

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

CLIENTÈLES TOURISTIQUES

2023



COMITÉ
RÉGIONAL
DE TOURISME



SOMMAIRE



ÉDITO	03
MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE	05
NOTE DE LECTURE	06
DONNÉES DE CADRAGE	07
CARACTÉRISTIQUES DE LA CLIENTÈLE.....	12
CARACTÉRISTIQUES DU SÉJOUR.....	27
DÉPENSES & RETOMBÉES ÉCONOMIQUES	38
FIDÉLITÉ & SATISFACTION	47
LE TOURISCORE	54
FOCUS.....	63

ÉDITO

Le tourisme est le poumon historique de l'économie de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur avec plus de 150 000 emplois (124 000 salariés et 29 000 non-salariés) et un chiffre d'affaires total de plus de 20 milliards d'euros par an (13 % du PIB).

Cette étude se focalise sur la consommation des touristes dans notre région qui injecte 16,8 milliards d'euros dans nos territoires (14 milliards en 2010), dont 87% issus de clientèles extrarégionales.

Dans l'objectif d'avoir une connaissance plus fine de cette activité essentielle, le CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur et la Région Sud avec le soutien des 6 partenaires départementaux, vous présentent les résultats issus de plus de 40 000 questionnaires administrés et exploités de 2019 à fin 2022. Les offices de tourisme et leur fédération régionale, les parcs naturels régionaux et nationaux, Linkeus et les 3 aéroports Marseille-Provence, Nice Côte d'Azur et Toulon-Hyères ont également contribué à ce dispositif.

Cette enquête majeure doit servir l'ensemble des partenaires institutionnels et des professionnels du tourisme pour affiner leur stratégie et préparer l'avenir grâce à :

- Une meilleure connaissance des comportements de nos visiteurs intégrant les dernières données liées à l'évolution de l'offre (hébergements, activités...), et de la distribution.
- Une mise à jour des profils de nos visiteurs, de leurs consommations et de leur satisfaction.
- Un nouvel éclairage créé par le CRT avec le **"TouriScore"** qui met en perspective l'intérêt des grands marchés touristiques en fonction de leur diffusion dans le temps et dans l'espace, de leur apport de devises, ainsi que d'une première approche sur leur contribution carbone.

Cette enquête, fruit d'un travail collectif, permet de disposer d'éléments factuels à jour et comparables entre tous les territoires. Ce premier document qui sera complété par d'autres éclairages, doit nous aider à poursuivre conjointement le travail de développement d'un tourisme durable au service de notre économie, tout en préservant la qualité de vie et la qualité environnementale de nos territoires.



François de CANSON

Président du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur
Vice-Président de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur
Président d'ADN Tourisme
Maire de La Londe-les-Maures



Denis VOGADE

Président de l'Agence de Développement
des Alpes-de-Haute-Provence



Patrick RICOU

Président de l'Agence de Développement des Hautes-Alpes
1^{er} Vice-Président du Conseil départemental des Hautes Alpes
Maire d'Orcières



Danielle MILON

Présidente de Provence Tourisme
1^{re} Vice-présidente du Conseil départemental des Bouches-du-Rhône
Vice-présidente de la Métropole Aix-Marseille-Provence
Délégue à l'attractivité du territoire et au tourisme
Maire de Cassis



Guillaume DECARD

Président de Var Tourisme
Vice-Président
du Conseil Départemental du Var



Pierre GONZALVEZ

Vice-Président du Département de Vaucluse
Président de Vaucluse Provence Attractivité

MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE



OBJECTIFS

Produire une photographie précise de la clientèle touristique à l'échelle de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, de ses 6 départements et de ses 3 marques de destination Provence, Alpes et Côte d'Azur; connaître les profils, les pratiques et la perception détaillée du territoire, et quantifier les retombées économiques directes dans la région.



CIBLE

Touristes français et internationaux ayant séjourné dans la région, quel que soit le motif de présence, dès lors que le répondant passe une nuit en dehors de son domicile principal.



PLAN DE SONDAGE

Administration sur sites via un questionnaire papier auto-administré, sur une année complète + enquête Web auprès des résidents de la région + dispositifs complémentaires de distribution de questionnaires, de QR-code, de liens URL via les partenaires offices de tourisme, parcs naturels régionaux et nationaux, LINKEUS + intégration des enquêtes aux aéroports de Marseille-Provence, Nice Côte d'Azur et Toulon-Hyères.



CALENDRIER

Collecte des questionnaires de novembre 2019 à mars 2020, interruption COVID et reprise en octobre 2021 jusqu'en octobre 2022. Novembre 2022 à octobre 2023 : redressement, validation et restitution des résultats.

RÉSULTAT DE LA COLLECTE

42 788

Nombre
de **questionnaires**
administrés
dans
la région Sud

50 418

Nombre
de **lieux de séjours**
décrits

1 individu peut décrire
jusqu'à 9 lieux de séjours



RÉALISATION ET TRAITEMENT DE L'ENQUÊTE : BVA

ASSISTANCE À MAÎTRISE D'OUVRAGE : JPC CONSULTANT

COMITÉ DE PILOTAGE/ PARTENAIRES TECHNIQUES ET FINANCIERS :

AD ALPES- DE-HAUTE-PROVENCE, AD HAUTES-ALPES,
COMITÉ DE TOURISME CÔTE D'AZUR FRANCE,
PROVENCE TOURISME (CONSEIL DÉPARTEMENTAL 13),
VAR TOURISME ET VAUCLUSE PROVENCE ATTRACTIVITÉ

NOTE DE LECTURE

LES PÉRIODES DE SÉJOUR

Printemps = avril + mai + juin

Cœur d'été = juillet + août

Été indien - Automne = septembre + octobre + novembre

Hiver = décembre + janvier + février + mars

LA DURÉE DE SÉJOUR

La durée de séjour est exprimée en nombre de jours.

Ex : 6,5 = le touriste passe 6,5 jours dans la région



LES 2 UNITÉS DE VALEUR UTILISÉES

BASE SÉJOURS

BASE NUITÉES

Les résultats sont exprimés **en unité Séjour ou en unité Nuitée**. L'unité Séjour traduit les résultats en individu séjournant. L'unité Nuitée prend en compte la durée du séjour du touriste.

Prenons l'exemple de 2 touristes séjournant dans la région, le premier à l'hôtel pour 1 nuit, le second dans sa résidence secondaire pour 2 nuits.

- **en unité Séjour**, chaque individu prend le même poids (=1 séjour ici). Les hébergements Hôtel et Résidence secondaire représentent donc chacun 50 % de l'activité touristique.
- **en unité Nuitée**, le premier touriste prend un poids de 1 (= 1 nuit), le second un poids de 2 (= 2 nuits). L'Hôtel représente alors 33 % de l'activité touristique (= 1/3 nuitées) et la Résidence secondaire 66 % (= 2/3 nuitées).

La pondération Séjours présente les résultats en terme d'individu sans prise en compte des durées de séjour, la pondération Nuitées ajoute la dimension de la durée du séjour.

DÉFINITIONS

Touriste extra-régional français : touriste français dont la résidence principale n'est pas en région Sud.

Touriste international : touriste dont la résidence principale se situe à l'étranger.

Touriste intra-régional : touriste originaire de la région Sud et ayant effectué un séjour dans cette même région.



DONNÉES DE CADRAGE

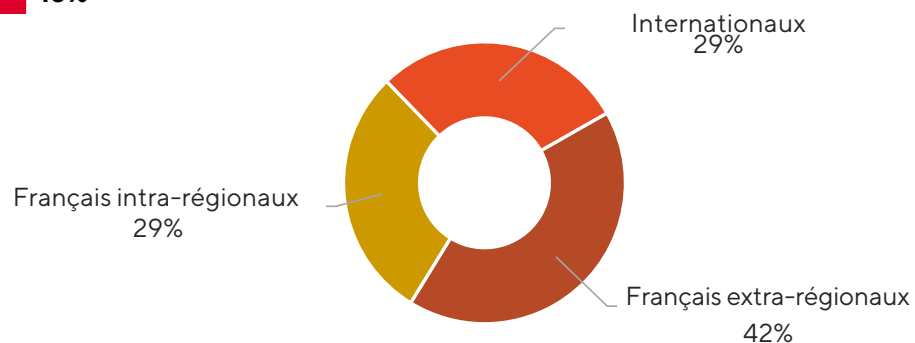
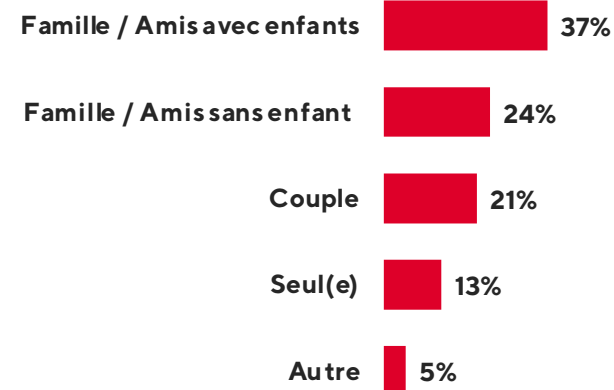
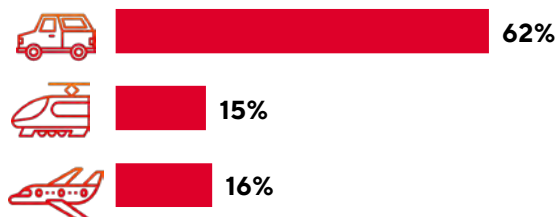
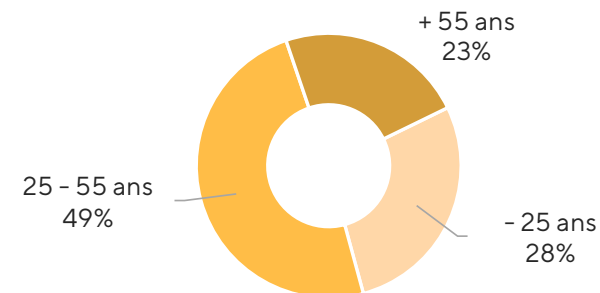
**LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE
S'ÉLÈVE À 237,7 MILLIONS DE NUITÉES
POUR 36,6 MILLIONS DE SÉJOURS
(+18 % VS 2010).**

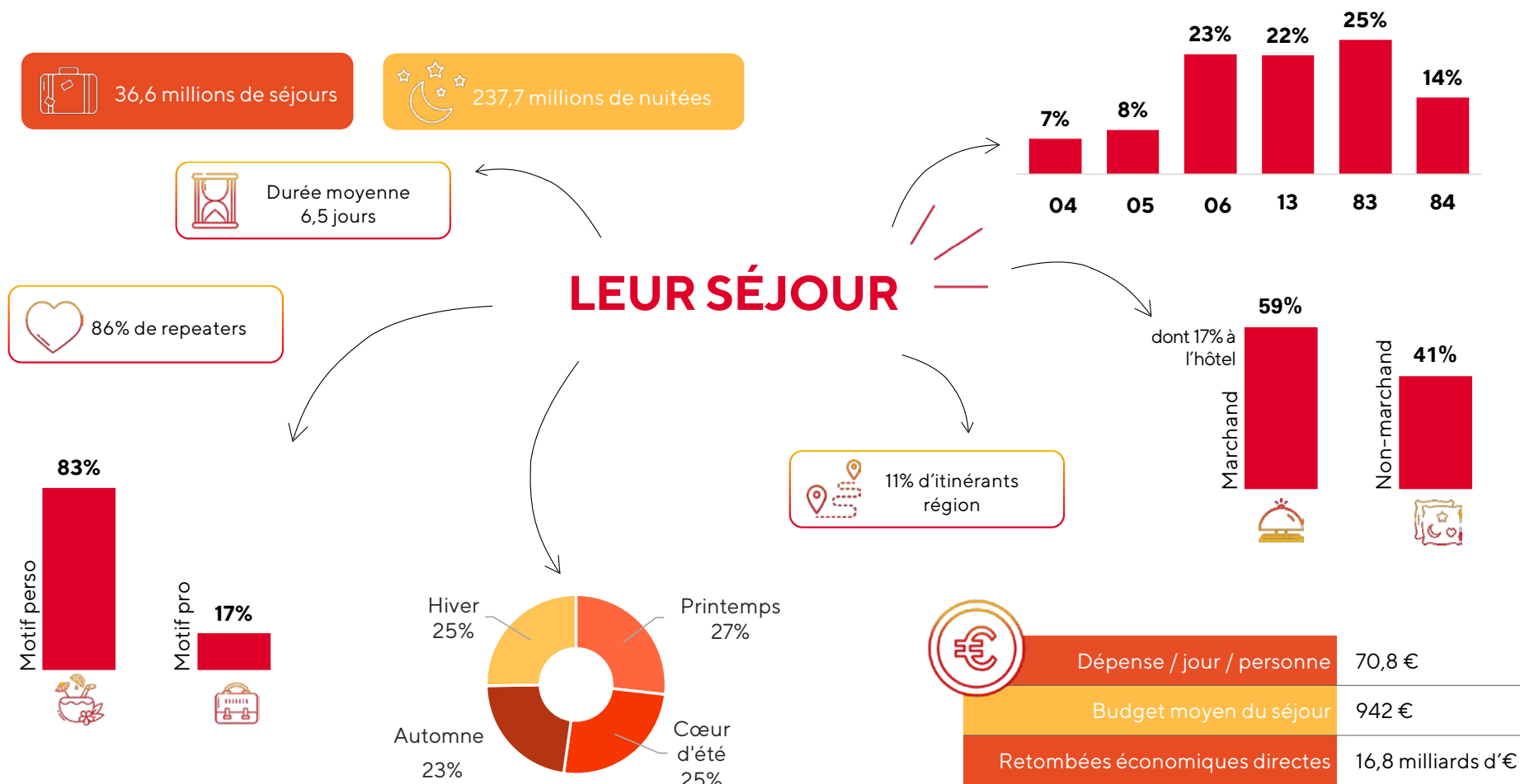
**LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES
DIRECTES REPRÉSENTENT
PRÈS DE 16,8 MILLIARDS D'EUROS
(+19 % VS 2010).**

SYNTHÈSE



LES TOURISTES







SUR 10 TOURISTES DANS LA RÉGION...

- 9** sont déjà venus
- 6** quittent la région en voiture
- 3** vivent dans la région
- 3** sont internationaux
- 2** viennent en couple
- 6** séjournent en hébergement marchand -> **2 à l'hôtel**
- 2** ont un motif professionnel
- 1** est un itinérant dans la région

**ET, DANS LEUR GRANDE MAJORITÉ,
ILS SONT SATISFAITS...**

3 SONT INTERNATIONAUX

Ce qui les caractérise...

- 61 %** sont en hébergement marchand (vs 59 % au global)
- 27 %** logent dans des locations meublées (vs 23 % au global)
- 24 %** voyagent en couple (vs 21 % au global)
- 54 %** réservent leur séjour via des plateformes en ligne (vs 29 % au global et 49 % au global marchand)
- 25 %** sont primo-visiteurs (vs 14 % au global)
- 37 %** quittent la région en avion (vs 17 % au global)

6 SÉJOURNENT DANS UN HÉBERGEMENT MARCHAND

Ce qui les caractérise...

- 22 %** font des séjours de plus de 7 jours (vs 26 % au global)
- 22 %** se déplacent pour un motif professionnel (vs 17 % au global)
- 21 %** voyagent en famille/amis sans enfant (vs 24 % au global)
- 32 %** s'informent directement auprès de leur hébergement (vs 26 % au global)
- 83 %** sont des repeaters (vs 86 % au global)



QUELQUES CHIFFRES CLÉS



36,6 millions de séjours dans la région



237,7 millions de nuitées
dont **150,8** millions de nuitées françaises



86,8 millions de nuitées internationales



32,7 millions de nuitées réalisées par des primo-visiteurs



6,5 jours de durée de séjours



70,8 € de dépense moyenne par jour et par personne



942 € de budget moyen du séjour



16,8 milliards d'€ de retombées économiques directes



CARACTÉRISTIQUES DE LA CLIENTÈLE

LE POIDS DU TOURISME INTRA-RÉGIONAL REPRÉSENTE 29 % DES SÉJOURS ET 13 % DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES.

LES TOURISTES INTERNATIONAUX PÈSENT POUR 29 % DES SÉJOURS, MAIS REPRÉSENTENT 37 % DES NUITÉES ET 45 % DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES.



PÉRIODE DE SÉJOUR



LIEUX DE SÉJOUR



ORIGINE DE LA CLIENTÈLE



STRUCTURE DES GROUPES ET TAILLE MOYENNE

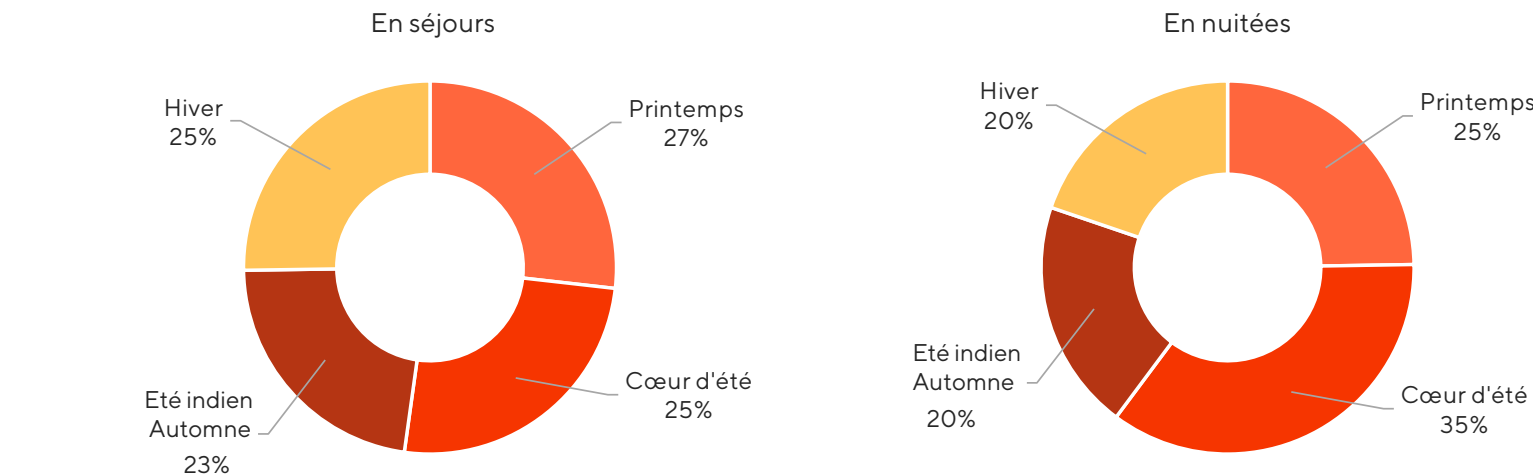






ÂGE DE LA CLIENTÈLE



CSP

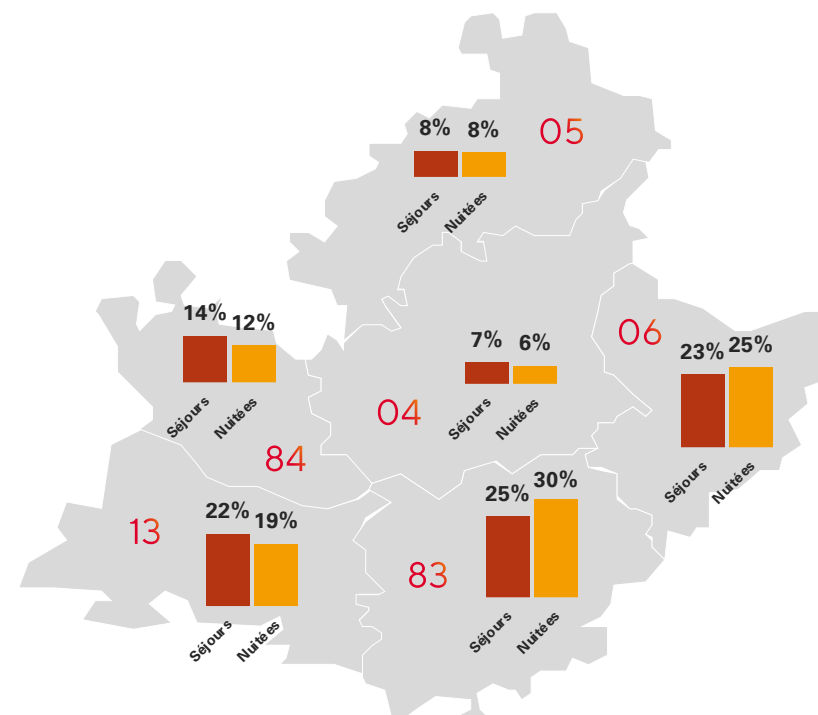
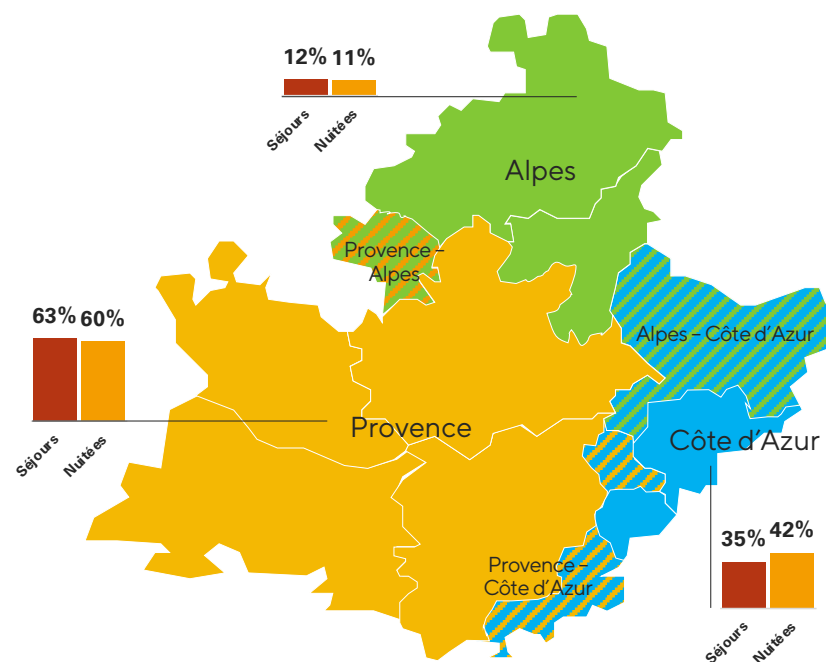
LA PÉRIODE DU SÉJOUR



	 Printemps	 Cœur d'été	 Eté indien Automne	 Hiver	Année
Séjours	9 815 900	9 310 300	8 266 100	9 245 000	36 637 300
Nuitées	58 810 100	84 253 700	47 588 600	47 020 900	237 673 300
Durée moyenne du séjour (en jours)	6	9	5,8	5,1	6,5
Dépense moyenne / jour / pers.	76,2 €	68,8 €	76 €	62,4 €	70,8 €

Le cœur d'été (juillet/août) concentre 35 % des nuitées, période où la durée de séjour est maximale (9 jours).
C'est au printemps et sur l'automne que la dépense moyenne par jour et par personne est la plus élevée...

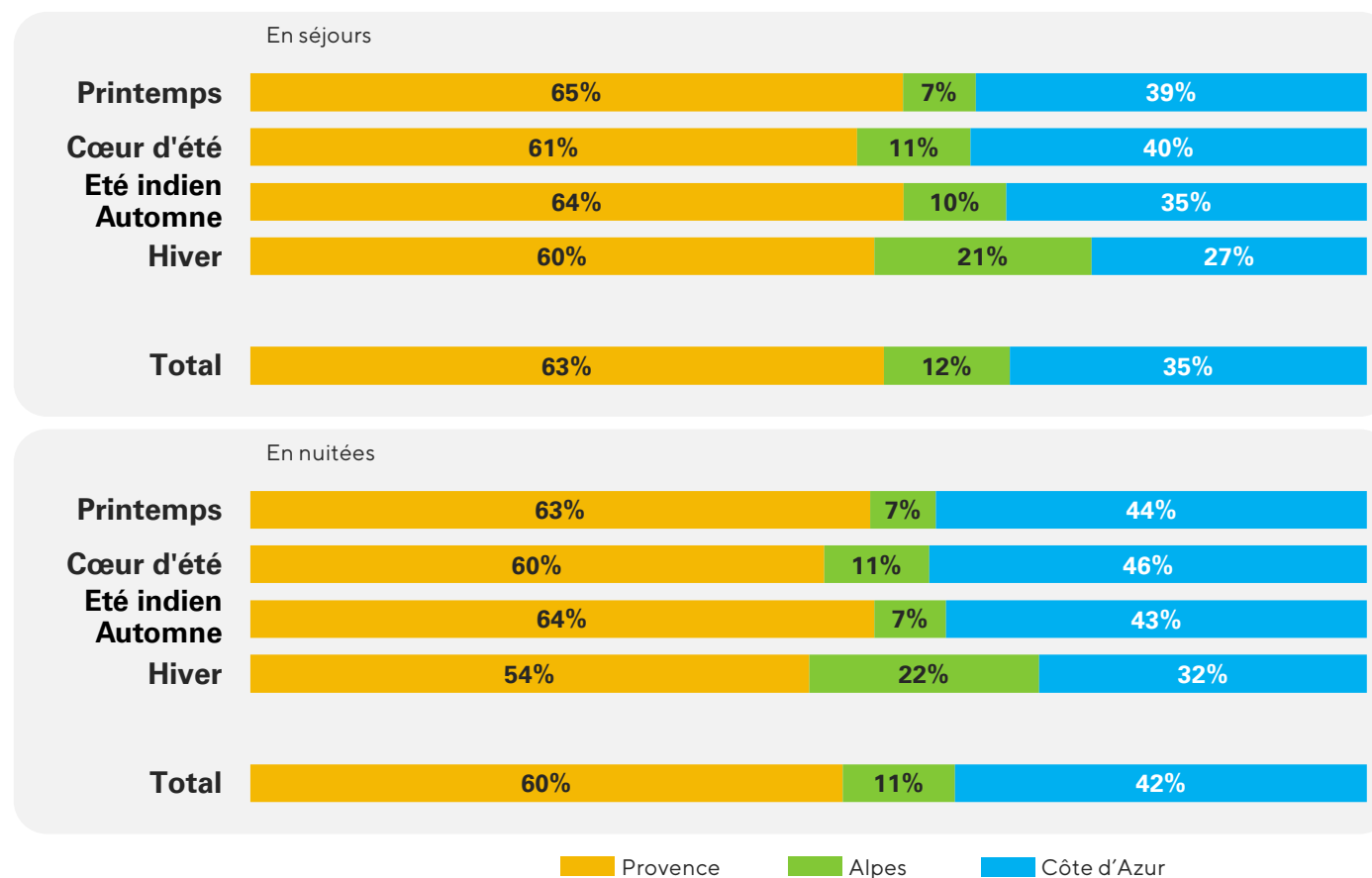
LES LIEUX DE SÉJOUR : 3 DESTINATIONS MONDE ET DÉPARTEMENTS



**63 % des séjours sont réalisés en Provence, 35 % sur la Côte d'Azur, 12 % dans les Alpes du Sud.
25 % des séjours sont réalisés dans le Var, 23 % dans les Alpes-Maritimes, 22 % dans les Bouches-du-Rhône.**

A noter qu'il y a des recoupements géographiques entre les territoires des 3 destinations monde (zones hachurées).
De fait, le cumul des pourcentages par destination dépasse les 100 %.

LA SAISONNALITÉ POUR LA PROVENCE, LES ALPES DU SUD ET LA CÔTE D'AZUR

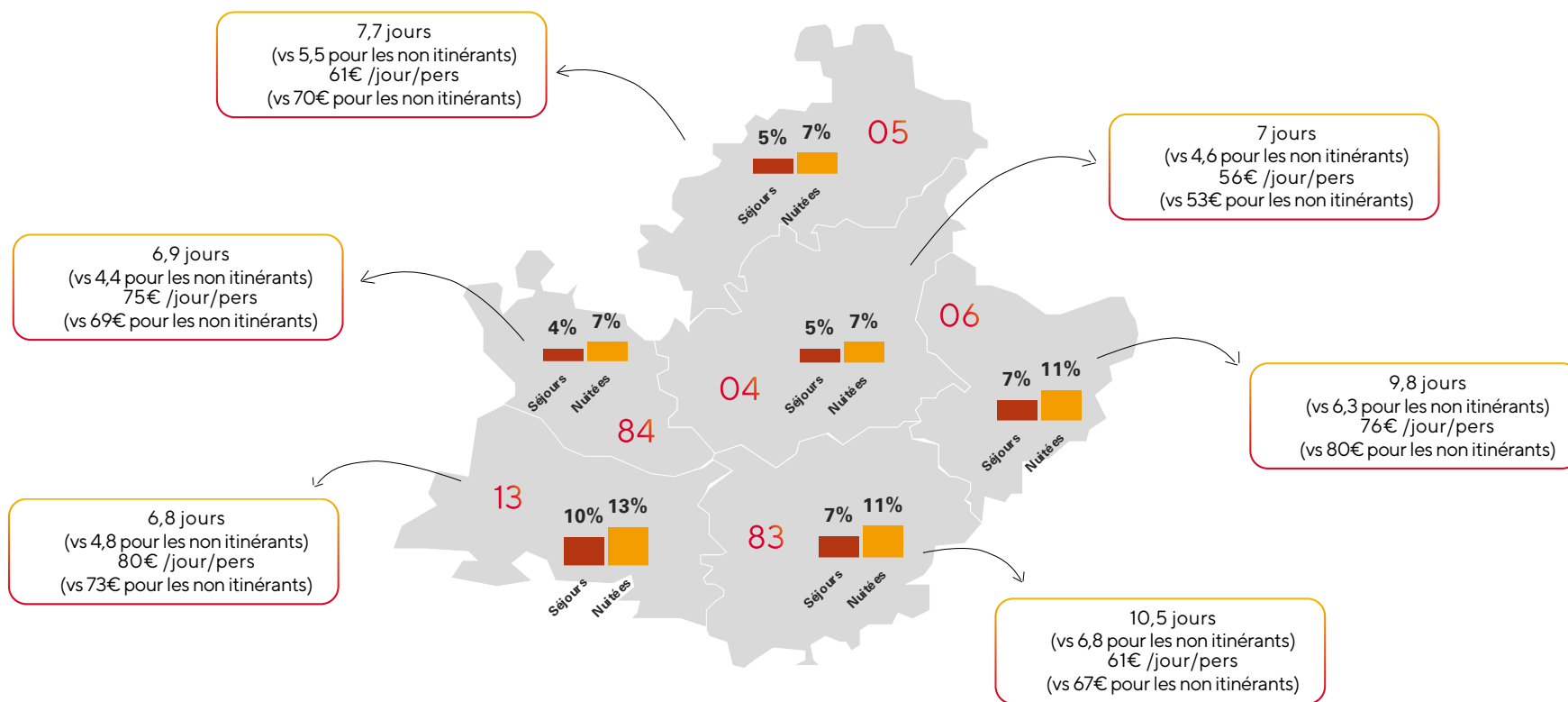


NOTE

Le volume global de séjours sur les territoires de marque est supérieur à celui du global région en raison des zones communes aux territoires de marque. Pour chaque saison, la somme des pourcentages est logiquement supérieure à 100%.

Les Alpes du Sud attirent 12 % des séjours à l'année mais 21 % sur la période hivernale. L'attractivité de la Provence est relativement stable sur l'année. La Côte d'Azur voit sa part de marché réduite en période hivernale...

LA RÉPARTITION DES ITINÉRANTS SUR LA RÉGION

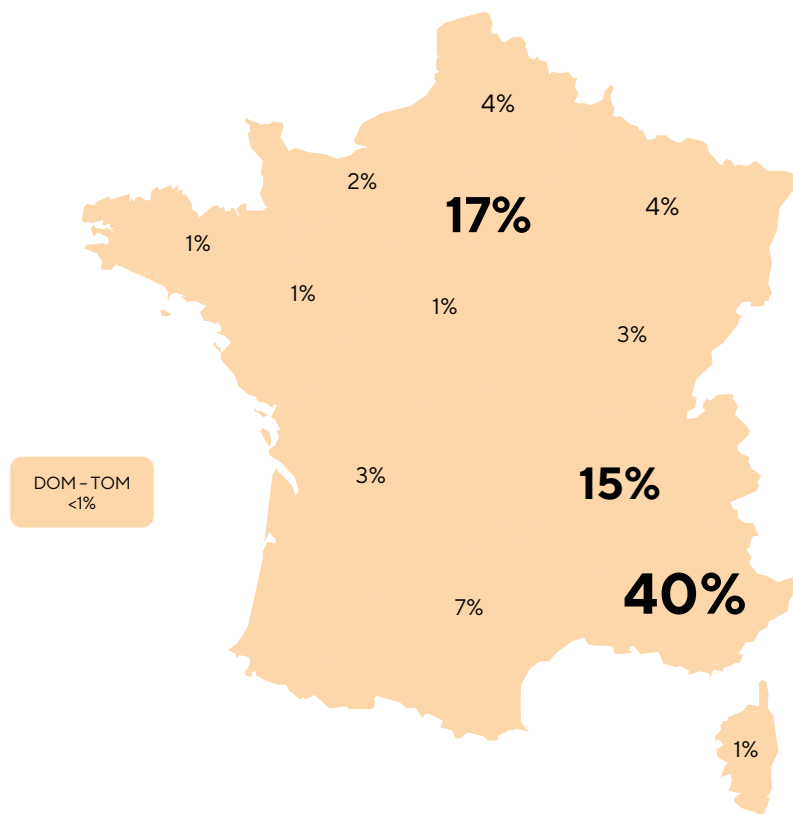


Un touriste itinérant réalise au moins deux séjours dans deux départements différents.

A l'échelle de la région, l'itinérance représente 10 % des séjours et 14 % des nuitées.

Ces touristes séjournant dans plusieurs départements au cours de leur séjour sont en proportion plus nombreux dans les Bouches-du-Rhône (13 % des nuitées), le Var (11 %) et les Alpes-Maritimes (11 %)...

ORIGINE DES FRANÇAIS EN SÉJOUR SUR 100 % DES SÉJOURS FRANÇAIS



71% de clientèle française en région Sud



26,1 millions de séjours



150,8 millions de nuitées



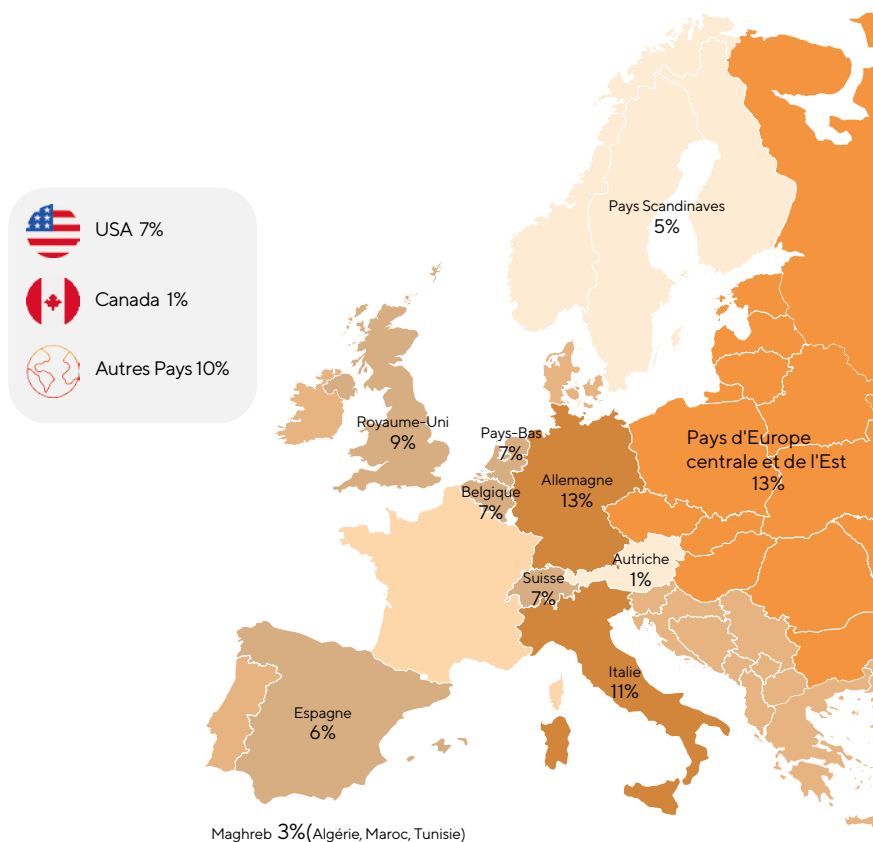
5,8 jours en moyenne



61,3 € par jour/pers en moyenne

Un tourisme français extra-régional en provenance principalement d'Île-de-France, des régions d'Auvergne-Rhône-Alpes et d'Occitanie et de façon plus diffuse de l'ensemble du territoire français
Un tourisme intra-régional important, représentant 40 % des séjours français.

ORIGINE DES INTERNATIONAUX EN SÉJOUR SUR 100 % DES SÉJOURS INTERNATIONAUX



29 % de clientèle internationale en région Sud



10,6 millions de séjours



86,8 millions de nuitées



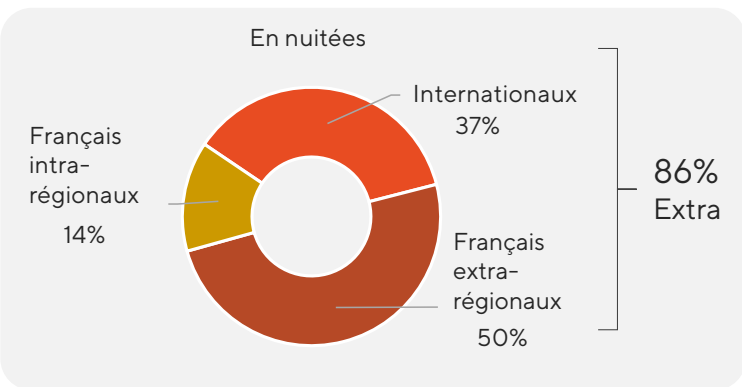
8,2 jours en moyenne



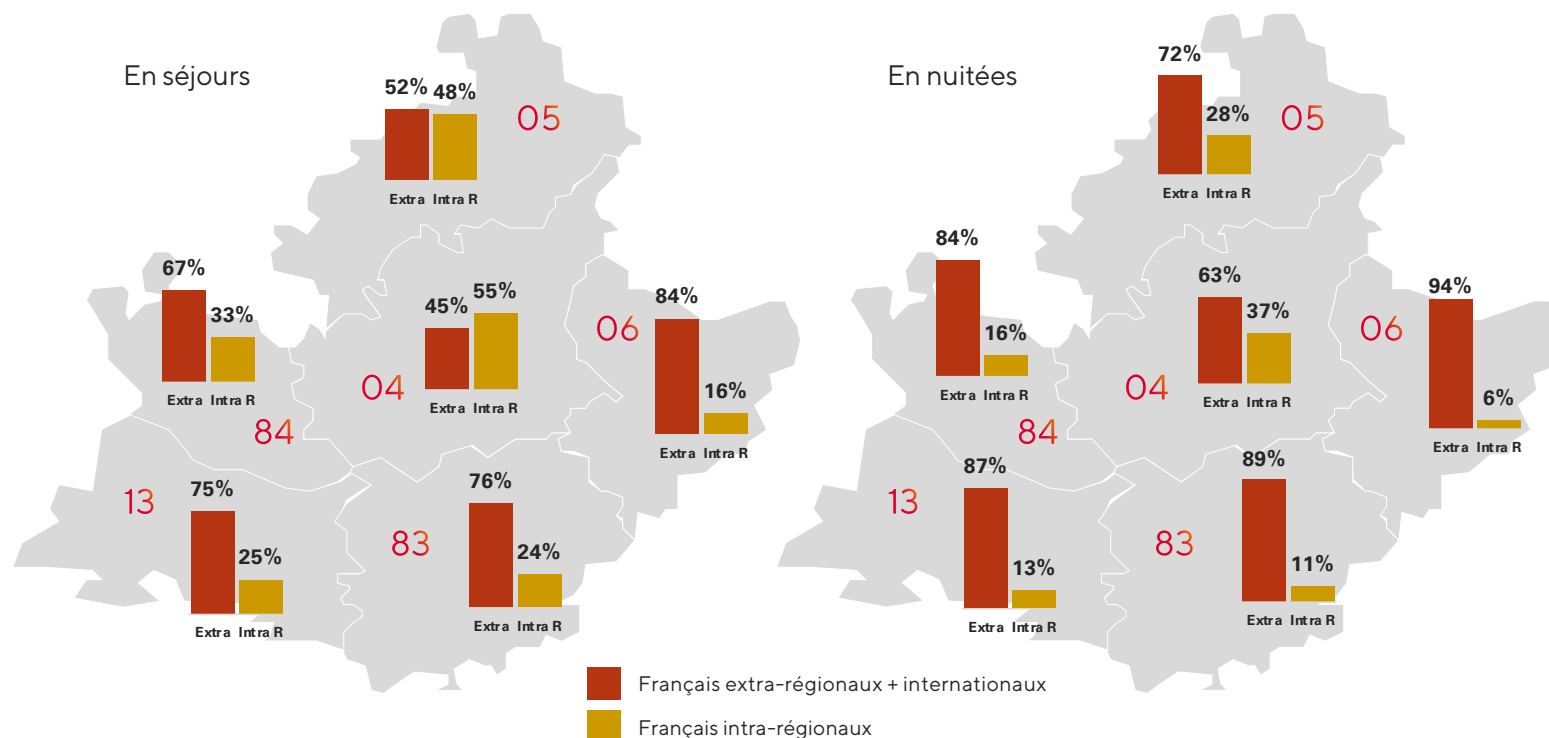
87,2 € par jour/pers en moyenne

29 % des séjours sont réalisés par des touristes internationaux.

L'Allemagne, l'Italie, le Royaume-Uni représentent 1/3 des séjours internationaux, l'Amérique du Nord 8 %.

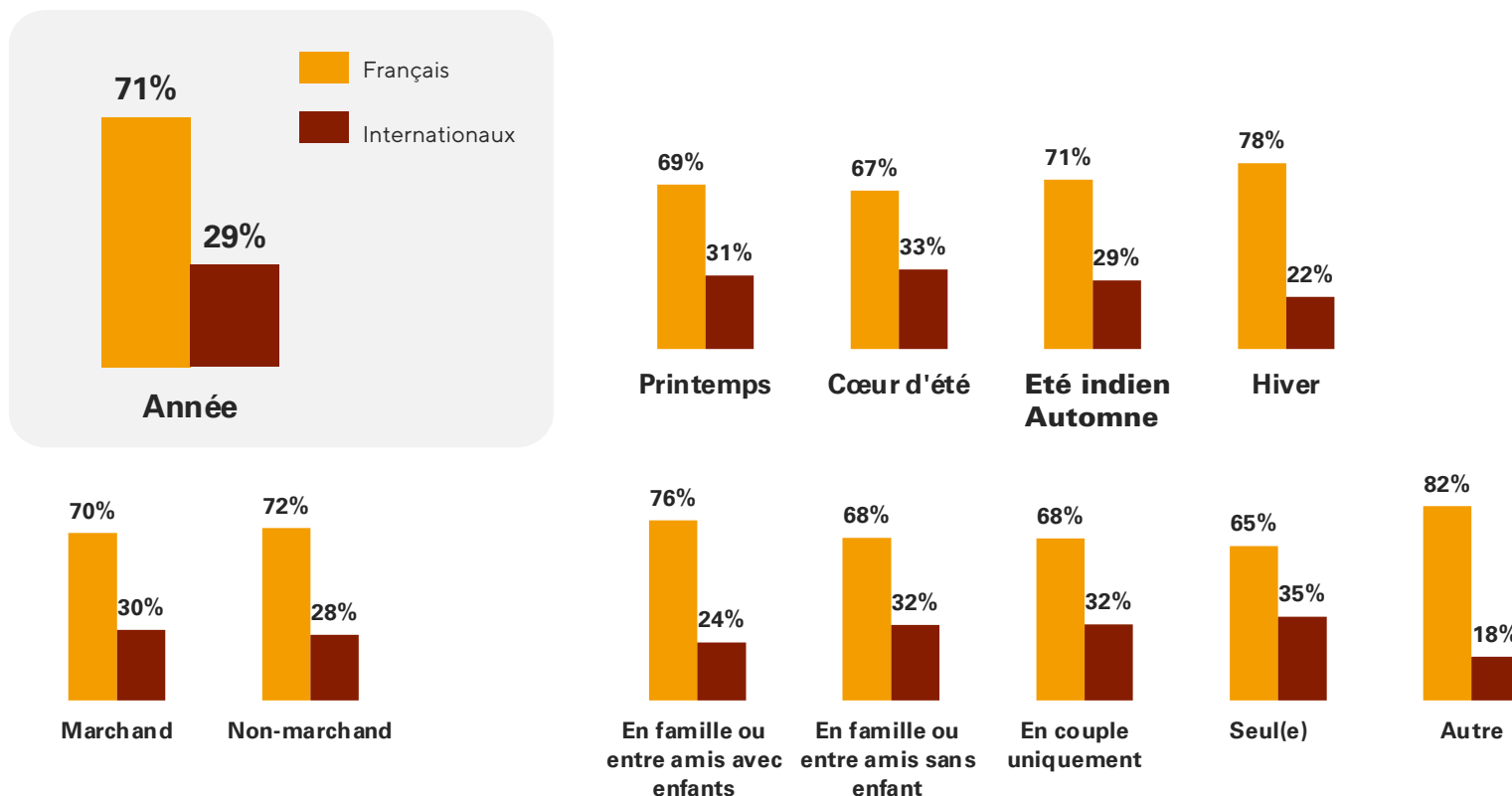
Dépense moyenne / jour / pers.

RÉPARTITION DE LA CLIENTÈLE EXTRA / INTRA



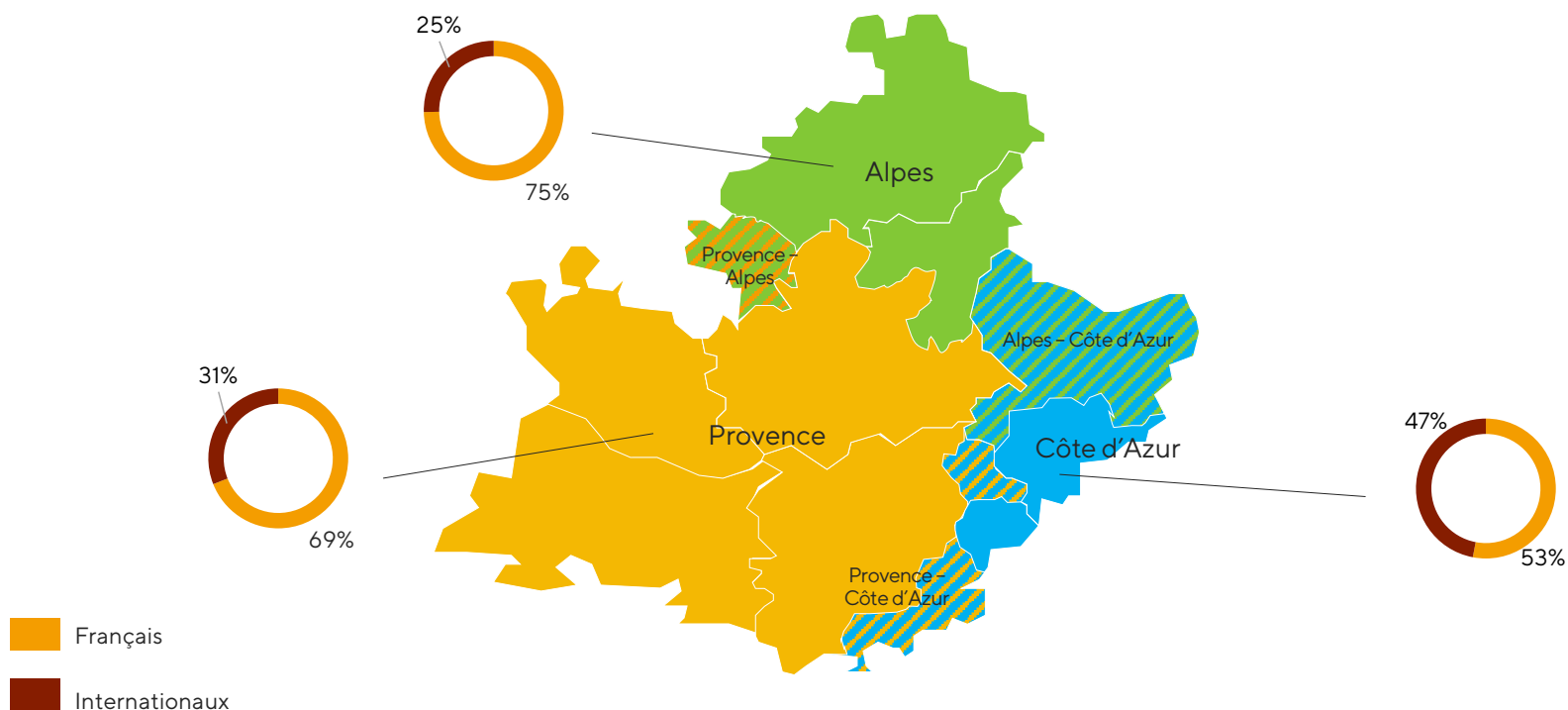
Favorisé par le contexte post-covid, le tourisme intra-régional est particulièrement présent dans les Hautes-Alpes (48 % des séjours) et les Alpes-de-Haute-Provence (55 %). Dans les départements littoraux, le tourisme extra-régional supplante l'intra-régional, avec près de 75 % des séjours dans les Bouches-du-Rhône et le Var et 84 % dans les Alpes-Maritimes.

COMPARAISON DE LA CLIENTÈLE : FRANÇAIS / INTERNATIONAUX



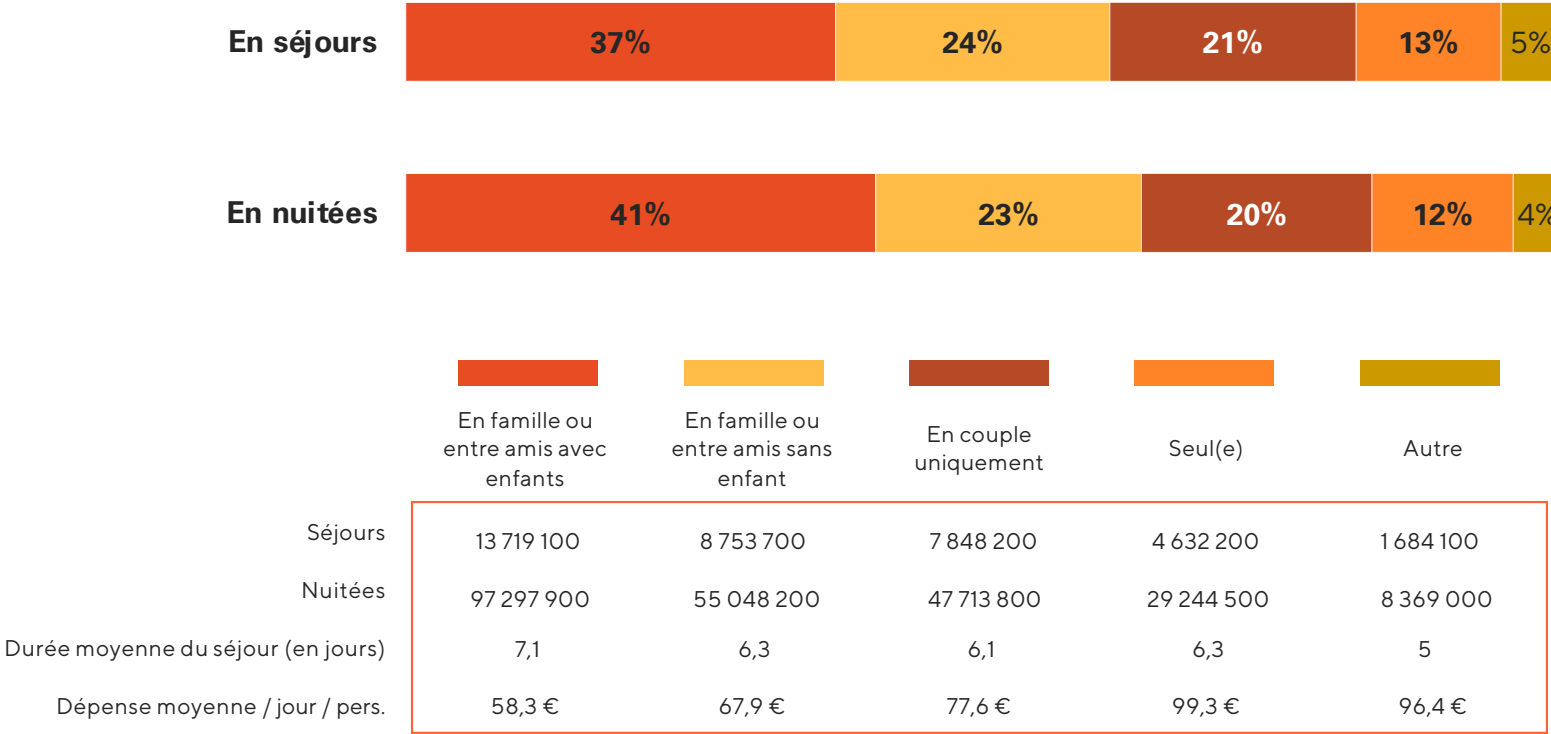
**Près de 3 séjours sur 10 sont réalisés par des touristes internationaux .
Ces derniers se retrouvent davantage en hébergement marchand et voyagent moins souvent avec des enfants.**

FRANÇAIS / INTERNATIONAUX PAR DESTINATION



La part du tourisme international est de 25 % dans les Alpes du Sud, de 31 % en Provence et de 45 % sur le Côte d'Azur.

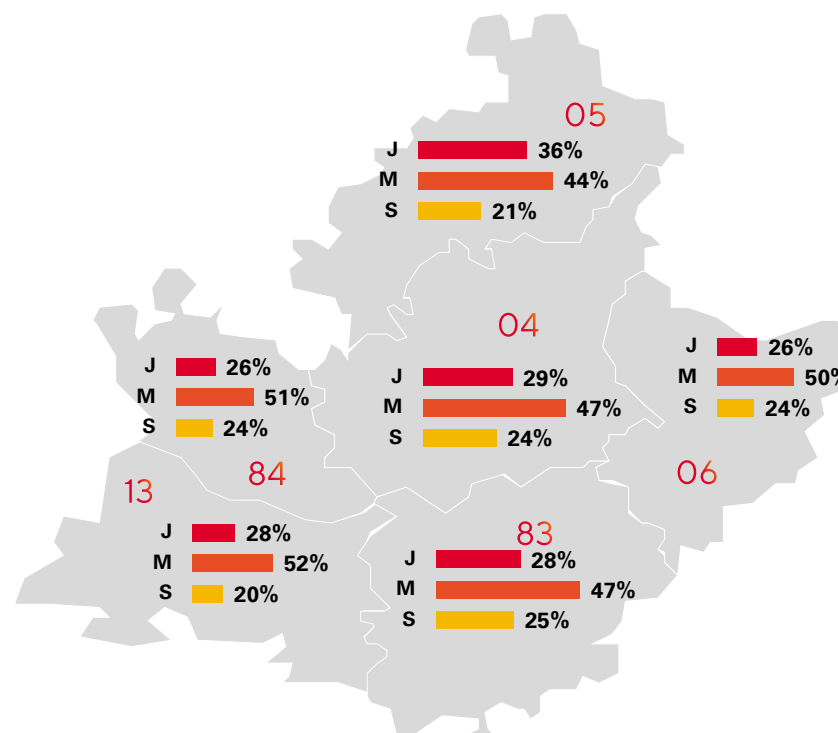
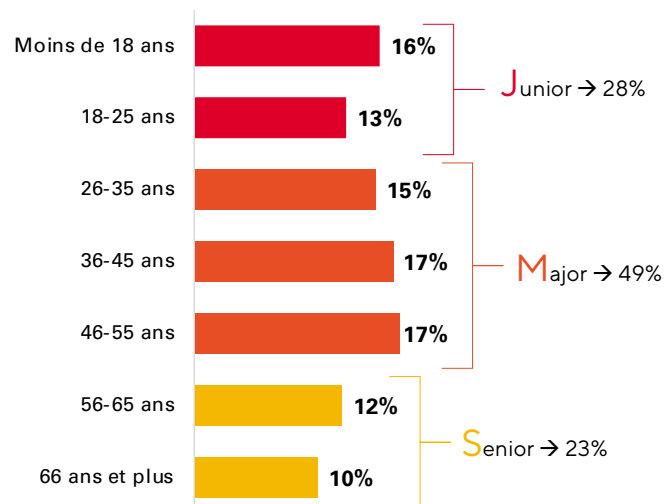
STRUCTURE DES GROUPES



Une clientèle plutôt familiale avec 61 % des séjours qui sont réalisés en famille, 21 % en couple.

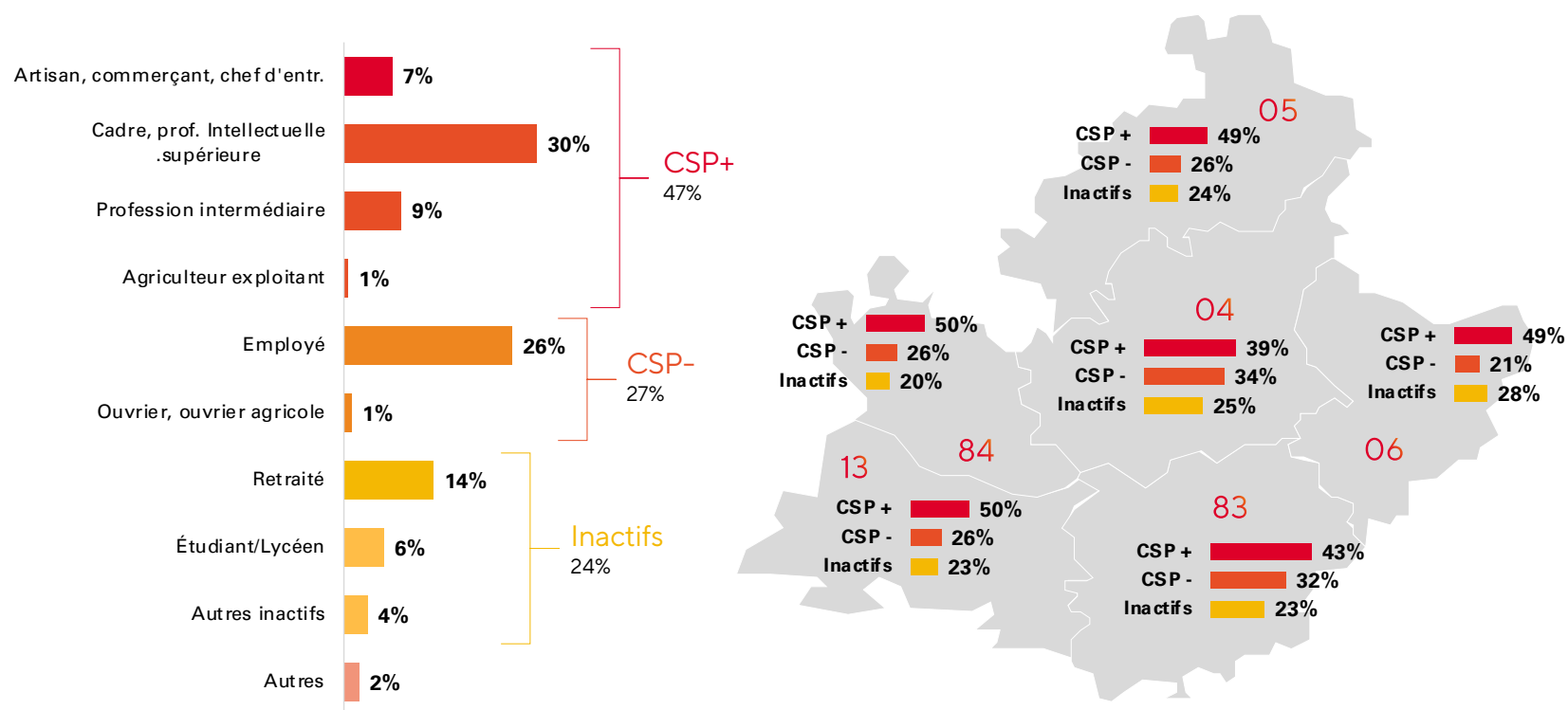
La durée de séjour est plus longue pour les familles avec enfants (7,1 jours) qui génèrent 41 % des nuitées globales.

ÂGE DE LA CLIENTÈLE

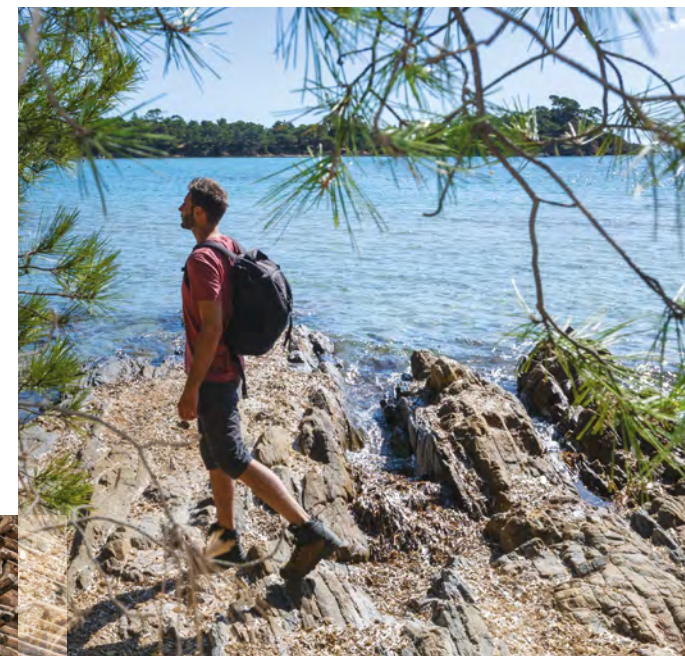


28 % des touristes ont moins de 26 ans. Dans les Hautes-Alpes, cette proportion atteint 36 %, en relation avec la présence importante de familles avec enfants sur ce département.
Environ la moitié des touristes sont âgés de 26 à 55 ans, 23 % ont plus de 55 ans.

CSP DU RÉPONDANT



Une clientèle majoritairement aisée : 47 % des répondants exercent une profession de cadre ou assimilé (CSP+), 27 % sont employés, 14 % sont retraités, 10 % sont inactifs.





CARACTÉRISTIQUES DU SÉJOUR

**AVEC 6,5 JOURS, LA DURÉE MOYENNE
DE SÉJOUR EST STABLE.**

**SI LES SÉJOURS POUR MOTIF DE LOISIRS
SONT TRÈS MAJORITAIRES (58 %),
LE POIDS DES SÉJOURS POUR MOTIF
PROFESSIONNEL AUGMENTE (17 %).**

**LE POIDS DE L'HÉBERGEMENT MARCHAND
A PROGRESSÉ, AVEC 53 % DES NUITÉES
DONT 24 % POUR LA LOCATION DE MEUBLÉS.**



**INFORMATION
ET RÉSERVATION DU SÉJOUR**



MOTIF DU SÉJOUR



DURÉE DU SÉJOUR



MODE D'HÉBERGEMENT



MODE DE TRANSPORT



ACTIVITÉS PRATIQUÉES



VISITE D'UN PARC NATUREL

INFORMATION ET RÉSERVATION DU SÉJOUR

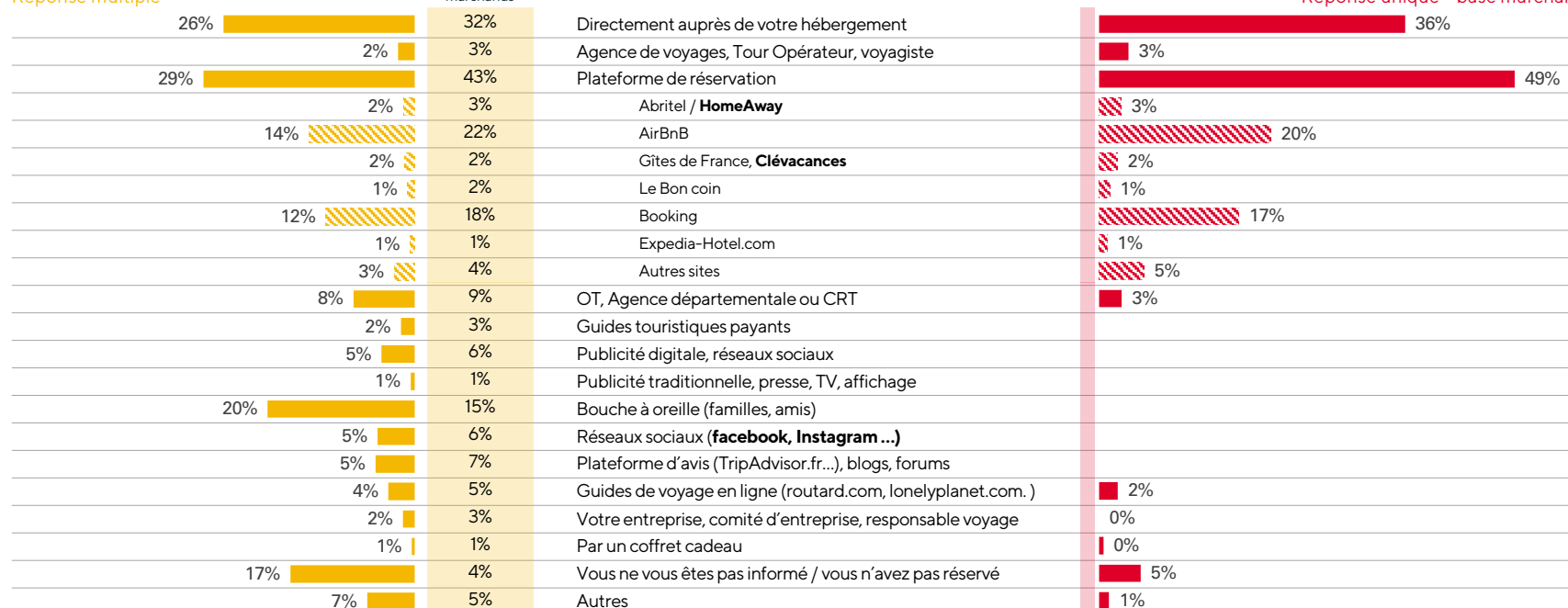
Information sur le séjour

Réponse multiple

Hébergements
marchands

Réservation du séjour

Réponse unique – base marchand

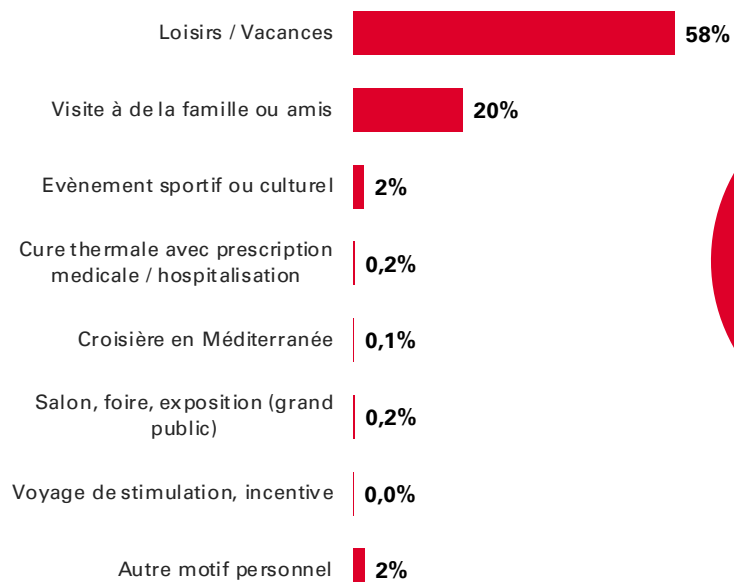


La recherche d'information sur la destination est principalement réalisée via les plateformes de réservation (notamment Airbnb et Booking), auprès de l'hébergeur, et par le bouche à oreille. Les touristes réservent via une plateforme de réservation (49 %) ou directement auprès de l'hébergeur (36 %).

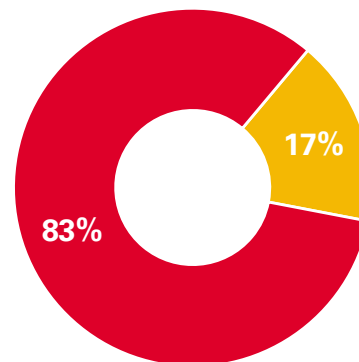
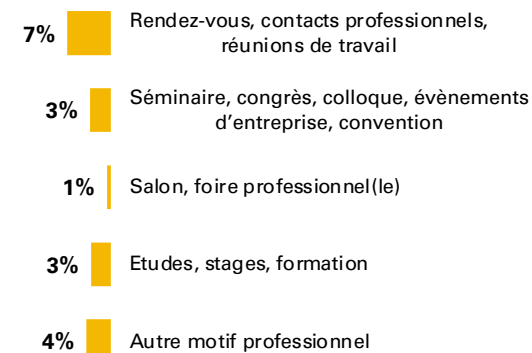
MOTIF DU SÉJOUR



Personnel

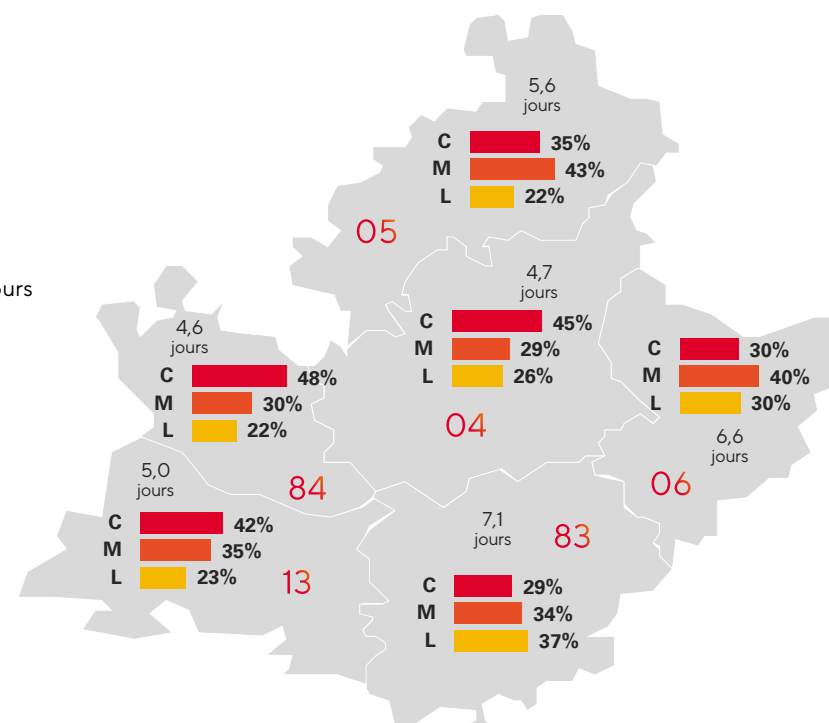
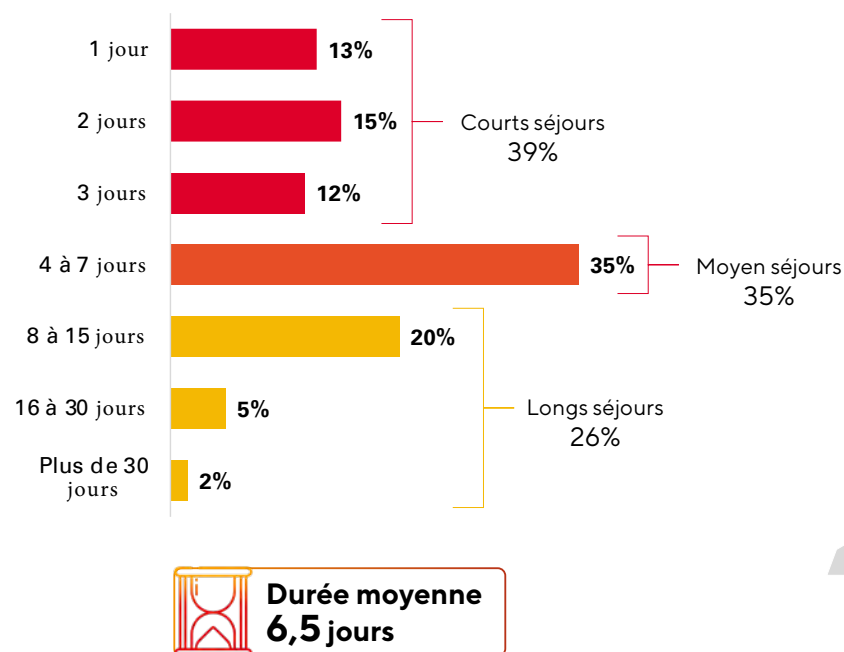


Professionnel



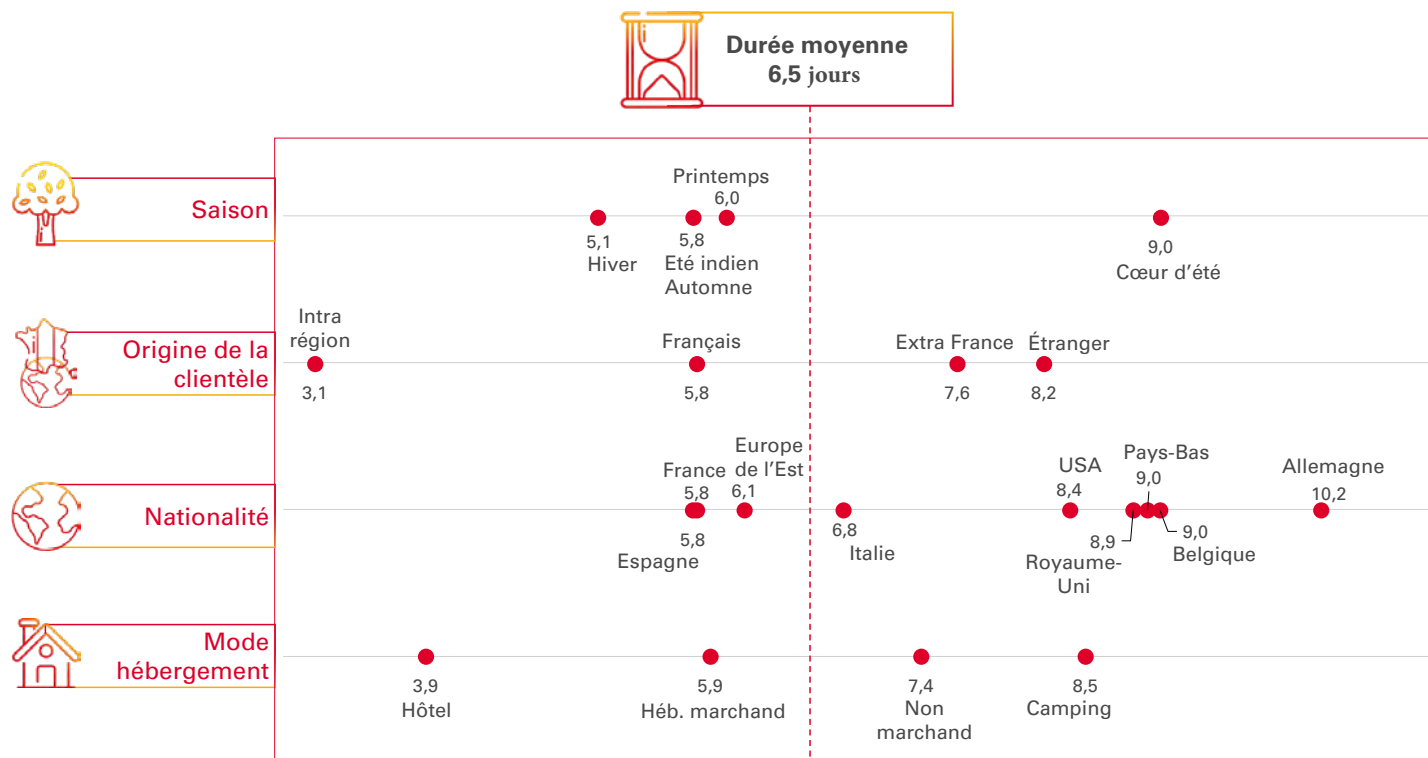
58 % de séjours de loisirs, 20 % de séjours pour motif affinitaire (parents et amis) et 17 % de séjours professionnels, majoritairement à l'hôtel.

DURÉE DU SÉJOUR



La durée moyenne de séjour en région Sud est de 6,5 jours, avec 39 % de séjours courts (1 à 3 jours), 35 % de moyens séjours (4 à 7 jours) et 26 % de séjours longs (8 jours et plus).
Le Var se démarque avec une proportion importante de longs séjours (37 %).

DURÉE DU SÉJOUR



Des durées de séjour hétérogènes selon le type d'hébergement (3,9 jours à l'hôtel), la provenance (10,2 jours pour les Allemands), la saison (9 jours en été).

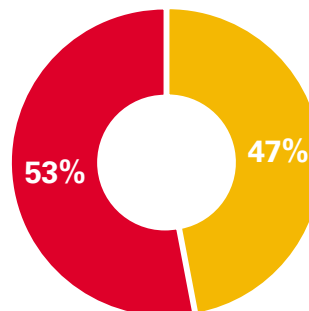
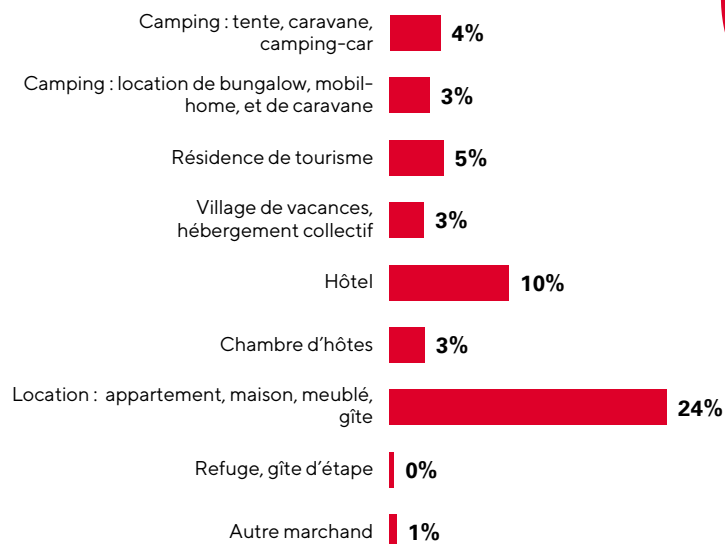
MODE D'HÉBERGEMENT



Hébergement marchand

126 317 000 nuitées

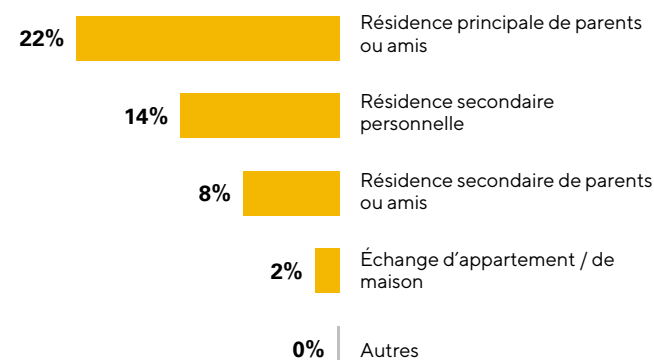
5,9 jours par séjour en moyenne



Hébergement non marchand

111 382 000 nuitées

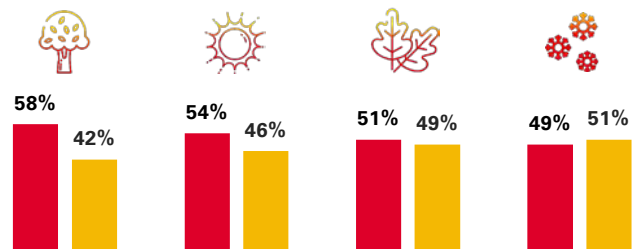
7,4 jours par séjour en moyenne



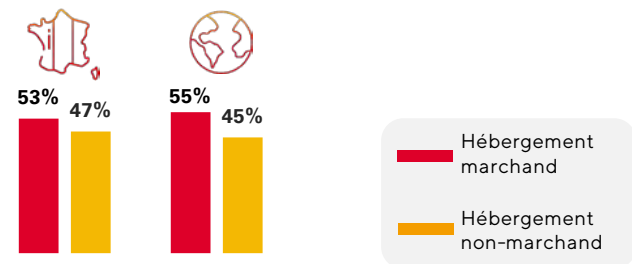
**Une majorité de séjours en hébergement marchand (59 %), en particulier en location (24 %) et à l'hôtel (10 %).
La résidence de parents/amis représente la moitié de l'hébergement non marchand (22%)...**

MODE D'HÉBERGEMENT

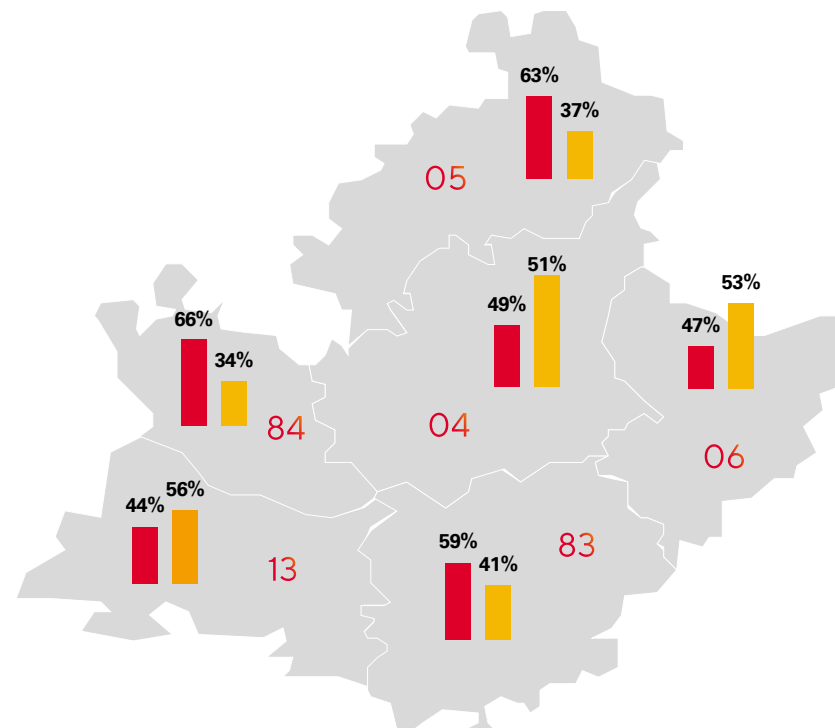
Par saison



Par origine



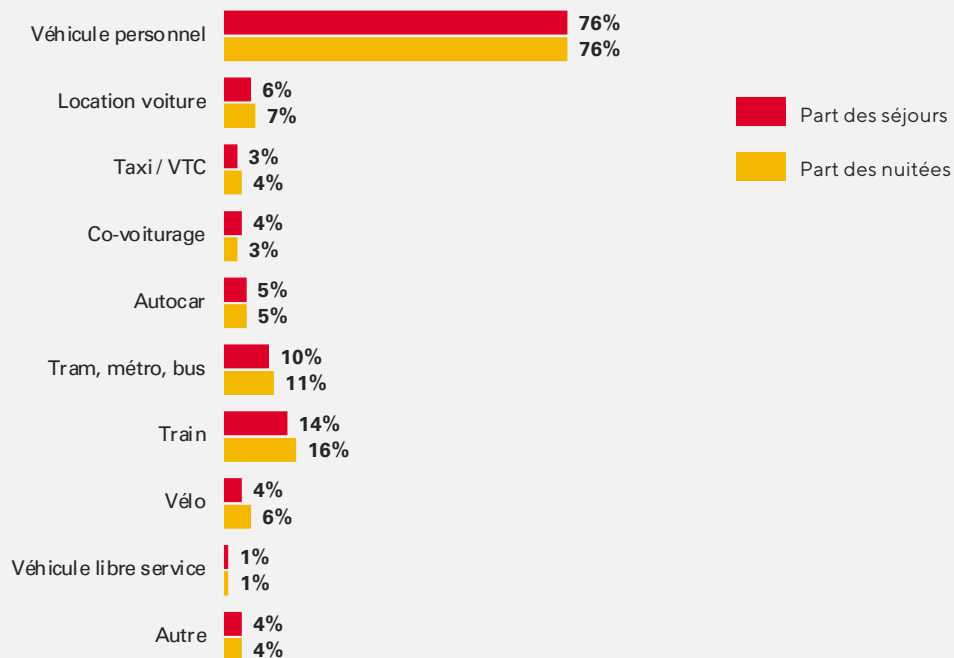
— Hébergement marchand
— Hébergement non-marchand



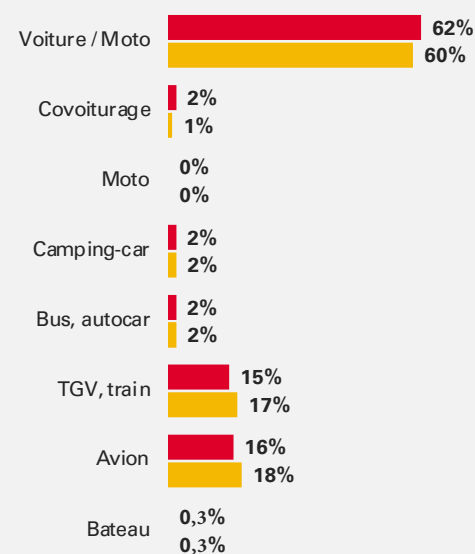
Un hébergement marchand élevé au printemps (58 %), sur le cœur d'été (54 %) et légèrement en retrait l'hiver (49 %).
Hautes-Alpes et Vaucluse ont les taux d'hébergement marchand les plus forts (63 et 66 %)...

MODE DE TRANSPORT

... pour se déplacer dans la région

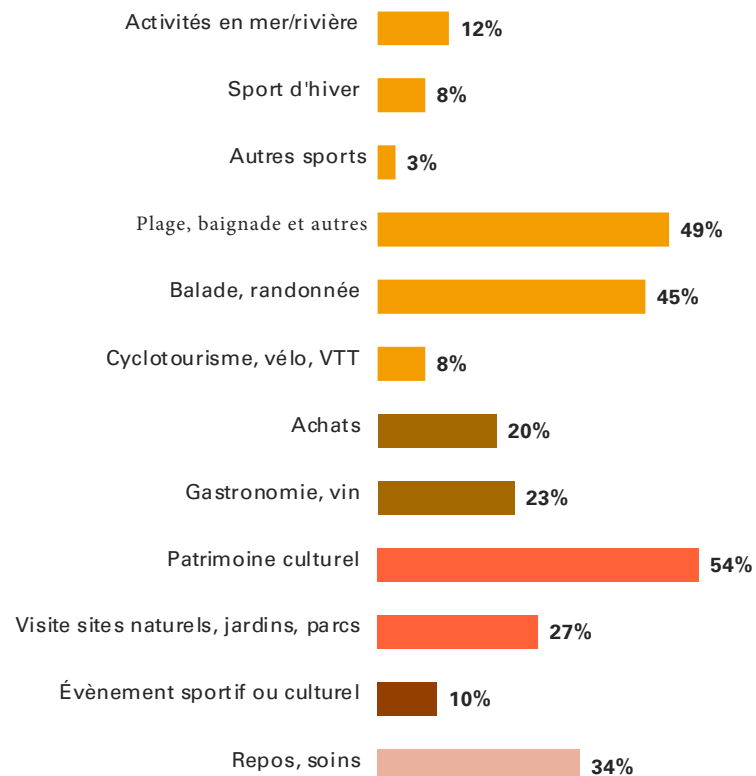


... pour venir et quitter la région Sud








**La voiture personnelle est le premier mode pour se déplacer dans la région (76 %).
Pour venir et quitter la région, 62 % des touristes utilisent la voiture, 15 % le train, 16 % l'avion...**

ACTIVITÉS PRATIQUÉES



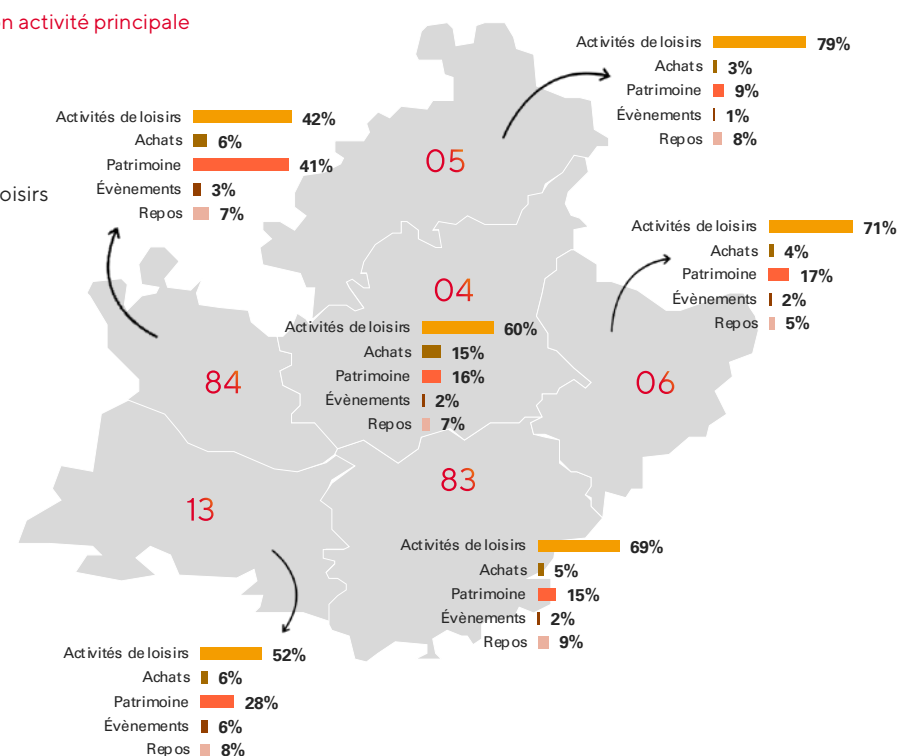
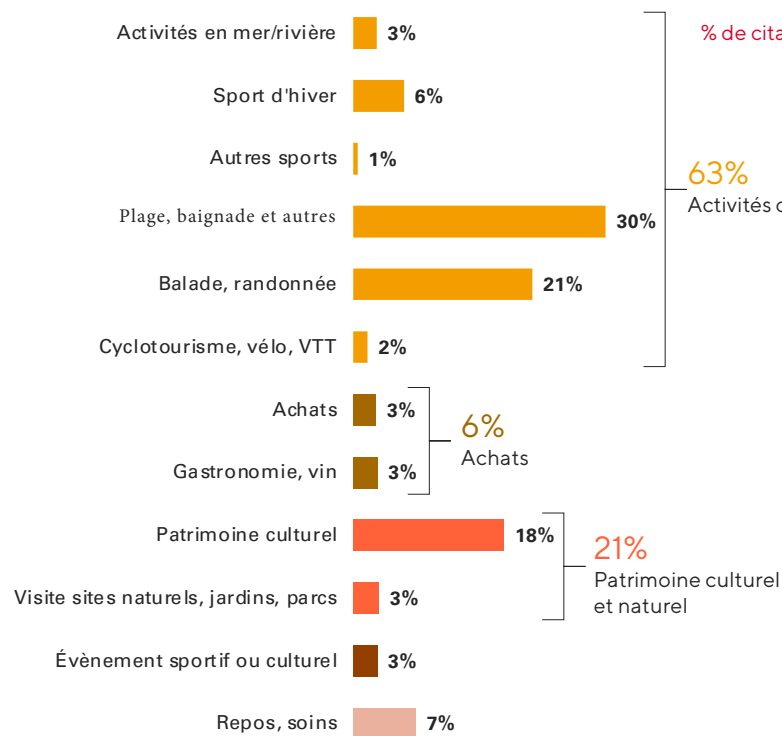
DES DIFFÉRENCES MARQUÉES...

% de citations au global (plusieurs réponses possibles)

 COUPLE	Patrimoine culturel	60 %
	Gastronomie, vin	28 %
	Sport d'hiver	3 %
 CŒUR D'ÉTÉ	Activités en mer/rivière	23 %
	Plage, baignade et autres activités	73 %
	Cyclotourisme VTT	10 %
 ALL	Activités en mer/rivière	17%
	Sport d'hiver	1%
	Plage, baignade et autres activités	63%
 USA	Sport d'hiver	1 %
	Visite sites naturels	37 %
	Activités en mer/rivière	6 %
 ESP	Gastronomie, vin	33 %
	Patrimoine culturel	78 %
	Sport d'hiver	2 %

Des touristes adeptes d'activités de loisirs, plage et baignade, de balades, de découvertes culturelles et de patrimoine, de visite de sites naturels, sans oublier la gastronomie...

ACTIVITÉ PRINCIPALE



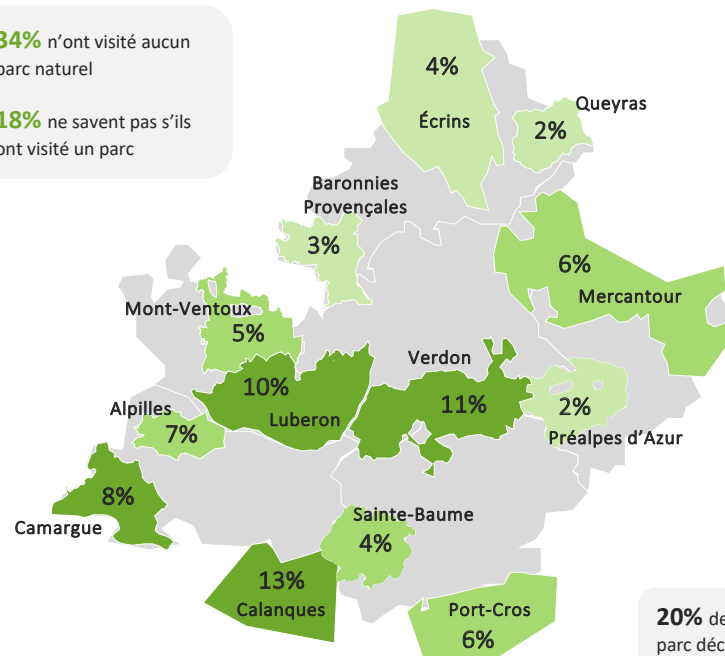
Des séjours en lien avec la découverte du patrimoine plus marqués dans le Vaucluse et les Bouches-du-Rhône, davantage d'activités de loisirs dans les Hautes-Alpes, les Alpes-Maritimes et le Var...

VISITE D'UN PARC NATUREL

Part des touristes ayant déclaré avoir visité un parc naturel

34% n'ont visité aucun parc naturel

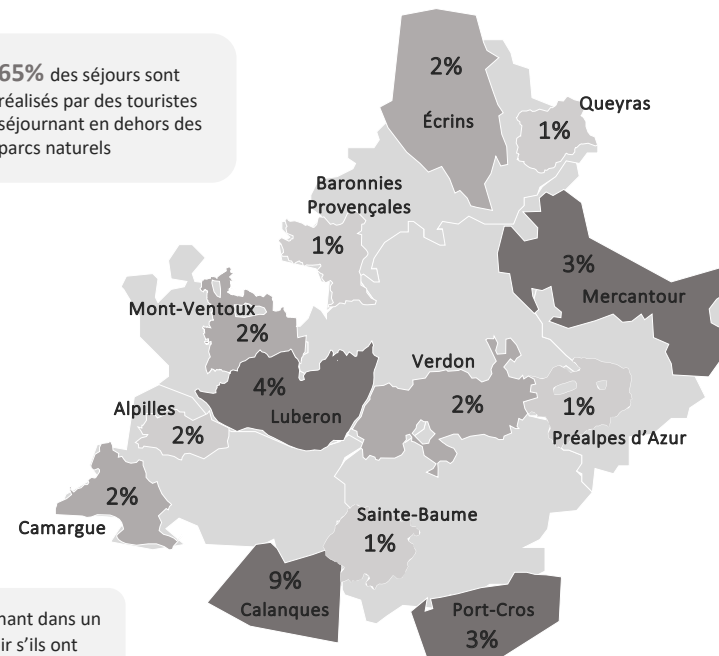
18% ne savent pas s'ils ont visité un parc



20% des touristes séjournant dans un parc déclarent ne pas savoir s'ils ont visité un parc

Part des séjours réalisés par des touristes séjournant dans une commune du parc

65% des séjours sont réalisés par des touristes séjournant en dehors des parcs naturels



Les parcs naturels régionaux du Verdon et du Luberon ainsi que le parc national des Calanques sont les plus visités, chacun attirant au moins 10 % des touristes de la région Sud.

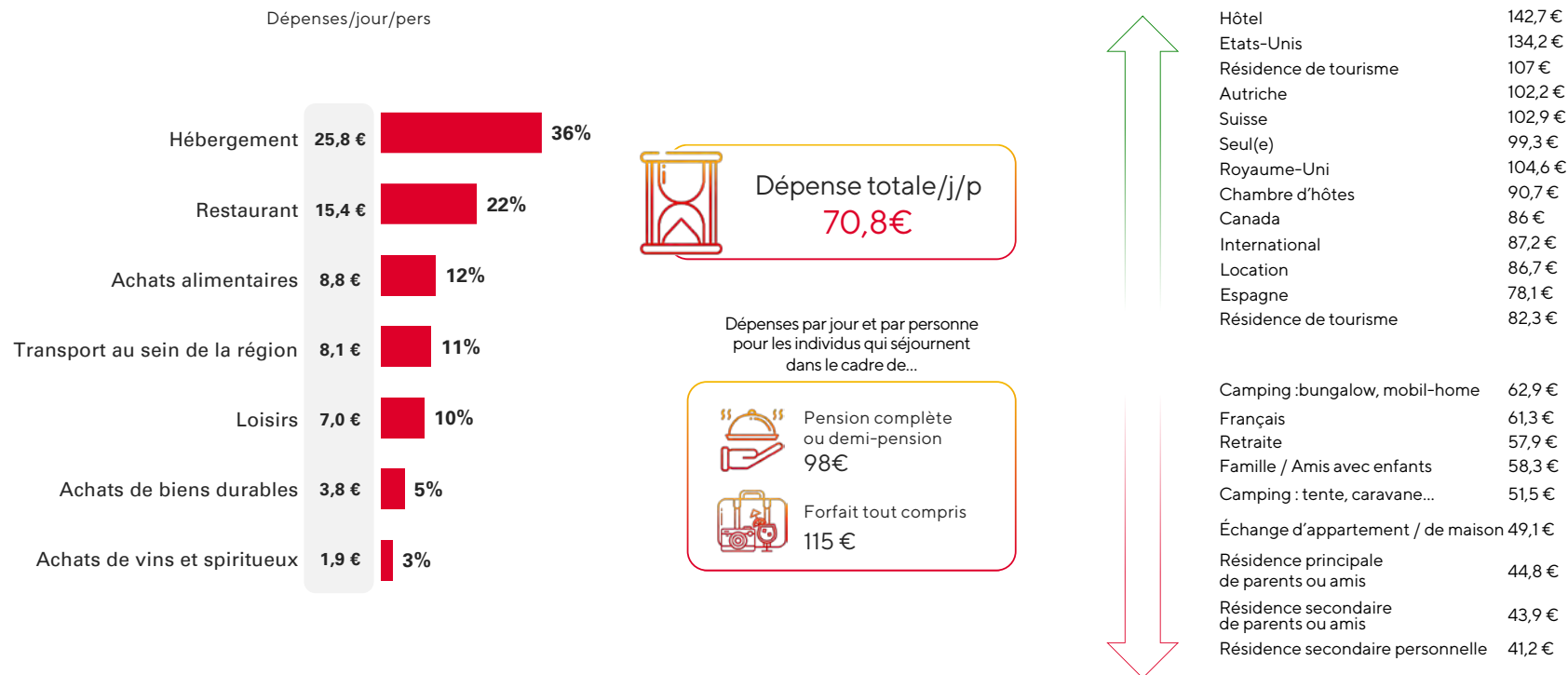


DÉPENSES & RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

LA DÉPENSE MOYENNE PAR JOUR
ET PAR PERSONNE EST DE 70,8 €.

LE TOURISME GÉNÈRE 16,8 MILLIARDS
D'EUROS DE RETOMBÉES ÉCONOMIQUES
DIRECTES (14 MILLIARDS EN 2010),
DONT 6,1 MILLIARDS POUR L'HÉBERGEMENT.

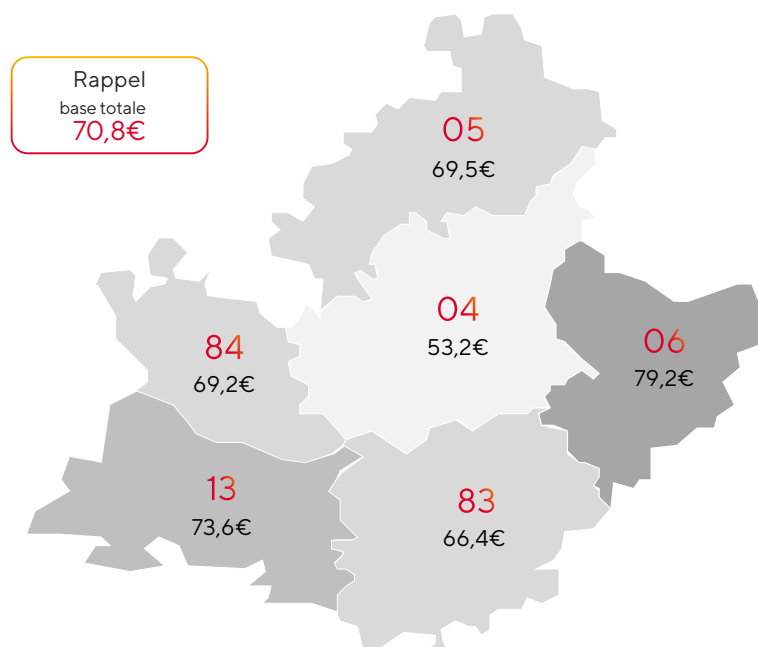
DÉPENSES PAR POSTE



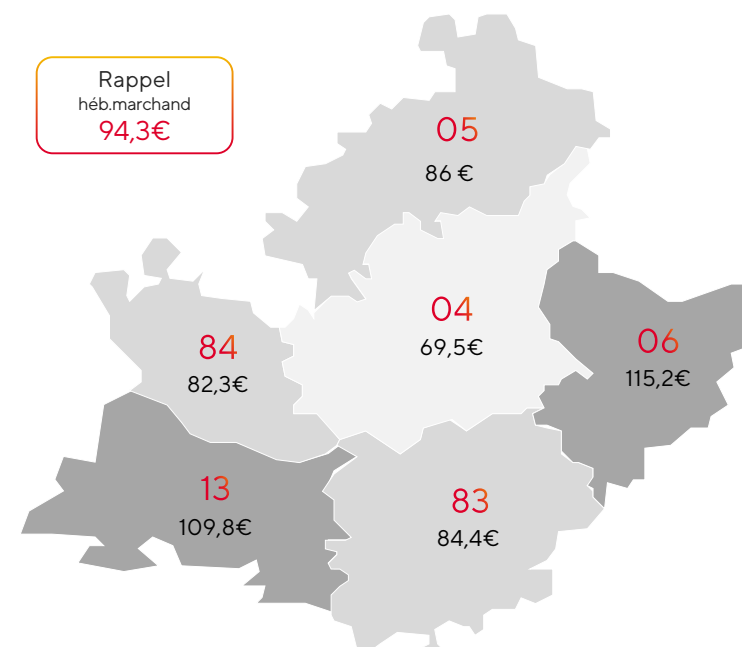
Chaque touriste dépense en moyenne 71 € par jour. En moyenne, les postes liés à l'hébergement et la restauration constituent plus de la moitié de la dépense journalière. La dépense diminue dans le cadre d'un séjour non marchand (entre 41 et 49 € par jour et par personne). Pour un touriste international, sa dépense quotidienne atteint 87 €. Elle atteint 100 € pour un motif professionnel et dépasse 140 € s'il séjourne à l'hôtel !

DÉPENSES MOYENNES PAR DÉPARTEMENT

Dépenses / jour / pers
BASE TOTALE

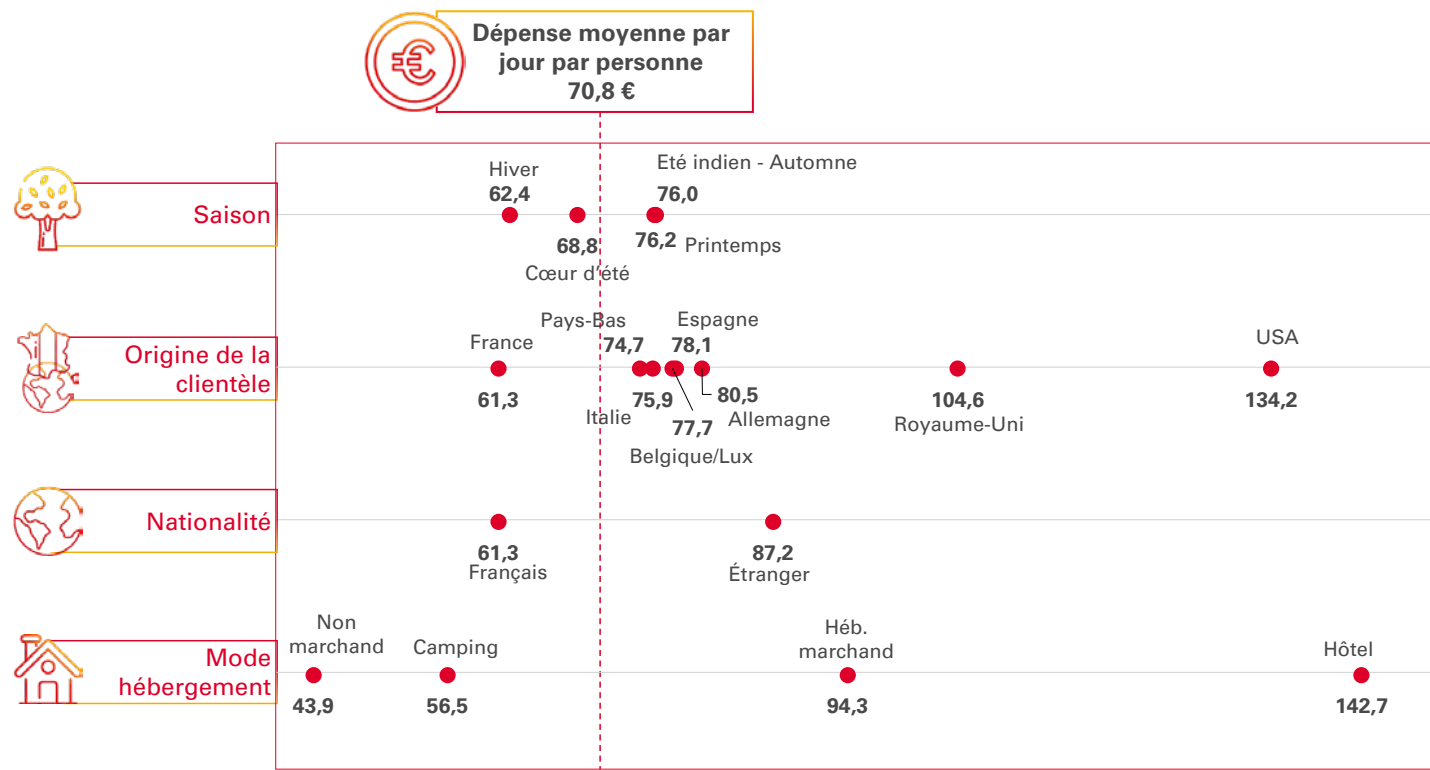


Dépenses / jour / pers
BASE HÉBERGEMENT MARCHAND



**En hébergement marchand, la dépense par jour et par personne augmente pour se fixer à 94 €.
Elle atteint 110 € dans les Bouches-du-Rhône et 115 € dans les Alpes-Maritimes...**

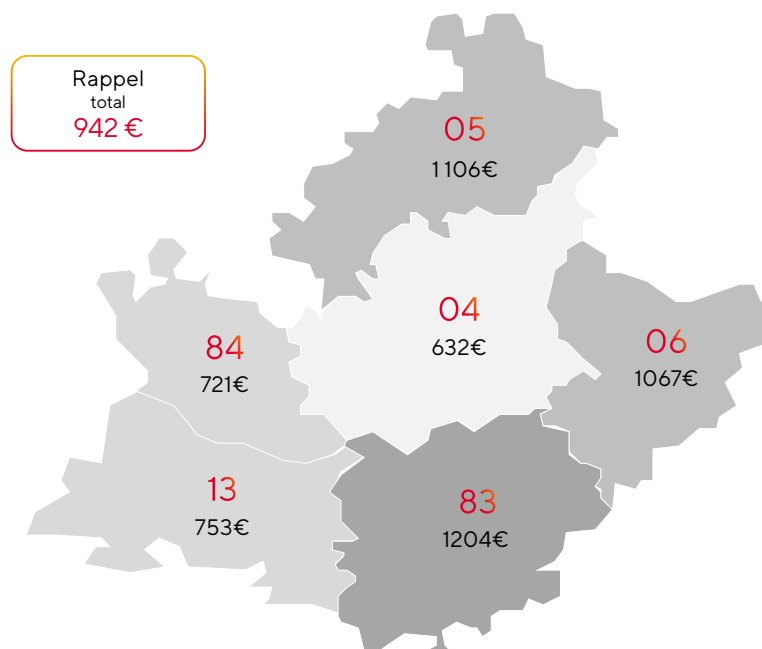
MISE EN PERSPECTIVE DES DÉPENSES



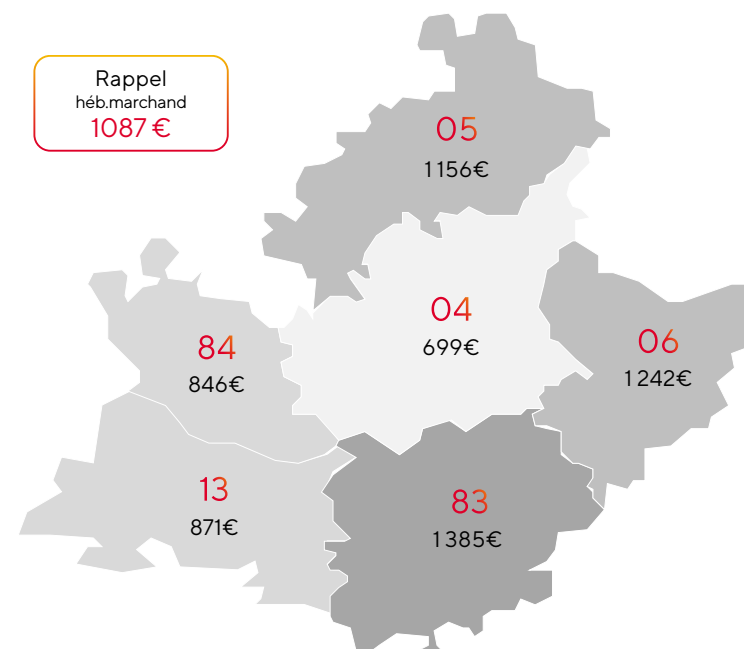
Des niveaux de dépenses variant en fonction de l'origine géographique de la clientèle (134 € par jour pour un touriste américain) et du type d'hébergement (143 € par jour à l'hôtel)...

BUDGET MOYEN DU SÉJOUR PAR DÉPARTEMENT

Budget moyen du séjour par groupe
BASE TOTALE

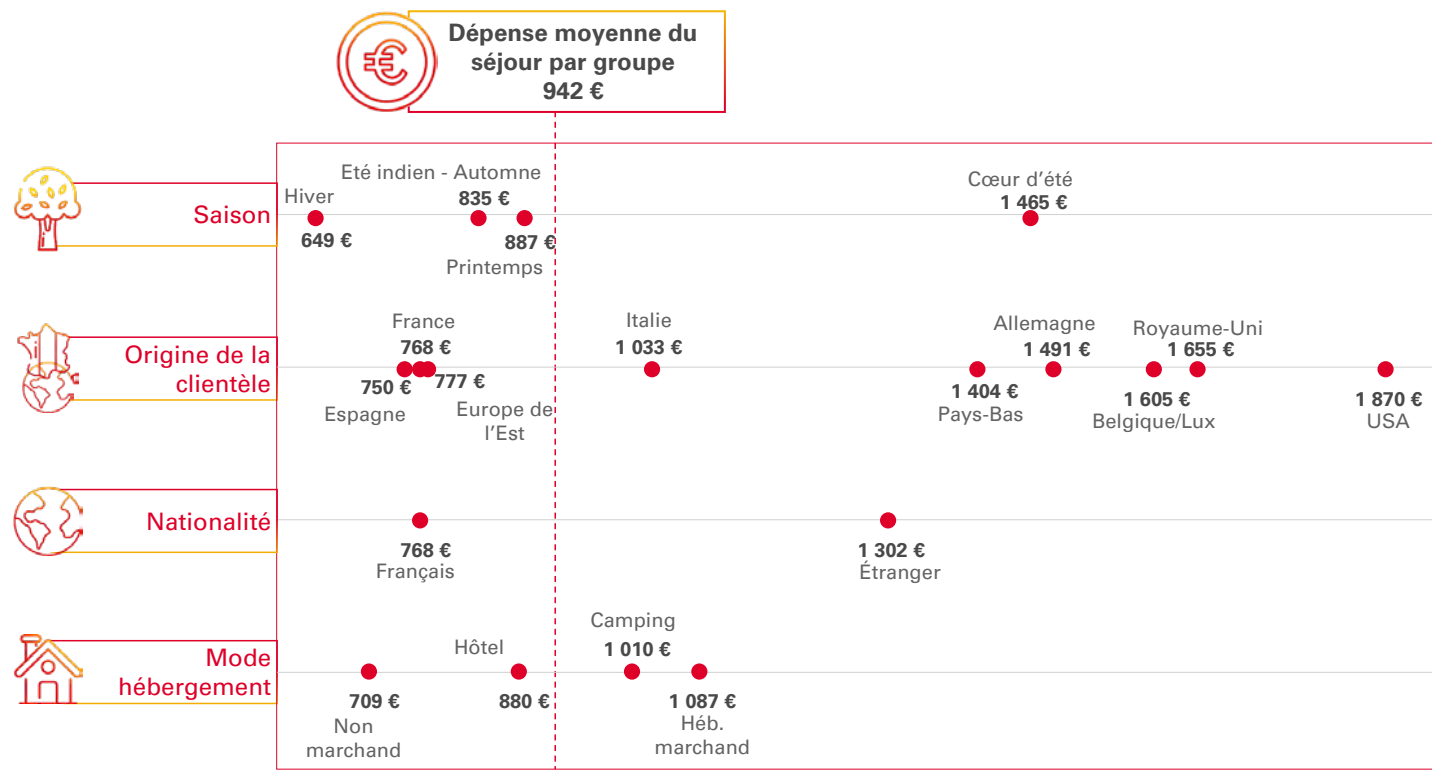


Budget moyen du séjour par groupe
BASE HÉBERGEMENT MARCHAND



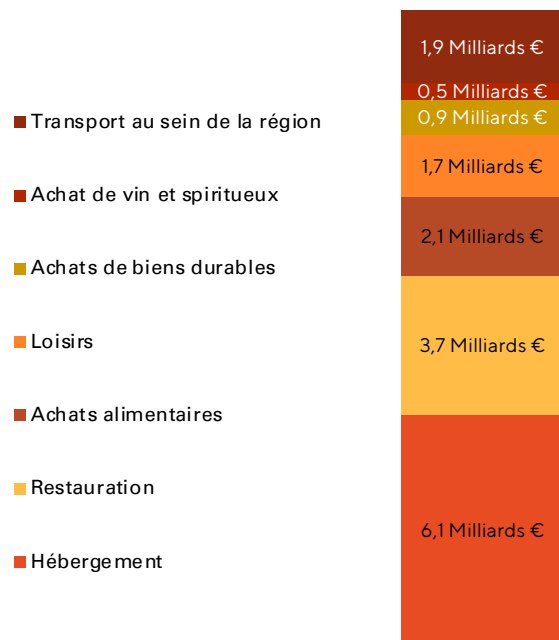
Un niveau de budget de séjour très différent selon le département.

MISE EN PERSPECTIVE DU BUDGET MOYEN DU SÉJOUR



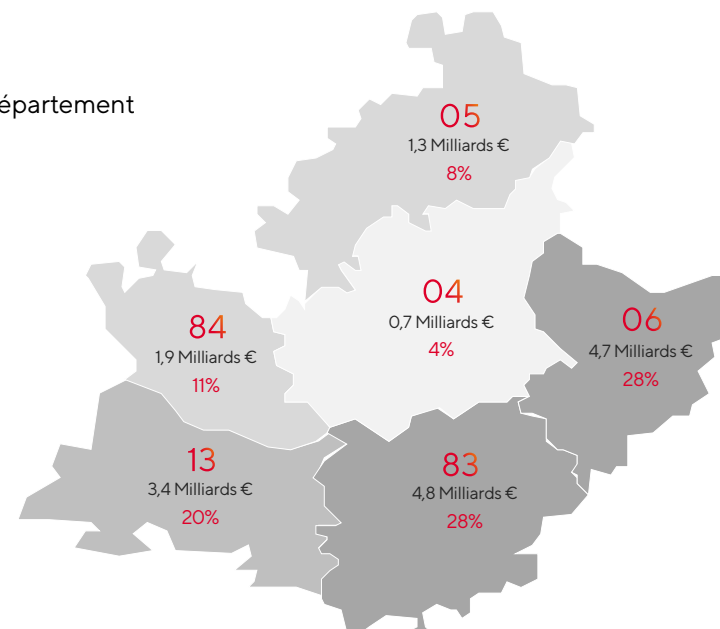
Un budget moyen du séjour très hétérogène où l'été se distingue des autres saisons en raison de la taille de groupe et de la durée de séjour plus longue...

RÉPARTITION DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DIRECTES



Budget moyen du séjour par groupe : **942 €**
Retombées économiques directes pour la région Sud : **16,8 milliards d'euros**

Par département

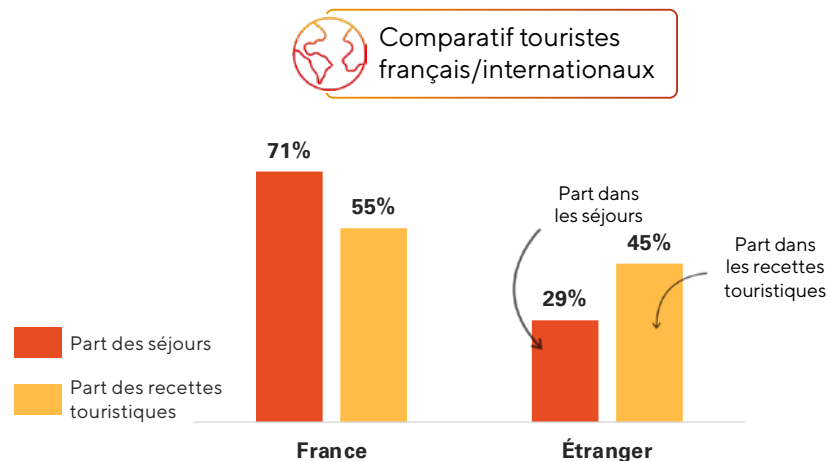


Par saison



16,8 milliards d'euros de retombées économiques directes pour la région Sud, dont 34 % sur le cœur d'été (5,8 M€), 28 % dans le Var comme dans les Alpes-Maritimes.

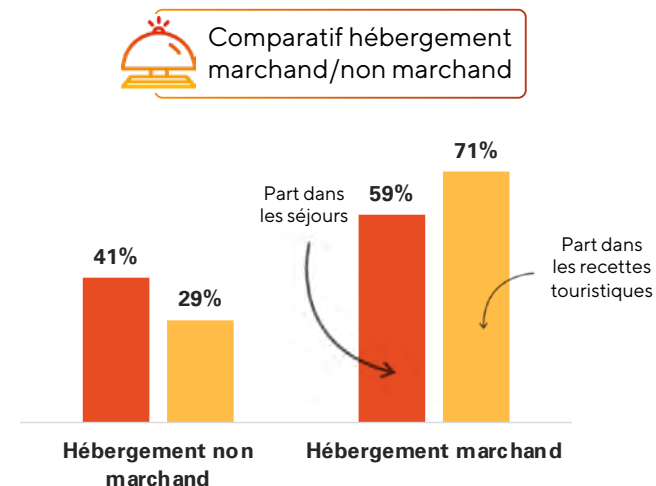
COMPARATIF SÉJOURS / RECETTES



Des internationaux moins nombreux mais...

87,2 € dépensés par jour par pers. (vs 61,3 € pour les Français)

7,5 milliards d'euros de dépenses touristiques



Un poids prépondérant dans les recettes touristiques

94,3 € dépensés par jour par pers. (vs 43,9 € en non marchand)

12 milliards d'euros de dépenses touristiques

Une contribution à la dépense plus importante pour certains segments de clientèle, notamment les touristes internationaux et les touristes séjournant en hébergement marchand.





FIDÉLITÉ & SATISFACTION

**LES PRIMO-VISITEURS GÉNÈRENT 14 %
DES SÉJOURS, CE TAUX ATTEINT 25 %
POUR LES TOURISTES INTERNATIONAUX.**

**LES TOURISTES, DANS LEUR ENSEMBLE,
EXPRIMENT UNE SATISFACTION MASSIVE.**

**LES TOURISTES INTERNATIONAUX
SONT NOS MEILLEURS AMBASSADEURS.**

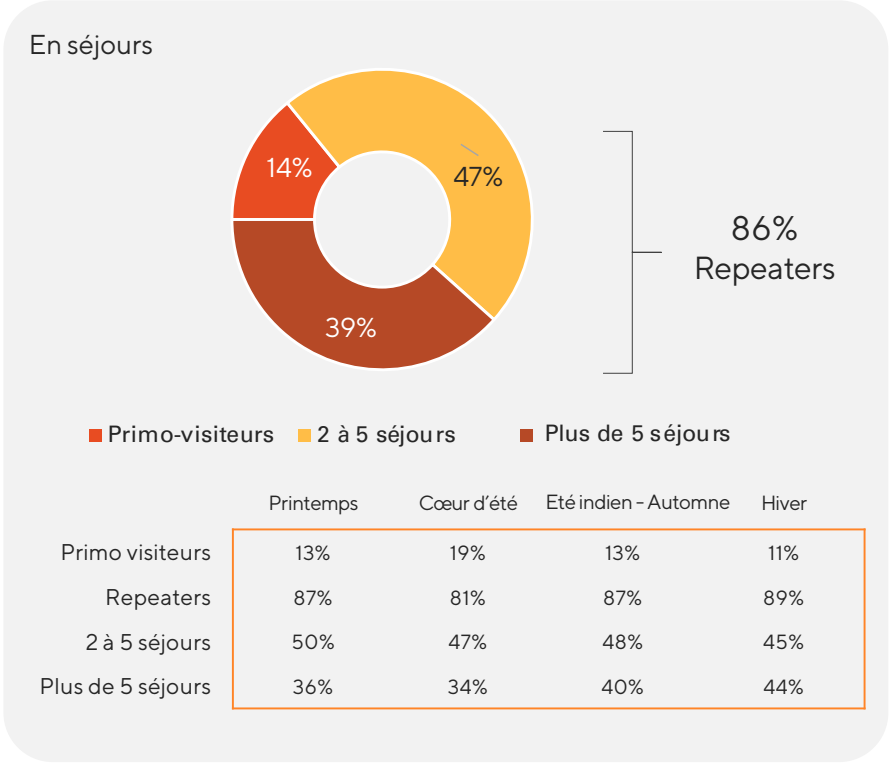


FIDÉLITÉ



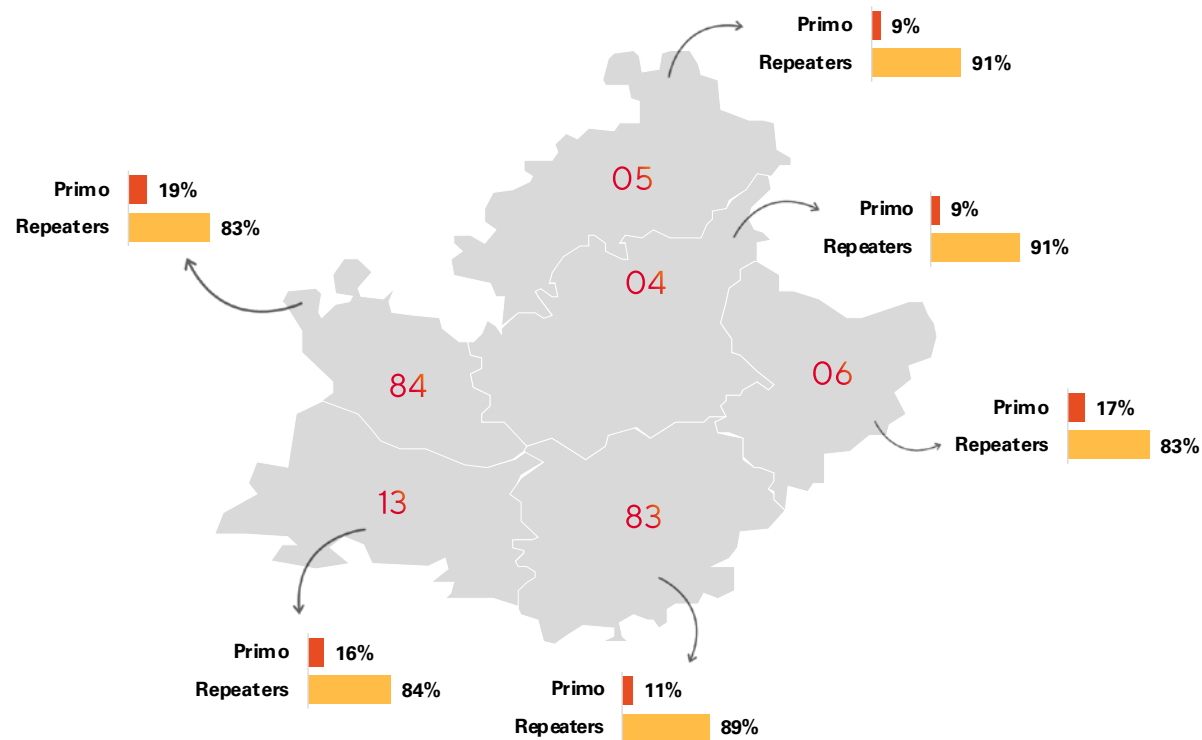
SATISFACTION

FIDÉLITÉ : FRÉQUENCE DE SÉJOURS DANS LA RÉGION



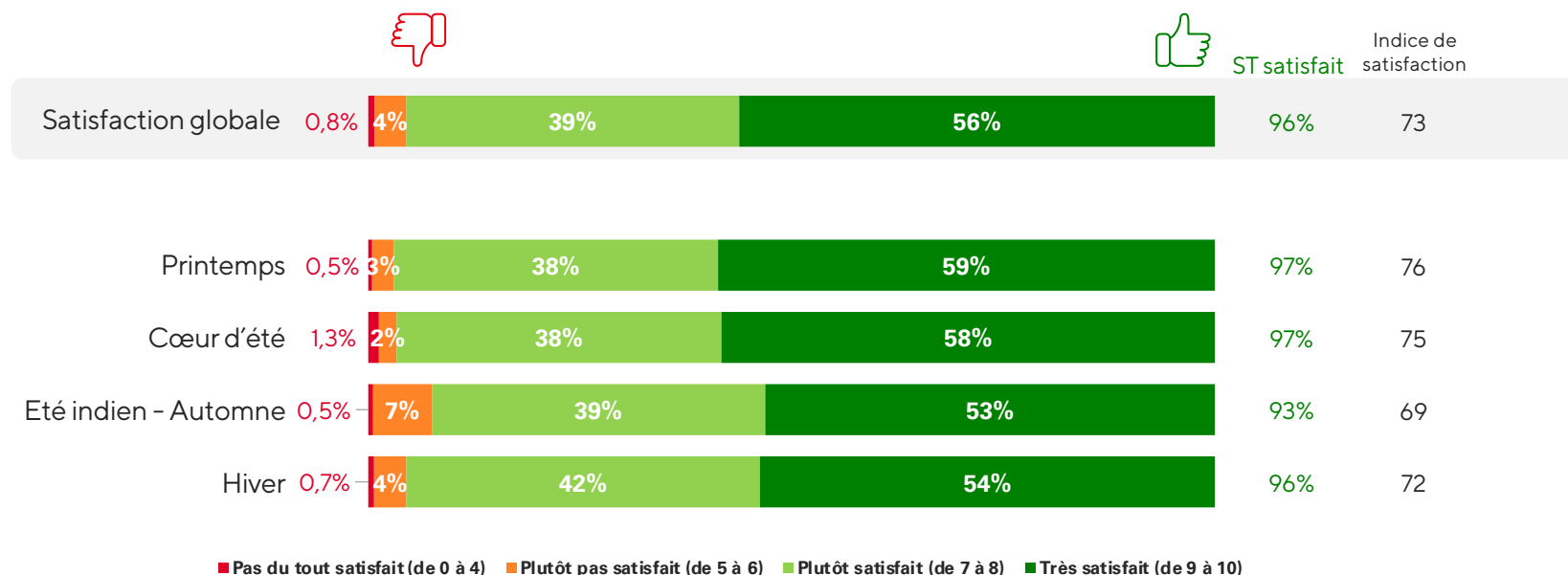
14 % de premier séjour en région Sud, proportion qui atteint 19 % sur le cœur d'été.
86 % des touristes sont repeaters, venus plusieurs fois dans la région au cours de ces dernières années.
Près de la moitié des touristes (47 %) ont réalisé plus de 5 séjours en région Sud !

FIDÉLITÉ : FRÉQUENCE DES SÉJOURS PAR DÉPARTEMENT



**Les Alpes-Maritimes, le Vaucluse et les Bouches-du-Rhône
sont les départements les plus attractifs auprès des primo-visiteurs...**

SATISFACTION PAR SAISON

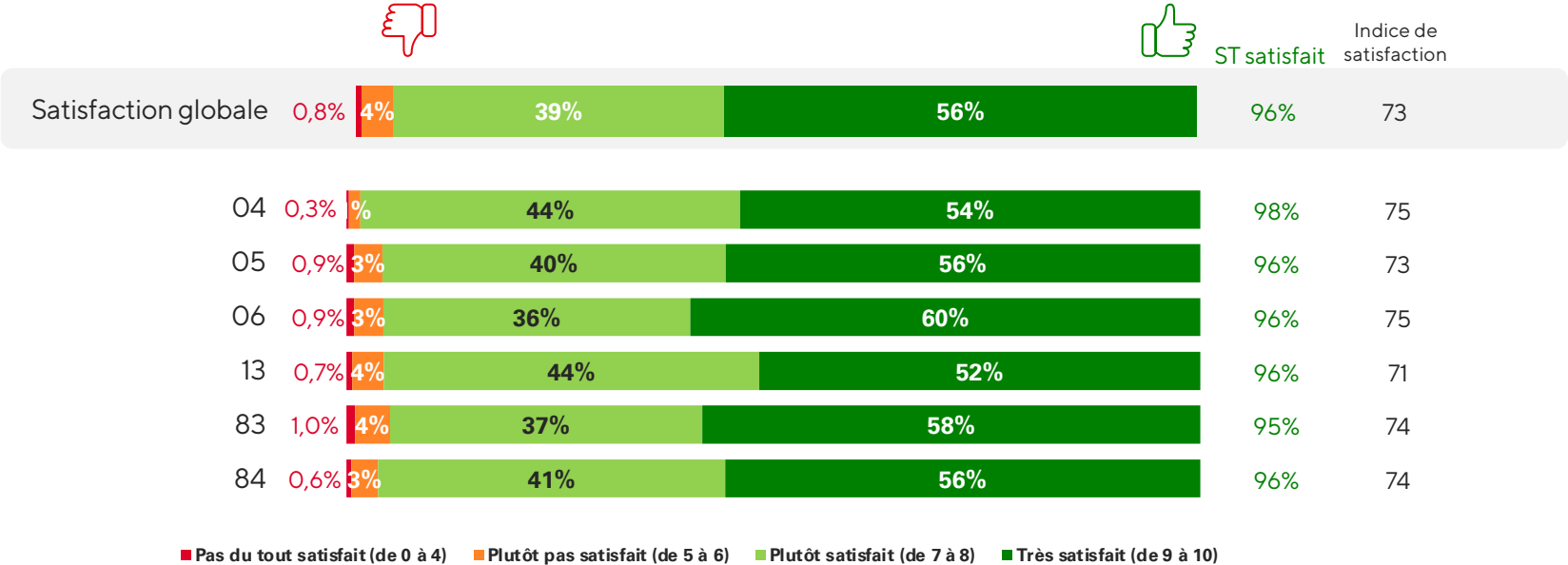


Calcul de l'indice : (% très satisfait + 1/2 % satisfait - 1/2 % peu satisfait - % pas du tout satisfait)

Interprétation de l'indice : Exemple de norme : + de 60 -> Excellent, de 30 à 60 -> Assez bon, - de 30 -> Mauvais

Des touristes très satisfaits, en particulier sur les saisons printemps et cœur d'été...

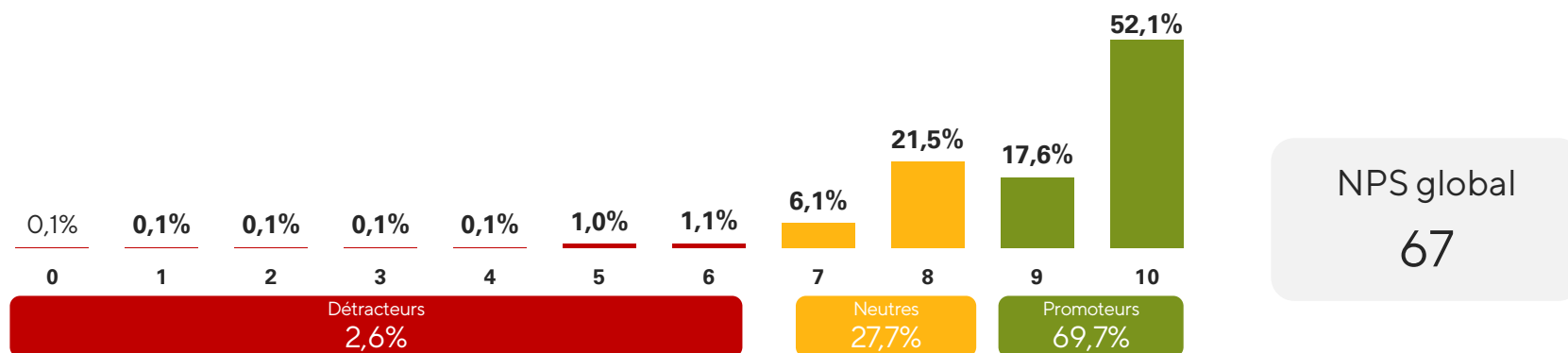
SATISFACTION PAR DÉPARTEMENT



Calcul de l'indice : (% très satisfait + 1/2 % satisfait - 1/2 % peu satisfait - % pas du tout satisfait)
Interprétation de l'indice : Exemple de norme : + de 60 -> Excellent, de 30 à 60 -> Assez bon, - de 30 -> Mauvais

Des touristes extrêmement satisfaits, sur l'ensemble du territoire régional.

RECOMMANDATION (NET PROMOTER SCORE)



Le Net Promoter Score (NPS) est un indicateur de la satisfaction et de la fidélité client. Il mesure la propension ou probabilité de recommandation d'un produit, d'une marque ou d'un service par ses clients ou utilisateurs.

Détracteurs
(notes de 0 à 6)

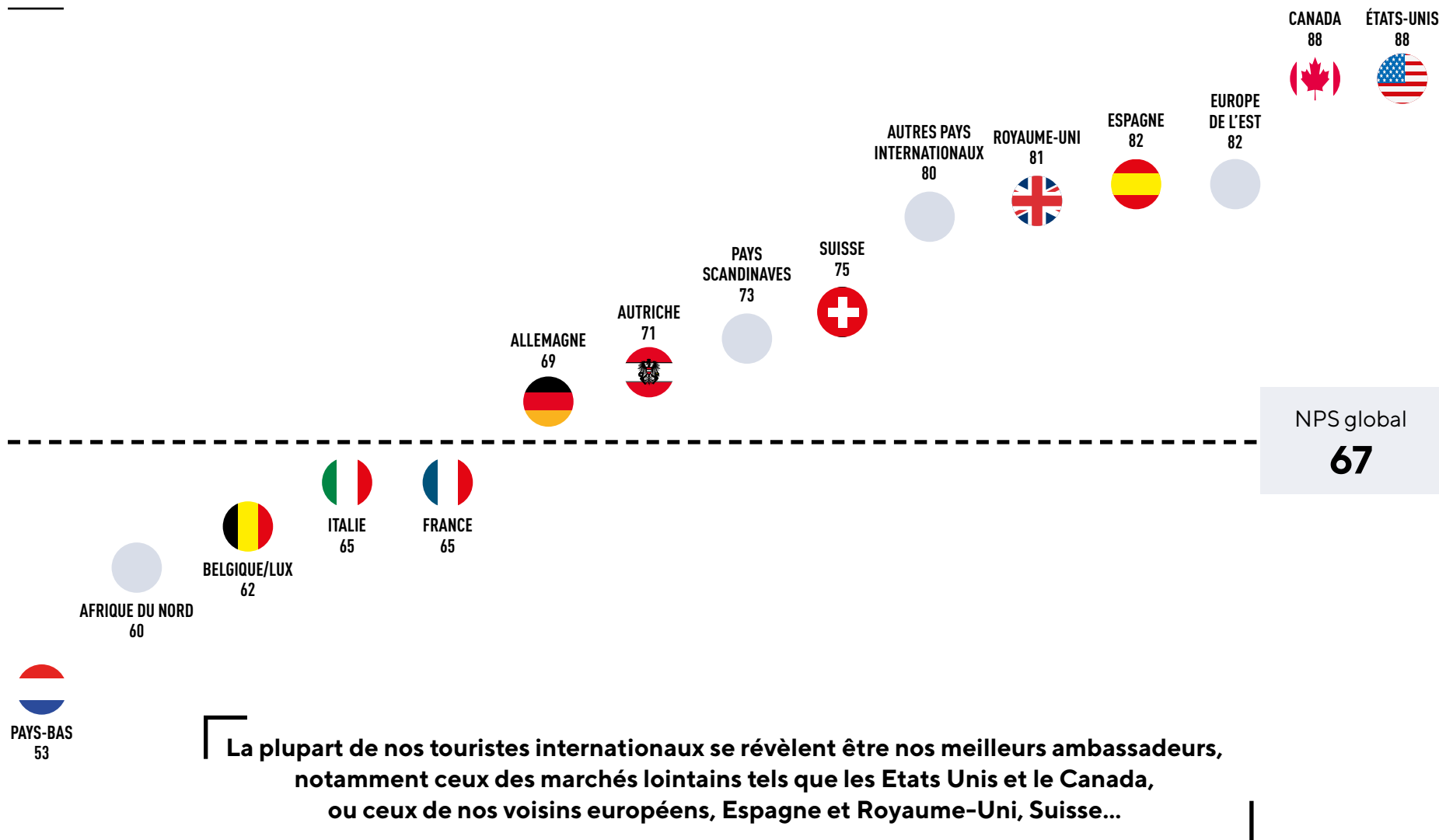
Neutres
(7 à 8)

Promoteurs
(9 à 10)

Net Promoter Score = % de Promoteurs - % de Détracteurs
(exprimé en valeur absolue de -100 à 100)

Un score NPS très bon à l'échelle de la région Sud, qui atteint l'excellence auprès des touristes internationaux !

NPS PAR NATIONALITÉ





LE TOURISCORE

UN NOUVEL INDICATEUR
POUR ÉCLAIRER NOS STRATÉGIES !

CETTE ANNÉE, À TITRE EXPÉRIMENTAL,
LE CRT PROPOSE UN PREMIER TOURISCORE
PAR MARCHÉ, SUR UNE BASE GRAPHIQUE
QUI DEVRAIT ÊTRE ÉVOCATRICE
POUR LES ACTEURS DU TOURISME.

AU-DELÀ DES MARCHÉS CONSIDÉRÉS CI-APRÈS,
D'AUTRES "TOURISCORE" POURRONT AUSSI ÊTRE
GÉNÉRÉS PAR SEGMENT DE CLIENTÈLE.

CRITÈRES



DE SAISONNALITÉ



GÉOGRAPHIQUE

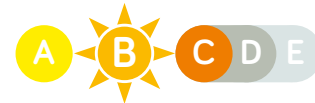
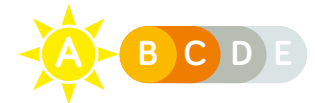


ÉCONOMIQUE



ENVIRONNEMENTAL

ÉCHELLE TOURISCORE



LE TOURISCORE, UN NOUVEL ÉCLAIRAGE SUR LES MARCHÉS TOURISTIQUES

Le CRT lance le “TouriScore” ! Cet outil vise à mettre en perspective l’intérêt des marchés et des clientèles, au regard de plusieurs angles directement liés à la stratégie régionale ; la nouvelle enquête de clientèles est particulièrement précieuse à cet égard.



Une première analyse portant sur les 9 premiers marchés en volume de touristes générés vers notre région, a été conduite en considérant **3 grands enjeux** :

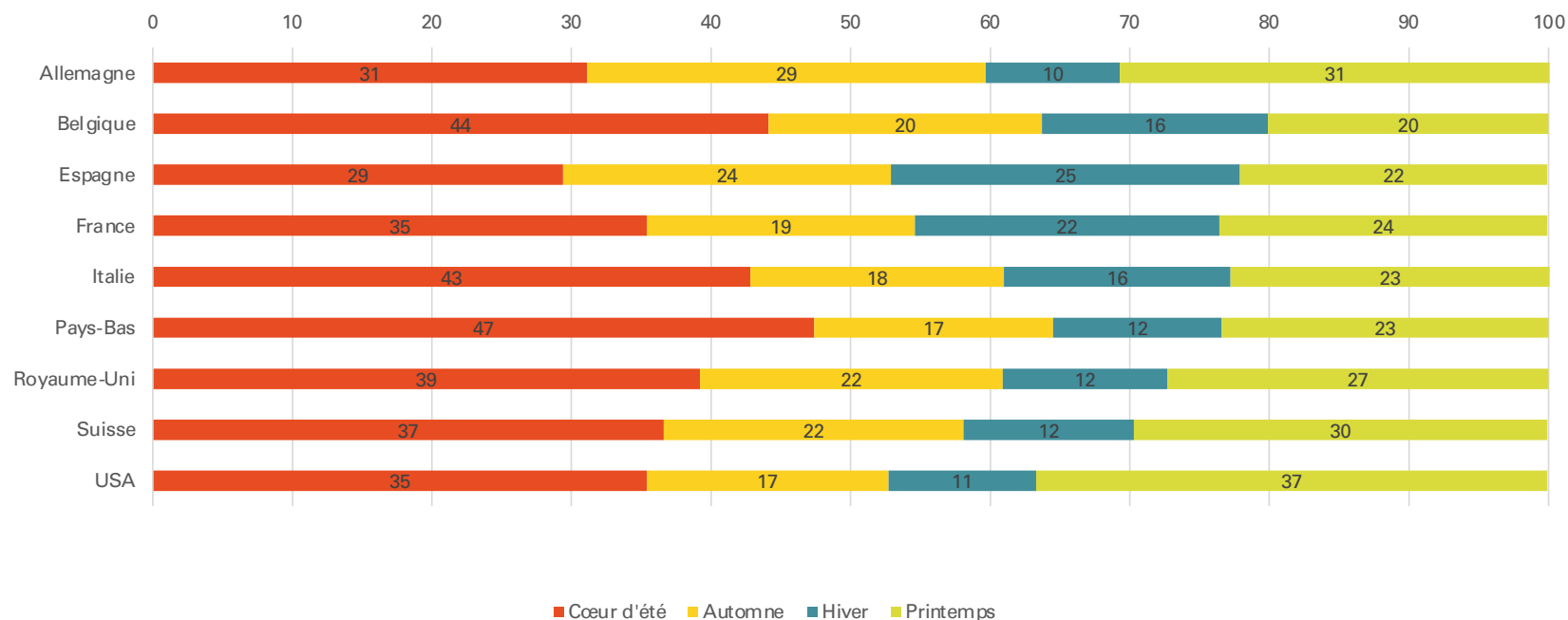
- **La répartition sur l’année** des flux touristiques (répartition de la fréquentation hors cœur de saison estivale / juillet-août) afin d’encourager l’activité à l’année et tendre vers des emplois du tourisme plus durables.
- **La diffusion en région** des flux touristiques (répartition géographique de la fréquentation et part de touristes itinérants pour chaque marché) afin de mieux diffuser la fréquentation et les recettes touristiques dans toute la région.
- **Le potentiel économique** en fonction de plusieurs variables (durées de séjour, dépenses moyennes par jour et par personne, paniers moyens, consommation totale du marché, poids des types d’hébergement utilisés par les clientèles, répartition des dépenses par grands postes - hébergement / restauration / activités / shopping / transports intrarégionaux) afin de valoriser l’entrée de devises dans l’économie de la région.

Le volume de chaque marché en nuitées est aussi pris en compte pour pondérer chacun de ces 3 indicateurs.

Une quatrième variable, celle de l’empreinte carbone, a fait l’objet d’une première exploration. Ont bien sûr été considérés dans cette réflexion test, les volumes de séjours par marché, les types de transports utilisés pour rejoindre notre région, mais aussi ceux qui sont utilisés en cours de séjours.

En 2024, d’autres points seront considérés au regard de cette dimension environnementale et des évolutions en cours dans les méthodologies utilisées qui restent encore hétéroclites selon les organismes officiels (ADEME, ETC, OMT...).

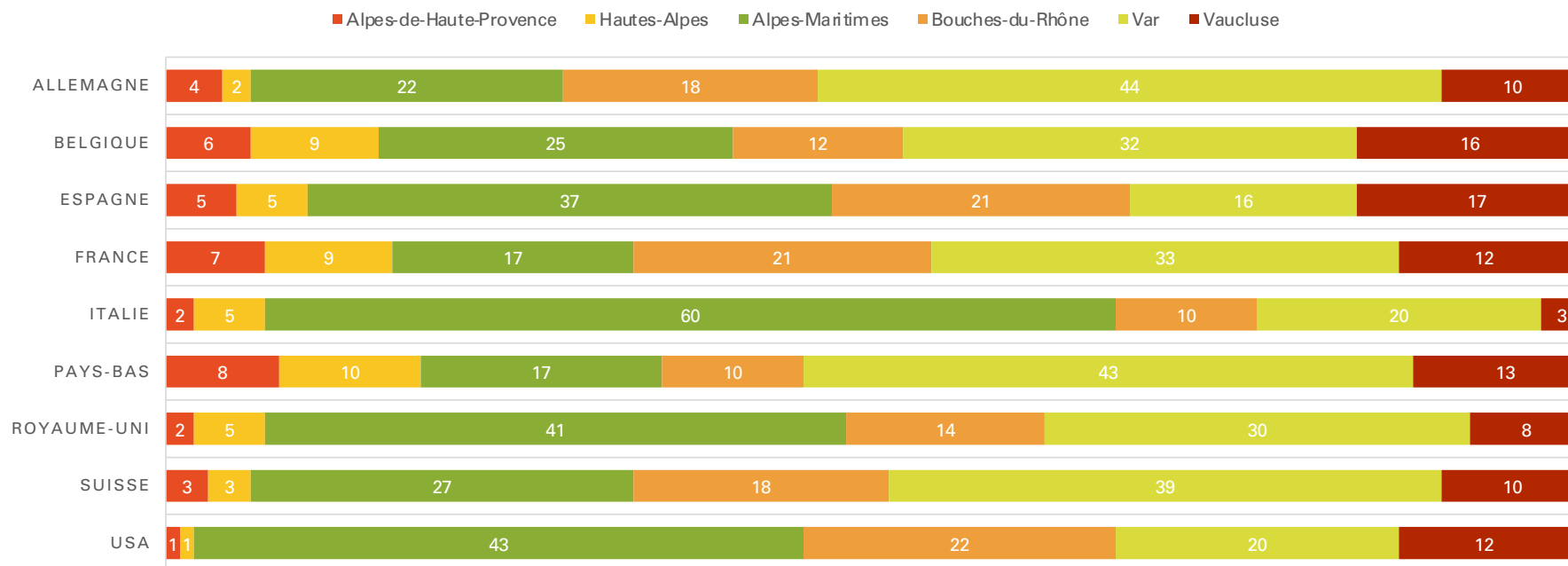
RÉPARTITION ANNUELLE DE LA FRÉQUENTATION TOP MARCHÉS



Quelques enseignements :

- **Cœur d'été** : pour la Belgique, l'Italie et les Pays-Bas, le cœur d'été représente plus de 40 % des nuitées annuelles
- **Été indien - Automne** : l'Allemagne se distingue particulièrement avec 29 % de ses nuitées annuelles
- **Hiver** : l'Espagne et la France sont en pôle position, avec plus de 20 % de leurs nuitées annuelles
- **Printemps** : il représente au moins 30 % des nuitées annuelles des USA, de l'Allemagne et de la Suisse

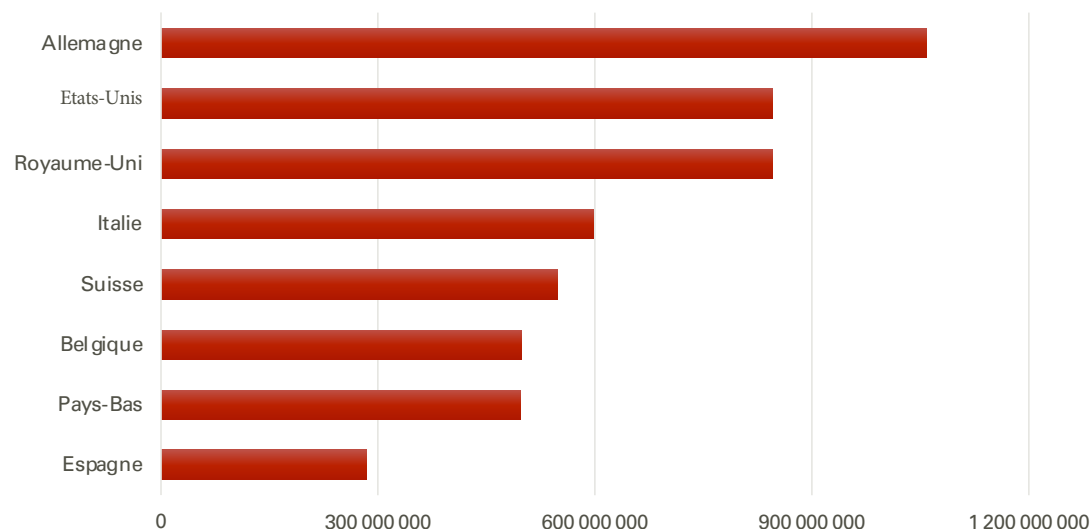
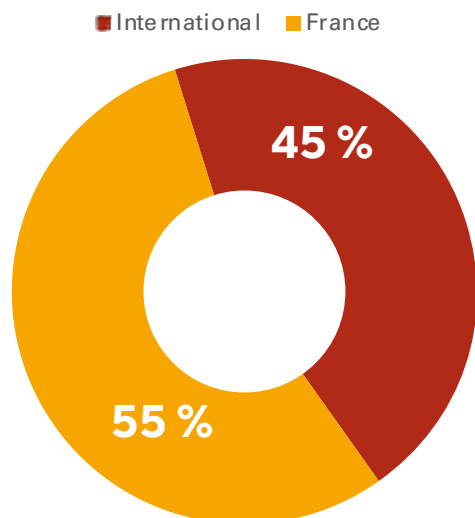
RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES FLUX TOURISTIQUES TOP MARCHÉS



Quelques enseignements :

- Le seul département des Alpes-Maritimes bénéficie de 60 % des nuitées italiennes et de plus de 40 % des nuitées des Américains et Britanniques.
- La Belgique, les Pays-Bas et la France sont les marchés dont l'équilibre par département est le meilleur
 - Pour les Etats-Unis, la Suisse, le Royaume-Uni, l'Italie et l'Allemagne, plus de 84 % des nuitées se répartissent sur les 3 départements littoraux.

CONSOMMATION TOURISTIQUE ANNUELLE



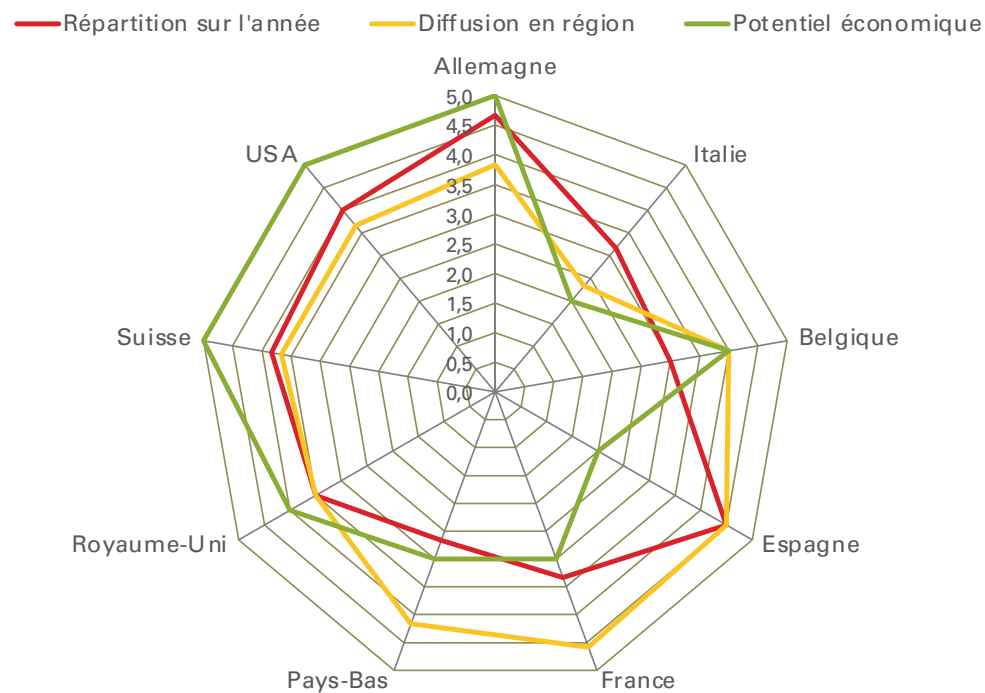
Avec 28 % des séjours et 36 % des nuitées, les clientèles internationales génèrent 45 % de la consommation régionale.

Autrement dit, la clientèle internationale qui représente le tiers de notre fréquentation, injecte près de la moitié de la consommation touristique dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Le top 3 des marchés internationaux les plus contributeurs à notre économie :

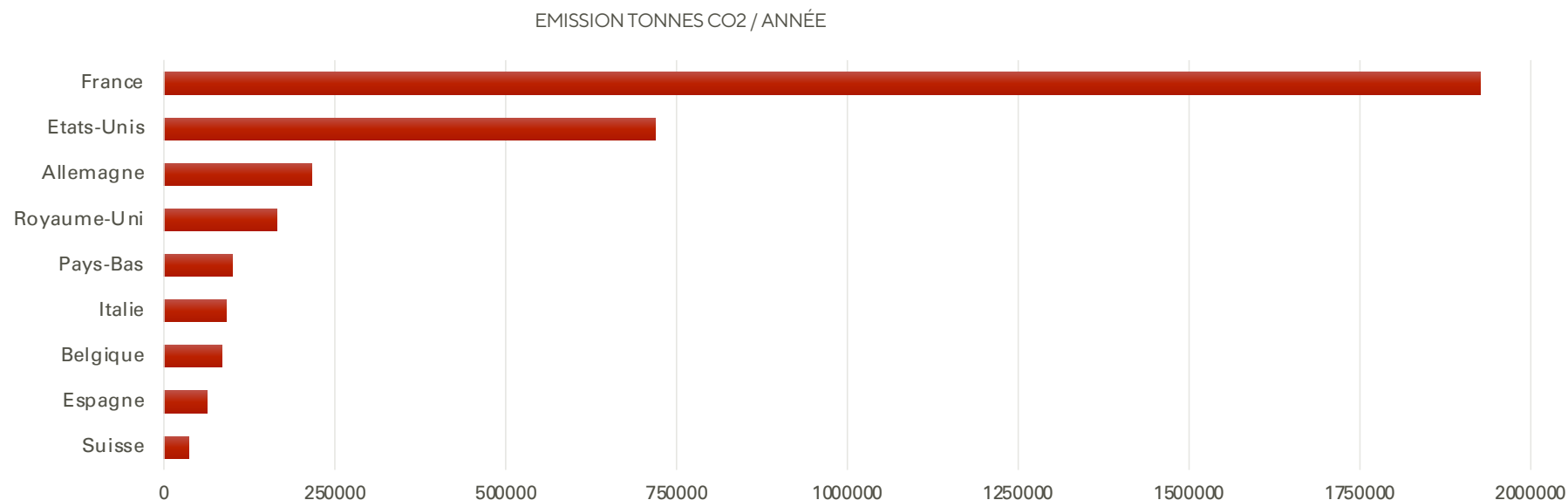
Allemagne puis sur un niveau équivalent, Etats-Unis et Royaume-Uni.

EN SYNTHÈSE DE CETTE ANALYSE AUTOUR DES 3 ENJEUX



**L'analyse a été traduite par une cotation par variable sur une échelle de 1 à 5, du plus faible intérêt au plus élevé.
Cette traduction graphique permet notamment de conforter le grand intérêt de l'Allemagne,
des Etats-Unis, de la Suisse ou encore du Royaume-Uni.**

EMPREINTE CARBONE (1^{re} APPROCHE)



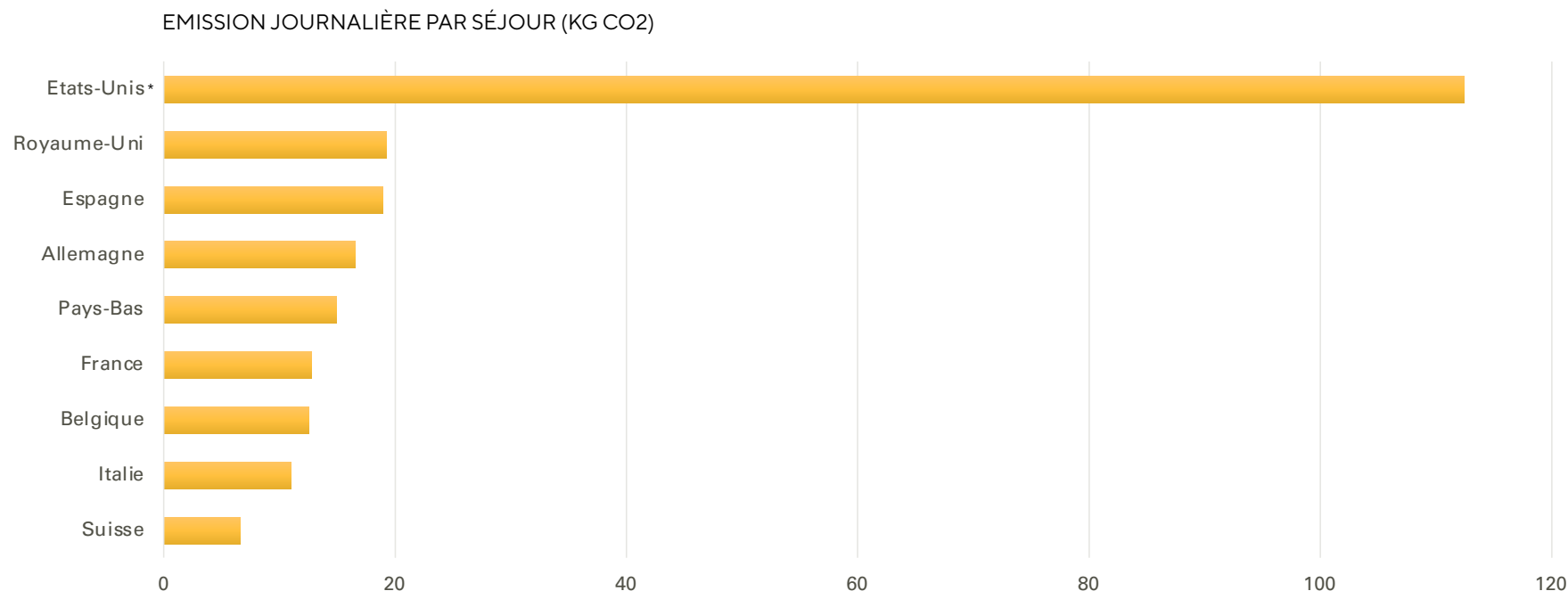
Des premières investigations à titre de test, ont été engagées sur ce grand sujet environnemental.

Elles ont pris appui sur le calcul du tonnage d'émission de CO2 à l'année par marché.

De même, a été calculée l'émission liée à un séjour touristique par personne et par jour, en fonction de l'origine géographique.

A l'année et tenant compte des volumes de clientèles, les touristes français en région ont la plus forte émission de carbone, devant les Etats-Unis et l'Allemagne. A noter que les Etats-Unis sont le seul marché non européen pris en compte dans cette première version du TouriScore qui sera progressivement déclinée sur la plupart des marchés pourvoyeurs de touristes (Amérique du Sud, Asie, Moyen-Orient, etc.)

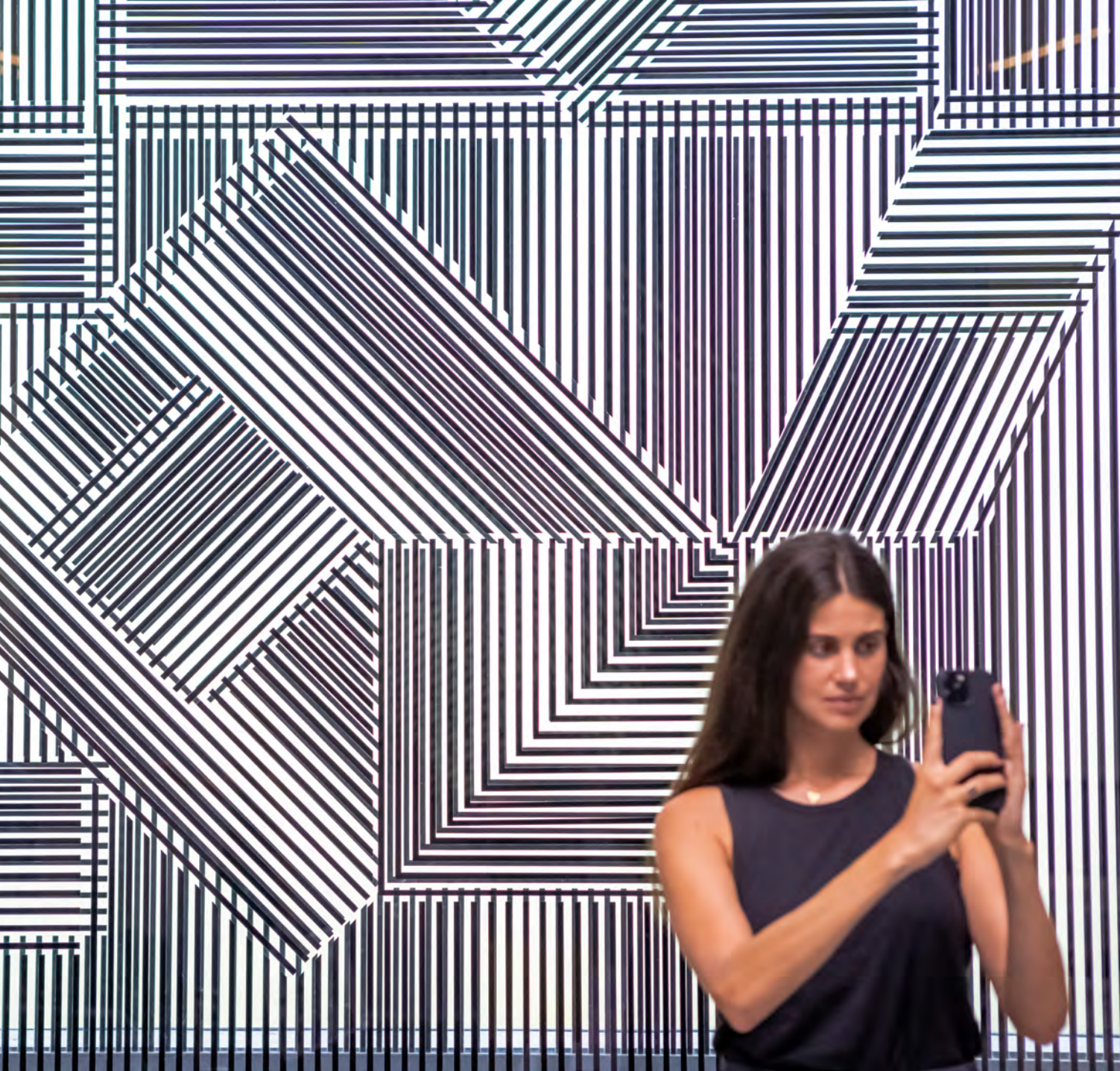
EMPREINTE CARBONE (1^{re} APPROCHE)



* Seul marché hors Europe étudié pour l'instant, d'autres seront rajoutés dès 2024.

Concernant les émissions journalières (tenant compte de la durée moyenne de séjour des différents marchés), l'empreinte carbone d'un marché hors-Europe tel que les Etats-Unis est élevée, l'utilisation d'un avion long-courrier étant incontournable pour rejoindre la France et notre destination. A noter des niveaux plus faibles d'émissions pour la Suisse et dans une moindre mesure, l'Italie, deux marchés de grande proximité.





FOCUS



DESTINATION
CLIENTÈLES



| PROVENCE

LA PROVENCE

PROVENCE
ENJOY THE UNEXPECTEDalpes
DU SUDCÔTE D'AZUR
FRANCE

22 976 300



Séjours

143 666 400



Nuitées

50%



29-55 ans

Mode de transport



65%



16%



13%

Famille / Amis avec enfants 36%

Famille / Amis sans enfant 25%

Couple 22%

Seul(e) 12%

Type de groupe

Autre 5%

Durée de
séjour

6,3



23% Internationaux / 30% Intra-régionaux

47%

Extra France



85%

Repeaters

12%
d'itinérants

68,5 € Dép/j/pers

876,3 € Budget moyen du séjour

9,8 Mrds € Retombées économiques directes

Département de séjour

7%

04

1%

05

0%

06

36%

13

33%

83

23%

84

58%

Marchand



79%

Motif personnel

Période de séjour

Printemps
28%Cœur d'été
25%Été indien/Automne
23%Hiver
24%



| ALPES

LES ALPES DU SUD

PROVENCE
ENJOY THE UNEXPECTED

alpes
DU SUD

CÔTE D'AZUR
FRANCE

4 553 300



Séjours

27 248 500



Nuitées

45%



29-55 ans

Mode de transport



80%



10%



3%

Famille / Amis avec enfants 54%

Famille / Amis sans enfant 19%

Couple 14%

Seul(e) 6%

Type de groupe Autre 7%

Durée de séjour

6



53%

Intra région

29% extra-régionaux / 18% internationaux



91%

Repeaters



8%

d'itinérants

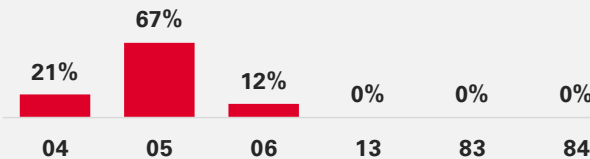


64,3 € Dép./j/pers

995,7 € Budget moyen du séjour

1,8 Mrds € Retombées économiques directes

Département de séjour



65%

Marchand



Période de séjour

Printemps
16%

Cœur d'été
23%

Été indien/Automne
18%

Hiver
43%



90%

Motif personnel



| CÔTE D'AZUR

LA CÔTE D'AZUR

PROVENCE
ENJOY THE UNEXPECTEDalpes
DU SUDCÔTE D'AZUR
FRANCE

13 276 400



Séjours

101 593 300



Nuitées

48%



29-55 ans

Mode de transport



56%



14%



24%

Famille / Amis avec enfants 36%

Famille / Amis sans enfant 24%

Couple 23%

Seul(e) 14%

Type de groupe Autre 3%

Durée de
séjour

7,7



42%

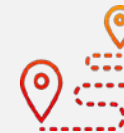
Internationaux

40% extra-régionaux / 17% Intra-régionaux



86%

Repeaters



9%

d'itinérants

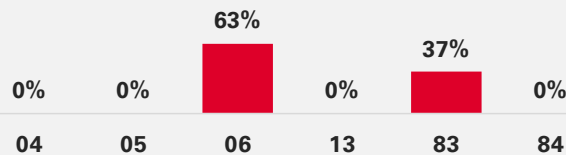


76,1 € Dép./j/pers

1 173 € Budget moyen du séjour

7,7 Mrds € Retombées économiques directes

Département de séjour



61%

Marchand



Période de séjour

Printemps
30%Cœur d'été
29%Été indien/Automne
23%Hiver
19%

88%

Motif personnel



CLIENTÈLE
FRANÇAISE

LA CLIENTÈLE FRANÇAISE



26 078 900



Séjours

150 801 700



Nuitées

49%



26-55 ans

Mode de transport



70%



16%



8%

Famille / Amis avec enfants 40%

Famille / Amis sans enfant 23%

Couple 20%

Seul(e) 12%

Autre 5%

Type de groupe

Durée de séjour

5,8



59% Français extra-régionaux

41% intra-régionaux



90%

Repeaters



8%

d'itinérants



61,3 € Dép/j/pers

767,8 € Budget moyen du séjour

9,2 Mrds € Retombées économiques directes

Destination (% des séjours)

67%



Provence

14%

Alpes

29%

Côte d'Azur

58% Marchand



81%

Motif personnel

Période de séjour

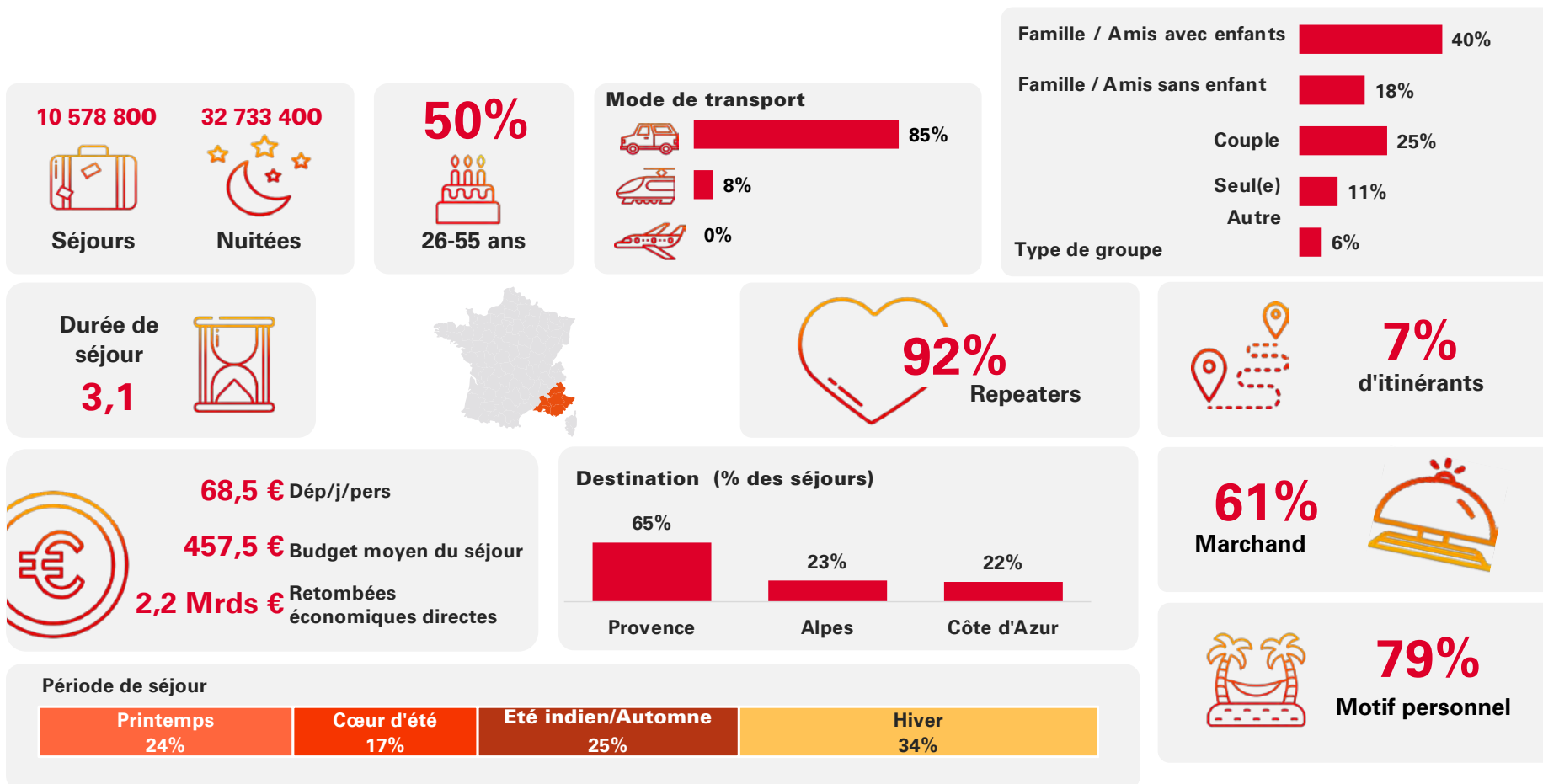
Printemps
26%

Cœur d'été
24%

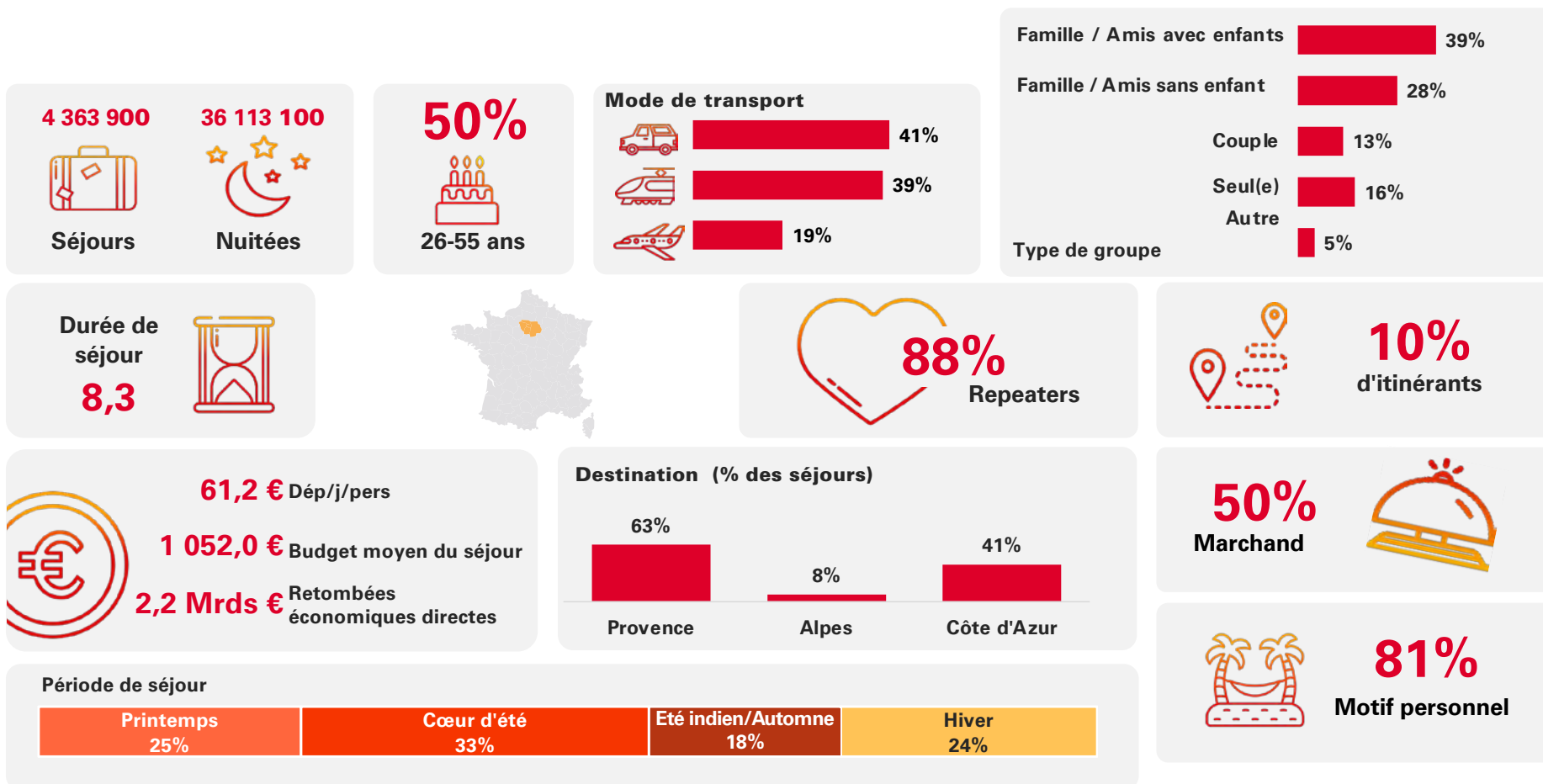
Été indien/Automne
23%

Hiver
28%

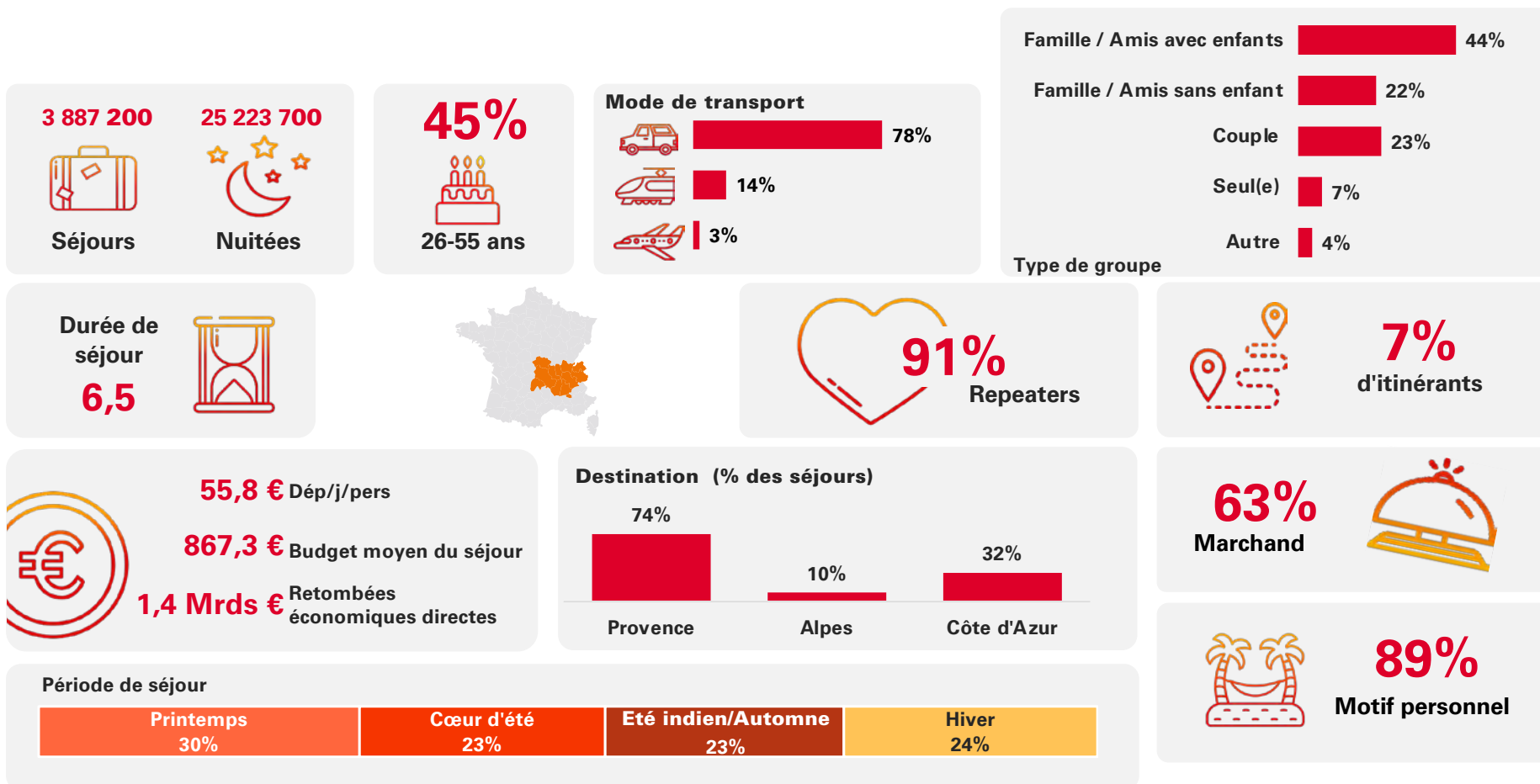
LA CLIENTÈLE INTRA-RÉGIONALE



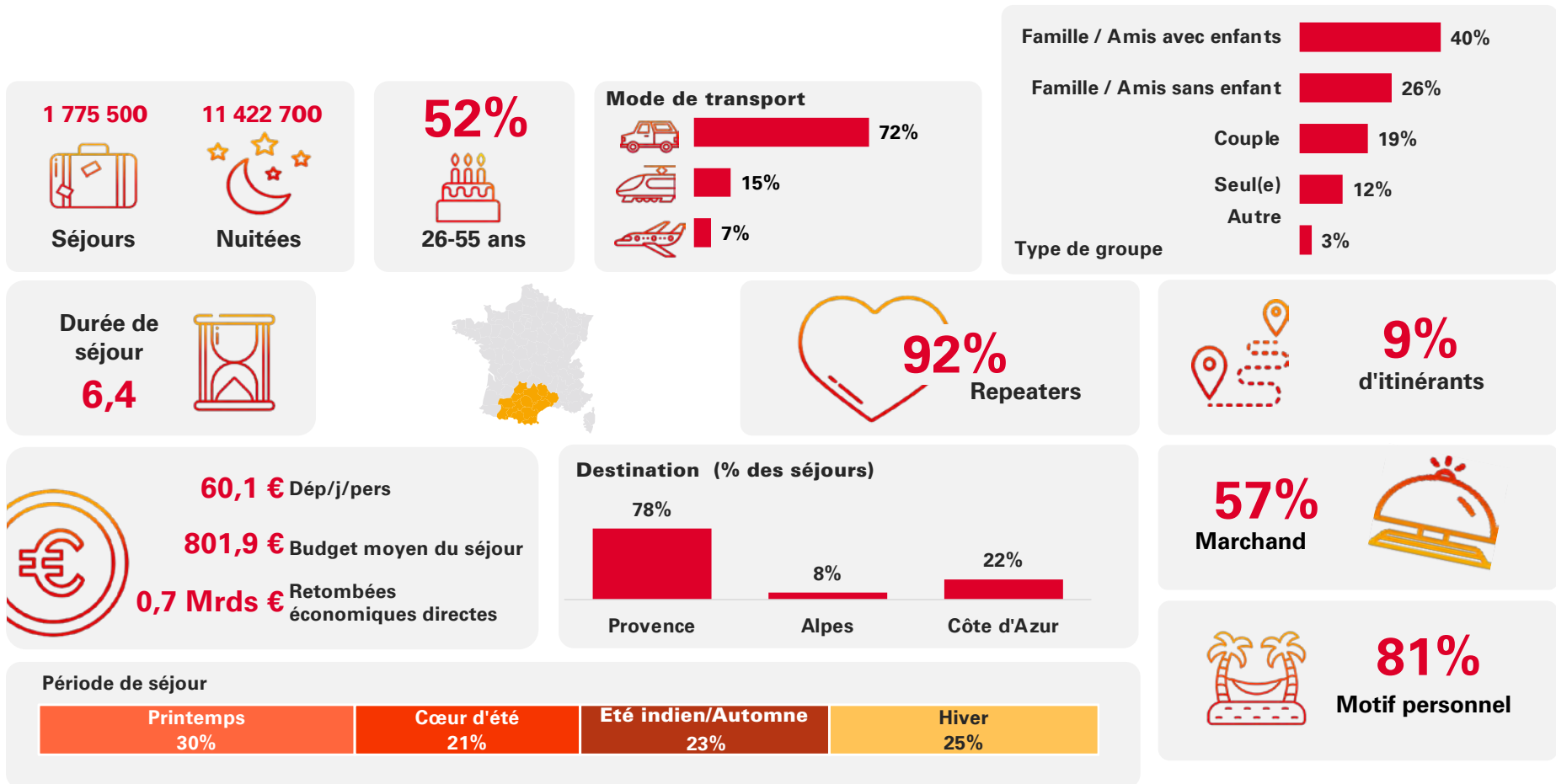
LA CLIENTÈLE D'ÎLE-DE-FRANCE



LA CLIENTÈLE D'Auvergne-Rhône-Alpes



LA CLIENTÈLE D'OCCITANIE





CLIENTÈLE INTERNATIONALE

LA CLIENTÈLE INTERNATIONALE

10 560 700



Séjours

86 886 000



Nuitées

50%



26-55 ans

Mode de transport



43%



13%



37%

Famille / Amis avec enfants 32%

Famille / Amis sans enfant 26%

Couple 24%

Seul(e) 15%

Autre 3%

Type de groupe

Durée de séjour

8,2



75%

Repeaters

16%
d'itinérants

87,2 € Dép./j/pers

1 302,2 € Budget moyen du séjour

7,6 Mrds € Retombées économiques directes



Destination (% des séjours)

51%



Provence

8%



Alpes

53%



Côte d'Azur

61%
Marchand88%
Motif personnel

Période de séjour

Printemps
29%Cœur d'été
29%Été indien/Automne
23%Hiver
19%

ALLEMAGNE



1 321 300



Séjours

13 447 000



Nuitées

55%



29-55 ans

Mode de transport



56%



9%



23%

Famille / Amis avec enfants 32%

Famille / Amis sans enfant 26%

Couple 29%

Seul(e) 11%

Autre 3%

Type de groupe

Durée de séjour

10,2



75%

Repeaters



20%

d'itinérants



80,5 € Dép/j/pers

1 491,1 € Budget moyen du séjour

1,1 Mrds € Retombées économiques directes

Destination (% des séjours)

62%



Provence

5%

Alpes

52%



Côte d'Azur

74%

Marchand



91%

Motif personnel

Période de séjour

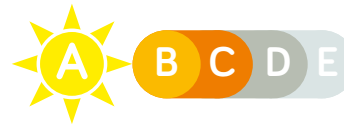
Printemps
31%

Cœur d'été
31%

Été indien/Automne
27%

Hiver
12%

BELGIQUE ET LUXEMBOURG



739 900



Séjours

6 691 600



Nuitées

49%



29-55 ans

Mode de transport



55%



11%



30%

Famille / Amis avec enfants 40%

Famille / Amis sans enfant 24%

Couple 17%

Seul(e) 13%

Autre 6%

Type de groupe

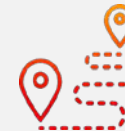
Durée de séjour

9,0



85%

Repeaters



6%

d'itinérants

77,7 € Dép./j/pers

1 605,4 € Budget moyen du séjour

0,5 Mrds € Retombées économiques directes



Destination (% des séjours)

55%



Provence

12%



Alpes

43%



Côte d'Azur

66%

Marchand



85%

Motif personnel

Période de séjour

Printemps
20%

Cœur d'été
37%

Été indien/Automne
24%

Hiver
19%

ESPAGNE



587 500



Séjours

3 380 500



Nuitées

49%



29-55 ans

Mode de transport



45%



16%



27%

Famille / Amis avec enfants 31%

Famille / Amis sans enfant 29%

Couple 26%

Seul(e) 12%

Type de groupe Autre 2%

Durée de séjour

5,8



65%

Repeaters



25%

d'itinérants



78,1€ Dép/j/pers

750,1€ Budget moyen du séjour

0,3 Mrds € Retombées économiques directes

Destination (% des séjours)

56%



Provence

6%

Alpes

46%

Côte d'Azur

52%

Marchand



83%

Motif personnel

Période de séjour

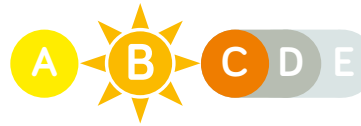
Printemps
21%

Cœur d'été
22%

Été indien/Automne
32%

Hiver
26%

ÉTATS-UNIS



759 100



Séjours

6 384 100



Nuitées

38%



29-55 ans

Mode de transport



18%



34%



41%

Famille / Amis avec enfants 29%

Famille / Amis sans enfant 30%

Couple 23%

Seul(e) 16%

Type de groupe Autre 2%

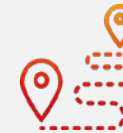
Durée de séjour

8,4



69%

Repeaters



34%

d'itinérants



134,2 € Dép/j/pers

1 870,3 € Budget moyen du séjour

0,9 Mrds € Retombées économiques directes

Destination (% des séjours)

50%



Provence

2%

Alpes

53%



Côte d'Azur

55%

Marchand



89%

Motif personnel

Période de séjour

Printemps

38%

Cœur d'été

32%

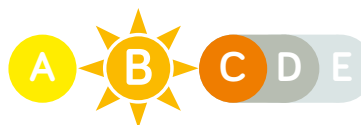
Été indien/Automne

15%

Hiver

16%

ITALIE



1217 600



Séjours

8 297 500



Nuitées

51%



29-55 ans

Mode de transport



69%



7%



13%

Famille / Amis avec enfants 36%

Famille / Amis sans enfant 24%

Couple 27%

Seul(e) 10%

Autre 4%

Type de groupe

Durée de séjour

6,8



83%

Repeaters



13%

d'itinérants



75,9 € Dép./j/pers

1 032,5 € Budget moyen du séjour

0,6 Mrds € Retombées économiques directes

Destination (% des séjours)

36%

Provence

8%

Alpes

72%

Côte d'Azur

64%

Marchand



95%

Motif personnel

Période de séjour

Printemps

33%

Cœur d'été

29%

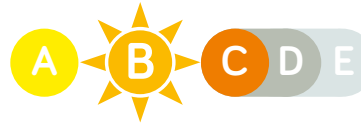
Été indien/Automne

21%

Hiver

17%

PAYS-BAS



759 400



Séjours

6 801 300



Nuitées

43%



29-55 ans

Mode de transport



67%



9%



20%

Famille / Amis avec enfants 36%

Famille / Amis sans enfant 28%

Couple 23%

Seul(e) 12%

Type de groupe

Autre 1%

Durée de séjour

9,0



73%

Repeaters



11%

d'itinérants



74,7 € Dép./j/pers

1 404,2 € Budget moyen du séjour

0,5 Mrds € Retombées économiques directes

Destination (% des séjours)

62%

Provence

13%

Alpes

40%

Côte d'Azur

67%

Marchand



94%

Motif personnel

Période de séjour

Printemps
22%

Cœur d'été
39%

Été indien/Automne
23%

Hiver
17%

ROYAUME-UNI



975 000



Séjours

8 633 500



Nuitées

49%



29-55 ans

Mode de transport



21%



7%



66%

Famille / Amis avec enfants 30%

Famille / Amis sans enfant 26%

Couple 22%

Seul(e) 17%

Autre 6%

Type de groupe

Durée de séjour

8,9



70%

Repeaters



13%

d'itinérants

104,6 € Dép./j/pers

1 655,5 € Budget moyen du séjour

0,9 Mrds € Retombées économiques directes



Destination (% des séjours)

42%

Provence

7%

Alpes

58%

Côte d'Azur

62%

Marchand



84%

Motif personnel



Période de séjour

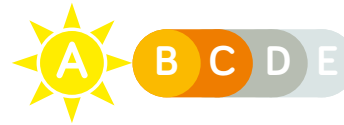
Printemps
27%

Cœur d'été
35%

Été indien/Automne
24%

Hiver
15%

SUISSE



694 400



Séjours

5 441 000



Nuitées

50%



29-55 ans

Mode de transport



64%



11%



15%

Famille / Amis avec enfants 40%

Famille / Amis sans enfant 25%

Couple 21%

Seul(e) 13%

Type de groupe Autre 2%

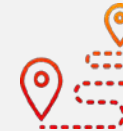
Durée de séjour

7,8



87%

Repeaters



12%

d'itinérants



102,8 € Dép/j/pers

1 622,7 € Budget moyen du séjour

0,6 Mrds € Retombées économiques directes

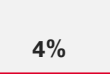
Destination (% des séjours)

64%



Provence

4%



Alpes

56%



Côte d'Azur

68%

Marchand



85%

Motif personnel

Période de séjour

Printemps

31%

Cœur d'été

28%

Été indien/Automne

25%

Hiver

16%





COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

64 La Canebière - CS 10009

13231 Marseille - Cedex 01

☎ +33 (0)4 91 56 47 00

✉ information@provence-alpes-cotedazur.com

✉ observatoire@provence-alpes-cotedazur.com

#MORETHANPROVENCE

#PUREALPES

#COTEDAZURFRANCE

PROVENCE-ALPES-COTEDAZUR.COM

Edition du Comité régional de tourisme - Conception : magalirogliano@gmail.com - Impression : imprimerie Caractères - Novembre 2023.

© F. Ecochard - C. Luperini - V. Lucas - J. Cabanel - R. Van Rijn - A. Lapalus - CRT - iStock - Adobe Stock. Malgré tous les soins d'usage apportés à la réalisation de cette édition, des erreurs peuvent s'être glissées dans les informations. En aucun cas la responsabilité du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur ne saurait être engagée.