Marques infra régionales

Marques infra régionales

Marques infra régionales

## En vous remerciant pour votre attention,

*Renaud Muselier, Président de la Région et du CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur, Député européen  
Loïc Chovelon, Directeur Général du CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur,  
toutes les équipes du CRT et du service Attractivité - Tourisme de la Région,  
les copilotes des marques Côte d'Azur France, AD Hautes Alpes et ADT Provence Tourisme,  
les ADT des Alpes de Haute Provence, du Gard, du Var, du Vaucluse, et tous les partenaires !*

