

Communiqué de presse

Mercredi 24 juin 2020,

« On a tous besoin du sud » : le Pays d'Arles rejoint la campagne de relance touristique initiée par la Région Sud et le Comité Régional du Tourisme

Le Pays d'Arles rejoint la campagne de promotion touristique de la Région Sud « On a tous besoin du sud », au même titre que d'autres territoires de la région.

Une démarche de relance économique qui vise à attirer des clientèles pour la saison et l'arrière-saison et soutenir ainsi la commercialisation des entreprises locales qui dépendent étroitement des publics touristiques.

Cette opportunité offerte par la Région Sud et le Comité Régional de Tourisme (CRT), vise à permettre à chaque territoire de promouvoir son offre touristique à travers une grande campagne articulée autour d'une stratégie commune, rendue possible par la mobilisation de financements clefs. En effet, chaque euro investi par le territoire est doublé par un apport financier de ces 2 acteurs régionaux, multipliant ainsi la capacité d'action des destinations.

En soutien à un secteur qui pèse pour 35 % dans l'économie du Pays d'Arles, la campagne a pour objectif de répondre aux difficultés liées à l'impact de la crise du Covid 19, en offrant « un coup de projecteur » sur les attraits et l'offre touristique que recèle le Pays d'Arles.

Le Pays d'Arles rejoint ainsi la ronde des territoires déjà lancés dans le processus, que sont, notamment, les agences départementales 04/05/83/84 et CRT 06, les Alpes du sud, l'Office du Tourisme d'Aix-en-Provence...

A ce stade, les partenaires du tourisme en Pays d'Arles engagés dans la préparation de la campagne sont en tant que financeurs : le Pôle d'Equilibre Territorial et Rural du Pays d'Arles (PETR), La Communauté d'Agglomération Arles-Crau-Camargue-Montagnette (ACCM), la Communauté de Communes Vallée-des-Baux-Alpilles, Terre de Provence agglomération et les offices de tourisme intercommunaux (OTI), Office de Tourisme Intercommunal Alpilles en Provence, Office de Tourisme Intercommunal Terre de Provence et celui d'ACCM.

Parallèlement, le dialogue technique s'étend aux offices de tourisme d'Arles, des Baux-de-Provence, de Maussane-les-Alpilles et des Saintes-Maries-de-la-Mer, aux Parcs Naturels Régionaux des Alpilles et de Camargue ainsi qu'à la Chambre de Commerce et d'Industrie du Pays d'Arles.

Le ralliement à la campagne régionale relève d'une démarche collective à l'échelle du Pays d'Arles, dans un souci de rationalisation et de mise en commun des moyens et des ingénieries.

Cette mutualisation à l'échelle locale permet de s'offrir une visibilité plus grande, mais également plus large, en bénéficiant de la force de frappe d'une campagne régionale d'une ampleur inédite, pilotée par le Comité Régional de Tourisme (CRT).

Elle s'inscrit dans le sillage d'une réflexion déjà amorcée au sein de la cellule locale « Covid 19 » qui a mis autour de la table les différents acteurs institutionnels du Pays d'Arles durant la période de confinement.

Elle vient, à ce titre, faire écho à une volonté politique introduite par ACCM en faveur de la mise en place d'une campagne de promotion touristique consacrant l'infra-destination « Pays d'Arles ».

A présent, les acteurs de la promotion touristique du territoire travaillent au déploiement de la campagne pour un coup d'envoi dans les prochaines semaines.

Cette mobilisation comprendra plusieurs volets visant à accroître la visibilité et la notoriété du Pays d'Arles sur la scène nationale. Il s'agit de faire connaître sa dimension plurielle, sous la forme d'un « concentré de vacances », il s'agit également d'un volet « passage à l'achat » par la valorisation de l'offre sur des plateformes majeures de vente en ligne, afin d'aider les hébergeurs à accroître leurs ventes. A ce titre, des professionnels du tourisme seront prochainement invités à rejoindre les dispositifs de vente et de promotion proposés dans le cadre de la campagne. L'occasion leur est également donnée de devenir « ambassadeur du territoire » afin de donner à voir la richesse de l'offre et participer activement à la diffusion du message.

Cette campagne de communication et de promotion s'incarne comme une action de courte, de moyenne et de longue portée. Elle associe un panel d'acteurs et de structures du Pays d'Arles qui s'organisent et réfléchissent en ce moment même à des modalités plus poussées de collaboration. Ce dispositif inédit fait plus que jamais entrer le Pays d'Arles dans la lumière en tant que destination aux richesses multiples.

