

Pour 2026, Côte d’Azur France Tourisme se dote de nouvelles missions. Au-delà de la promotion de la région, l’agence veut accompagner son territoire pour améliorer la qualité de l’offre touristique. L’objectif est d’aider davantage les communes et les professionnels dans la qualité de l’offre. Ce changement vise à proposer un tourisme plus responsable, mieux réparti dans le temps et sur l’ensemble du territoire, du littoral à la montagne. Le but est de faire de la Côte d’Azur un territoire touristique « *mature* ». Dorénavant, l’agence va privilégier la qualité plutôt que la quantité, tout en prenant en compte les enjeux territoriaux. Les deux axes principaux de cette stratégie sont le numérique et la transition écologique. Ils visent à s’adapter aux évolutions du tourisme et aux attentes des visiteurs.

Quatre labels ciblés pour valoriser l’offre

Au cœur du plan d’actions 2026 figure l’accompagnement de quatre labels nationaux. Ces derniers visent à améliorer la qualité et la différenciation des territoires. Le label “*Villes et Villages Fleuris* » a pour but de faire reconnaître les Alpes-Maritimes comme un « département fleuri ». “*Tourisme & Handicap*” veut favoriser un tourisme accessible à tous. Le label “*Destination d’Excellence*” valorise les établissements engagés dans la qualité et le tourisme durable. Enfin, « *Accueil Vélo* » soutient le développement du tourisme à vélo, en plein essor dans le département.

Par ailleurs, d’autres initiatives sont prévues. L’animation d’un club dédié au tourisme durable, la mise à jour de guides thématiques et la création d’un guide des fêtes traditionnelles seront mis en place.

Un hiver qui démarre bien

Cette stratégie s’inscrit dans un contexte conjoncturel favorable. Le début de la saison hivernale 2025-2026 affiche des résultats en progression par rapport à l’année précédente. En décembre, période traditionnellement calme, le taux d’occupation de l’hôtellerie urbaine atteint 52 %, soit deux points de plus qu’en 2024. La hausse des prix moyens permet également une amélioration de la performance économique, avec une progression de 5 %.

Les deux premières semaines de décembre ont été dynamiques, notamment grâce à la tenue du salon ILTM à Cannes. Il a entraîné l’occupation hôtelière de la ville à plus de 90 % pendant plusieurs jours. De leur côté, les locations d’appartements meublés entre particuliers ont enregistré un taux d’occupation d’environ 50 %.

De bonnes perspectives en montagne

Dans les hauteurs, les chiffres sont également positifs. La neige et l’ouverture des stations ont permis d’atteindre 66 % de taux d’occupation en période de Noël et près de 90 % à Nouvel An. Les réservations pour les mois de janvier, février et mars sont également en avance par rapport à l’an dernier, y compris sur des périodes habituellement creuses. Ces résultats confortent la stratégie de Côte d’Azur France Tourisme pour 2026. Leur volonté est d’améliorer la performance touristique du département, le tout en répondant aux enjeux environnementaux et sociétaux.

Partager :

- [Twitter](#)
- [Facebook](#)
- [LinkedIn](#)

Prénom ou nom complet

Email

☐ En continuant, vous acceptez la politique de confidentialité