

Enquête tourisme

Premiers résultats

Près de deux ans après son démarrage, et plus de 4 500 questionnaires reçus, l'enquête "Intention de séjour à Marseille", réalisée par l'agence d'urbanisme de l'agglomération marseillaise et l'office du Tourisme et des Congrès de Marseille livre ses premiers résultats. Une manne d'informations, qui, en première analyse, tend à conforter ou à préciser la connaissance du tourisme phocéén. Hébergement, motivations, dépenses touristiques, image et notoriété de la ville ... décryptage des envies d'une clientèle qui a choisi de découvrir Marseille en court séjour.

L'ENQUÊTE EN BREF...

Objectifs :

- conforter et préciser la connaissance du tourisme à Marseille ;
- suivre la notoriété de l'évènement MP 2013.

L'enquête :

- enquête permanente débutée en janvier 2009 et mise en ligne sur le site de l'office du Tourisme et des Congrès de Marseille : www.marseille-tourisme.com ;
- questionnaire électronique de 30 questions

abordant les sujets-clés du tourisme : profil, motivations, caractéristiques du séjour, image et représentation du territoire ... ;

- traduction en cinq langues : français, anglais, espagnol, italien, allemand.

Retours :

- 4 530 questionnaires reçus à la fin du mois d'octobre 2010 ;
- les personnes répondants à l'enquête plébiscitent l'hébergement marchand et courts séjours : "city breakers" ;
- 40% des répondants sont des étrangers.

■ Pour en savoir plus...

Pour obtenir une information plus complète sur l'enquête « Intention de séjour à Marseille » (le dispositif, les sujets abordés, les enjeux ...) veuillez consulter le document de présentation de l'enquête mis en ligne sur le site de l'agence d'urbanisme de l'agglomération marseillaise et l'office du Tourisme : [/www.agam.org/](http://www.agam.org/)

PROFIL D'UNE CLIENTÈLE POTENTIELLE DE "CITY-BREACK"

Actifs profitant d'un court séjour pour visiter Marseille, en couple... les intentions de séjour reflètent en tous points les traits caractéristiques de "city breakers".

Repères...

Les séjours n'excèdent pas 4 jours en moyenne

Avec une durée moyenne de 4 jours (3 nuitées), les touristes qui ont répondu à notre enquête ont plutôt le profil de "city breakers". On désigne par city-break, des "escapades" réalisées en milieu urbain (souvent par d'autres urbains), c'est à dire un tourisme d'évasion du quotidien effectué dans un temps bref (moins de 4 nuits passées hors du domicile pour la définition statistique internationale du "court séjour") et le plus souvent adossé à un week-end. En l'occurrence, les deux tiers des touristes ayant répondu à l'enquête répondent à cette définition. A noter que seulement 10% des enquêtés envisagent de séjourner à Marseille au moins une semaine.

Combien de jours envisagez-vous de passer à Marseille ?



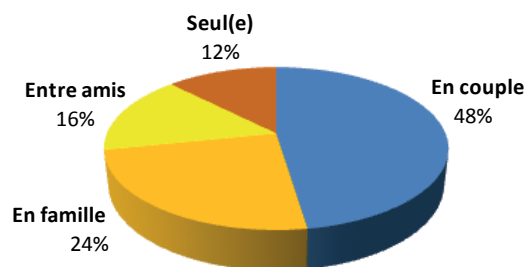
Destination Marseille : un choix délibéré et nouveau pour la plupart des touristes

Globalement, 70% des touristes susceptibles de venir à Marseille y séjourneront pour la première fois. La part des "primo-touristes" atteint 80% pour la clientèle étrangère contre 60% pour les nationaux. Marseille est envisagée comme destination principale par 70% des enquêtés. Cela confirme le profil de "city breakers", notamment pour les touristes français (80%).

Une ville prisées des jeunes couples

Marseille est une ville qui plaît aux jeunes couples. Près d'un touriste sur deux souhaite venir en couple. Et parmi ces couples, près de la moitié a moins de 40 ans. Seulement 15% des couples sont âgés de plus de 60 ans. Qu'ils viennent en famille ou entre amis, il s'agit d'abord d'actifs et le nombre de personnes excède rarement 4 personnes.

Dans quelle condition comptez-vous venir ?



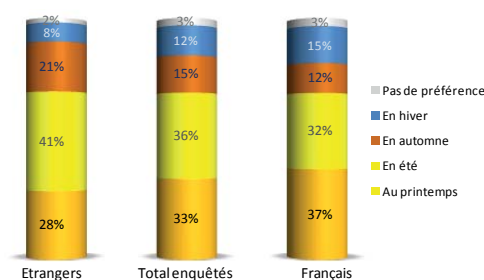
Une clientèle surtout composée d'actifs

Au regard des particularités déjà évoquées (profil de city breakers, jeunes couples), il apparaît logique que les actifs composent l'essentiel de la clientèle de notre échantillon. Ainsi, trois touristes "potentiels" sur quatre sont actifs. On notera que les retraités sont relativement peu représentés (14%).

Le printemps : une période qui s'affirme pour découvrir Marseille

Si l'été reste la saison préférée pour visiter Marseille, l'enquête confirme un allongement de la saison touristique avec un intérêt fort pour le développement d'un tourisme hors saison. Près de 65% de la clientèle nationale opte pour un tourisme hors saison, avec une préférence pour l'avant-saison. En effet, parmi les touristes français, le printemps (37%) devance l'été (32%) dans les intentions de séjour. Quant aux touristes étrangers, l'été garde la faveur (42%) dans les intentions de séjour.

Durant quelle saison comptez-vous venir à Marseille ?

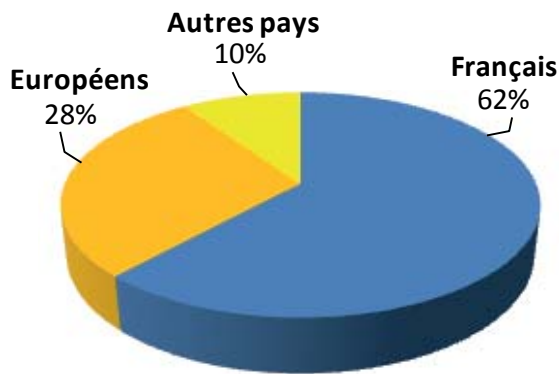


La cité phocéenne séduit franciliens et francophones

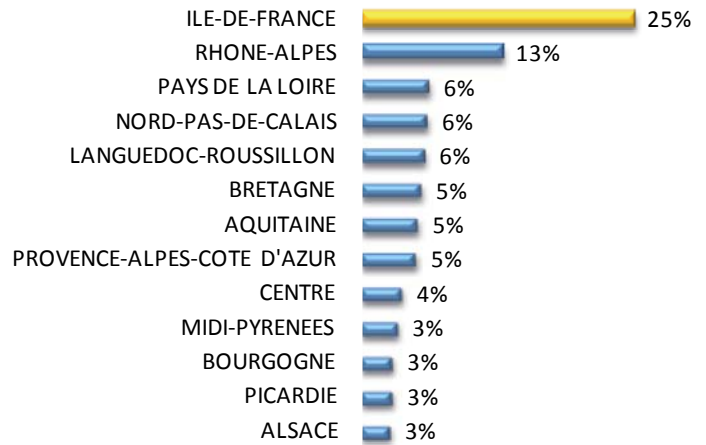
Près de 40% des intentions de séjour concernent des étrangers en majorité des européens. La part des étrangers est sur-représentée dans notre échantillon puisque l'enquête auprès de la clientèle touristique de 2005 mentionne que la part des touristes étrangers est de 20%. La clientèle belge, italienne et la Grande Bretagne sont les mieux représentées, devant les allemands et les espagnols. Et, d'une façon générale, les étrangers qui souhaitent entreprendre un séjour touristique dans la cité phocéenne viennent de pays francophones (30% des étrangers).

La clientèle nationale est, pour sa part, dominée par des Franciliens (1 français sur 4), qui semblent profiter de "l'effet TGV". Les habitants de la région Rhône-Alpes pointent en seconde position avec près de 13% des intentions. Alors que la clientèle régionale ne représente que 5% des intentions de séjour.

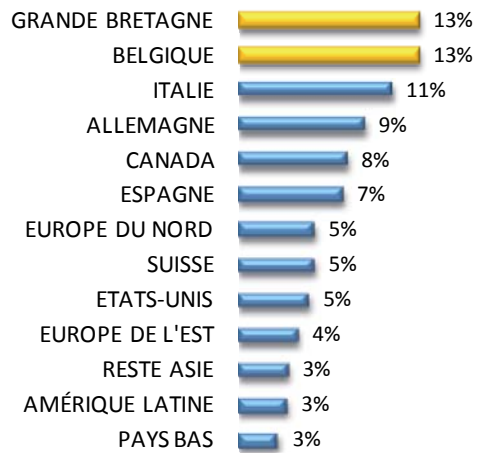
Origine géographique des enquêtés



Origine géographique de la clientèle nationale



Origine géographique de la clientèle étrangère



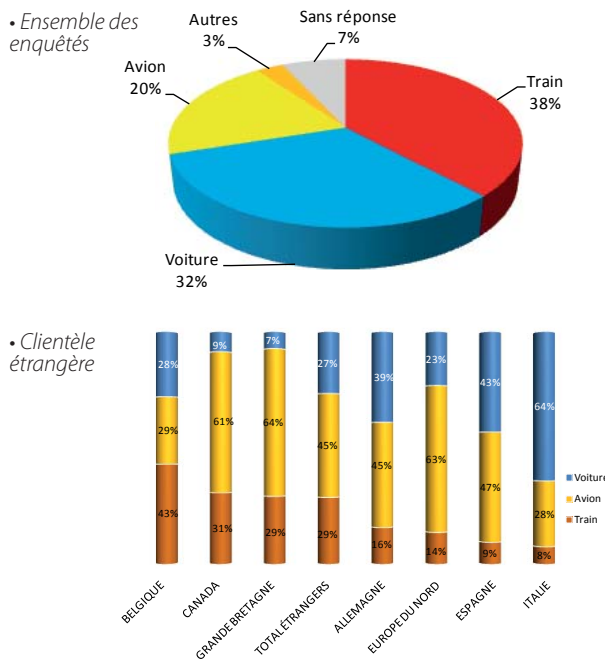
LE TOURISME AFFINITAIRE TRÈS FORTEMENT SOUS-REPRÉSENTÉ EN RAISON DU MODE OPÉRATOIRE DE L'ENQUÊTE.

A peine 10% de la clientèle peut être assimilée au tourisme affinitaire dans notre enquête ("visite de la famille ou d'amis"). C'est une proportion très faible en comparaison des chiffres communément affichés pour Marseille où le tourisme affinitaire représente près de deux tiers des touristes. C'est le principal biais de cette enquête réalisée via internet qui logiquement concerne surtout les personnes qui se renseignent sur Marseille.

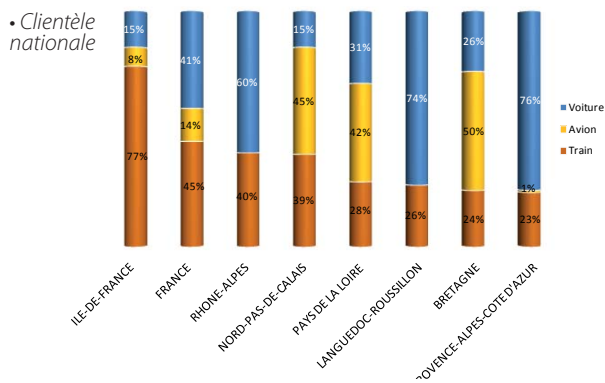
TGV et low-cost boostent les courts séjours...

Comment viennent les touristes ? Plutôt en train si l'on croit les intentions de séjour. Avec une sensibilité plus forte de la clientèle nationale et les franciliens qui concourent massivement à "l'effet TGV". Au plan national, seule la voiture représente une concurrence sérieuse à l'usage du train pour les régions les plus proches (Languedoc-Roussillon, Midi-Pyrénées, Rhône-Alpes...). Alors que la clientèle "avion", très liée au développement de la plateforme low-cost mp² connaît un avenir plus incertain avec le départ annoncé de Ryanair et plusieurs fermetures de lignes (Marseille-Brest, Marseille-Tours) en janvier 2011.

Par quel mode de transport comptez-vous venir à Marseille ?



La clientèle étrangère préfère l'avion pour venir à Marseille. Les ressortissants européens, qui représentent l'essentiel du contingent des étrangers semblent profiter assez largement de l'offre low-cost qui permet la desserte d'une trentaine de villes en Europe.



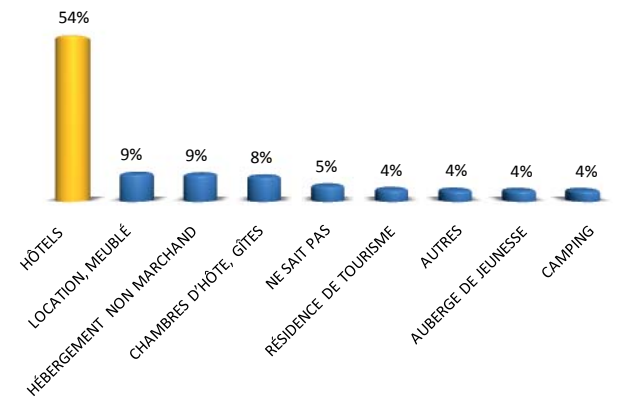
SÉJOURS, MOTIVATIONS, DÉPENSES TOURISTIQUES... RETOUR SUR LES COMPORTEMENTS DES TOURISTES

L'analyse des intentions de séjour dégage quelques tendances fortes sur les caractéristiques du séjour, les motifs et les dépenses... Zoom sur une clientèle qui donne préférence à l'hôtel.

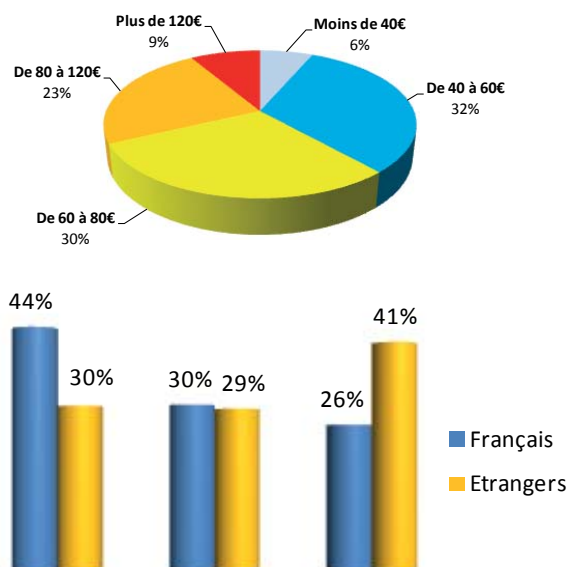
L'hôtel, mode d'hébergement principal

Près de la moitié des touristes choisissent d'être hébergés à l'hôtel, préférentiellement dans un établissement 1* ou 2* (60%). La clientèle des hôtels 4*, concerne près de 10% des intentions de séjour. Et d'une façon générale, ce sont les étrangers qui consacrent le plus de dépenses à leur hébergement. A noter, la percée des chambres d'hôtes qui intéressent près de 10% des internautes ayant répondu à notre enquête.

Quel mode d'hébergement prévoyez-vous ?



Quelle dépense prévoyez-vous par chambre et par jour ?



Budgets prévisionnels : les étrangers moins dépensiers que les français ?

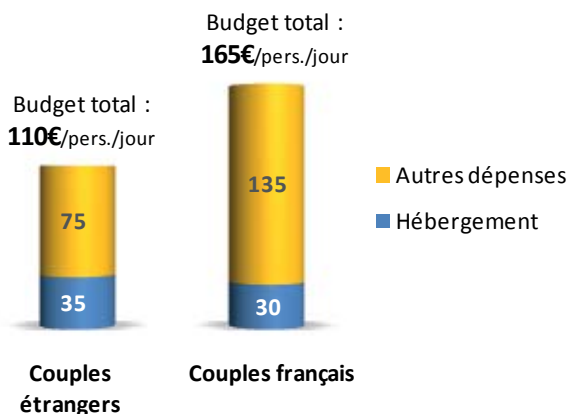
Quelles dépenses prévoyez-vous d'effectuer sur place, en moyenne, par jour et par personne, en euros, durant votre séjour (hors hébergement) ? C'est à partir de cette question et celle posée sur le type d'hébergement qu'il a été possible d'estimer les dépenses prévisionnelles des touristes ayant l'intention de séjourner à Marseille. Il convient de souligner qu'il s'agit de dépenses prévisionnelles et non effectives. C'est pourquoi, les chiffres mentionnés ci-après sont à considérer avec prudence. En raison des incertitudes liées au nombre de personnes par groupe, les dépenses prévisionnelles n'ont pu être estimées que pour les couples et pour les personnes séjournant seules à Marseille.

• Dépenses des couples avec hébergement marchand

En moyenne, un couple qui a l'intention de séjourner à Marseille et qui envisage un hébergement payant, prévoit un budget moyen par personne compris entre 110€ (étrangers) et 165€ (nationaux). Les couples étrangers consacrent plus de dépenses à l'hébergement (35€/personne/jour) que les français (30€) notamment parce qu'ils sont plus nombreux à choisir des hôtels 3* et plus que les nationaux : 33% contre 17%

En revanche, et c'est une donnée très surprenante à prendre avec réserve, les étrangers envisagent des dépenses hors hébergement presque de moitié inférieure à celle des français : 75€/personne/jour contre 135€/personne/jour.

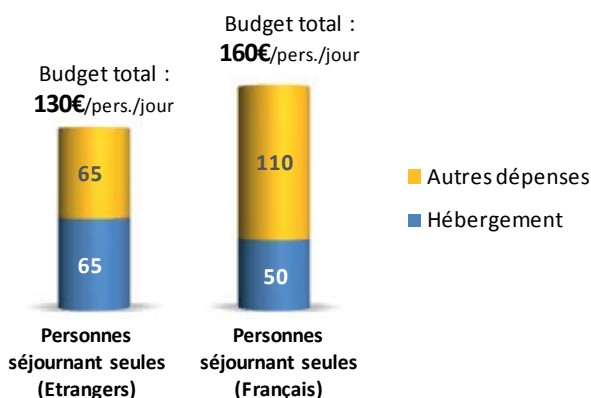
Touristes avec hébergement marchand ■ Dépenses prévisionnelles pour les couples en euros par jour et par personne



• Dépenses des personnes seules avec hébergement marchand

Comme pour les couples, on retrouve un différentiel entre les budgets prévisionnels des touristes français (160€/personne/jour) et celui des étrangers (130€/personne/jour) mais ici la différence est moindre (30€ contre 55€ pour les couples). Autre point commun avec les couples, les touristes étrangers prévoient un budget "hébergement" supérieur à celui des français (65€ contre 50€ en moyenne).

Touristes avec hébergement marchand ■ Dépenses prévisionnelles pour les personnes seules

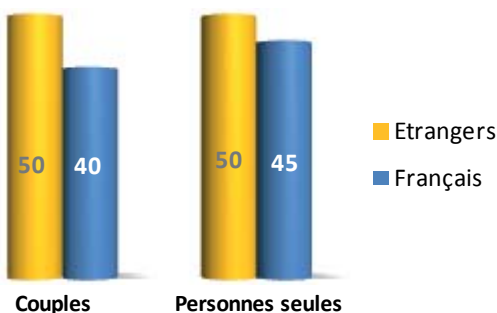


Enfin, il est intéressant de noter que la part du budget prévisionnel des personnes seules consacré à l'hébergement, est plus importante. De fait, ils dépensent moins que les couples pour les autres dépenses (voir diagrammes ci-contre).

• Dépenses des couples et personnes seules sans hébergement marchand

En comparaison des couples, le budget prévisionnel des étrangers et des français est assez proche mais en l'occurrence, il est légèrement supérieur :

Touristes avec hébergement non marchand ■ Budget prévisionnel des couples et personnes seules



- pour les couples, le différentiel est de 10€ par personne et par jour : 50€ contre 40€ ;
- pour les personnes seules, il est à peine de 5€ : 50€ contre 45€.

Dans tous les cas de figure, cette catégorie de touristes dépense moins que celle qui séjourne dans les hôtels ou autres hébergements payants.

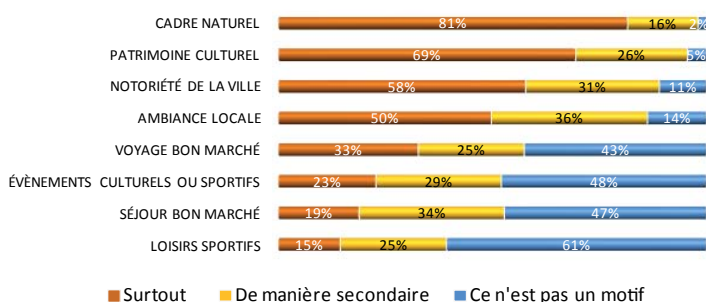
Cadre naturel et patrimoine culturel, deux atouts du tourisme à Marseille

Calanques, les îles, le Château d'If, Notre Dame de la Garde, la bouillabaisse... la carte postale fait toujours rêver et attirer. Cadre naturel et patrimoine culturel sont les deux premières raisons invoquées par les touristes dans leur choix de venir à Marseille, devant la notoriété de la ville et l'ambiance locale. Mais la cité phocéenne tarde à s'affirmer pour la tenue d'événements culturels ou sportifs (23% en moyenne). Le tourisme d'évènement devrait nettement progresser, à l'approche de l'échéance Marseille Provence 2013 capitale européenne de la culture, et l'organisation du championnat d'Europe de football en 2016.

On notera que ce sont les touristes français qui accordent au cadre naturel le plus d'importance (86%) assez nettement devant le patrimoine culturel de la ville (69%). Il apparaît logique qu'ils soient plus nombreux à considérer comme un attrait touristique majeur, la création d'un parc national dans les calanques : 58% contre 44% pour les étrangers.

La hiérarchie des choix chez les touristes étrangers est proche de celles des français. Aucun élément notable ne se dégage.

Quels sont les critères qui ont guidé le choix de votre destination ?



MARSEILLE VU PAR LES TOURISTES

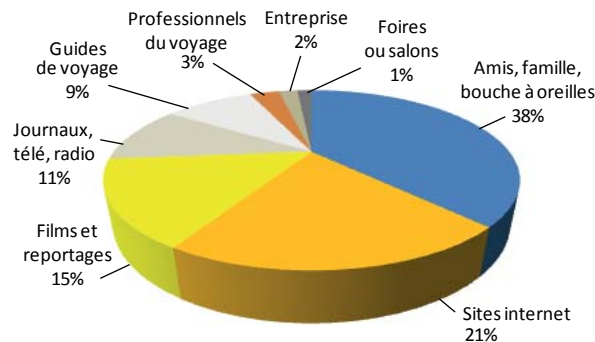
Que représente Marseille aux yeux des touristes, comment en ont-ils entendu parler... retours sur les images et représentations de la cité phocéenne à deux ans de Marseille Provence 2013...

Le "bouche à oreilles", premier vecteur de notoriété de la ville

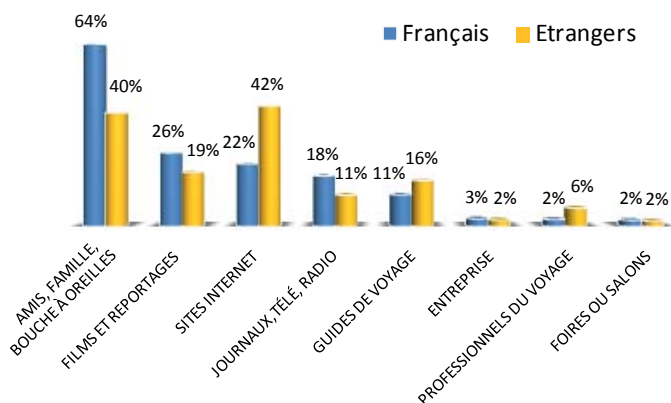
Près de la moitié des touristes a pris connaissance de l'intérêt touristique de la cité phocéenne au travers du "bouche à oreilles". Si la discussion entre amis consacre la meilleure promotion à la ville, les images diffusées par les films et reportages semblent avoir une très bonne influence auprès de la clientèle nationale (30%). Alors que la clientèle étrangère est plus sensible aux informations transmises par les sites internet.

Comment avez-vous entendu parler de la ville de Marseille pour choisir votre séjour ?

• Ensemble des enquêtés



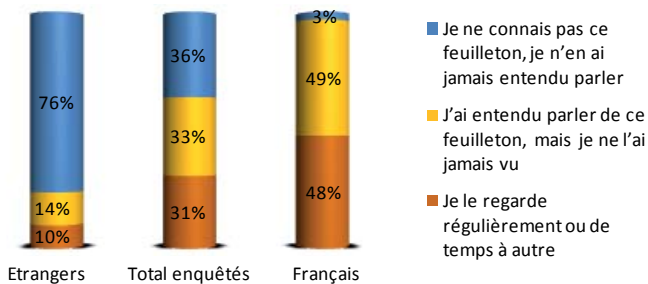
• Comparaison Français et étrangers



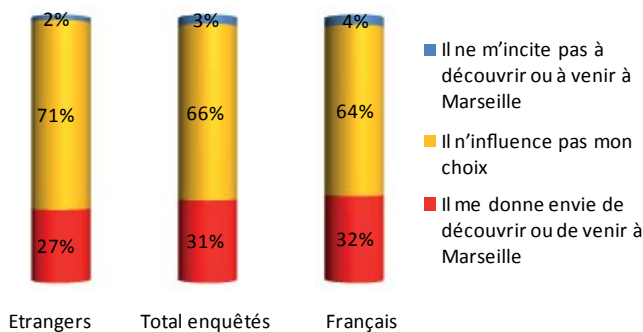
Retour d'images à travers la série télévisée "Plus belle la vie"

"Plus belle la vie" met en scène, jour après jour, le quotidien des habitants d'un quartier imaginaire de Marseille appelé "le Mistral" et rappelant le quartier du Panier. Lancé en août 2004, ce feuilleton a connu un succès croissant et a dépassé les 1 600 épisodes en octobre 2010. Son audience en France est de l'ordre de 5 millions de téléspectateurs. La série est également diffusée par une dizaine de chaînes de télévisions étrangères notamment dans les pays francophones (Suisse, Belgique, Canada, pays du Maghreb). Elle est aussi ouverte au reste du monde via la chaîne satellite française "TV5 monde". Cette série référencée "made in Marseilles" et "life in Marseilles" a une résonance évidente auprès du public et des touristes potentiels qu'il représente. Nombre d'images et de clichés, plus ou moins justes, sont véhiculés sur la cité phocéenne. Il nous a paru important de voir quelles étaient ses conséquences en terme d'image et de retombées touristiques.

Depuis quelques années, une chaîne de télévision française diffuse un feuilleton intitulé « Plus belle la vie » qui a pour cadre Marseille ...



Que suscite chez vous ce feuilleton ?



Une écrasante majorité des internautes français a au moins entendu parler de la série (97%). Ils sont même la moitié à la regarder régulièrement. Parmi les étrangers, la série est loin d'être une inconnue car un quart la connaît ou en a entendu parler.

Pour l'essentiel, la série n'influence pas fondamentalement l'idée que se faisaient de Marseille les personnes enquêtées. Et les deux tiers déclarent que la série n'a pas d'influence sur le choix de venir à Marseille.

Quant à l'interrogation de savoir si la série véhicule une bonne ou une mauvaise image de la ville, la réponse est sans appel : elle donne envie de venir à Marseille à 32% des enquêtés, et à plus de la moitié (55%) des téléspectateurs occasionnels ou réguliers de la série. Seul 3% des enquêtés pensent que le feuilleton ne donne pas envie de venir à Marseille.

Image suscitée par le feuilleton « Plus belle la vie » auprès des téléspectateurs occasionnels ou réguliers de la série



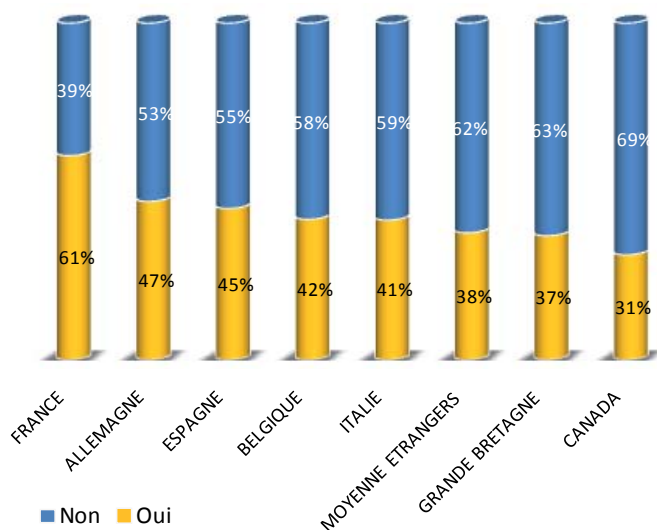
Un indicateur de la montée en puissance du tourisme culturel d'ici à 2013

Le 16 septembre 2008, Marseille-Provence obtenait le label "Capitale européenne de la culture" pour 2013. Selon les promoteurs de l'événement, celui-ci sera "un formidable challenge qui permettra au territoire de Marseille-Provence de rayonner au niveau international". Un des vecteurs du rayonnement se fera à travers la fréquentation touristique du territoire. C'est pourquoi, nous avons intégré deux questions concernant "MP2013" ; la première est relative à sa notoriété, la seconde aux intentions de séjour liées à l'événement. Il s'agit ici de constituer un baromètre en mesure d'apporter des informations régulières sur l'événement pendant les quatre années qui le précèdent.

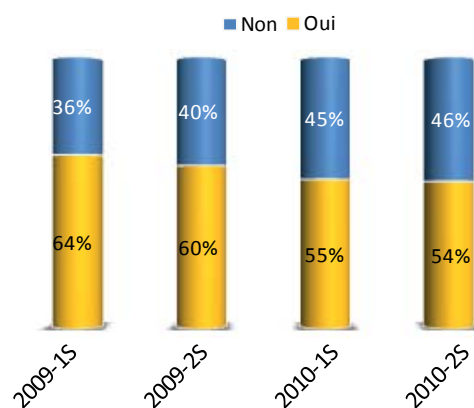
Notoriété de l'événement

Sur l'ensemble des deux années (2009-2010), 61% des internautes français savent que MP2013 a été désignée "Capitale européenne de la culture". Naturellement, la notoriété de l'événement est moins forte parmi les étrangers (38%), même si elle reste notable. Le niveau de notoriété est assez disparate selon les pays (voir diagramme ci-contre). Il est particulièrement élevé parmi les allemands et les ressortissants de l'Europe de l'Est où celui-ci est proche de 50%. Il est sensiblement plus faible parmi les "touristes potentiels" originaires des pays lointains et notamment chez les américains (USA) où seulement 18% d'entre eux affirment savoir que Marseille a obtenu ce label. Le suivi de l'évolution du niveau de notoriété apporte des informations intéressantes. Ainsi, on constate que le niveau de notoriété chez les français est en baisse régulière depuis la date de désignation (voir diagramme). Dans la foulée de la date désignation (1^{er} semestre 2009), période où l'événement a été fortement médiatisé, environ les deux tiers des internautes nationaux avaient connaissance de la labellisation. Puis, l'événement semble avoir perdu de sa lisibilité pour chuter à 50% au cours du dernier semestre 2010. Il sera donc intéressant de suivre l'évolution ces prochaines années.

Savez-vous que Marseille a été désignée « capitale européenne de la culture » en 2013 ?



Notoriété de l'événement Marseille Provence 2013 auprès de la clientèle nationale ■ Suivi trimestriel



Intentions de séjour

A plus de trois ans de l'événement, il apparaît logique que la majorité des internautes - les deux tiers - ne sachent pas s'ils viendront à Marseille en 2013 pour profiter de l'événement et visiter le territoire. Pour ceux qui semblent déjà avoir décidés, les intentions ne sont pas les mêmes chez les français et chez les étrangers. Parmi les nationaux, ils sont deux fois plus nombreux à envisager un séjour à Marseille en 2013 : 25% de "oui" contre 12% de "non". Le rapport "oui-non" est inverse chez les touristes étrangers : ils sont plus nombreux à penser ne pas venir (19%) que ceux qui envisagent un séjour à cette occasion (15%). Comme pour le niveau de notoriété, il sera intéressant de suivre cet indicateur au fur et à mesure que l'on se rapprochera de l'événement.

Pensez-vous venir à Marseille en 2013, année où elle sera « capitale européenne de la culture » ? ■ Clientèle nationale

