



PROVENCE
ENJOY THE UNEXPECTED

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Marseille, le 19 novembre 2021

Le Contrat de Destination Provence : 3 ans pour reconquérir les visiteurs internationaux

Dans un contexte encore instable de reprise, la force du Contrat de Destination a fait ses preuves sur les marchés internationaux depuis sa création en 2015. « Ensemble on va plus loin », c'est le souhait du collectif, qui, sous la marque Provence enjoy the unexpected, conduit à nouveau les professionnels à s'unir pour une durée de 3 ans afin d'atteindre son objectif : faire entrer la Provence dans le top des destinations mondiales les plus prisées.

Le Contrat de Destination Provence : objectif à portée de main !

Depuis sa signature en 2015, le Contrat de Destination Provence, sous la marque ombrelle Provence Enjoy the unexpected, regroupe 31 partenaires, qui, en mutualisant leurs moyens, financent des campagnes et actions de promotion à l'international afin de faire rayonner la destination et stimuler l'économie touristique sur tout le territoire provençal. Le Contrat de Destination Provence étend en effet ses actions au-delà d'un périmètre administratif classique, réunissant ainsi 5 départements : Bouches-du-Rhône, Vaucluse et les parties provençales des Alpes-de-Haute-Provence, du Var et du Gard.

Au total depuis son lancement, c'est une enveloppe de 3.2 millions d'euros TTC portée par les co-financeurs qui a été destinée au rayonnement de la marque Provence à laquelle se sont ajoutés 3,2 € HT apportés par des partenaires tiers (Atout France, Expedia, hotel.com...). Près de la moitié du budget a été consacrée à des actions de promotion. Dans le détail, 35 campagnes ont été menées à l'international : accueil du salon BtoB Rendez-vous en France à Marseille réunissant 950 prescripteurs internationaux venus de 73 pays autour de 400 professionnels de la région ; campagnes avec Expedia aux Etats-Unis et au Royaume-Uni ; études de fréquentation des clientèles et d'e-reputation ; actions sur les réseaux sociaux chinois ; création d'un site dédié www.provence-tourisme.com... Ces 6 années d'actions communes ont su positionner la Provence comme une destination incontournable sur la scène internationale.

Pour faire face à la crise de la Covid-19 qui a impacté l'ensemble du secteur touristique, la réactivité de la destination Provence a fait la différence. En rassemblant rapidement un budget conséquent et en étant les premiers à solliciter Atout France pour amorcer la relance, la destination Provence a mobilisé un budget de 655 800 euros dans le cadre du plan « Europe 2020 ».

Une troisième édition pour rendre iconique la Provence à travers le monde



En 2022, dans un contexte international encore instable alors que le tourisme amorce sa reprise, l'enjeu reste le même : l'attractivité et la compétitivité de la destination. Le Contrat de Destination Provence fédère donc une nouvelle fois les professionnels sur les trois prochaines années de 2022 à 2024 avec pour objectif de pérenniser le travail entrepris depuis 6 ans et asseoir la notoriété de la marque Provence face à la concurrence internationale.

Doté d'un budget de 1 650 000 euros et fort de la mobilisation sans failles de ses 31 partenaires signataires, le collectif du Contrat de Destination Provence va continuer à déployer sa marque tel un étendard autour d'une image forte et emblématique afin d'être toujours plus compétitif sur la scène des destinations touristiques à l'international.

En local, l'événement de lancement « **Faisons vivre la Provence** » aura pour objectif de fédérer l'ensemble des partenaires et un Club des ambassadeurs sera créé à cette occasion, véritable porte-parole de la marque.

A l'international, les actions de promotion porteront notamment sur le développement de la fréquentation hors saison estivale. Dans le contexte actuel, les marchés de proximité sont prioritaires.

Une « **Tournée Europe** » est prévue afin de créer du lien et réaffirmer les valeurs fortes du collectif : les « **Art's de vivre** » en Provence, la convivialité, le soleil, la dimension durable en toile de fond.

Cette tournée commencera par deux marchés prioritaires : l'Allemagne et la Belgique et comprendra un événement BtoC, une campagne grand public, ainsi qu'une rencontre presse.

Sur les marchés lointains, une communication sur les réseaux sociaux chinois et médias communautaires tels que WeChat, Weibo, TikTok ou encore Bilibili est prévue afin de toucher une cible jeune. La Provence accueillera en complément un leader d'opinion et des partenariats avec des médias étudiants viendront renforcer cette action.

Danielle Milon, Présidente de Provence Tourisme : Danielle Milon, Présidente de Provence Tourisme : « Depuis la signature du 1^{er} Contrat de destination en 2015, que de chemin parcouru ! Nous avons créé une marque forte Provence, Enjoy the unexpected et à travers elle nous avons déployé un nombre d'actions de promotion considérable permettant à la Provence de rayonner à l'international. Dans un contexte sanitaire mouvementé, nous avons su faire preuve d'agilité et réorienter nos stratégies vers des marchés de proximité. Aujourd'hui les 31 partenaires financeurs du contrat renouvellent leur engagement pour 3 ans : une preuve s'il en faut de la pertinence, du dynamisme de notre projet. Nous continuerons d'œuvrer collectivement pour promouvoir et faire vibrer la Provence, notre belle destination. »

François de Canson, Président du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur : « Le Contrat de Destination Provence est l'exemple parfait de l'union qui fait la force. Au-delà de ses frontières administratives, les acteurs touristiques qui font l'essence de la Provence ont su travailler main dans la main et donner le meilleur dans ce contexte de crise sanitaire inédite particulièrement difficile pour l'ensemble du secteur du tourisme. Dans un climat fortement concurrentiel de reprise, il est nécessaire, aujourd'hui plus que jamais, de se regrouper derrière une bannière commune. »

Chiffres clés du tourisme en Provence

- ✓ 23 millions de touristes par an
- ✓ 143 millions de nuitées
- ✓ 30% de visiteurs internationaux en provenance prioritairement d'Allemagne, de Belgique, des Pays-Bas et du Royaume-Uni.
- ✓ 63 200 d'emplois directs et indirects, soit 54% de l'emploi touristique enregistré en PACA
- ✓ 20 milliards d'euros de recettes touristiques, soit près de 13% du PIB

À propos - Le Contrat de Destination Provence est copiloté par le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur et Provence Tourisme. À leurs côtés, une trentaine de partenaires finance les actions menées pour promouvoir la marque Provence et ses valeurs à l'international et stimuler l'économie touristique sur tout le territoire provençal. Le Contrat de Destination Provence étend ses actions au-delà d'un périmètre administratif classique, réunissant ainsi 5 départements : Bouches-du-Rhône, Vaucluse et les parties provençales des Alpes-de-Haute-Provence, du Var et du Gard.

Contact presse : Fanny Moutel - fanny@leburop.com - 06 60 17 43 72

