



HubTourisme

La Provence

ILS ÉTAIENT PRÉSENTS

- Bruno Albini, AFC Groupe Formation
Marie Allantaz, directrice générale de l'Escaet
Fabienne Audonnet, la Région
Mathys Bombom, OK Corral
Malika Bouldi, Provence Côte-d'Azur Events
Isabelle Brémont, directrice générale Provence Tourisme
Paola Cavanna, Banque des Territoires
Gilles Chauvet, directeur commercial France Sud MSC Croisières
Sandrine Chomel Isaac, Région Sud
Loïc Chovelon, directeur général du CRT
Fabien Da Luz, Tour Mag
François de Canson, président du CRT
Emmanuel Duval, Atout France
Laurence Fogli, fondatrice de Château Berger Cosmétiques
Adeline Granereau, musée Regards de Provence
Elliott Jouannic, Atout France
Sophie Lacressonnière, Atout France
Marie Lansonneur, Provence Tourisme
Yannick Le Magadure, CRT
Béatrice Manzato, Provence Tourisme
Christian Mantéi, directeur général Atout France
Danielle Milon, présidente de Provence Tourisme
Renaud Muselier, président de la Région Sud
Patrick Pourbaix, directeur général France MSC Croisières
Raphaël Sallerin, directeur de la communication Odalys
Yannick Schimpf, Banque des Territoires
Jean-François Suhas, Marseille Provence Cruise Club
Valérie Sultana, AFC Groupe
Anne-Pierre Timon-David, institut Cadenelle
Maxime Tissot, Office de tourisme et des congrès de Marseille
Romain Wino, Aéroport Marseille Provence

Comment faire rayonner notre région à l'international ?

Avec ses trois destinations regroupées sous une seule et même appellation, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur fait rêver bon nombre de touristes. Partout dans le monde, ces trois marques raisonnent, marquent les esprits et attirent les voyageurs pour la diversité de ses paysages, la richesse de son patrimoine et la grande qualité de sa gastronomie.
Alors pour le premier rendez-vous officiel du Hub Tourisme, La Provence a choisi de réunir ses partenaires et d'autres acteurs essentiels du secteur dans l'enceinte du musée Regards de Provence, à Marseille, autour d'une question : comment promouvoir l'image de notre région à l'international ?
Et pour cause. Les chiffres sont éloquent. Le tourisme, dans notre région représente 13% du PIB, 18 milliards d'euros de retombées économiques, 143 000 emplois non délocalisables, 1,5 milliard d'investissement. Provence-Alpes-Côte d'Azur est ainsi la première région de France dans l'accueil de la clientèle internationale, après Paris-Île-de-France. La région, ce sont 68 stations de ski, 1 000 kilomètres de littoral, 50% d'espaces boisés et 25% de parcs naturels. C'est donc tout naturellement qu'Atout France a choisi Marseille pour implanter son célèbre salon, rendez-vous incontournable, tous les deux ans, pour les professionnels du tourisme : Rendez-Vous en France. Dans un mois, du 19 au 20 mars, près de 1 000 tour-opérateurs venus de plus de 70 pays différents se réuniront dans la Cité phocéenne. L'occasion rêvée pour promouvoir le territoire et convaincre la clientèle des quatre coins du monde de venir y séjourner. Précédant ce grand événement touristique, la rencontre organisée par La Provence dans le cadre de son Hub Tourisme a permis de faire la lumière sur les moyens de stimuler la demande touristique à l'international. "Notre stratégie c'est de développer l'économie touristique en sélectionnant les marchés les plus porteurs par marques. Chaque marque à sa propre autonomie. Pour la Provence on s'attaque aux États-Unis, à l'Allemagne et l'Angleterre, pour les Alpes, c'est la Belgique, les Pays-Bas et la Russie et pour la



"Il faut rassembler les budgets, pour assurer une certaine notoriété à la destination."
LOÏC CHEVELON, DIRECTEUR GÉNÉRAL DU CRT

François de Canson, président du CRT, Danielle Milon, présidente de Provence Tourisme, Christian Mantéi, directeur général Atout France et Jean-Christophe Serfati, PDG du groupe La Provence, entourent Renaud Muselier, président de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur, venu assister au premier rendez-vous officiel du Hub Tourisme, lundi dernier, au musée Regards de Provence. /PHOTO DAVID ROSSI

Côte d'Azur ce sont les États-Unis, la Russie et Israël. Il faut également rajouter notre clientèle pour préparer l'avenir, démontrer la complémentarité de nos destinations, être capables de casser les frontières administratives", a expliqué François de Canson, président du Comité Régional de Tourisme (CRT). "Un client sur quatre est un étranger, son pouvoir d'achat est beaucoup plus fort que celui de la clientèle locale et le poids de l'international ne cesse de se développer", a-t-il rappelé, mettant un point d'honneur à travailler

main dans la main avec les autres acteurs locaux du tourisme. "Au niveau de la Provence, nous avons commencé une très belle histoire il y a 3 ans avec le Contrat de destination qui entend renforcer la compétitivité de la destination sur la culture au travers de la thématique Les arts de vivre en Provence", ajoute Danielle Milon, vice-présidente du Conseil départemental des Bouches-du-Rhône et présidente de Provence Tourisme. "Il faut rassembler les budgets, pour assurer une certaine notoriété à la destination et donner envie aux touristes de venir", a insisté Loïc Chovelon, directeur général du CRT, qui entend être sur tous les canaux du parcours client touristique également "en mettant un point d'honneur à l'accueil des voyageurs". "Il faut la notion de distance, de produit. Les gens ont besoin d'aller rencontrer quelqu'un pour leur expliquer ce qu'est la destination Provence", a conclu Maxime Tissot, directeur général de l'Office de tourisme de Marseille, attendant que les touristes du monde entier gagnent la cité phocéenne. Laura CIALDELLA

Paroles de partenaires



François de Canson, Président du CRT: "Le Hub Tourisme a permis de montrer la volonté des différents partenaires de travailler ensemble. Se fédérer autour de trois marques monde, a priori, porte ses fruits. Et aujourd'hui, tout le monde est d'accord pour travailler ensemble".
Danielle Milon, Présidente de Provence Tourisme: "Nous avons enfin eu une occasion de positif et de porter notre territoire en montrant ses bons côtés, la force de l'économie touristique... Ce rendez-vous était très riche, très fort, très bien mené. Nous sommes tous réunis pour vendre la destination France et surtout la Provence".



Patrick Pourbaix, Directeur général MSC Croisières France: "Je suis très heureux de voir tous les acteurs du tourisme réunis autour d'une même table. La Région Sud fait une entité unique pour développer le tourisme dans la région et pour nous, en tant que croisiériste, c'est très important d'avoir un interlocuteur global qui donne une impulsion".
Raphaël Sallerin, Directeur de la communication Odalys: "Le groupe Odalys est ravi d'avoir participé à ce débat et d'être aux côtés de tous ces acteurs du tourisme de la Provence pour ainsi promouvoir la région et reconquérir une clientèle étrangère mais aussi contribuer à la fidéliser".



Laurence Fogli, Fondatrice de la marque Château Berger Cosmétiques: "Lors de ce premier rendez-vous, j'ai trouvé qu'il y avait une stratégie commune remarquable. Chaque institution est ravie de travailler l'une avec l'autre. Je pense que nous allons avoir de très bons résultats."
Marie Allantaz, Directrice générale de l'Escaet: "Cette rencontre était très intéressante. On sent que les acteurs sont tous mobilisés autour d'un sujet qui fédère aujourd'hui. Les problématiques de formation sont prises en considération et cela devrait contribuer à faire avancer la réflexion".



Anne-Pierre Timon-David, Directrice de la communication de l'Institut Cadenelle: "C'était très intéressant, très enrichissant et surtout d'une grande variété d'informations et de compétences. J'ai appris beaucoup de choses et échangé beaucoup de cartes de visite!".
Renaud Muselier, Président de la Région Sud: "Ce rendez-vous s'inscrit dans la stratégie que nous voulons mettre en place à la Région. Nous avons réussi à fédérer d'informations et de compétences. J'ai appris beaucoup de choses et échangé beaucoup de cartes de visite!".

Ils sont partenaires du Hub Tourisme

Logos of partners: REGION SUD, COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME, MSC CROISIÈRES, PROVENCE ENJOY THE UNEXPECTED, CHATEAU BERGER MARSEILLE, PROVENANCE TOURISME, alpes FRANCE SUD, Odalys GROUPE, Institut Cadenelle Marseille Provence, CÔTE D'AZUR FRANCE, ESCAET



Autour de la table, les partenaires du Hub Tourisme ont discuté sur l'image que reflète notre région à l'international. /PHOTO D.R.

RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE TOURISTIQUE

Renaud Muselier : "Fédérer les acteurs du tourisme avec une stratégie commune"

Parce que le tourisme est une économie de l'offre, l'investissement se doit d'être permanent. Impossible donc pour les acteurs du tourisme de se reposer sur ses acquis, aussi beaux soient-ils, pour espérer continuer à attirer du monde dans notre région Provence-Alpes-Côte d'Azur. "Les hôteliers investissent 5 à 6% de leur chiffre d'affaires annuel dans le renouvellement de l'offre, les parcs de loisirs, les musées investissent quant à eux 15%", confie Christian Mantéi, directeur général d'Atout France pour qui "on devient une grande destination lorsqu'on investit suffisamment". Obligé donc pour les acteurs du tourisme d'investir dans les infrastructures, dans l'offre et dans les villes, les espaces publics pour que l'offre soit "internationalisée". Du côté de la Région, tous les moyens sont bons pour mettre en lumière la destination. "Nous essayons de bannir l'appellation 'Paca'. Car sur l'international cela ne signifie rien, personne ne connaît cet acronyme... alors que beaucoup d'étrangers connaissent la Provence ou encore la Côte d'Azur", assure Renaud Muselier, président de la Région Sud, qui tient à cœur de promouvoir les trois marques Provence, Alpes et Côte d'Azur. À cela s'ajoutent les dispositifs d'aménagement du terri-

toire. "On essaie de fédérer tous les acteurs du tourisme avec une stratégie commune mais tout en gardant la possibilité de choisir son propre mode de développement. Car chaque territoire est très différent. Parallèlement, il faut se démultiplier sur tous les volets qui nous permettent redonner de la flamboyance sur notre territoire. Ça passe par les Jeux olympiques, lacoupe du monde de rugby, les Rendez-vous en France grâce auxquels un millier de professionnels issus de 70 pays différents vont venir ici", se réjouit le président de la Région qui ne peut que constater une "dynamique nouvelle". Plus de bagarre, plus de compétition mais une stratégie globale. "À partir de là, on a la nécessité d'agrandir notre aéroport pour avoir des lignes supplémentaires. On essaie de faire en sorte que cette région soit préservée, on veut protéger notre environnement pour le développer, le transmettre et le mettre en valeur. Et les touristes viendront davantage", poursuit Renaud Muselier qui se tenait aux côtés de Yannick Schimpf, directeur régional adjoint de la Banque des territoires Provence-Alpes-Côte d'Azur qui insiste sur la nécessité d'avoir une "offre d'hébergement et d'équipement de qualité" pour une meilleure attractivité. L.C.

"Protéger notre environnement pour développer et mettre en valeur notre territoire."
RENAUD MUSELIER, PRÉSIDENT DE LA RÉGION SUD