

ACVS
NET

Accueil & Conseil
en Visites & Séjours

DEMARCHE
&
SYSTEME
D'INFORMATION

Observation,
analyse et pilotage

**Département
du Var**

2011

VAR TOURISME
ADT Var

**Tableau de
bord 2010**

VAR TOURISME

CONSEIL GÉNÉRAL
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

ACVS

Accueil & Conseil en Visites & Séjours

GOLFE DE ST TROPEZ

Tableau de bord 2010

DOUBLE DIMENSION

- Un marché « hors place »

- Une intention de séjour, de découverte,
 - Une attente d'information, un « panier » à concevoir, suggérer, développer...
 - Un client à séduire pour **déclenchement de séjour**
- >>> les prospects touchés par téléphone, fax, courrier ou internet

- Un marché « sur place »

- Une clientèle déjà présente sur le territoire,
- Une attente d'information, de suggestions
- Un client à séduire pour **enrichissement de séjour** ... un client à satisfaire, à fidéliser

>>> les clients sur site, au comptoir.

Données de cadrage

- Unité d'observation : les actes de demandes d'information ;
- Près de 570.000 actes qualifiés, enregistrés sur les points d'accueil du Golfe de St Tropez à travers l'outil ACVS (de 2005 à 2010);
- 73.000 actes qualifiés en 2010, 86.000 en 2009, 92.500 en 2008, 116.000 actes en 2007, 107.000 en 2006 et 88.000 en 2005 ;
- Informations et analyses sur la clientèle sur des points d'accueil, ne pouvant être le reflet du marché touristique dans son ensemble (limites, champs) ;

ACVS
NET

Accueil & Conseil
en Visites & Séjours

DEMARCHE
&
SYSTEME
D'INFORMATION

Observation,
analyse et pilotage

**Département
du Var**

2011

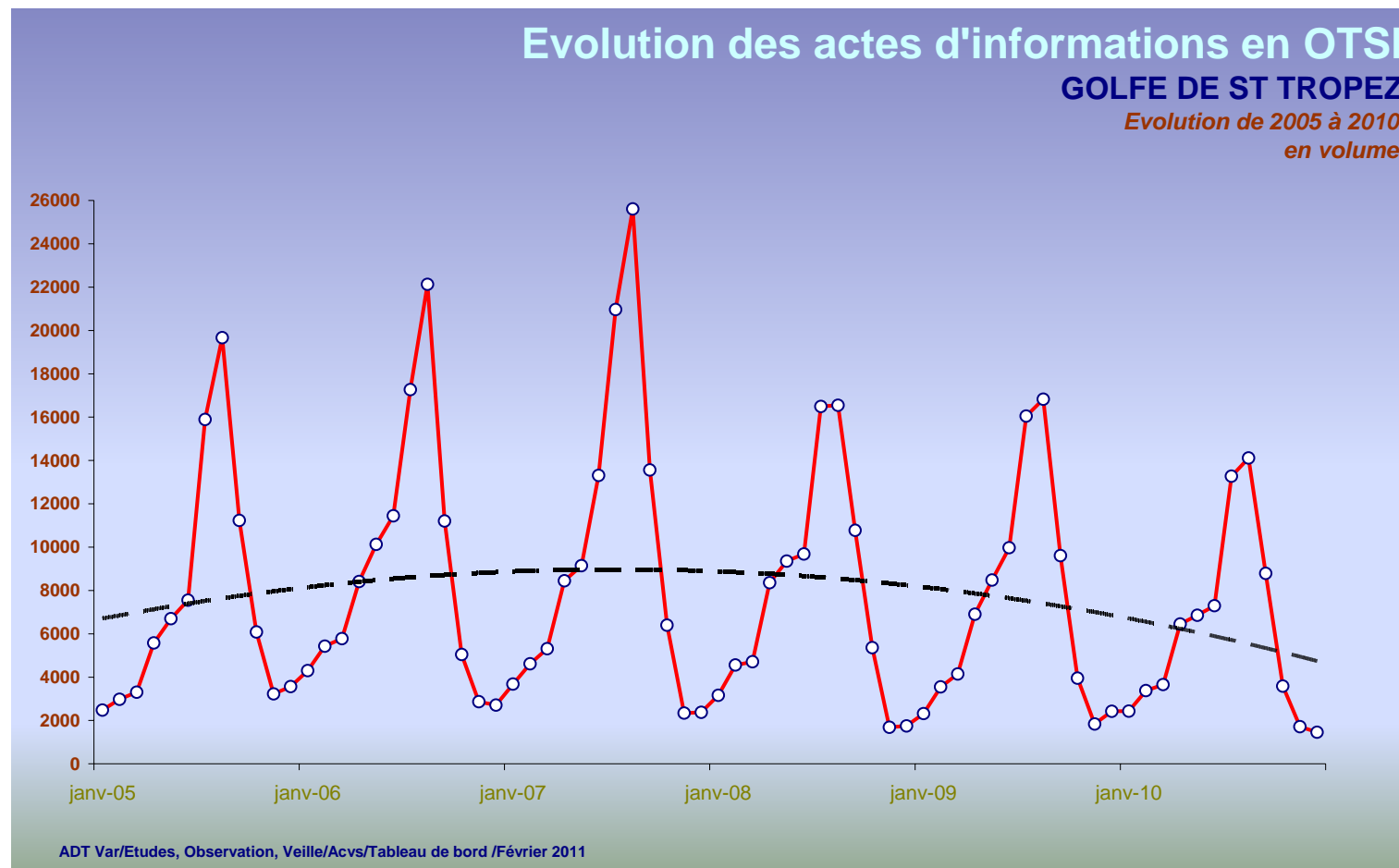
VAR TOURISME
ADT Var

**Tableau de
bord 2010**

ANALYSE DES TENDANCES

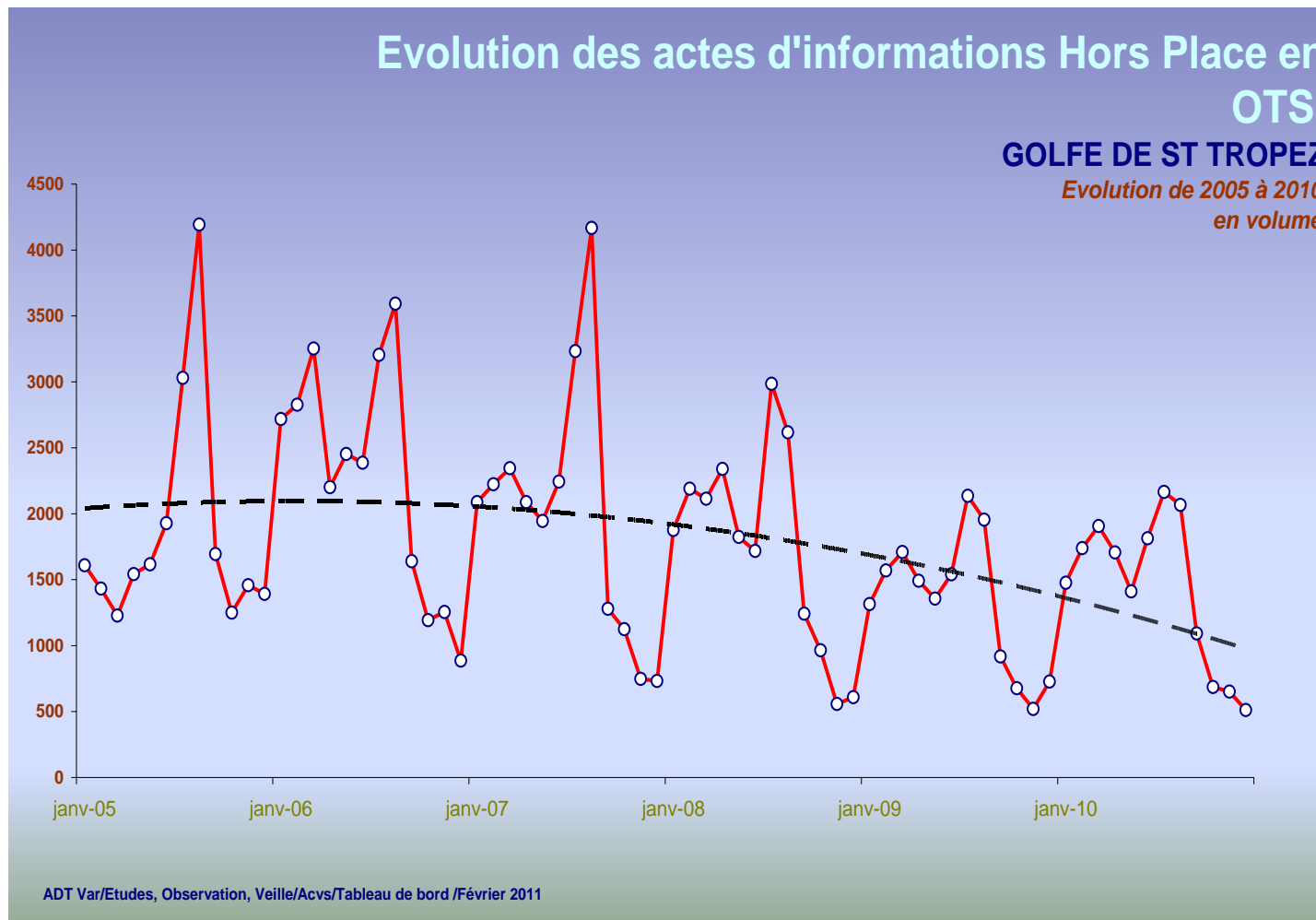
Evolutions
2005 à 2010

ACTIVITE DES OFFICES DE TOURISME DU VAR



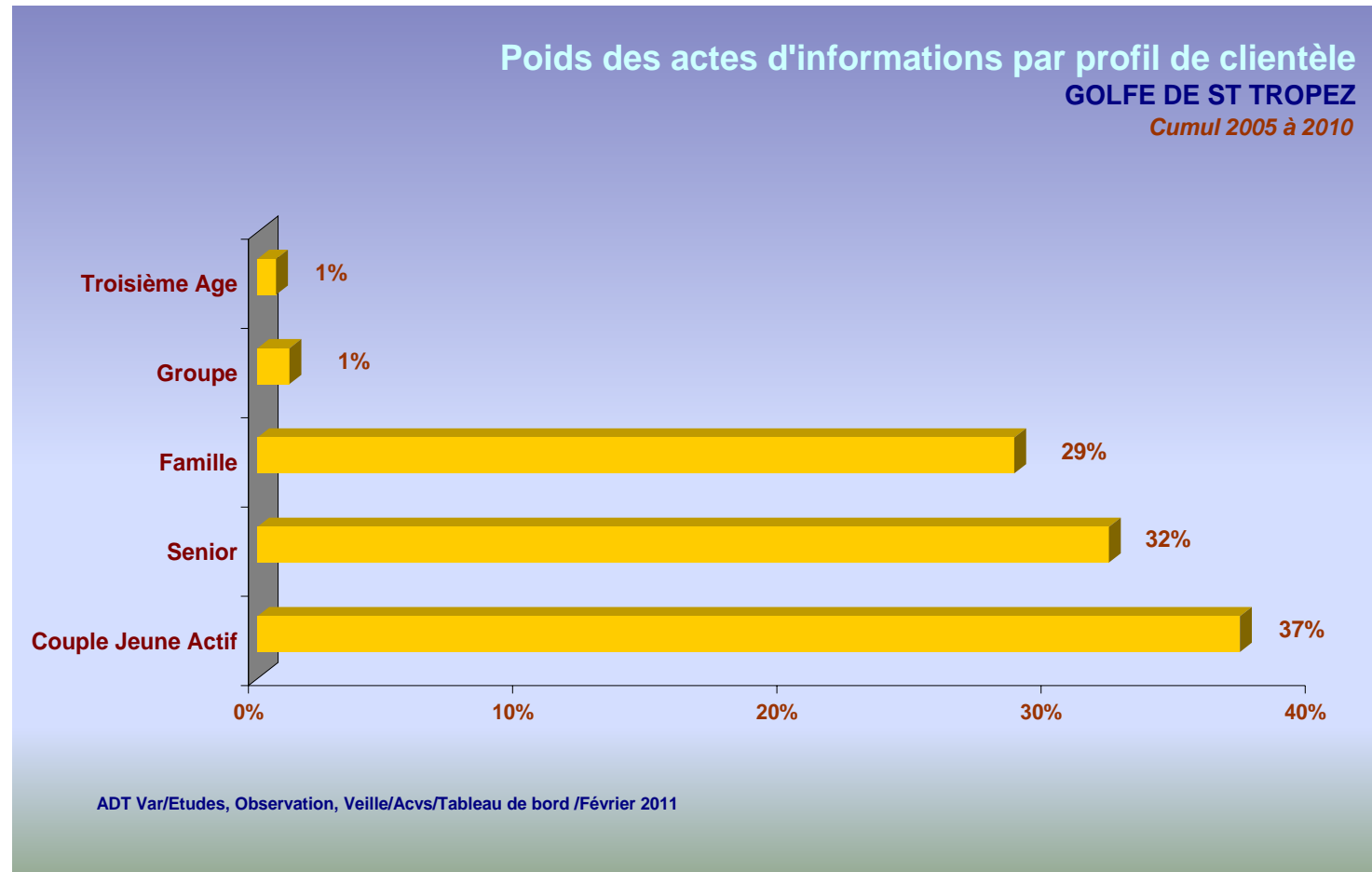
Si la qualification progresse jusqu'en 2007, elle connaît une baisse à partir de 2008 et ce jusqu'en 2010.

ACTIVITE DES OFFICES DE TOURISME DU VAR



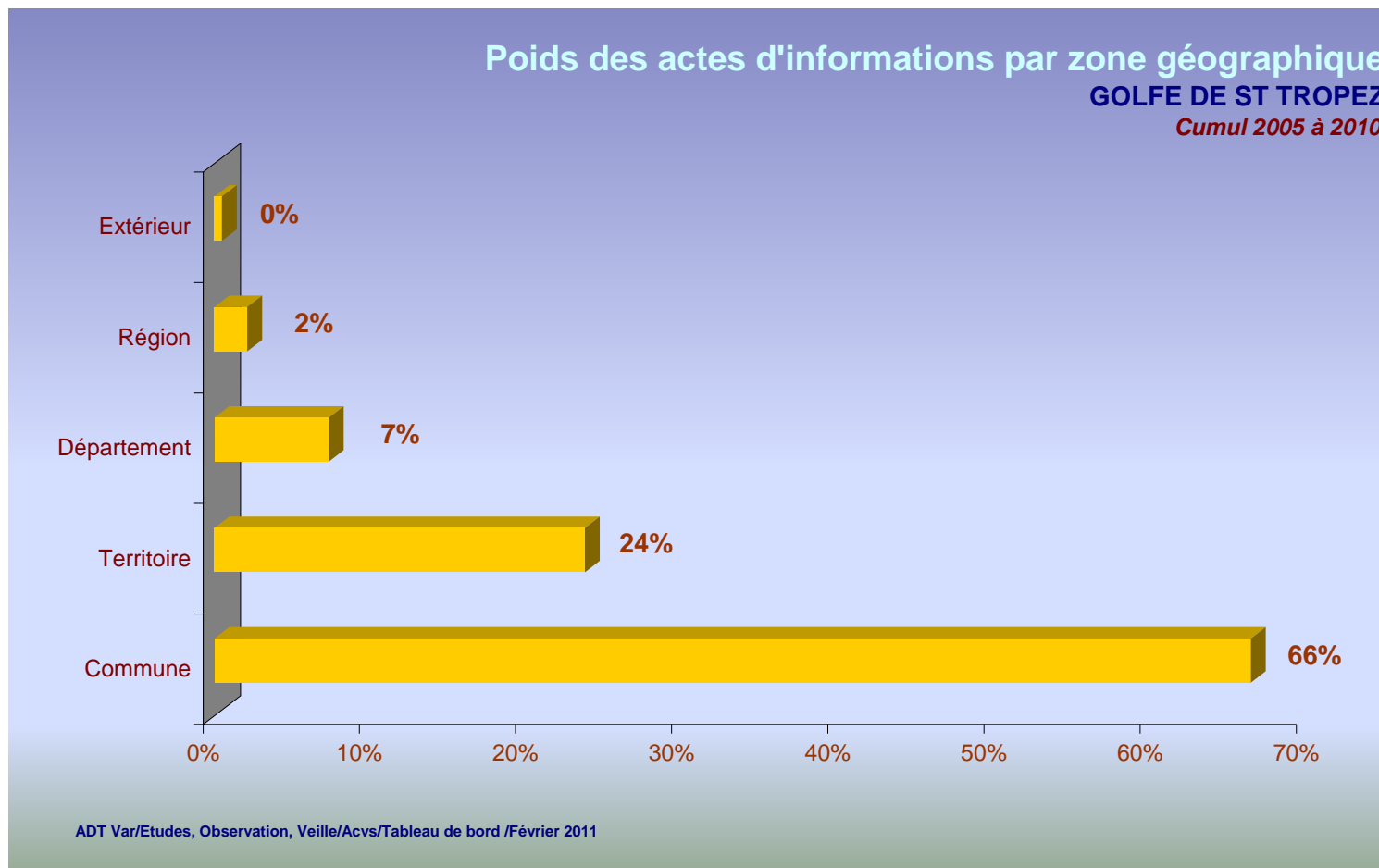
Depuis 2008, on observe une baisse de la qualification hors place.

ACTIVITE DES OFFICES DE TOURISME DU VAR



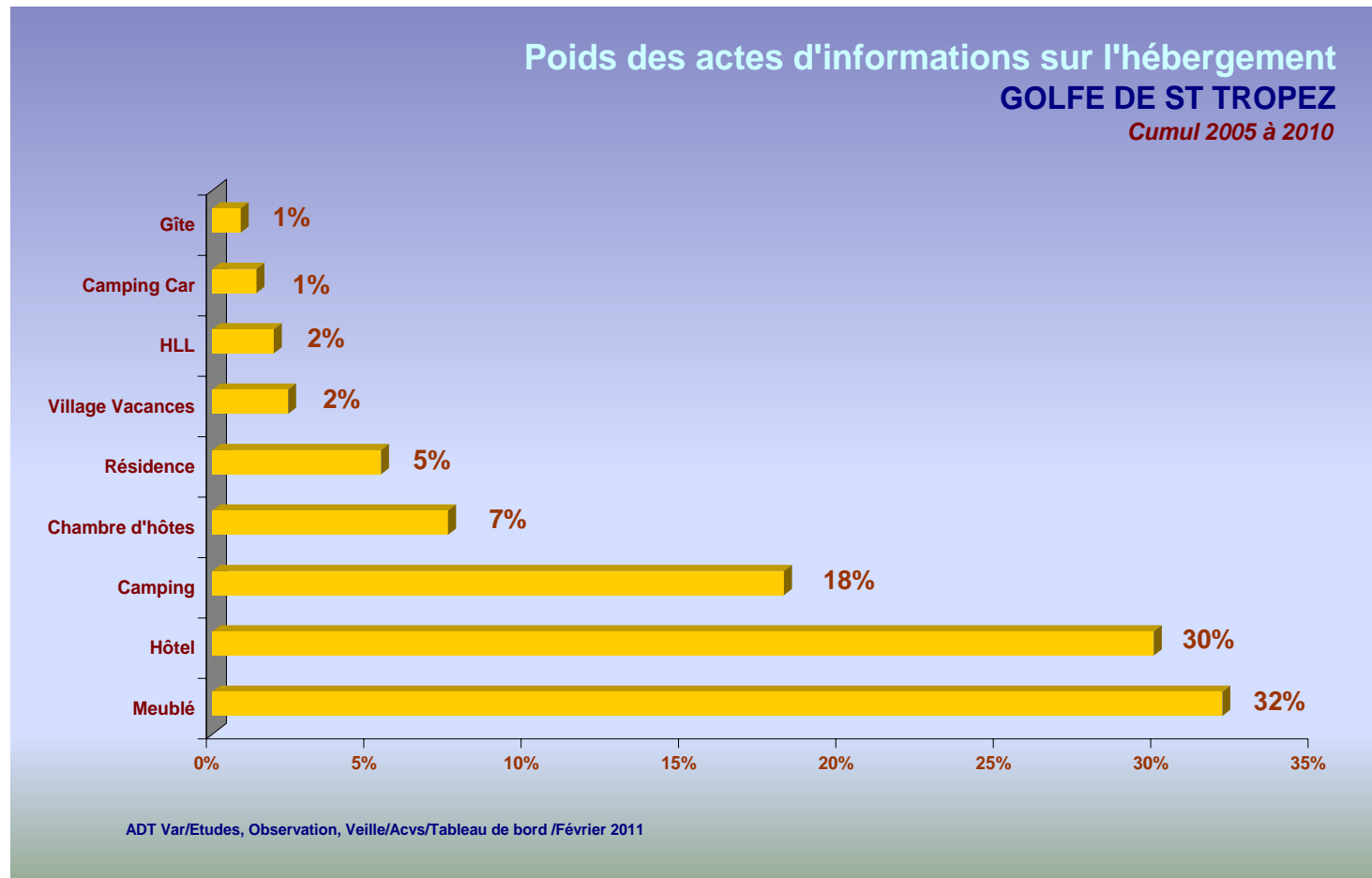
Plus d'1/3 des demandes concerne une clientèle de couple jeune actif, 1/3 des seniors et plus d'1/4 des familles.

ACTIVITE DES OFFICES DE TOURISME DU VAR



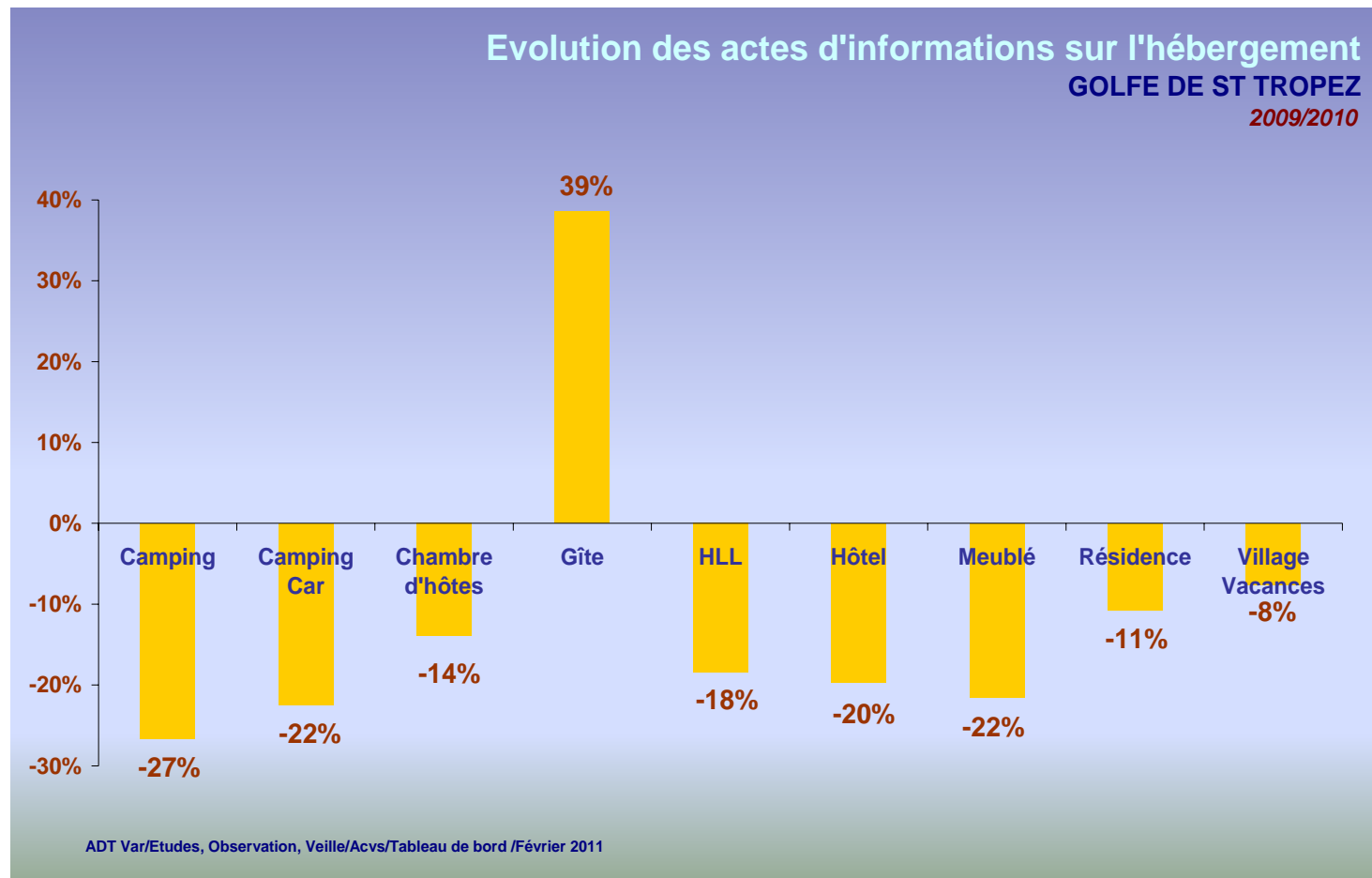
Avec 2/3 des demandes, la commune est la zone géographique la plus prescrite, suivi du territoire avec 1/4 des qualifications.

ACTIVITE DES OFFICES DE TOURISME DU VAR



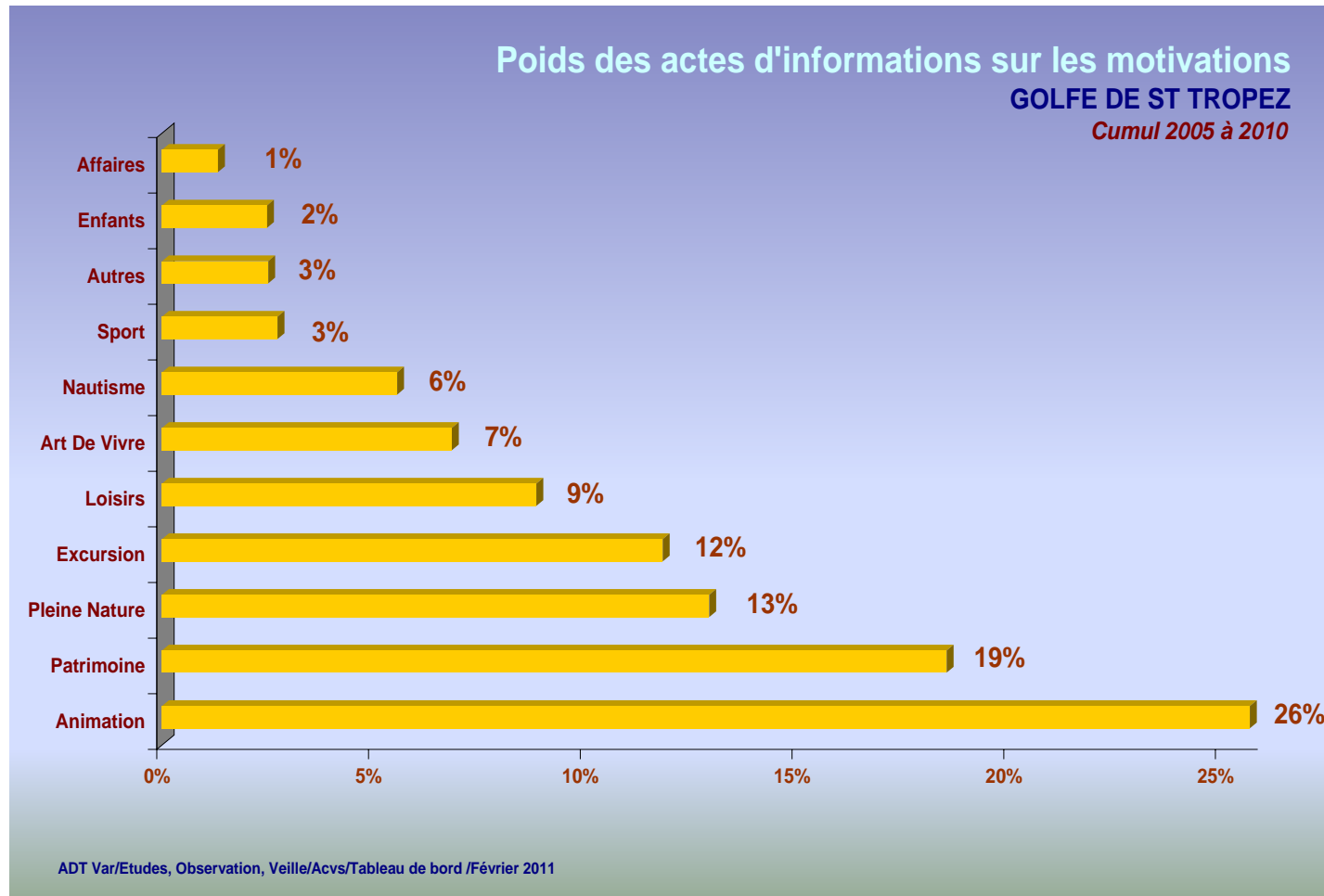
Près d'1/3 des demandes sont concentrées sur le meublé de tourisme, 30% sur l'hôtellerie et 20% sur l'hôtellerie de plein air.

ACTIVITE DES OFFICES DE TOURISME DU VAR



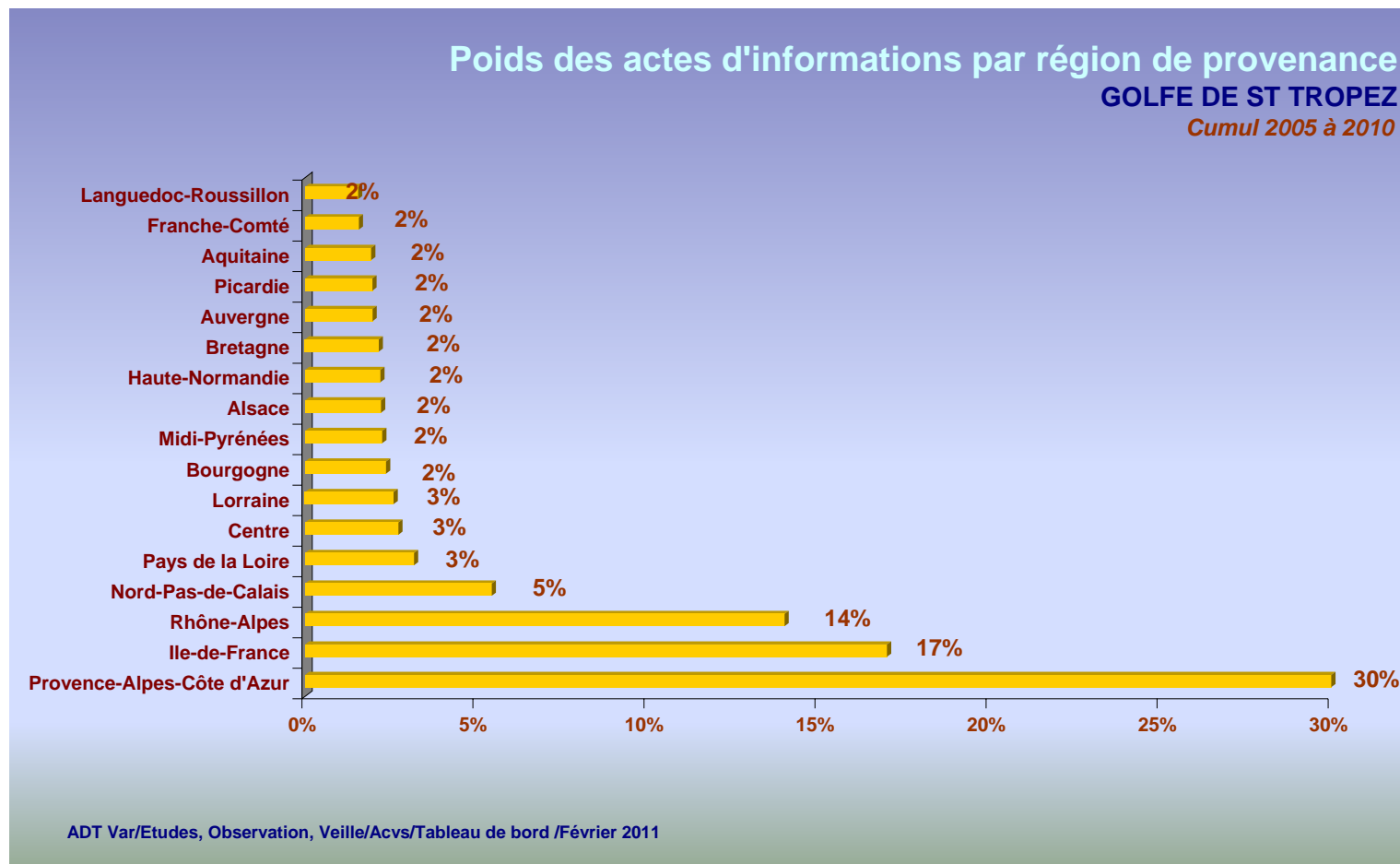
Par rapport à 2009, les volumes d'actes baissent pour tous les modes d'accueil, excepté pour les gîtes qui progressent.

ACTIVITE DES OFFICES DE TOURISME DU VAR



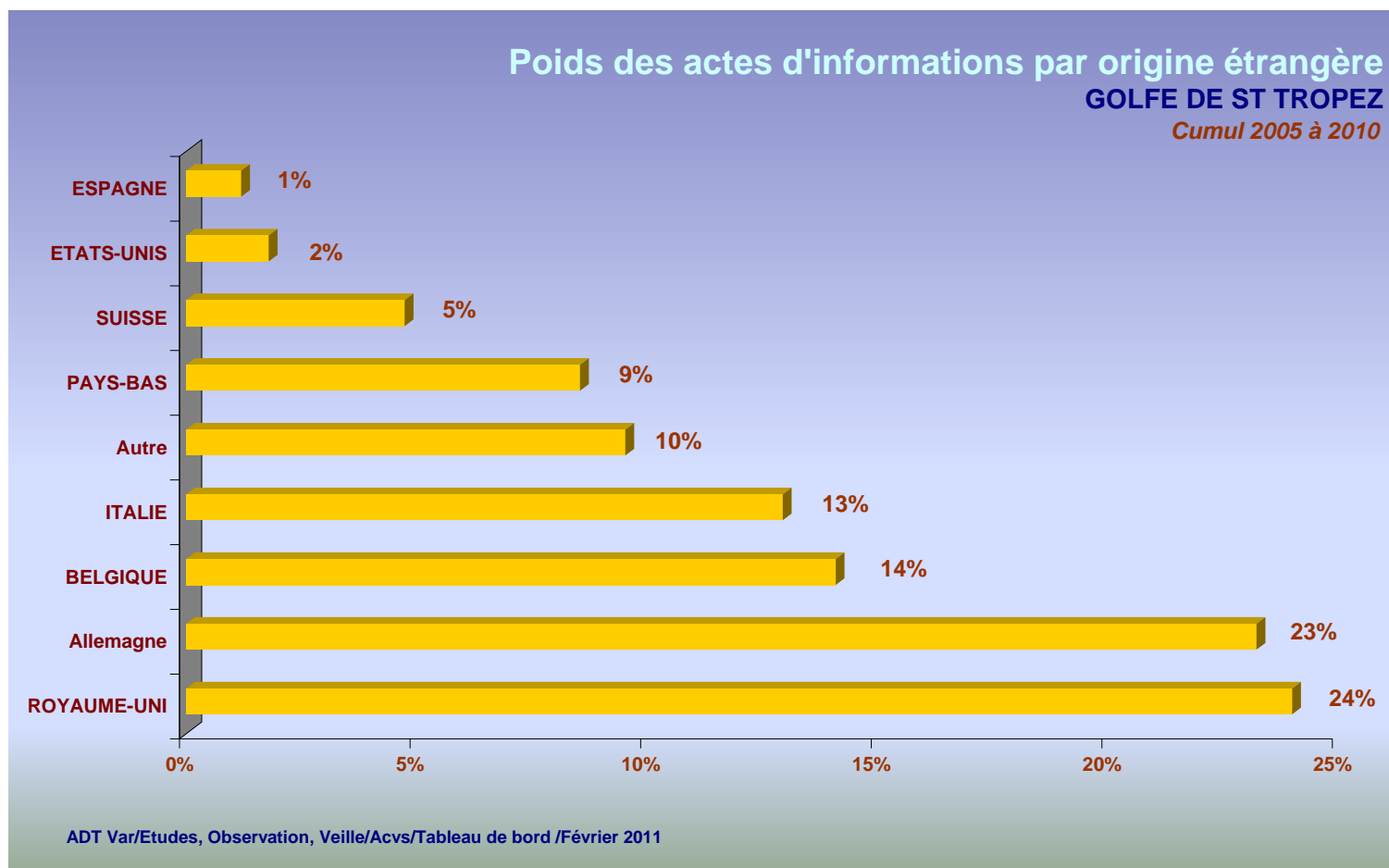
La 1^{ère} motivation concerne les animations avec $\frac{1}{4}$ des demandes, suivi par ordre d'importance de la découverte du patrimoine, des activités de pleine nature et des excursions.

ACTIVITE DES OFFICES DE TOURISME DU VAR



A l'échelle du réseau ACVS, $\frac{3}{4}$ de la clientèle est française. Les principales régions de provenance sont PACA, l'Ile-de-France et Rhône-Alpes.

ACTIVITE DES OFFICES DE TOURISME DU VAR



Pour les marchés étrangers, on trouve en tête de liste les marchés britanniques et allemands, suivi par ordre d'importance des clientèles belges et italiennes.

ACVS
NET

Accueil & Conseil
en Visites & Séjours

DEMARCHE
&
SYSTEME
D'INFORMATION

Observation,
analyse et pilotage

**Département
du Var**

2011

VAR TOURISME
ADT Var

**Tableau de
bord 2010**

VAR TOURISME

PROVENCE - CÔTE D'AZUR
CONSEIL GÉNÉRAL
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

ANALYSE DU MARCHE

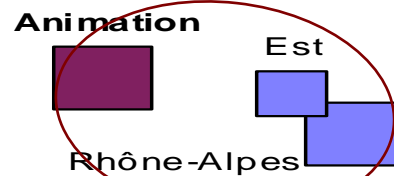
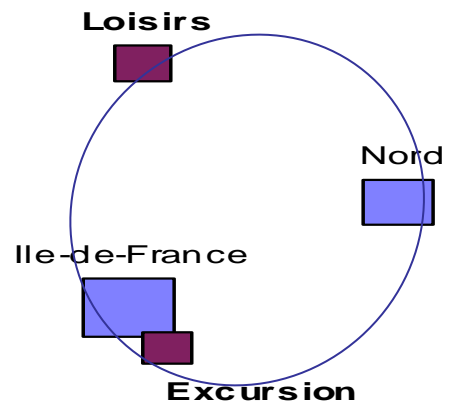
GOLFE DE ST TROPEZ

Année 2010

Analyse du marché « hors place » - Var Motivations des clientèles en fonction de leur origine régionale

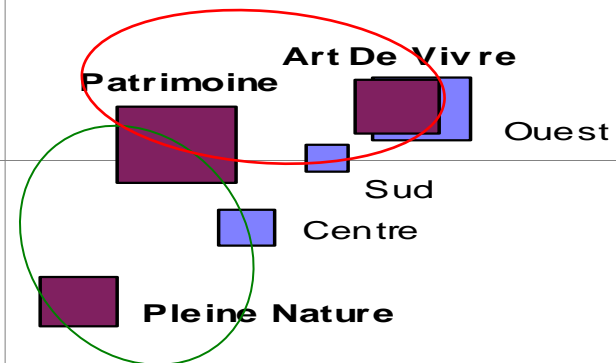
✓ La clientèle régionale est plus particulièrement attirée par les animations.

✓ La clientèle francilienne est particulièrement intéressée par les excursions; Et celle des régions du Nord de la France plutôt par les loisirs.



✓ La clientèle rhônalpine et des régions de l'Est se renseignent plus particulièrement sur les animations.

✓ Les régions de l'Ouest s'intéressent plus particulièrement à l'art de vivre; Et celle du Sud plutôt à la découverte du patrimoine.

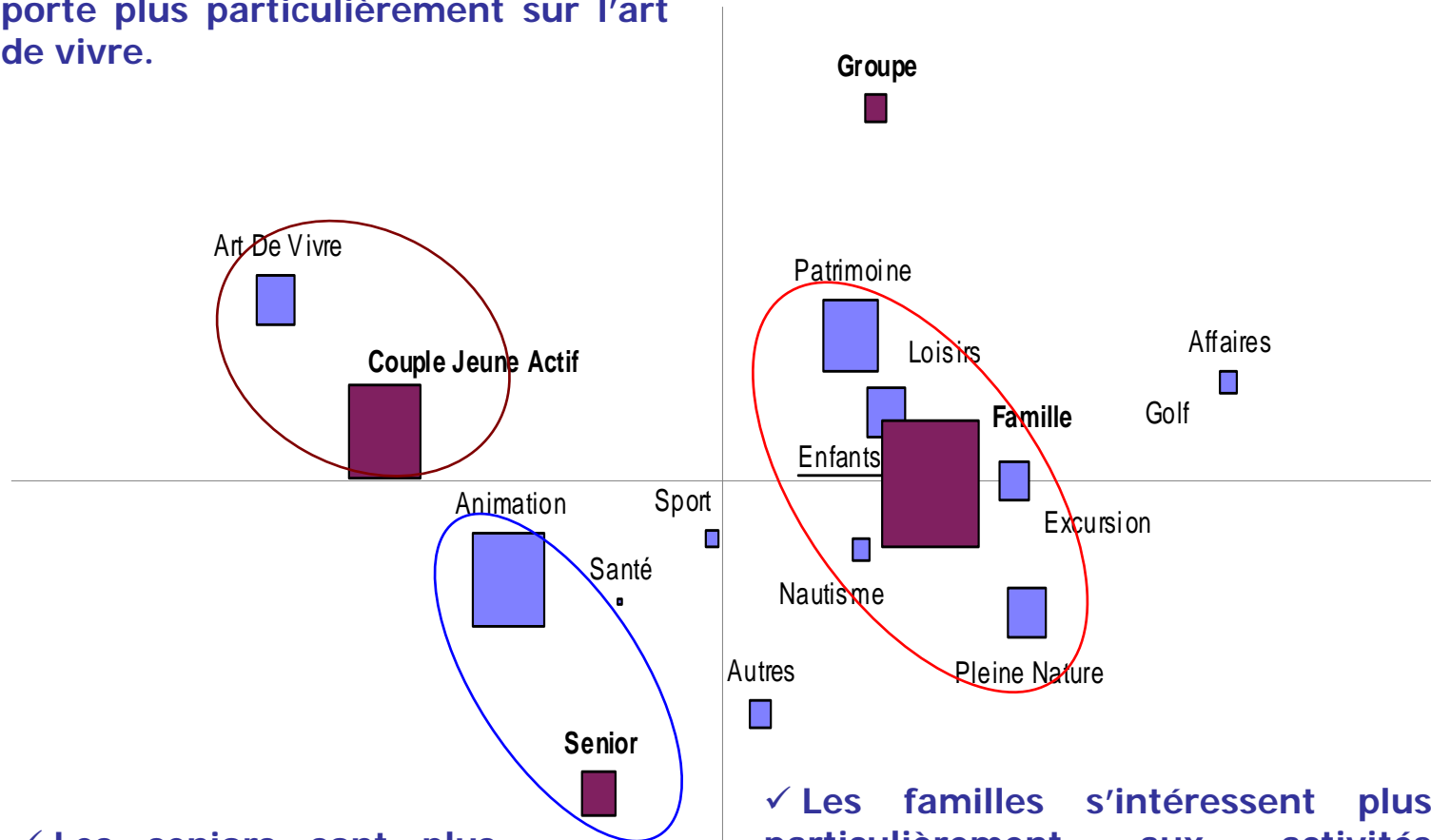


✓ Les régions du Centre sont plus particulièrement attirées par les activités de pleine nature et la découverte du patrimoine.

Analyse du marché « hors place » - Var

Les motivations d'un futur séjour en fonction de la typologie de la clientèle.

✓ L'intérêt des couples jeunes actifs porte plus particulièrement sur l'art de vivre.



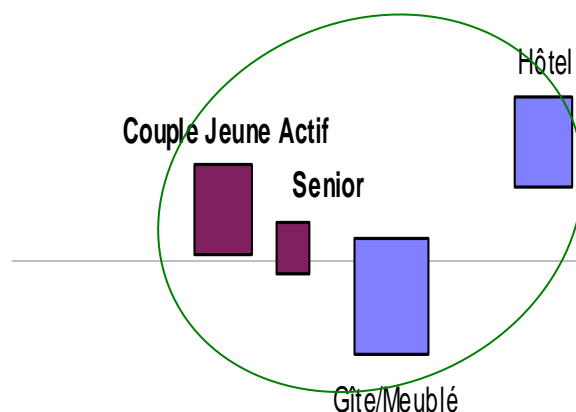
✓ Les seniors sont plus particulièrement attirés par les animations.

✓ Les familles s'intéressent plus particulièrement aux activités enfants, aux loisirs, aux excursions et de façon plus modérée aux activités de pleine nature et à la découverte du patrimoine.

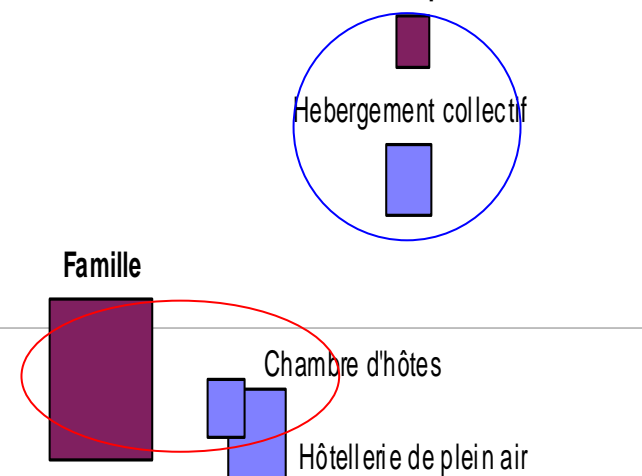
Analyse du marché « hors place » - Var

Les choix de modes d'hébergement en fonction de la typologie de clientèle.

✓ Les groupes sont plus particulièrement intéressés par l'hébergement collectif (villages vacances, résidences de tourisme).



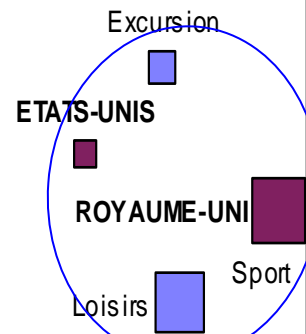
✓ Les couples jeunes actifs et les seniors s'intéressent plus particulièrement aux modes d'accueil en hôtel et gîtes/meublé.



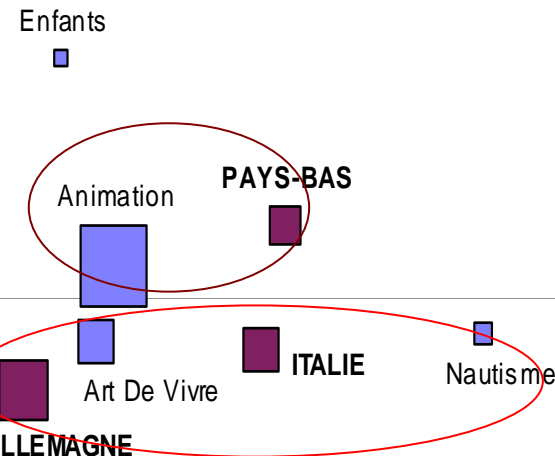
✓ Les clientèles familiales se renseignent plus particulièrement sur les chambres d'hôtes et l'hôtellerie de plein air.

Analyse du marché « hors place » - Var Les motivations de séjour en fonction des origines de clientèle.

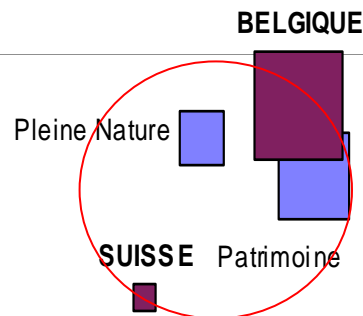
✓ La clientèle britannique est plus particulièrement attirée par les activités sportives et les loisirs.



✓ Le marché néerlandais se renseigne plus particulièrement sur les animations.



✓ La clientèle belge est plus particulièrement intéressée par la découverte du patrimoine et les activités de pleine nature.



✓ Le marché allemand s'intéresse plus particulièrement à l'art de vivre.

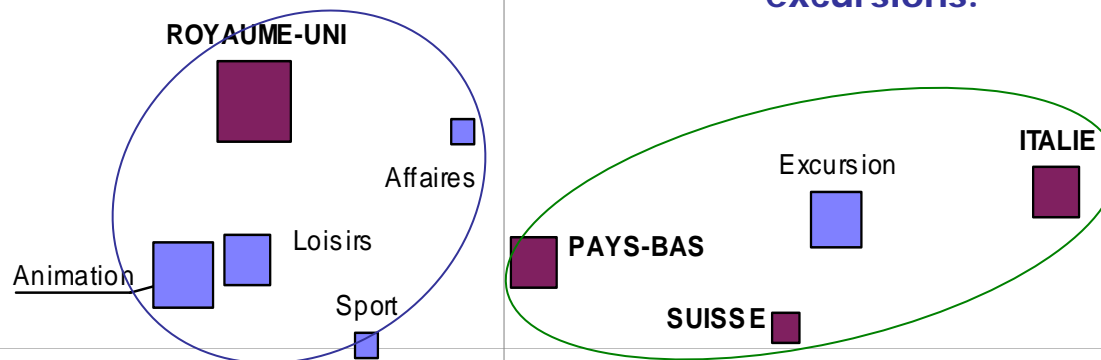
✓ Le marché italien est plutôt attiré par les activités nautiques.

Analyse du marché « sur place » - Var

Les motivations des clientèles étrangères en fonction de leur origine.

✓ La clientèle britannique est plus particulièrement intéressée par les animations, les loisirs, le tourisme d'affaires et les activités sportives.

✓ Les attentes des clientèles néerlandaises, suisses et italiennes portent plus particulièrement sur les excursions.



✓ Les marchés belges et allemands se renseignent plus particulièrement sur l'art de vivre et la découverte du patrimoine.

Pleine Nature

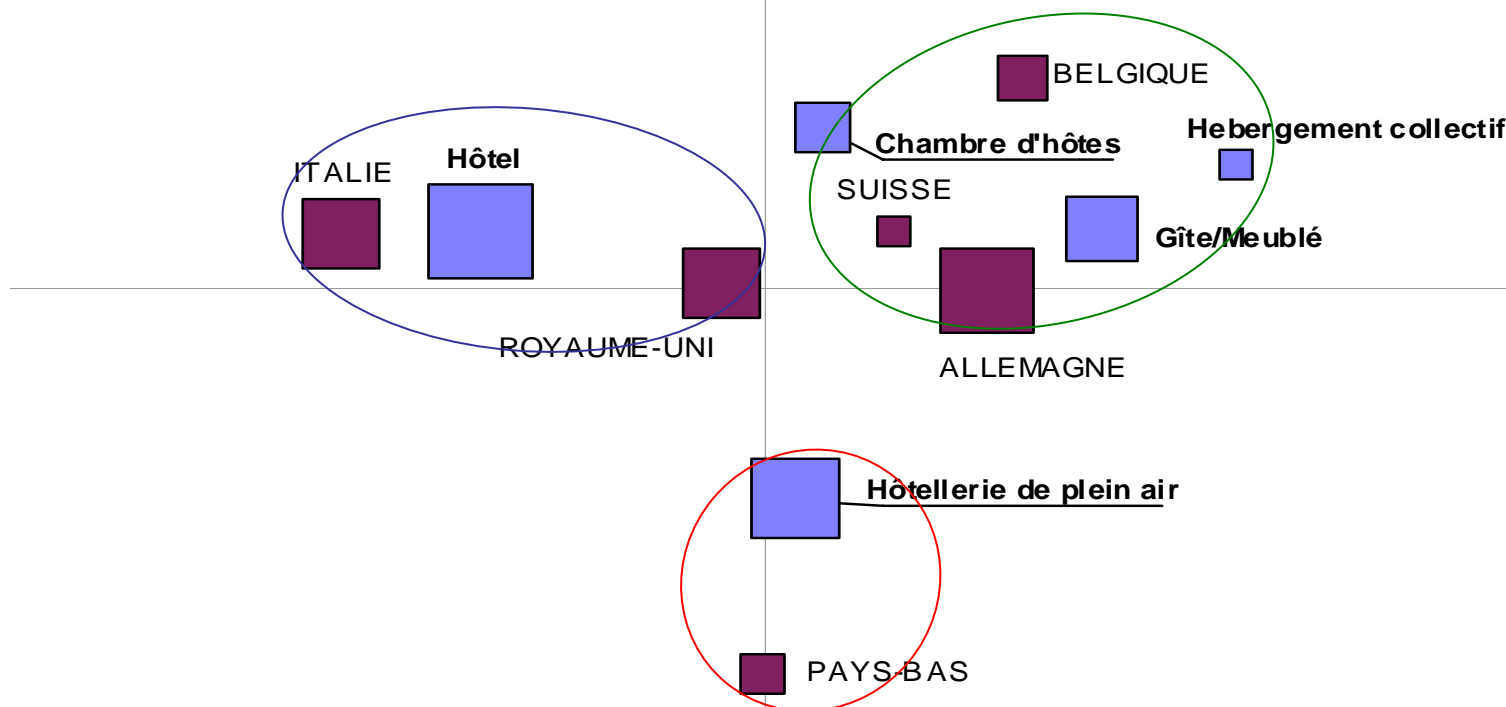
Art De Vivre
BELGIQUE
ALLEMAGNE
Patrimoine

Analyse du marché « sur place » - Var

L'hébergement des clientèles étrangères en fonction de leur origine.

✓ Les clientèles britanniques et italiennes sont plus particulièrement intéressées par le mode d'accueil en hôtellerie.

✓ Les attentes des clientèles belges et allemandes portent plus particulièrement sur gîtes/meublés, chambres d'hôtes et hébergement collectif.

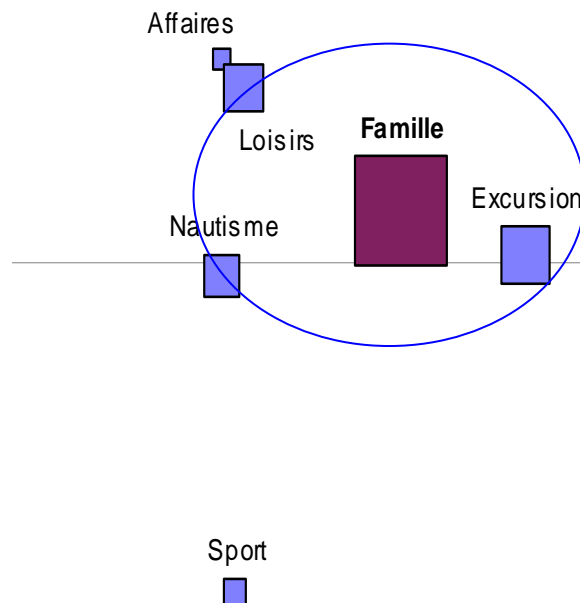


✓ Les marchés néerlandais se renseignent plus particulièrement sur l'hôtellerie de plein air.

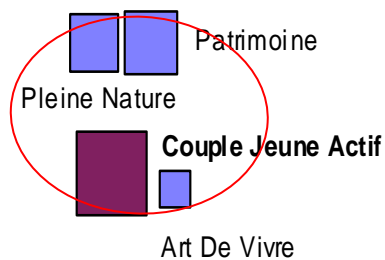
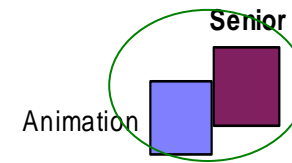
Analyse du marché « sur place » - Var

Les motivations des touristes en séjour
en fonction de la typologie de clientèle.

✓ Les familles sont plus particulièrement attirés par les excursions, les activités nautiques et les loisirs.



✓ Les seniors se renseignent plus particulièrement sur les animations.



✓ Les couples jeunes actifs s'intéressent plus particulièrement à l'art de vivre, aux activités de pleine nature et à la découverte du patrimoine.