

La clientèle touristique du Var

Résultats de l'enquête client 2010-2011

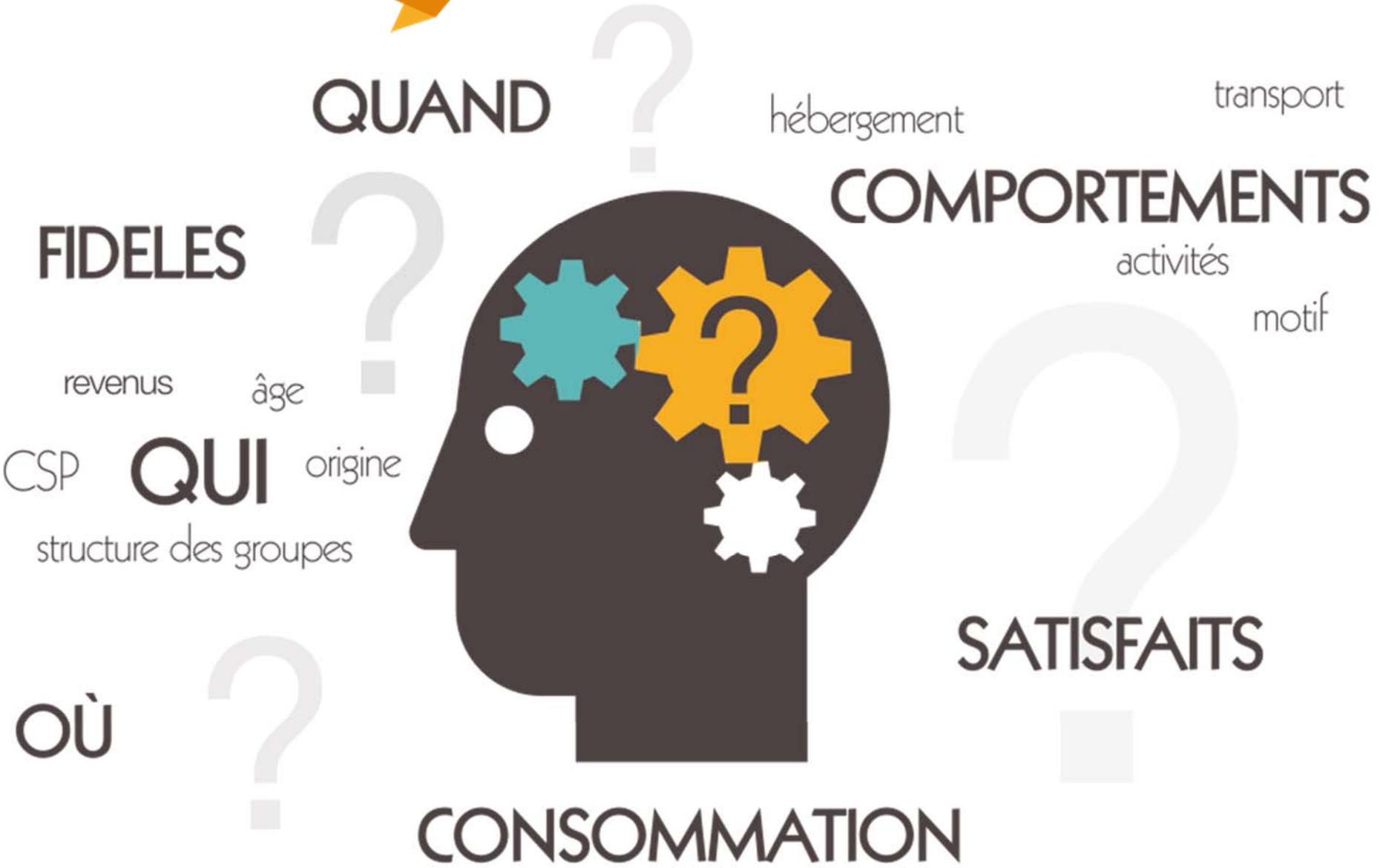
Golfe de Saint-Tropez



CONSEIL GÉNÉRAL
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Provence - Côte d'Azur
www.visitVar.fr
mobile.visitvar.fr

- **L'enquête**
- **Les chiffres-clés**
- **Quand et où viennent nos clients**
- **Qui sont nos clients**
- **Pratiques et comportements**
- **Satisfaction**





L'enquête

Golfe de Saint-Tropez



PROVENCE - CÔTE D'AZUR

CONSEIL GÉNÉRAL
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Provence - Côte d'Azur
www.visitVar.fr
mobile.visitvar.fr

Le Comité de Pilotage et partenaires financiers



Les partenaires opérationnels



- Les 5 Parc Naturels Régionaux
- AGAM
- Autoroutes : ASF, ESCOTA, SAPRR
- SNCF
- Aéroports : Marseille Provence, Nice Côte d'Azur, Toulon-Hyères, Avignon
- Ports : Marseille-Fos, Toulon, Nice
- FROTSI, Offices de Tourisme

Trois canaux de collecte, d'avril 2010 à mars 2011

25 000
questionnaires
exploités

Cordon : 15 492 enquêtes

- o 27 sites
 - o 23 jours de collecte
 - o 4171 heures de travail

CAWI : 4 661 enquêtes

- o 5 marchés
 - ✓ Résidents PACA
 - ✓ Ile de France
 - ✓ Rhône-Alpes
 - ✓ Languedoc Roussillon
 - ✓ Italie du Nord

Partenaires : 4 343 enquêtes

- o OT / PNR
 - o 83 partenaires participants



Chiffres clés

Golfe de Saint-Tropez



Chiffres clés

TOURISTES
9 millions



NUITEES
66,7 millions



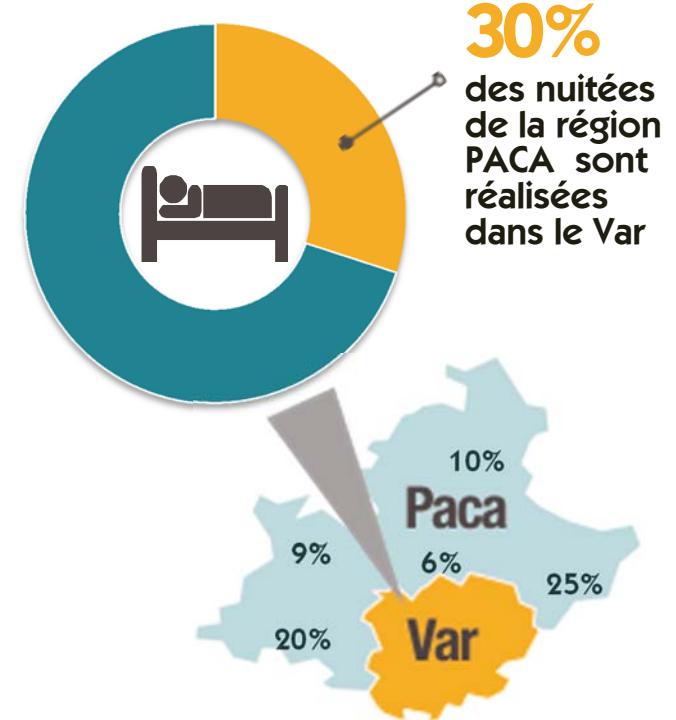
DEPENSE
3,4 milliards



Valeurs départementales

Valeurs départementales

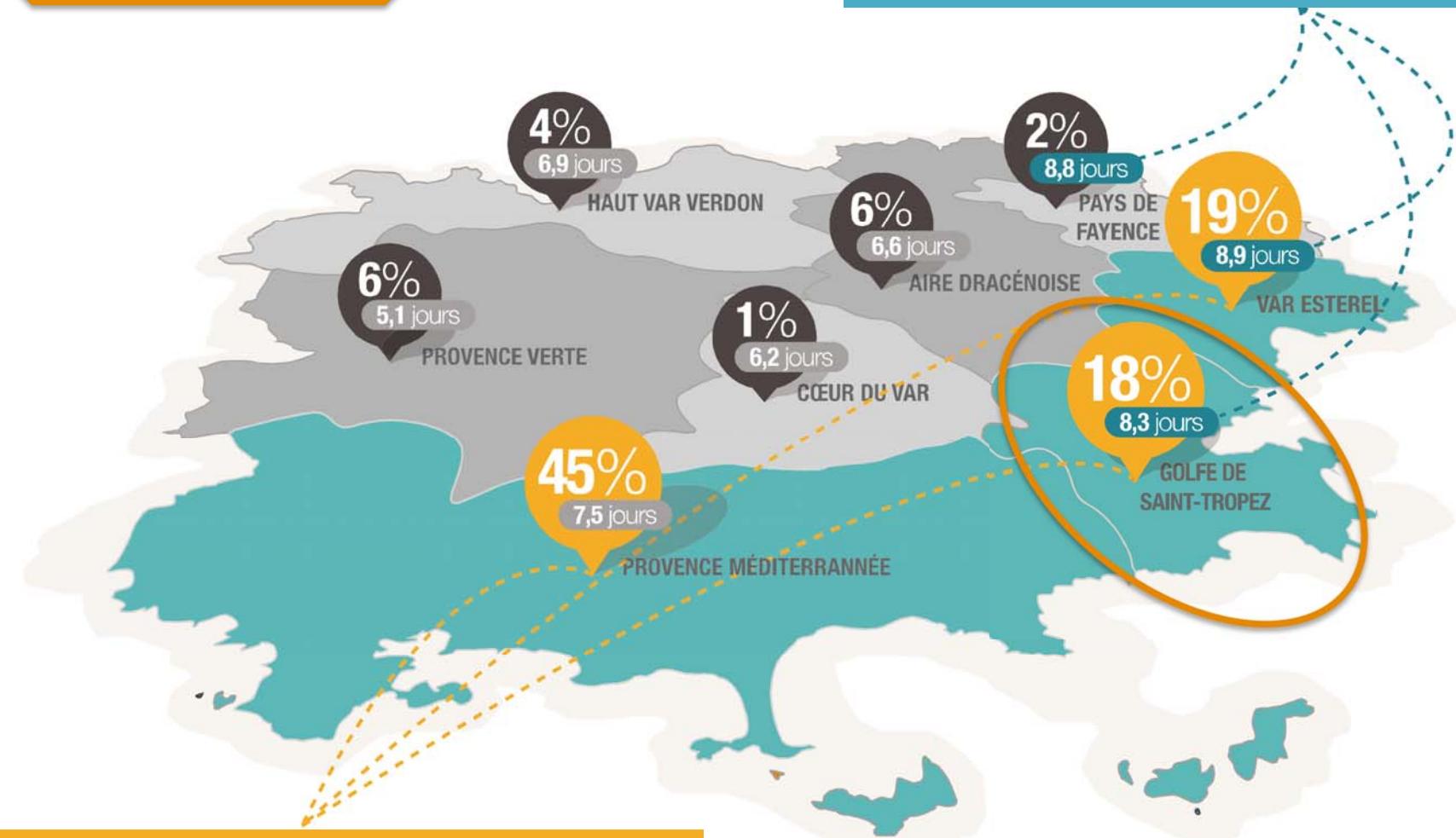
Le Var conserve
sa “pole position”



Face aux autres territoires

Répartition en séjours

Une durée du séjour supérieure à la moyenne pour les territoires de Pays de Fayence, Var Estérel et Golfe de Saint-Tropez



82 % des séjours sur les trois territoires littoraux

Quand viennent nos clients

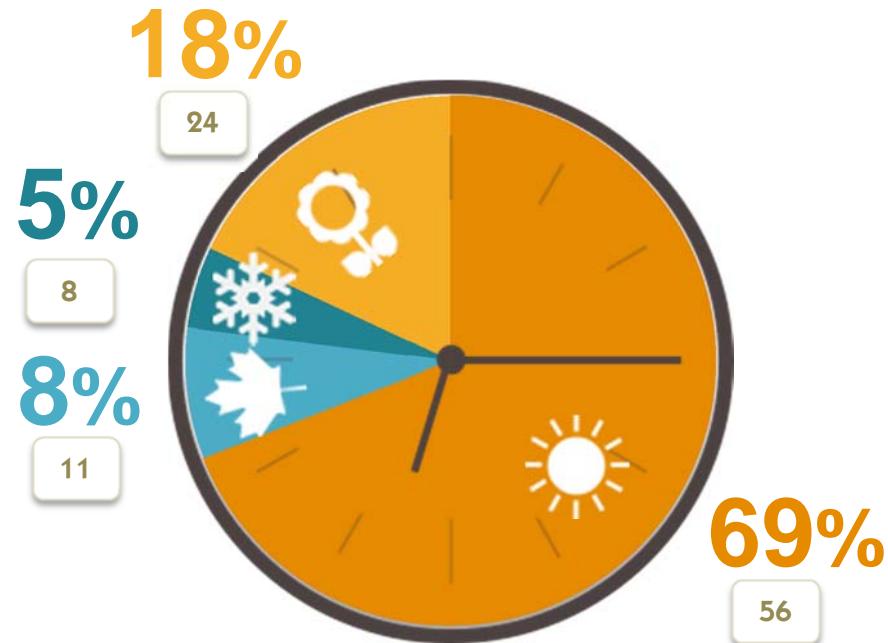
Golfe de Saint-Tropez



CONSEIL GÉNÉRAL
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Provence - Côte d'Azur
www.visitVar.fr
mobile.visitvar.fr

Répartition en séjours

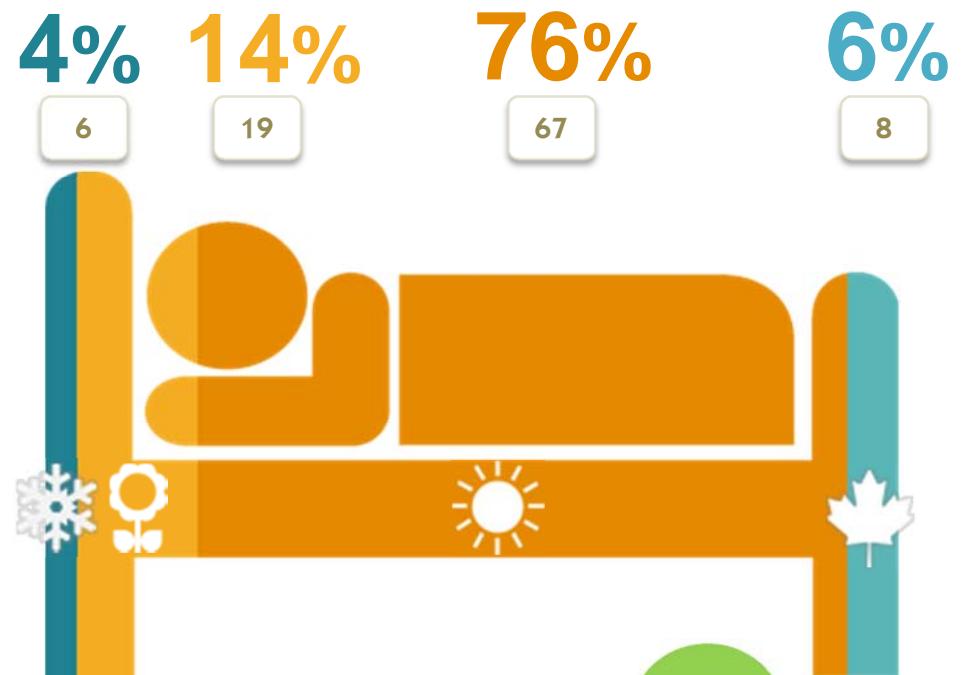


Une saison estivale puissante.

Valeurs départementales

Quand

Répartition en nuitées



DURÉE MOYENNE DES SÉJOURS

Printemps	6,3 jours	5,9
Eté	9,4 jours	9,3
Automne	5,7 jours	5,4
Hiver	6,1 jours	5,2
Gobal		8,3
jours		7,7
		PACA = 7,2j
		+1,1
		+0,6 j

Qui sont nos clients

Golfe de Saint-Tropez



VAR TOURISME
PROVENCE - CÔTE D'AZUR

CONSEIL GÉNÉRAL
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Provence - Côte d'Azur
www.visitVar.fr
mobile.visitvar.fr

Les clientèles françaises et étrangères

Répartition en séjours



13

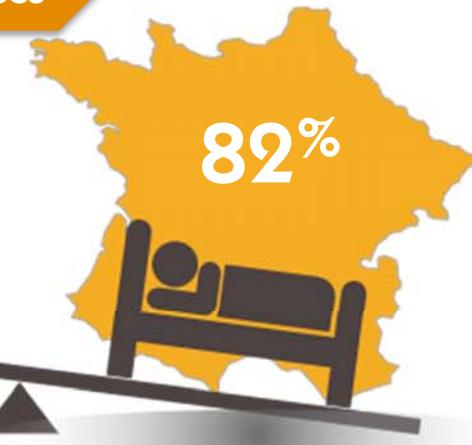


87

Répartition en nuitées



15



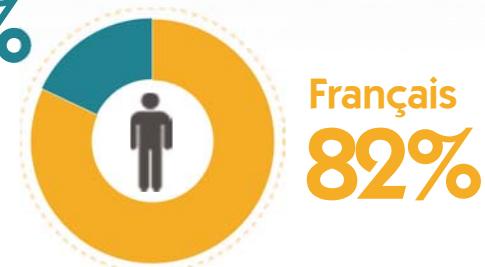
85

Les Français séjournent 8,3 jours contre 8,4 jours pour les Etrangers.

Valeurs départementales

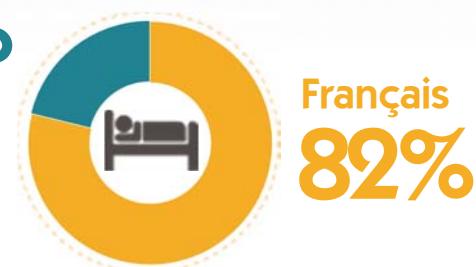
RAPPEL
2003

Etrangers
18%



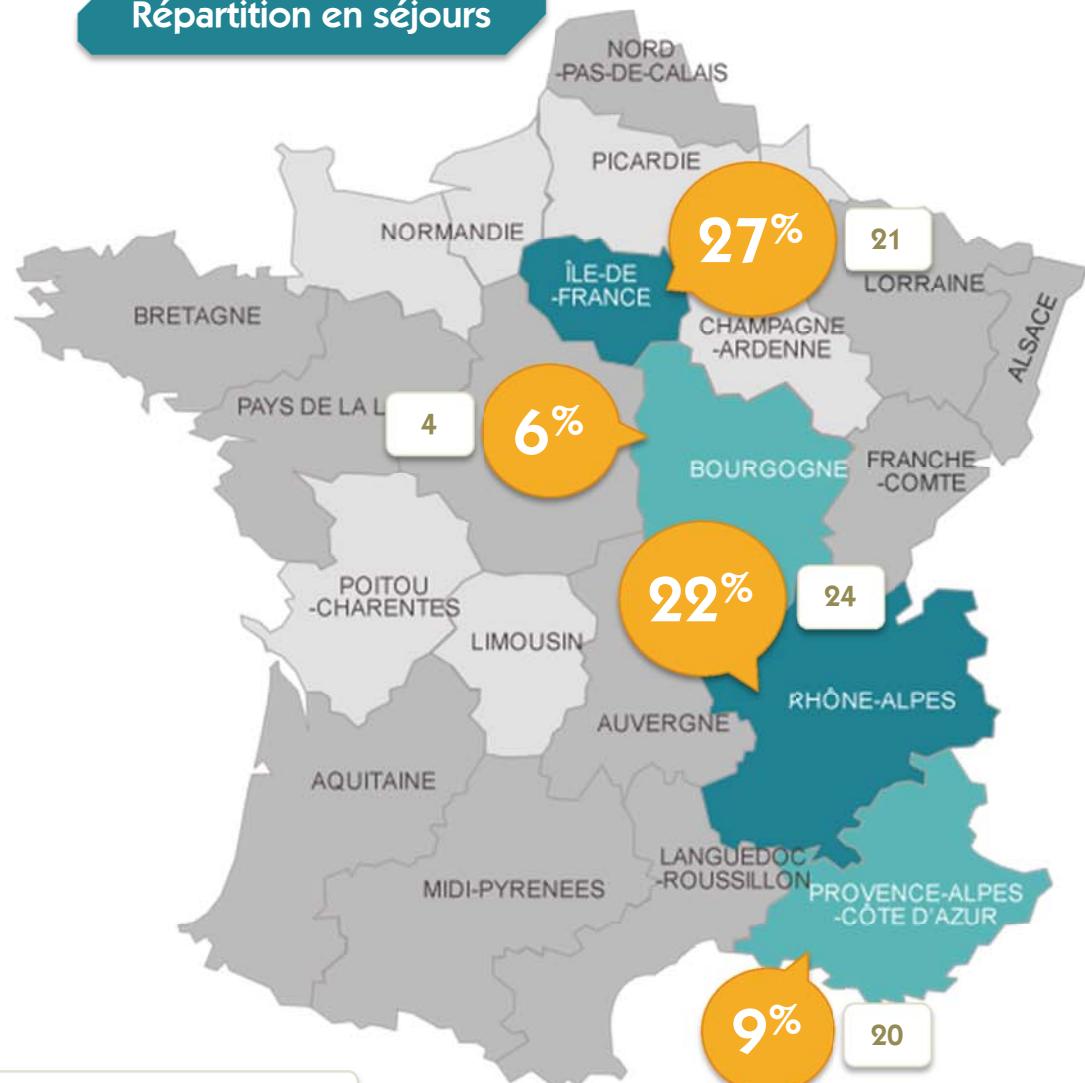
RAPPEL
2003

Etrangers
18%



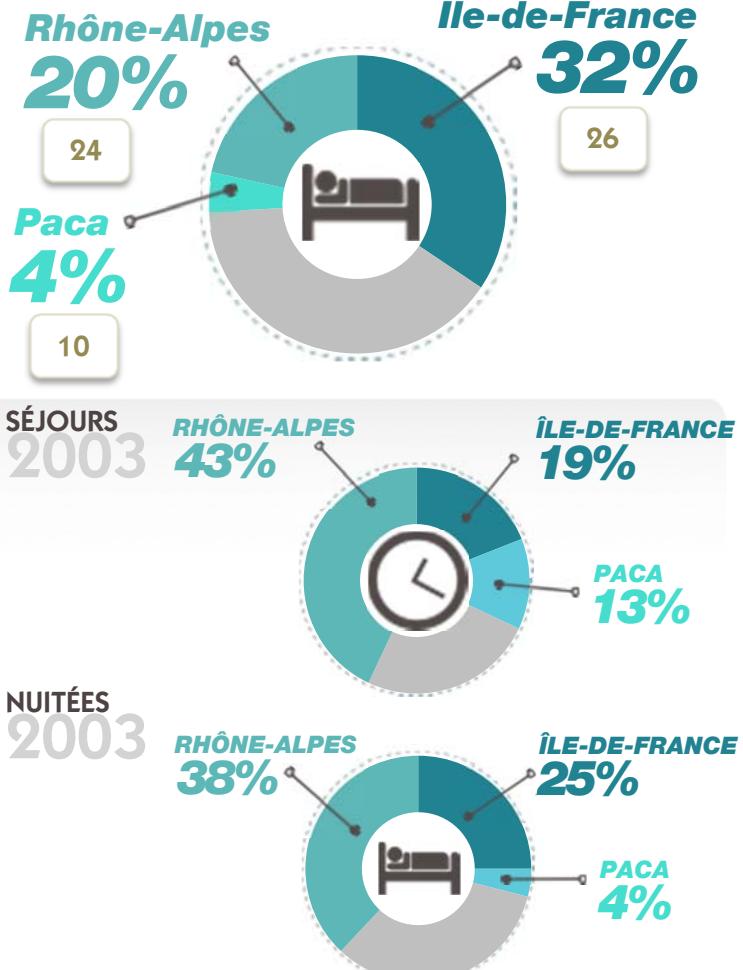
La clientèle française

Répartition en séjours



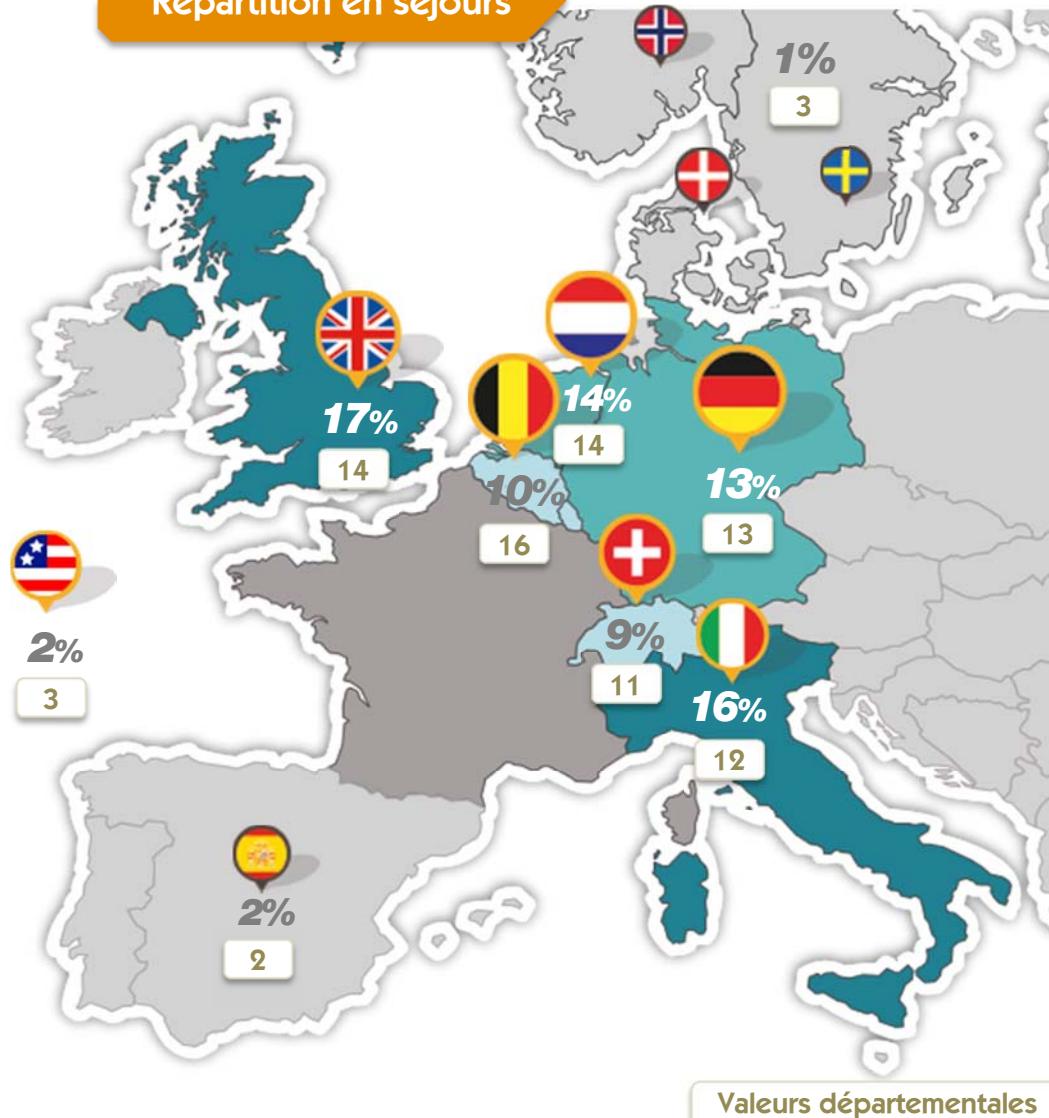
3 régions représentent plus de 50% des séjours français

Répartition en nuitées



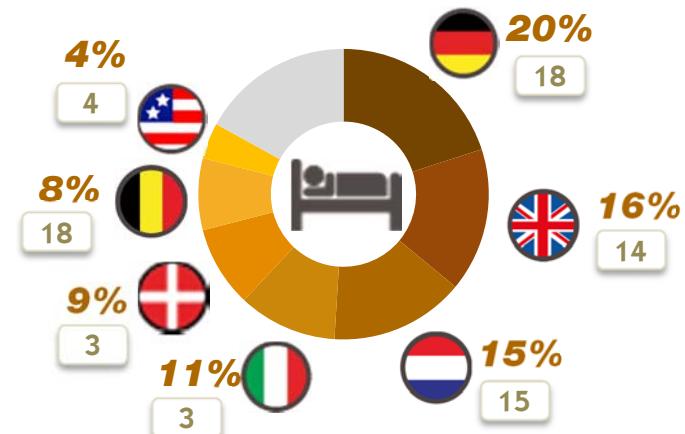
La clientèle étrangère

Répartition en séjours



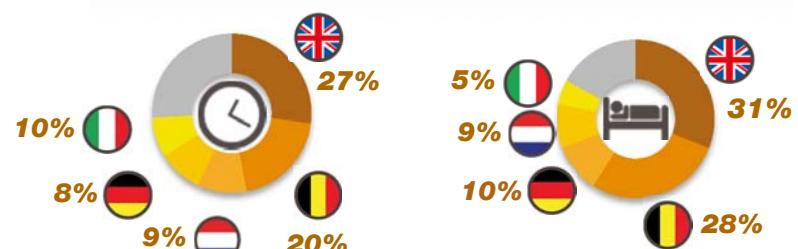
6 pays représentent
80% des séjours étrangers

Répartition en nuitées



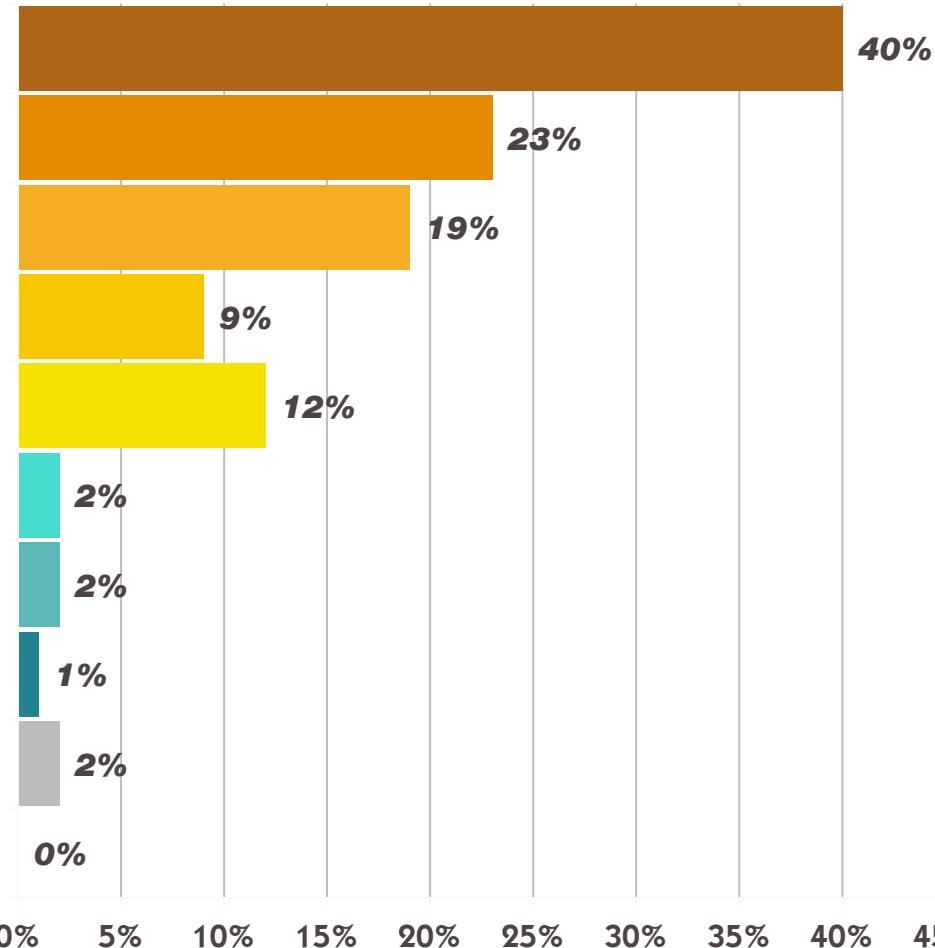
SÉJOURS
2003

NUITÉES
2003



Répartition en séjours

profession libérale, professeur, profession scientifique, cadre et autre profession intellectuelle supérieure



33

24

16

9

8

4

3

2

2

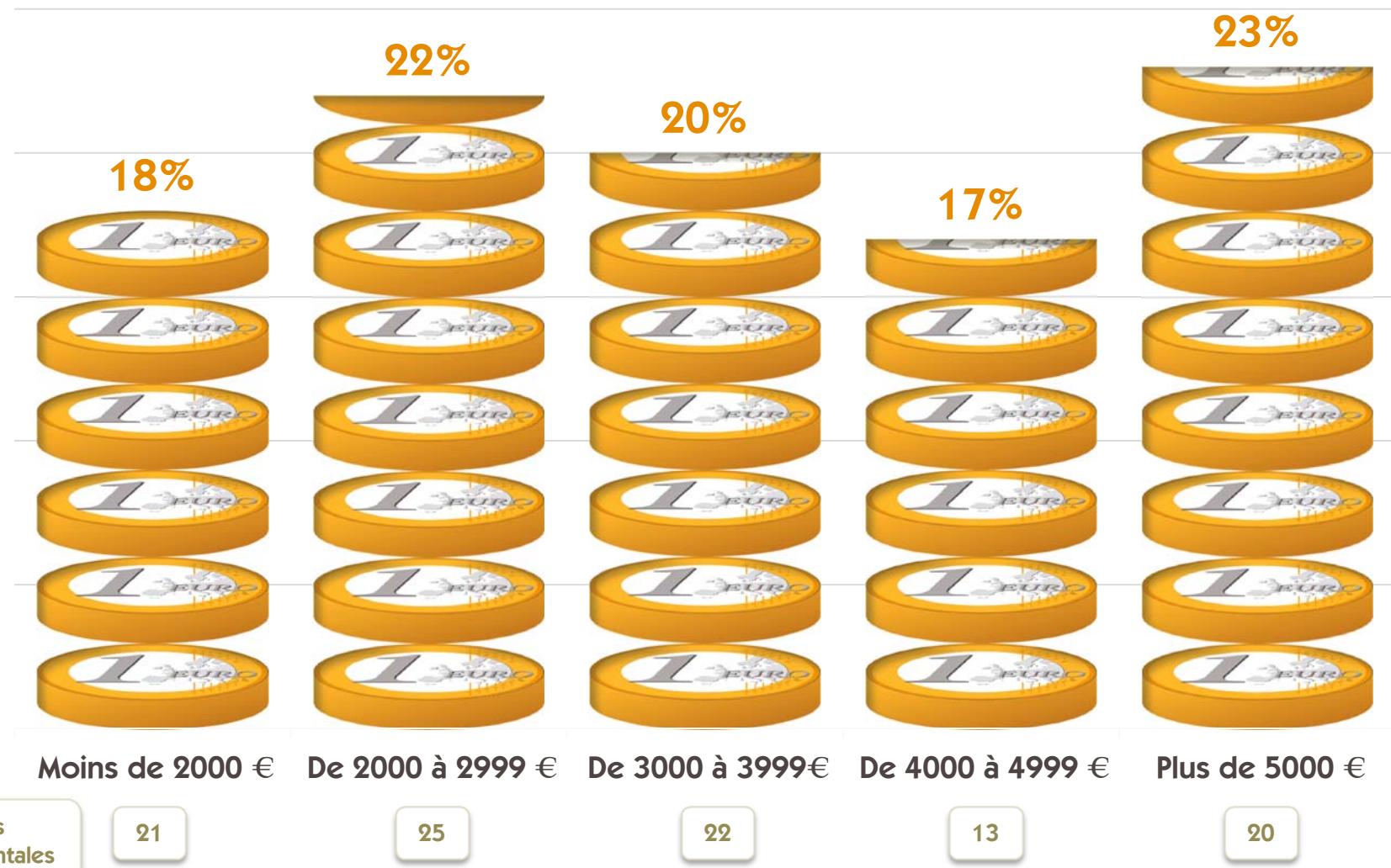
1

Valeurs départementales

Les revenus de nos clients

Répartition en séjours

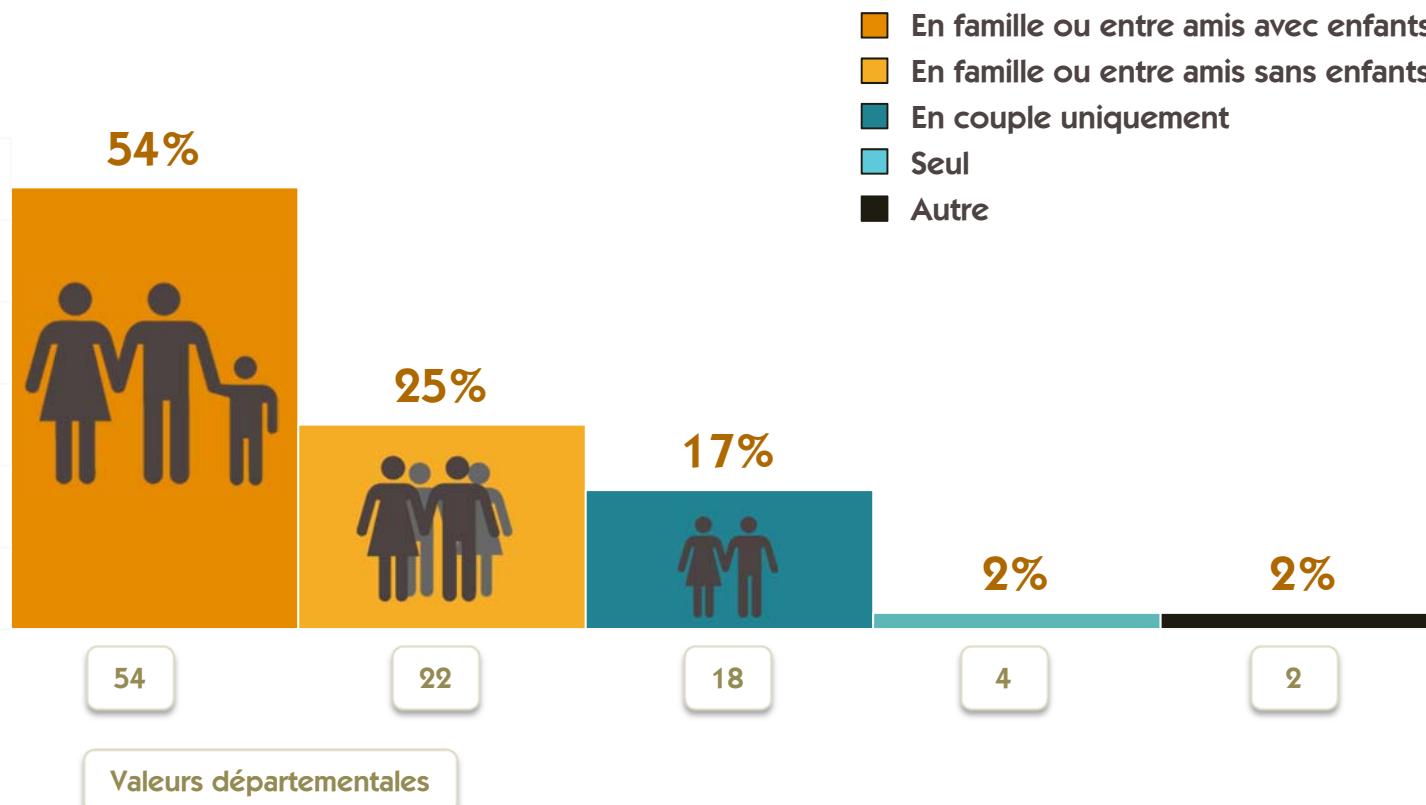
60 % ont des revenus supérieurs à 3000€ par mois.



Composition du groupe

Répartition en séjours

Une clientèle surtout familiale ou entre amis (79% des séjours)



Pratiques et comportements

Golfe de Saint-Tropez



VAR TOURISME
PROVENCE - CÔTE D'AZUR

CONSEIL GÉNÉRAL
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Provence - Côte d'Azur
www.visitVar.fr
mobile.visitvar.fr

La motivation

Répartition en séjours

3/4 séjour
motivé par les
loisirs

Loisirs
76%

62



Visite de famille
ou amis
19%

31

Autres motifs personnels

3%

4

Motifs professionnels

2%

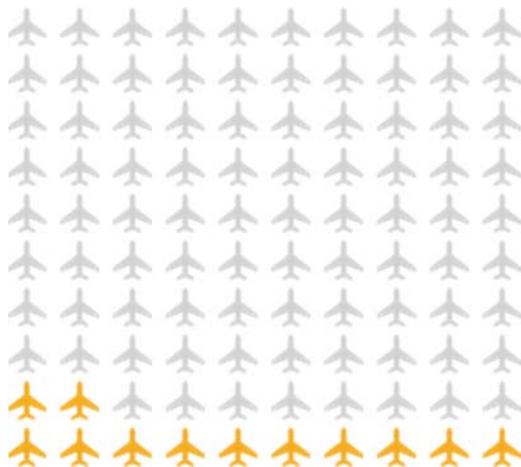
4

Var Tourisme – PSAD-Observatoire - JPS/BB/CG/IV - 1222 - EC10 – Golfe de Saint-Tropez

Valeurs départementales

Modes de transport

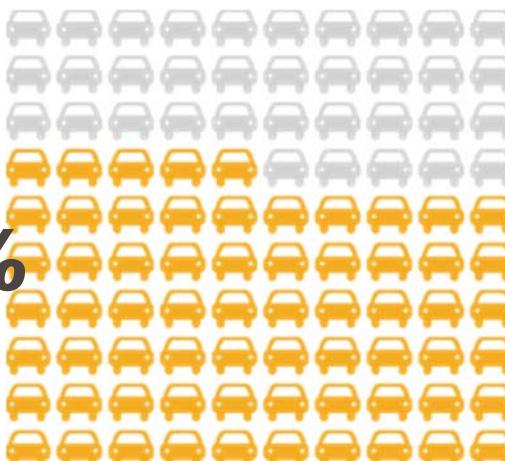
Répartition en séjours



Concernant les clientèles extra-régionales

- 89 % d'entre elles viennent par la route
- 5% par le fer
- 5% par l'avion

Valeurs départementales



Modes d'hébergement

Répartition en séjours

Répartition en nuitées

Progression
des séjours
marchands
entre 2003
et 2010

49%

51%



45

55

Valeurs départementales

Progression
des nuitées
marchandes
entre 2003
et 2010

48%

52%

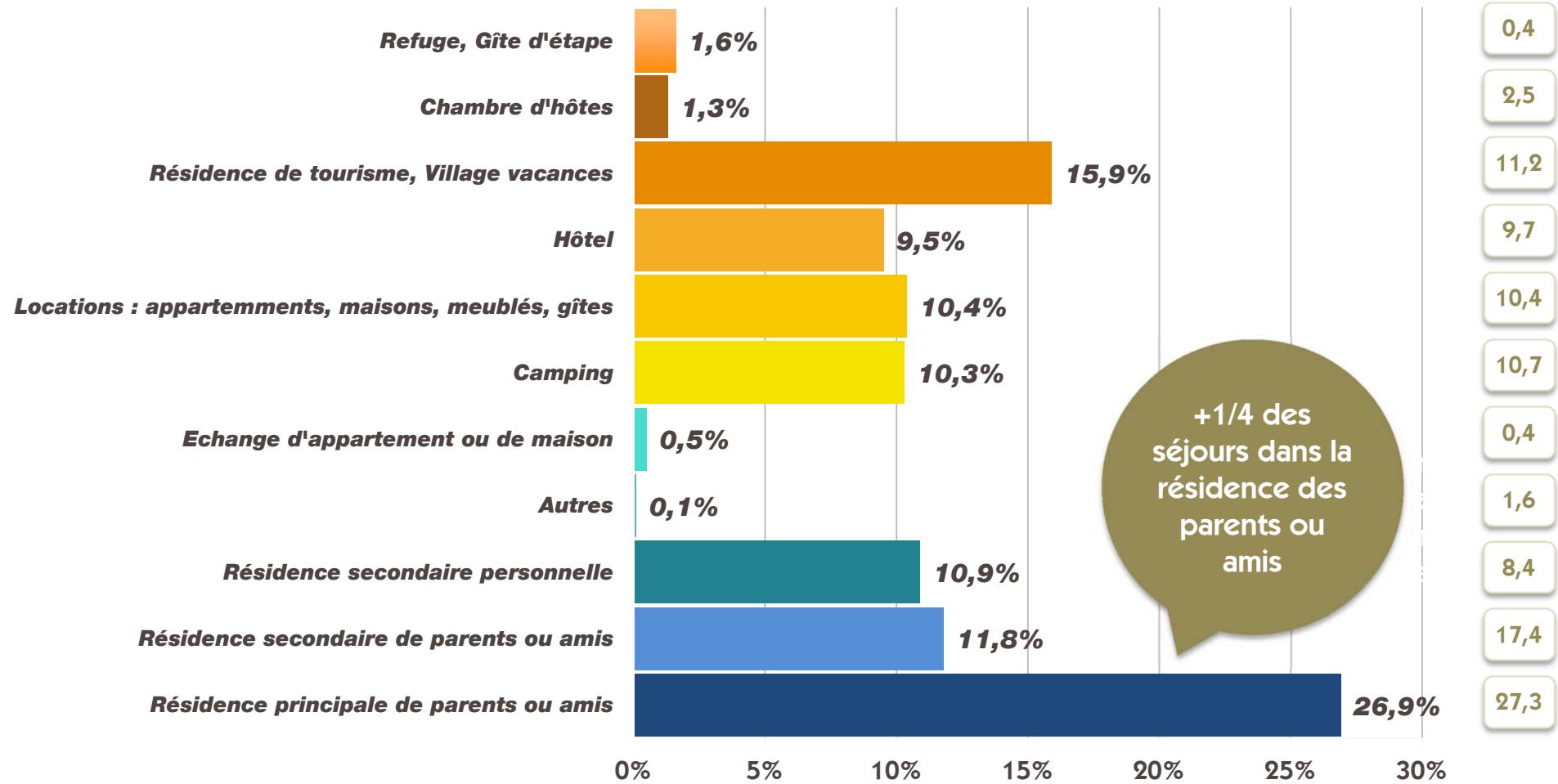


45

55

Modes d'hébergement

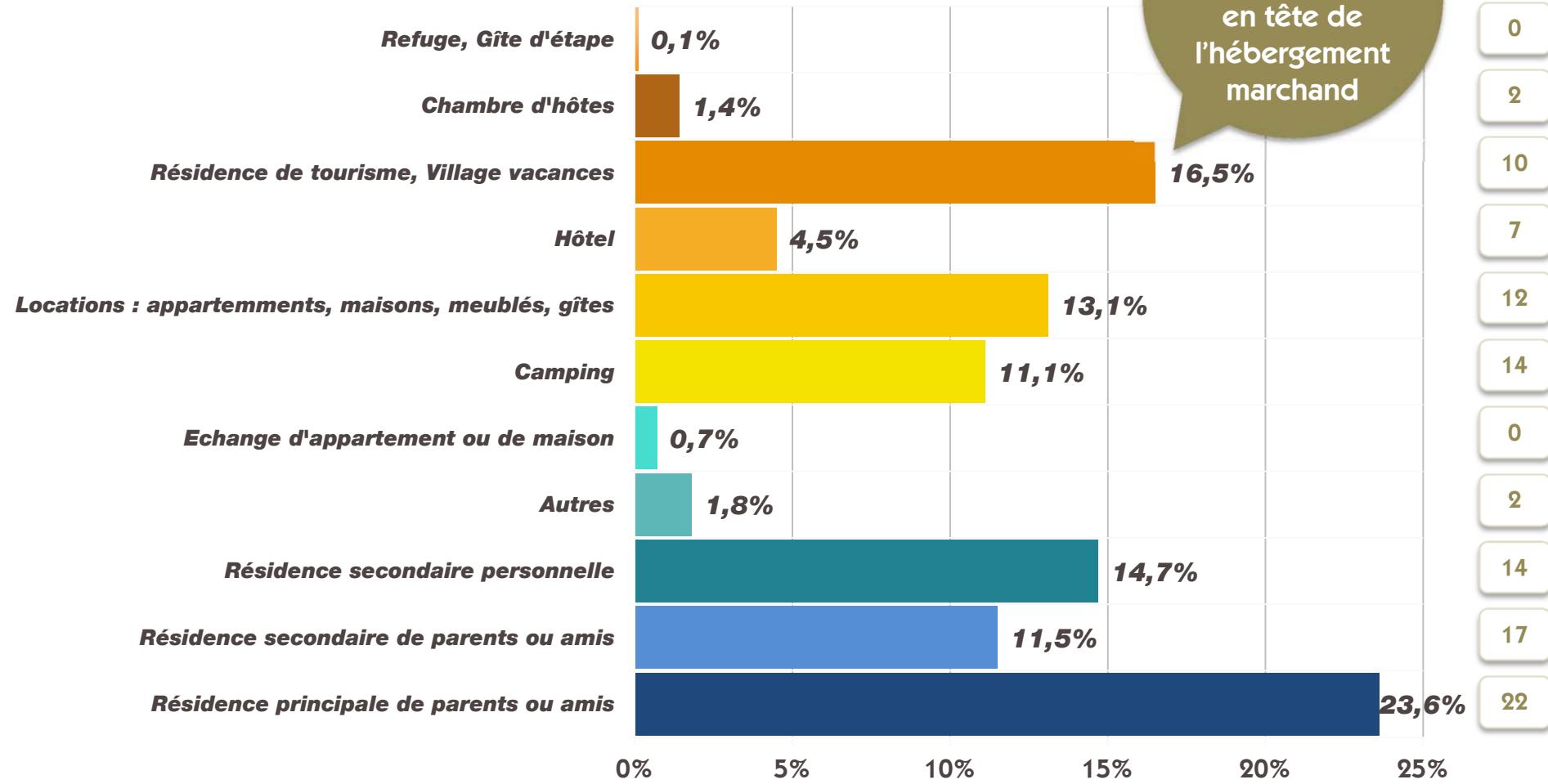
Répartition en séjours



Valeurs départementales

Modes d'hébergement

Répartition en nuitées



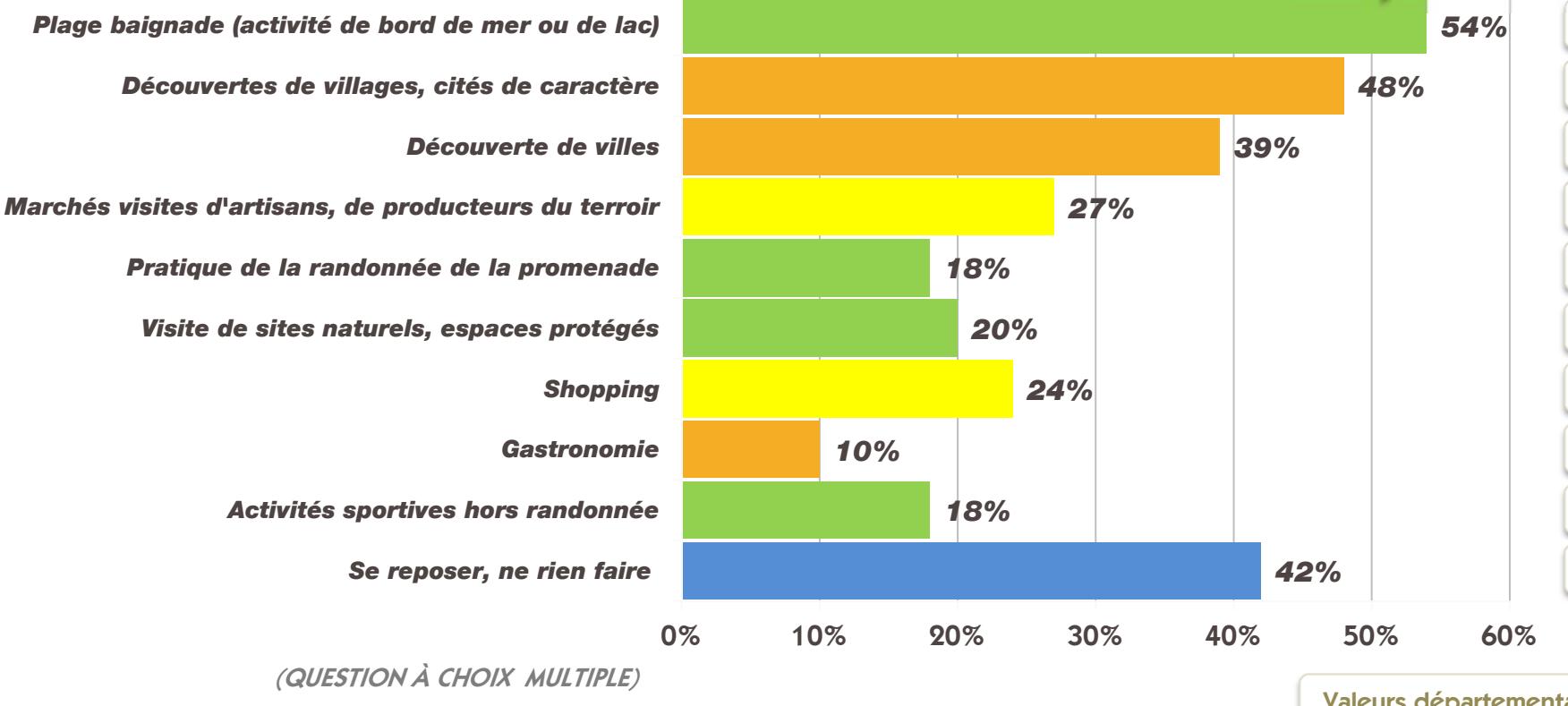
Valeurs départementales

Activités pratiquées

Répartition en séjours

- Patrimoine / Culture
- Loisirs / activités sportives
- Consommation / achats
- Autre

La plage
Découvrir
Se reposer



Les lieux fréquentés

Répartition en séjours

Calanques



Verdon

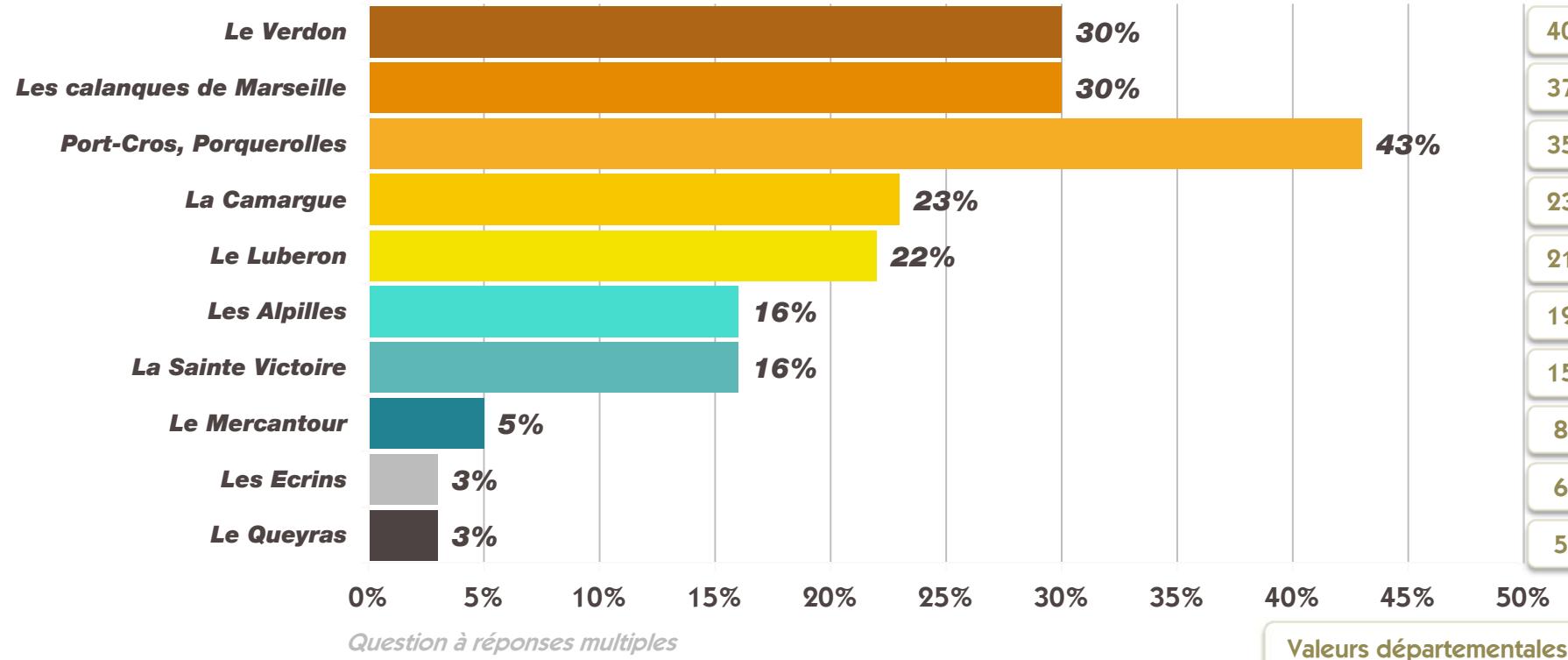


Porquerolles



2

1



La dépense

DÉPENSE QUOTIDIENNE PAR PERSONNE

* Hors frais de transport pour venir

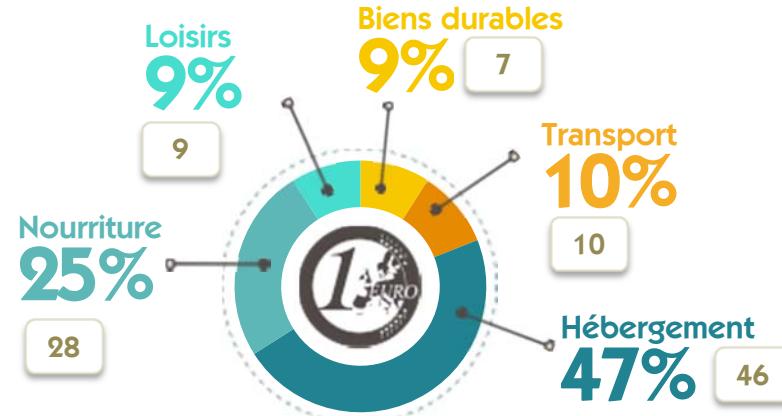


2003

Euros constants



RÉPARTITION PAR POSTE – SÉJOUR EN HÉBERGEMENT MARCHAND

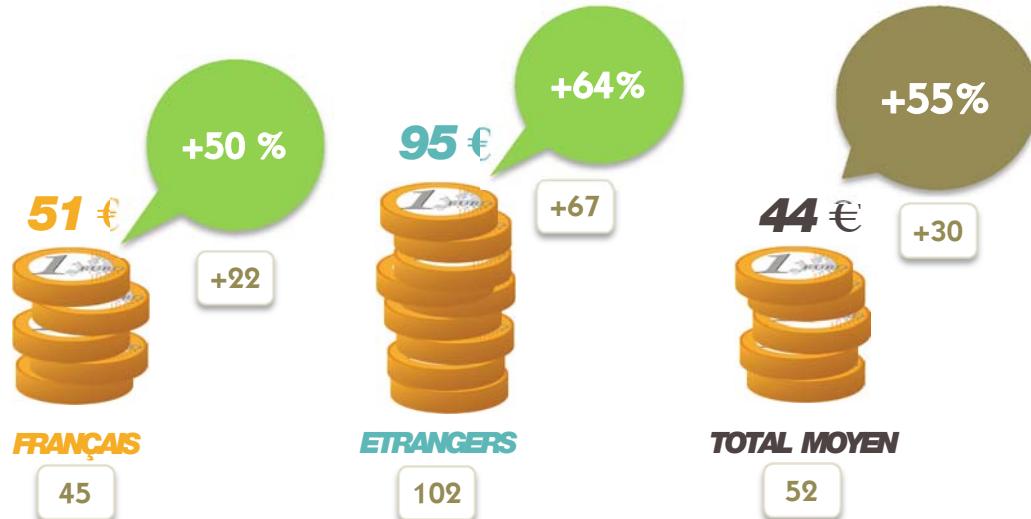


Valeurs départementales

La dépense français / étrangers

DÉPENSE QUOTIDIENNE PAR PERSONNE

- Hors frais de transport pour venir dans le Var*



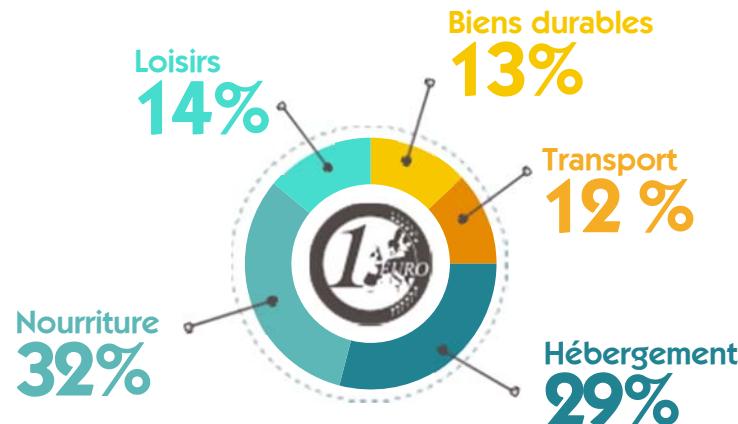
2003

Euros constants



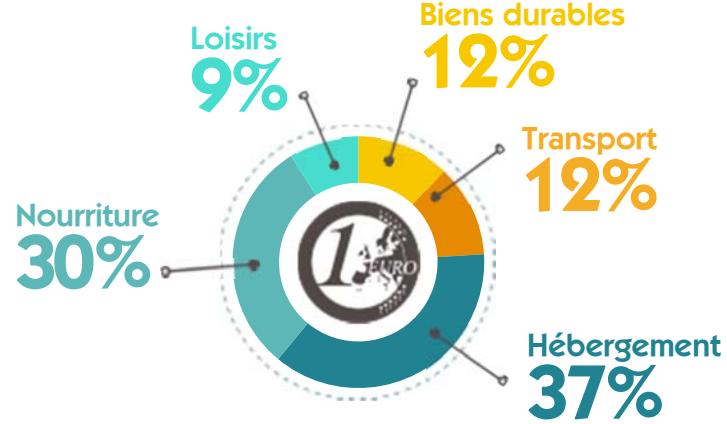
Valeurs départementales

FRANÇAIS

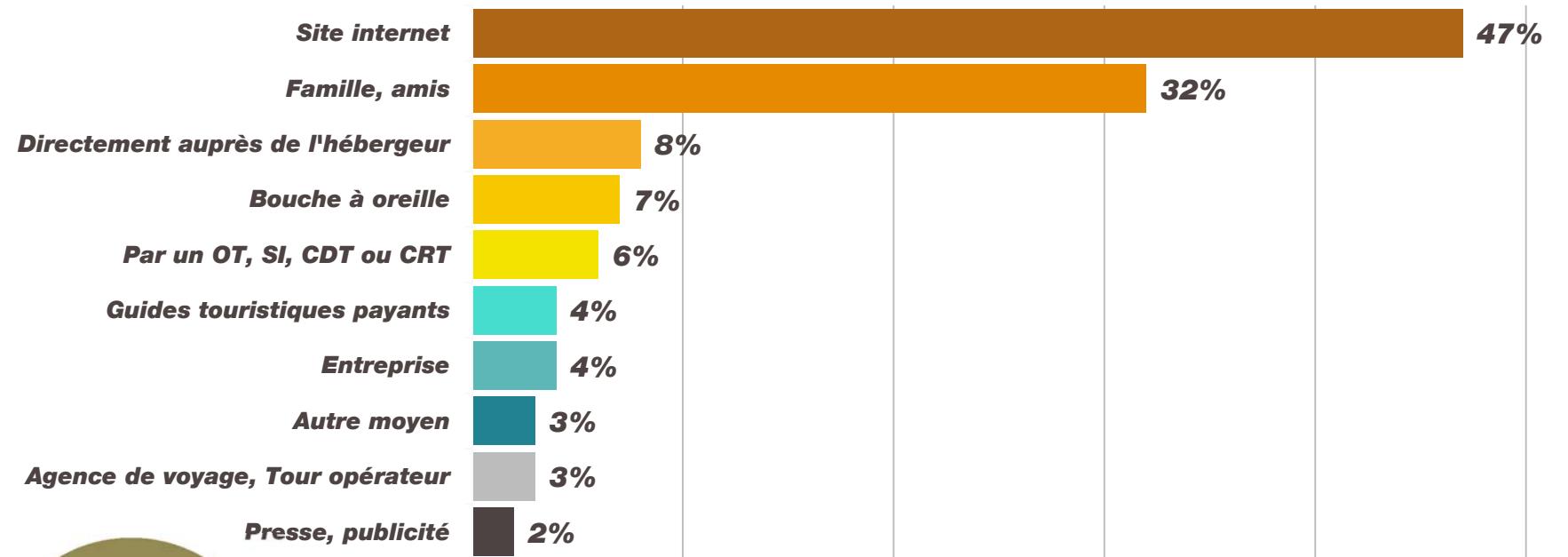


RÉPARTITION PAR POSTE

ÉTRANGERS



Répartition en séjours



Internet

Notamment pour les clientèles en hébergement marchand



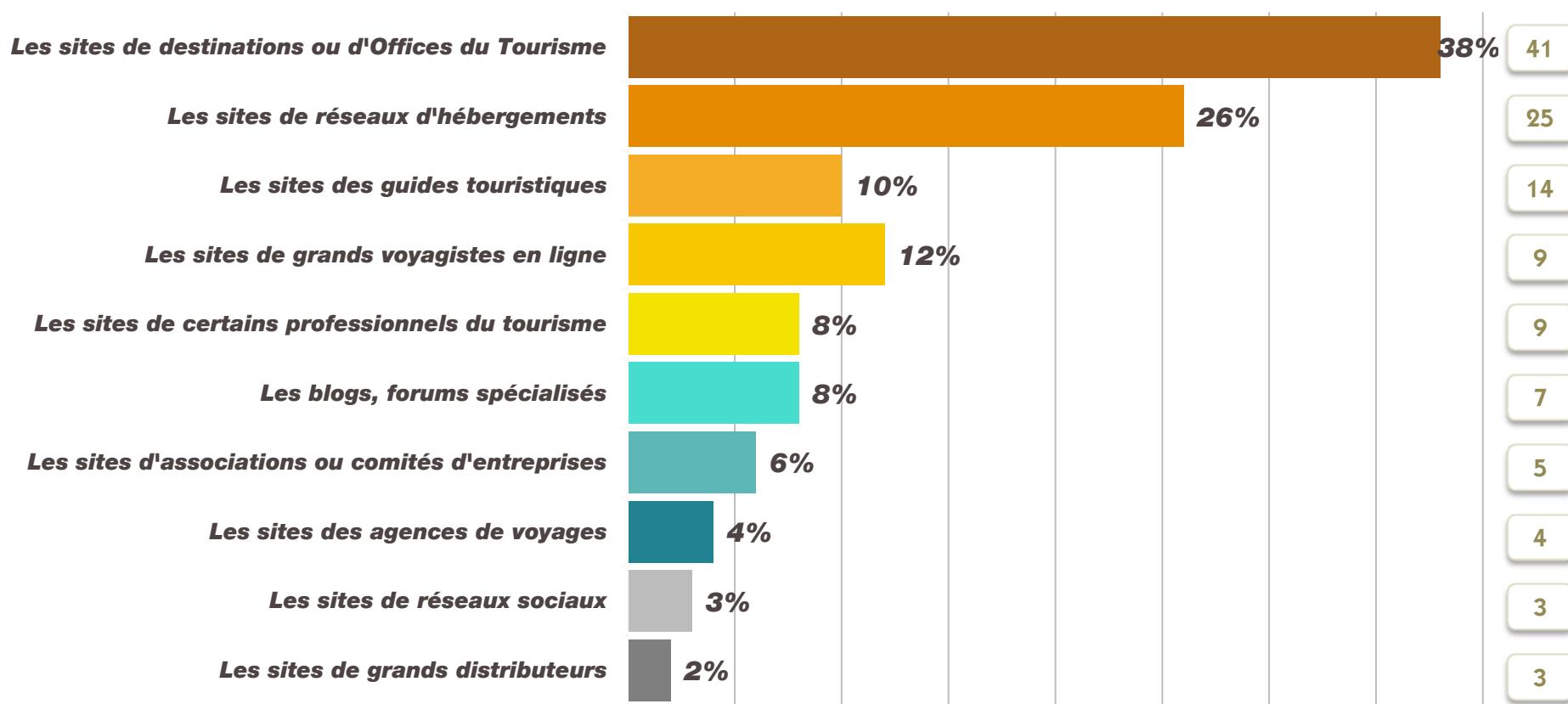
Valeurs départementales

2^{ème} vecteur d'information

la famille et les amis

- Pour les clientèles en hébergement non-marchand les conseils de la famille, amis sont privilégiés

Répartition en séjours



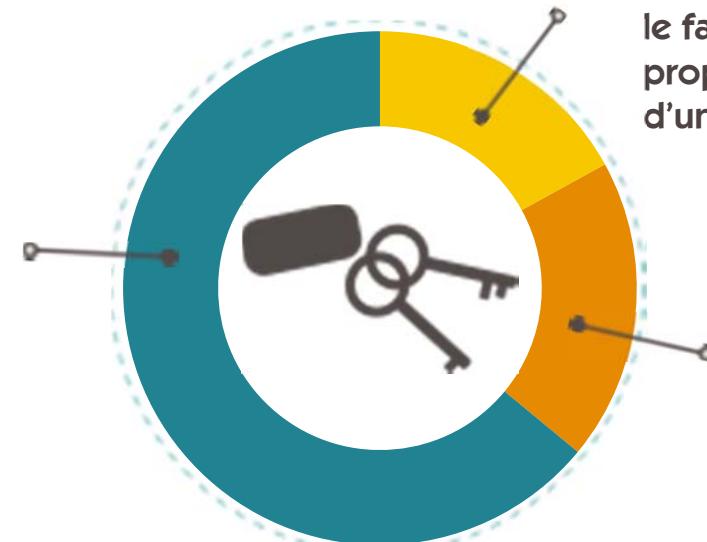
Valeurs départementales

La réservation

Répartition en séjours

Pas de réservation
40%

48



Internet
33%

28

58% réservant via Internet
le font directement auprès du
propriétaire, de l'hébergeur,
d'une agence immobilière.

Autre mode
27%

23

72% réservant par un mode de
réservation autre qu'Internet le font
directement auprès du propriétaire,
de l'hébergement, d'une agence
immobilière.

Valeurs départementales



Satisfaction

Golfe de Saint-Tropez



CONSEIL GÉNÉRAL
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Provence - Côte d'Azur
www.visitVar.fr
mobile.visitvar.fr

Déjà clients ? - Reviendront-ils ?

88
89%
sont déjà venus
dans le Var

12
11% sont venus
pour la 1^{ère} fois

Pour ceux qui
reviennent,
ils viendront :

- 56% en été
- 23% au printemps
- 14% en automne
- 6% en l'hiver



98% 97
ont l'intention de revenir

Parmi ceux-ci **71%** d'ici un an

15% ne savent pas
quand ils vont revenir

15

Valeurs départementales

(hors touristes originaires de la région PACA)

La satisfaction

LES 3 POINTS DE SATISFACTION



- L'intérêt et la diversité des sites
- La qualité, le confort de l'hébergement
- Les équipements sportifs, culturels et de loisirs

LES 3 POINTS DE PROGRÈS



- La fluidité de la circulation
- L'organisation du stationnement / les parkings
- Le rapport qualité/prix pour les activités ou spectacles

Valeurs départementales



VS



Parmi les clients satisfaits
4 clients sur 10 sont très satisfaits



VS



Retrouvez toutes ces informations
sur www.visitvar.fr/stat

Golfe de Saint-Tropez



CONSEIL GÉNÉRAL
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Provence - Côte d'Azur
www.visitVar.fr
mobile.visitvar.fr