

Enquête de clientèle SROAT 2003 par territoire de développement

La clientèle touristique de la Provence Méditerranée

Préambule

Le Var dispose d'un outil de connaissance de ses clientèles touristiques piloté par l'Observatoire Régional du Tourisme, en partenariat avec l'Etat, la Région et les Conseils Généraux des six départements de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

La réalisation technique de cette enquête a été confiée à l'institut BVA en collaboration avec le groupe technique du SROAT (Système Régional d'Observation et d'Analyse du Tourisme). Cette opération a été mise en place de l'automne 2002 à l'été 2003.

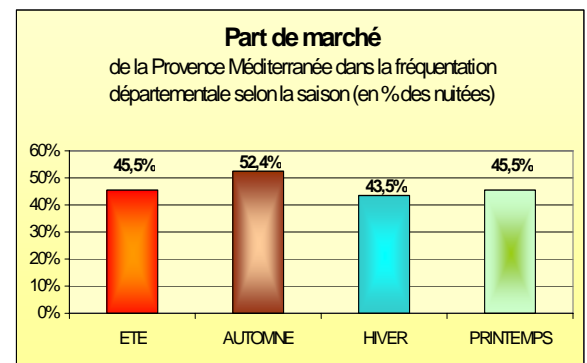
Le Comité Départemental du Tourisme a souhaité affiner davantage la **connaissance des phénomènes pour chacun des 8 territoires de développement qui composent le Var.**

En raison d'un échantillon insuffisant sur le territoire de « Fayence », le traitement complémentaire et l'analyse détaillée sur ce territoire ne sont pas rendus possibles. Toutefois, il convient de noter que sa clientèle présente un profil et des caractéristiques sensiblement équivalentes à son territoire voisin de la Dracénie.

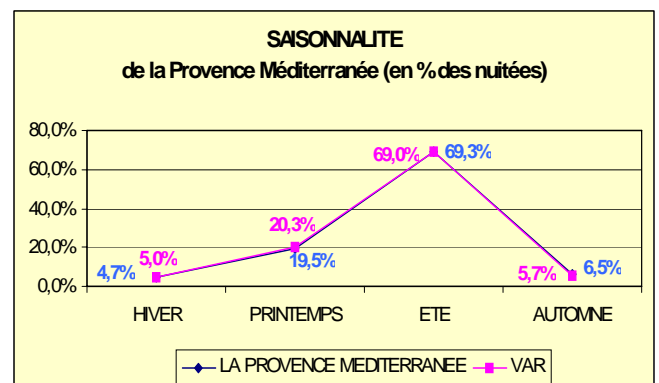
1 – Provence Méditerranée, c'est 46% de la fréquentation touristique du Var.



Le territoire de Provence Méditerranée se place au 1^{er} rang des espaces départementaux en termes de nuitées touristiques. En automne, le territoire Provence Méditerranée réalise plus de la moitié des nuitées varoises.



C'est un espace touristique dont la fréquentation est concentrée sur la période estivale, dans des proportions équivalentes au Var.



Ce territoire connaît aussi un tourisme d'intersaison, et près de 20% de ses nuitées annuelles s'opèrent sur le printemps.

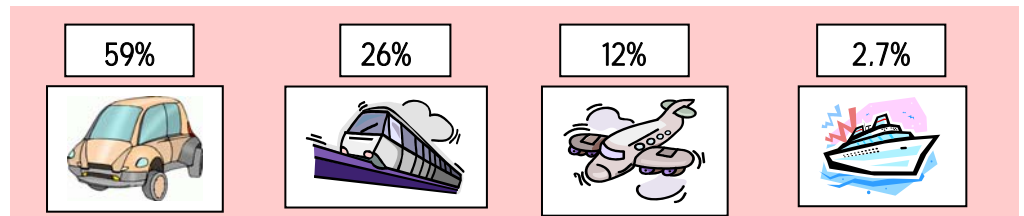
Enquête de clientèle SROAT 2003 par territoire de développement

2 – Pour venir sur le territoire Provence Méditerranée, les touristes choisissent la route

Pour venir sur le territoire Provence Méditerranée, les touristes choisissent la route mais dans une proportion inférieure à la moyenne départementale.

La clientèle touristique locale arrive aussi par le train générant une nuitée touristique sur quatre localement, soit plus qu'à l'échelle du Var (18%).

Le poids des nuitées liées au trafic aérien est quant à lui moins élevé que celui enregistré sur le plan départemental. Et fort logiquement, la fréquentation via le transport maritime est localement plus significative qu'ailleurs.



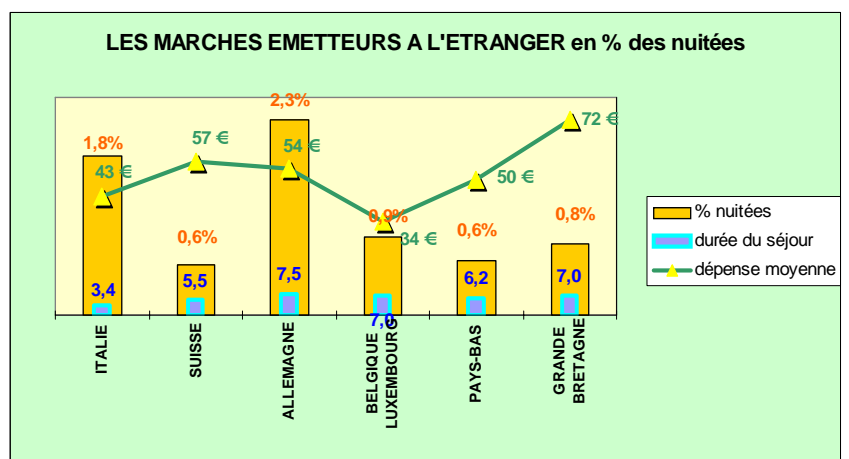
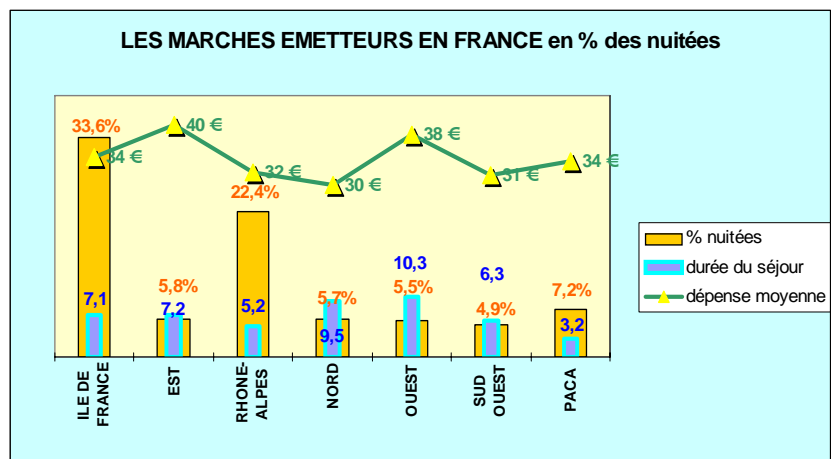
3 – Les marchés émetteurs

Un marché touristique essentiellement français.

Marchés français et étrangers confondus, la région Ile de France est au 1er rang des clientèles du territoire Provence Méditerranée.

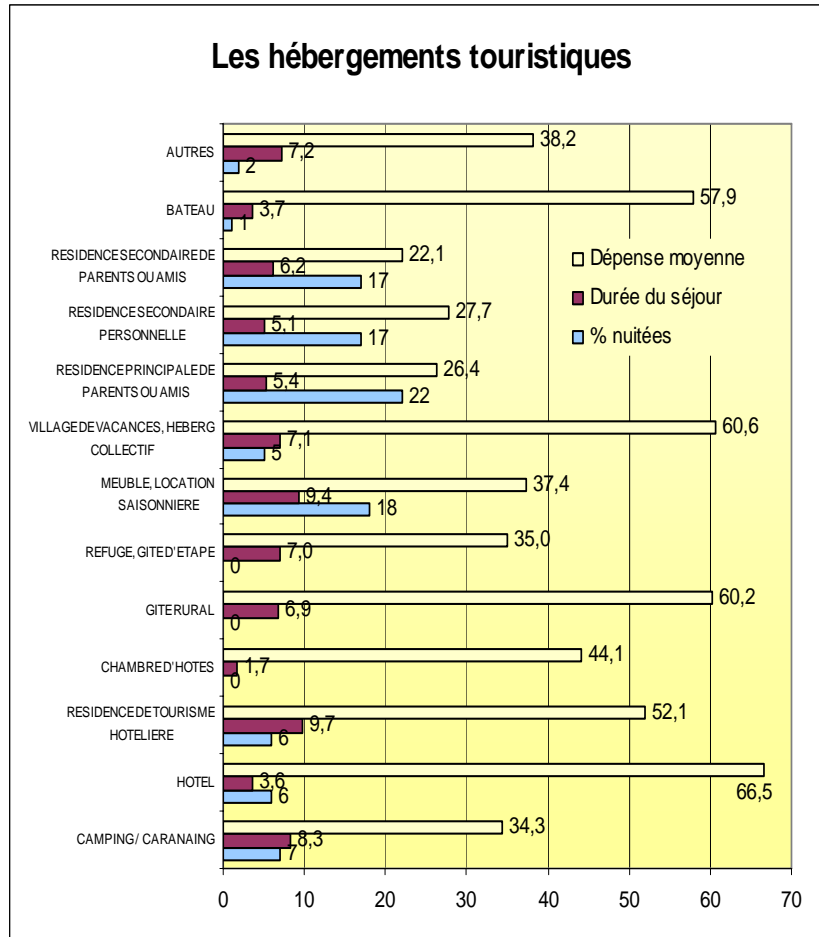
La région Rhône-Alpes est le 2ème marché touristique avec une nuitée sur cinq, largement devant la région Provence-Alpes-Côte-D'azur.

Le poids des marchés étrangers est 2 fois moins important qu'à l'échelle départementale, et l'Allemagne ainsi que l'Italie sont les principaux pays émetteurs de clientèles sur le territoire Provence Méditerranée.



Enquête de clientèle SROAT 2003 par territoire de développement

4 – LES HEBERGEMENTS TOURISTIQUES FREQUENTES



L'accueil chez les parents/amis rivalise avec la location meublée

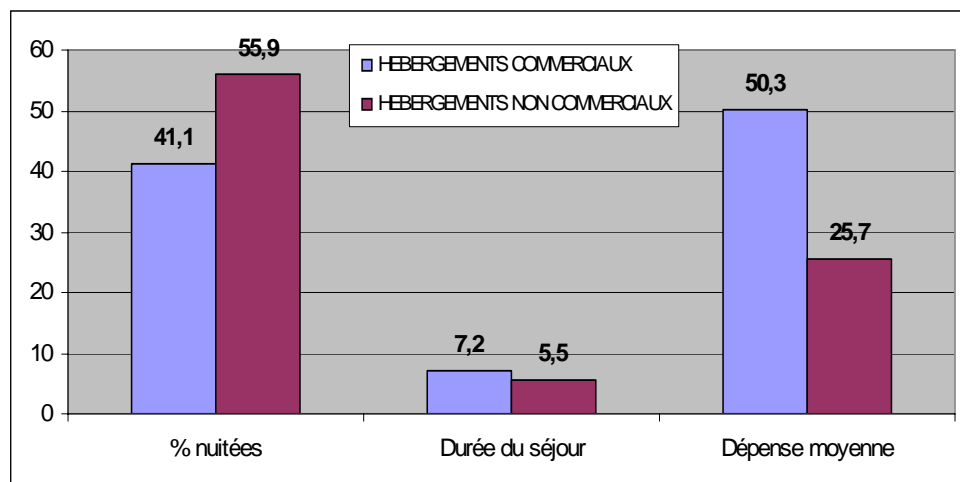
La clientèle touristique de Provence Méditerranée est hébergée pour plus de la moitié des nuitées dans un hébergement non commercial, la plupart chez les parents/amis.

La résidence secondaire de parents/amis représente le 2ème mode d'hébergement non commercial, suivie de la résidence secondaire personnelle.

La location meublée occupe toutefois le 2ème rang de l'ensemble des modes d'hébergements avec une durée de séjour de 9,4 jours.

Le camping et l'hôtel représentent respectivement le 2ème et 3ème mode d'hébergement commercial.

Ils sont suivis par la résidence de tourisme et l'hébergement collectif.



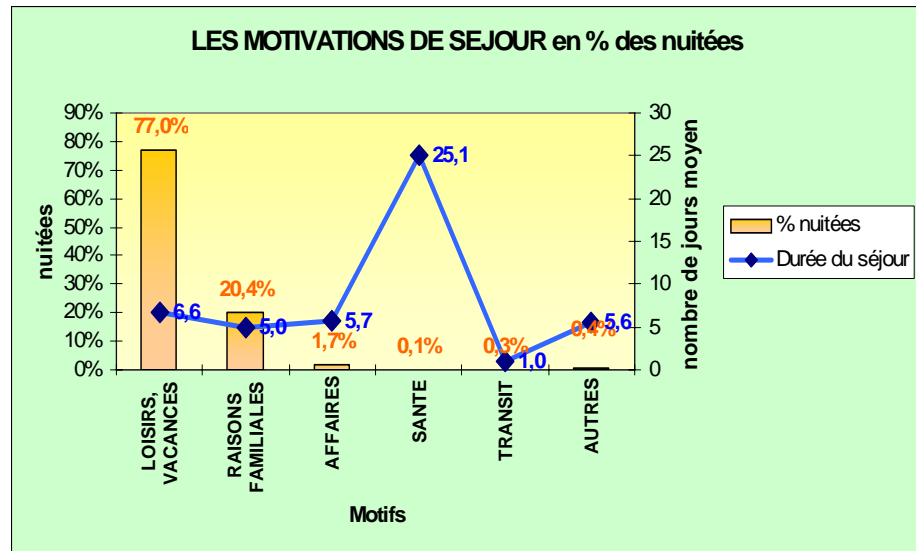
Enquête de clientèle SROAT 2003 par territoire de développement

5 – LES MOTIVATIONS DE SEJOUR en % des nuitées

Une clientèle dont le séjour est orienté « loisirs-vacances ».

Comme pour l'ensemble du département, le tourisme de loisirs-vacances prédomine fortement sur le territoire Provence Méditerranée, devant les séjours dont la motivation est liée à la visite de famille et amis.

Le tourisme d'affaires génère quant à lui près de 2% de nuitées et avec un niveau de dépenses de 63 euros, largement supérieur à celui de la clientèle de loisirs-vacances (36 euros).

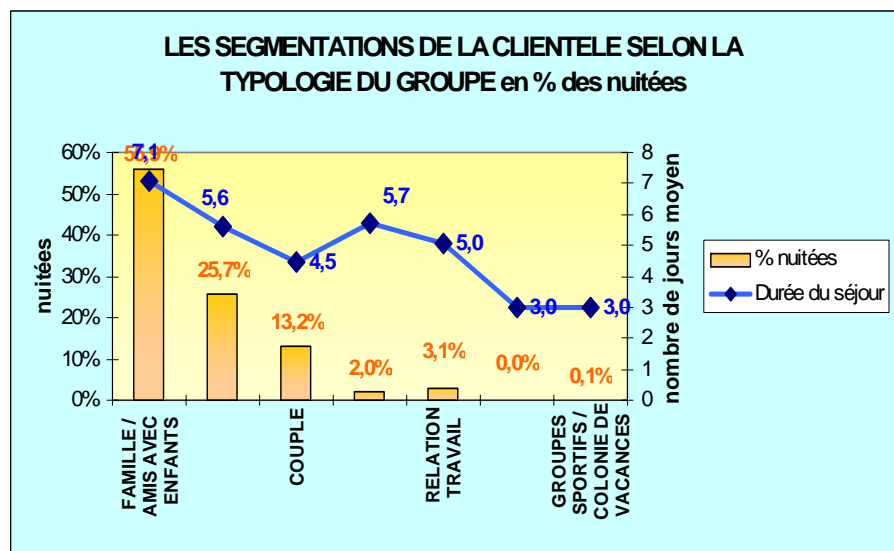


6 – LES SEGMENTATIONS DE LA CLIENTELE SELON LA TYPOLOGIE DU GROUPE en % des nuitées

Une clientèle essentiellement familiale.

Plus de la moitié des nuitées sont réalisées par une clientèle venue séjourner sur le territoire de Provence Méditerranée en famille/amis avec enfants.

Cette clientèle connaît la durée de séjour la plus importante du territoire (7 jours). Toutefois la clientèle famille/amis sans enfant est également bien représentée avec plus de 25% des nuitées.



Les touristes venus séjourner en couple représentent aussi un segment de clientèle significatif et se caractérisent par un niveau de dépense important (46 euros) consacré à la gastronomie et aux biens durables.

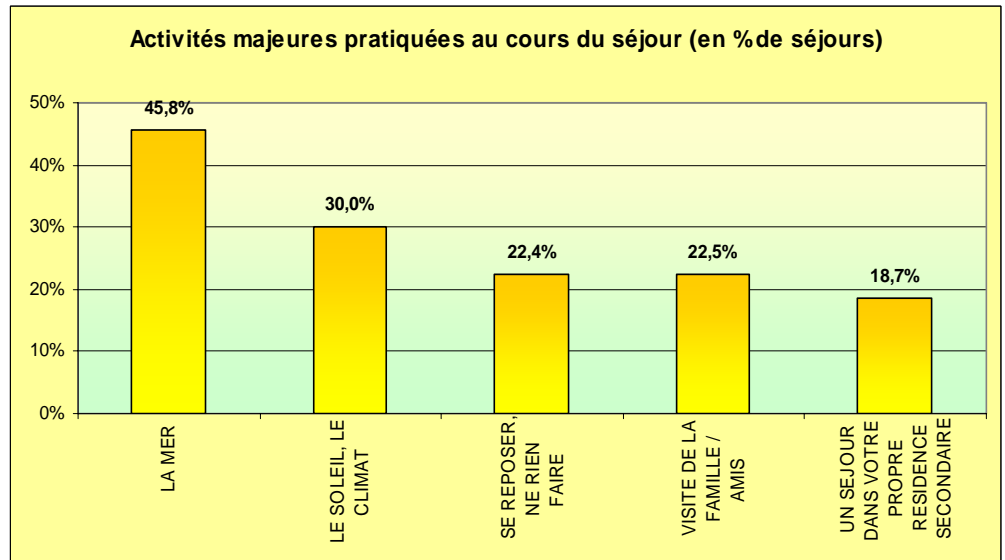
Enquête de clientèle SROAT 2003 par territoire de développement

7 – LES FACTEURS D'ATTRACTIVITE

Un séjour touristique motivé par la mer et le climat.

C'est sur le territoire de Provence Méditerranée que la mer constitue l'attrait le plus fort avec 46% des séjours, suivie par le climat avec 30% des séjours.

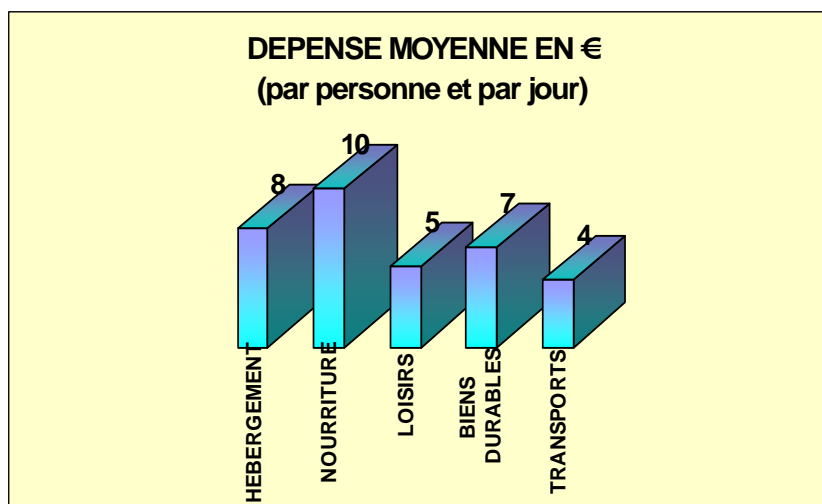
Toutefois, on note que 22% des séjours sont consacrés à la visite de famille et d'amis, suivi dans des proportions équivalentes de la détente et du repos.



Après l'utilisation de la résidence secondaire personnelle, il est à noter que 12% des séjours sont consacrés à la découverte locale (visites de villages, sites naturels).

Enfin, ce territoire connaît un poids significatif de pratique de la randonnée pédestre, de la promenade, et dans des proportions équivalentes, à la visite de marchés, brocantes, et artisans.

8 – Provence Méditerranée, près d'un milliards d'euros de consommation touristique.



Sur le territoire de Provence Méditerranée, une nuitée touristique rapporte 34,7 euros à l'économie locale en termes de consommation touristique.

C'est le 2ème niveau de dépense touristique du département.

Plus de 30% de cette dépense unitaire est consacrée à la nourriture, suivie respectivement pour plus de 20% par la consommation d'hébergement et l'acquisition de biens durables.

Le niveau de dépense sur le territoire de Provence Méditerranée est équivalent à celui du département du Var.

Enquête de clientèle SROAT 2003 par territoire de développement

LEXIQUE ET RAPPELS METHODOLOGIQUES

L'échantillon de l'enquête « cordon » (clientèle extra-régionale) a été étudié à partir de l'évaluation de la fréquentation touristique de l'espace régional et des six départements de l'été 2003, issue du dispositif de comptages journaliers sur les modes de transport.

TOURISTE : toute personne ayant passé au moins une nuit dans le Var et dont le domicile est extérieur à la région et au département (tourisme extra-régional). Toutefois, cette notion est élargie aux personnes domiciliées dans un département de la région et séjournant dans le Var (tourisme intra-régional).

NUITEE : période égale à une nuit de présence d'un touriste dans le Var

SEJOUR : période continue, incluant au moins une nuit durant laquelle un touriste est physiquement présent dans le Var.

