

# EN TERRITOIRE CONNU

Une enquête, des résultats et des actes

*"Cette enquête d'une large ampleur est un enseignement indispensable pour nous, acteurs du tourisme responsable. Notre stratégie de développement touristique s'ancre dans cette connaissance du territoire et dans l'analyse des comportements comme des attentes des voyageurs. Nous nous engageons ainsi sur la meilleure des voies pour mettre en lumière et préserver les richesses des Bouches-du-Rhône."*

Danielle MILON

Présidente de Provence Tourisme

1ère Vice-présidente du conseil départemental des Bouches-du-Rhône

2<sup>ème</sup> Vice-présidente de la Métropole Aix-Marseille-Provence, déléguée à l'attractivité du territoire et au tourisme

Maire de Cassis

Provence Tourisme, missionné par le Département des Bouches-du-Rhône et la Métropole Aix-Marseille-Provence, s'est engagé dans un partenariat technique et financier auprès du Comité Régional de Tourisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur et de la Région Sud pour réaliser une étude majeure de clientèle sur le territoire régional.

Les résultats de cette enquête de terrain, dont les derniers remontaient à 2010-2011, ont pour objectif de produire une photographie précise des clientèles touristiques à l'échelle de la région. Ces données sont des indicateurs incontournables pour chacune des institutions partenaires et pour les professionnels du territoire.

Par l'étude des connaissances ainsi sourcées sur les profils, les pratiques et les dépenses des clientèles et l'évolution des comportements sur plus de 10 ans, Provence Tourisme souligne la pertinence de ses actions engagées sur le territoire tout en affinant sa stratégie départementale pour le développement d'un tourisme responsable.

## LES POINTS ESSENTIELS DE L'ENQUÊTE

- **DURÉE** - Une enquête de terrain d'une année, d'octobre 2021 à septembre 2022.
- **BUDGET** - Un budget de 600 000€, dont 80 000€ financé par le Département des Bouches-du-Rhône.
- **PILOTAGE** - Un pilotage collectif comprenant le CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur, l'AD des Alpes-de-Haute-Provence, ADDET Hautes-Alpes, CRT Côte d'Azur France, Var Tourisme, Vaucluse Provence Attractivité, Provence Tourisme.
- **RÉALISATION** - Un bureau d'études BVA Xsight et une assistance à maîtrise d'ouvrage confiée à JPC Consultant.
- **PÉRIMÈTRE** - Une échelle régionale : la région, les six départements, les trois territoires de marque et les bassins infra-départementaux.
- **MODUS OPERANDI** - L'administration de l'enquête a été réalisée sur sites via un questionnaire papier auto-administré. Elle a été complétée par une enquête web auprès des résidents de la région ainsi que par des dispositifs complémentaires dans les offices de tourisme, parcs naturels régionaux et parcs nationaux, aéroports...
- **CIBLES** - Des cibles définies : les touristes extrarégionaux ayant réalisé un séjour d'au moins une nuitée en Provence-Alpes-Côte d'Azur et les résidents de Provence-Alpes-Côte d'Azur ayant réalisé un séjour d'au moins une nuitée dans la région hors de leur département de résidence.
- **OBJET** - Une étude des profils, des pratiques et des dépenses.

- **THÉMATIQUES** - La saisonnalité / les origines géographiques / les motifs de séjours/ les modes d'hébergement/ la mobilité / les types de groupe/ la recommandation (satisfaction et fidélité client).
- **RÉSULTATS** - Près de 43 000 questionnaires ont été recueillis dont près de 8 500 dans les Bouches-du-Rhône.

## LES CHIFFRES CLÉS

Les Bouches-du-Rhône accueillent **9,2 millions** de touristes, qui réalisent **46,3 millions** de nuitées.

Cette clientèle touristique est essentiellement une clientèle française (74% des séjours) venant pour moitié de Provence-Alpes-Côte d'Azur, d'Ile-de-France et d'Auvergne-Rhône-Alpes.

La clientèle étrangère, qui réalise **26%** des séjours, vient essentiellement d'Allemagne, des Etats-Unis, du Royaume-Uni, d'Italie et de Suisse.

Ces 5 clientèles représentent **45%** des séjours.

En moyenne, les touristes séjournent 5 jours et dépensent **74€** par personne et par jour. Ce sont ainsi quelques **3,4 milliards** d'euros de dépenses qui sont faites dans le territoire chaque année.

Le département des Bouches-du-Rhône enregistre **22%** des séjours touristiques de la région Sud, ce qui en fait le **3<sup>e</sup>** département d'accueil derrière le Var et les Alpes-Maritimes.

Par rapport aux autres territoires régionaux, il présente quelques spécificités liées notamment à sa structure démographique et économique :

- 27% des séjours ont un motif professionnel vs 17% en Région Sud.
- Des courts séjours plus nombreux, 52% vs 39% en région Sud.
- Un tourisme qui se répartit davantage sur l'année avec notamment un cœur d'été qui ne représente que 21% des séjours vs 25% en région Sud au profit des autres périodes et notamment de l'arrière-saison (26% des séjours vs 23% en région Sud).
- Une accessibilité en train plus marquée, 20% vs 15% en région Sud.
- Une durée de séjour plus courte, 5 jours vs 6,5 jours en région Sud.
- Une dépense moyenne par jour et par personne de 74€ vs 71€ en région Sud.

En savoir + sur les résultats de l'enquête clientèle dans les Bouches-du-Rhône : **myprovence.pro**

## COMPARATIF ENQUÊTE 2011

- La part des clientèles internationales a progressé passant de 13% des séjours à 25,7% des séjours avec une présence plus importante des clientèles allemandes et américaines.
- La durée moyenne des séjours (6,5 jours vs 6 jours) et la dépense moyenne (124€ vs 95€ en euros constants) se sont contractées.
- La part des plateformes dans les modes de réservation a plus que doublé passant de 20% des séjours à 50%.
- À noter l'importance des conseils donnés par les parents ou les amis qui déterminent 25% des séjours vs 15% auparavant.
- Alors que la part du train est restée stable, celle de l'avion a progressé (21% vs 13%) prenant des parts sur les déplacements en voiture.
- Avec 39% des séjours, la part de Marseille s'est accrue ces dernières années, alors que celle du Pays d'Aix est restée stable.
- La part des séjours réalisés en hébergement marchand s'est fortement accrue passant de 41% à 53%. Les principaux modes d'hébergement marchands sont l'hôtel (24% des séjours) et la location saisonnière (13% des séjours). Cette dernière a pris beaucoup d'ampleur depuis la dernière enquête où elle ne représentait que 6% des séjours. L'hôtellerie, quant à elle, résiste puisqu'elle représentait 22% des séjours.

## DES ACTIONS POUR UN TERRITOIRE UNIQUE

### UN TOURISME DES 4 SAISONS

- **Le printemps et l'arrière-saison** enregistrent **53% des séjours**
- Plus d'1 séjour sur 2 a lieu sur les ailes de saison
- 2 séjours sur 10 se déroulent au cœur de l'été (juillet-août), soit 28% des nuitées
- 21% des séjours dans les Bouches-du-Rhône se réalisent au cœur de l'été vs 25% en région Sud.

### NOS ACTIONS RÉPARTIES DANS LE TEMPS ET DANS L'ESPACE

#### **Le Contrat de destination**, c'est :

Une même bannière pour développer l'attractivité de la Provence à l'international en associant tous les acteurs du tourisme

Un copilotage de Provence Tourisme et du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur avec à leurs côtés, une trentaine de partenaires financeurs

Des campagnes de communication, des salons, des opérations événementielles, une licence de marque

Des actions marketing orientées grand public qui se déroulent hors saison : printemps, automne, hiver.

### DES CLIENTÈLES LOCALES

- **74% de la clientèle touristique est française** vs 71% en région Sud
- Parmi ces clientèles françaises, un quart vient de Provence-Alpes-Côte d'Azur
- Les motifs des séjours sont personnels (loisirs-vacances et visite parents-amis) mais également professionnels (rendez-vous professionnels, séminaires, congrès)
- Cette clientèle locale séjourne pour moitié environ en hébergement marchand et notamment en hôtellerie en raison d'une durée moyenne de séjour plus courte que les autres clientèles du fait de sa proximité
- Ces motifs de séjour ont pour conséquence une dépense moyenne par personne et par jour plus importante 81€ vs 64€ pour l'ensemble des clientèles françaises.

### NOS ACTIONS JAMAIS BANALES

#### **Myprovence.fr**, c'est :

Le média de Provence Tourisme, "Toujours local, jamais banal"

Une audience de 4 millions de visiteurs sur l'année

Une ligne éditoriale axée sur le tourisme responsable et l'Expérience Provence

Un média qui s'adresse avec simplicité et authenticité aux résidents du territoire en privilégiant les vraies rencontres et les témoignages directs

Le partage de conseils concrets et des adresses pratiques, en offrant des expériences inédites et des découvertes surprenantes

Des belles histoires pour raconter la Provence d'aujourd'hui.

## DES MODES D'HÉBERGEMENTS EN ÉVOLUTION

- **Dans les Bouches-du-Rhône 53% des séjours sont des séjours marchands** pour 44% de nuitées vs 41% des séjours et 35% des nuitées en 2010-2011 (dernière enquête)
- La location saisonnière a pris de l'ampleur en passant de 6% des séjours et 8% des nuitées en 2010-2011 à 13% des séjours et 14% des nuitées aujourd'hui
- Les plateformes type Airbnb ont simplifié les démarches de mise en location pour les propriétaires et la réservation pour les locataires, l'engouement a été fort dans l'ensemble des Bouches-du-Rhône
- Dans ces locations saisonnières la durée moyenne de séjour est 5,1 jours et la dépense moyenne est de 96€ vs 110€ en hébergement marchand
- Face à la location saisonnière, l'hôtellerie a particulièrement résisté : 3ème parc en nombre de chambres derrière Paris et les Alpes-Maritimes.
- 24% des séjours sont réalisés en hôtellerie vs 22% il y a 12 ans, pour 15% des nuitées vs 12% en 2010-2011
- L'hôtellerie est dans le département le 1<sup>er</sup> mode d'hébergement marchand en séjour comme en nuitée
- La durée moyenne de séjour est de 3,1 jours et la dépense moyenne de 146€ vs 110€ pour l'ensemble des hébergements marchands.

## NOS ACTIONS D'ACCOMPAGNEMENT

### Les labels éco-responsables, c'est :

Un accompagnement des socio-professionnels partenaires afin que l'offre touristique du territoire réponde aux nouvelles attentes des clientèles

Le label Clef Verte, pour les hébergements proposant une offre de prestations touristiques responsables à destination de clientèles soucieuses de réduire leur impact environnemental et d'affirmer leur responsabilité sociale

La démarche de progrès Ecotable pour les acteurs de la filière gastronomie qui travaillent dans le sens d'une alimentation durable, locale, de saison et de qualité.

### Le classement des meublés de tourisme, c'est :

Une mission assurée par Provence Tourisme depuis 2007

Une démarche volontaire dont la validité est de cinq ans

112 critères concernant notamment les équipements, le confort et l'environnement

En 2022, plus de 320 meublés ont ainsi été visités et classés sur l'ensemble du territoire départemental et 490 en 2023.

Des belles histoires pour raconter la Provence d'aujourd'hui.

Provence Tourisme agit en faveur d'un tourisme responsable, aligné sur les directives du schéma de développement du tourisme et des loisirs 2022-2025. Les actions se concentrent sur la gestion des flux, l'Expérience Provence et le développement d'une attractivité à «haute valeur responsable». L'objectif principal est de faire des Bouches-du-Rhône un exemple de tourisme durable, mettant l'accent sur les résidents et favorisant le développement local et inclusif. Provence Tourisme s'engage dans la certification ISO 20121 pour ses événements, démontrant son vif intérêt envers des pratiques durables sur les plans social, économique et environnemental, afin de garantir une gestion optimale des impacts et de promouvoir un tourisme respectueux des normes les plus élevées en matière de durabilité.

**Contact presse :** Christelle Giudicelli – [cgiudicelli@myprovence.fr](mailto:cgiudicelli@myprovence.fr) – 04 91 13 84 14