

Dossier de presse 2012



Provence-Alpes-Côte d'Azur

Enquête sur nos clientèles touristiques

Comité Régional de Tourisme
Contact presse : Valérie Toche
v.toche@crt-paca.fr - Tél. : +33 (0)4 91 56 47 35
www.presetourismepaca.fr

Provence-Alpes-Côte d'Azur
TOURISME



Provence-Alpes-Côte d'Azur

Enquête sur nos clientèles touristiques

Sommaire

Origine géographique, comportement, dépenses des touristes...	3
Enquête mode d'emploi	4
1./ Quel tourisme en Provence-Alpes-Côte d'Azur ?	5
2./ D'où viennent nos visiteurs ?	6
3./ Quelles sont les pratiques de nos visiteurs ?	7

Annexe

Fiches des départements

Votre contact presse en Provence-Alpes-Côte d'Azur :

Valérie Toche : v.toche@crt-paca.fr  +33 (0)4 91 56 47 35 - +33 (0)6 08 37 32 50



Provence-Alpes-Côte d'Azur

Enquête sur nos clientèles touristiques

Origine géographique, comportement, dépenses des touristes...

Le Comité régional de tourisme présente les résultats d'une grande enquête sur les différentes clientèles touristiques en Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Elle a été réalisée pendant une année en 2010/2011, avec le concours de l'institut d'études de marché BVA qui a traité 25 000 questionnaires pour décrypter leurs origines géographiques, profils, comportements, dépenses, etc.

Ce travail est le fruit d'un partenariat technique et financier entre l'Europe, l'Etat, la Région et les départements des Alpes de Haute Provence, des Hautes-Alpes, des Alpes Maritimes, des Bouches du Rhône, du Var et du Vaucluse (Conseils généraux et comités/agences de tourisme).

Il est renouvelé tous les 6 ou 7 ans.

L'activité touristique en Provence-Alpes-Côte d'Azur s'étend sur toutes les saisons mais l'été demeure une valeur sûre pour tous les départements. Particularité des Alpes du Sud, la saison d'hiver a autant d'importance que l'été.

Si au cours des années 2000, les villes ont bénéficié de l'effet « courts séjours », la crise favorise un retour aux « grandes vacances » estivales. La tendance aux séjours plus fréquents et plus courts s'atténue. Cela vaut pour le littoral mais aussi pour les territoires ruraux, dont les professionnels du tourisme font preuve d'imagination et proposent un « autre tourisme » plus responsable, plus authentique et plus recherché.

Près de 20 % de nos visiteurs sont des étrangers venant pour la plupart d'Europe. Mais conscients de l'importance des marchés lointains émergents, des professionnels de tourisme portent aussi leurs investissements vers ces pays en expansion. La nouvelle stratégie du Comité régional de tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur est tournée en partie vers les BRIC en assurant la promotion de nos destinations sur les marchés lointains.

Une consommation touristique annuelle de 14 milliards, c'est une moyenne de 64,3 € de dépense quotidienne. Elle cache néanmoins une grande diversité de consommation : les étrangers dépensent deux fois plus que les Français, les touristes choisissant l'hôtel quatre fois plus que les adeptes de l'hébergement chez parents et amis, ...

Provence-Alpes-Côte d'Azur

Enquête sur nos clientèles touristiques

Enquête mode d'emploi

Le tourisme en Provence-Alpes-Côte d'Azur, c'est 30 millions de séjours touristiques chaque année, dont 5,6 millions séjours de touristes étrangers.

Ces séjours touristiques génèrent près de 220 millions de nuitées, soit une consommation touristique de 14 milliards d'euros (dont 5 milliards pour les seuls touristes étrangers / 35 %).

Il est important de bien comprendre les mécanismes qui guident la demande touristique, en particulier dans le contexte de concurrence accrue et de crise économique.

**D'où viennent les touristes ?
Quand viennent-ils ?
Par quel moyen de transports ?
Que font-ils pendant leur séjour ?
Quels hébergements choisissent-ils ?
Quelles sont leurs dépenses ?
Combien de temps restent-ils ?
etc....**

Tous les 6 ou 7 ans, le CRT lance une grande enquête avec ses partenaires départementaux afin d'avoir des réponses à ces nombreuses questions. La dernière datait de 2003 et une nouvelle enquête vient d'être conduite sur 2010/2011.

Cette nouvelle édition a été co-financée par la Région, l'Etat et l'Europe, ainsi que par les six départements (Conseils généraux ou CDT/ADT).

L'enquête a été réalisée par l'institut d'études de marché BVA.

Elle repose sur trois dispositifs d'enquête :

- **une interrogation des touristes** lorsqu'ils quittent la région en fin de séjour. Ils ont été interrogés sur des aires d'autoroutes, dans des aéroports, gares SNCF, ...

- **une enquête Internet** auprès des clientèles de proximité (Provence-Alpes-Côte d'Azur, Languedoc-Roussillon, Rhône-Alpes, Ile de France, Italie du Nord)

- **des questionnaires** diffusés par nos partenaires des offices de tourisme et des parcs naturels régionaux.

Les enquêtes ont été réalisées sur 12 mois, entre le printemps 2010 et le printemps 2011.

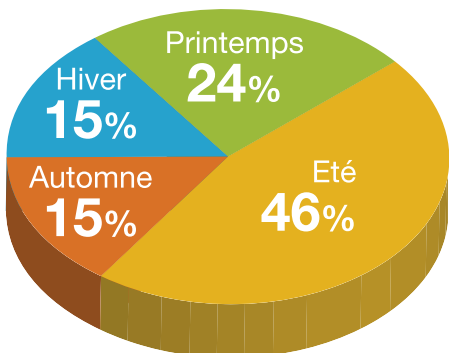
25 000 questionnaires ont été recueillis et traités.

Provence-Alpes-Côte d'Azur

Enquête sur nos clientèles touristiques

1./ Quel tourisme en Provence-Alpes-Côte d'Azur ?

Un tourisme toutes saisons mais un été qui reste une valeur sûre



Nous bénéficions d'un tourisme toutes saisons mais l'été reste une valeur sûre. Il compte pour 46 % des séjours et 58 % des nuitées. Le printemps, grâce en particulier au week-end de Pâques, aux ponts du mois de mai ou à la Pentecôte, représente 1 séjour sur 4 et 1 nuitée sur 5. L'hiver et l'automne ont un poids équivalent, chacun autour de 15 % des séjours et 12 % des nuitées.

Cette photographie régionale est contrastée selon les départements.

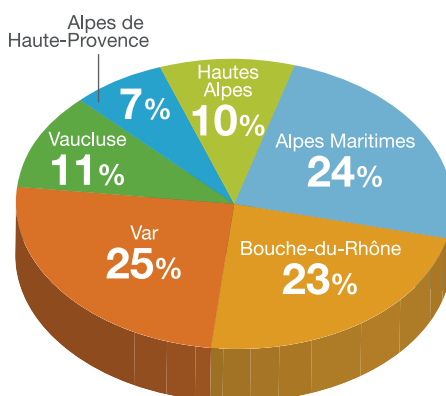
L'été est particulièrement important pour le Var et le Vaucluse et il l'est moins pour les Bouches-du-Rhône, département qui bénéficie d'une saison de printemps et d'un automne plus forts que la moyenne régionale, tout comme les Alpes Maritimes. Ces deux départements ont une offre importante en matière de tourisme d'affaires, dont l'activité se concentre en dehors de l'été. Les départements alpins ont une double saison été / hiver. Dans les Hautes-Alpes, ces deux saisons concentrent 3 séjours sur 4.

Depuis les années 90, la demande touristique s'est portée vers les courts séjours, au bénéfice du printemps et de l'automne. Mais aujourd'hui, le contexte de crise économique change un peu la donne : l'été reprend du poids, les touristes privilégiant les vacances principales, avec une durée de séjour plus longue.

Ville et littoral, un concentré de tourisme

Les trois départements littoraux bénéficient chacun d'un séjour sur quatre. En termes de nuitées, les 30 % de nuitées varoises font de ce département le 1^{er} de la région, devant les Alpes-Maritimes (25 %) et les Bouches-du-Rhône (20 %). Cette place majeure dans le tourisme régional s'explique à la fois par le tourisme balnéaire dont ils bénéficient, mais également par la présence de grandes villes (Marseille, Nice, Cannes, Toulon, ...) de tourisme d'affaires et dont le patrimoine culturel est aussi un atout pour attirer de nombreux touristes. 46 % des séjours se concentrent sur le « littoral urbain ».

Répartition séjours



Littoral urbain	46 % des séjours
Rural non littoral	21 %
Urbain hors littoral	15 %
Montagne	10 %
Littoral rural	08 %

Le département de Vaucluse, avec 11 % des séjours et 9 % des nuitées, joue sur la complémentarité du phare culturel qu'est Avignon et de ses espaces ruraux (Parc naturel régional du Luberon, territoires viticoles, ...).

Enfin, les Hautes-Alpes et les Alpes-de-Haute-Provence, comptent respectivement 10 et 7 % des séjours de la région. Ils bénéficient de moins d'un séjour sur cinq, mais ils sont les départements dont l'économie est la plus dépendante de l'activité touristique. Globalement, la montagne compte pour 10 % de la fréquentation.

Depuis une quinzaine d'année, les villes ont largement tiré profit de la tendance en faveur des « courts séjours ». Elles restent des valeurs sûres de notre tourisme, avec la capacité à combiner le tourisme d'agrément (patrimoine culturel, festivals, shopping, loisirs, ...) et le tourisme d'affaires. Elles sont aussi des phares de notre tourisme, en particulier à l'étranger.

Le littoral demeure une autre locomotive de notre tourisme. Son activité est plus saisonnière mais l'été, il attire de très nombreux visiteurs séduits par la combinaison soleil et mer, comme la plupart des régions méditerranéennes.

Les zones rurales de l'arrière-pays, 21 % des séjours, proposent un « autre tourisme », plus diffus mais qui est en phase avec les grandes évolutions de société : éco-sensibilité croissante des populations, recherche d'authenticité, d'espaces naturels préservés, etc. Ces territoires portent fortement les valeurs identitaires de la Provence : art de vivre, gastronomie, produits du terroir, villages de caractère, ...



Provence-Alpes-Côte d'Azur

Enquête sur nos clientèles touristiques

2./ D'où viennent nos visiteurs ?

Les grands équilibres se maintiennent

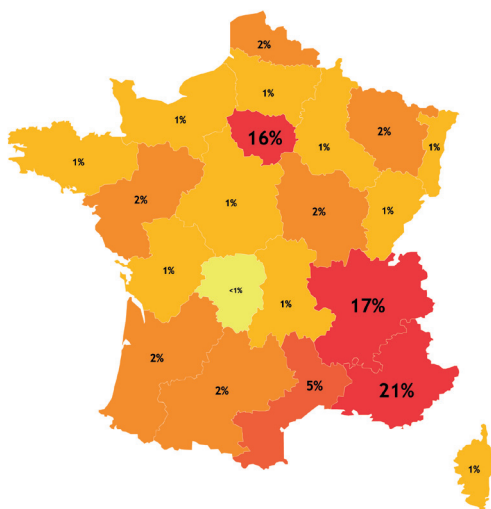
Nous avons la chance de disposer de bassins de population importants à proximité de nos territoires, dont les habitants peuvent accéder facilement à la région.

Les Français sont à l'origine de quatre séjours sur cinq.

Les habitants de Provence-Alpes-Côte d'Azur génèrent 21 % des séjours, suivi des Rhône-alpins avec 17 %. Cette clientèle de grande proximité se renforce ; les habitants de la région sont particulièrement présents dans les départements alpins, notamment pour des séjours ski et la population de Rhône-Alpes se rend davantage dans les Bouches-du-Rhône et le Var.

Les Franciliens avec 16 % des séjours, viennent un peu moins souvent mais ils restent plus longtemps.

Répartition séjours



Les étrangers sont à l'origine d'un séjour sur cinq.

Les pays d'Europe occidentale sont majoritaires dans la fréquentation. Italie, Royaume-Uni, Bénélux, Allemagne, Suisse, Espagne et Scandinavie comptent pour trois quarts des séjours étrangers.

Les Etats-Unis sont la première clientèle lointaine, avec 6 % de ces séjours.

Encore peu représentés dans notre région, les marchés émergents des BRIC (Brésil, Russie, Inde et Chine) vont prendre de l'importance dans les années à venir. Une classe moyenne avide de voyages et de découverte de pays étrangers prend de plus en plus de poids. Nous avons des atouts pour les séduire. C'est un axe important de la nouvelle stratégie marketing du Comité régional de tourisme, en complément de programmes ciblant les marchés de proximité.

Les étrangers (hors français) en séjours

Etrangers	19%	100%
Italie	3%	15%
Royaume-Uni	3%	15%
Autres pays	2%	13%
Belgique / Lux.	2%	12%
Allemagne	2%	11%
Pays-Bas	1%	8%
Suisse	1%	7%
Etats-Unis	1%	6%
Pays Scandinaves	1%	5%
Espagne	1%	3%
Afrique du Nord	0,5%	3%
Canada	0,3%	2%
Russie	0,2%	1%
Français	81%	

Les départements des Alpes-Maritimes et de Vaucluse accueillent plus de la moitié des touristes étrangers de la région. Nice, Cannes ou Avignon sont des vecteurs d'image importants à l'international. Les étrangers sont moins présents dans les Hautes-Alpes, plus éloignées des aéroports internationaux et des grandes lignes ferroviaires.

Pour venir chez nous...

La route demeure le mode d'accès privilégié pour 70 % des séjours. L'aérien et le ferroviaire ont un poids relativement proche (14 et 15 % des séjours). Le transport maritime pour venir en Provence-Alpes-Côte d'Azur (hors croisière) demeure marginal, avec 1 % des séjours.

Au cours des années 2000, le poids du transport ferroviaire s'est un peu tassé après le boom dû au lancement du TGV Méditerranée. Il demeure relativement plus important pour les Franciliens et pour le tourisme d'affaires. Les Bouches-du-Rhône en sont les premiers bénéficiaires

Le transport aérien a progressé et la multiplication des dessertes sur les aéroports de la région, notamment les lignes lowcost, y ont évidemment contribué. Ce mode de transport est plus largement utilisé que la moyenne dans les Alpes-Maritimes (30 % des touristes accueillis dans ce département) tout comme pour le tourisme d'affaires (42 % des touristes d'affaires utilisent l'avion).

Quant à la voiture, elle est particulièrement utilisée par les clientèles de proximité (93 % pour les habitants de la région, 89 % des Rhône-Alpins, 72 % pour les Français hors PACA). A contrario, seuls 39 % des étrangers utilisent ce mode de transport.

A noter également que 82 % des familles avec enfants utilisent la voiture.

Provence-Alpes-Côte d'Azur

Enquête sur nos clientèles touristiques

3./ Quelles sont les pratiques de nos visiteurs ?

Des séjours plus longs

Au cours des dernières années, nous observons une légère inversion de tendance. Les courts séjours qui se sont développés depuis les années 90 perdent un peu de poids. Le contexte de crise économique influe sur les pratiques touristiques, en favorisant les vacances principales avec des durées de séjour plus longues.

Aujourd'hui, un séjour dure en moyenne 7,2 nuits.

La part des courts séjours (1 à 3 nuits) est de 37 % : 62 % des touristes séjournant à l'hôtel ont ce format de séjour, tout comme 60 % des habitants de la région et 52 % des touristes d'affaires.

Les séjours moyens (4 à 7 nuits) comptent pour 34 % des séjours : avec une concentration de la clientèle francilienne (40 % des Franciliens réalisent un séjour moyen).

Enfin, les longs séjours (8 nuits et plus) représentent 29 % du total : ils concernent plus des adeptes du camping (41 % des séjours en camping) et la saison estivale (40 % des séjours d'été).

En été, la durée moyenne de séjour est de 9,1 nuits, alors qu'elle est inférieure à 6 nuits pour les trois autres saisons.

Quelques spécificités départementales méritent d'être soulignées : les séjours sont particulièrement longs dans **le Var**, avec une moyenne de **7,7 nuits** (importance du tourisme estival et des campings). C'est dans le **Vaucluse** et les **Bouches-du-Rhône** que la moyenne de séjour est la plus faible, avec 5,4 / 5,5 nuits.

Hébergement marchand ou non marchand ?

Les hébergements non marchands comptent pour plus de la moitié des nuitées (56 %). Il s'agit de principalement de l'hébergement chez parents ou amis ou dans sa propre résidence secondaire. Les Bouches-du-Rhône et le Var sont un peu plus concernés par cette forme d'accueil. En temps de crise particulièrement, ce type d'hébergement à tout son sens. On note une progression de l'accueil des parents et amis en résidences secondaires. Le tourisme affinitaire est d'actualité et devrait continuer à l'être. 36 % des touristes viennent en région pour rendre visite à de la famille ou à des amis.

44 % des nuitées régionales concernent l'hébergement marchand. Les locations arrivent en tête, avec 13 % des nuitées, suivie de l'hôtellerie (10 %), particulièrement développée dans les départements urbains (Alpes-Maritimes, Bouches-du-Rhône). Les campings avec 8 % des nuitées régionales est un mode d'hébergement particulièrement développé dans le Var. Deux étrangers sur trois ont recours à de l'hébergement marchand.

La part de l'hébergement marchand a légèrement fléchi, en particulier pour les locations meublées. Malgré cela, les campings et les résidences de tourisme ont une bonne dynamique. Leur parc a sensiblement évolué au cours de la dernière décennie.

Quelles pratiques pendant les séjours ?

Notre patrimoine culturel et naturel attire fortement. 72 % de nos visiteurs vont à la découverte de villages et cités de caractères, de villes, de monuments et musées ou encore d'espaces naturels. Cela est particulièrement marquant pour les étrangers - dont **85 %** déclarent se tourner vers de telles pratiques - et pour le département de Vaucluse (81 %)

Les activités de loisirs et détente - les pratiques de bord de mer, la randonnée, la promenade ou les activités de pleine nature - sont pratiquées par trois touristes sur cinq. Les Hautes-Alpes (81 %) et le Var (73 %) se distinguent en la matière.

43 % de nos visiteurs se tournent vers les marchés et brocantes, le shopping et les produits du terroir. Les étrangers sont particulièrement friands de ces pratiques d'achat et de consommation (53 %), qui bénéficient à d'autres secteurs d'activité que le tourisme (commerces, agriculteurs, viticulteurs, ...).

Le farniente n'est pas oublié par **38 %** de nos visiteurs et même par plus de la moitié des touristes issus de la région...

Provence-Alpes-Côte d'Azur

Enquête sur nos clientèles touristiques

3./ Quelles sont les pratiques de nos visiteurs ?

Que consomment les touristes ?

Des dépenses moyennes très contrastées

La dépense moyenne par jour et par personne dépasse 64 €. Premier poste de dépenses, les achats alimentaires et la restauration comptent pour 32 %, suivis de l'hébergement (29 %), des loisirs, des achats / shopping et des transports, chacun de ces postes de dépenses s'élevant à 13 %.

Mais cela masque une grande diversité de pratiques selon les types de séjours et de clientèles :

- un **touriste étranger** dépense en moyenne 114 € alors qu'une touriste française dépense 53 €
- un **touriste à l'hôtel**, 140 € contre 36 € pour un touriste choisissant un hébergement non-marchand
- **une personne seule** 131 € alors que la dépense moyenne par personne pour une famille avec enfants est de 43 €
- 89 € par jour pour un séjour court contre 39 € par jour pour un séjour long
- 126 € pour un touriste d'affaires contre 42 € pour un touriste en visite chez parents ou amis
- etc.

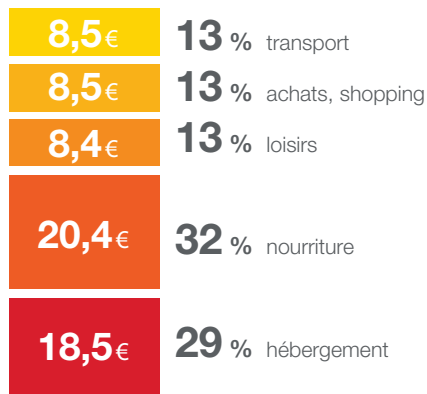
Cela cache également des contrastes départementaux : les Alpes-Maritimes et le Vaucluse, dont la présence étrangère est forte, ont des niveaux de dépense moyenne plus élevés, avec respectivement 85 € et 70 €.

Printemps et automne (72 € et 70 €) sont aussi plus favorables à une dépense élevée, alors que celle de l'été est de 58 €.

Les touristes consomment de façon très contrastée

64,3 € dépense moyenne par nuit et par personne

52,9 € touriste français
113,9 € touriste étranger



14 milliards €
de consommation touristique annuelle

Français : 9 milliards €
Etrangers : 5 milliards €

Séjours en héb. marchand : 9,2 milliards €
Séjours en héb. non marchand : 4,8 milliards €

Une consommation touristique très bénéfique à l'économie régionale

Les touristes accueillis chaque année dépensent 14 milliards d'€ en achats de biens et services sur le territoire régional : 9 milliards d'€ issus de touristes français et 5 milliards de touristes étrangers.

Elle est à la fois le fait des touristes utilisant de l'hébergement commercial (9,2 milliards d'€) mais aussi des touristes n'ayant pas de dépenses d'hébergement car hébergés chez parents/amis ou dans leur propre résidence secondaire (4,8 milliards €).