

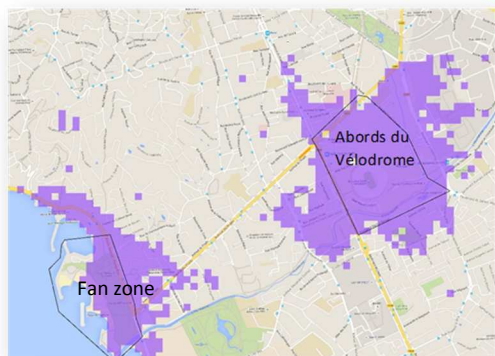
L'EURO 2016 À MARSEILLE

FLUX VISION TOURISME

L'EURO 2016 : UN EVENEMENT TRES ATTRACTIF POUR LES CLIENTELES ETRANGERES

L'Euro 2016 s'est déroulé du 10 juin au 10 juillet 2016 en France dans les 10 villes suivantes : Lens, Lille, Paris, Saint-Denis, Saint-Etienne, Lyon, Bordeaux, Toulouse, Nice et Marseille. Pour la première fois, 24 équipes (vs 16 auparavant) se sont affrontées au cours des 51 rencontres programmées.

Six rencontres ont eu lieu au stade Vélodrome, deuxième plus grand stade de France avec 67 000 places assises, dont un quart et une demi-finale. La fan zone, d'une capacité de 80 000 personnes, installée sur les plages du Prado, a quant à elle, diffusé les 45 autres matchs sur écran géant.



Afin de mesurer la fréquentation directement liée à l'évènement, Bouches-du-Rhône Tourisme a mis en œuvre un dispositif Flux Vision Tourisme du 15 mai au 15 juillet 2016 sur une zone que l'on nommera dans cette étude zone de l'Euro 2016 et qui comprend le stade et ses abords, et la fan zone. Les personnes considérées dans ce dispositif sont celles qui ont été présentes plus d'une heure entre 16h et 1h du matin sur cette zone Euro 2016 et comptabilisées une seule fois, qu'elles aient été vues au stade vélodrome et à la fan zone ou seulement sur l'un des deux sites. Dans cette étude, on les qualifiera de « supporter ». Ainsi, il est à noter que cette étude mesure les populations vues sur les zones de l'Euro 2016 ; elle ne mesure pas la fréquentation touristique globale de Marseille ou du département des Bouches-du-Rhône.

Chaque soir de match, la zone de l'Euro 2016 a vu sa fréquentation augmenter considérablement par rapport à sa fréquentation habituelle, allant jusqu'à multiplier par 2.5 fois sa population. Ce sont ainsi quelques **220 000 supporters, touristes ou excursionnistes¹, français et étrangers**, qui ont été comptabilisés en plus des 430 000 résidents marseillais et du reste du département qui ont été eux aussi fortement présents lors des 6 soirs de matchs.

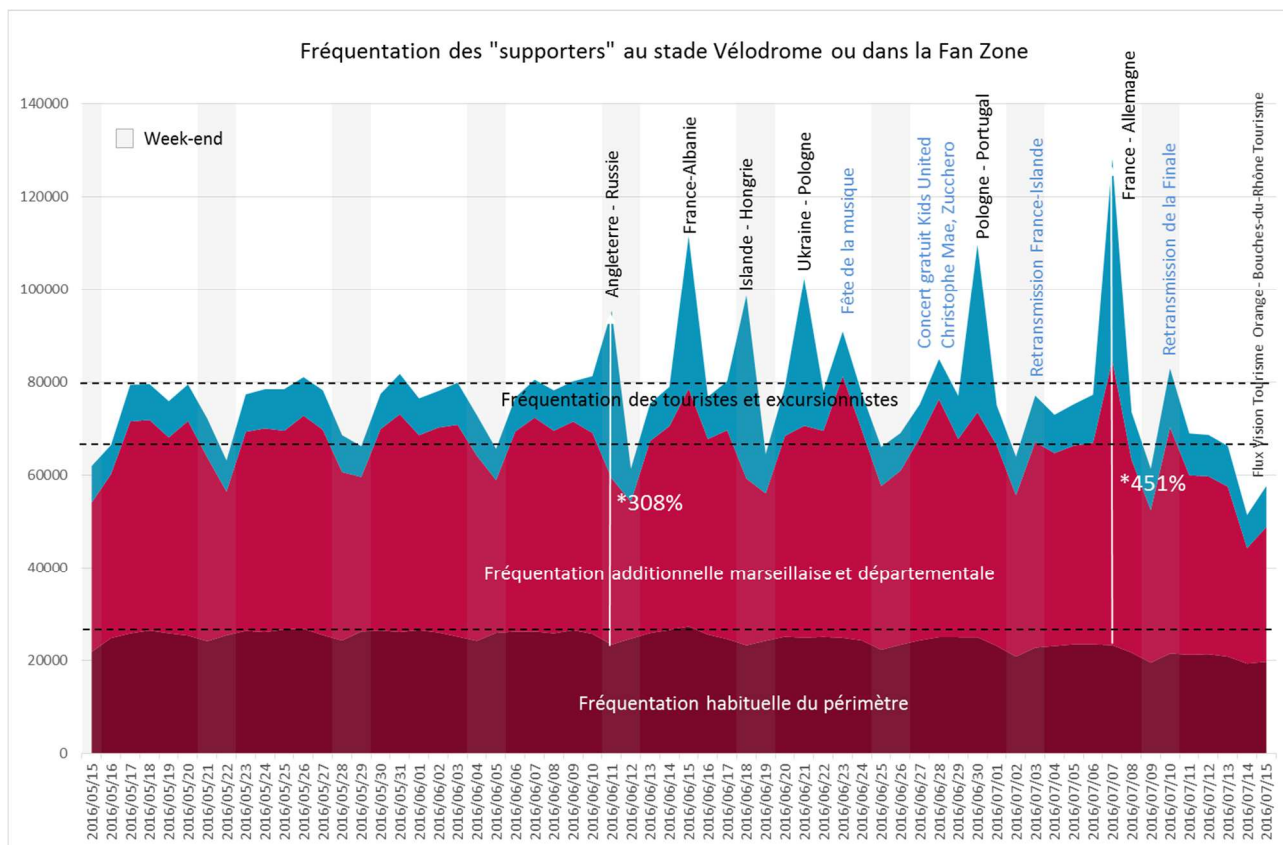
Globalement, l'évènement a attiré **davantage de supporters touristes ou excursionnistes étrangers, 63% des « supporters » sont étrangers**, que de supporters touristes ou excursionnistes français. Les principales clientèles représentées ont été les Britanniques et les Allemands (35% des étrangers) très présents pour soutenir leurs équipes mais également pour voir d'autres matchs. Les Hongrois, les Polonais ou les Russes ont eux aussi été très présents, mais de façon plus ponctuelle, étant essentiellement présents les jours où jouaient leurs équipes respectives.

Ce sont ainsi quelques **93 000 nuitées qui ont été générées dans le département des Bouches-du-Rhône par les supporters touristes** venus assister aux matchs de l'Euro les 6 soirs, **77% de ces nuitées sont étrangères**. Marseille est la grande bénéficiaire de cet évènement enregistrant 70% des nuitées devant le Pays d'Aix pour les Français et Aubagne et collines, Cassis, La Ciotat pour les étrangers.

¹ Qui ont dormi dans un autre département que les Bouches-du-Rhône



■ UN EFFET EURO 2016 INDENIABLE SUR LA FREQUENTATION



Un « supporter »²

Personne présente entre 16h et 1h du matin au moins 1h au stade et ses abords ou dans la fan zone

L'observation de la zone de l'Euro 2016 du 15 mai au 15 juillet 2016 montre très nettement des pics de fréquentation très importants les soirs de matchs, et notamment lors des 2 matchs joués par la France ainsi que lors du ¼ de finale entre la Pologne et le Portugal.

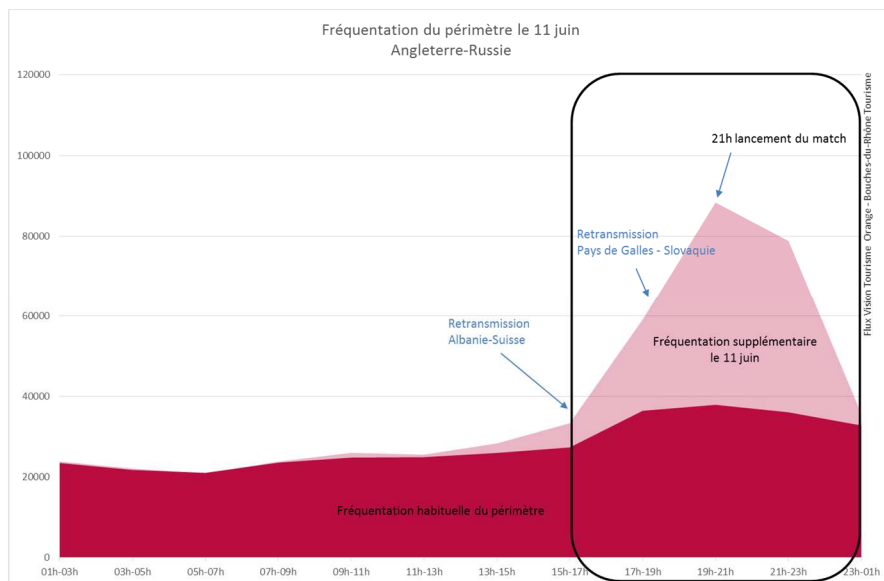
Ce sont ainsi quelques 650 000 personnes qui ont été comptabilisées les 6 soirs de matchs : 2/3 d'entre habitent cette zone de l'Euro 2016, Marseille ou une autre commune du département, et 1/3 sont des touristes ou excursionnistes.

Les soirs de matchs, cette population additionnelle représente de 2 fois à 2.5 fois la population du périmètre.

² Dans cette étude, on appellera « supporter » les personnes présentes sur le périmètre du stade et ses abords ou de la fan zone entre 16h et 1h du matin.



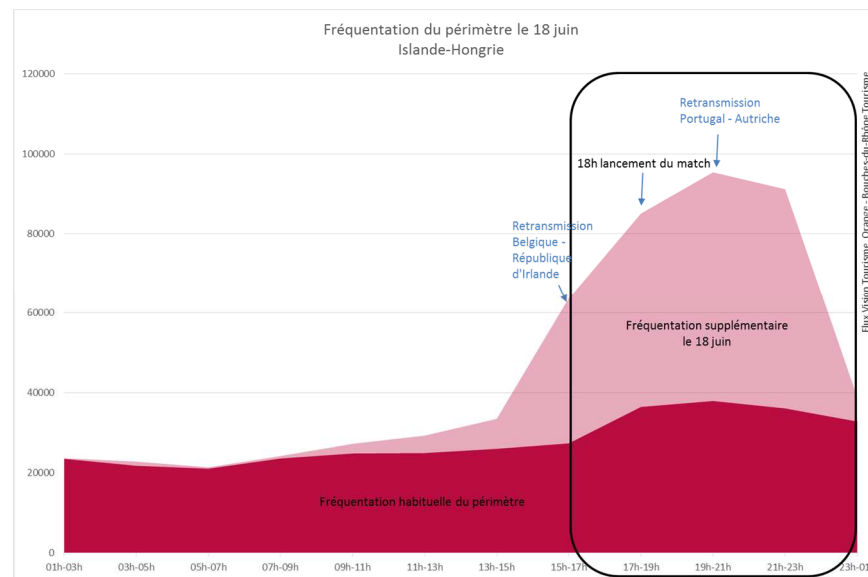
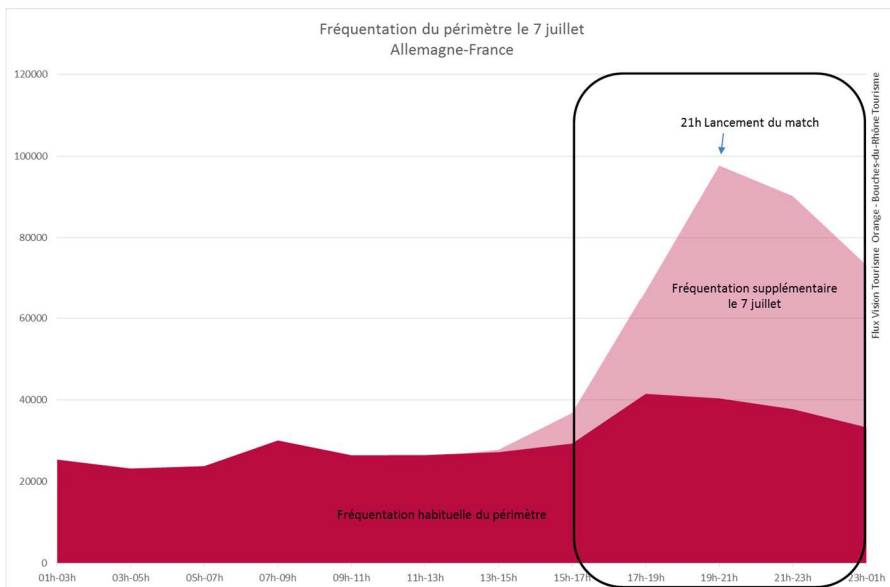
■ UNE FREQUENTATION DU PERIMETRE QUI AUGMENTE LES SOIRS DE MATCHS

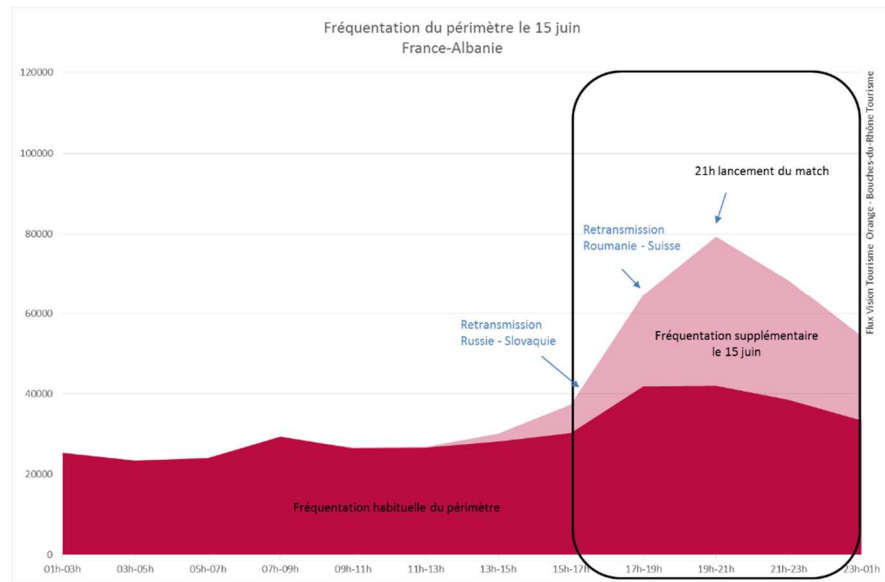
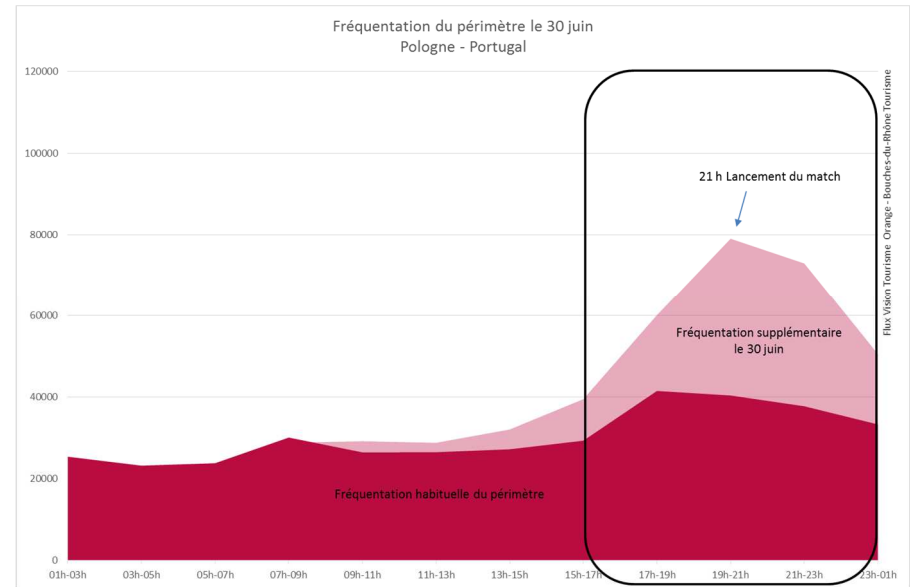
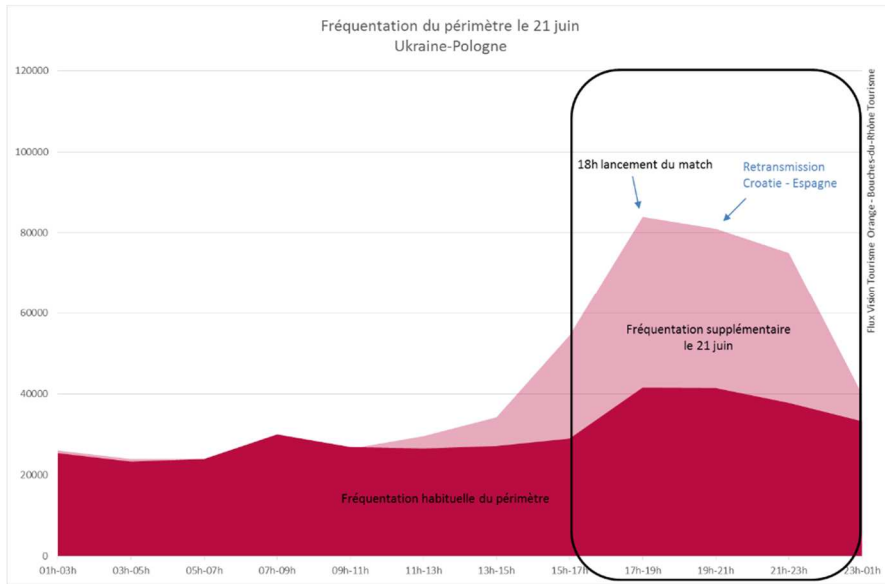


Chaque soir de match, la zone de l'Euro 2016 a multiplié sa fréquentation par 2 ou 2.5 selon les équipes engagées avec des pics atteints logiquement au moment des matchs.

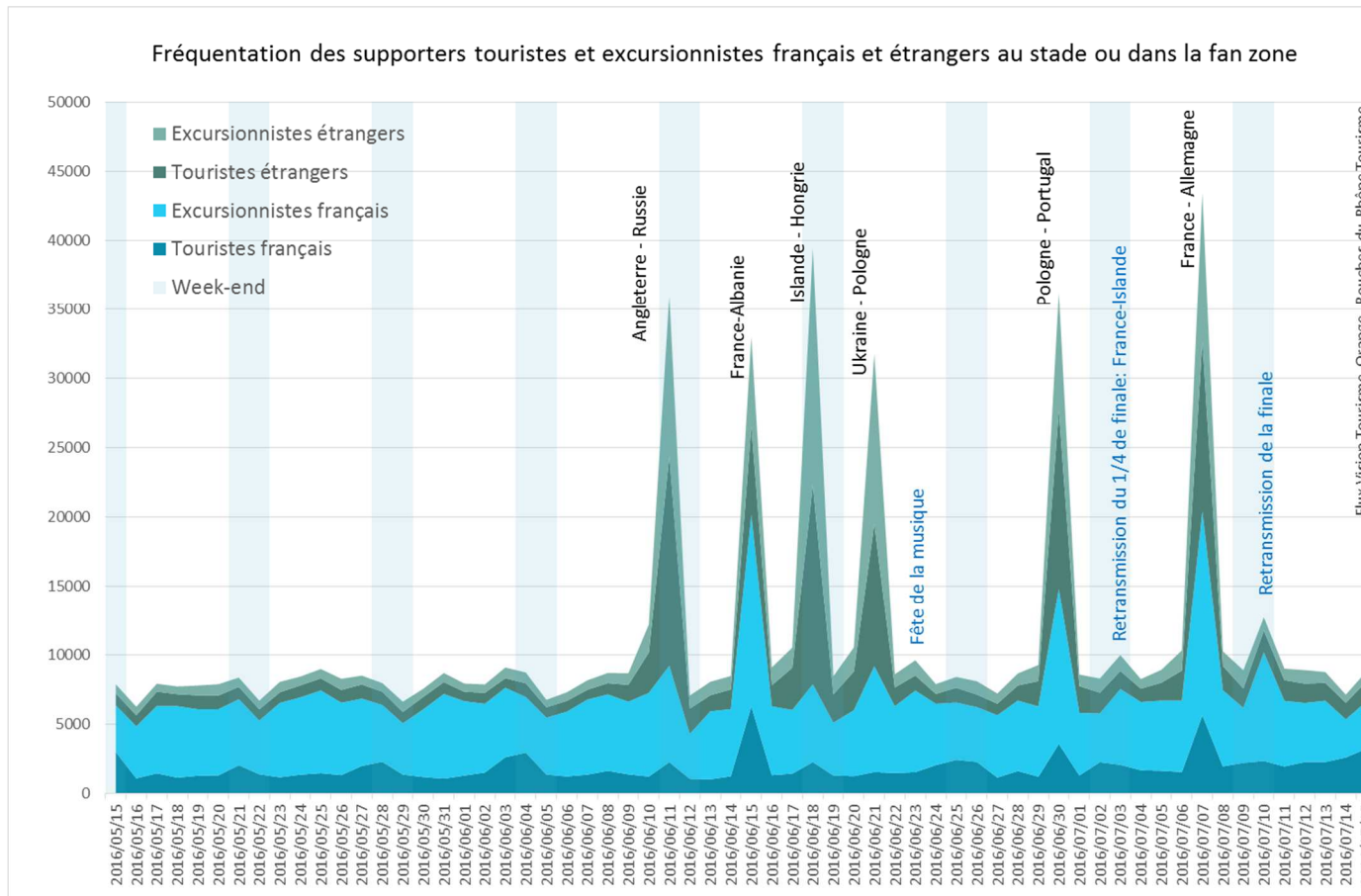
A noter également de nombreux paliers de fréquentation au moment des retransmissions des matchs d'élimination.

Clé de lecture : En rose foncé est représentée la fréquentation habituelle moyenne du périmètre les jours de semaine identiques à ceux des matchs hors période de l'Euro (la moyenne des samedis comparée au samedi 11 juin par exemple). En rose clair est représentée la fréquentation supplémentaire enregistrée sur ce même périmètre les jours de matchs par créneaux de 2h.





■ 220 000 SUPPORTERS TOURISTES ET EXCURSIONNISTES LES 6 SOIRS DE MATCHS DANS LA ZONE DE L'EURO 2016



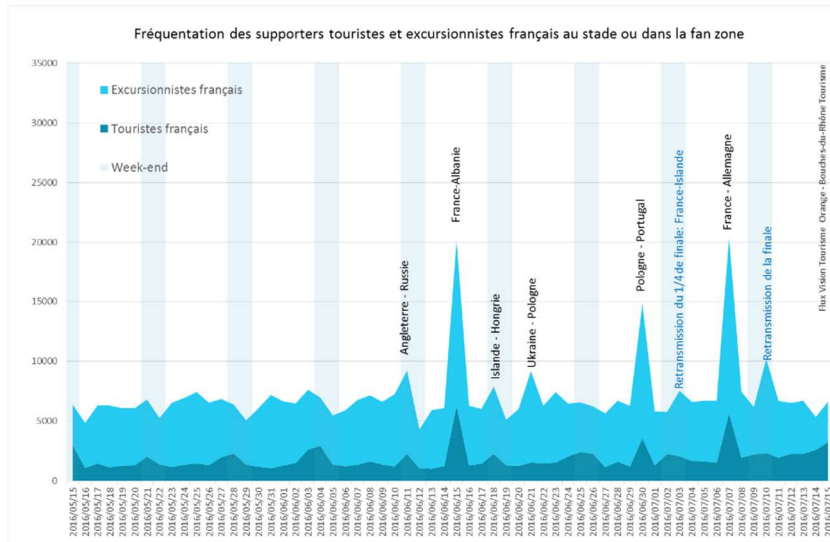
Ce sont quelques **220 000 personnes ne résidant pas dans les Bouches-du-Rhône** qui ont été comptabilisées dans la zone de l'Euro 2016 au cours des 6 soirs de matchs, soit **1/3 de la fréquentation totale de la zone**.

42% d'entre eux sont des touristes et 58% sont des excursionnistes, c'est-à-dire des personnes qui n'ont pas dormi dans les Bouches-du-Rhône.

63% d'entre eux sont des étrangers en provenance notamment des pays représentés à chaque match.



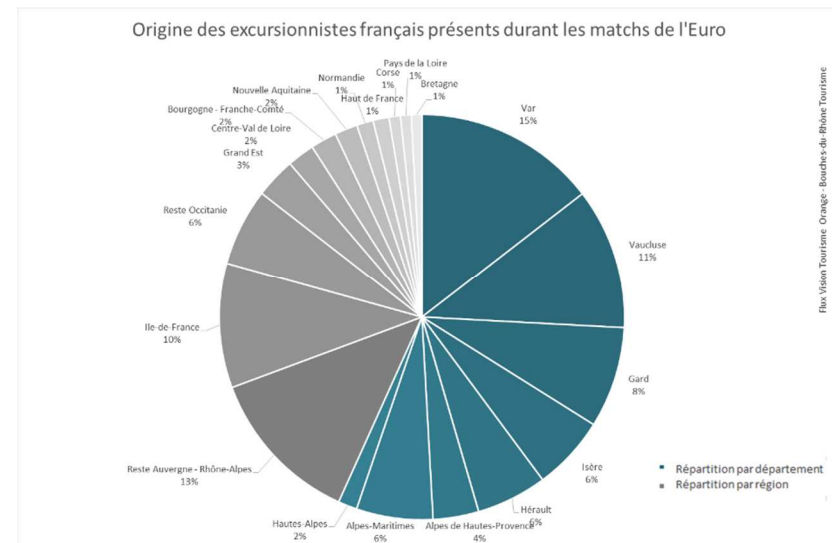
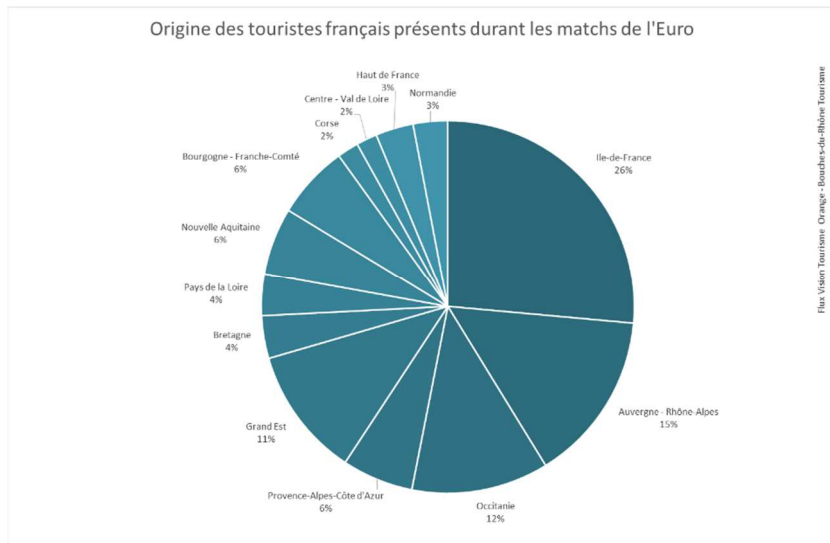
DES SUPPORTERS TOURISTES FRANÇAIS HABITUELS VENANT D'ILE-DE-FRANCE, DE RHONE-ALPES ET D'OCCITANIE ET DES EXCURSIONNISTES VENANT DES DEPARTEMENTS LIMITOPHES



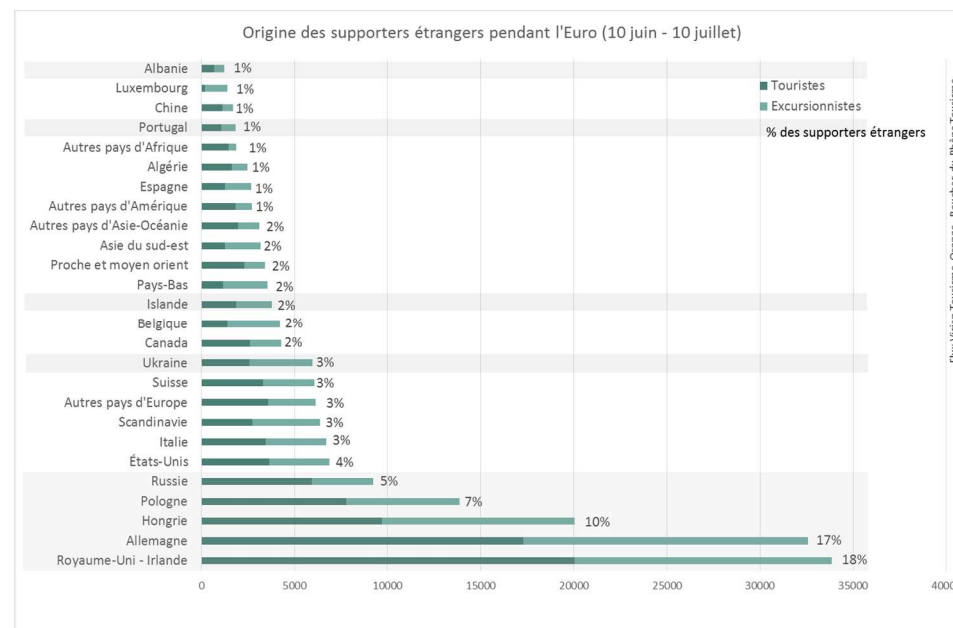
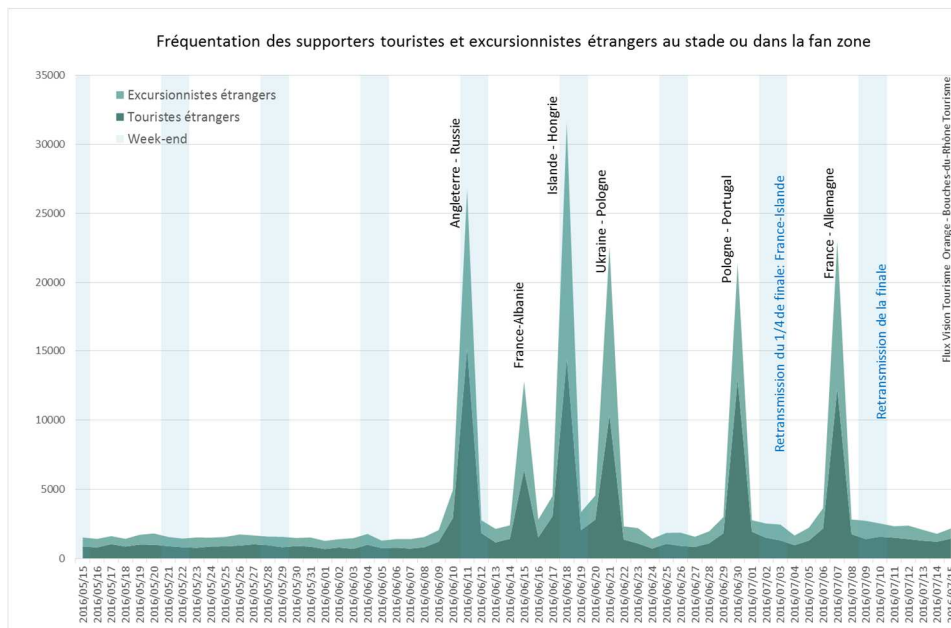
37% des supporters touristes ou excursionnistes sont Français.

Les touristes, c'est-à-dire des personnes qui ont passé au moins une nuit dans les Bouches-du-Rhône, viennent pour 1/4 d'entre eux d'Ile-de-France et pour 1/3 des régions de proximité que sont Provence-Alpes-Côte d'Azur, Occitanie et Auvergne-Rhône-Alpes.

Les excursionnistes, qui n'ont pas dormi dans les Bouches-du-Rhône, viennent quant à eux des départements limitrophes et notamment du Var et du Vaucluse.



DES SUPPORTERS TOURISTES ETRANGERS VENUS SOUTENIR LEURS EQUIPES

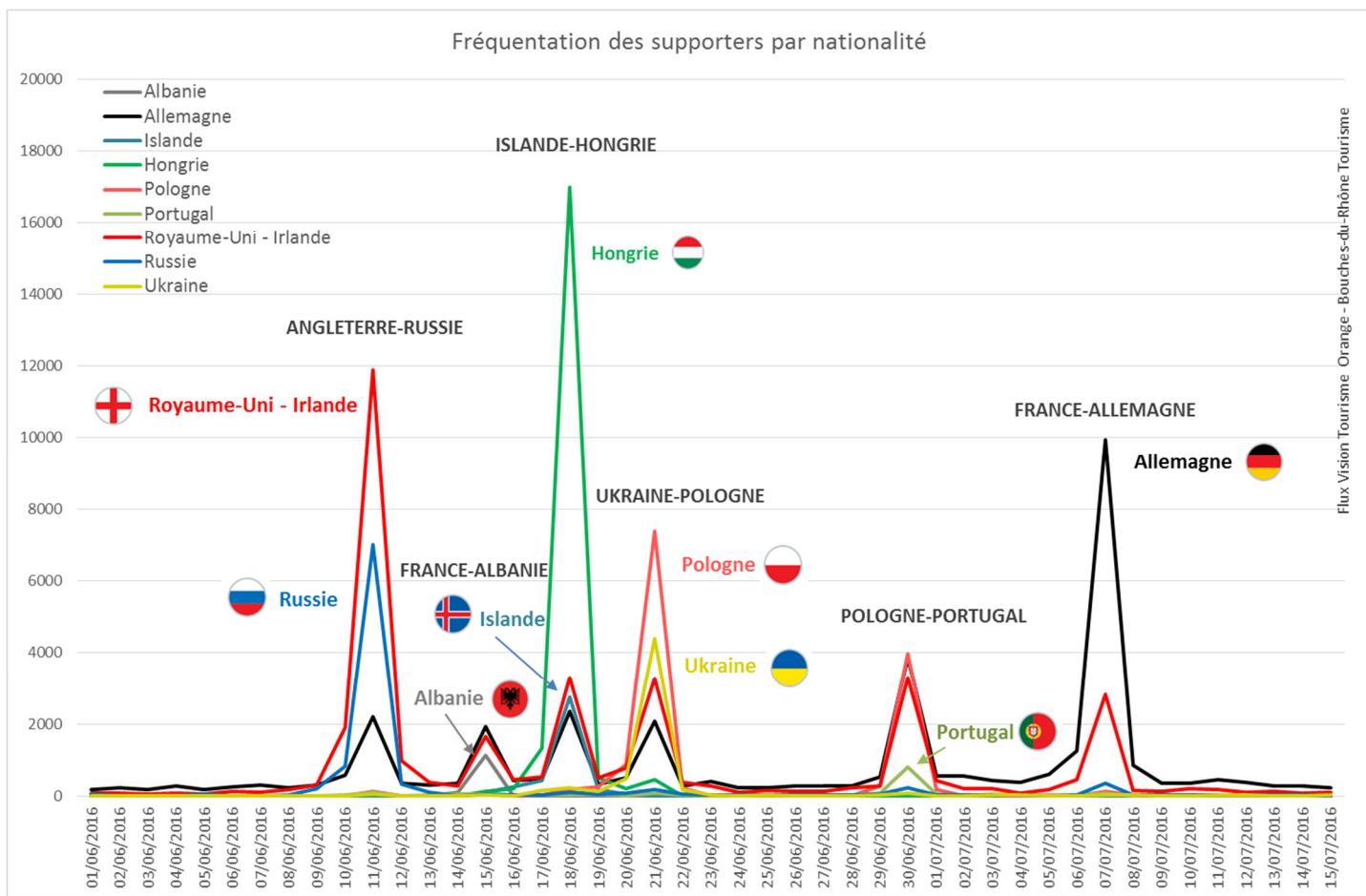


63% des supporters touristes ou excursionnistes sont étrangers. Les supporters des équipes jouant à Marseille représentent près de 60% des supporters étrangers présents sur zone de l'Euro 2016 durant toute la période de l'évènement. Ainsi, l'Euro a également attiré des supporters étrangers dont les équipes ne jouaient pas à Marseille. Ces derniers représentent 40% des supporters.

Sur l'ensemble de la période, **les Allemands et les Britanniques sont les clientèles étrangères les plus présentes, représentant 35% des supporters étrangers.** Viennent ensuite les Hongrois, Polonais et Russes qui sont des clientèles plus inhabituelles du territoire, puis dans une moindre mesure les autres clientèles dont les équipes ont joué à Marseille comme les Ukrainiens, les Islandais, les Portugais ou les Albanais.



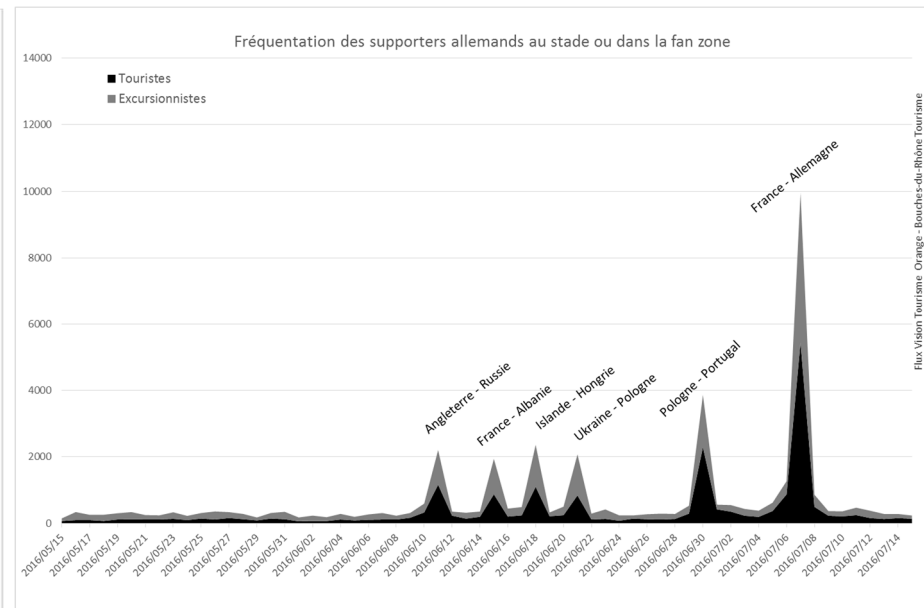
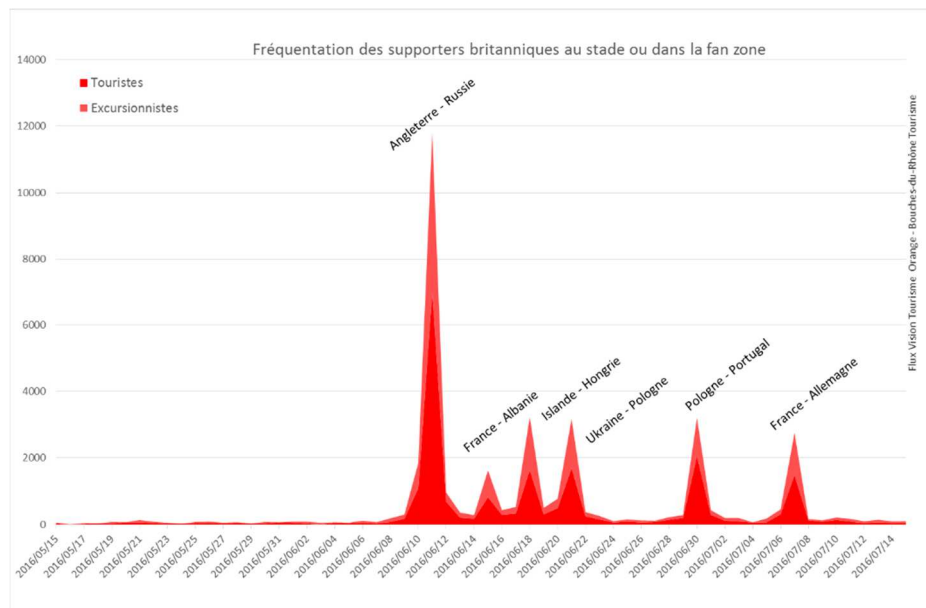
■ DES SUPPORTERS ETRANGERS AUX COMPORTEMENTS DIFFERENTS



Les comportements de ces supporters n'ont pas tous été identiques. Ainsi, les Allemands et les Britanniques sont venus supporter leurs équipes les soirs où elles jouaient mais ils ont aussi assisté à d'autres matchs de l'Euro. En revanche, les supporters des autres équipes sont venus quasi uniquement pour voir jouer leurs équipes respectives. C'est le cas notamment des Hongrois qui ne sont venus qu'une seule fois mais en très grand nombre comparativement aux autres supporters.



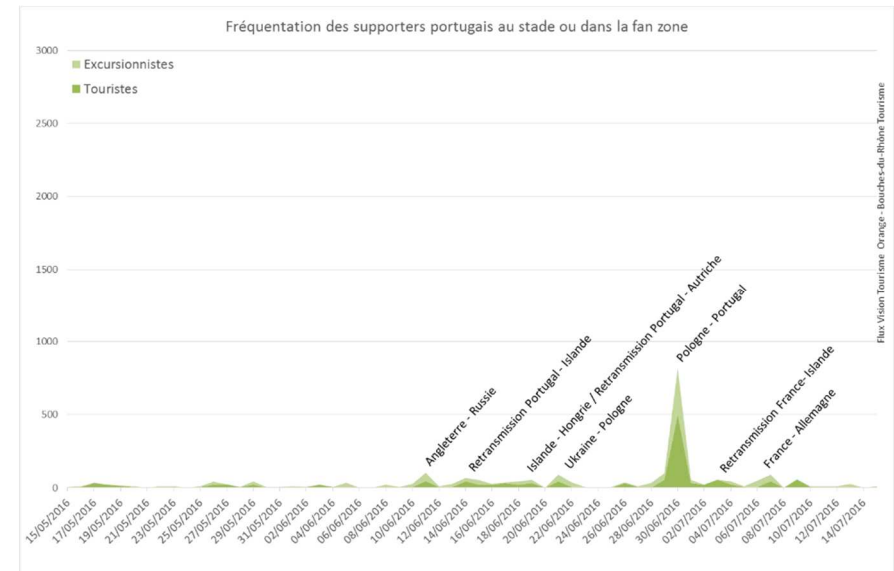
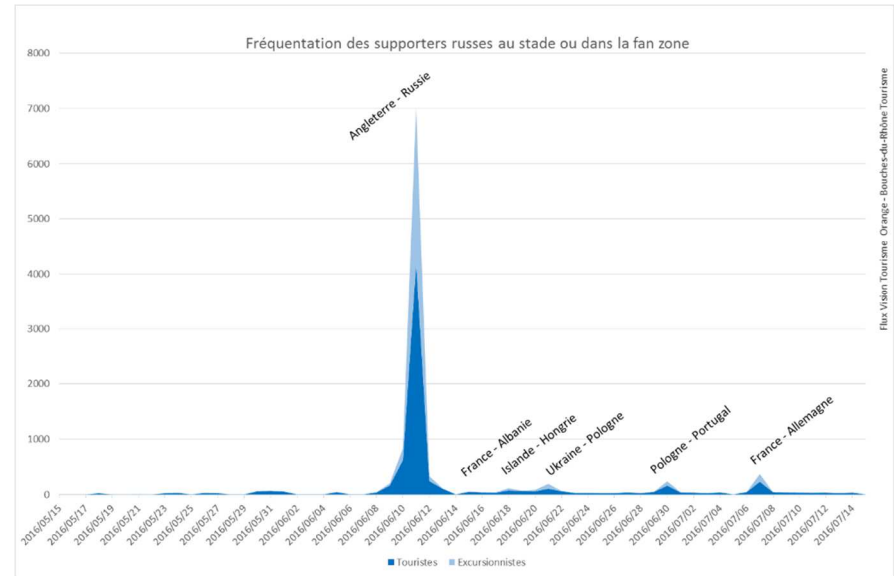
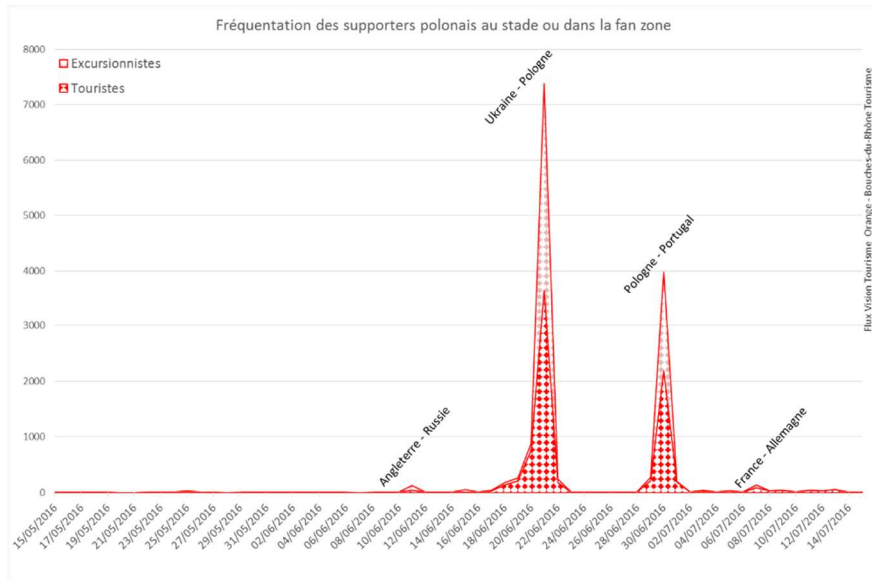
■ LES ALLEMANDS ET LES BRITANNIQUES : LES VRAIS FANS !



Les plus grande partie des supporters allemands et britanniques sont venus supporter leurs équipes les soirs où elles jouaient, à savoir le 11 juin pour les britanniques et 7 juillet pour les allemands mais ils ont aussi assisté pour une partie d'entre eux à d'autres matchs de l'Euro. Les Allemands ont d'ailleurs été fortement présents pour voir le ¼ de finale entre la Pologne et le Portugal.

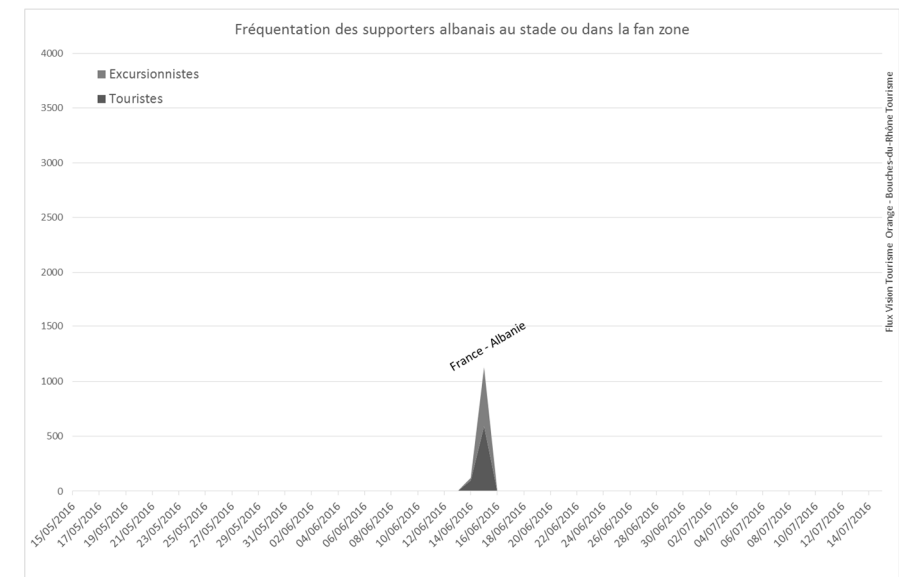
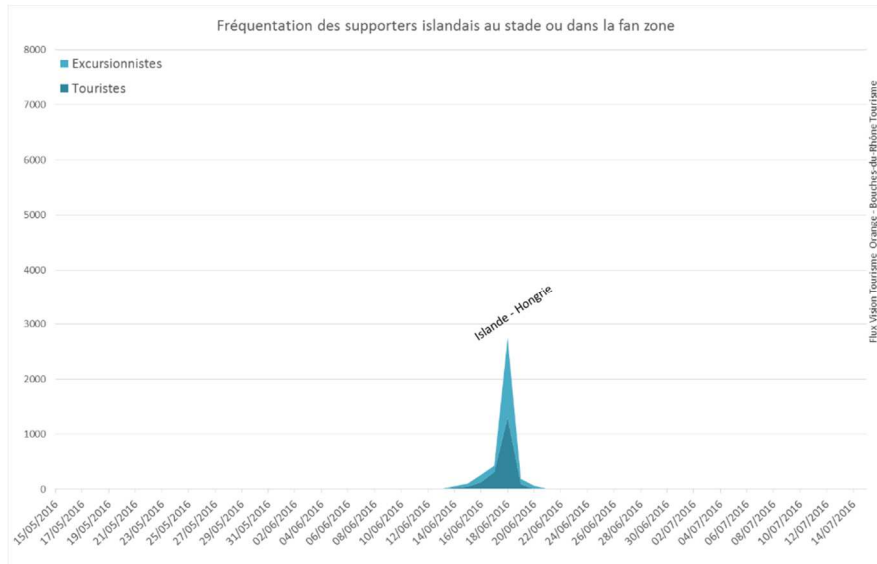
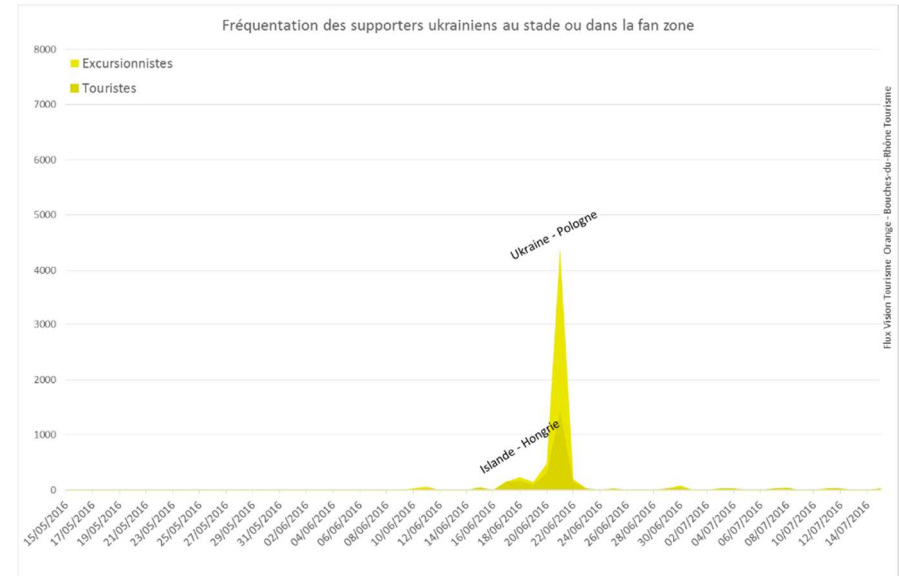
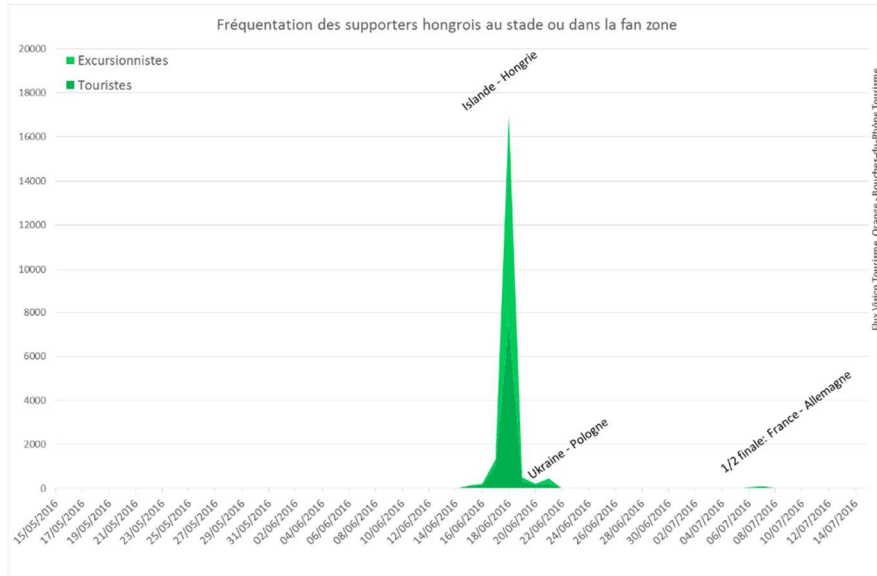


■ DES SUPPORTERS VENUS POUR « LEUR » MATCH !



Afin de représenter les différents comportements des clientèles étrangères, les échelles de représentation ne sont toutes identiques. Il faudra en tenir compte à la lecture.





Afin de représenter les différents comportements des clientèles étrangères, les échelles de représentation ne sont toutes identiques. Il faudra en tenir compte à la lecture.



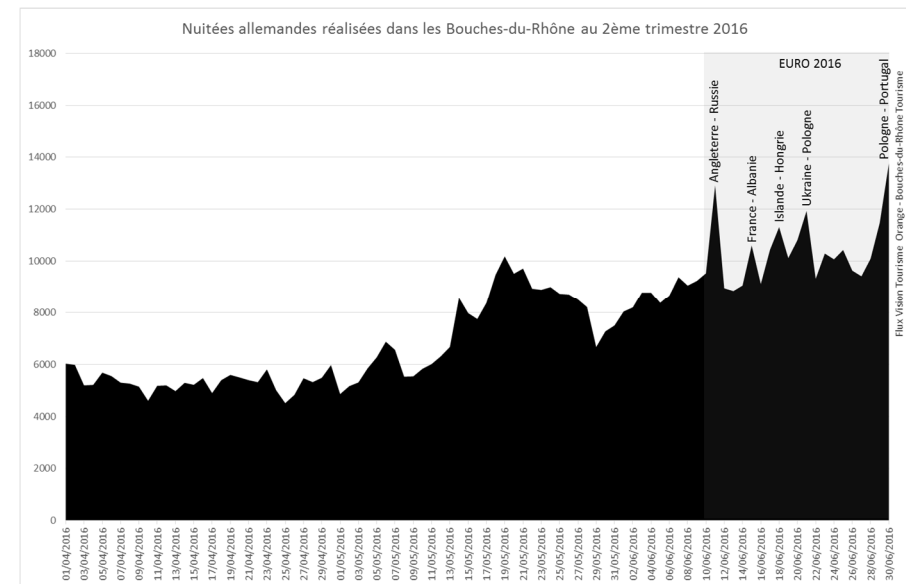
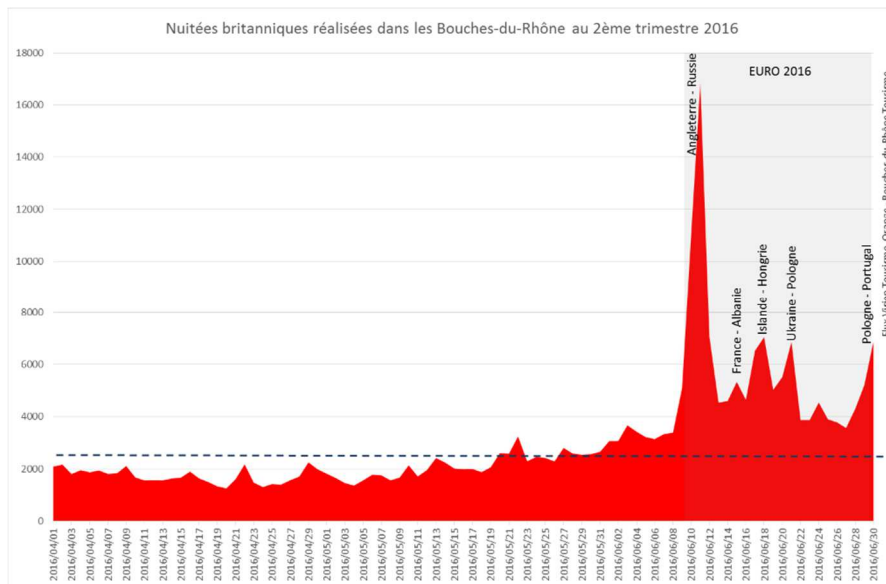
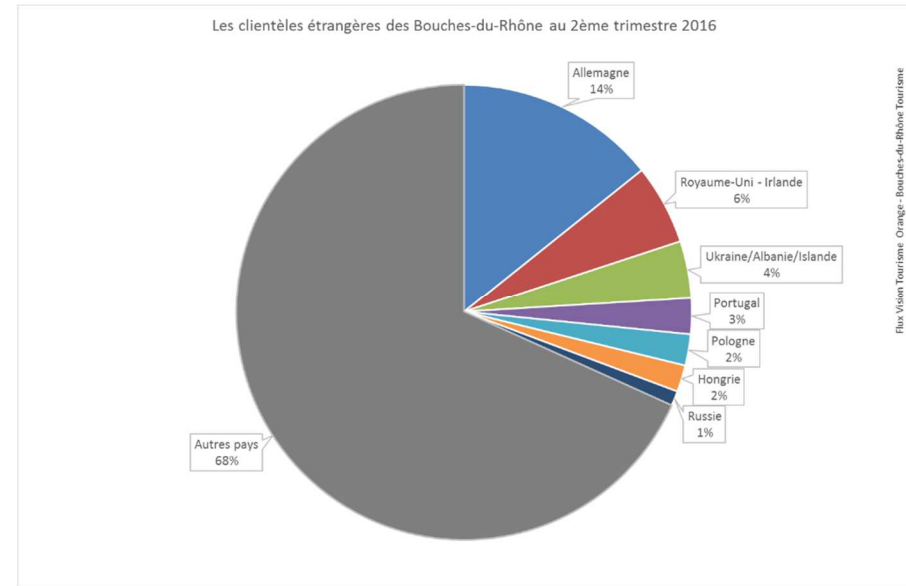
■ LES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES DANS LES BOUCHES-DU-RHÔNE AU 2^{ÈME} TRIMESTRE 2016

Au cours du 2^{ème} trimestre, les Bouches-du-Rhône ont accueilli l'Euro 2016 mais cette clientèle de supporters est bien loin d'être la seule clientèle étrangère du département, en termes de volumes comme en termes de nationalité.

Ces supporters sont venus renforcer la présence des autres types de clientèles comme le montrent les deux exemples ci-dessous des clientèles britanniques et allemandes.



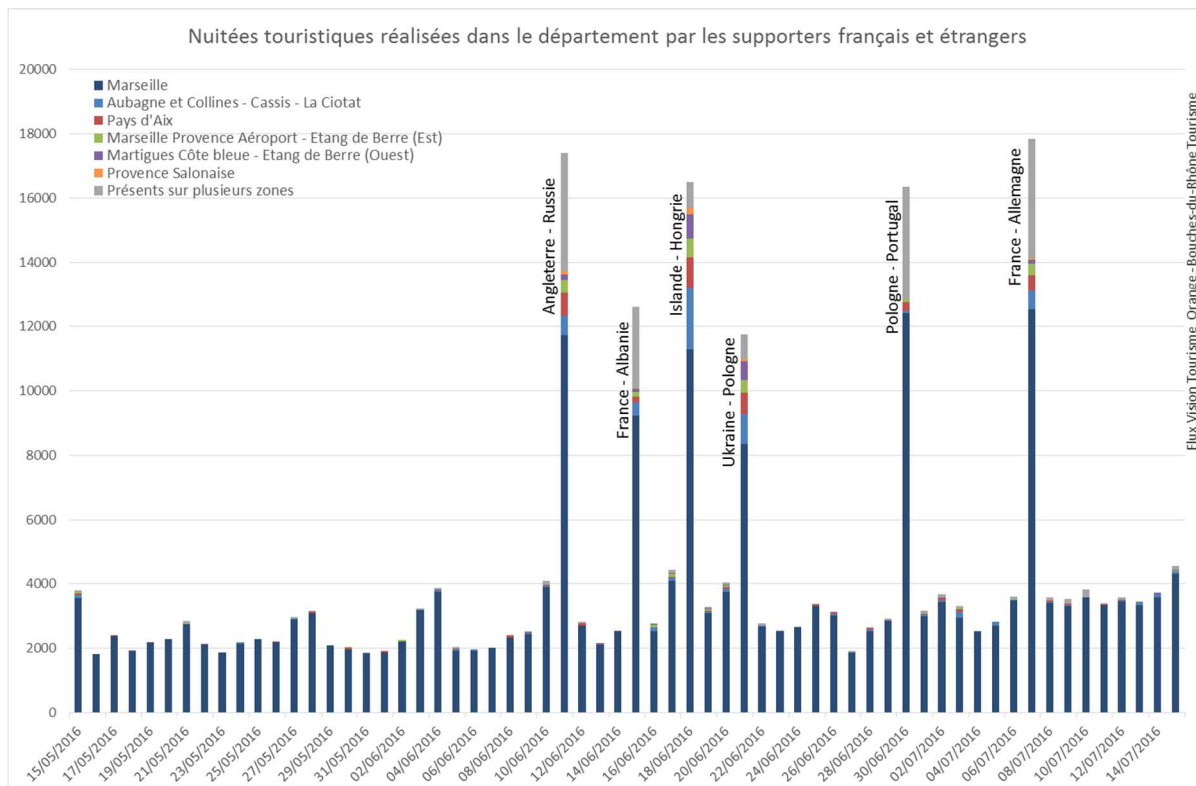
Données de juillet non disponibles à la date de réalisation de l'étude.



■ 93 000 NUITÉES FRANÇAISES ET ÉTRANGÈRES ATTRIBUABLES À L'EURO 2016

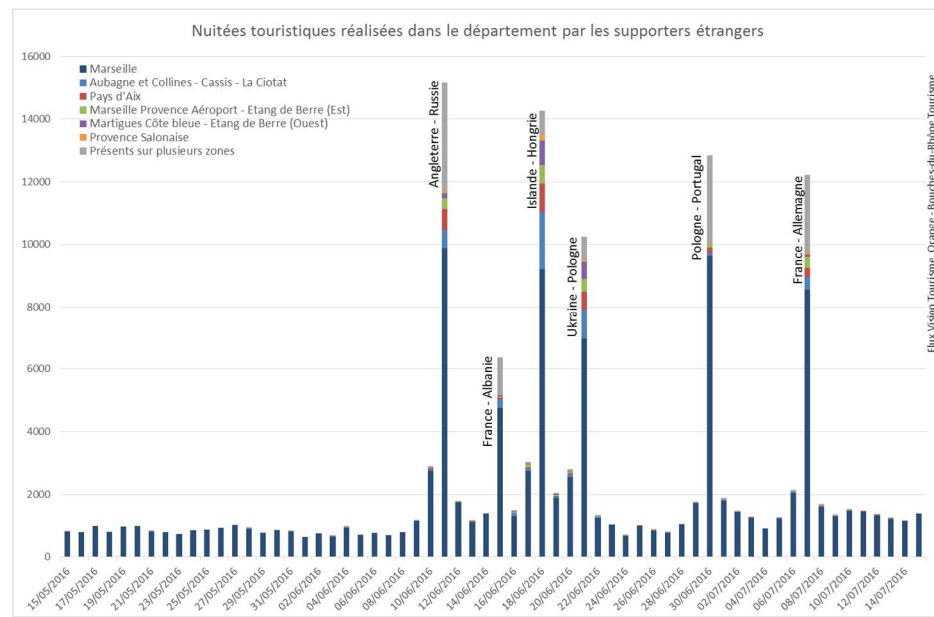
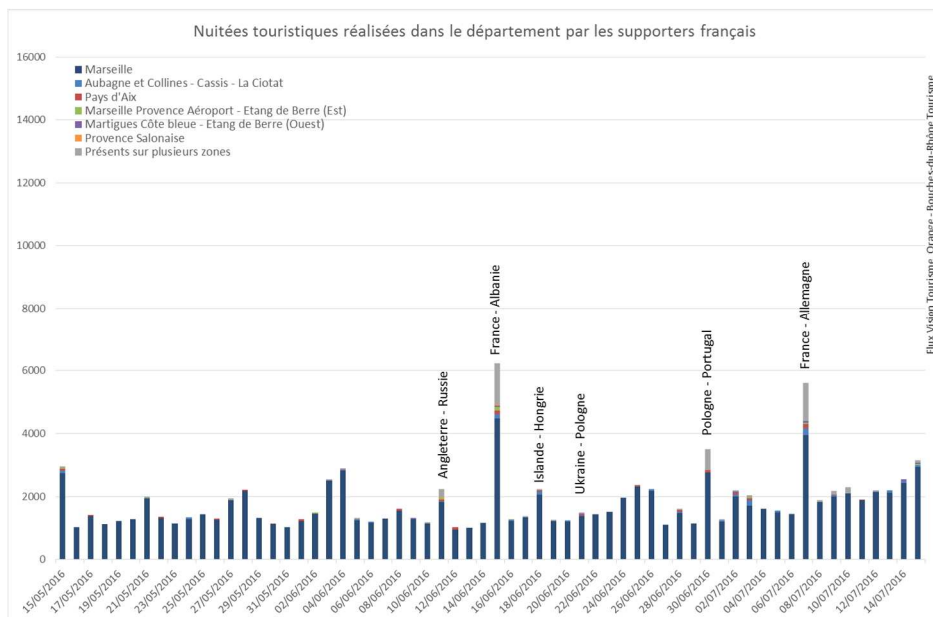
Ces nuitées sont générées par les supporters qui ont dormi dans les Bouches-du-Rhône à l'occasion de leurs déplacements pour l'Euro.

Ce sont ainsi environ 93 000 nuitées touristiques qui ont été comptabilisées durant les 6 soirs de matchs dont 71% à Marseille.



	Nombre de nuitées générées par match
Samedi 11 juin ANGLETERRE-RUSSIE	17 500
Mercredi 15 juin FRANCE-ALBANIE	12 500
Samedi 18 juin ISLANDE-HONGRIE	16 500
Mardi 21 juin UKRAINE-POLOGNE	12 000
Jeudi 30 juin POLOGNE-PORTUGAL	16 500
Jeudi 7 juillet FRANCE-ALLEMAGNE	18 000
TOTAL	93 000



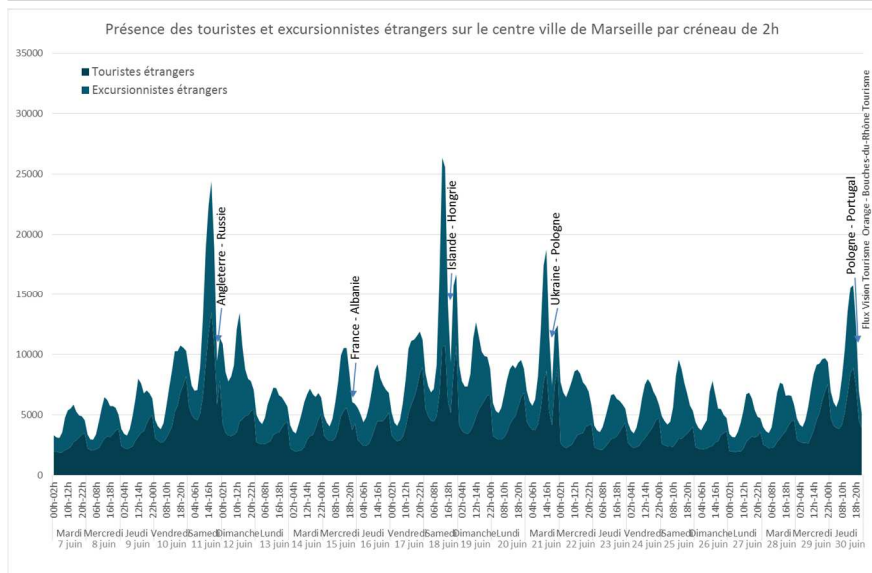
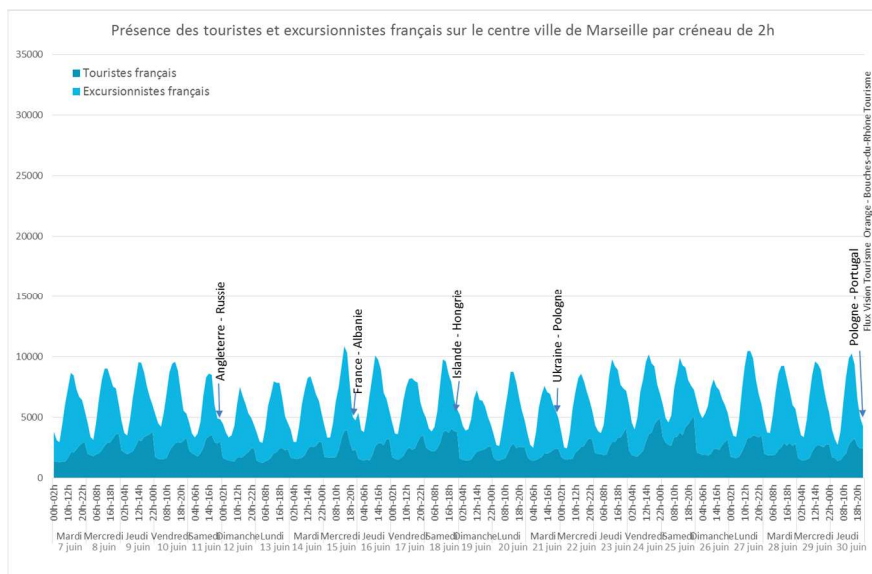


77% des nuitées de supporters sont réalisées par des clientèles étrangères contre 23% par les clientèles françaises.

69% des étrangers ont dormi à Marseille les soirs de matchs contre 77% des Français. Les Français qui n'ont pas dormi à Marseille sont allés dans les bassins du pays d'Aix et d'Aubagne et collines, Cassis, la Ciotat. Pour les étrangers en revanche, ils ont choisi davantage le bassin d'Aubagne et Collines, Cassis, La Ciotat devant celui du Pays d'Aix.



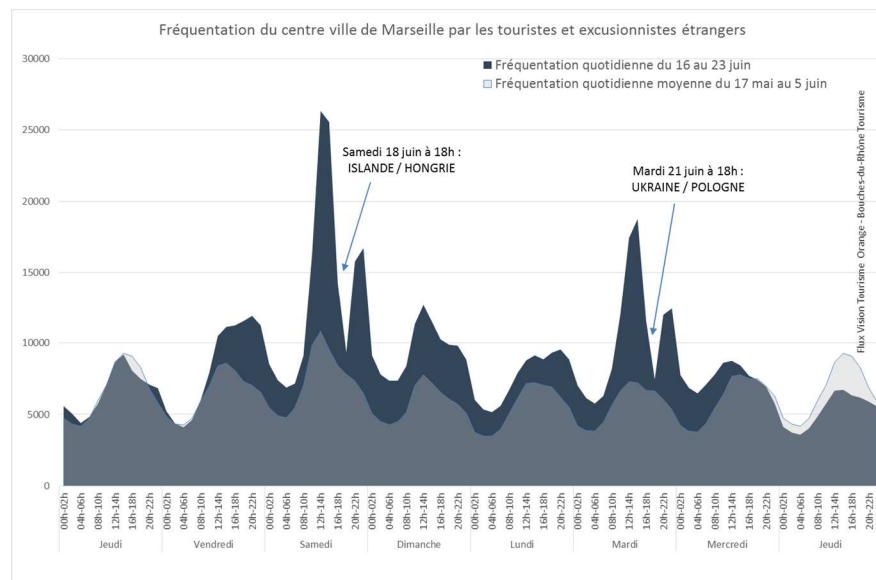
■ QUEL IMPACT SUR LA ZONE TOURISTIQUE DU CENTRE VILLE ?



Le centre-ville de Marseille enregistre une fréquentation française qui ne montre pas de pic durant les jours de matchs de l'Euro.

En revanche, les supporters étrangers sont plus nombreux les jours de matchs dans le centre-ville de Marseille que sur le reste de la période.

Lorsque l'on zoom sur le centre-ville le samedi 11 juin en le comparant à la moyenne de la fréquentation des samedis du 17 mai au 5 juin, on constate que les étrangers, en l'occurrence essentiellement des Britanniques et des Russes ont été davantage présents le vendredi et nettement plus présents le samedi dès le matin pour atteindre le pic en début d'après-midi. Ils ont ensuite quitté le centre-ville pour se déplacer vers le stade avant de le réinvestir après le match mais dans une moindre mesure. On constate le même comportement pour le match Ukraine-Pologne du 21 juin.



ELÉMENTS MÉTHODOLOGIQUES

Le dispositif Flux Vision Tourisme est une solution innovante développée par Orange avec le concours de Bouches-du-Rhône Tourisme et Tourisme & Territoires (réseau des agences de développement touristique) qui permet de convertir, en temps réel, des millions d'informations techniques issues du réseau mobile d'Orange, en indicateurs statistiques afin d'analyser la fréquentation des territoires et le déplacement des populations. Il est développé en accord avec la CNIL grâce à une anonymisation des données.

Ces données sont segmentées en résidents, résidents peu présents, en assimilés résidents, en personnes habituellement présentes, en touristes français ou étrangers et en excursionnistes français et étrangers en tenant compte de l'adresse de facturation, des durées et des fréquences de séjour comme suit :

Facturés dans le département		Facturés hors du département			
Résidents	Résidents peu présents	Assimilés résidents	Habituellement présents	Touristes	Excursionnistes
31 nuitées ou plus	moins de 31 nuitées	61 nuitées ou plus	- de 31 à 60 nuitées ou - moins de 31 nuitées et plus de 5 séjours	moins de 31 nuitées et moins de 5 séjours	présence uniquement en journée
Ex. travailleurs avec 2 domiciles, étudiants domiciliés dans le 13 mais étudiant ailleurs.		Ex. Etudiants domiciliés hors du département mais étudiant dans le 13, saisonniers, résidents secondaires longue durée.	Ex : résidents secondaires de week-end, étudiants domiciliés hors du département mais étudiant dans le 13, saisonniers agricoles et chantiers de courtes durées.		

Un redressement est effectué pour passer de X mobiles à Y personnes en tenant compte d'un ensemble de facteurs comme les spécificités du réseau, le taux d'équipement en mobile et la part de marché d'Orange.

Dans cette étude, les personnes observées sont celles qui ont été présentes plus d'une heure entre 16h et 1h du matin au stade Vélodrome et ses abords ou dans la fan zone nommée dans cette étude zone de l'Euro 2016 et comptabilisées une seule fois qu'elles aient été vues au stade vélodrome et dans la fan zone ou seulement sur l'un des deux sites On les qualifiera de « supporter ».



