

LE VAR

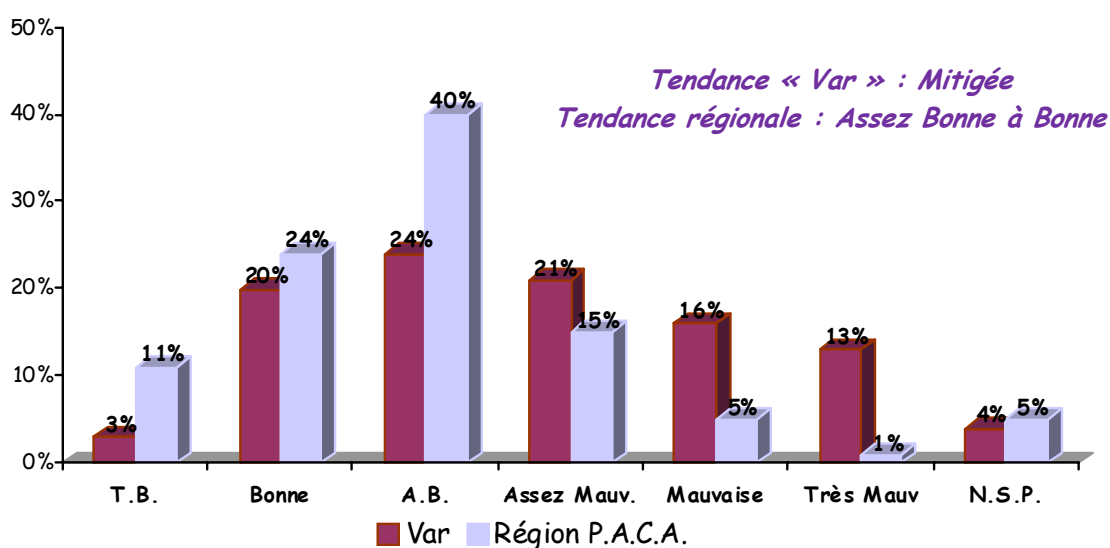
NOTE DE CONJONCTURE

NOVEMBRE A DECEMBRE 2008

Vacances de Noël 2008

Remarque générale : les bons résultats de la région s'expliquent notamment par la bonne fréquentation de l'espace Montagne (Alpes du Sud) au cours de la période étudiée (enneigement favorable).

Appréciation de la fréquentation en novembre et décembre 2008.



Les professionnels varois interrogés présentent des avis partagés sur la fréquentation connue en novembre et décembre. Ils se répartissent quasi équitablement entre une bonne (47% en cumul) ou une mauvaise fréquentation (50% en cumul)

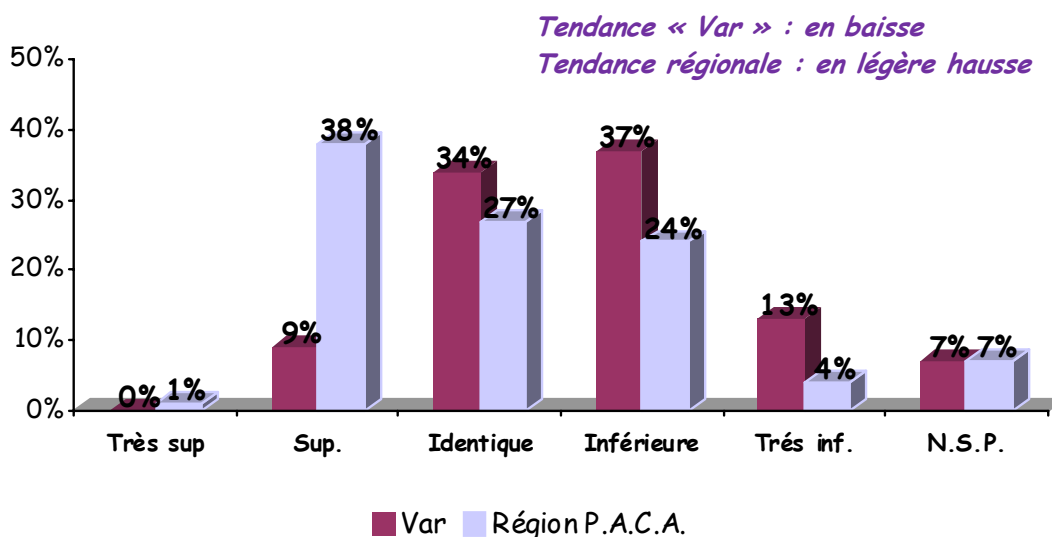
Les professionnels qui ont connu un bon niveau de fréquentation se recrutent plus particulièrement au sein des filières prestige et séminaires, et parmi les responsables d'OTSI et d'hôtels.

Inversement les professionnels qui ont connu un mauvais niveau de fréquentation se recrutent plus particulièrement au sein des filières nautisme, culture, pleine nature et vélo tourisme, situés plutôt sur l'espace littoral, et parmi les responsables de résidence de tourisme/hôtelière, de restaurants, d'activités culturelles, d'activités sportives et loisirs.

De plus on relèvera des avis partagés (aucune tendance ne ressort) pour :

- les filières autocarisme et art de vivre,
- les espaces urbains et l'arrière pays,
- les commerces et services.

Evolution de la fréquentation par rapport à novembre et décembre 2007

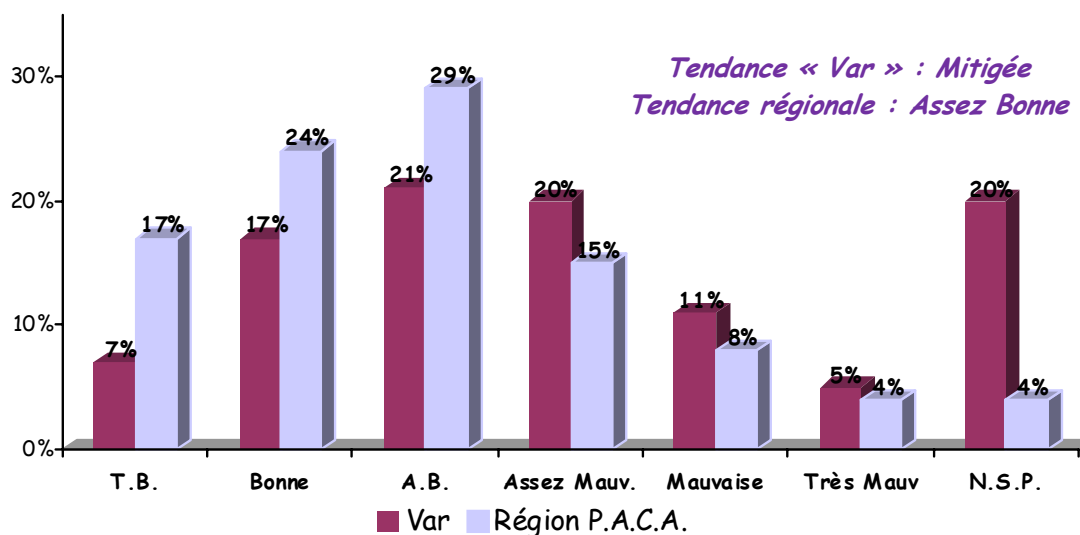


Avec une fréquentation plutôt « mitigée » sur cette période, il n'est pas surprenant que près d'un professionnel varois sur deux juge cette dernière en retrait comparativement à l'an dernier.

Cette tendance à la baisse est globalement ressentie. Hormis sur les filières séminaires et autocarisme et sur l'espace urbain pour lesquels la tendance serait plutôt à la stabilité.

On relèvera ici la tendance inverse à l'échelle régionale qui affiche une fréquentation plutôt perçue en progression.

Appréciation du niveau de fréquentation touristique des vacances de Noël 2008



A l'instar de la fréquentation touristique des mois de novembre et décembre, l'avis des professionnels sur le déroulement des vacances de Noël est partagé.

En effet, près de la moitié (45% en cumul) juge cette fréquentation plutôt favorablement.

Il s'agit plus particulièrement des professionnels

- des filières culture, autocarisme, art de vivre,
- situés en espaces urbains ou arrière-pays,
- des OTSI, hôtels, restaurants

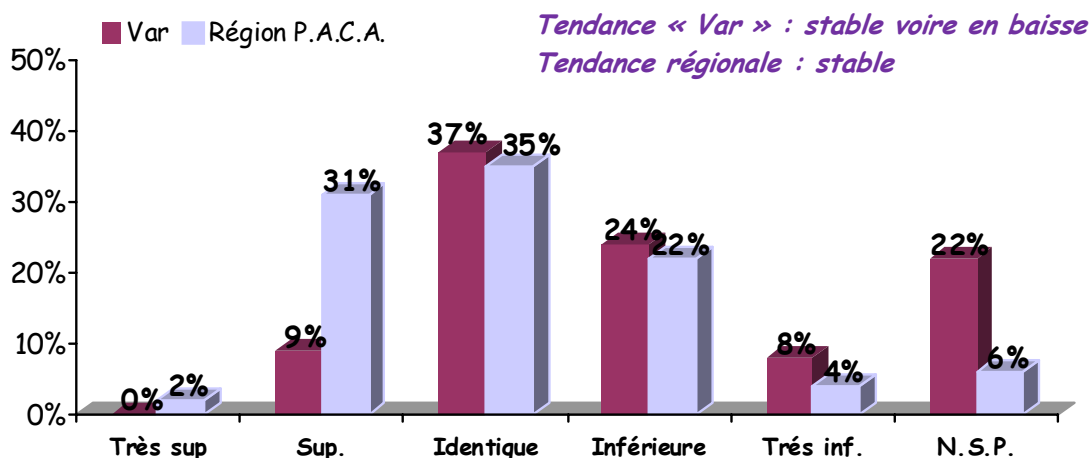
Parallèlement, plus d'un tiers (36% en cumul) juge cette fréquentation plutôt défavorablement.

Il s'agit plus particulièrement des professionnels

- des filières pleine nature, vélotourisme, séminaires,
- des résidences de tourisme, activités sportives-loisirs.

A titre indicatif notons qu'à l'échelle de la région 7 professionnels sur 10 ont connu un bon niveau de fréquentation touristique lors des vacances de Noël.

Evolution de la fréquentation touristique comparativement aux vacances de Noël 2007



Si l'appréciation de la fréquentation est assez mitigée, la tendance de son évolution s'inscrit plutôt dans la stabilité voire la baisse.

Au delà de cette tendance généralement observée, on relèvera que les professionnels qui subissent une baisse plus particulièrement marquée sont de la filière culture et des résidences de tourisme & loisirs.

La clientèle française (Vacances de Noël)

Lors des vacances de Noël les principales régions émettrices de la clientèle française sont (*par ordre décroissant de citations*):

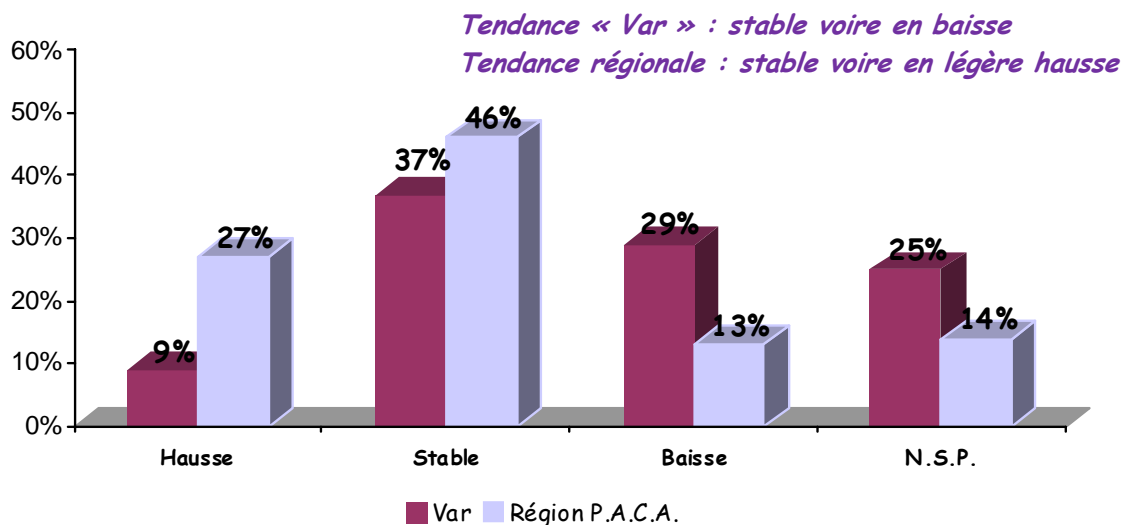
- P.A.C.A.
- Ile de France,
- Rhône Alpes.

D'une manière générale, la clientèle régionale arrive en tête pour la plupart des professionnels interrogés (*parfois ex aequo avec les clientèles d'Ile de France et/ou de Rhône Alpes*).

Quant à la clientèle francilienne, elle arrive en tête des citations pour l'espace urbain, dans les résidences de tourisme et dans les activités de loisirs.

La clientèle de Rhône-Alpes quant à elle arrive en tête des citations sur l'espace littoral (quasi ex aequo avec la clientèle francilienne).

→ *Evolution de la clientèle touristique française pour les vacances de Noël 2008 par rapport à la même période de 2007*



(base : ensemble - en %)

Pour notre échantillon :

- près de 2 professionnels varois sur cinq interrogés (37%) considèrent que la fréquentation française s'inscrit dans la stabilité comparativement à l'an dernier,
- et plus d'un sur quatre (29%) la juge plutôt en baisse.

La baisse est plus particulièrement citée par les professionnels de l'arrière pays, des filières culture, vélotourisme et des activités sportives et de loisirs.

La clientèle étrangère (Vacances de Noël)

La clientèle étrangère présente dans le Var lors de ces vacances de Noël est principalement issue des marchés suivants... *(par ordre décroissant de citations)* :

- Italie / Belgique,
- Allemagne,
- Grande Bretagne.

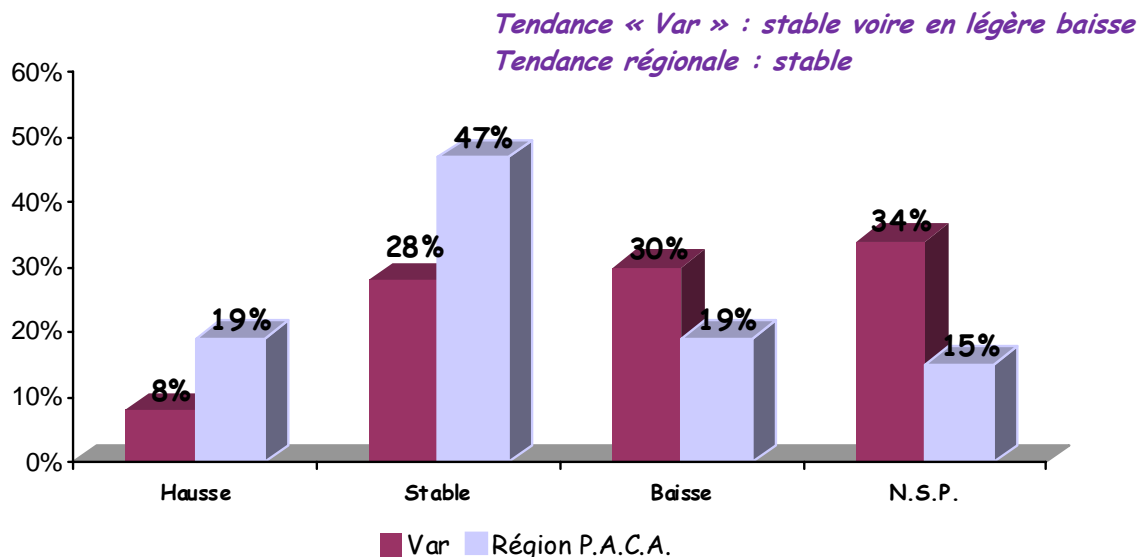
Ces 4 clientèles sont régulièrement citées par les professionnels interrogés avec des hiérarchies parfois différentes (soit ex aequo).

Toutefois on relèvera que

- ↪ l'Italie est citée comme premier marché pour la filière séminaire, sur l'espace littoral, dans les résidences de tourisme et les restaurants,
- ↪ l'Allemagne pour la filière art de vivre,
- ↪ la Belgique pour la filière vélotourisme, sur l'espace urbain, dans l'hôtellerie et les activités sportives et de loisirs.

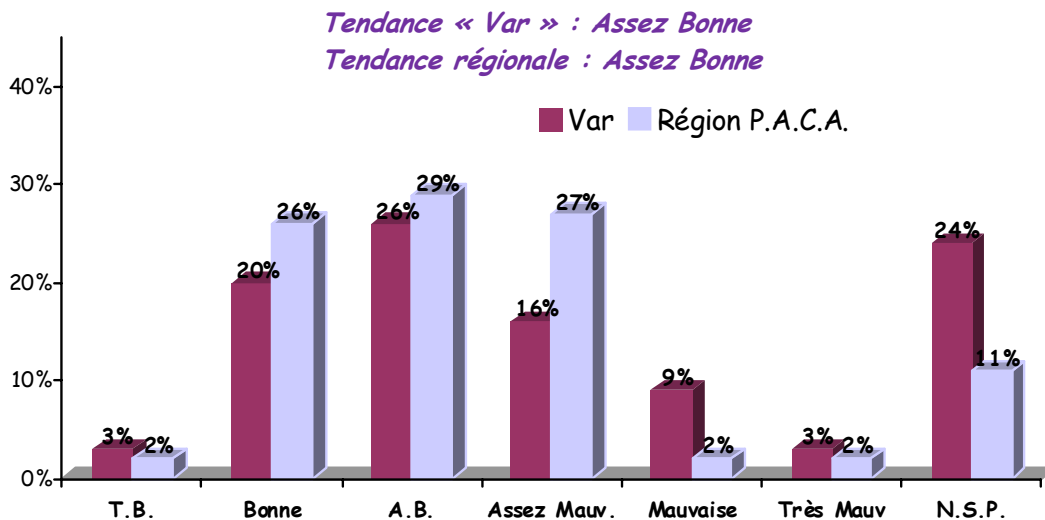
→ Evolution de la clientèle touristique étrangère pour les vacances de Noël 2008 par rapport à la même période de 2007

(base : ensemble - en %)



Concernant l'évolution de la fréquentation étrangère comparativement à l'an dernier, elle est jugée stable (citée plus particulièrement dans les filières vélotourisme, autocarisme, OTSI, Résidences de tourisme), voire en baisse (citée plus particulièrement dans les filières séminaires, art de vivre, restaurants).

Prévision de la fréquentation touristique pour janvier et février 2009

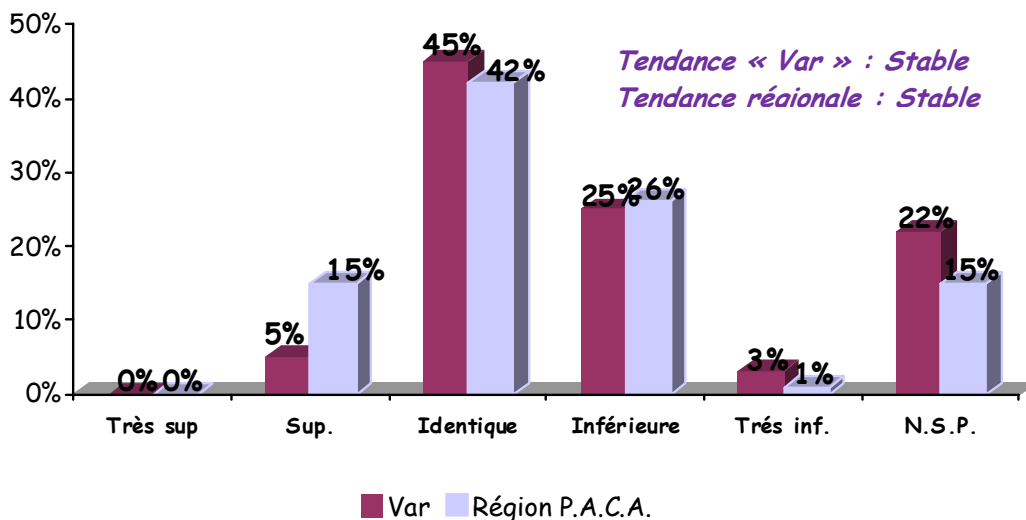


Les professionnels interrogés s'attendent à connaître un assez bon niveau de fréquentation pour les premiers mois de 2009 (aussi bien pour le Var que pour l'ensemble de la région).

Cette tendance est largement partagée, hormis sur l'espace urbain et les résidences de tourisme qui affichent des perspectives plutôt mauvaises.

Les pronostics sont par contre mitigés au sein des filières prestige et art de vivre, de l'arrière pays et pour les responsables d'hôtels et de restaurants.

➔ **Perspective de l'évolution de la fréquentation touristique pour les mois de janvier et février par rapport à la même période en 2008**

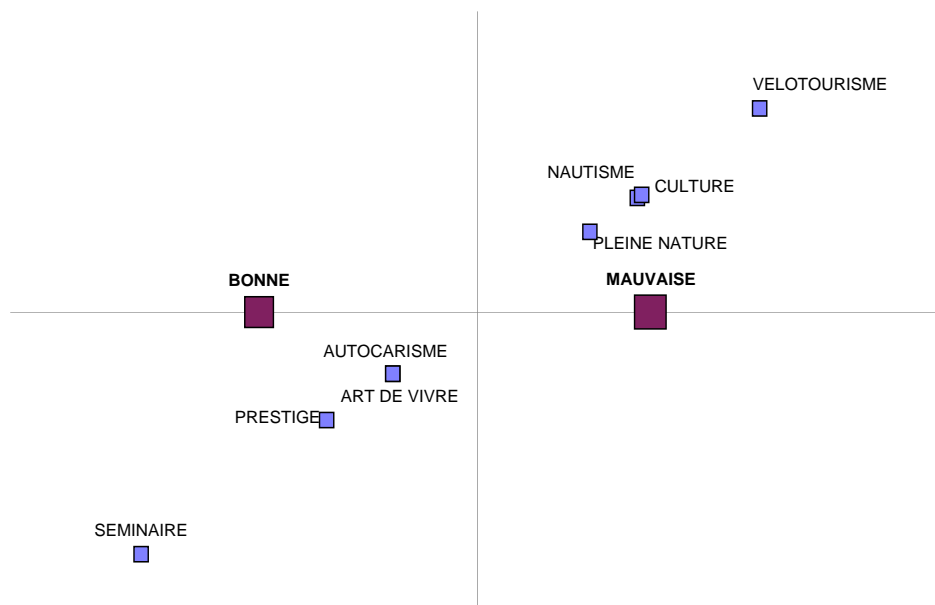


Près d'un professionnel sur deux (47%) estime que cette fréquentation devrait être sensiblement identique à celle connue l'an dernier. Si cette stabilité est

assez communément pressentie, plus d'un professionnel sur quatre s'attend à connaître une baisse de fréquentation. On les retrouve plus particulièrement parmi les filières culture et séminaires, dans les hôtels, résidence de tourisme et restaurants.

ANNEXES

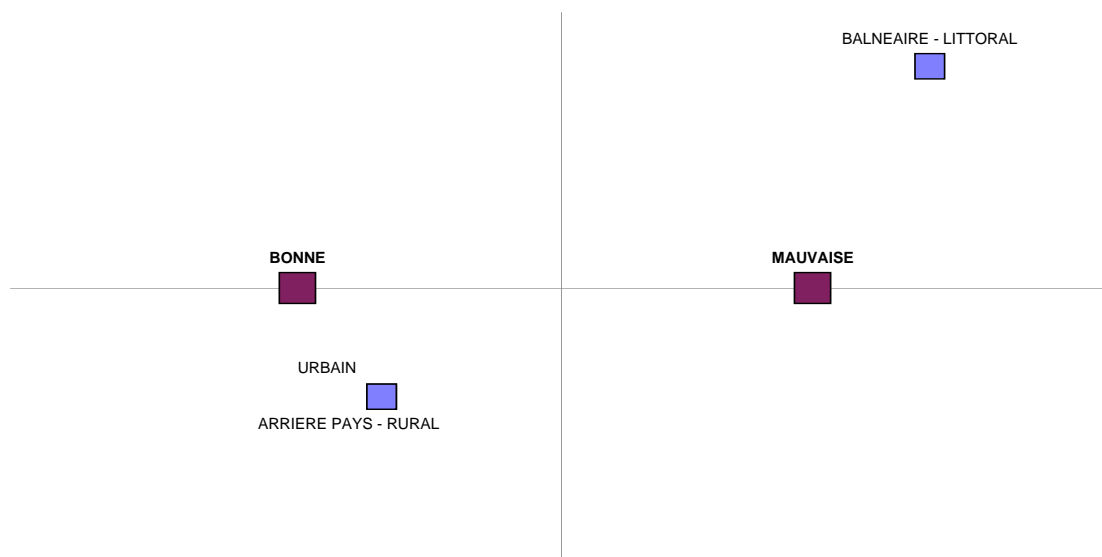
✓ Mapping de l'appréciation de la fréquentation par filière



Les professionnels des filières prestige, autocarisme, art de vivre et tourisme d'affaires sont plutôt satisfaits par la fréquentation touristique de leurs établissements.

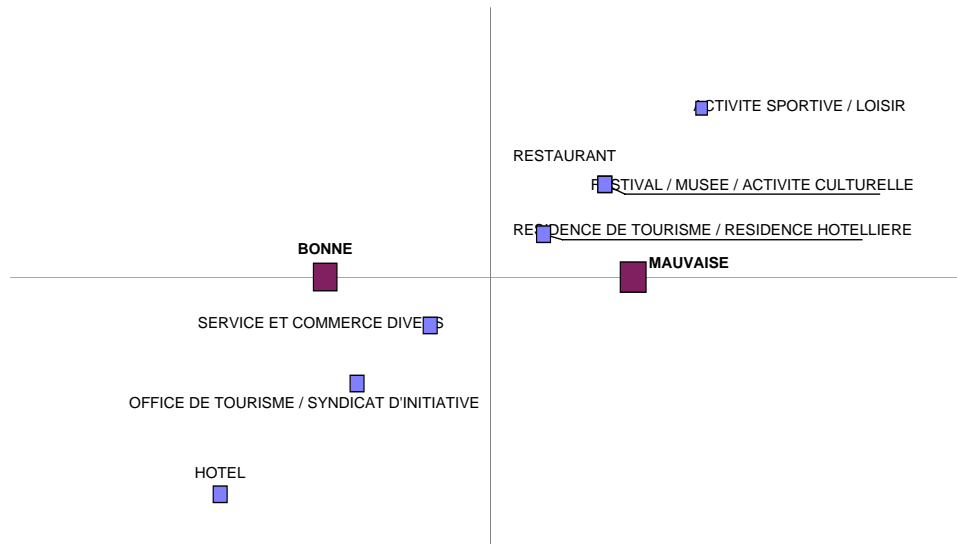
A l'inverse, les acteurs des secteurs de la pleine nature, de la culture, du nautisme et du vélotourisme sont plus pessimistes sur leur activité de novembre à décembre 2008.

✓ Mapping de l'appréciation de la fréquentation par professionnel du tourisme



Si les professionnels en arrière pays- rural et en zone urbaine sont plutôt satisfaits de la fréquentation de leurs établissements, ceux situés en balnéaire- littoral sont plus pessimistes.

✓ *Mapping de l'appréciation de la fréquentation par espace touristique*



Si la fréquentation en hôtellerie est jugée plutôt bonne, les professionnels en résidence de tourisme et de la restauration sont moins satisfaits par leur activité touristique sur cette même période.

De même, tandis que les acteurs des OTSI et des services, commerces divers évaluent la fréquentation de leurs établissements comme bonne de novembre à décembre, les professionnels des festivals/musées et des activités sportives, loisirs sont plus pessimistes.