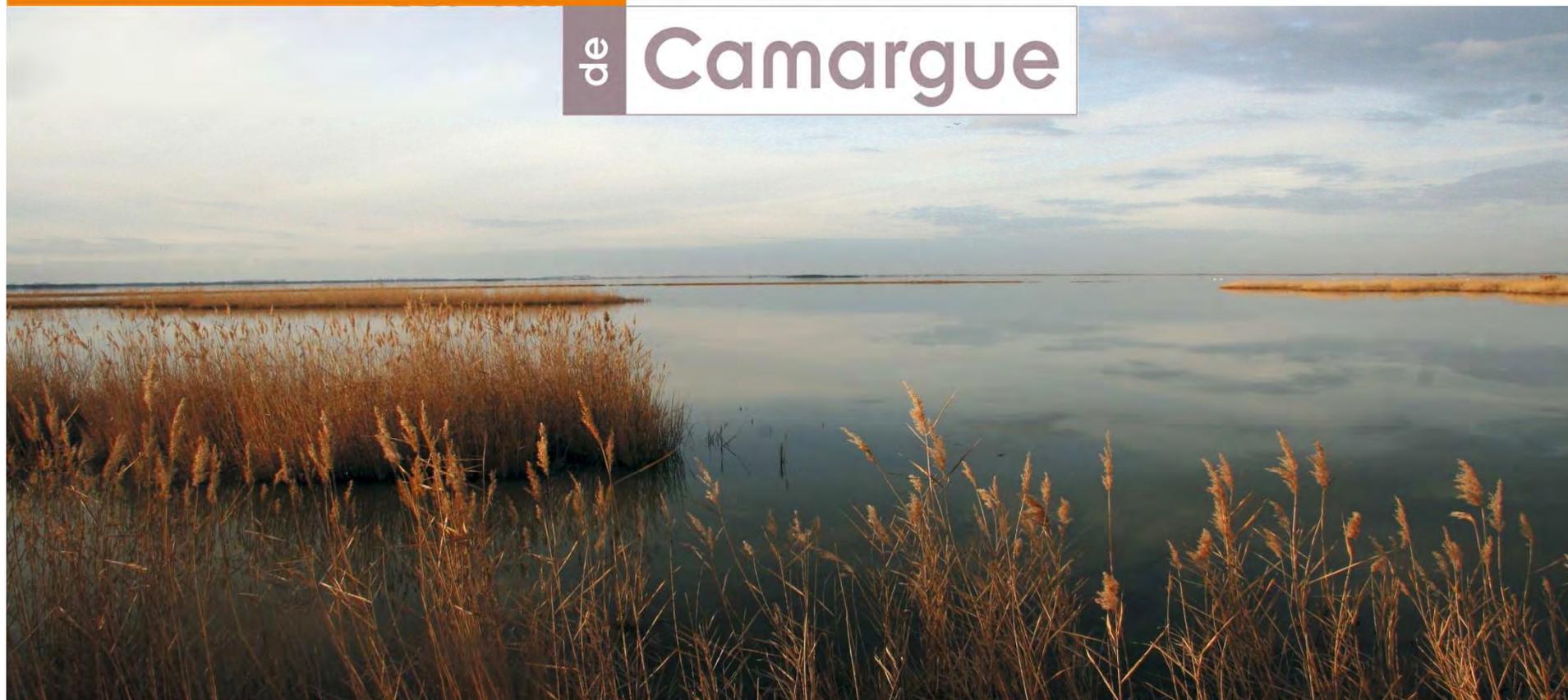


Parc naturel régional

de Camargue



Les clientèles touristiques de la Camargue

(Arles, Les Saintes-Maries-de-la-Mer, Port-Saint-Louis-du-Rhône)



Provence-Alpes-Côte d'Azur
TOURISME



SOMMAIRE

Introduction : approche méthodologique (<i>contexte & objectifs</i>)	P. 3
I – Les touristes en Camargue	P.10
▪ La fréquentation touristique	P.10
▪ Le profil des clientèles	P.15
▪ Les pratiques et comportements	P.23
▪ Les dépenses du séjour	P.29
▪ Le niveau de satisfaction du séjour	P.32
II - Focus sur la visite du PNR de Camargue	P.38
▪ La Fréquence - Préparation - Motifs	P.39
▪ Les Modes de transports utilisés et activités pratiquées	P.44
▪ La Marque Parc et l'image	P.47

Parc naturel régional

de Camargue

Introduction

Approche méthodologique

Contexte et objectifs



Les clientèles touristiques de la Camargue (Arles, Les Saintes Maries de la Mer, Port Saint Louis du Rhône)



Provence-Alpes-Côte d'Azur
TOURISME



Contexte : s'inscrire dans une synergie régionale

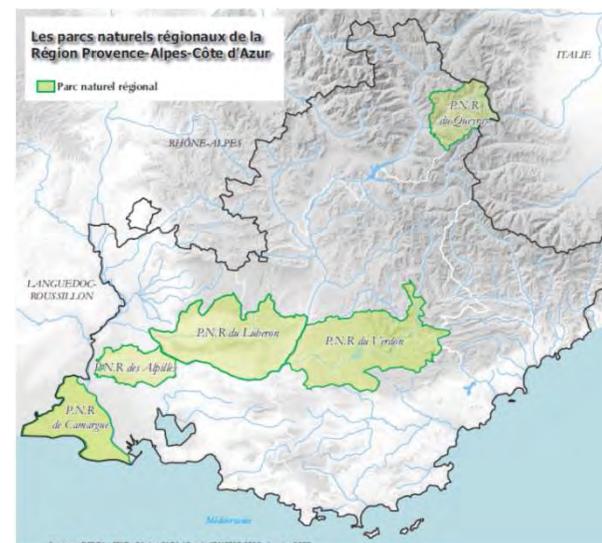
Une enquête dans 5 PNR de la région PACA qui s'intègre dans une synergie régionale d'observation des phénomènes touristiques

Objectifs

Mise à jour de la photographie du tourisme régional (déclinaisons départementales et infra départementales)

- ↪ Profil
- ↪ Pratiques
- ↪ Comportements
- ↪ Satisfaction

- ↪ Sans oublier les retombées économiques (dépenses)



Toutes les pratiques touristiques : héberg. marchand / non marchand, tous motifs...

Parc naturel régional

de Camargue

Une démarche partenariale

Partenaires financiers



Comité de pilotage



Région
Provence
Alpes
Côte d'Azur

Provence-Alpes-Côte d'Azur
TOURISME



Les clientèles touristiques de la Camargue (Arles, Les Saintes Maries de la Mer, Port Saint Louis du Rhône)



Provence-Alpes-Côte d'Azur
TOURISME



Parc naturel régional

de Camargue

Une démarche partenariale

Partenaires « opérationnels »



Les 5 PNR de la région

AGAM



ASF Groupe Vinci
ESCOTA
SAPRR

SNCF

Aéroports : Marseille Provence,
Nice Côte d'Azur, Toulon
Hyères, Avignon

Ports de Marseille Fos, Toulon, Nice



Les clientèles touristiques de la Camargue (Arles, Les Saintes Maries de la Mer, Port Saint Louis du Rhône)



Provence-Alpes-Côte d'Azur
TOURISME



Parc naturel régional

de Camargue

25 000 questionnaires exploités
(ensemble du dispositif)

3 dispositifs
d'enquêtes

Cordon : 15 492 enquêtes

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

CAWI : 4 661 enquêtes

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

Partenaires : 4 343 enquêtes

- OT / PNR
- 83 partenaires participants



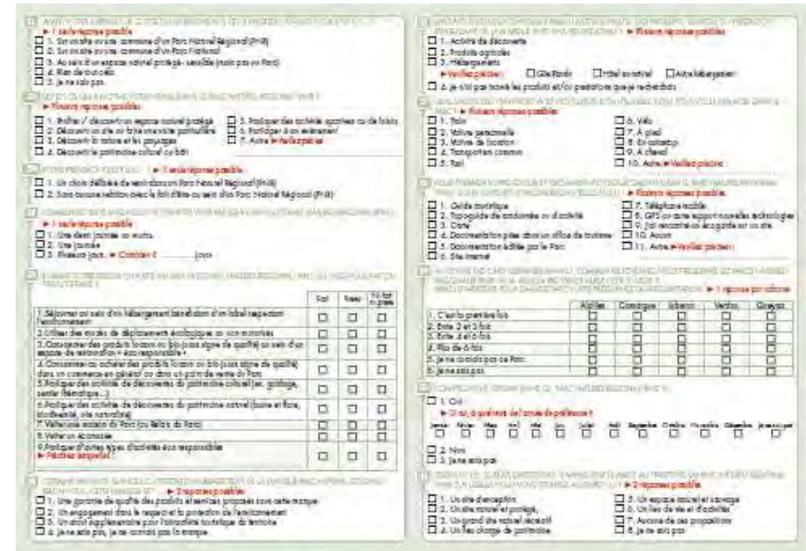
Les clientèles touristiques de la Camargue (Arles, Les Saintes Maries de la Mer, Port Saint Louis du Rhône)



Provence-Alpes-Côte d'Azur
TOURISME

Des questions spécifiques...

Un questionnaire spécifique PNR distribué par les partenaires aux visiteurs des cinq parcs concernés : Camargue, Luberon, Verdon, Alpilles, Queyras. Volet administré également aux enquêtes marchés de proximité (CAWI)



À L'ÉCHELLE DE LA CAMARGUE (tous dispositifs confondus)

Près de 700 questionnaires de touristes ayant passé au moins une nuit en Camargue



Les visiteurs de la Camargue*

*champ d'étude = 3 communes, Arles - Les
Saintes Maries de la Mer - Port Saint Louis du
Rhône, hors Languedoc Roussillon

* période Avril 2010 – Mars 2011

800 000 touristes accueillis en un an (séjours avec nuitées)

Estimation de 4,7 millions de visiteurs en un an (excursions à la journée)

Des excursions
réalisées par les
résidents PACA et les
bassins de proximité
(LR, RA, Italie du Nord)

3,8 millions excursions

Des excursions
réalisées dans le cadre
d'un séjour effectué en
PACA

900 000 excursions

Soit au global une estimation de 5,5 millions de personnes en un an

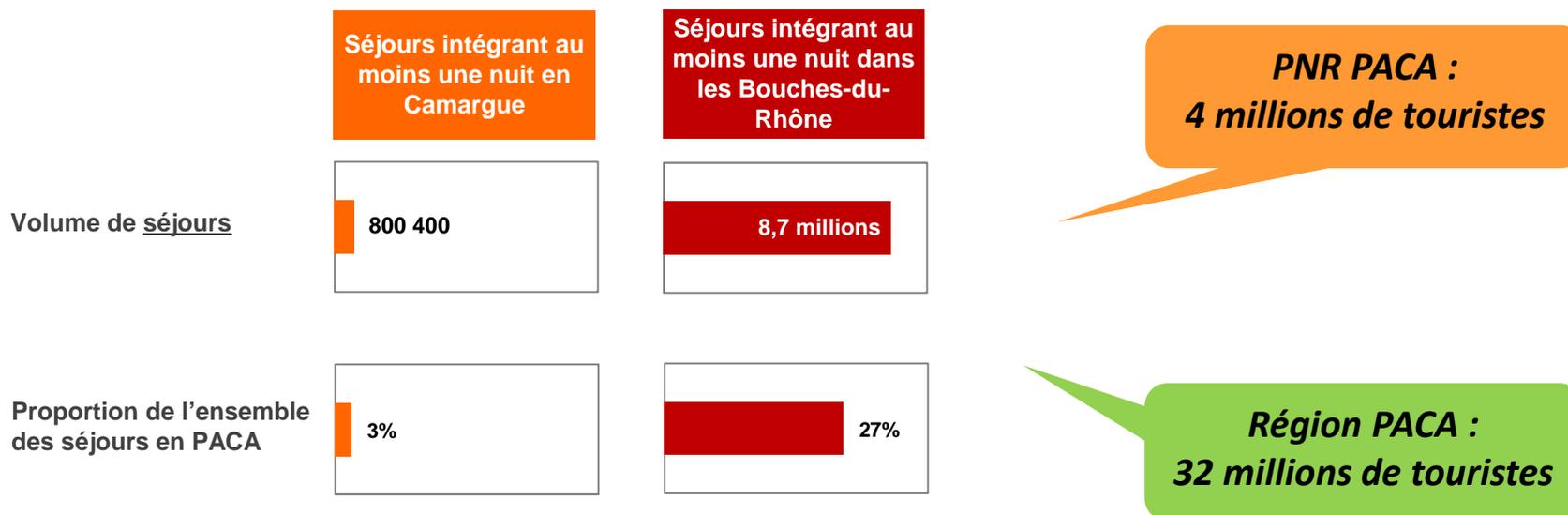
I. Les touristes en Camargue

1. La fréquentation touristique

Combien, où et quand ?

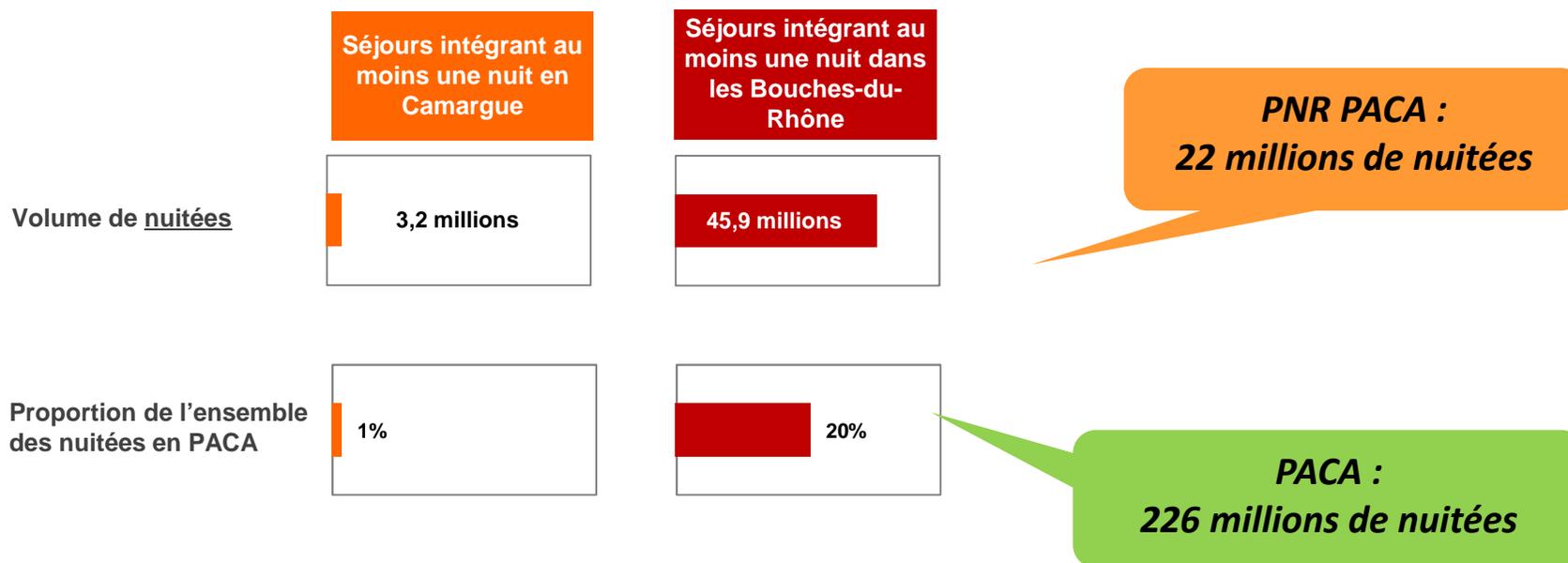
La fréquentation touristique : estimations en nombre de séjours

- La Camargue capte un volume important de touristes : sur une année, un peu plus de 800 000 touristes ont séjourné dans au moins une commune du Parc.

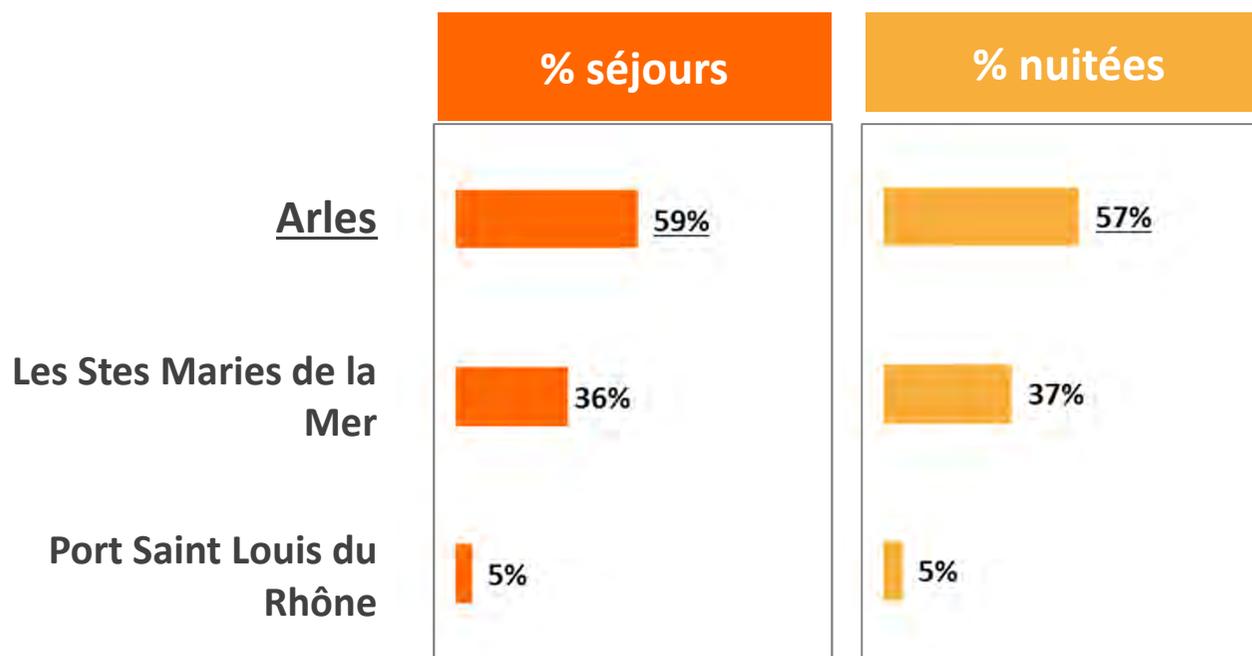


La fréquentation touristique : estimations en nombre de nuitées

- Un poids en nuitées relativement modeste pour la Camargue : les touristes ayant séjourné dans au moins une commune y ont généré plus de 3,2 Millions de nuitées.

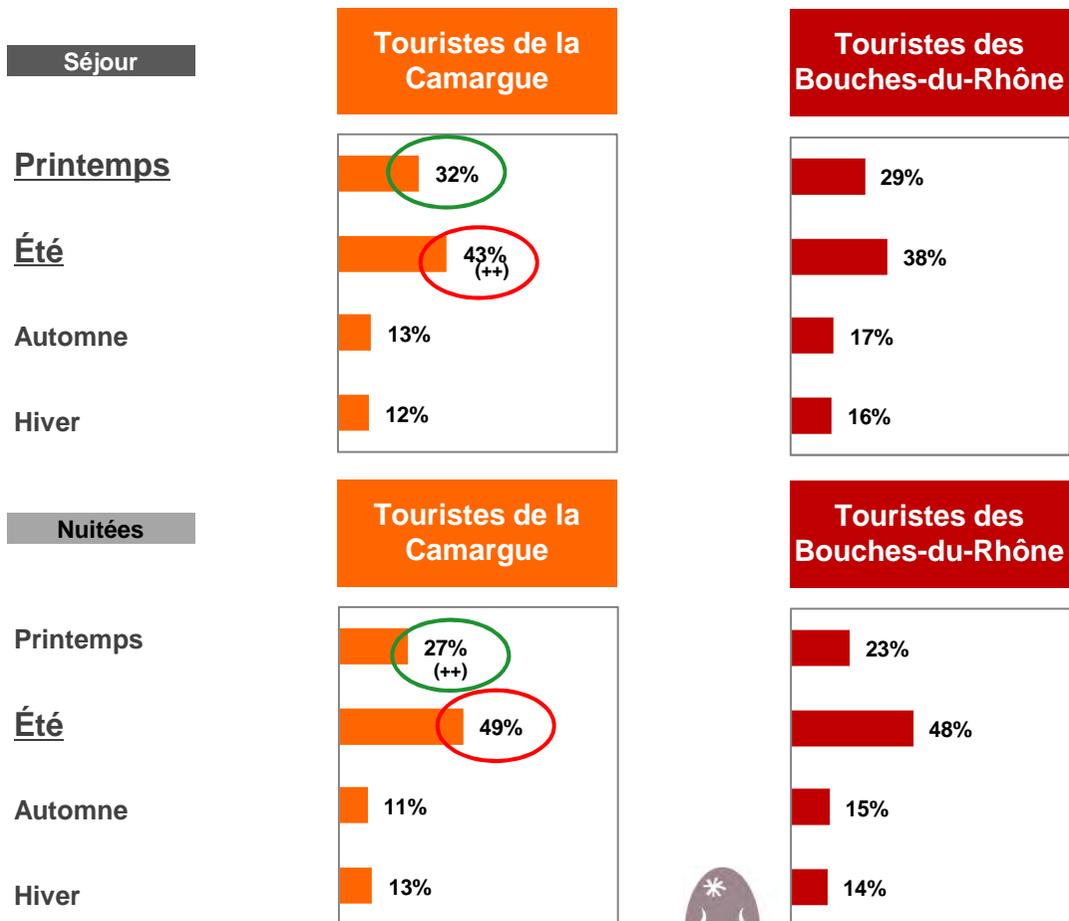


- Le poids déterminant de Arles



- Une saison estivale prépondérante mais un printemps particulièrement attractif

La répartition des séjours et des nuitées par saison

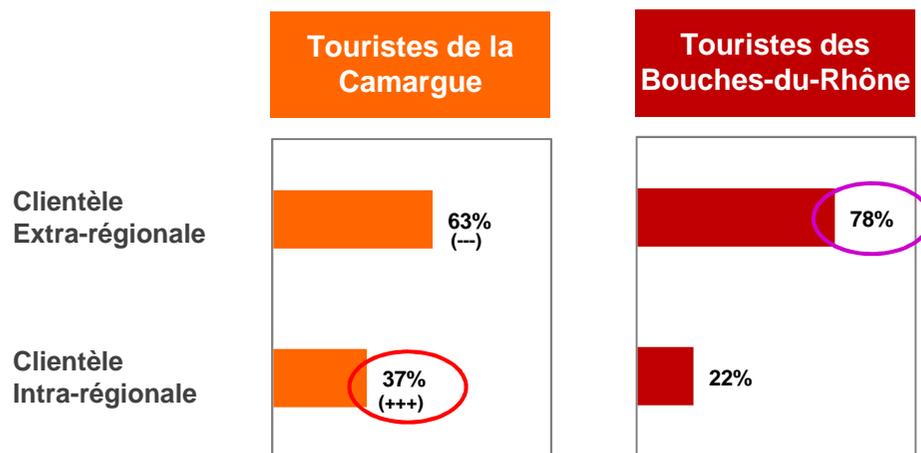


I. Les touristes en Camargue

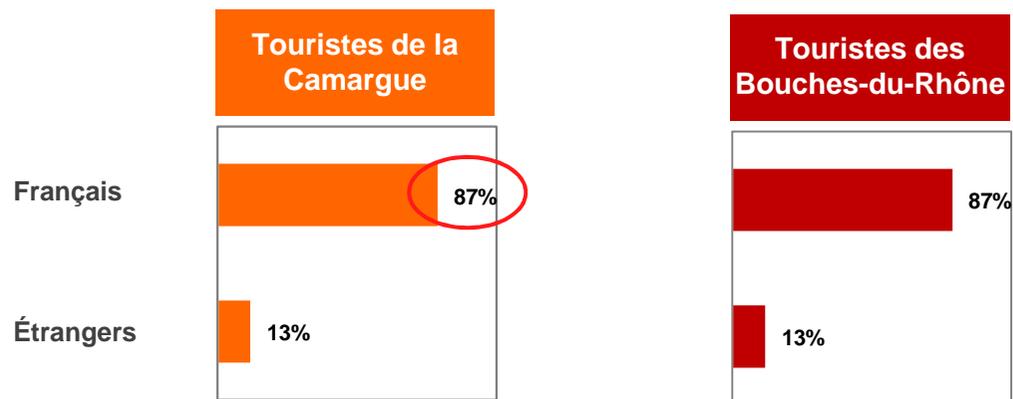
2. Profil des clientèles

- L'origine géographique
- La signalétique des visiteurs
- Type de groupe

- Une clientèle régionale très présente
- À noter cependant que plus de 3 séjours sur 5 en Camargue sont réalisés par une clientèle extra-régionale. Cette proportion est inférieure à celle observée dans les Bouches-du-Rhône où la clientèle extérieure à la région est très majoritaire.

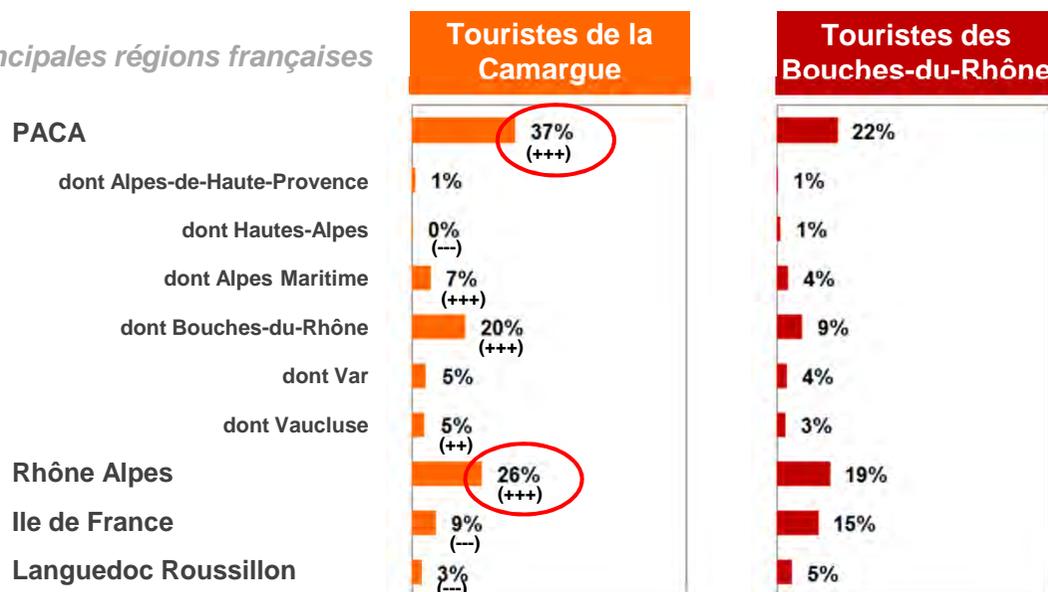


- Une majorité de Français...
- Une proportion de clientèles étrangères semblable à celle observée dans les Bouches-du-Rhône.

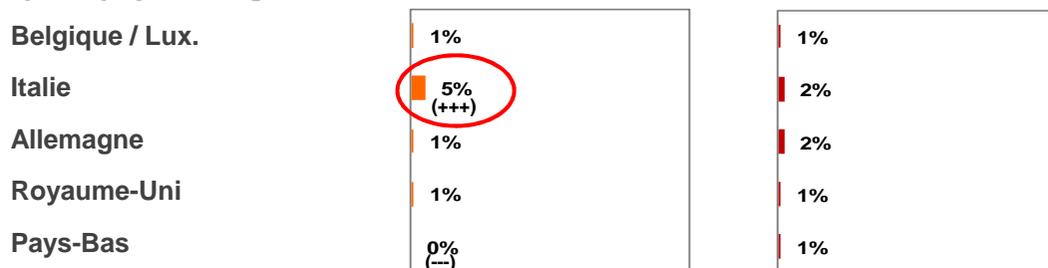


- Clientèle de PACA majoritairement
- Une présence régionale qui se renforce par rapport aux séjours dans l'ensemble des Bouches-du-Rhône. À relever, la présence accrue de la clientèle Rhônalpine (un quart des séjours en Camargue)
- À noter également, la proportion significative des Italiens.

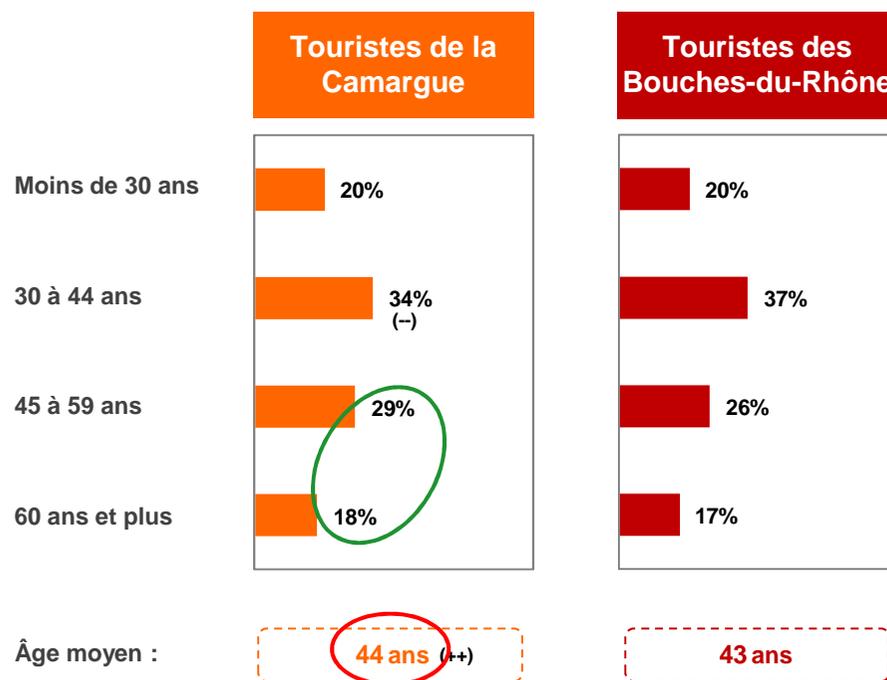
Principales régions françaises



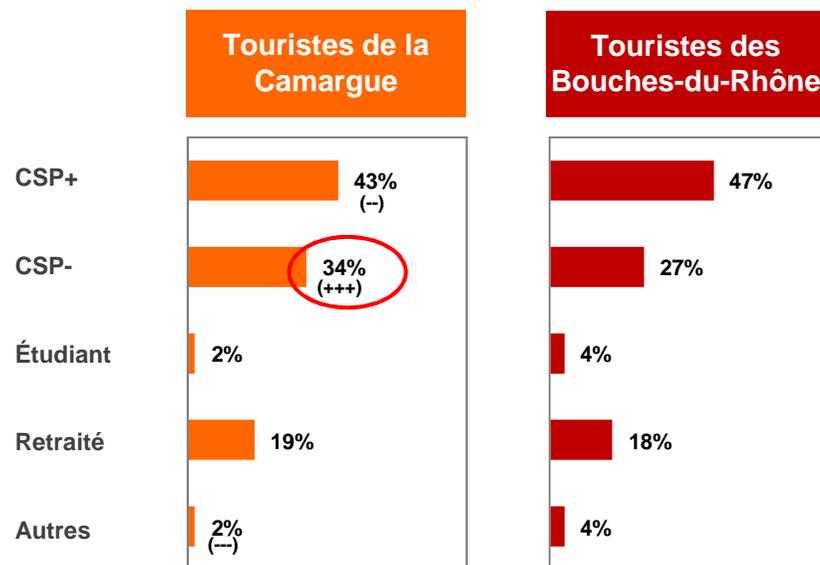
Principaux pays étrangers



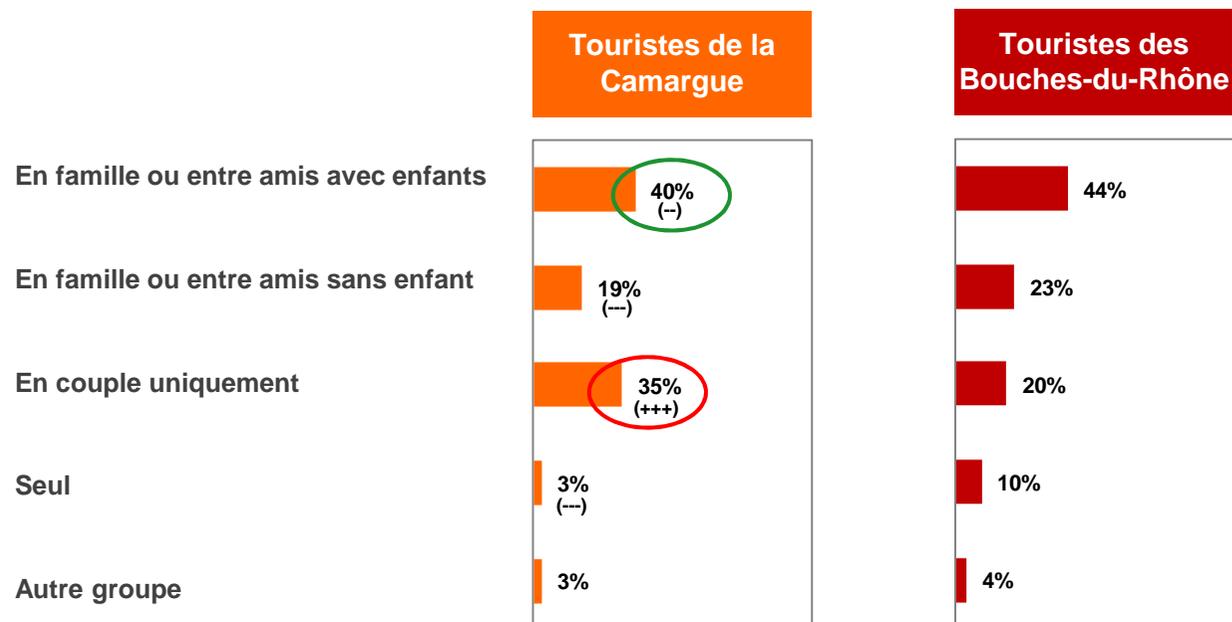
- Des touristes de Camargue légèrement plus âgés que les touristes départementaux
- La Camargue se démarque des Bouches-du-Rhône avec une proportion de 30-44 ans inférieure parmi ses touristes. L'âge moyen des touristes est donc légèrement plus élevé.



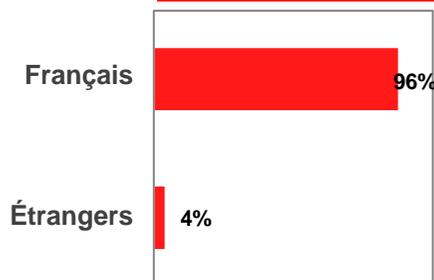
- La Camargue attire sensiblement plus de CSP- que les Bouches-du-Rhône, mais les CSP+ restent majoritaires.



- Des séjours réalisés majoritairement en famille ou entre amis avec enfants mais la Camargue attire également de nombreux couples
- Les familles ou groupe d'amis avec enfants sont majoritaires mais sont moins présents en Camargue que dans les Bouches-du-Rhône.

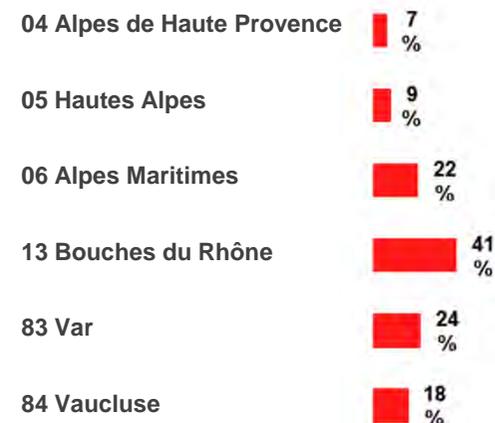


Excursionnistes de la Camargue



Estimation à 4,7 millions de visiteurs à l'année dont 80% sont le fait de résidents PACA et des régions limitrophes – proximité.

Touristes régionaux Excursionnistes de la Camargue (20% des excursions)



Principales régions françaises

PACA

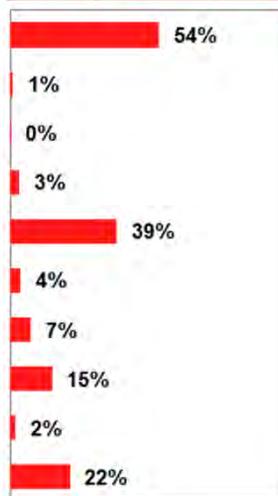
- dont Alpes-de-Haute-Provence
- dont Hautes-Alpes
- dont Alpes Maritime
- dont Bouches-du-Rhône
- dont Var
- dont Vaucluse

Rhône Alpes

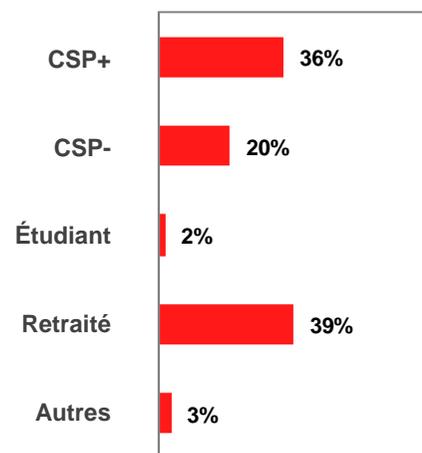
Ile de France

Languedoc Roussillon

Excursionnistes de la Camargue



Excursionnistes de la Camargue



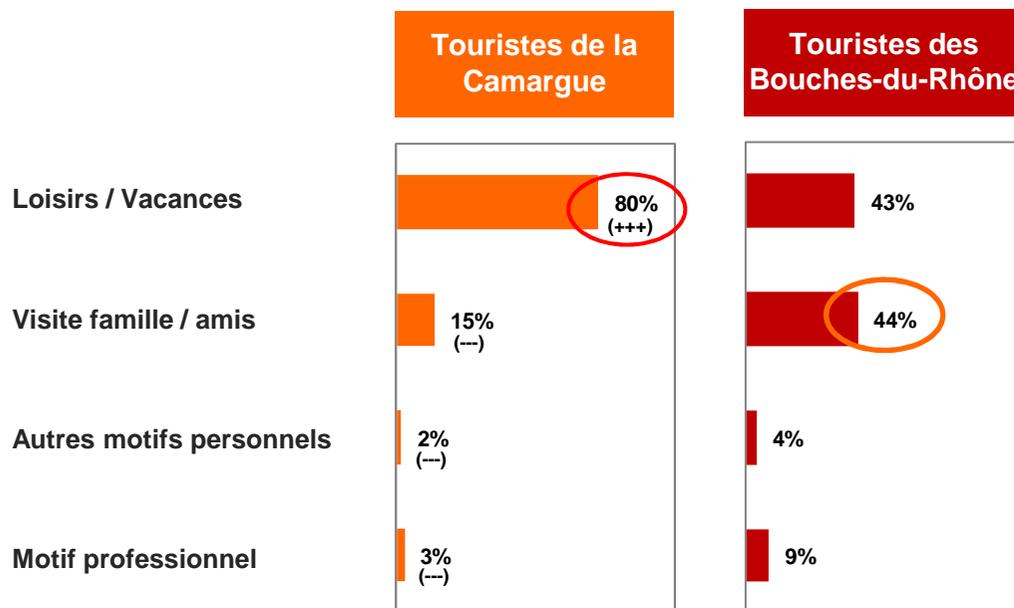
Source : enquêtes clientèles + étude marchés proximité (PACA, Rhône Alpes, Ile de France, Italie du Nord)

I. Les touristes en Camargue

3. Pratiques et comportements

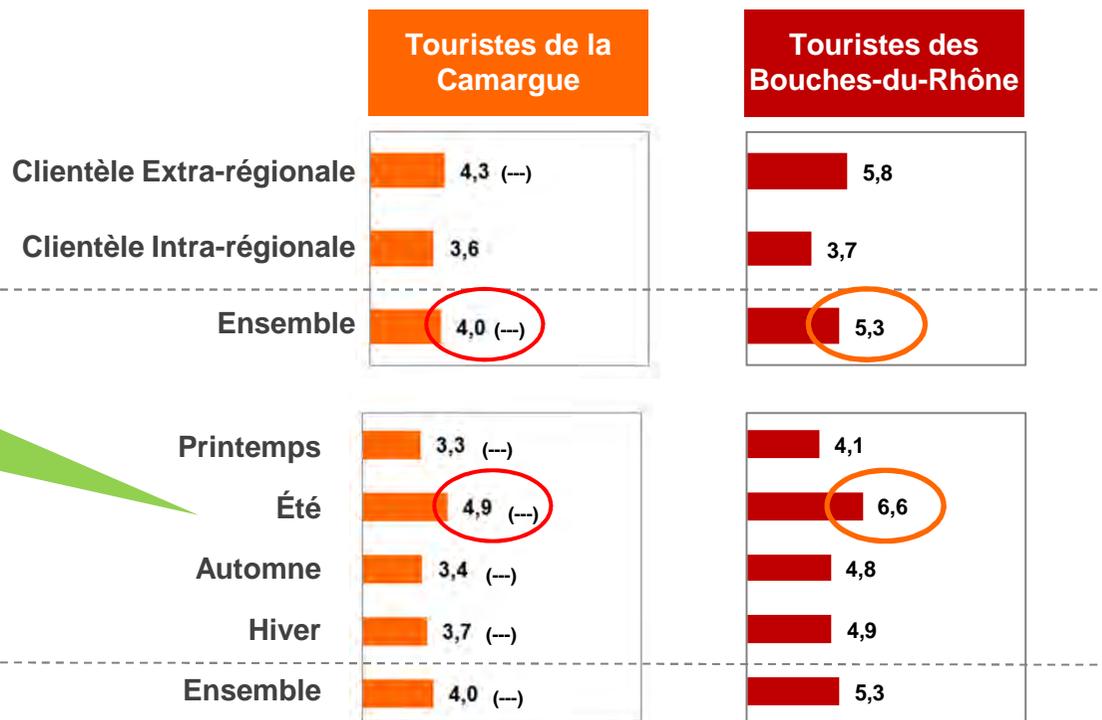
- Le motif de séjour
- La durée de séjour
- Les modes d'hébergements
- Les activités pratiquées

- Des séjours en Camargue répondant massivement à des motifs loisirs / vacances
- Les séjours en Camargue sont encore plus marqués par les motifs loisirs/vacances que dans les BdR ; les motifs affinitaires (visite famille/amis) n'y détiennent qu'une part réduite.



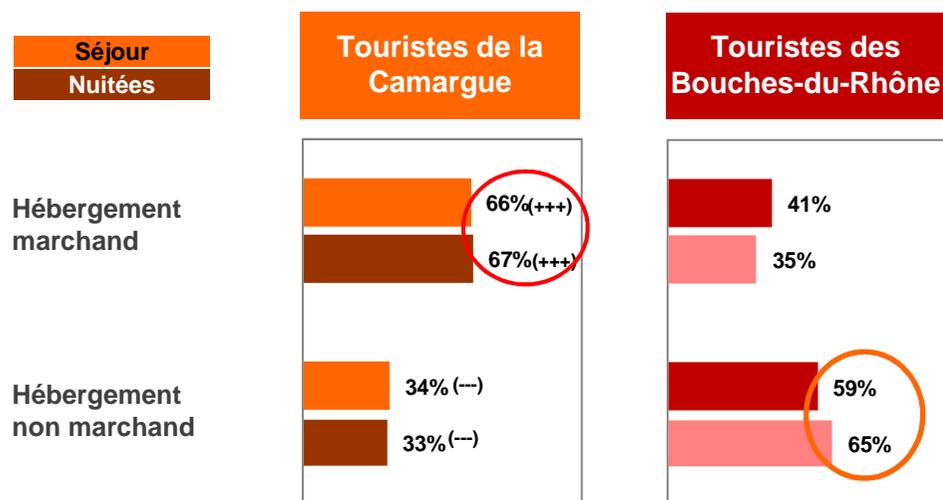
- **Plutôt des courts séjours**
- Une durée moyenne du séjour qui cache une certaine hétérogénéité des séjours puisque prés de 4 touristes sur 10 présents dormiront au moins 4 nuits dans le territoire et 6 sur 10 passeront 1 à 3 nuits.

Des séjours plus longs en été (comme pour les BdR,)

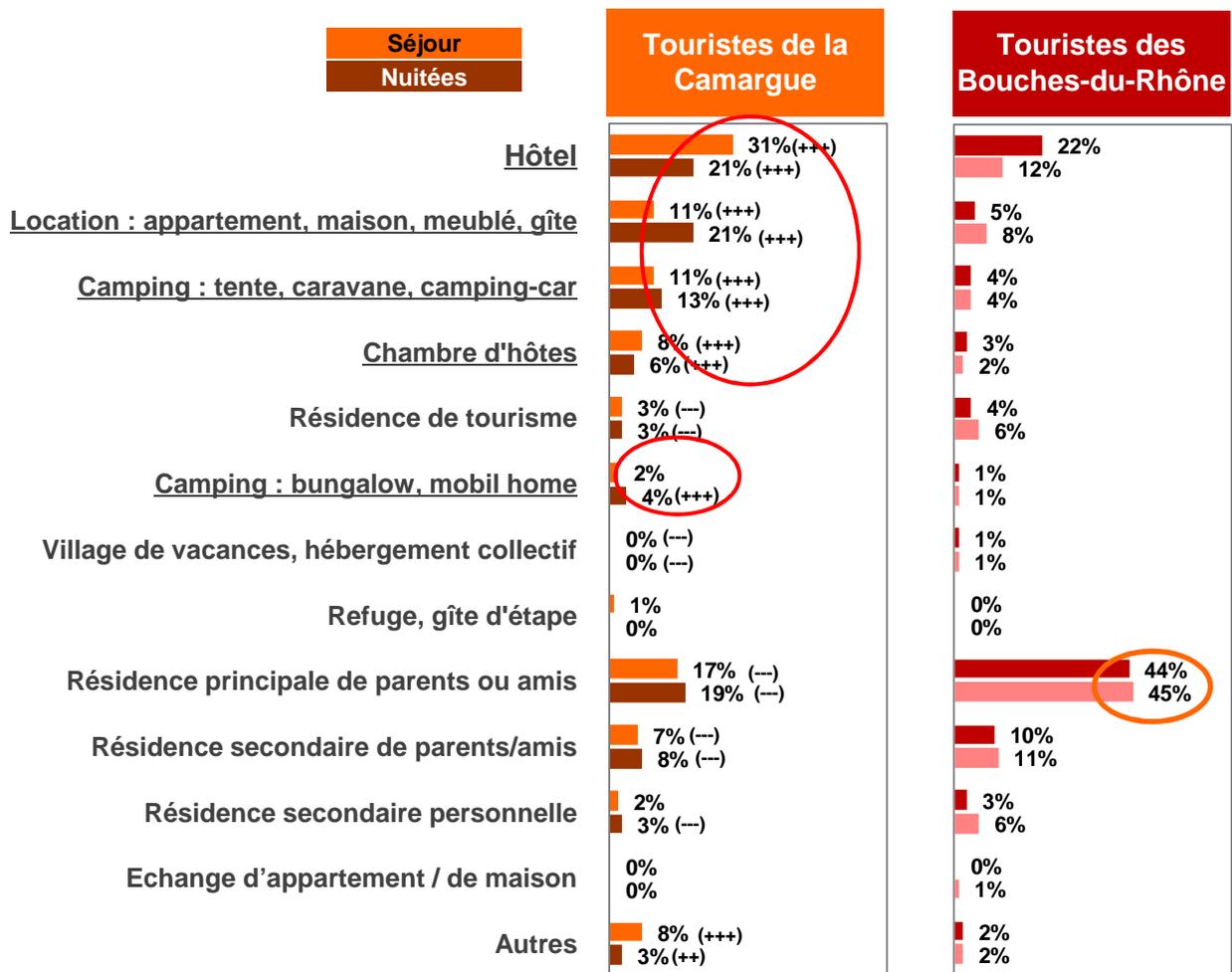


- **Un recours à l'hébergement marchand majoritaire**
- Les séjours en Camargue sont résolument tournés vers un hébergement marchand (2/3) contrairement aux séjours dans l'ensemble des Bouches-du-Rhône où l'hébergement non marchand est majoritaire.

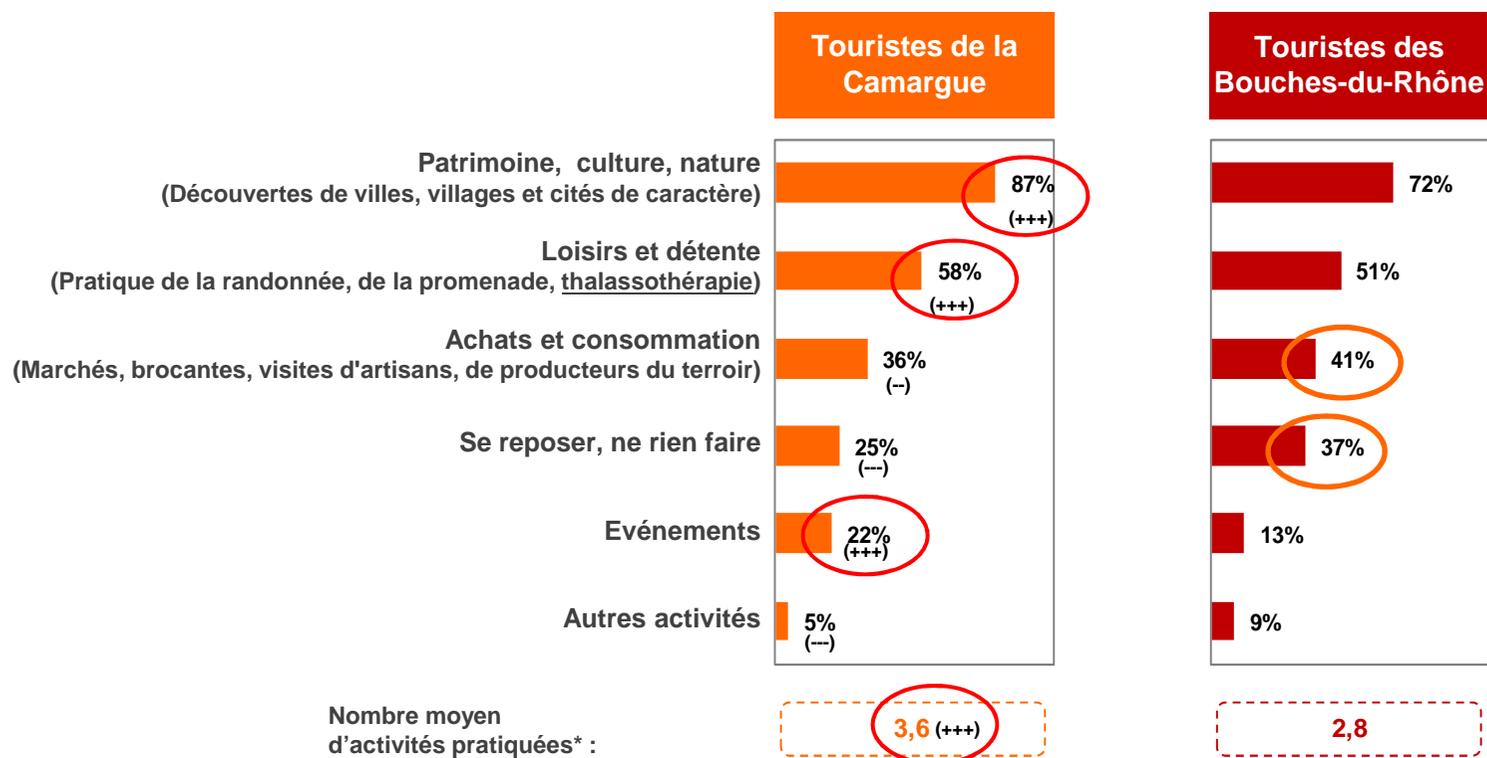
(Rappel : les séjours en Camargue sont marqués par l'importance des motifs loisirs/vacances au détriment des motifs affinitaires alors que les séjours dans le département sont partagés entre les deux motifs.)



- Un recours important à l'hôtel est à relever
- ...mais également dans la plupart des hébergements marchands



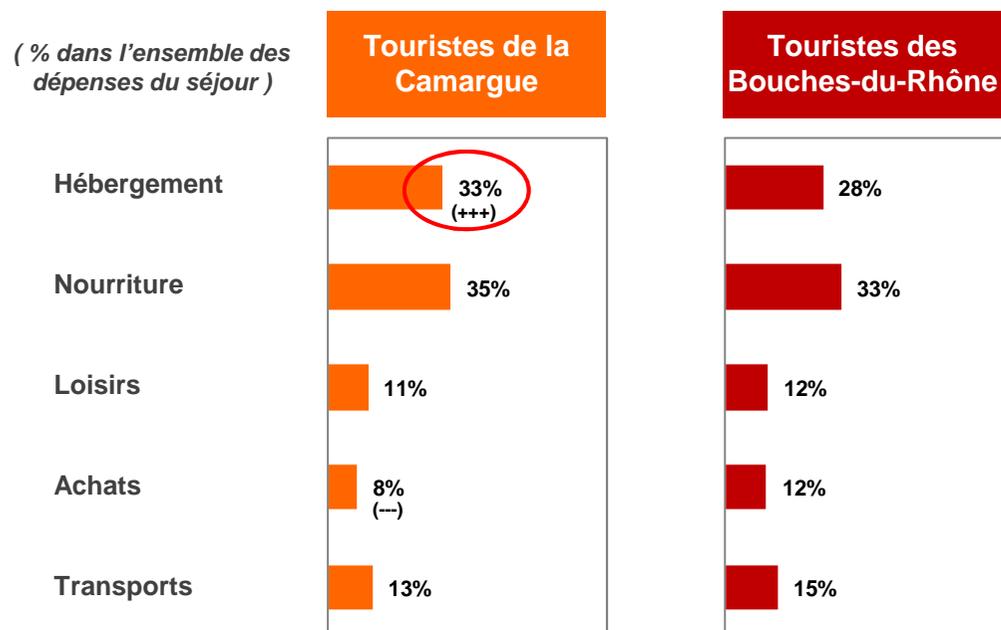
- Des touristes en séjour en Camargue actifs, exploitant largement le patrimoine naturel et culturel



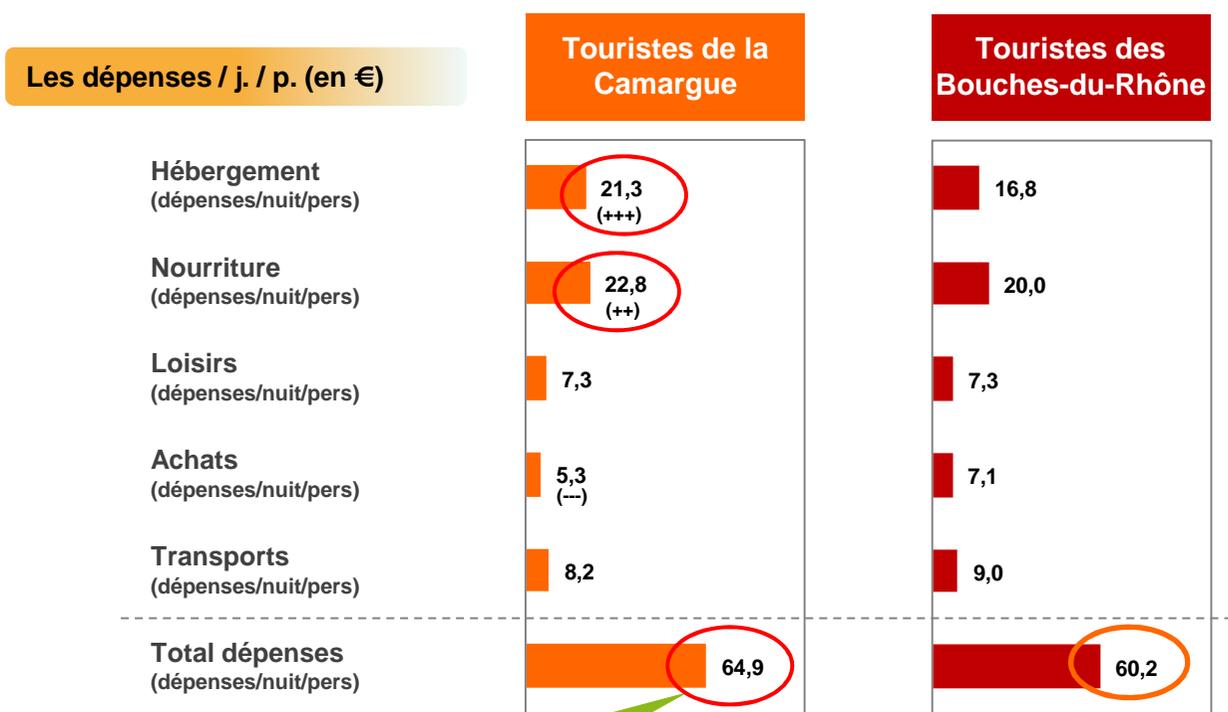
I. Les touristes en Camargue

4. Les dépenses du séjour

- La nourriture et l'hébergement structurent les dépenses des touristes, avec une part plus importante allouée à l'hébergement.
- Une structure de dépenses dans le cadre de ces séjours en Camargue assez proche de l'ensemble des séjours dans les Bouches-du-Rhône



- Une dépense unitaire (par jour et par personne) légèrement plus élevée que celle observée pour les Bouches-du-Rhône
- ... notamment sur les postes d'hébergement et de nourriture. A contrario, les dépenses consacrées au poste Achats sont moins importantes.



210 millions d'euros injectés dans l'économie locale par les touristes au cours d'une année

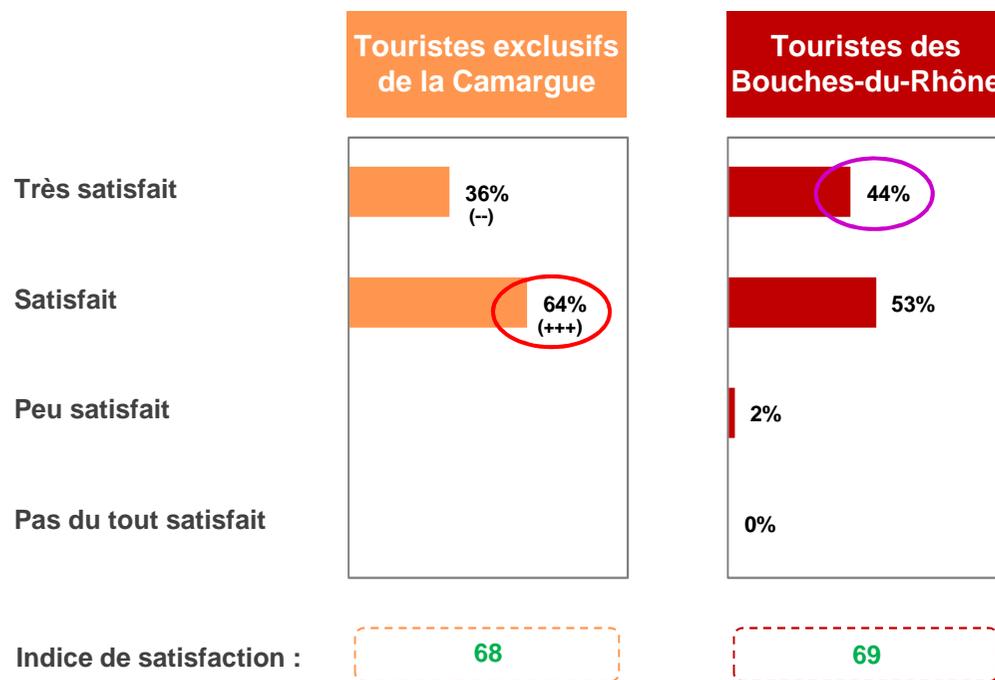
82€ pour les touristes en Heb Marchand (94€ pour ceux des BdR)

I. Les touristes en Camargue

5. Le niveau de satisfaction

- Satisfaction globale
- Satisfaction par thèmes
- Analyse mapping
- Interprétation des résultats

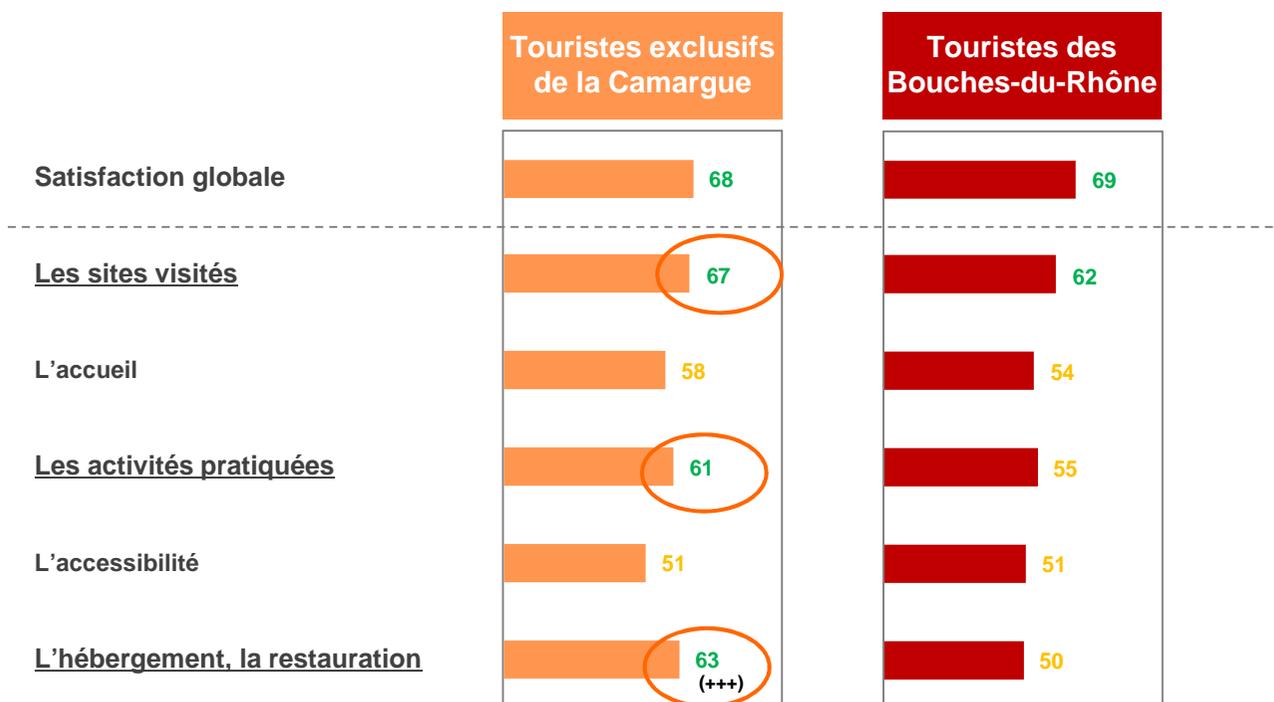
- Des touristes de la Camargue affichant un niveau de satisfaction très élevé par rapport à leur séjour... mais une proportion de "Très satisfait" inférieure à la moyenne départementale.



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

- Une satisfaction qui varie en fonction des thèmes abordés ...



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

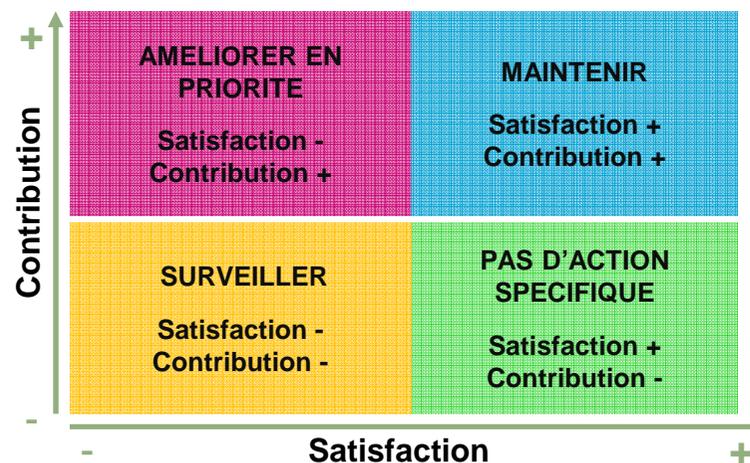
Interprétation de l'indice : Exemple de norme : + de 60 -> Excellent, de 30 à 60 -> Assez bon, - de 30 -> Mauvais

Mapping de satisfaction : les points forts, les points faibles et les attentes prioritaires des visiteurs

Une méthode statistique permet de hiérarchiser l'ensemble des critères de satisfaction, et d'établir les priorités d'investissements pour optimiser la qualité de service proposée : il s'agit de l'analyse de contribution.

L'analyse de la contribution est une technique statistique qui permet de comprendre comment se construit la satisfaction globale du visiteur. Les critères de satisfaction sont hiérarchisés en fonction de l'intensité de la liaison entre la satisfaction globale et l'ensemble des critères jugés. Il en résulte un mapping sur lequel sont placés chacun des items de satisfaction.

La représentation graphique sous forme de mapping permet de positionner les critères en fonction de leur **contribution** et de la **note de satisfaction** qu'ils obtiennent. La note de satisfaction de chaque item est reportée sur l'axe des abscisses tandis que l'indicateur de contribution (ou importance) est reportée sur l'axe des ordonnées ; le croisement des deux axes en leurs moyennes respectives divise le mapping en quatre parties :

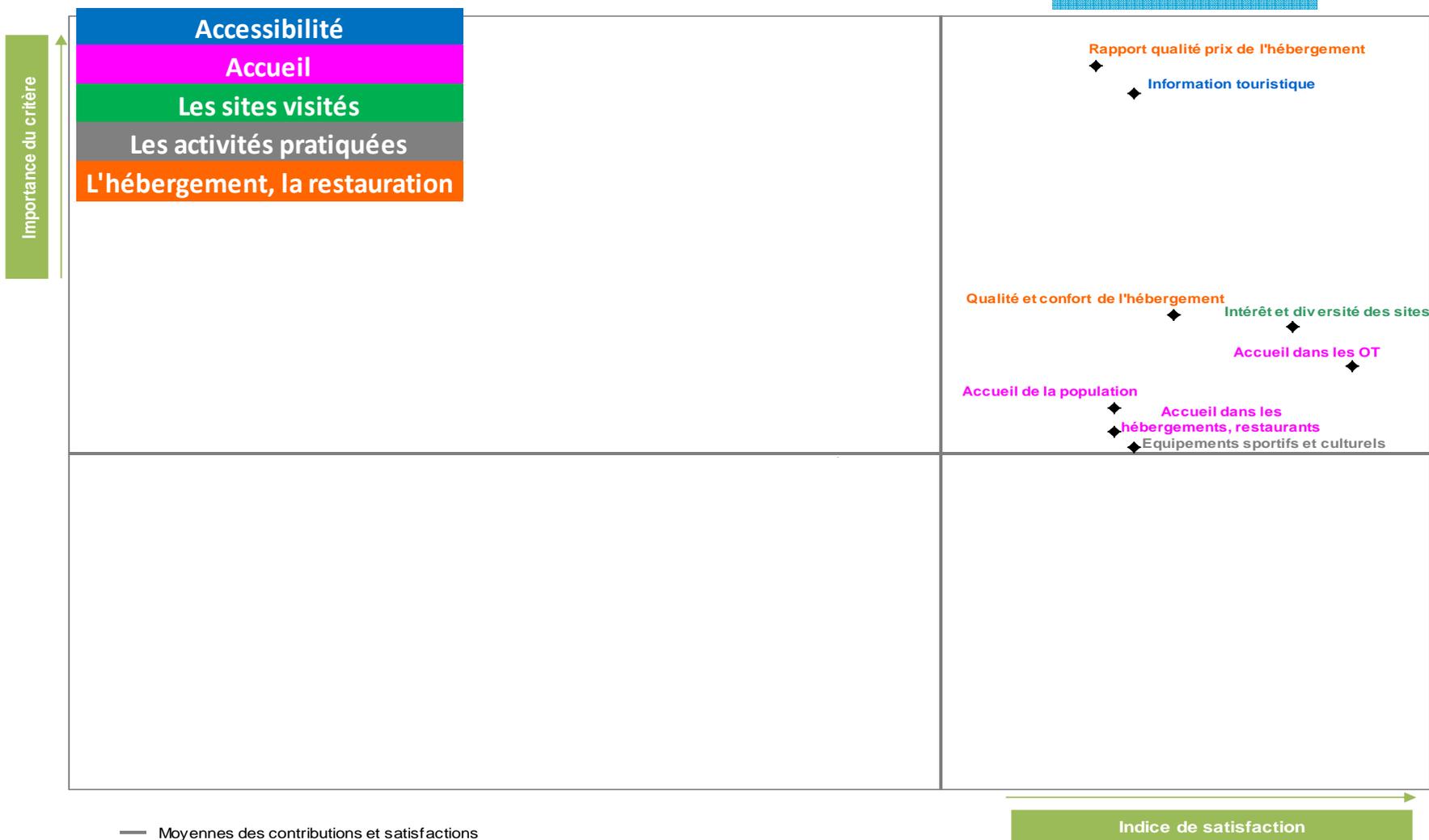


Parc naturel régional

de Camargue

Mapping de satisfaction

MAINTENIR

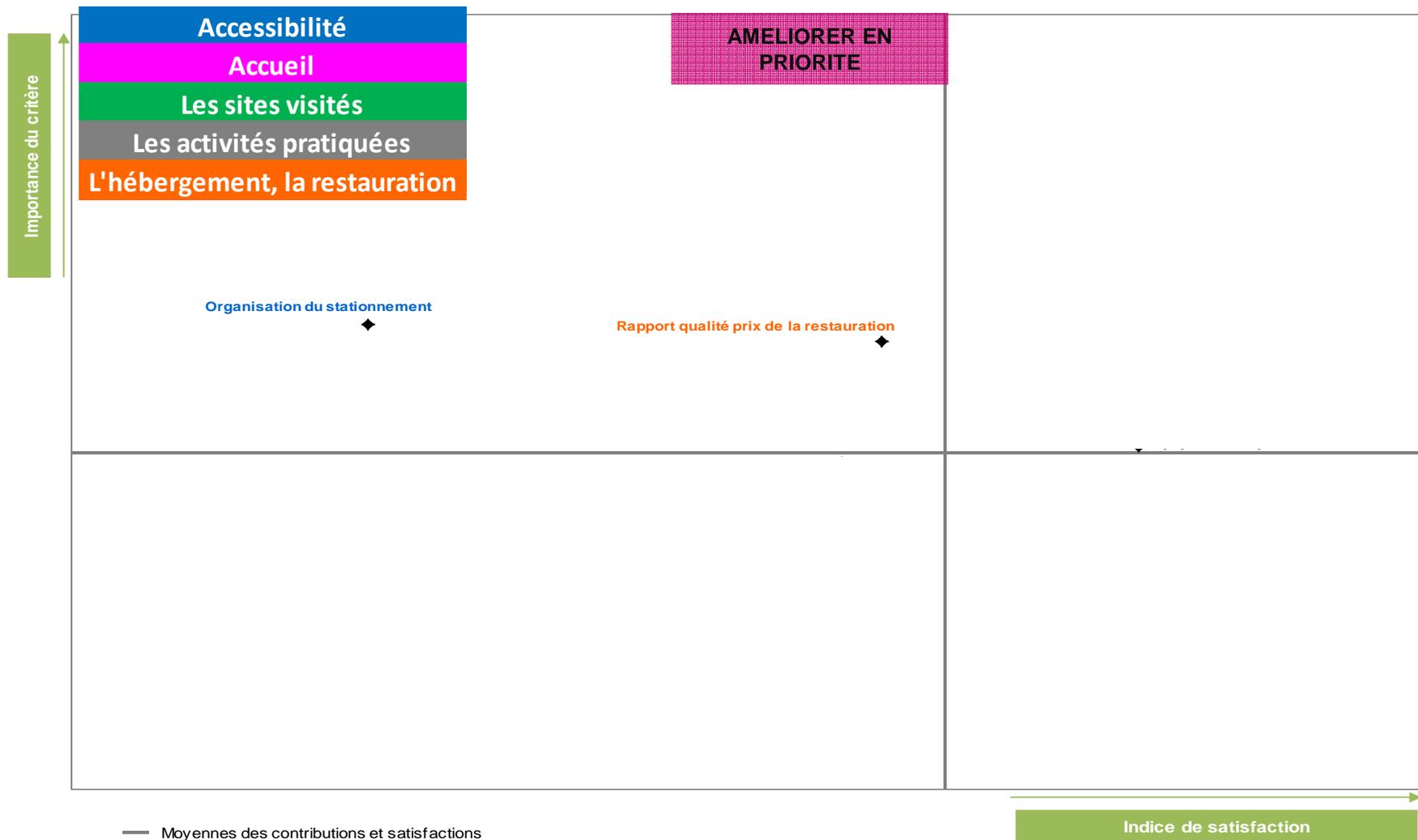


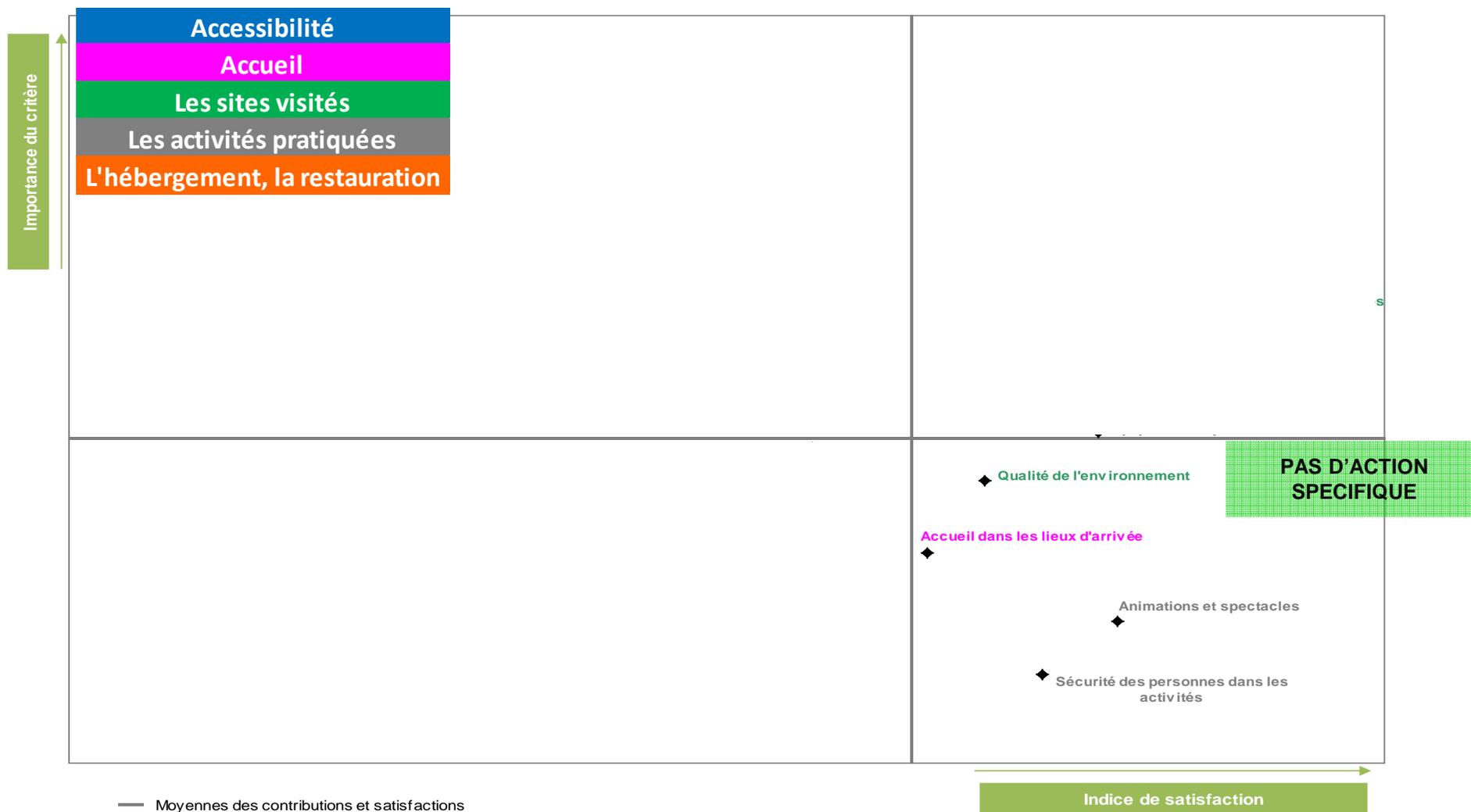
Les clientèles touristiques de la Camargue (Arles, Les Saintes Maries de la Mer, Port Saint Louis du Rhône)



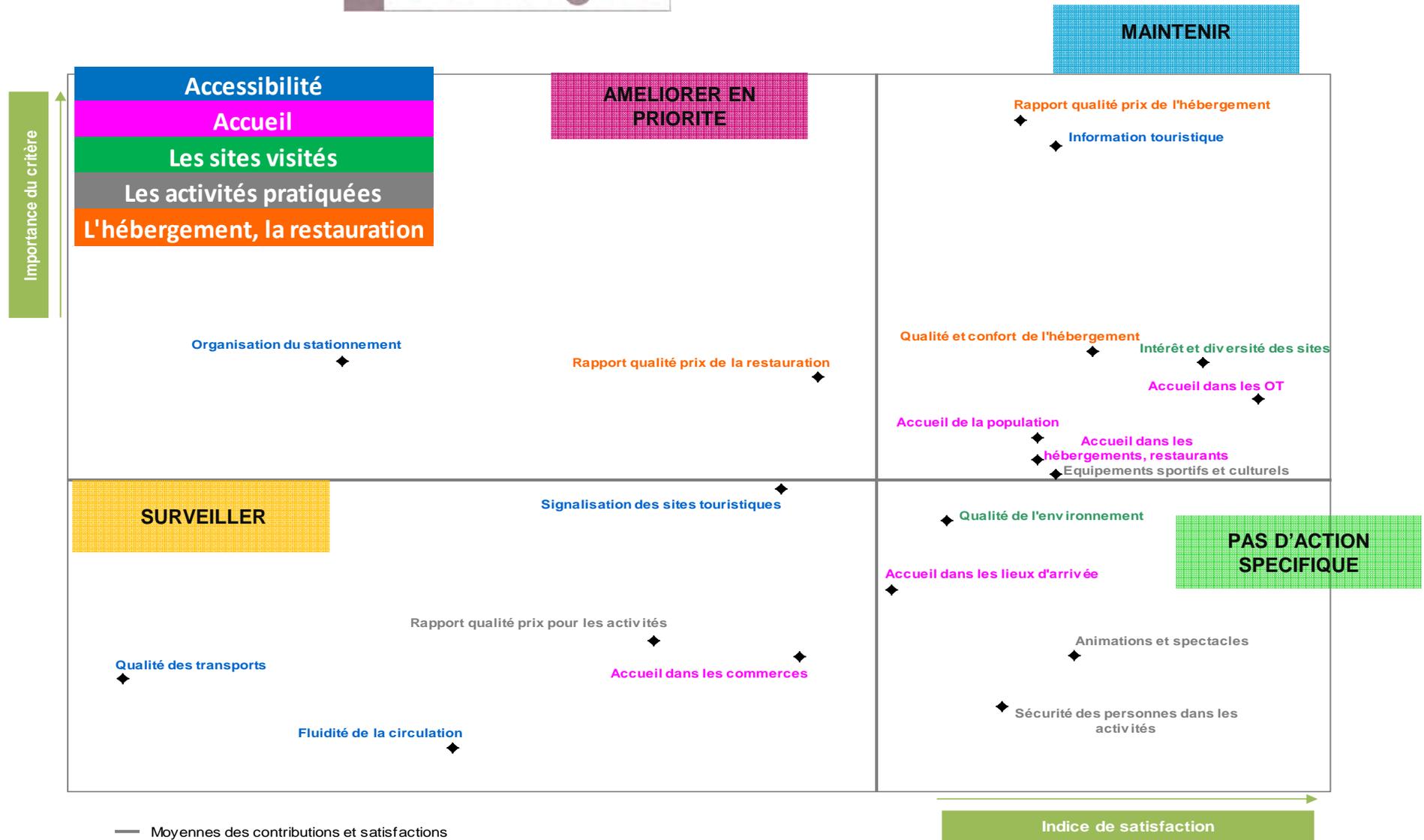
Provence-Alpes-Côte d'Azur
TOURISME











▪ Les touristes de la Camargue

Les séjours en Camargue capitalisent aujourd'hui sur :

- ✓ Son offre naturelle, patrimoniale, culturelle variée
- ✓ Son bon positionnement en matière d'offre d'hébergement (qualité, confort, rapport qualité/prix de l'hébergement)
- ✓ Sa qualité d'accueil par la population, mais aussi dans les hébergements, restaurants et dans les OT
- ✓ La diffusion d'information touristique destinée à faciliter la découverte du territoire
- ✓ Les équipements sportifs et culturels

En priorité, les efforts doivent se concentrer sur l'amélioration :

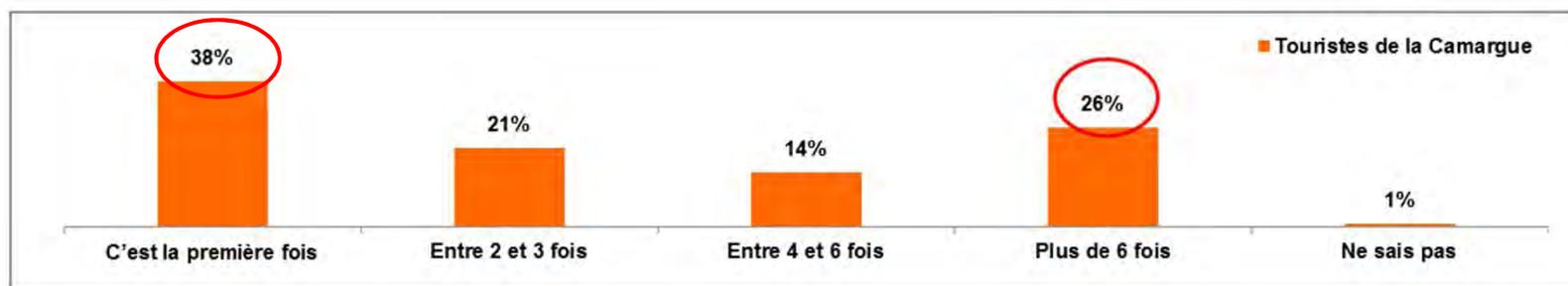
- ✓ De l'organisation du stationnement, signalisation - signalétique
- ✓ De la restauration (amélioration du rapport qualité/prix)

II. Focus sur la visite du PNR

- La fréquence de visite
- La préparation de la visite
- Le motif de fréquentation du PNR

❖ *Fréquence de visite du PNR de Camargue au cours des 5 dernières années*

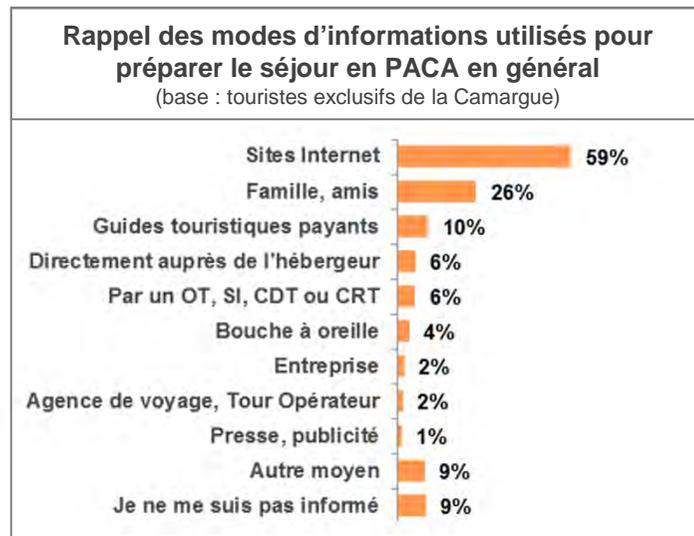
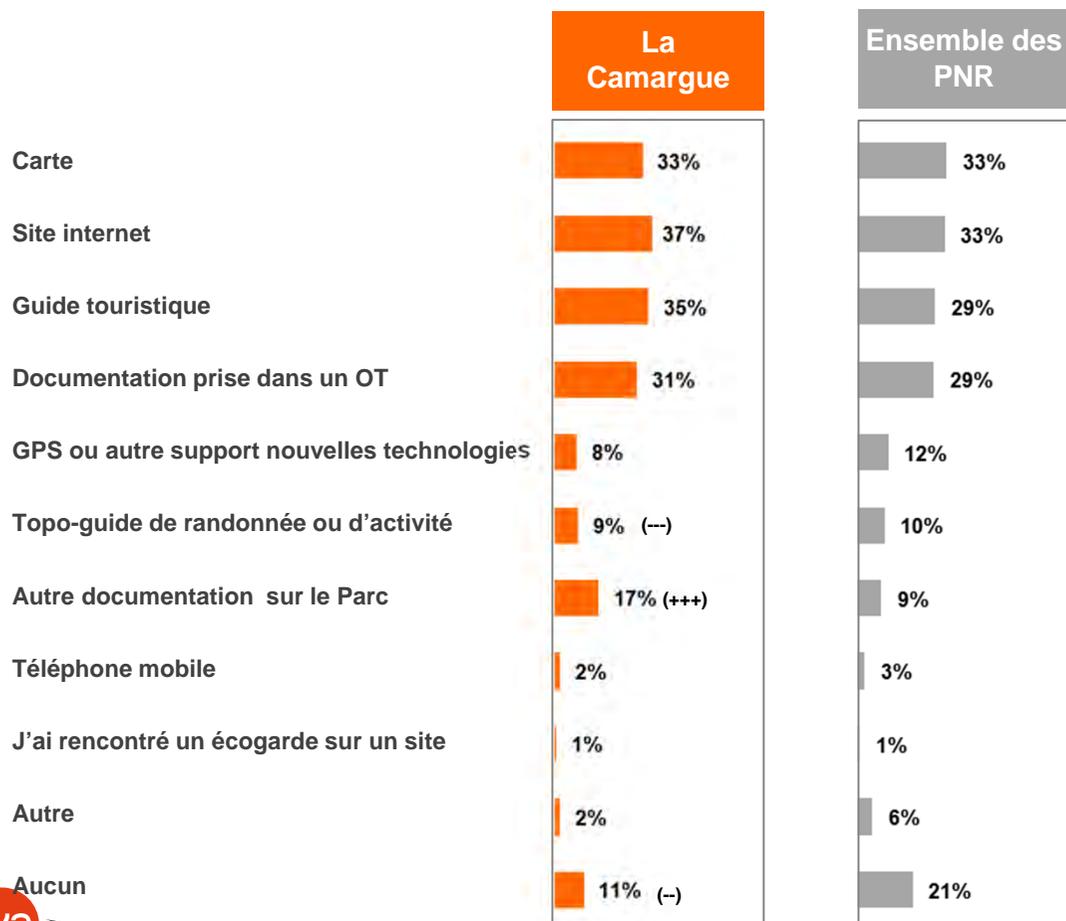
- La Camargue bénéficie d'une part importante de Primo visiteurs
- ... contrebalancés par des clientèles très fidèles.



Aide à la lecture : 38% des touristes ayant séjourné dans une commune de la Camargue viennent dans le PNR de la Camargue pour la première fois..

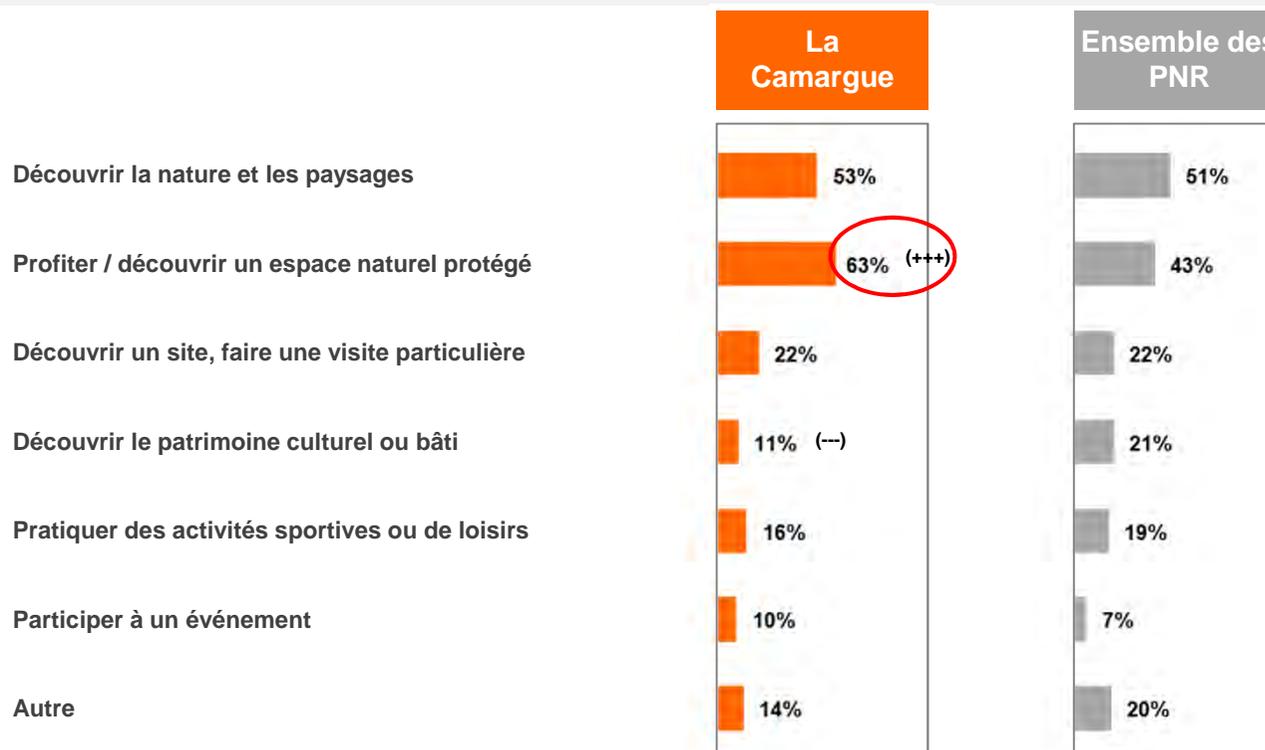
❖ Pour préparer votre séjour et organiser vos déplacements dans le Parc Naturel Régional (PNR), quels supports d'information utilisez-vous ?

- Un recours important aux différents supports d'information : Internet est bien placé mais les supports classiques d'informations sont aussi bien positionnés

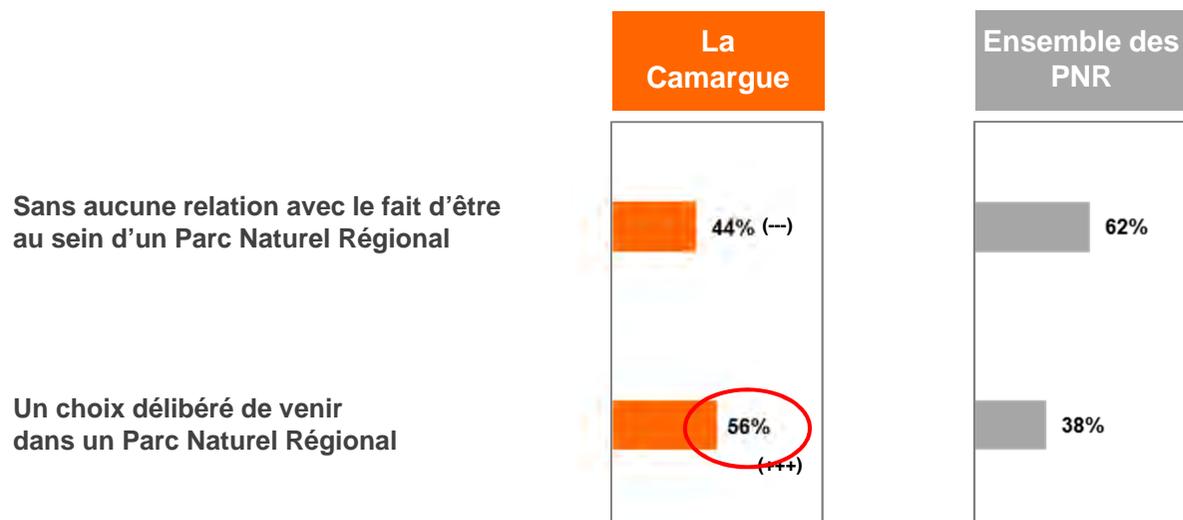


❖ Qu'est ce qui a motivé votre venue dans ce Parc Naturel Régional (PNR) ?

- Le désir de découverte d'espaces naturels protégés, des paysages constitue le principal moteur de venue
- ... exacerbé en Camargue avec le sentiment d'être confronté à un espace naturel protégé, encore plus qu'ailleurs.
- La découverte d'un site, la réalisation d'une visite particulière sont également exprimés par les visiteurs de la Camargue, mais dans une moindre mesure.



- Le classement dans un espace naturel protégé constitue également un moteur de venue dans le parc pour les touristes
- Le sentiment d'être présent au sein d'un territoire protégé semble constituer un facteur principal d'attraction pour les touristes de la Camargue qui indiquent majoritairement que leur présence ici reflète un choix délibéré de venir dans un Parc Naturel Régional et ce, beaucoup plus que dans les autres parcs (38% des répondants).

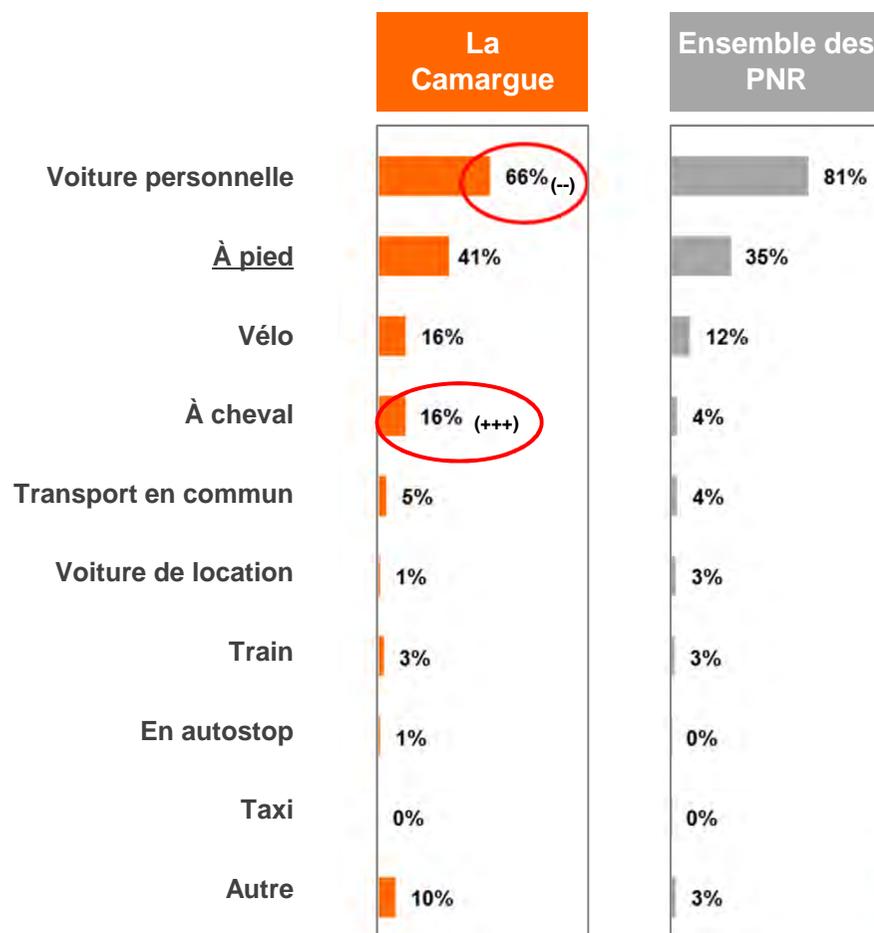


II. Focus sur la visite du PNR

- Les modes de transport utilisés dans le PNR
- Les activités pratiquées

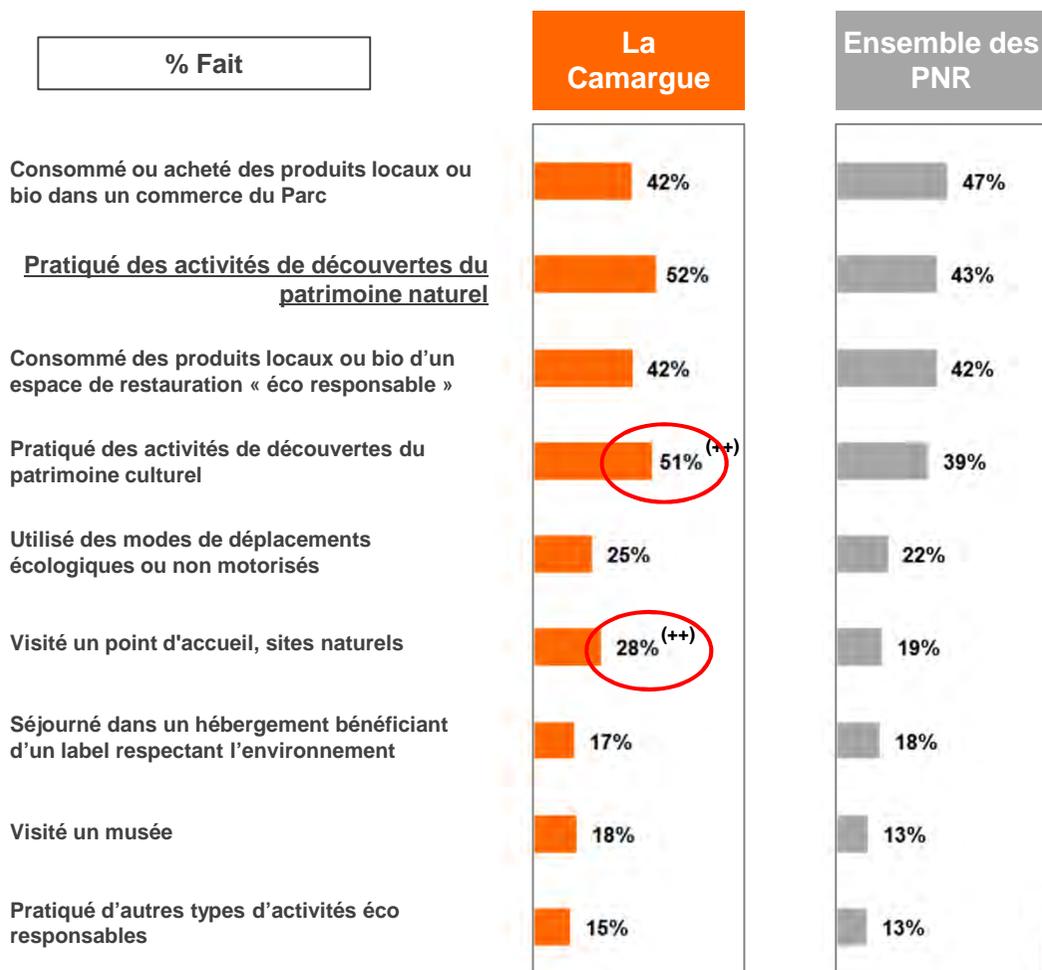
❖ Quels modes de transport avez-vous utilisés ou utiliserez-vous pour vous déplacer dans le parc ?

- À l'instar du mode d'accès aux communes de la Camargue, la voiture demeure le mode privilégié pour les déplacements dans le parc...
- ... mais moins que dans les autres PNR. Signalons la contribution importante de la marche pour déambuler en Camargue - spécificités du parc : le vélo et le cheval sont également utilisés plus qu'ailleurs.



❖ *Durant votre séjour ou visite au sein de ce Parc Naturel Régional (PNR), qu'avez-vous fait ou prévu de faire ?*

- Des visiteurs de la Camargue qui profitent de leur séjour à travers la réalisation d'activités de découvertes et des actes d'achats sur place

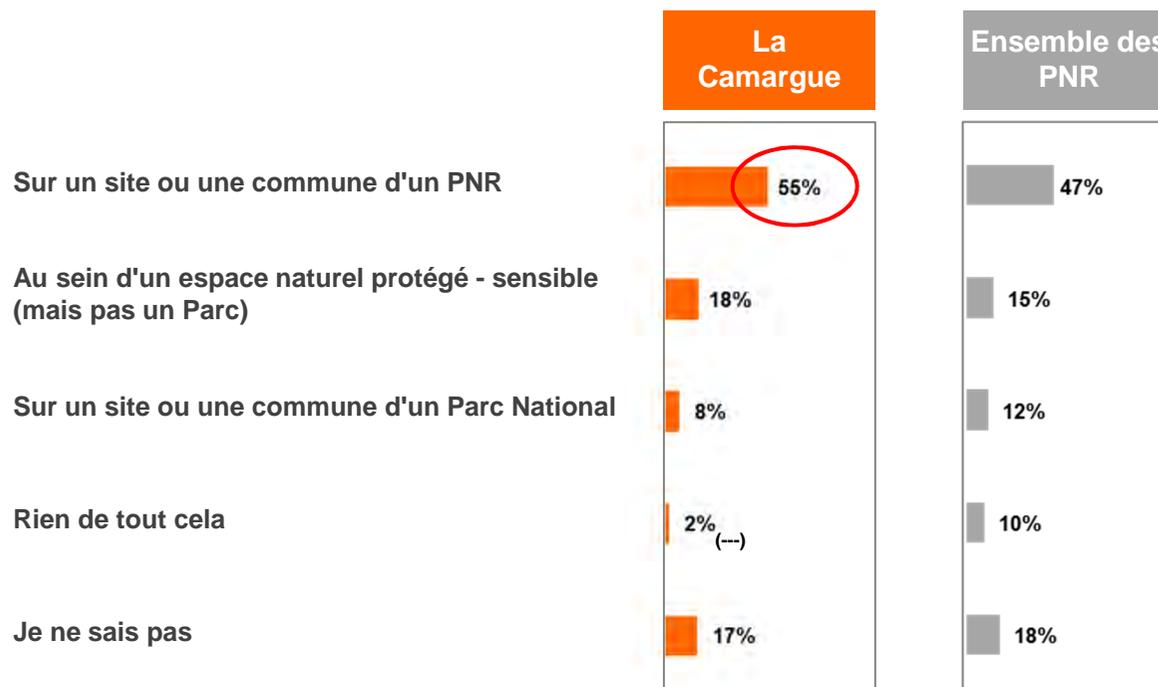


II. Focus sur la visite du PNR

- La marque Parc Naturel Régional
- L'image du Parc Naturel Régional

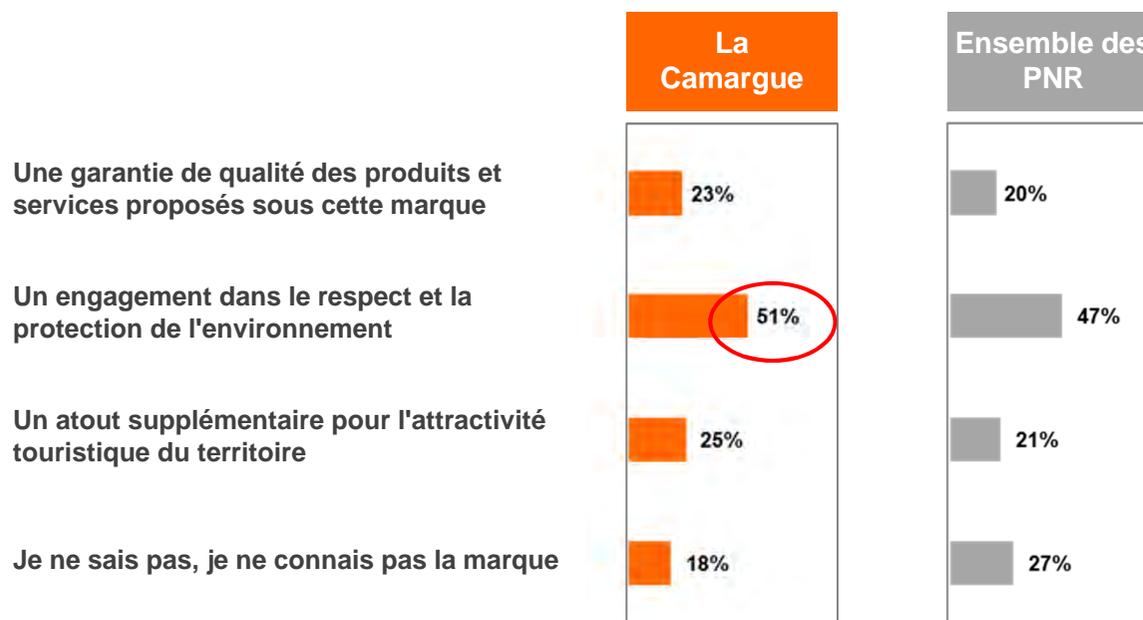
❖ Avant votre arrivée sur ce site ou de répondre à cette enquête, pensiez-vous être ici ... ?

■ Des touristes conscients d'être présents dans un Parc Naturel Régional



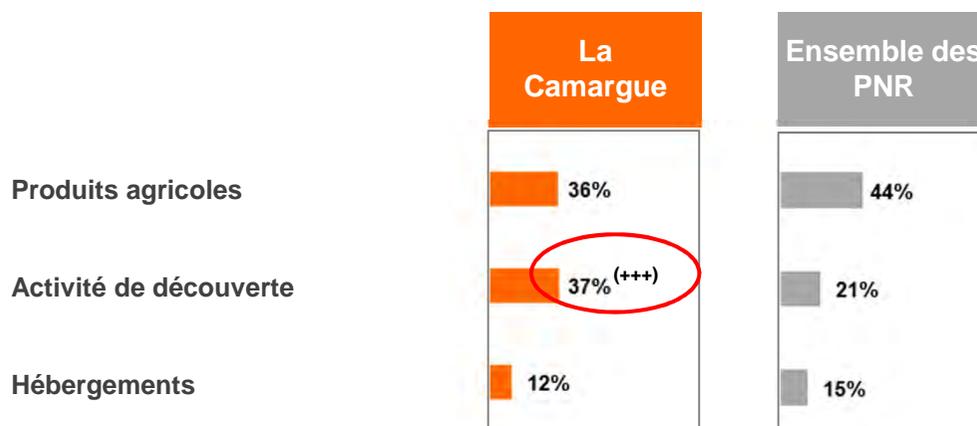
❖ Certains produits, services ou prestations bénéficient de la marque Parc Naturel Régional. Selon vous, cette marque est ...

- La marque Parc Naturel Régional bénéficie d'une notoriété importante... (seulement 1 pers sur 5 ne la connaissant pas)



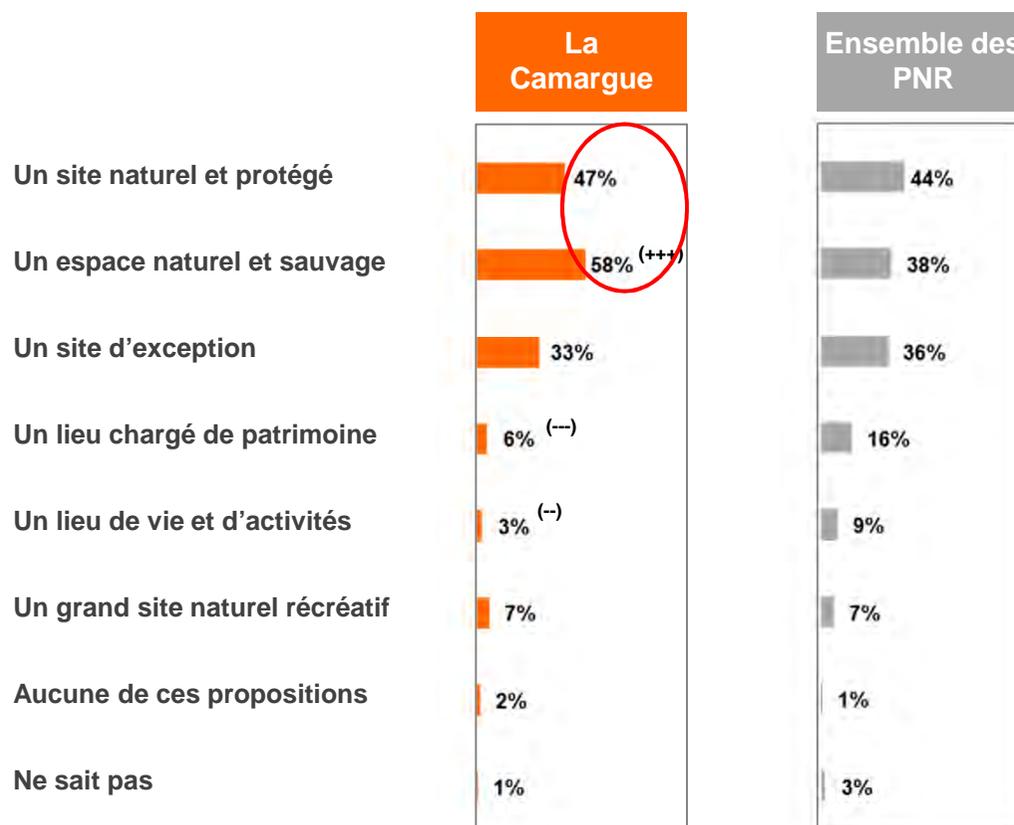
❖ *Avez-vous acheté/consommé parmi la liste suivante, des produits, services ou prestations bénéficiant de la marque Parc Naturel Régional ?*

- Une consommation de produits estampillés PNR qui s'exerce avant tout à l'encontre des produits agricoles mais aussi des activités de découvertes



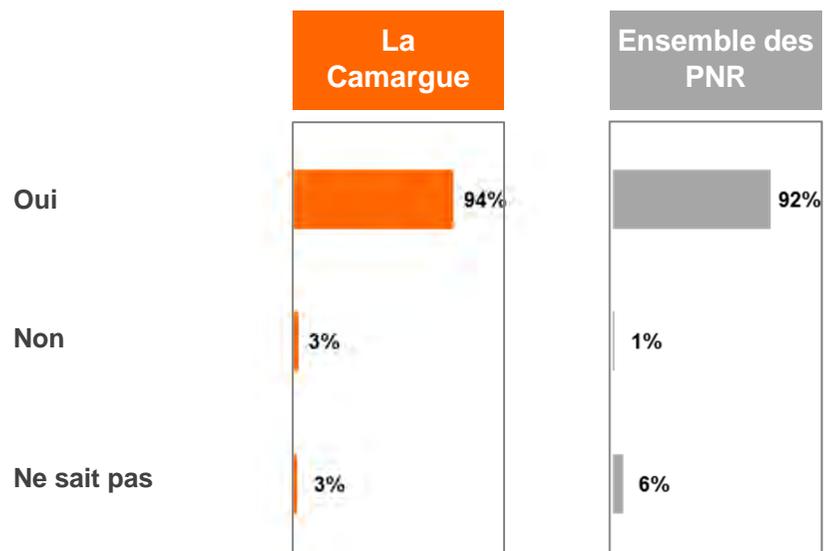
❖ Selon vous, quelles expressions s'appliquent le mieux au territoire de Parc Naturel Régional (PNR) sur lequel vous vous trouvez aujourd'hui ?

■ La Camargue évoque majoritairement un espace naturel et sauvage



❖ *Comptez-vous revenir dans ce Parc Naturel Régional (PNR) ?*

■ Des intentions de retour franchement élevées



Parc naturel régional

de Camargue



Merci de votre attention



Région
Provence
Alpes
Côte d'Azur



Provence-Alpes-Côte d'Azur
TOURISME

