

Dispositifs d'observation

Petits déjeuner du tourisme

18 fév. 2020

www.vaucluseprovence-attractivite.com



LES CHIFFRES CLÉS DU TOURISME (2018)

ÉCONOMIE TOURISTIQUE



21,2 millions de nuitées (Données FVT)

4 millions de touristes annuels

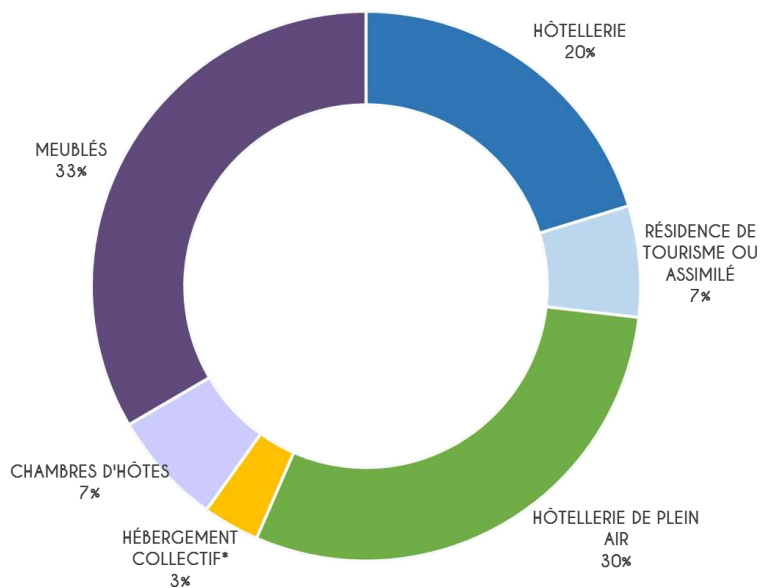


1,3 milliards d'euros de C.A.

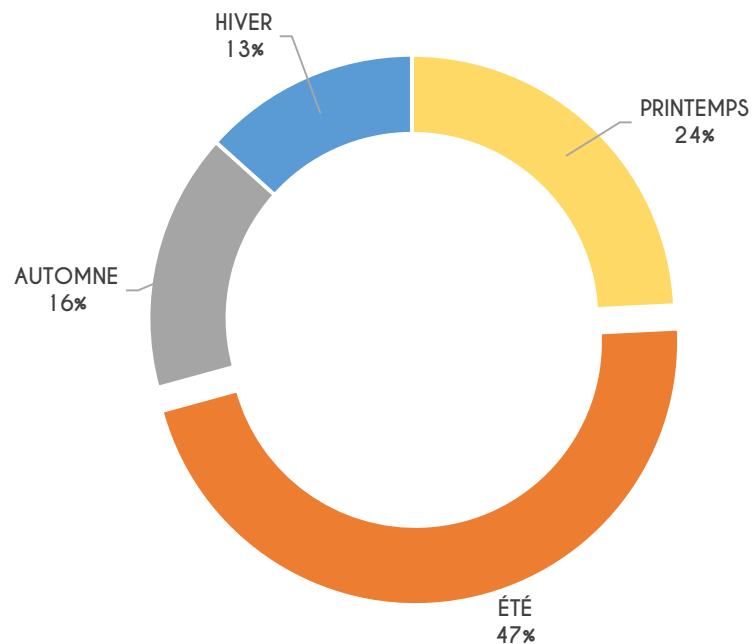
16 500 emplois touristiques



RÉPARTITION DES HÉBERGEMENTS MARCHANDS
(EN LITS TOURISTIQUES)

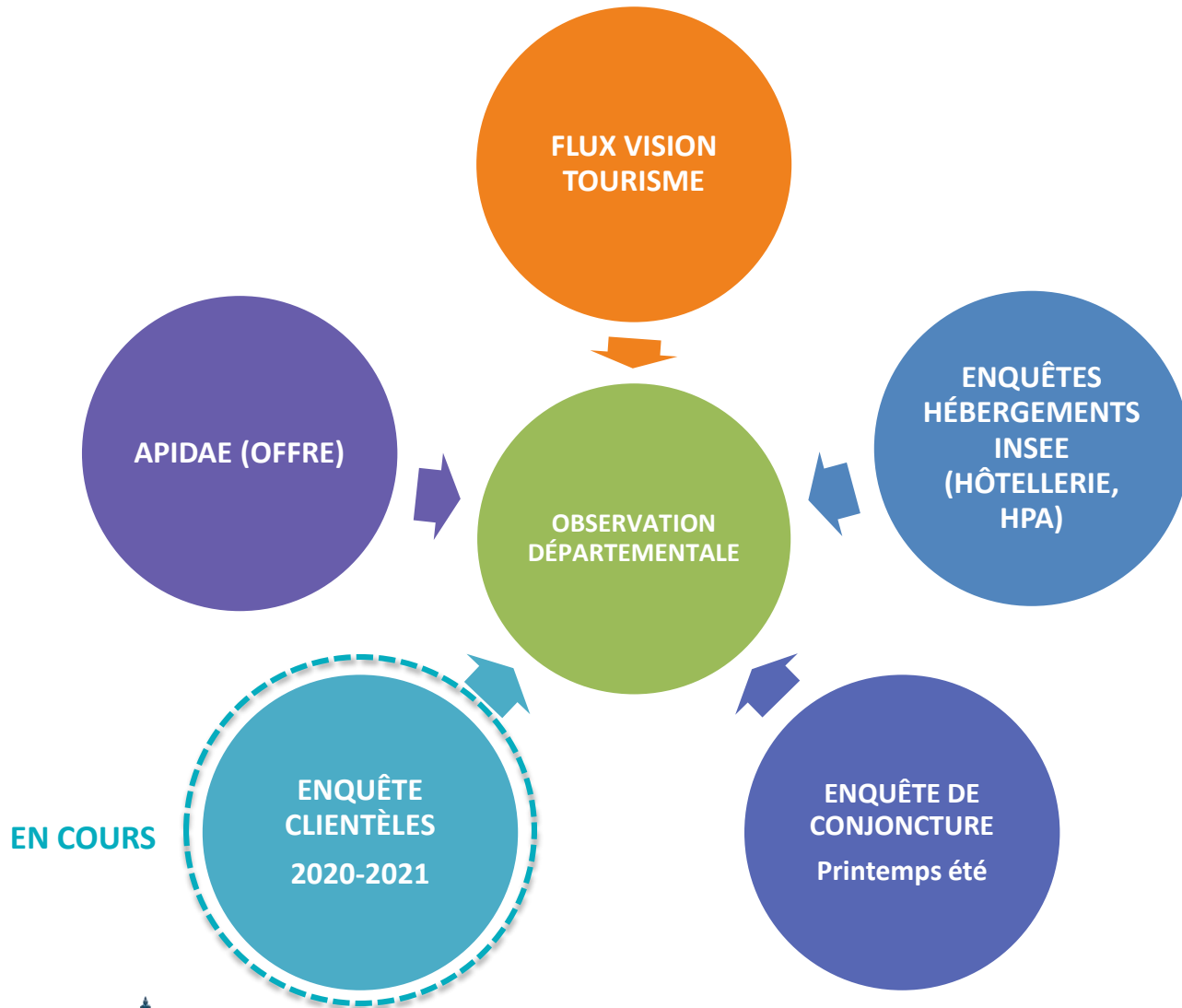


RÉPARTITION DES NUITÉES TOURISTIQUES PAR SAISON





DISPOSITIFS D'OBSERVATION



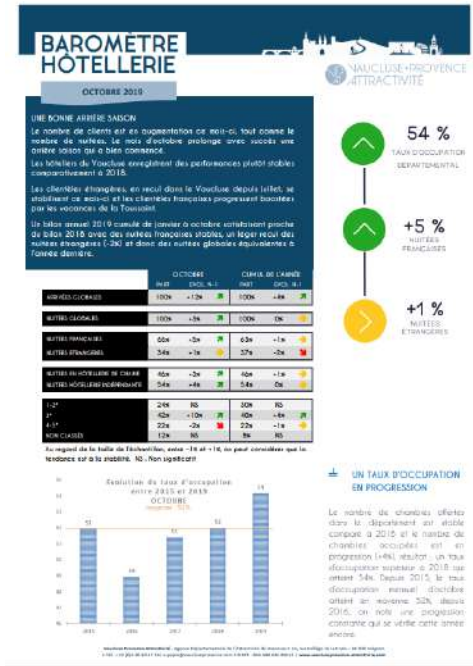
EN COURS





PUBLICATIONS

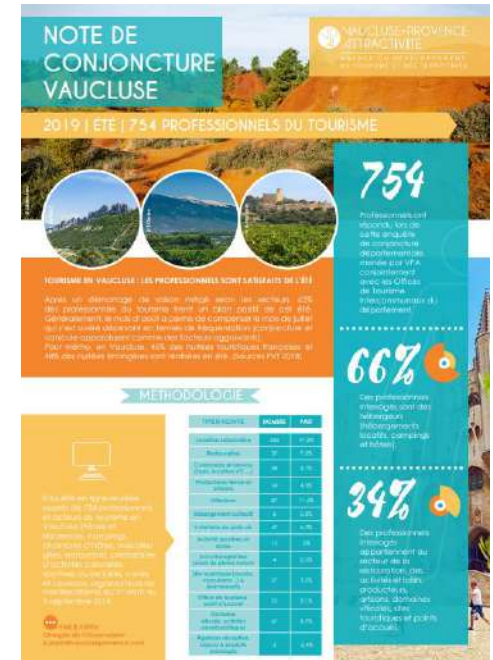
<http://vacluseprovence-attractivite.com/observation-touristique/>



MENSUEL



ANNUEL



BI-ANNUEL





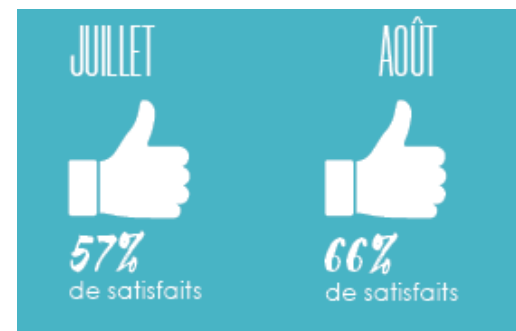
ENQUÊTE DE CONJONCTURE : TOURISME EN VAUCLUSE

POINT DE VUE DES PROFESSIONNELS

TYPE D'ACTIVITÉ	NOMBRE	PART
Location saisonnière	356	47,2%
Restauration	57	7,6%
Commerce et service (taxis, location VIT ...)	28	3,7%
Producteurs terroir et artisans	34	4,5%
Hôtellerie	87	11,6%
Hébergement collectif	6	0,8%
Hôtellerie de plein air	47	6,2%
Activité sportives et loisirs	15	2%
Accompagnateur Loisirs de pleine nature	4	0,5%
Site touristique (musée, monument...) & événements	27	3,5%
Office de tourisme, point d'accueil	23	3,1%
Domaine viticole, activités oenotouristiques	67	8,9%
Agences réceptive, séjours & produits packagés	3	0,4%

Enquête en ligne réalisée auprès de 754 professionnels et acteurs du tourisme en Vaucluse (hôtels et résidences, campings, chambres d'hôtes, meublés/gîtes, restaurants, prestataires d'activités culturelles, sportives ou de loisirs, caves et caveaux, organisateurs de manifestations) du 21 août au 5 septembre 2019.

Grand Avignon	94	12,50%
Luberon Monts de Vaucluse	65	8,60%
Ventoux Provence	129	17,10%
CCAOP	3	0,40%
Pays réuni d'Orange	84	11,10%
Sorgues du Comtat	49	6,50%
Enclave des papes Pays de Grignan	10	1,30%
Pays d'Apt Luberon	162	21,50%
Pays de Vaison Ventoux	42	5,60%
Rhône Lez Provence	29	4,00%
Territoriale Sud Luberon	31	4,10%
Ventoux Sud	34	4,50%
Pays des Sorgues Monts de Vaucluse	21	2,80%



Principales clientèles étrangères :





ZOOM PAR TYPE D'ACTIVITÉ

HÉBERGEURS



de satisfaits

RESTAURATEURS



de satisfaits

ACTIVITES/LOISIRS



de satisfaits

ARTISANAT/TERROIR



de satisfaits

SITES/MUSEES



de satisfaits

OFFICES DE TOURISME



d'insatisfaits



Boosts :

Beaucoup citent les efforts de **communication** entrepris qui portent leurs fruits et nourrissent une **bonne e-reputation** et une politique de **fidélisation** efficace. Les **événements attractifs** sont également couramment cités (festivals d'Avignon, Choralies de Vaison).

Freins :

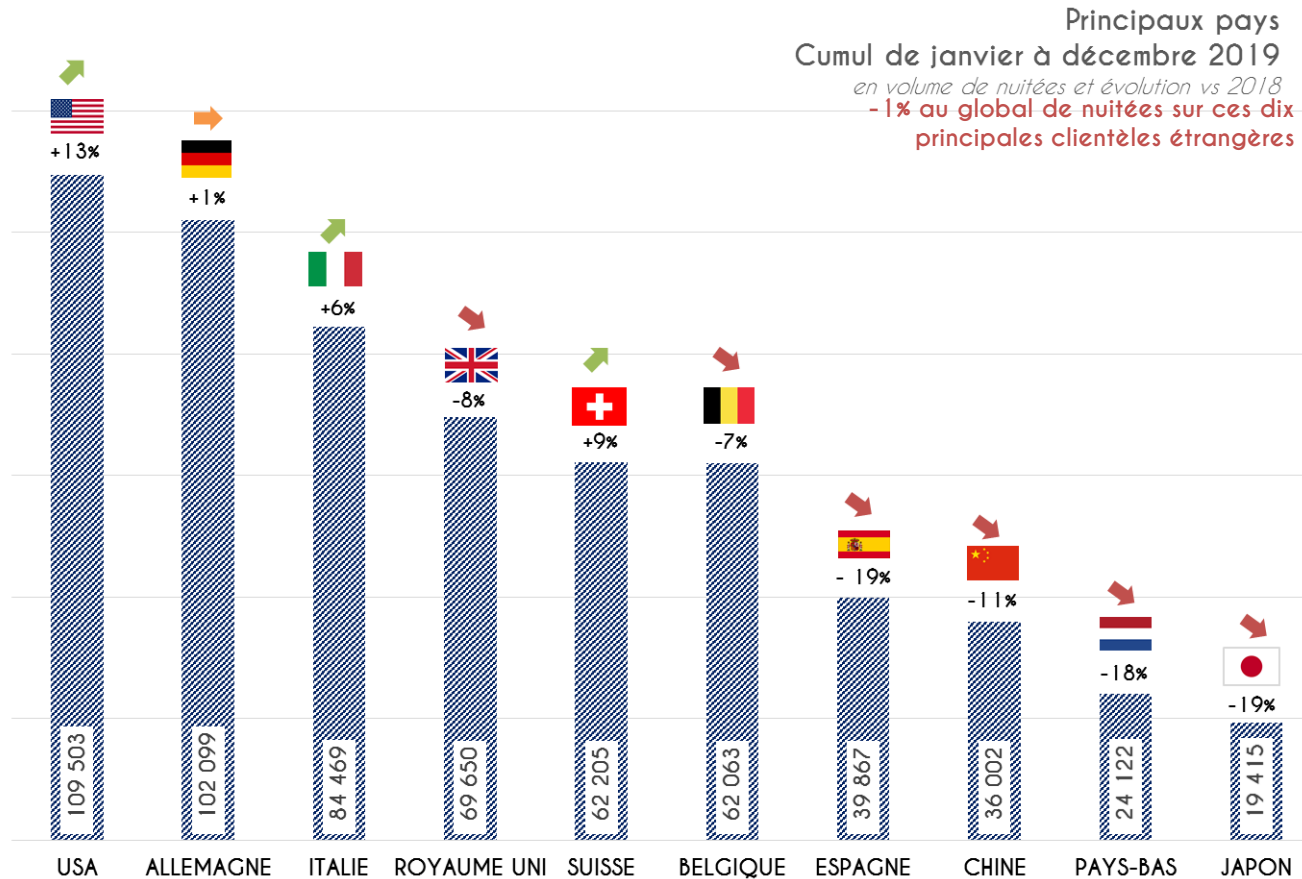
Combinaison **d'effets négatifs en deux temps : conjoncturel** (gilets jaunes et brexit) en début d'année qui a influé sur les réservations et **météo caniculaire** doublée d'une couverture media alarmiste qui a influé sur les réservations dernière minute.

Le mot **concurrence** est au centre des préoccupations également, concurrence dense dans les hébergements locatifs et concurrence de destinations réputées moins onéreuses (Espagne, Italie, Croatie).



BAROMÈTRE DE L'HÔTELLERIE : PREMIERS RÉSULTATS

- ± 2,2 millions de nuitées au total. Des nuitées stables (+1%) maintenues par la clientèle française (+1%), clientèle étrangère stable (-1%)
- ± 36% de la clientèle hôtelière est étrangère (pourcentage stable vs 2018)





ENQUÊTE RÉGIONALE CLIENTÈLES

RAPPEL DES OBJECTIFS

Produire une photographie précise des clientèles touristiques à l'échelle de la Région, de ses 6 départements et des ses trois territoires de marque : connaître les profils, les pratiques et quantifier les dépenses pour établir une évaluation de la consommation et des retombées du tourisme sur nos territoire.

MOYENS

Mise en place d'une enquête à l'échelle régionale (enquêtes sur sites + on line) sur une durée de 12 mois avec une volumétrie importante (objectif régional > 19 000 questionnaires / 3725 questionnaires pour le Vaucluse) pour couvrir la diversité des clientèles, l'hétérogénéité des pratiques, des saisonnalités et les spécificités territoriales.

PLANNING

Démarrage des enquêtes vacances de Noël 2019, fin d'enquête Vacances de Toussaint 2020, et donc premier résultats/livraisons, 1^{er} trimestre 2021 ...

BVA est le cabinet retenu (grande expérience dans ce type d'enquêtes, ils ont déjà réalisé la dernière enquête régionale en 2010 + enquête en cours Nouvelle-Aquitaine)
3725 questionnaires pour le Vaucluse

Vous séjournez en
PROVENCE - ALPES - CÔTE D'AZUR

provençe | alpes | côte d'azur

*Profitez vos prochaines vacances
dans 3 séjours prestige!*

Madame, Monsieur,
Afin de mieux vous accueillir et vous satisfaire, le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur et ses partenaires réalisent une enquête, destinée à recueillir des informations auprès des personnes en séjour dans la région. En nous précisant vos coordonnées sur la dernière page, nous vous invitons à participer à notre jeu concours pour gagner vos prochaines vacances.

Vos réponses au questionnaire seront contactées de manière anonyme et ne feront l'objet que de traitements statistiques à l'usage des commanditaires.

- La Bastide de Moustiers ***** Moustiers**
Un séjour de 2 nuits à La Bastide de Moustiers ***** en demi-pension. Valeur : 1028 €
- Le Coquillade Village ***** Gargas**
Un séjour de 2 nuits à Le Coquillade ***** à Gargas, en demi-pension avec petit-déjeuner et dîner avec forfait boissons pour 2 personnes. Valeur : 698 €
- Le Clos des Roses ***** Fréjus**
Un séjour de 2 nuits au Clos des Roses ***** à Fréjus, en demi-pension avec forfait boissons pour 2 personnes. Valeur : 600 €

Cadre réservé à l'enquêteur

Questionnaire
N° Enquêteur :
- Code point d'enquête :
- Code partenaire :
Cachet :

Ce questionnaire vous a été remis le : j j / m m / a a

REGION PACA | REGION ILE DE FRANCE | REGION NORD | REGION NORD-NOUVELE-AQUITAINE | REGION OCCITANIE | REGION AUVERGNE-RHONNE-ALPES | COTE D'AZUR | PROVENCE ALPES COTE D'AZUR | ALPES ATTRACTIVITE | ALPES COTE D'AZUR | IUTB ALPES | BVA | PROVENCE TOURISME | Vaucluse Tourisme | C.A.T.



ENQUÊTE RÉGIONALE CLIENTÈLES

LES CIBLES

- **Les touristes extra régionaux ayant réalisé un séjour d'au moins une nuitée en** Provence-Alpes-Côte d'Azur quel que soit le motif,
- **Les résidents de Provence-Alpes-Côte d'azur** ayant réalisé a minima **1 séjour avec au moins une nuitée** dans la région.

LES MODES DE COLLECTE

- **Une enquête auto-administrée sur des sites touristiques**, hétérogènes et représentatifs des profils et pratiques. BVA missionne des enquêteurs pour la distribution et la récupération de questionnaires papiers. Ils inciteront également les touristes à répondre à l'enquête en ligne,
- **Une enquête web pour les résidents** d'après un échantillon représentatif,
- **Une enquête web poussée par le CRT et ses partenaires** : lien internet, QR code et affiches (PLV).

JEU CONCOURS

- **Mise en place d'un jeu concours** : il doit permettre d'accroître l'acceptabilité de l'enquête et d'améliorer les taux de réponse.

