



PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

MARDI 18
JANVIER 2021

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR BRILLE AU WORKSHOP PRESSE « PARTIR EN FRANCE »

C'est une très belle vitrine pour nos destinations Provence, Alpes et Côte d'Azur. Le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur (CRT) est présent, lundi 17 et mardi 18 janvier, au workshop presse « **Partir en France** ». L'événement, organisé par **ADN Tourisme** - qui fédère les institutionnels du tourisme au niveau national, a lieu à Paris, en présentiel. Le CRT y anime un espace régional où sont rassemblés les Agences de développement touristique des Alpes de Haute Provence, des Hautes-Alpes, des Bouches-du-Rhône, du Var et du Vaucluse, ainsi que l'office de tourisme métropolitain Nice Côte d'Azur et l'office de tourisme Menton, Riviera & Merveilles.

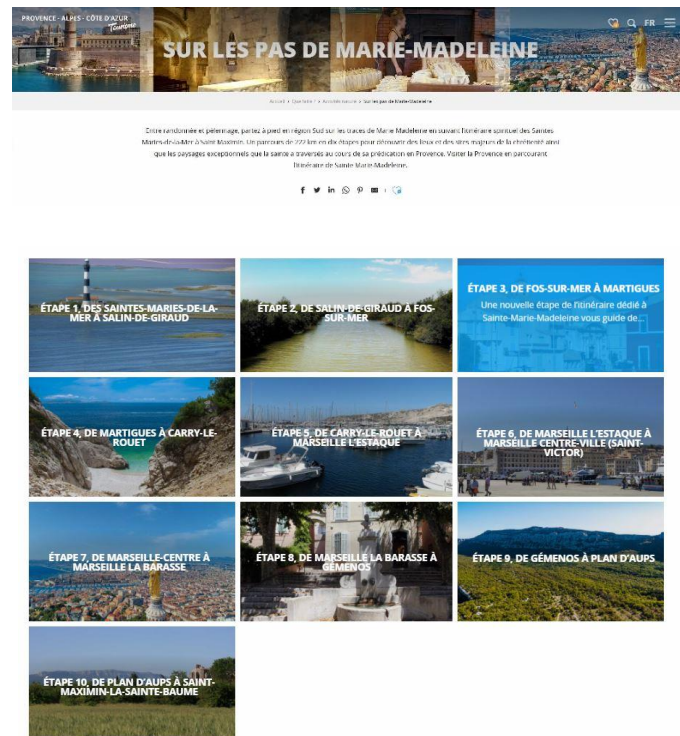


« Ce rendez-vous annuel d'ampleur constitue une opportunité forte de renforcer le rayonnement de notre région, de faire connaître ses nouveautés et ses événements phares au niveau national, afin de stimuler la reprise touristique du marché français, si important au regard des conditions de voyages toujours aléatoires et imprévisibles en provenance des marchés internationaux », déclare François de Canson, le Président du CRT. En effet, « Partir en France » est aujourd'hui une rencontre incontournable entre les destinations françaises et les médias nationaux. Pour cette édition 2022, 130

destinations françaises sont représentées et plus de 200 journalistes et influenceurs présents. Près de 1120 rendez-vous entre ces destinations et ces médias sont programmés.

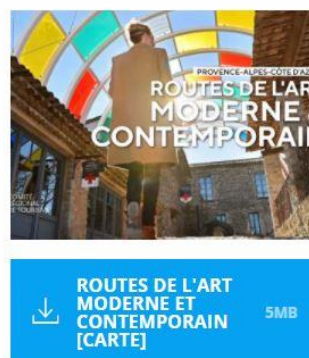
COMMUNIQUE DE PRESSE

A l'occasion de cette édition 2022 du workshop presse « Partir en France », le CRT entend notamment valoriser ses actions en faveur de **l'écotourisme** et des **activités qui se pratiquent tout au long de l'année**. Celles-ci permettent en effet de lisser la fréquentation dans le temps et ainsi préserver notre écrin naturel et le cadre de vie des habitants. Parmi ces actions, la publication de [nombreux contenus dédiés à l'écotourisme](#). Ou la publication, en juillet, d'une carte et de [contenus web](#) : « Sur les pas de Marie-Madeleine en Provence ». Entre randonnée et pèlerinage, ce circuit pédestre de 222 kilomètres en 10 étapes propose un voyage à travers les paysages contrastés et l'histoire de la Provence.



On peut également citer la publication d'une [carte](#) (récemment enrichie) et de contenus web consacrés aux lieux d'art moderne et contemporain de Provence-Alpes-Côte d'Azur.

TÉLÉCHARGEMENT



COMMUNIQUE DE PRESSE

En parallèle, pour continuer à valoriser la Provence, les Alpes et la Côte d'Azur dans les médias tout au long de l'année, les **calendriers des événements culturels et sportifs** phares de 2022 (expositions, festivals, fêtes, anniversaires, inaugurations, compétitions...) seront également dévoilés. Parmi ces événements, l'inauguration de la reconstitution de la Grotte Cosquer en juin à Marseille, le Grand Prix de France de Formule1 au Castellet en juillet, le championnat de France de ski alpin à Auron et Isola 2000 fin mars ou le Roc d'Azur à Fréjus en octobre.

Consulter les calendriers [culture](#) et [sport](#) 2022.

Bienvenue en Provence-Alpes-Côte d'Azur !

CONTACT PRESSE

Audrey SALOR
07.86.59.42.84
a.salor@provence-alpes-cotedazur.com

A PROPOS DU COMITE REGIONAL DE TOURISME PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

Le Comité Régional de Tourisme assure une démarche de promotion et de communication à destination des clients internationaux et français afin de soutenir l'économie touristique de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, en lien avec ses professionnels du tourisme. Rendre visibles nos destinations à l'international, promouvoir des destinations compétitives et créer du lien avec nos clients, sont les 3 objectifs qui orientent l'action du CRT, tant en direction du grand public, des organisateurs de voyages que des médias. La stratégie développée autour des 3 marques Monde Provence, Alpes et Côte d'Azur, constitue la pierre angulaire des dispositifs marketing mis en œuvre par le CRT depuis plusieurs années. Orientée client, basée sur une gouvernance spécifique à chaque marque et la mutualisation de moyens, elle monte résolument en puissance.