

Communiqué de presse

Le Comité Régional du Tourisme (CRT) présente les résultats 2017 & la stratégie 2018

Régine MARCHAND, Présidente du Comité Régional du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine et Michel DURRIEU, Directeur général, ont présenté ce matin à la presse quelques chiffres et des analyses témoignant de la très bonne année que fut 2017 pour les destinations de Nouvelle-Aquitaine ainsi que la stratégie 2018 du CRT pour la promotion en France et à l'international, des destinations, grands sites et filières.

2017 très bonne année pour les destinations de Nouvelle-Aquitaine

- **Hôtellerie : +3,5% (soit: 9,9 millions de clients)**
- **Campings : progression similaire (+3,3%)**

Des nuitées en progression tant sur le marché français que sur les marchés étrangers avec un fort poids des marchés étrangers dans les campings, surtout haut de gamme.

- Une très forte progression des locations privées collaboratives notamment dans les communes rurales.

Des croissances supérieures à 50 % : + 75% dans le Lot-et-Garonne et la Vienne, + 100% dans la Creuse.

- Une augmentation de + 70% du trafic ferroviaire entre Paris et la Nouvelle-Aquitaine depuis la mise en service de la LGV ;
- Une progression de + 7% des arrivées aériennes internationales (12 derniers mois) ;
- + 9% des réservations aériennes (6 prochains mois du 01/03 au 31/08)).

« Nous avons attendu de recueillir les chiffres officiels de fréquentation des différents types d'hébergements pour vous présenter ce bilan. Ils témoignent de la très belle année 2017. Il faut y voir les effets conjugués de la météo et du succès du tourisme urbain, des locations collaboratives et de la LGV ».

Régine MARCHAND, Présidente du Comité Régional du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine.

Une stratégie partenariale nouvelle avec les destinations et les Grands Acteurs

« Je suis heureux que la Cité du Vin puisse s'appuyer sur la stratégie partenariale du CRT, ce qui nous permet d'engager ensemble des opérations sur des marchés aussi importants que l'Île de France, l'Espagne, voire des marchés plus lointains, avec des moyens renforcés ».

Philippe MASSOL, Directeur général de la Cité du Vin

- Perspectives 2020 : rendre lisibles et visibles nos marques fortes et nos destinations prioritaires ;
- Capacité et qualité hôtelières accrues, connectivité aérienne directe, LGV valorisée et mobilité optimisée ;
- 32 millions de touristes (+14%) - 16,5 milliards de revenus (+20%) et 140 000 emplois (+27%) ;
- Une stratégie organisée par filières structurées, avec des offres et des promotions adaptées, par zones géographiques et marchés prioritaires ;
- Une stratégie digitale ambitieuse - avec création d'une plate-forme NA-Tourisme.com (cinq langues – sept zones géographiques) en collaboration avec Atout France – et des actions spécifiques déployées sur les réseaux sociaux et les guides et sites de voyages. Nous allons également analyser *l'e-réputation* de nos destinations – nous suivons une quinzaine de nos marques.

Focus sur le plan d'action 2018 en France

- Une campagne d'affichage en 3 vagues, dans le métro parisien, autour des grands sites et destinations, « street marketing », « workshop » et campagne digitale.

Le CRT a fait le choix de capitaliser sur la campagne d'attractivité lancée à Paris par le Conseil Régional de Nouvelle-Aquitaine en octobre 2017 et qui se poursuit en 2018, relayée par les médias nationaux, sur les réseaux sociaux et bientôt à la télévision. Dans un objectif de mutualisation des efforts de promotion et d'optimisation de la visibilité régionale, le CRT N-A a adapté le concept « L'Esprit Nouvelle vague » dans sa propre campagne déployée en France et déclinée à l'international en partenariat avec les destinations et les grands sites.

Naturellement, la région Nouvelle-Aquitaine a souhaité inscrire le 2^{ème} volet de sa campagne dans la continuité du dispositif media du CRT N-A.

« La campagne TV, complétée par une stratégie digitale, mise en œuvre par le Conseil Régional au printemps, va nous permettre d'amplifier les effets de la campagne en 3 vagues à Paris et en Nouvelle-Aquitaine. Tous les départements sont représentés ainsi que certaines thématiques pour suivre nos filières ».

Michel DURRIEU, Directeur général Comité régional du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine.

Contact presse : chloe.kiner@nouvelle-aquitaine-tourisme.com - Tél. : 06 85 02 03 07