



PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

ACTIONS 2023

TOURISME

PROVENCE
ENJOY THE UNEXPECTED

alpes
DU SUD

CÔTE d'AZUR
FRANCE

RÉGION
SUD
PROVENCE
ALPES
CÔTE D'AZUR



COMITÉ
RÉGIONAL
DE TOURISME

2023 A L'HORIZON

ORDRE DU JOUR

- SRDT 2023-2028
- Témoignage « Connections aériennes internationales et sustainable »
- Orientations stratégiques pour le plan d'actions 2023
- Plan d'actions 2023 CRT & Linkeus

2023 A L'HORIZON

François de CANSON

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

Vice-Président de la Région Sud

Président d'ADN Tourisme



LE TOURISME DANS LA REGION

EMPLOI ET ÉCONOMIE 2019

19,8 milliards d'euros

de dépenses effectuées par les touristes en séjours dans la région

13% du PIB régional

25 000 entreprises

TPE/PME

143 000 emplois

(7,5% des emplois régionaux)

TABLEAU BILAN

EN RÉGION SUD

Evolution de la fréquentation touristique selon les modes d'hébergements sur la période de janvier à septembre

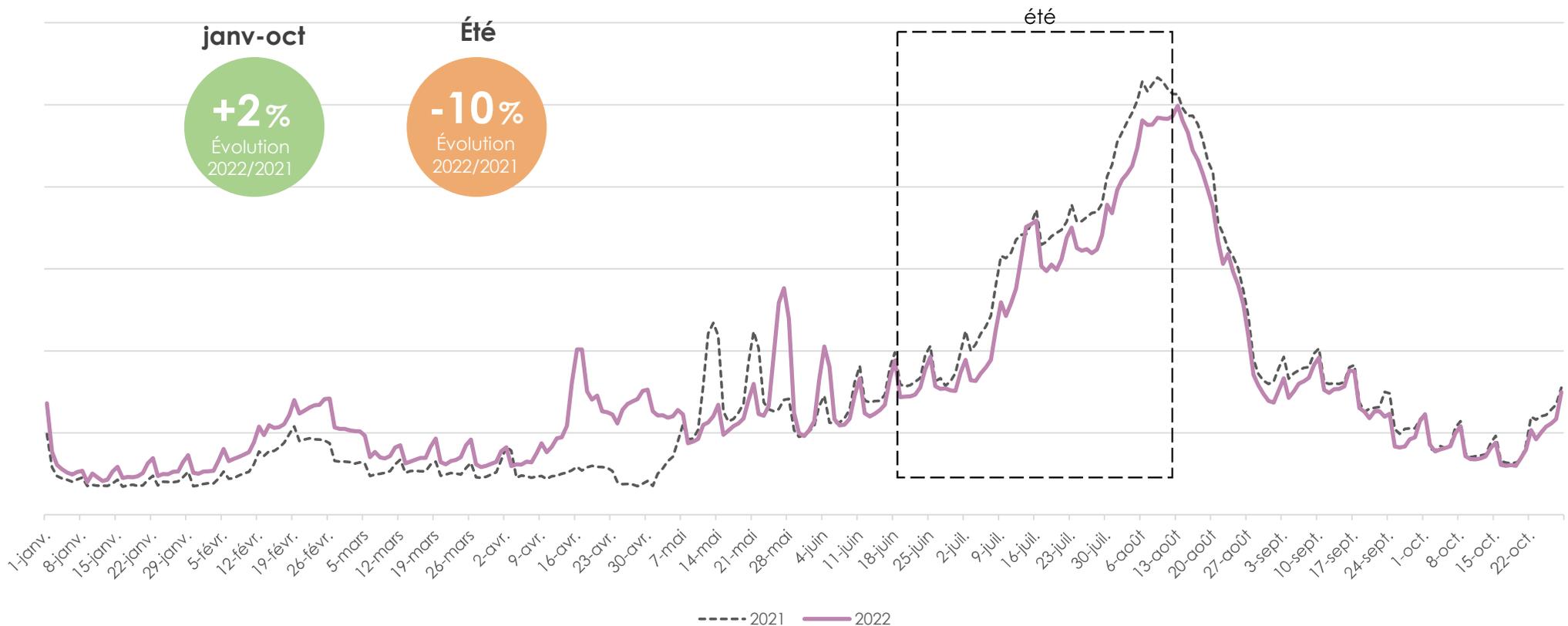
	Nuitées globales		Nuitées françaises		Nuitées internationales	
	2022/2021	2022/2019	2022/2021	2022/2019	2022/2021	2022/2019
Flux Vision			+2%		+83%	
Hôtellerie	+45%	0%	+23%	+10%	+124%	-16%
Hôtellerie de plein air	+8%	+7%	-7%	+11%	+53%	+1%
Locations saisonnières	+40%	+25%				

FRÉQUENTATION TOURISTIQUE



RÉGION SUD : FRÉQUENTATION DES TOURISTES FRANÇAIS EXTRARÉGIONAUX

Evolution 2022/2021 en %



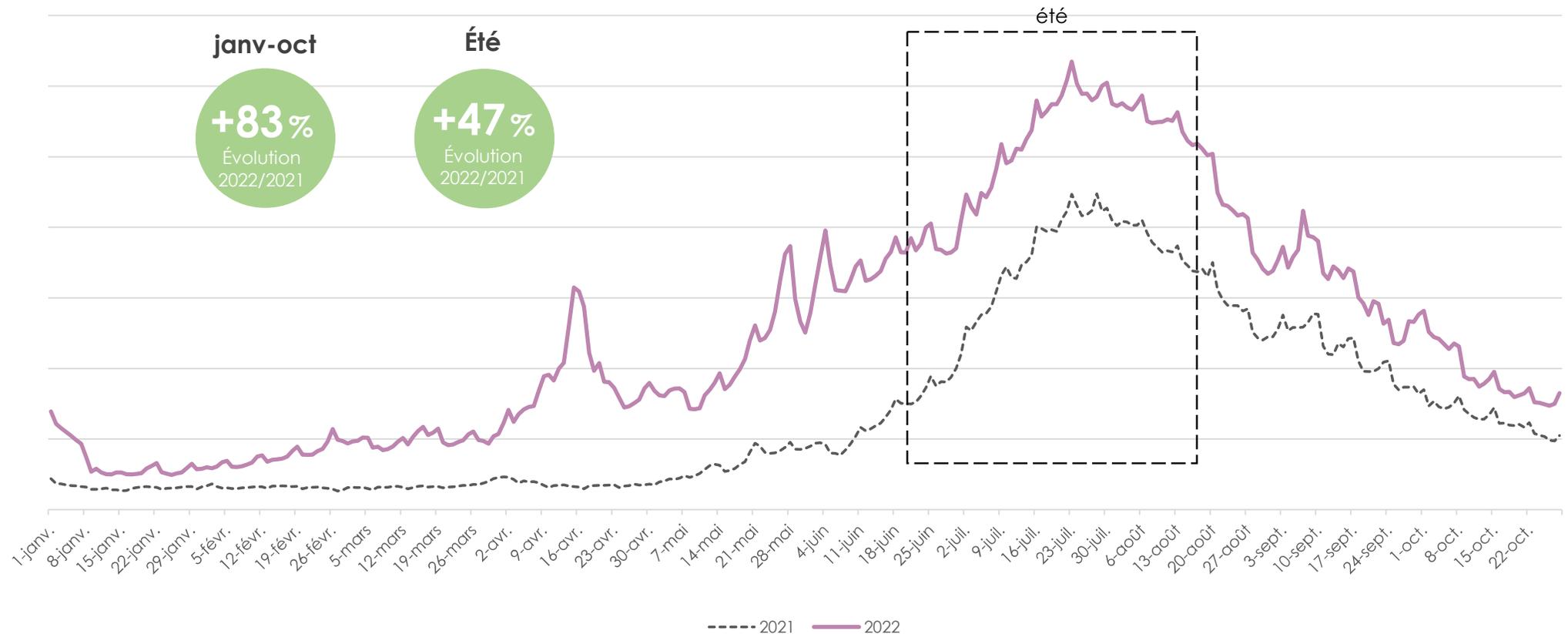
Source : Flux Vision Tourisme – tourists français extra régionaux

FRÉQUENTATION TOURISTIQUE



RÉGION SUD : FRÉQUENTATION DES TOURISTES INTERNATIONAUX*

Evolution 2022/2021 en %



*sélection de 20 pays : Allemagne, Autriche, Belgique, Brésil, Canada, Chine, Corée-du-Sud, Danemark, Espagne, Etats-Unis, Finlande, Irlande, Italie, Japon, Norvège, Pays-Bas, Royaume-Uni, Russie, Suède, Suisse
Source : Flux Vision Tourisme

FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

RÉGION SUD

Fréquentation des principales clientèles touristiques internationales cet été

	Évolution 2022/2021
Allemagne	+22%
Royaume-Uni	+155%
Italie	+63%
Pays-Bas	+26%
Belgique	-11%
Etats-Unis	+113%
Scandinavie	+91%
Suisse	+20%
Moyen-Orient	+64%
Espagne	+32%
Global international	+47%

	Provence	Alpes	Côte d'Azur
1.	Allemagne	Pays-Bas	Italie
2.	Pays-Bas	Italie	Allemagne
3.	Belgique	Allemagne	Royaume-Uni
4.	Royaume-Uni	Belgique	Etats-Unis
5.	Etats-Unis	Royaume-Uni	Pays-Bas

Source : Flux Vision Tourisme

LA RÉGION SE MOBILISE

SRDTL 2023-2028

Objectifs, dispositifs, accompagnement



Faire de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur la plus belle région d'Europe et un modèle européen de développement touristique durable et résilient



Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs 2023 – 2028

Présentation aux professionnels du tourisme le 15 novembre 2022





François de Canson,

Vice président, en charge du développement économique,
de l'attractivité, du tourisme et de la prévention des
risques majeurs, de la Région Sud

Président du Comité Régional de Tourisme



Pour une stratégie
de développement économique
DURABLE ET RÉSILIENT

Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs
2023 – 2028

*Présentation aux professionnels du tourisme
le 15 novembre 2022*

Schéma Régional de Développement Économique,
d'Innovation et d'Internationalisation 2022/2028



Les ambitions politiques du mandat pour le territoire :

La Région avec une « Cop d'avance »

Une Région plus simple, plus proche et plus lisible

Une Région capitale de l'Euroméditerranée

Une Région phare de l'industrie du 21ème siècle

La Région du bonheur

La Région terre de JO



**Inscrire la croissance régionale dans
une dynamique 100% plan climat**

**Cette stratégie est celle du territoire
régional, élaborée avec tous les
territoires et tous nos partenaires
économiques**

Pour une stratégie
de développement économique
DURABLE ET RÉSILIENT

Schéma Régional de Développement Économique,
d'Innovation et d'Internationalisation 2022/2028

La table d'orientation du Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs 2023-2028

- 4 objectifs
- 8 programmes
- 41 actions

OBJECTIF 1 : Conforter la notoriété et l'attractivité de Provence-Alpes-Côte d'Azur dans toute sa diversité et capitaliser sur les grands événements internationaux

MARQUES

GRANDS EVENEMENTS

OBJECTIF 2 : Renforcer l'attractivité des métiers et la professionnalisation des acteurs du tourisme

COMPETENCES ET METIERS

OBJECTIF 3 : Soutenir l'investissement et l'innovation

INVESTISSEMENTS et INNOVATION

OBJECTIF 4 : Favoriser une organisation optimale des flux touristiques et une économie responsable pour des destinations préservées et des filières structurées

DESTINATIONS DURABLES

ALTITUDE

MOBILITES

PROXIMITE ET FILIERES

FONCTION SUPPORT : Pilotage et gouvernance



PROGRAMME MARQUES

Pour promouvoir la destination Sud auprès des clientèles internationales, nationales et de proximité.

Consacré à l'attractivité et à la promotion touristique de la région, Décline la stratégie marketing orientée client, autour des trois destinations **Provence, Alpes et Côte d'Azur**, Structure la gouvernance des marques régionales et développe la cohérence territoriale.

Zoom

Développer la notoriété des destinations monde et la mise en marché des offres touristiques associées.



GRANDS EVENEMENTS

Pour capitaliser sur les grands événements nationaux et internationaux

Destiné au soutien des événements économiques de portée nationale et internationale

Ainsi qu'à la filière Tourisme d'affaires et de congrès

Accompagner ses transitions

Accueillir en privilégiant une organisation hors périodes de forte fréquentation et dans le respect de critères environnementaux exigeants.

Zoom

Soutenir la filière
Tourisme d'affaires
et de congrès.



COMPÉTENCES ET MÉTIERS

Pour garantir la compétitivité des entreprises et la qualité du service
Dédié à la professionnalisation des acteurs du tourisme, à l'adaptation des compétences aux évolutions de la consommation touristique ainsi qu'à l'attractivité des métiers du secteur.

Zoom

Devenir la première région française en nombre d'entreprises labellisées « tourisme durable ».





INVESTISSEMENTS et INNOVATION

Pour des entreprises du tourisme performantes et responsables

Nouveau programme en faveur de la performance et de la responsabilité des entreprises touristiques.

- Faciliter et enrichir l'information des professionnels sur le soutien régional
- Soutenir la transition numérique et écologique des TPE du tourisme et des destinations
- Favoriser la commercialisation de l'offre touristique

Zoom

Soutenir la modernisation des hébergements touristiques, en particulier les investissements volontaristes.

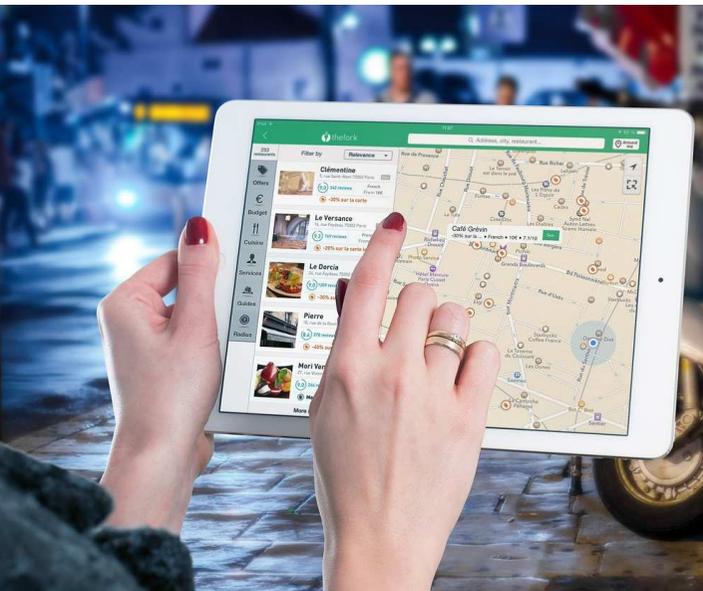


DESTINATIONS DURABLES

Pour des destinations préservées, favoriser la gestion des flux touristiques
S'attache au développement touristique des territoires et tend à encourager l'émergence et la mise en œuvre de stratégies et de plans d'actions touristiques infra régionaux, prenant en compte les transitions numérique et environnementale.

Zoom

Favoriser une gestion raisonnée, voire régulée, des flux touristiques et renforcer les capacités numériques de commercialisation de l'offre touristique.



ALTITUDE

Pour l'adaptation et la diversification du tourisme de montagne

Soutien l'économie touristique de montagne, pour l'adaptation et la diversification de l'offre des stations en lien avec leurs vallées.

Zoom

Programme d'actions Territoires de montagne : encourager la reconquête de clients et l'intégration des enjeux environnementaux.



MOBILITES

Pour la mise en œuvre d'une mobilité touristique

Nouveau programme visant, en lien avec la politique transport, à développer et à structurer une mobilité touristique accessible et durable, À encourager les mobilités touristiques intermodales pour « ma région sans carbone »

Zoom

Développer et valoriser une offre de mobilité touristique « bas carbone ».



PROXIMITE ET FILIERES

Pour le développement des loisirs, des filières et du tourisme de proximité.

- Concerne le développement du tourisme de proximité et des filières régionales prioritaires, telles que l'itinérance touristique, la découverte des patrimoines naturels et culturels, les activités de pleine nature, les savoir-faire et senteurs-saveurs.
- Favoriser la transition écologique de filières clé.

Zoom
De l'écotourisme à un tourisme responsable sur l'ensemble du territoire.



PILOTAGE ET GOUVERNANCE

Une fonction support au service des programmes

Accompagne la mise en œuvre des programmes, avec le suivi et l'évaluation du Schéma régional de développement touristique et des loisirs, l'exploitation d'outils d'observation et de prospective ainsi que le partenariat avec les acteurs privés et institutionnels et les autres collectivités dotées de la compétence tourisme.



**Retrouvez la version complète du schéma
et le détail des programmes sur**

WWW.mareregionsud.fr

Et sur WWW.entreprises.mareregionsud.fr

MERCI DE VOTRE ATTENTION

**Remerciements au CRT et à Linkeus pour la mise à disposition de leurs images
Droits réservés des photos issues des banques d'images Mediathèque du CRT, The Explorers/ Région Sud, Pixabay**

AÉRIEN

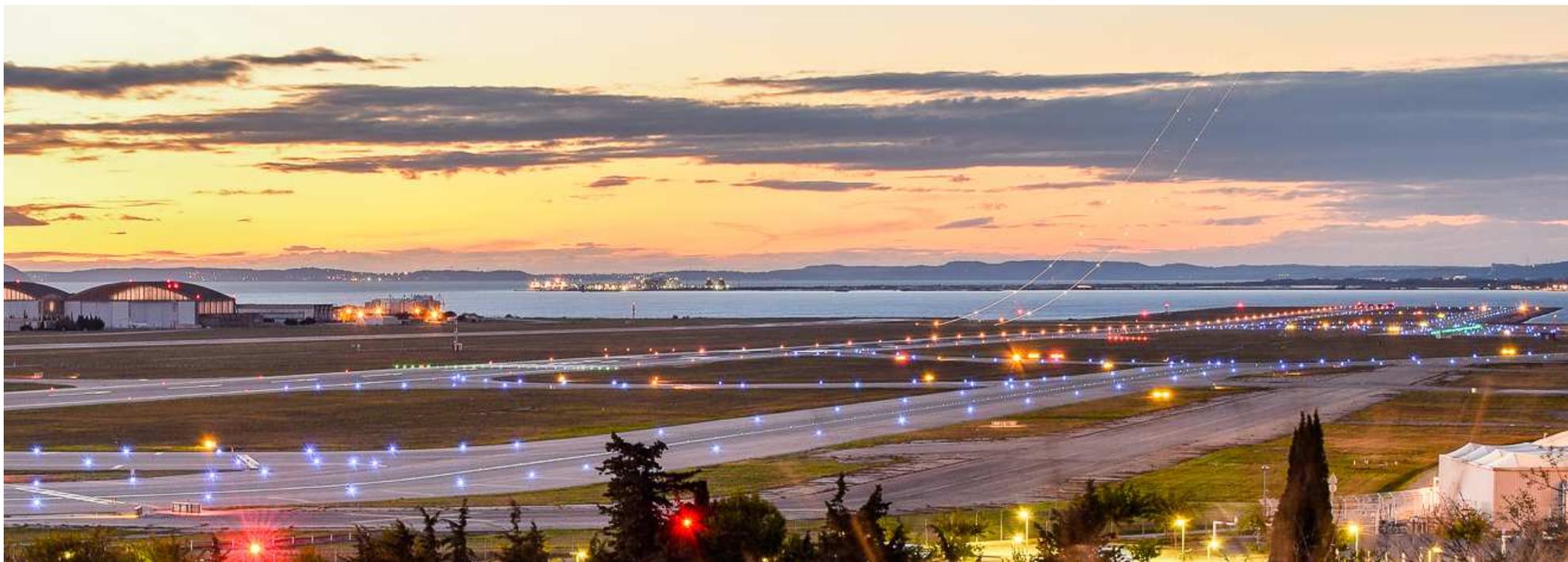
CONNECTIONS INTERNATIONALES

Focus sur le transport aérien et la durabilité



PAC2023 – CRT

DÉCOLLAGE POUR UNE ACCESSIBILITÉ AÉRIENNE DECARBONÉE

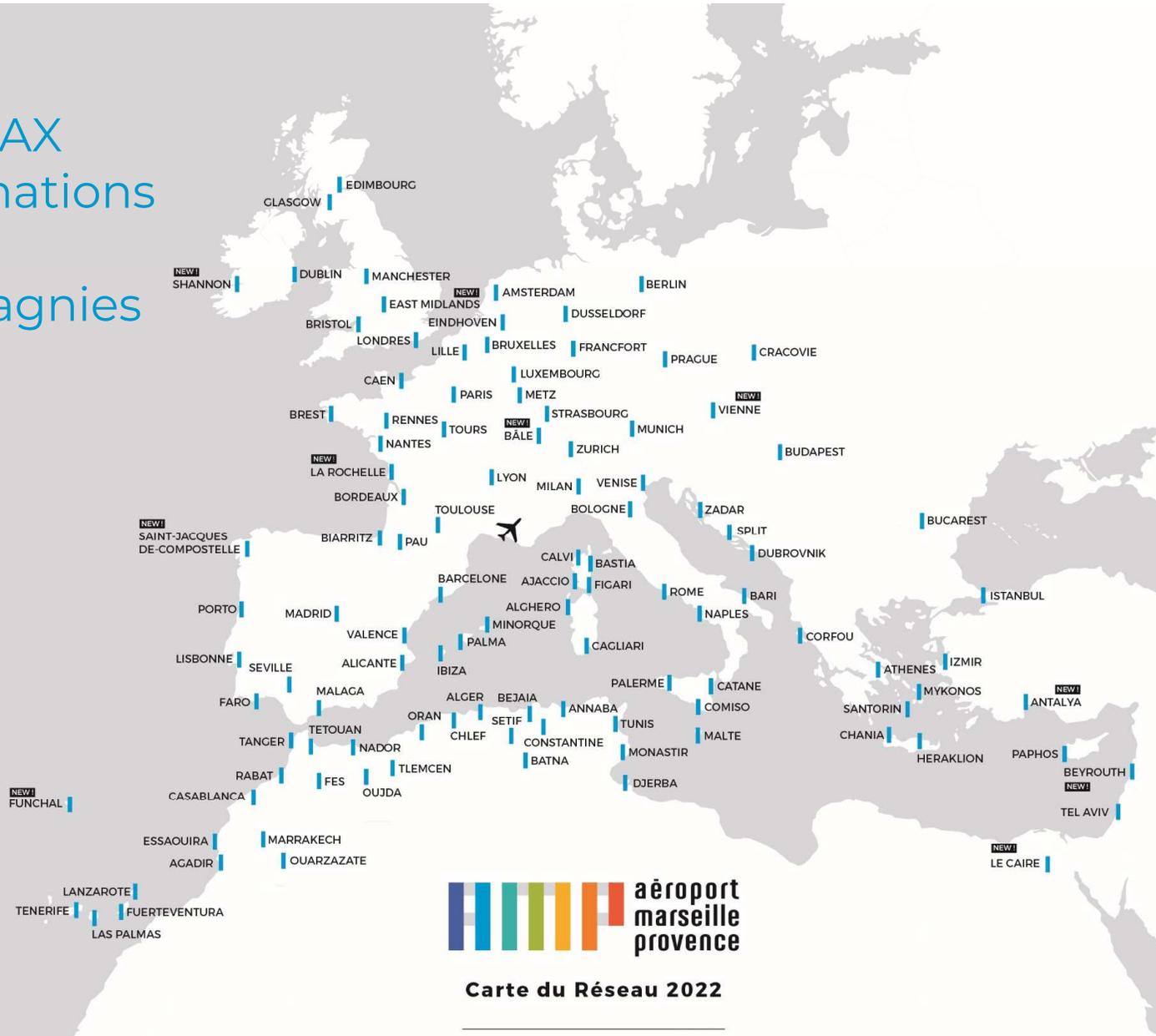


RSE – Romain WINO, Chef de Département RSE 14/10/2022



2022

- 9,1M de PAX
- 124 destinations
- 34 pays
- 34 compagnies



* Destination proposée en package, vols charters opérés à certaines dates uniquement.

AFRIQUE ET MOYEN-ORIENT



AMERIQUE DU NORD ET CARAÏBES

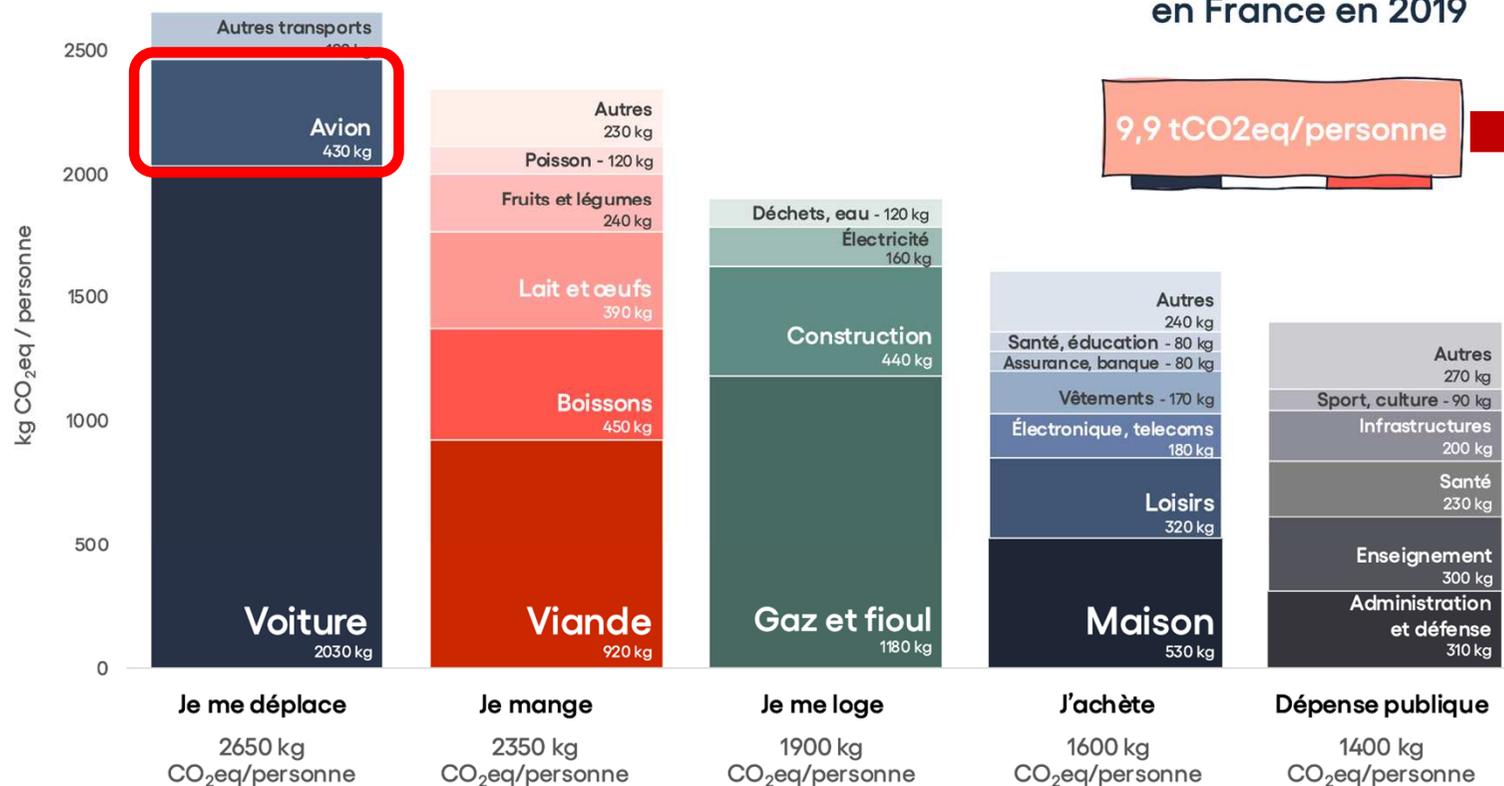


ASIE





Empreinte carbone moyenne en France en 2019



2050
Diviser par 5 !
Avion → 86kg !
Voire -90% selon l'accord de Paris

Gaz inclus : CO2 (hors UTCATF France), CH4, N2O, HFC, SF6, PFC, H2O (trainées de condensation).
Source : MyCO2 par Carbone 4 d'après le ministère de la Transition écologique, le Haut Conseil pour le Climat, le CITEPA, Agribalyse V3 et INCA 3.



814 000

tonnes de CO₂

Source : bilan carbone 2019

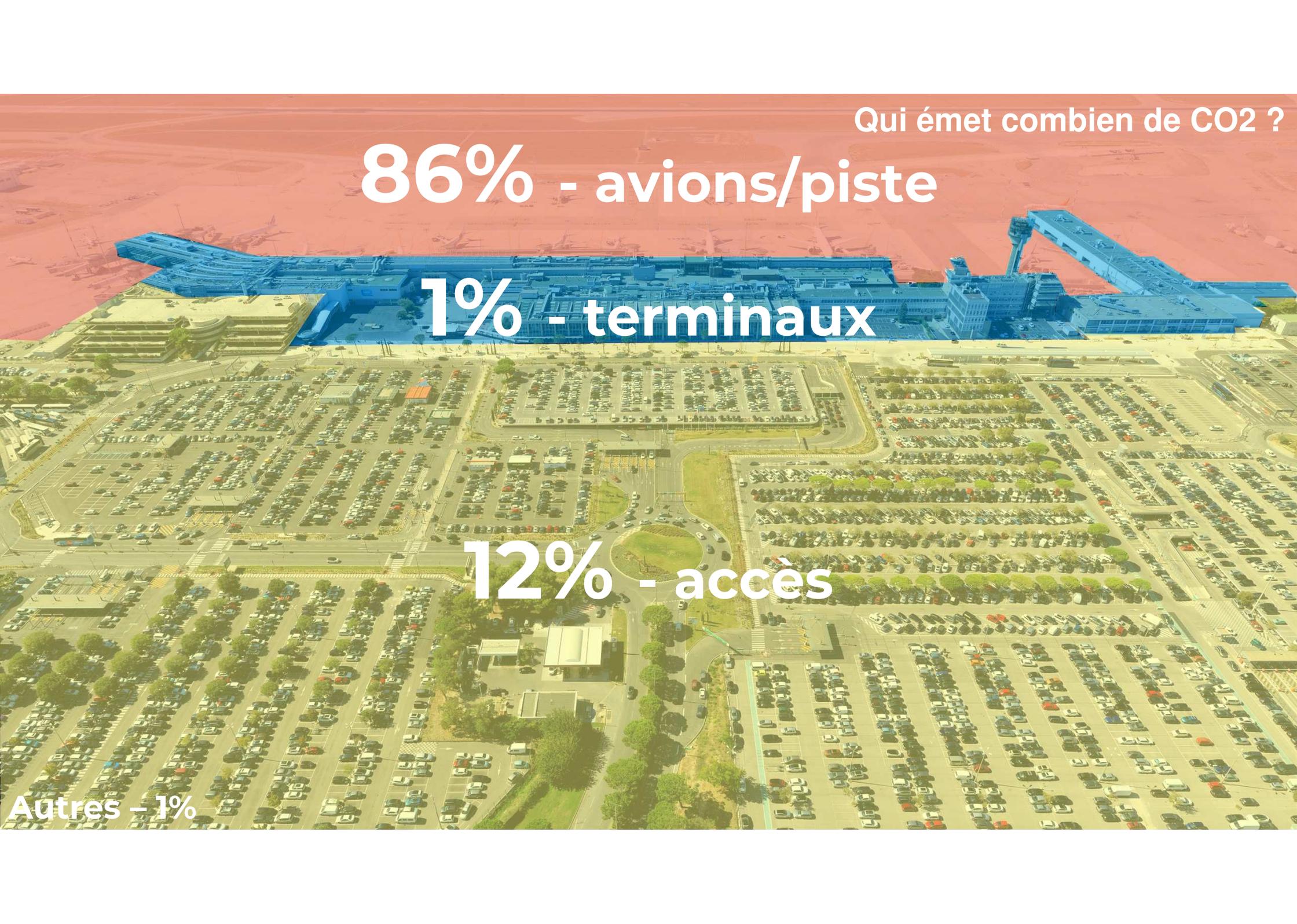
Qui émet combien de CO2 ?

86% - avions/piste

1% - terminaux

12% - accès

Autres - 1%



1% - LES TERMINAUX

Charité bien ordonnée commence par soi-même !



MRS fait partie des 44 aéroports mondiaux les plus vertueux en matière de réduction des émissions de GES. Niveau 4 atteint en octobre 2022.



Baisse des émissions de GES de la Société AMP

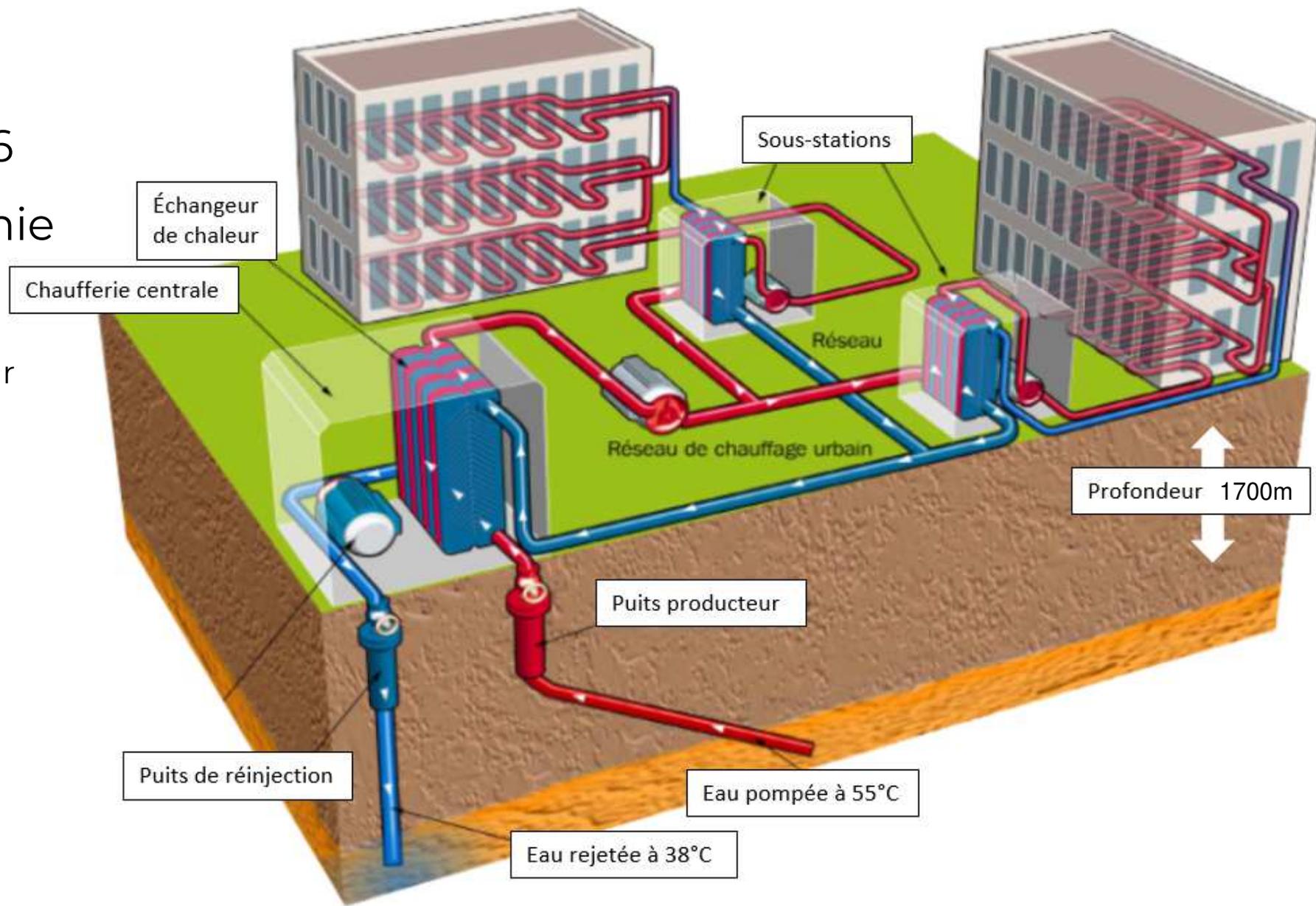
Nouvelle Centrale Chaud/Froid – 11M€
Inaugurée en 2021
-50% conso Gaz et émissions GES constatés en 2022



2025/2026
Géothermie

35M€

1/3 investisseur



12% - LES ACCÈS

Accès en TC en 2022 = 19,2%

2027 – Téléphérique entre la gare Vitrolles-Aéroport et les terminaux
Objectif = 30% d'accès en TC en 2030





100 bornes sur le P3/P4 à/p de 2024

86% - AVIONS/PISTE



Tous les postes avion au contact électrifiés depuis 2019 - 5M€

Tères ombrières PV en autoconsommation livrées en 2024



**Nouvelle approche à vue en test
(-20km de vol)**



Incentives avions de nouvelle
génération

Déjà 14% des mouvements !
-15% d'émissions de CO2
-50% de bruit



SAF – PROJET HYNOVERA (Gardanne)

460M€ d'investissement

Consultation publique en cours



Nombreuses
compagnies avec
engagements
d'export de SAF





Merci pour votre attention



Romain WINO
Chef de département RSE
romain.wino@mrs.aero
+33 (0)4 42 14 27 15

2023 A L'HORIZON

ORIENTATIONS STRATEGIQUES

CRT & LINKEUS



PERSPECTIVES 2023

LES AXES MAJEURS

□ Poursuivre le développement de l'économie touristique de la région Sud, avec les bénéfices que cette activité génère en termes de recettes (près de 20 milliards d'euros dont une grande partie de devises provient de clients non locaux) et d'emplois. Pour rappel, 10 % des emplois de la Région Sud sont issus de l'activité touristique qui sont diversifiés et non délocalisables.

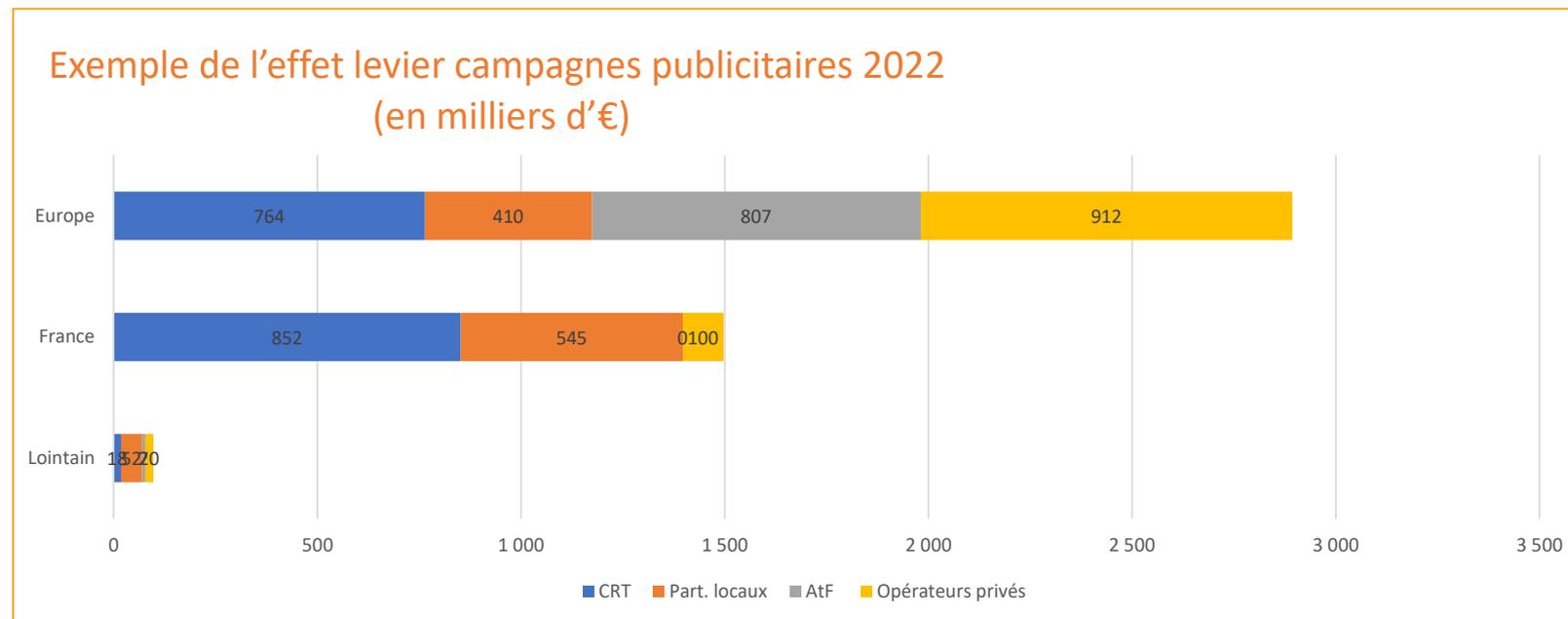
□ Positionner ce développement dans le cadre de la préservation de notre écrin qui pour des raisons environnementales, comme d'attractivité à long terme, doit absolument être considéré avec la plus grande attention.

PERSPECTIVES 2023

LES AXES MAJEURS

- Poursuivre la fédération des stratégies et des budgets pour être plus forts et plus lisibles ensemble.

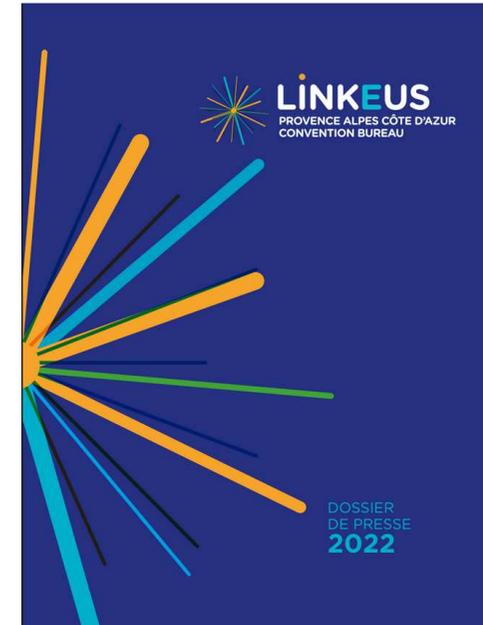
➔ **+ 1,966 million d'€ d'effet levier !** (non visible dans le budget du CRT 2022 : 974 AtF, 992 privés)



PERSPECTIVES 2023

LES POINTS CLÉS

- ❑ Attirer et détecter 30% de projets d'événements nationaux et internationaux supplémentaires sur le territoire
- ❑ Fédérer davantage des lieux et prestataires de l'évènementiel pour atteindre 300 membres à horizon 2025
- ❑ Accélérer le développement des entreprises du secteur en prenant en considération les objectifs environnementaux et RSE
- ❑ Accompagner les entreprises dans leur montée en compétences via la formation continue afin de répondre aux nouveaux enjeux de la transformation des métiers du secteur



2023 A L'HORIZON

PLAN D' ACTIONS REGIONAL

12 mois en mouvement



PERSPECTIVES 2023

LES PRINCIPALES ÉTAPES DE PRÉPARATION DU PLAN D' ACTIONS 2023

- 26 avril 1^{ère} projection 2023 en COPIL CD Provence + volet marketing
- Mi-mai Questionnement en ligne du Club Pro (secteur privé et OT) et des ADT
- 7 juin COPIL Côte d'Azur en hiver – Lancement de l'étude
- 9 juin COPIL Alpes du Sud
- 13/14 juin Journées partenariales Atout France
- 17 juin Rencontre Club Pro

PERSPECTIVES 2023

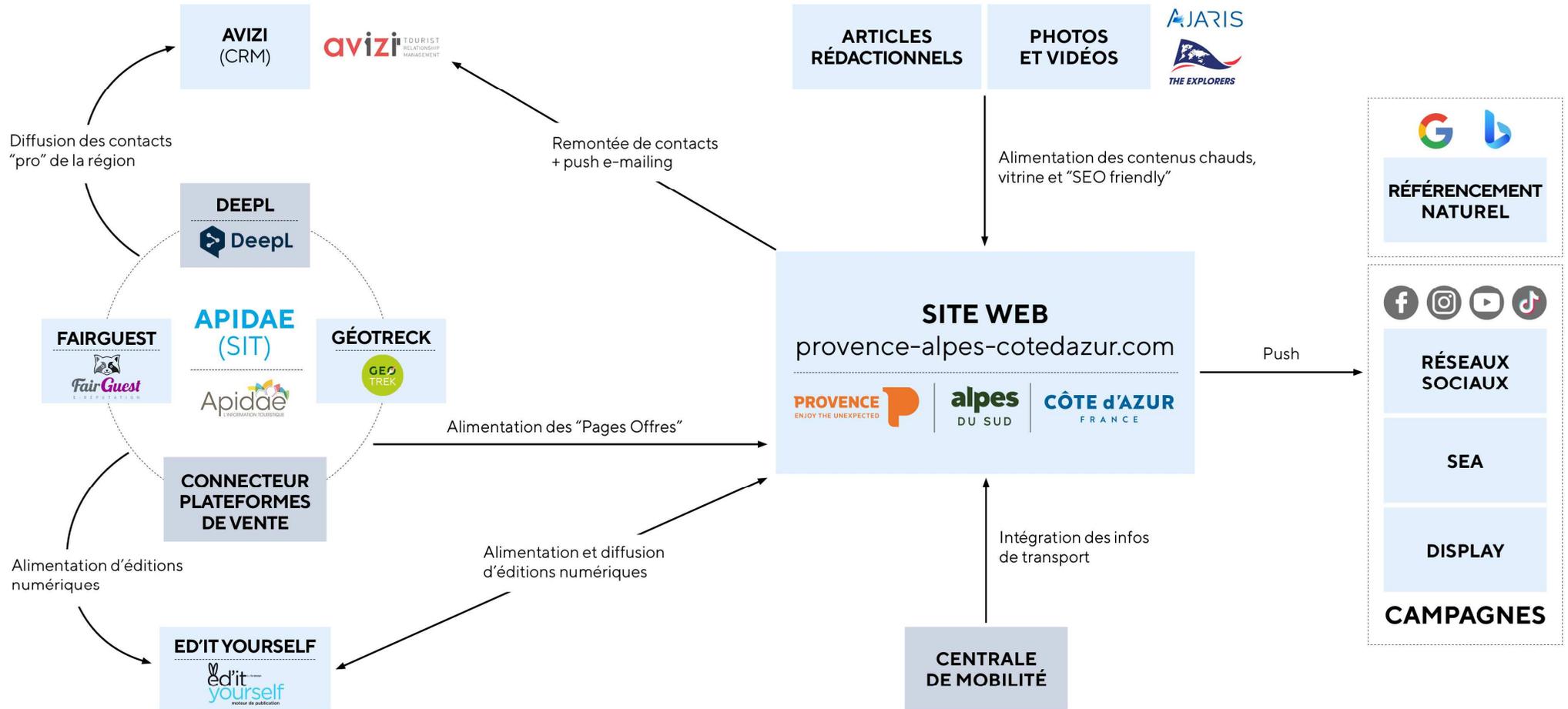
LES PRINCIPALES ÉTAPES DE PRÉPARATION DU PLAN D'ACTIONS 2023

- 29 juin Séminaire équipe CRT
- 8 juillet Séminaire OT
- 19 juillet Séminaire ADT
- 20 septembre Réunion Tourisme golfique
- 21 septembre Réunion Nautisme & Plongée
- 4 novembre Volet marketing CD Provence
- 14 novembre COPIL Nice Côte d'Azur en hiver

NOTRE SOCLE

NOTRE SOCLE

L'ECOSYSTEME DIGITAL



NOTRE SOCLE

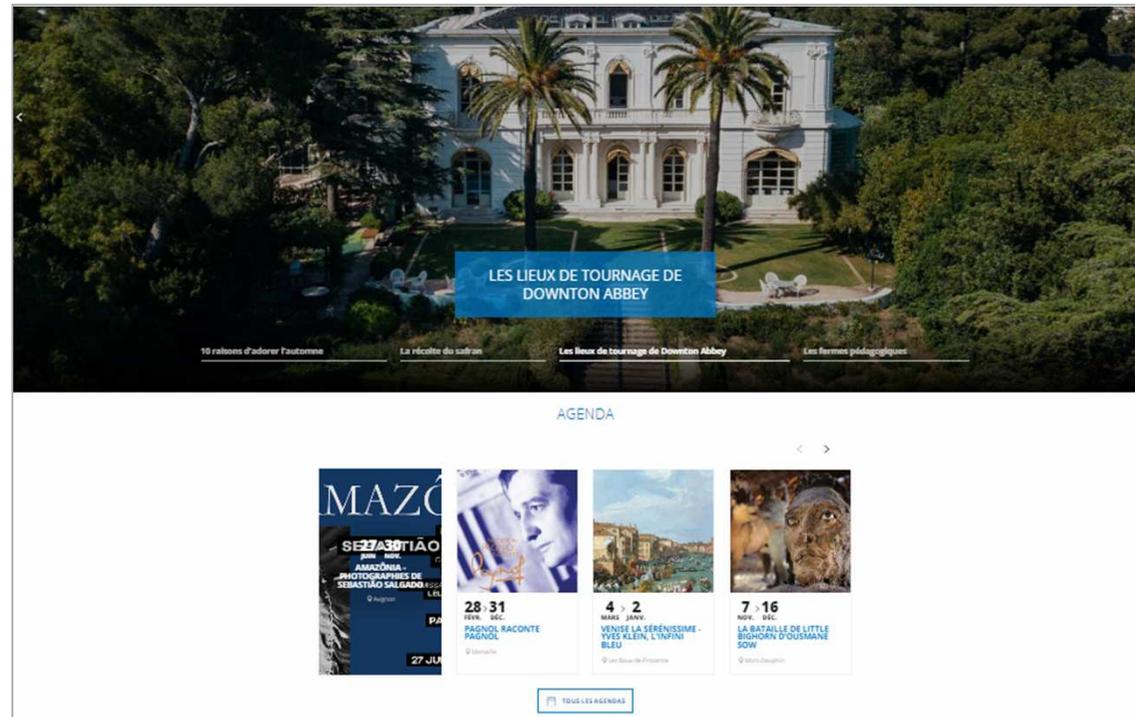
L'ECOSYSTEME DIGITAL

□ Près de 3 millions de visites / an

- 85% de trafic provenant des moteurs de recherche
- 1^{er} site de destination en termes de référencement SEO

□ + de 5000 contenus éditoriaux

- Des comités éditoriaux pour associer les partenaires autour des marques de destination et filières prioritaires



SITE WEB

NOTRE SOCLE

L'ECOSYSTEME DIGITAL

CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur
17 468 abonnés
2 mois

[FILIERE VELO] Cet été, la barre des 1 000 professionnels du tourisme marqués « Accueil vélo » a été franchie en Provence-Alpes-Côte d'Azur, contribuant ainsi aux objectifs du contrat de filière vélotourisme & VTT initié par Région Sud - Provence-Alpes-Côte d'Azur Sud et copiloté par Vauduse Provence Attractivité.

Accueil vélo est une marque nationale qui garantit un accueil, des services et des équipements adaptés aux besoins des touristes à vélo et VTT, à moins de 5 kms d'un itinéraire des schémas régional et départementaux des véloroutes et d'itinérance à vélo.

Ce sont désormais 1022 prestataires qui arborent cette marque en région sur un large éventail d'activités : hébergements touristiques, loueurs et réparateurs de cycles, offices de tourisme, sites touristiques et lieux de restaurations.

#OnaTousBesoinduSud #lesudavelo
©France Vélo Tourisme – J.Damase



 Valerie Vuillerme et 69 autres personnes
2 commentaires · 10 republications

CRT Provence Alpes Côte d'Azur @CRT_RegionSud · 20 oct.

[PROSPECTIVE] Ouverture de la première convention ADN Tourisme à l'Hôtel de Région à Marseille « pour un tourisme positif » par @oliviagregoire, Ministre déléguée en charge du tourisme, @RenaudMuselier, Président de @MaRegionSud et @FdeCanson, Président d'@ADN_tourisme et du CRT



Sponsoriser

1 10 23

17,5K abonnés sur LinkedIn

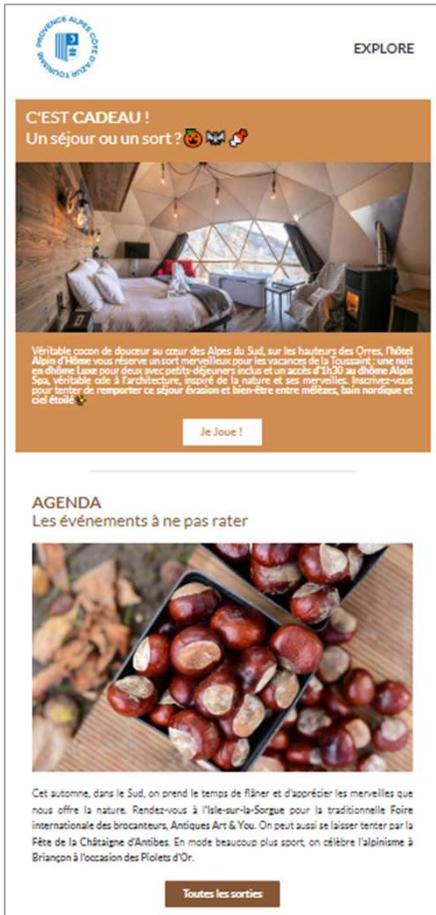
Top 5 des + grosses communautés des destinations françaises

24K abonnés sur Twitter

RÉSEAUX SOCIAUX
COMMUNICATION PRO

NOTRE SOCLE

L'ECOSYSTEME DIGITAL



EXPLORE

C'EST CADEAU !
Un séjour ou un sort ? 🍷 🍷 🍷



Véritable cocon de douceur au cœur des Alpes du Sud, sur les hauteurs des Orres, l'hôtel Alpin d'Hérouville réserve un sort merveilleux pour les vacances de la "lousure" : une nuit en chambre. Loin pour éloigner avec petits-déjeuners inclus et un accès à 1500 m d'altitude. Alpin Spa, véritable ode à l'architecture, inspiré de la nature et ses merveilles. Inscrivez-vous pour tenter de remporter ce séjour évasion et bien-être entre mélèzes, bain nordique et ciel étoilé.

[Je Joue !](#)

AGENDA
Les événements à ne pas rater



Cet automne, dans le Sud, on prend le temps de flâner et d'apprécier les merveilles que nous offre la nature. Rendez-vous à l'Isle-sur-la-Sorgue pour la traditionnelle Foire Internationale des brocanteurs, Antiques Art & You. On peut aussi se laisser tenter par la Fête de la Châtaigne d'Antibes. En mode beaucoup plus sort, on célèbre l'alpinisme à Briançon à l'occasion des Pivolets d'Or.

[Toutes les sorties](#)



RÉGION SUD **COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME**

NEWS TOURISME
[11/22]

ALAUNE

Cap sur 2023... et 2028 !



La stratégie régionale en matière de tourisme évolue et la Région vient d'adopter, le 21 octobre dernier, le nouveau Schéma régional de développement touristique et des loisirs pour la période 2023-2028. Parallèlement et après de nombreux temps d'échanges et de réflexion, le CRT a finalisé le plan d'actions régional 2023 et il en est de même pour le plan d'actions MICE porté par LINKBUS. Tout ceci vous sera présenté le 15 novembre prochain à Nice, le matin, et Marseille l'après-midi.

[S'inscrire](#)

MARKETING DIRECT

☐ + de 22K contacts pros « opt-in »

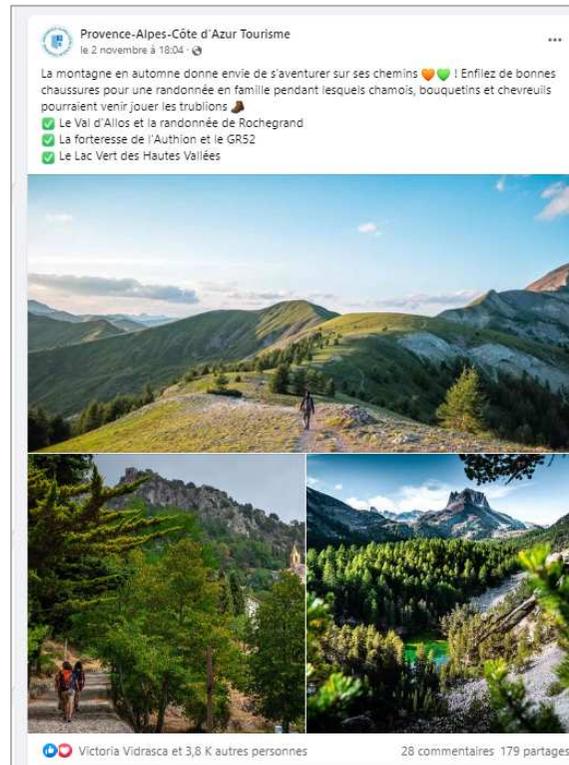
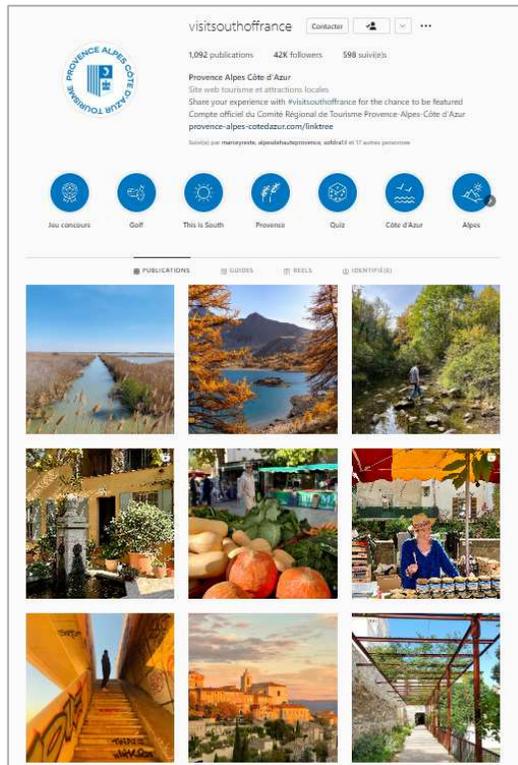
☐ 28K abonnés grand public à la newsletter

☐ Lancement de campagnes SMS Marketing

☐ ... le tout dans le respect du RGPD

NOTRE SOCLE

L'ECOSYSTEME DIGITAL



☐ + de 400K fans sur Facebook

Meilleur taux d'engagement des CRT

+ grosse communauté internationale des destinations françaises

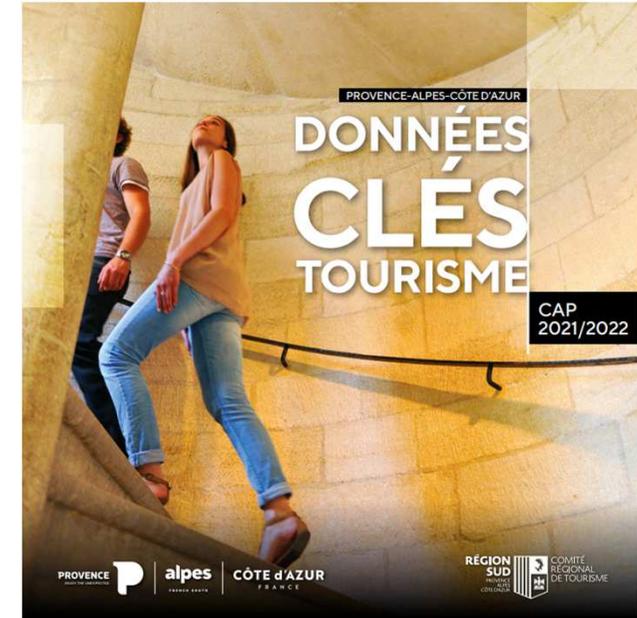
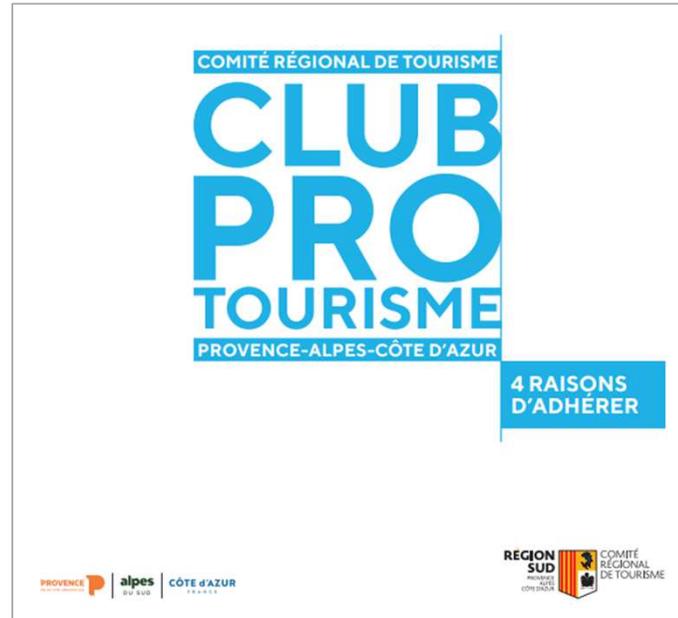
☐ 42K followers sur Instagram

☐ Un lancement sur TikTok en début d'année prochaine

RÉSEAUX SOCIAUX
COMMUNICATION GRAND PUBLIC

NOTRE SOCLE

LES PRODUCTIONS NUMÉRIQUES & PRINT

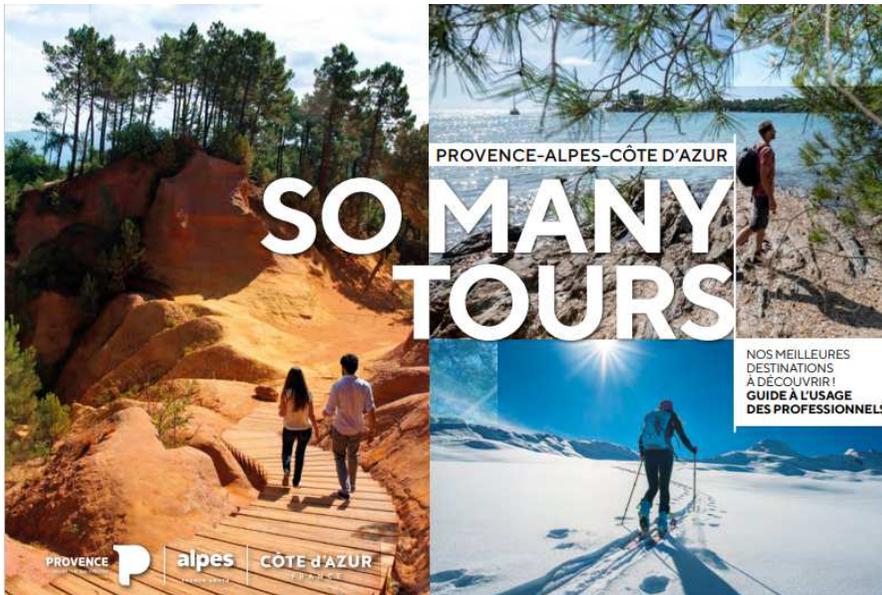


EDITIONS PRO



NOTRE SOCLE

LES PRODUCTIONS NUMÉRIQUES & PRINT



GUIDES TECHNIQUES

NOTRE SOCLE

LES PRODUCTIONS NUMÉRIQUES & PRINT



DOSSIERS DE PRESSE

NOTRE SOCLE

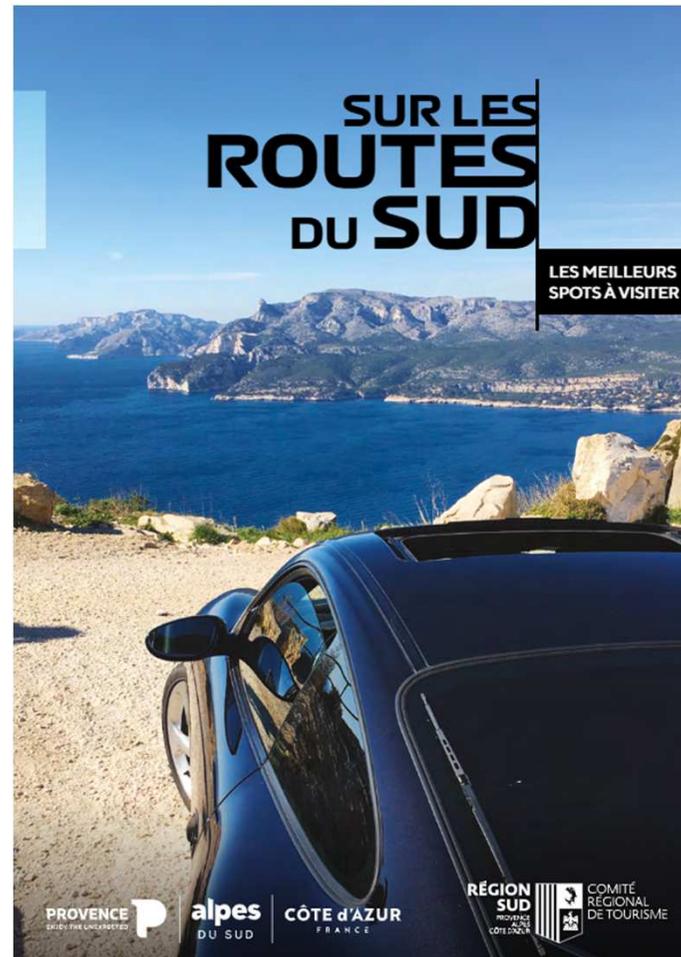
LES PRODUCTIONS NUMÉRIQUES & PRINT



CARTES
THÉMATIQUES

NOTRE SOCLE

LES PRODUCTIONS NUMÉRIQUES & PRINT



EDITIONS
SPÉCIFIQUES



NOTRE SOCLE

LES PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES



A la découverte des vins et vignobles de Provence-Alpes-Côte...



#RWC2023 : Discover South of France

FILMS VITRINE



Sur les pas de Vanessa, du blog Cash Pistache en Provence-Alpes-...

7,8 k vues • il y a 10 mois

COLLABORATIONS INFLUENCEURS



Paroles de pro : Julien El Farès

NOTRE SOCLE

LES PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES



On a tous besoin du Sud



Southern French Alps 2022

SPOTS DE CAMPAGNE

NOTRE SOCLE

LES PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES



Portrait de Mathieu Faivre



Portrait de Sophie Courtois
Biancone, vigneronne dans le Var



Portrait de Célia Nicolosi, créatrice
de senteurs

PORTRAITS



Interview de Lucas, chef de partie à
La Croix-Valmer



Interview de Ronan, réceptionniste
au Best Western Plus La Corniche

INTERVIEWS

NOTRE SOCLE

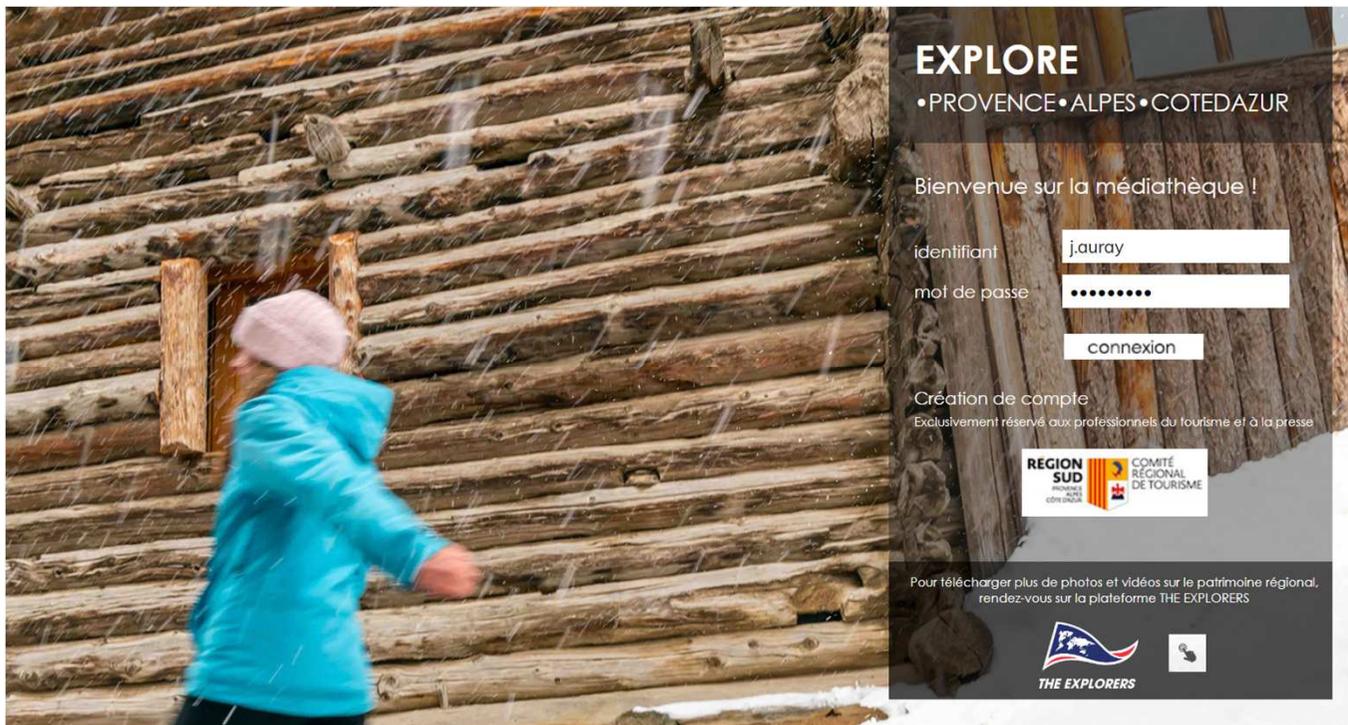
LES PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES



DES REPORTAGES PHOTO AU SERVICE DE NOS BESOINS OPÉRATIONNELS

NOTRE SOCLE

LES PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES



AJARIS

DES OUTILS DE STOCKAGE DES
CONTENUS POUR NOS
BESOINS... ET CEUX DE NOS
PARTENAIRES

NOTRE SOCLE

LES PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES

The screenshot shows a website interface for 'Bibliothèque'. At the top, there are logos for 'THE EXPLORERS', 'REGION SUD', 'COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME', and 'TOUT FRANCE'. A search bar with 'Rechercher...' and a magnifying glass icon is present, along with dropdown menus for 'Types', 'Catégories', and 'FRANÇAIS'. The main heading is 'Bibliothèque' in a large, light blue font. Below it, the text 'Sélection Provence-Alpes-Côte d'Azur' is displayed. A grid of seven video thumbnails is shown, including a close-up of a red rose, a stone tower, a cathedral, a cliffside town, a night street scene, a person in a kitchen, and a large landscape view of a town on a hillside. A 'VOIR TOUT' link is visible on the right side of the grid.



DES OUTILS DE STOCKAGE DES
CONTENUS POUR NOS
BESOINS... ET CEUX DE NOS
PARTENAIRES

L'EQUIPE CRT ☺

PRODUCTION & DIGITAL



Julien AURAY



Béryl TRIFFAUX



Catherine CHILLIO



Aurore ESTEOULE



Aurélie CELINDANO

NOTRE SOCLE

LE FAIRE SAVOIR DES DISPOSITIFS RÉGIONAUX

VOLUME D'ARTICLES

606

SOMME DE L'EAE

4,66Mn €



38% 1% 6% 56%

Web Tv Radio Press



Alpes-de-Haute-Provence: François de Canson parle d'un département avec un "véritable potentiel"



L'EQUIPE CRT ☺

COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE



Philippe COURTOIS



Arnaud WILMART

VOUS ACCOMPAGNER

AUPRES DES TERRITOIRES ET ACTEURS DU TOURISME

ETUDES ET OBSERVATION

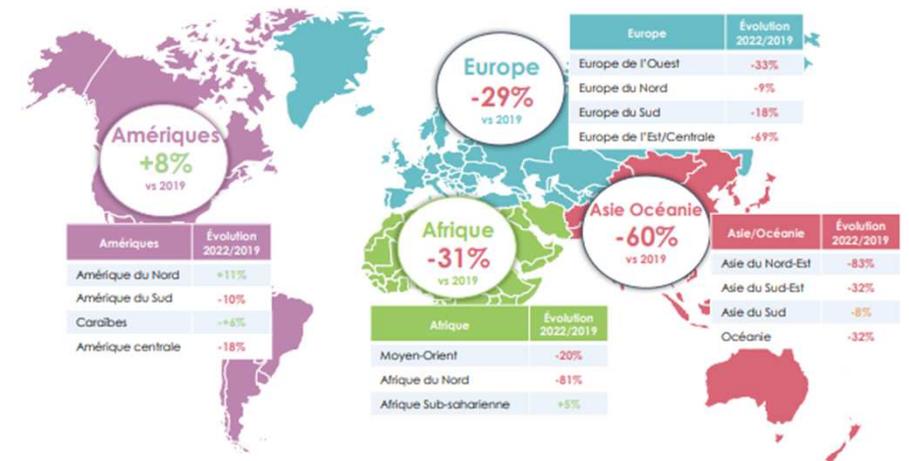


AUPRES DES TERRITOIRES ET ACTEURS DU TOURISME

ETUDES ET OBSERVATION

EXPLOITATION ET ANALYSE DE DONNÉES...

- ❑ ...structurelles pour avoir une photographie détaillée des comportements en région et sur les territoires (enquête clientèles)
- ❑ ...en temps réel (téléphonie mobile avec Flux Vision, avis clients via FairGuest, données de réservation via G2A, ForwradKeys pour l'aérien, ...)

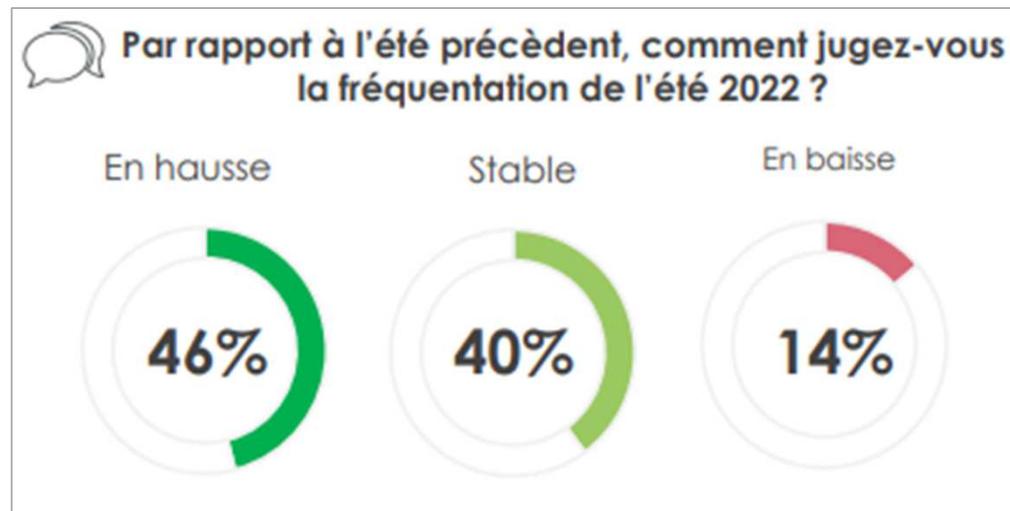


AUPRES DES TERRITOIRES ET ACTEURS DU TOURISME

ETUDES ET OBSERVATION

EXPLOITATION ET ANALYSE DE DONNÉES...

- ❑ ...sectorielles (hôtellerie, hôtellerie de plein air, locatif, ...) ou thématiques pour répondre aux préoccupations de chacun
- ❑ ...d'opinions pour prendre le pouls auprès des professionnels du tourisme



AUPRES DES TERRITOIRES ET ACTEURS DU TOURISME

ETUDES ET OBSERVATION

DIFFUSION – ÉCLAIRAGES UTILES AUX PROS, AIDE À LA DÉCISION

- ❑ Rapports mensuels complets avec priorisation de l'information aux membres du Club Pro
- ❑ Notes de conjoncture globales ou sectorielles
- ❑ Bilans annuels complets
- ❑ Eclairages sur les marchés et segments de clientèles
- ❑ Veille sur des études ou dispositifs nationaux ou internationaux



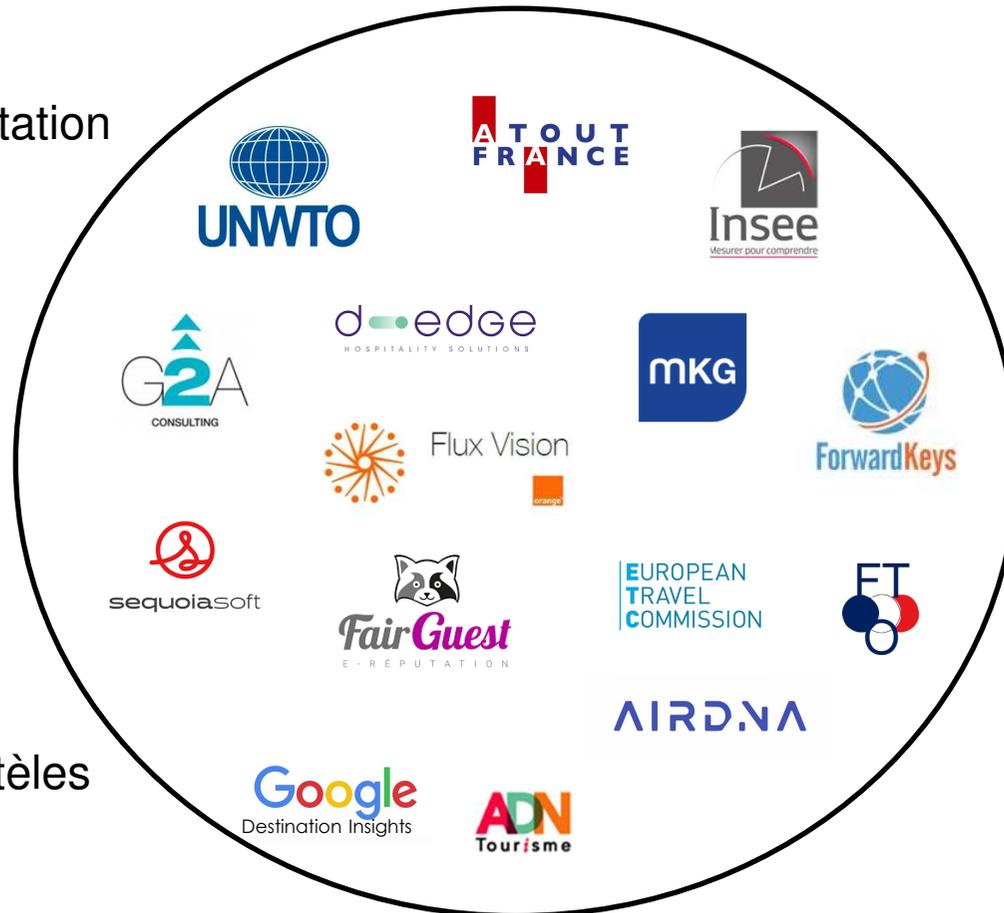
AUPRES DES TERRITOIRES ET ACTEURS DU TOURISME

ETUDES ET OBSERVATION

Suivi de la fréquentation
touristique

Mesurer l'impact
économique du tourisme

Connaissances des clientèles
internationales



Partenariat technique
production – validation -
interprétation

Valorisation et diffusion
des données

AUPRES DES TERRITOIRES ET ACTEURS DU TOURISME

ETUDES ET OBSERVATION

FRANCE TOURISME OBSERVATION : LES AVANCÉES

- ❑ Rassembler les besoins et les budgets avec des appels d'offres communs
- ❑ 2022 Intentions de départ, HPA, Locatif
- ❑ 2023 Cartes bancaires, hôtellerie, connaissance de l'offre
- ❑ Data visualisation pour les licenciés via 2 conventions avec



L'EQUIPE CRT ☺

OBSERVATION & ETUDES



Marc BONNEFOY



Saoussen BOUSSAHEL



Clément GENSOLLEN

AUPRES DES TERRITOIRES ET ACTEURS DU TOURISME

LES RENDEZ-VOUS DU CRT 2023

- ❑ Suivre l'évolution des **clientèles internationales** (*début d'année*)
- ❑ Comprendre les **jeunes** et répondre à leurs attentes en termes de voyage (*mars*)
- ❑ **Elargir** son business sur les **ailes de saison** (*mai*)
- ❑ Bien appréhender les enjeux des Métavers, NFT et dernières tendances digitales (*septembre*)
- ❑ **Décrypter les tendances 2024** pour le travel (*décembre*)

Dates et formats (présentiel / visio) à préciser



AUPRES DES TERRITOIRES ET ACTEURS DU TOURISME

LE CLUB PRO



Valérie VUILLERME

4 raisons d'adhérer

- ❑ Développer vos opportunités commerciales sur les marchés internationaux
- ❑ Booster votre image sur nos supports de communication et événements
- ❑ Gagner en compétitivité
- ❑ Devenir acteur des orientations stratégiques du CRT

AUPRES DES TERRITOIRES ET ACTEURS DU TOURISME

POUR STIMULER L'EMPLOI DANS LE SECTEUR

2 enjeux majeurs

- ❑ Favoriser les recrutements sur les métiers en tension
- ❑ Susciter des vocations chez les plus jeunes

Comment ?

- ❑ Campagne marketing multicanale
- ❑ Soutien des dispositifs de formation existants
- ❑ Mise en place de solutions innovantes de recrutement
- ❑ Groupement d'employeurs



GESTE

POUR DES EMPLOIS DURABLES DANS LE SECTEUR



COMITÉ
RÉGIONAL
DE TOURISME



Direction régionale
de l'économie, de l'emploi,
du travail et des solidarités (DREETS)



AUPRES DES TERRITOIRES ET ACTEURS DU TOURISME

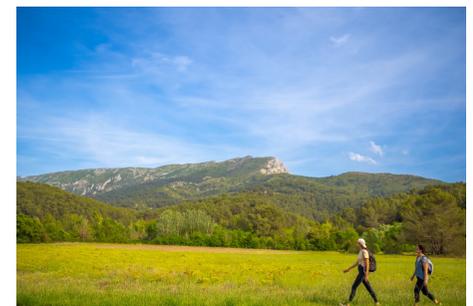
POUR FAVORISER UN TOURISME PLUS RESPONSABLE

Une ambition

Réduire l'impact carbone du tourisme régional et préserver la biodiversité... tout en maintenant une activité économique viable pour les acteurs du secteur

Les axes stratégiques à suivre

- ❑ Etaler la fréquentation sur l'année et arrêter la promotion sur la haute saison
- ❑ Optimiser les flux touristiques sur le territoire régional et désengorger les sites ponctuellement saturés



AUPRES DES TERRITOIRES ET ACTEURS DU TOURISME

POUR FAVORISER UN TOURISME PLUS RESPONSABLE

Les axes stratégiques à suivre

- ❑ Accompagner les acteurs du tourisme dans la transition écologique et valoriser les + vertueux ;
- ❑ Favoriser la mobilité durable des visiteurs ;
- ❑ Faire de nos espaces naturels la vitrine d'un tourisme plus responsable
- ❑ Encourager les touristes et excursionnistes à adopter des comportements responsables



L'EQUIPE CRT ☺

EN PROXIMITÉ À NICE POUR MIEUX VOUS ACCOMPAGNER !



Emmanuel RICCI

ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRISES

FORMATION CONTINUE

Optimiser l'expérience client pour attirer et fidéliser
29 novembre et 15 décembre 2022

Pour 2023

- Mieux se vendre sur les réseaux sociaux
- Concevoir et valoriser son offre éco-responsable
- Se présenter en ligne et animer des rendez-vous digitaux

Formation en ligne

- En partenariat avec la FROT Sud
- Formats : blended learning + ressources complémentaires et mise en relation avec des experts
- Parcours MICE Marketing digital et Tourisme durable



ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRISES

INCUBATION D'ENTREPRISES INNOVANTES

2^{ème} promotion à partir de mars 2023

- ❑ En partenariat avec l'Incubateur PACA-Est et grâce au soutien financier de la Région Sud
- ❑ Sourcing via TravelCamp Sud organisé en partenariat avec la Région Sud, les CCI et PTI
- ❑ Programme de 9 à 12 mois
- ❑ Objectif 6 start up

Recrutement de la promotion 2023 jusqu'au 30/11/2022

- ❑ Recrutement suivant à partir de l'automne 2023



ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRISES

PROGRAMME GROWTH

Linkeus permet aux entreprises de bénéficier de conseils d'experts dans différents domaines :

- Stratégie commerciale
- Transformation digitale
- Démarche de développement durable

Une prise en charge à 50 % des prestations de conseil ou jusqu'à 2500 € HT d'aide.



ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRISES

ISO 20121

Avec le soutien financier de la Région SUD

- ❑ Form'action par Authentis – 52 heures
 - 3 jours en collectif
 - 8 demi-journées intra-entreprise

- ❑ Audit de certification par un Cabinet spécialisé
 - Audit d'un événement
 - Audit jusqu'à N+3

12 entreprises accompagnées en 2022

Appel à candidature pour prochaine promotion 2023



AU SERVICE DES MEMBRES LINKEUS

CHARTRE ETHIQUE ET RESPONSABLE

140 signataires depuis mars 2022

- 8 engagements à respecter
- Campagne de communication sur les réseaux sociaux : diffusion des bonnes pratiques des professionnels et des organisateurs d'événements (donneurs d'ordre)



L'EQUIPE LINKEUS ☺

A VOTRE ÉCOUTE !



PROSPECTER

PROSPECTION SUR LES MARCHES

STIMULER LA DEMANDE TOURISTIQUE

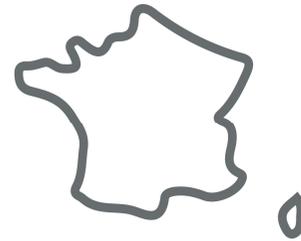
BTOB



MEDIAS

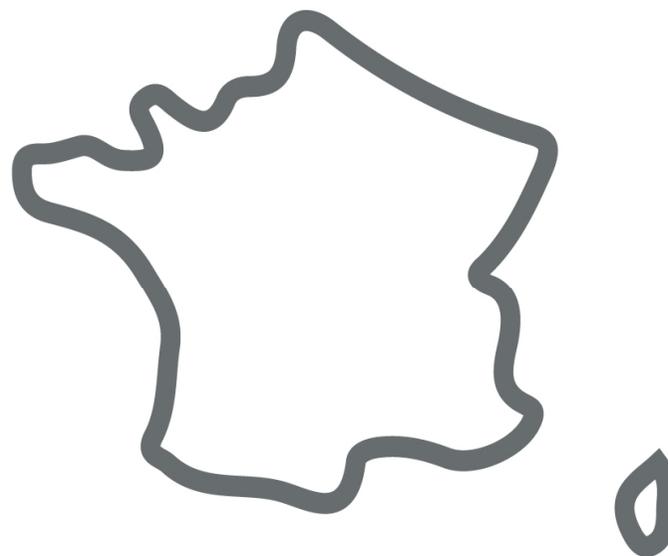


BTOC



LES ACTIONS FRANCE

COMMUNICATION BTOC, MEDIAS, BTOB MICE



METTRE EN LUMIÈRE NOS DESTINATIONS

5 WORKSHOPS PRESSE



□ Prêt à partir - ADN Tourisme |||

16-17 janvier / Paris

□ Workshop saison d'été |||
Alpes du Sud

Avril / Paris



□ Workshops saison d'hiver Alpes du Sud |||

Septembre
Paris – Marseille – 3^e ville



DES ACTIONS DE COMMUNICATION

DIFFÉRENTES THÉMATIQUES SUR L'ANNÉE



Le Manuel de l'Enseignant

J'ORGANISE MA CLASSE DE DÉCOUVERTES
EN PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

UNAT Provence-Alpes-Côte d'Azur
Le tourisme au service des hommes et des territoires

REGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME

Classes de découverte



Partenariat UNAT

Seniors

Partenariat UNAT



UNAT Provence-Alpes-Côte d'Azur
Le tourisme au service des hommes et des territoires

Dossier partenaire: **le dauphiné**

2022 - 2023

VACANCES HORS-SAISON

MINI-GUIDE DES JEUNES RETRAITÉS

UNAT Provence-Alpes-Côte d'Azur
Le tourisme au service des hommes et des territoires

REGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME

LINKEUS
PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR
CONVENTION BUREAU

REGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR
COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME

Explore France

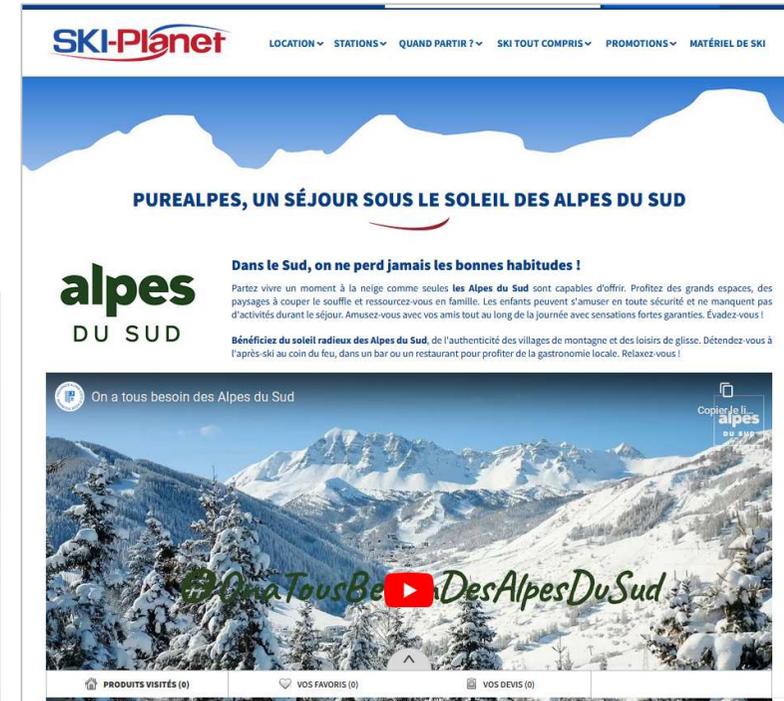
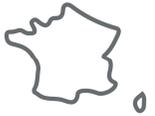
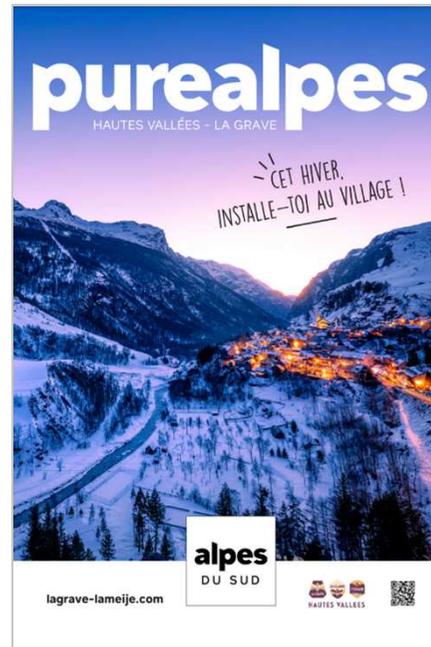
DES ACTIONS DE COMMUNICATION

DIFFÉRENTES THÉMATIQUES SUR L'ANNÉE

- Alpes du Sud hiver 2023-2024
Partenariat Alpes du Sud / Stations



alpes
DU SUD



DES ACTIONS DE COMMUNICATION

DIFFÉRENTES THÉMATIQUES SUR L'ANNÉE

- ☐ **Tourisme nautique et plongée** |||
Actions à préciser

- ☐ **Tourisme golfique** |||
Partenariat La Route des Golfs



- ☐ **Visite d'entreprise** |||
Partenariat Entreprise & Découverte

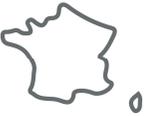


- ☐ **Tourisme spirituel** |||
Sur les pas de Marie Madeleine

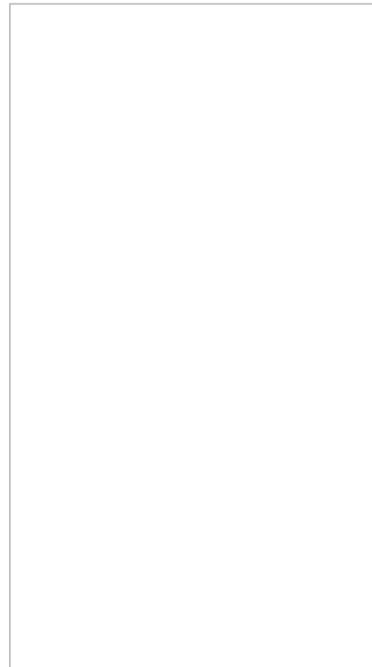
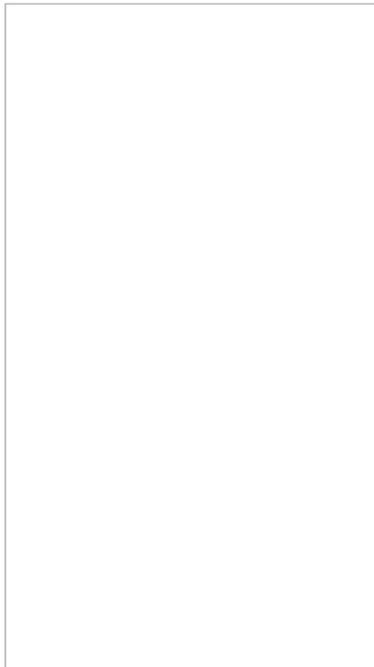


DES ACTIONS DE COMMUNICATION

DIFFÉRENTES THÉMATIQUES SUR L'ANNÉE



 MICE 
Partenariat Linkeus



ON A TOUS BESOIN DE SE RETROUVER
LA CONVIVIALITÉ EN +

SÉMINAIRE SUR LA CÔTE D'AZUR

TEAM BUILDING EN PROVENCE

VOTRE ÉVÈNEMENT PROFESSIONNEL

- 📍 Cadre hors du commun
- 💡 Créativité débridée
- 🔄 Solutions hybrides garanties

SAFE AND INNOVATIVE MEETINGS
provincecotedazurevents.com/relance

PROVENCE ENJOY THE UNEXPECTED

PROVENCE CÔTE D'AZUR EVENTS

COTE D'AZUR FRANCE



DES EVÈNEMENTS GRAND PUBLIC

PRINCIPALEMENT MAÎTRISE D'OUVRAGE ADT



□ Salon du Randonneur |||

24-26 mars / Lyon



□ Tout Schuss |||

Mi-novembre / Aix-en-Provence



□ Roc d'Azur |||

5-9 octobre / Fréjus

DES ACTIONS BTOB

TOURISME DE CROISIÈRE, ALPES DU SUD



- Workshop Croisière en région |||
Clubs de la Croisière
novembre-décembre / en région

- Salons des CE – Action AdS |||
Toute l'année / 4-5 villes



DES ACTIONS BTOB

OPÉRATIONS MICE AVEC LINKEUS



□ Salon Seminaire Business Event |||
26-27 janvier / Lyon

□ Salon Heavent Meetings |||
28-30 mars / Cannes

□ Salon MICE Place Marseille |||
Novembre / Marseille



DES ACTIONS BTOB

OPÉRATIONS MICE AVEC LINKEUS



- ❑ Workshops MICE Eté/Hiver |||
Juillet et Décembre / Paris

- ❑ Diner networking chefs de projets |||
agences
Fin octobre / Paris



ACTION « CELLULE » OUVERTE AUX DESTINATIONS

- ❑ Opération Prestige dirigeants |||
d'agences MICE
Octobre / Paris



DES ACTIONS BTOB

OPÉRATIONS MICE AVEC LINKEUS



ACTIONS OUVERTES AUX DESTINATIONS TÊTES DE RÉSEAUX

Eductour décideurs de congrès |||

Printemps ou Eté / Région

Démarchage commercial (présentiel et distanciel) |||

Régulier / Paris - Ile de France

Déjeuners décideurs de congrès |||

Juillet et Décembre / Paris

Soirée Spectacle et networking décideurs de congrès |||

Décembre / Paris



DES CAMPAGNES MARKETING

CAMPAGNE DIGITALE VALORISATION DES MÉTIERS



- ❑ Ticket d'entrée 15k€ TTC par partenaire pour une campagne nationale et régionale
- ❑ Modèle budgétaire pour le partenaire : 1 + 1 (CRT voire aussi Atout France/Bercy).
- ❑ Co-branding : CRT + partenaire

Concept créatif

- Définir un concept séduisant qui s'appuie sur les arguments de la charte de bienveillance en lien avec la campagne de l'Etat

Création des contenus

- Créer un espace sur le site web pro du CRT
- Création de vidéo(s) de séduction
- Lien monemploi tourisme.fr et site de GESTE

Plan média

- Dispositifs de communication contextuels
- Publicité ciblées sur les réseaux sociaux et médias locaux

LES ACTIONS EUROPE

BTOB, MEDIAS, BTOC



DES CAMPAGNES MARKETING

CAMPAGNE PANEUROPÉENNE PROVENCE



□ Campagnes sur plusieurs marchés européens

Printemps-Automne-Hiver

Partenariat Atout France / CRTs et leur destinations infra

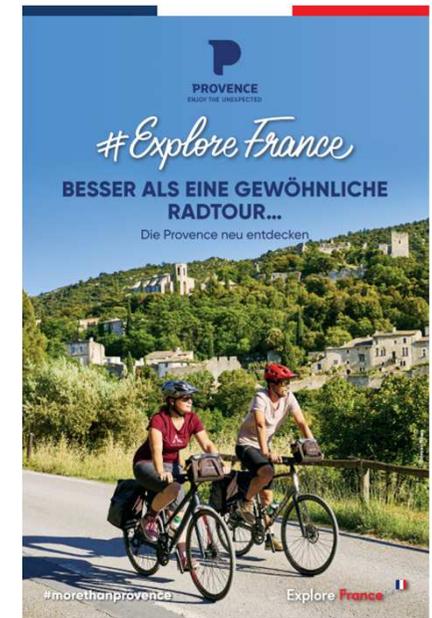
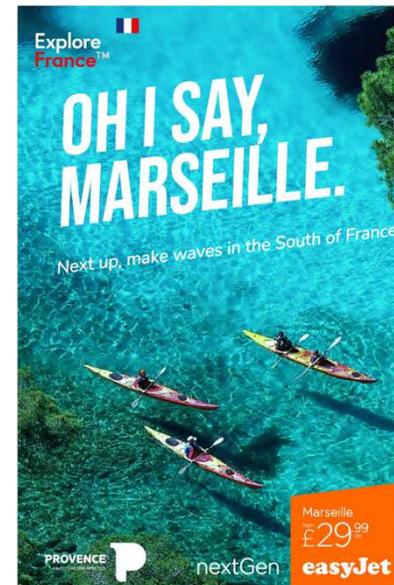
Allemagne / Suisse / Royaume-Uni / Danemark



Stimulation des ventes

Hors été

Mutualisation budgétaire 1+1+1



DES CAMPAGNES MARKETING

CAMPAGNE PANEUROPEENNE CÔTE D'AZUR



- ❑ Campagnes sur plusieurs marchés européens
Partenariat Atout France / CRTs et leur destinations infra
Marchés à préciser



Côte d'Azur en hiver

Notoriété & stimulation des ventes
Mutualisation budgétaire 1+1+1



DES CAMPAGNES MARKETING

CAMPAGNE DIGITALE TOURISME DURABLE



- Campagne sur plusieurs marchés européens |||
Printemps-Automne-Hiver



- Un sujet plébiscité par tous les acteurs locaux (pros, OT, ADT)
- La valorisation des offres responsables de nos territoires
- Un soutien financier d'Atout France
- Des opérateurs privés + investis dans le durable



DES CAMPAGNES MARKETING

CAMPAGNE DIGITALE TOURISME DURABLE



Même envergure budgétaire que la campagne #OnaTousBesoinDuSud

- Ticket d'entrée 30k€ TTC par partenaire pour une campagne multi marchés (FR/B/NL/D/CH/AUT)
Modèle budgétaire pour le partenaire : 1 + 3 (CRT, Atout France et opérateurs privés).
- 1 concept-phare décliné sur chaque marché
- Co-branding : AtF + marque de destination + partenaire

Objectif mutualisation budgétaire : 1 M€



DES CAMPAGNES MARKETING

CAMPAGNE DIGITALE TOURISME DURABLE



En amont, enrichissement de nos contenus !

- La mise à jour de contenus existants sur filières fortes (vélo, visite d'entreprise, écotourisme...)
- La création de nouveaux contenus (offre transport en particulier, le train...)
- La qualification relative aux objets écolabellisés dans la base APIDAE
- La récupération d'offres promotionnelles auprès des établissements écolabellisés
- ...



DES CAMPAGNES MARKETING

CAMPAGNES THÉMATIQUES

❑ Campagnes BtoC Golf

Printemps-Automne / Allemagne et Royaume-Uni

Partenariat La Route des Golfs



LA ROUTE DES GOLFS FRANCE

LES GOLFS | LES GOLFS PASS | DESTINATIONS GOLFIQUES | OÙ DORMIR | NOS OFFRES

☎ 🔍 ❤️ 👤 🛒 (0) 🇫🇷



Golf Pass Provence-Alpes-Côte d'Azur
Provence-Alpes-Côte d'Azur

Golf Pass Provence-Alpes-Côte d'Azur

Jouer au golf en Provence-Alpes-Côte d'Azur

Avec des dizaines de parcours, la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur est le paradis des golfeurs avec ses 300 jours de soleil par an. Que vous soyez débutant ou pro, le Golf Pass vous offre un accès exclusif aux golfs de la région. Les réductions peuvent aller jusqu'à 30 % de réduction sur les green fees.

[Créer votre Golfpass](#) [Carte des Golfs](#)

PROVENCE & CÔTE D'AZUR,
A UNIQUE GOLF EXPERIENCE

1 PASS, 31 GOLF COURSES
Come and perfect your swing!

provencecotedazurgolf.com



L'EQUIPE CRT ☺

CAMPAGNES BTOC



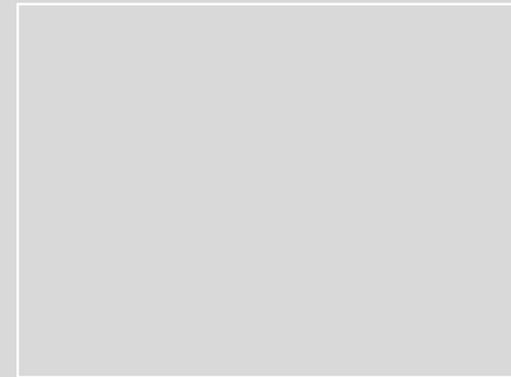
Julien AURAY



*Mélody
BUISSON-RAYNAUD*



Sarah LE PELLEY



Christèle CAGNOTIS

DES SALONS GRAND PUBLIC

CAMPING, VÉLO

❑ Salon Vakantiebeurs Pays-Bas |||

12-15 janvier / Utrecht

❑ Salon Velofollies Belgique |||

20-22 janvier / Courtrai

❑ Salon F.re.e Allemagne |||

6-10 février / Munich



SUSCITER DES ACCUEILS MEDIAS EN RÉGION

3 WORKSHOPS PRESSE



- Tournée médiatique 
Allemagne
*6-10 février / Munich, Francfort,
Düsseldorf, Berlin*

- Tournée médiatique Suisse 
romande et alémanique
14-15 février / Lausanne, Zürich



- Workshop lancement saison 
d'hiver 2023-2024 Alpes du Sud
Septembre / Bruxelles

DES ACTIONS BTOB GÉNÉRALISTES

DES WORKSHOPS FRANCE



- Workshop France Allemagne 
*Mi-novembre / candidature pour
accueil en Provence*

- French Rendez-Vous PECO 
*31 mai – 1^{er} juin / Vienne
Fédération délégation régionale*



DES ACTIONS BTOB GÉNÉRALISTES

UNE OPÉRATION DÉDIÉE PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR



□ Tournée Scandinavie

Début juin / Copenhague, Stockholm et Oslo

- Nombreuses connections aériennes avec Nice Côte d'Azur
- Une ouverture de ligne Marseille-Copenhague en mars 2023
- Des workshops BtoB
- Des rencontres presse



DES ACTIONS BTOB THÉMATIQUES

CROISIÈRE, MONTAGNE



- Seatrade Europe |||
Clubs de la Croisière
6-8 septembre / Hambourg



- Roadshow montagne hiver |||
19/20 avril / Madrid, Barcelone



- Actions BtoB complémentaires |||
Marchés et opérations à préciser



L'EQUIPE CRT ☺

INTERMÉDIATION, OPÉRATIONS BTOB



Valérie VUILLERME



Ariane SIMON



Sophie DRAGON



Victoria VIDRASCA

DES ACTIONS BTOB

OPÉRATIONS MICE AVEC LINKEUS

❑ Salon Meeting Show |||

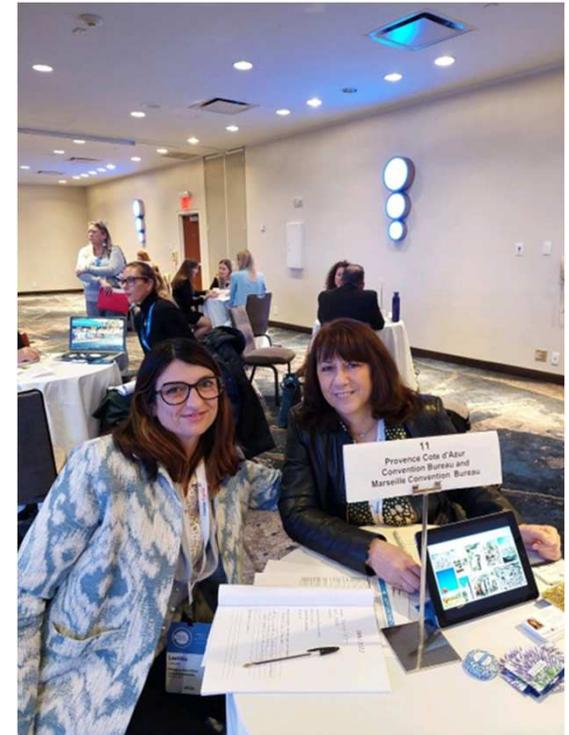
29-30 juin / Excel Londres

❑ Diner exclusif avec acheteurs allemands |||

Date à préciser / Berlin ou Hambourg

❑ Eductour ou workshop |||

Automne / Belgique



DES ACTIONS BTOB

OPÉRATIONS MICE AVEC LINKEUS

ACTIONS « CELLULE » POUR LES DESTINATIONS

❑ Soirée de prestige – Associations
Décembre / Bruxelles



❑ Démarchages asso/corporate
UK et Bruxelles



❑ FamTrip Acheteurs MICE
Printemps-Automne / Région



LES ACTIONS HORS-EUROPE

MAJORITAIREMENT BTOB



L'INTERNATIONAL LOINTAIN

LES AMÉRIQUES



□ Tournée pro-presse
Provence-Alpes-Côte d'Azur 
USA/Mexique/Brésil
*fin avril – début mai / Californie-Mexico-
Rio de Janeiro*

- Une délégation régionale Institutionnels et Pros
- 36h en immersion avec 25 TO sélectionnés, en Californie et à Rio (workshop, networking, animations, convivialité...)
- Un workshop BtoB à Mexico



L'INTERNATIONAL LOINTAIN

ASIE



- Tournée pro-presse
Provence-Alpes-Côte d'Azur |||
Japon-Corée
2^e quinzaine novembre / Tokyo-Séoul

- Une délégation régionale Institutionnels et Pros
- Dans chaque capitale, temps de workshop, rencontre presse, éventuelle soirée VIP



L'INTERNATIONAL LOINTAIN

ACTIONS BTOB GÉNÉRALISTES, CROISIÈRES, MICE



☐ Roadshow France 2023 |||

Canada

20-24 février / Montréal, Toronto,
Calgary, Vancouver



*ACTIONS « CELLULE » POUR LES
DESTINATIONS*

☐ Salon SMU |||

13 au 15 mars / New York

☐ Seatrade Cruise Global |||

28-30 mars / Fort Lauderdale, Floride

☐ Workshop M&I Forum |||

30 août au 3 septembre / Texas

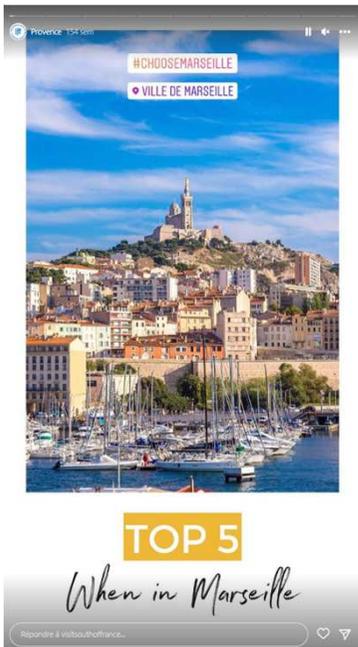


L'INTERNATIONAL LOINTAIN

CIBLE GRAND PUBLIC USA



□ Campagnes marketing Provence & Côte d'Azur Printemps / Automne / Hiver



L'INTERNATIONAL LOINTAIN

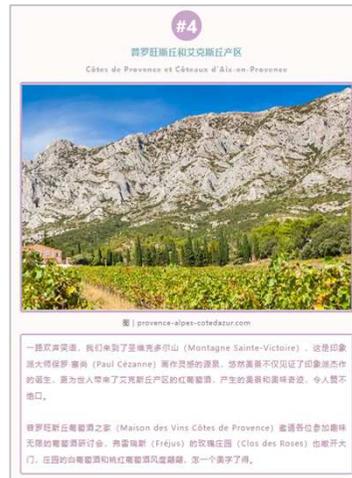
CIBLE GRAND PUBLIC CHINE



□ Réseau sociaux chinois – Contrat de destination Provence

- WeChat
- Weibo
- Douyin

+ Famille ambassadrice



LES ACTIONS MULTI-MARCHES

BTOB

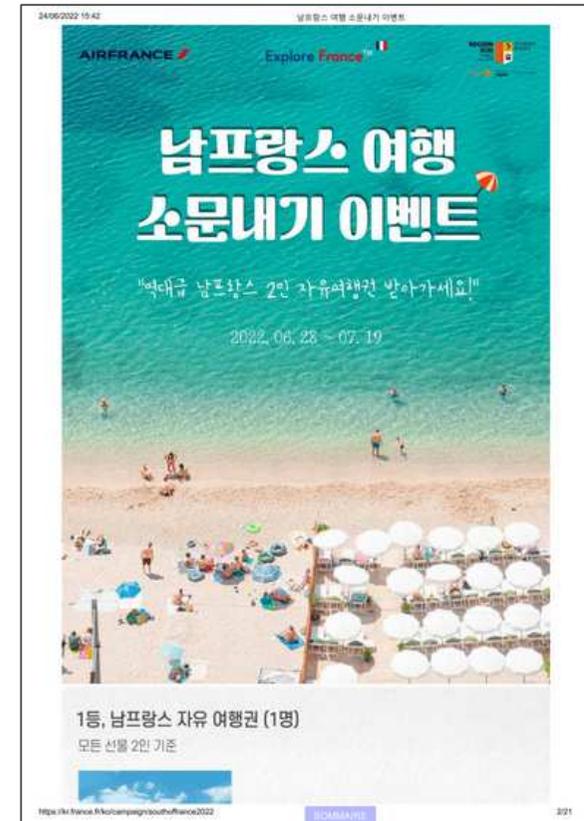


FAIRE VIVRE CE QUE NOUS AVONS DE MEILLEUR !

SUSCITER LA PRODUCTION DE CONTENUS, DES REPORTAGES, ...



- Accueil de journalistes, blogueurs, influenceurs
Toute l'année / En région



L'EQUIPE CRT ☺

MÉDIAS DESTINATION



Rabiha BENAÏSSA



Béatrice MANZATO



Chloée SERVANT

DES CAMPAGNES DE COMMUNICATION

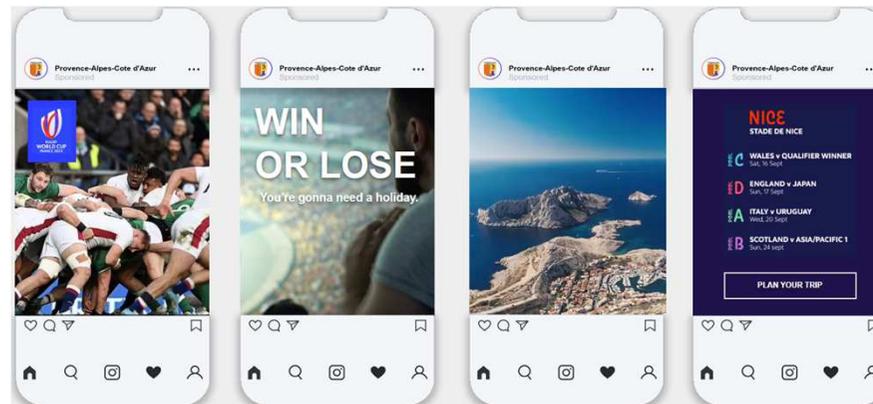
CAMPAGNE RUGBY – UK, AUS, NZ, SA, JP

□ Campagne RWC 2023

1^{er} semestre / Royaume-Uni en priorité et grand international
Partenariat Villes hôtes et camp de base, OT



Félix VOUTE



LE MONDE DE L'INTERMÉDIATION

DES GRANDS RENDEZ-VOUS ANNUEL



□ Destination Montagnes |||

24-25 janvier / Chambéry

+ pré-tours stations Alpes du Sud et événementiel à Mongenèvre



□ Salon Rendez-vous en France |||

21-22 mars / Paris

+ 3 pré-tours en région, des Alpes Maritimes au Vaucluse



LE MONDE DE L'INTERMÉDIATION

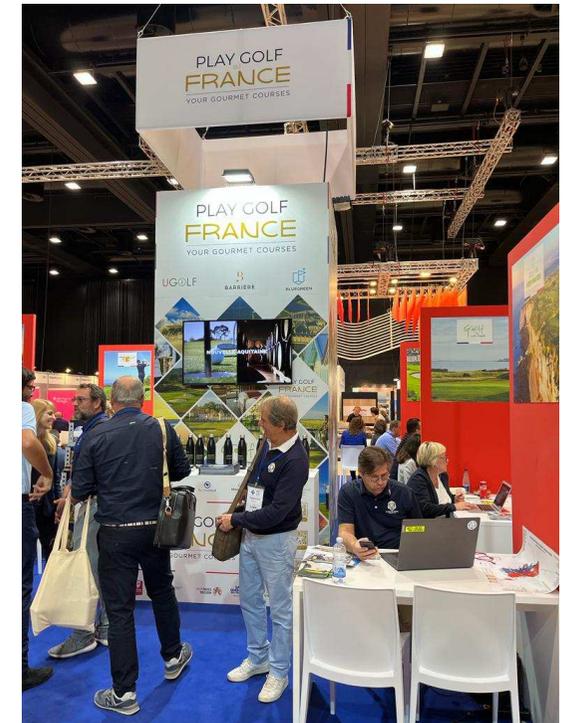
DES GRANDS RENDEZ-VOUS ANNUEL



IGTM
16-19 octobre / Portugal



PLAY GOLF
IN
FRANCE
YOUR GOURMET COURSES



 **LINKEUS**
PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR
CONVENTION BUREAU

 **RÉGION SUD**
PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR
 **COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME**

 **Explore France**

LE MONDE DE L'INTERMÉDIATION

UN GRAND RENDEZ-VOUS MÉDITERRANÉEN TOUS LES 2 ANS



□ Workshop France Méditerranée
2^e ou 3^e semaine novembre / A préciser



Candidature CRT / OT Provence Méditerranée

LIEU DU WORKSHOP

► **LE CASINO JOA LA SEYNE**

Situé au cœur des anciens chantiers navals de La Seyne-sur-Mer, le Casino JOA est une structure contemporaine en bordure de la rade de Toulon. Il est à 10 min en navette maritime du port de Toulon.

Il propose 4 espaces de réception pour une surface totale de plus de 3000 m² et une capacité d'accueil pouvant aller jusqu'à 500 personnes en format théâtre et 300 personnes cocktail.

Le Salon des Arts peut recevoir des événements en plus petit comité de 10 à 200 personnes, dans un cadre moderne et rétro.

LE RENOUVEAU D'UN ESPACE INDUSTRIEL URBAIN

SALLES DE RÉUNION	PERSONNES MAX	SALLES ÉQUIPÉES POUR
Le Comptoir J&S Espace moderne	300	140 • 120
Bar des Sports	150	150
Le Salon des Arts	200	80 • 200
La Salle de Spectacle	700	200 • 500 • 100 • 420 • 740
La Cave JOA	40	

En classe
 En théâtre
 En U
 En banquet
 En cocktail
 En carré

[En savoir plus](#)

**WORKSHOP
FRANCE MÉDITERRANÉE**

DU 7 AU 12 NOVEMBRE
OU DU 16 AU 19 NOVEMBRE 2023

TOULON

**DOSSIER
DE CANDIDATURE**

12 Terres de Provence en Méditerranée

Explore France

RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR

COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME



LE MONDE DE L'INTERMÉDIATION

DES GRANDS RENDEZ-VOUS MICE



☐ Salon IMEX 
23-25 mai / Francfort



☐ Salon ITBM 
28-29 novembre / Barcelone



L'EQUIPE CRT ☺

BUDGET, RH, LOGISTIQUE



Bernard PERIN



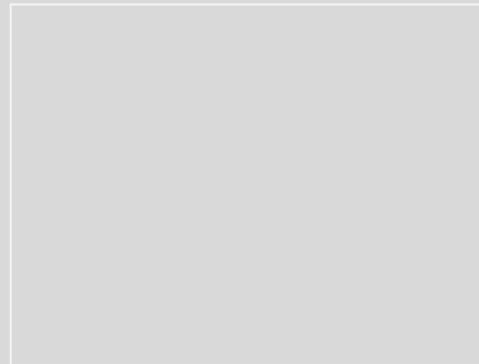
Catherine LIPAROTI



Isabelle FILIPPI



Catherine FABRE



Céline LUCIDO



Yazid GUENDOUZ

MERCI
POUR VOTRE
ECOUTE ! 😊

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

ACTIONS 2023

TOURISME

PROVENCE
ENJOY THE UNEXPECTED

alpes
DU SUD

CÔTE d'AZUR
FRANCE

RÉGION
SUD
PROVENCE
ALPES
CÔTE D'AZUR



COMITÉ
RÉGIONAL
DE TOURISME