Contrats de destination Provence Alpes Côte d'Azur

Les contrats de destination ont pour but de fédérer les acteurs du tourisme, publics et privés, au-delà des périmètres administratifs, autour d'une même marque de territoire et de proposer une offre mieux structurée et plus visible sur le plan international
Trois Contrats de destination sont développés avec les acteurs de la région Provence-Alpes Côte d'Azur :

- Alpes du Sud
- Côte d'Azur
- Provence

Alpes du Sud

Lancé en janvier 2028, le Contrat Alpes du Sud (Southern French Alpes) a été pensé comme un porte-drapeau : il fédère l'ensemble des acteurs du tourisme du territoire. Le binôme Comité régional du tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur / Agence de développement des Hautes-Alpes est à l'origine de cette dynamique, qui monte en puissance d'année en année, avec des stations qui deviennent de véritables partenaires. La marque « Pure Alpes » véhicule l'image d'un territoire préservé, zéro pollution et une culture du Sud attachante.
Objectif : impulser une dynamique collective pour promouvoir le massif, pour l'hiver comme pour l'été, mais aussi à l'automne.

Côte d'Azur

La destination est un joyau touristique mondial, alliant glamour, beauté naturelle et richesse culturelle. De Nice à Menton et Monaco en passant par Cannes, elle séduit par ses plages, ses villes emblématiques, ses évènements internationaux mais aussi ses espaces de nature.
La marque Côte d'Azur France a été lancée fin 2016 par le Comité de tourisme Côte d'Azur France (Alpes-Maritimes).
En 2023, à l'initiative de CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur et de l'Office de Tourisme Métropolitain Nice Côte d'Azur, une nouvelle dynamique a vu le jour avec pour objectif de développer le tourisme en hiver sur la Côte d'Azur.
Objectif :
Doter Nice et la Côte d'Azur d'un positionnement hivernal attractif et crédible auprès des citybreakers et des séjours plus longs

Provence

Lancé en 2015-2016, le Contrat de destination Provence vise à montrer ce que la Provence offre d'attendu et qui participe à sa notoriété, en ouvrant une fenêtre sur les expériences inédites et inattendues pour renouveler son image auprès des marchés ciblés. La marque « Provence Enjoy the unexpected » a été lancé en 2017.
2024 sera la 3ème année du 3ème plan d'action triennal. Le Contrat de destination Provence reste le moteur de la dynamique de la destination et un nouveau projet 2025-2027 sera préparé au 1er semestre 2024.
Objectifs :

- Développer la notoriété et l'attractivité de la Provence
- Accroitre la fréquentation des clientèles européennes des principaux marchés émetteurs
- Attirer les clientèles lointaines et à haute contribution
- Orienter les durées de séjour hors cœur de saison estivale, en particulier au printemps et à l'automne

Carte des contrats cadre et contrats de destination

