

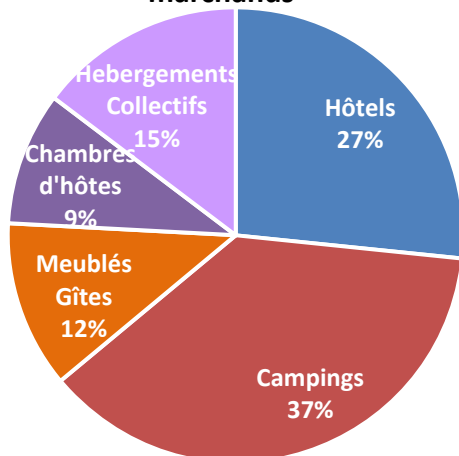
Agence
départementale
de Développement Touristique
Vaucluse Tourisme



Les Chiffres clés 2015 du tourisme en Vaucluse

LA CAPACITE D'ACCUEIL TOURISTIQUE

Répartition des lits touristiques
marchands



67.810 lits touristiques marchands :

98 campings

288 hôtels et résidences de tourisme

1.505 meublés et gîtes

959 chambres d'hôtes *pour 5 600 lits soit 20% de la capacité totale régionale)*

101.585 lits en résidences secondaires

L'ECONOMIE TOURISTIQUE VAUCLUSIENNE en 2015

4 millions de touristes annuels
soit 8% des touristes accueillis en Région PACA

20 millions de nuitées
dont 54% sur le cœur de saison estivale

1 milliard € de chiffres d'affaires,
soit 7,5% du PIB de Vaucluse

1.064 € de dépense par famille (séjour)
dont 2.175€ chez les étrangers contre 1.033€ chez les français.

16.385 emplois directs et induits en Vaucluse
soit plus de 8,5% de l'emploi touristique régional
devant les deux départements alpins.

+ de 7.700 emplois salariés directs.

LE PROFIL DES TOURISTES VAUCLUSIENS



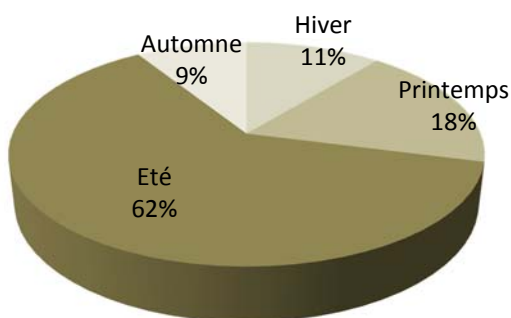
« **Les clientèles touristiques** »,
ADT Vaucluse Tourisme,
Edition 2013,
Téléchargeable sur
www.tourisme-en-vaucluse.com,
rubrique Observation

61% de clientèles françaises
essentiellement de proximité
originaires **d'Ile-de-France, PACA, Rhône Alpes**
en progression tout comme celle de Lorraine et Franche Comté.

39% de clientèles étrangères
Belges, Allemands, Américains, Britanniques, Néerlandais, Suisse
en hausse à l'exception des Italiens désormais 6^{ème} clientèle étrangère,

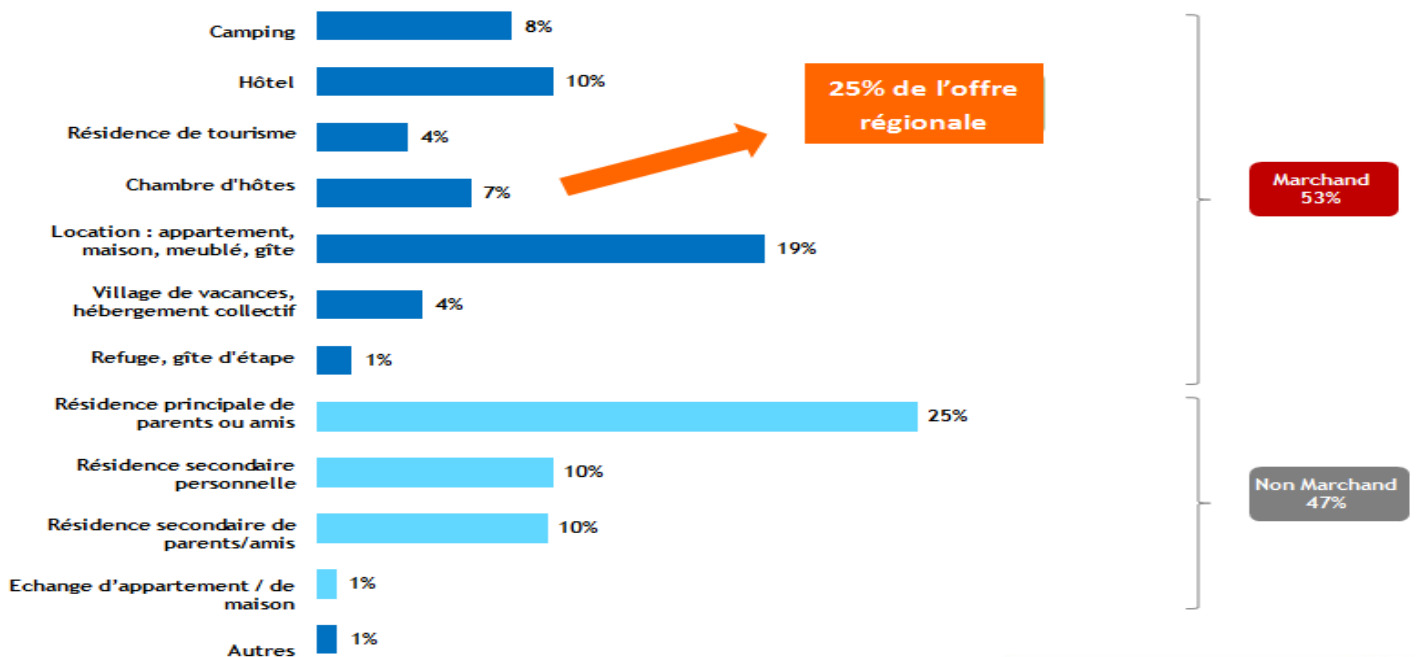
La plus forte part de touristes internationaux en PACA après les Alpes Maritimes
(la part d'étrangers en Vaucluse est 2 fois plus importante que dans le Var ou les Bouches-du-Rhône)

Saisonnalité (nbre de nuitées)



Forte saisonnalité de l'activité touristique
62% des nuitées en été
représentant 52 % des séjours en été

55% des nuitées en hébergements marchands
locatif saisonnier = 1^{er} hébergement marchand fréquenté avec 19% des séjours totaux, devant les hôtels, les campings et les chambres d'hôtes.



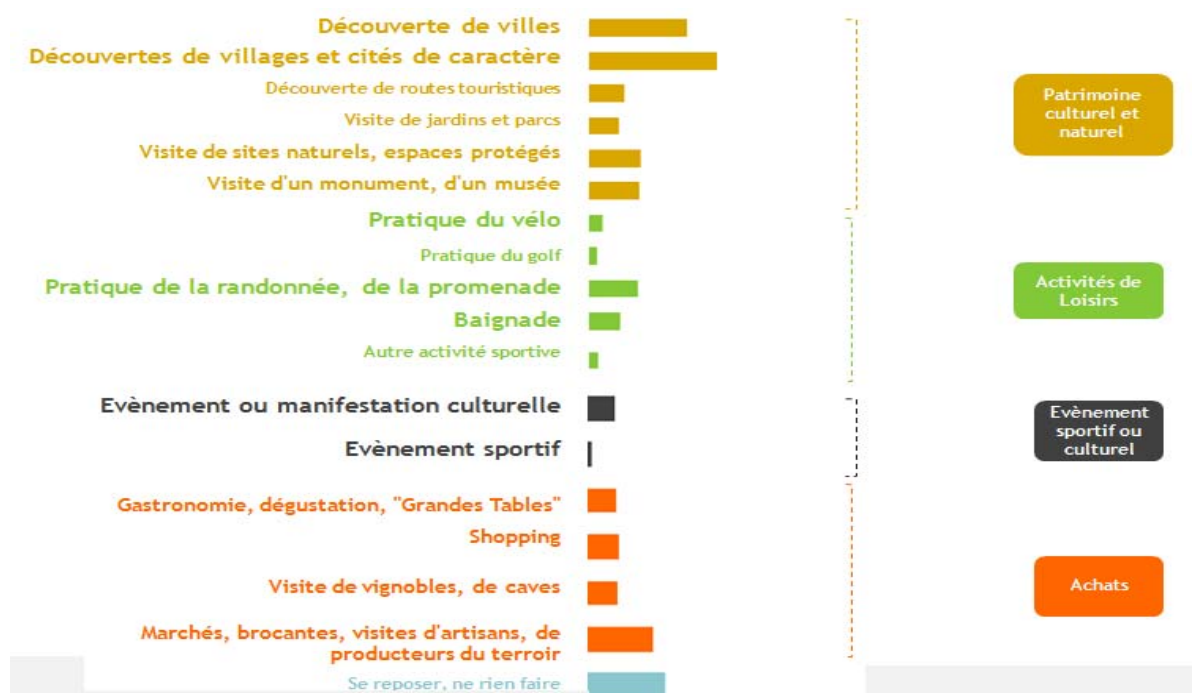
1.064 € en moyenne de dépenses par famille
 dont **1353 €** chez les étrangers
 et **828 €** chez les français.

Séjour de **5,4 jours** en moyenne
5,9 jours dans l'arrière-pays
7,7 jours en été dans le Luberon.

Dans l'arrière-pays, le budget global d'un séjour est plus élevé (+ 6% soit +83€) par rapport à Avignon, du fait d'une durée de séjour plus longue et de groupes-familles plus nombreux (3,5 personnes contre 2,7 sur Avignon).

Des pratiques touristiques affinitaires

Les principales activités pratiquées par nos clientèles touristiques confirment les atouts/particularismes du département dont le positionnement Culture, Terroir/Vin/Gastronomie de la stratégie marketing de l'ADT.



Internet :

1^{er} outil de préparation et de réservation du séjour

60% des touristes, dont 79% des clientèles étrangères ont réservé leur séjour en Vaucluse par internet. Pour 57% d'entre eux, la réservation a directement été effectuée (internet ou autre moyen) auprès de l'hébergeur.

UNE ACTIVITE TOURISTIQUE 2015 EN DEMI-TEINTE

L'activité touristique 2015 en Vaucluse est marquée sous le signe de la demi-teinte avec une fréquentation plutôt positive, excepté dans les hébergements traditionnels, tendances qui affirment une évolution dans le comportement des clientèles. Les hôtels et campings affichent des niveaux de fréquentation en baisse. Ce constat est également partagé dans les chambres d'hôtes, meublés, sites de visite.

A contrario, les offices de tourisme, certains sites de visite, caves et événements enregistrent des progressions, grâce à une présence renforcée des visiteurs de proximité et des clientèles internationales (long courrier), davantage ressentie sur Avignon.

La situation du Vaucluse au cœur de la Provence reste un atout majeur sur le marché français et encore davantage à l'international. La Destination Vaucluse en Provence reste fortement attractive, par son climat, ses paysages, ses villages, la diversité de ses sites de visite. Ainsi, les sites emblématiques du tourisme vauclusien tels qu'Avignon, le Luberon (de Cavaillon à Gordes), Vaison-la-Romaine, L'Isle-sur-Sorgue affichent de bons niveaux de fréquentation, en progression annuelle.

. IMPACTS NEGATIFS : CRISE, CANICULE, CONCURRENCES, COURTS SEJOURS....

La fréquentation 2015 a été impactée par la crise économique qui a entraîné une diminution des clientèles françaises, un raccourcissement des séjours et moins de consommation touristique locale (hébergements traditionnels, restauration, activités). Les dépenses sont jugées stables voire en baisse pour 91% des professionnels.

Les fortes chaleurs de enregistrées au cœur de la saison estivale ont également constitué un frein pour dans notre Destination *intérieure*, face à la concurrence des destinations littorales dans la Région ou à l'étranger, qui affichent des niveaux de fréquentation plus élevés, voire record.

A l'instar des destinations littorales, une autre forme de concurrence a nettement impacté la fréquentation dans nos hébergements traditionnels. Cette année 2015 est marquée par la forte croissance (pour ne pas dire l'explosion) des hébergements chez l'habitant. A titre d'exemple, le principal opérateur-distributeur AirBnB propose des capacités d'accueil supérieures à 1000 hébergements (soit plus de 4.000 lits) sur Avignon. Hôteliers, gestionnaires de campings ou de chambres d'hôtes sont unanimes pour constater que cette nouvelle forme d'hébergement a capté une forte part de clientèles touristiques, avec des propositions tarifaires très souvent en-deça du marché.

63% des professionnels citent aussi pour cette année 2015, un raccourcissement conséquent des séjours. Hôteliers et chambres d'hôtes affichent des durées moyennes d'une nuit et le secteur locatif (campings, gîtes) pâtit aussi de séjours majoritairement inférieurs à la semaine.

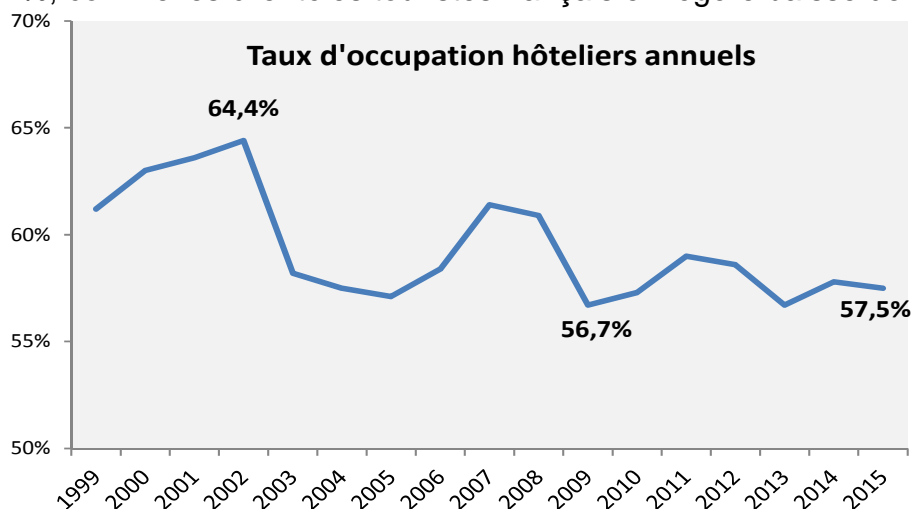
-1,4% de clients et -1,2% de nuitées dans l'hôtellerie

Après la hausse d'activité de 2014, la fréquentation touristique dans les hébergements traditionnels du Vaucluse enregistre une baisse en 2015.

Dans l'hôtellerie : 1,2 millions clients pour 2,2 millions de nuitées en baisse de 1,4% vis-à-vis de 2014. Le taux d'occupation annuel de 57,5% est en repli de 0,4 points.

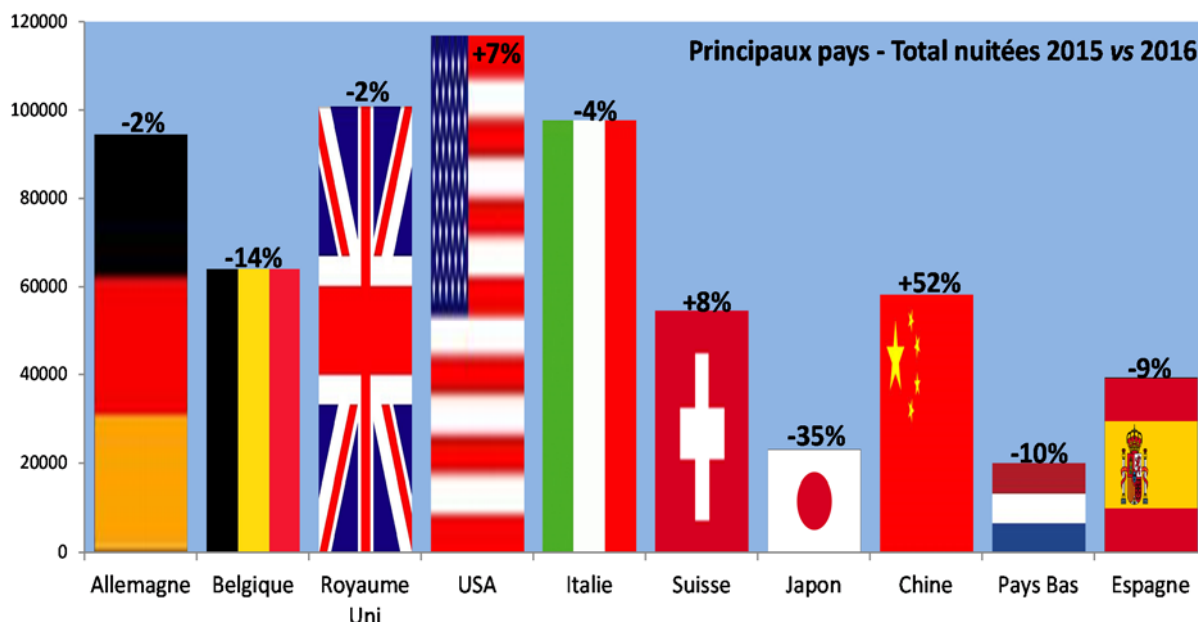
La courte durée moyenne de séjours se stabilise à 1,7 j.

Les clientèles internationales, qui représentent 38% des nuitées, affichent un repli annuel de 2%, comme les clientèles touristes français en légère baisse de -1%.



Seuls les leaders Américains, les Suisses et surtout les Chinois (désormais 6^{ème} clientèle étrangère) affichent des progressions annuelles. L'année 2015 se solde par une baisse internationale, notamment des marchés nord-européens.

Hôtellerie 2015 en Vaucluse : part et évolution annuelle des clientèles internationales



Performances économiques hôtelières

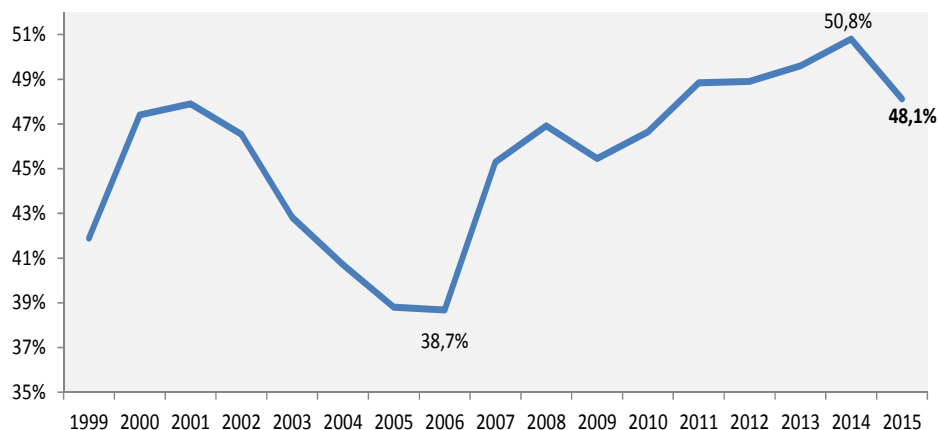
Sur l'ensemble de l'année 2015, malgré une occupation en repli annuel, le chiffre d'affaires (RevPar) moyen des hôtels urbains du Vaucluse se maintient à 40,4€ vis-à-vis de 2014 et ce, grâce à des prix stables, voire légèrement supérieurs.

-9% de clients et -5% de nuitées dans les campings

Au cours de la saison 2015 (mai à septembre) **les campings vaucusiens** ont accueilli 270.000 clients pour 1,5 millions de nuitées. Le taux d'occupation se situe à 48,1%, soit un recul de 3,7 points par rapport à 2014 et ce, malgré une durée de séjour de 5,7j en légère progression.

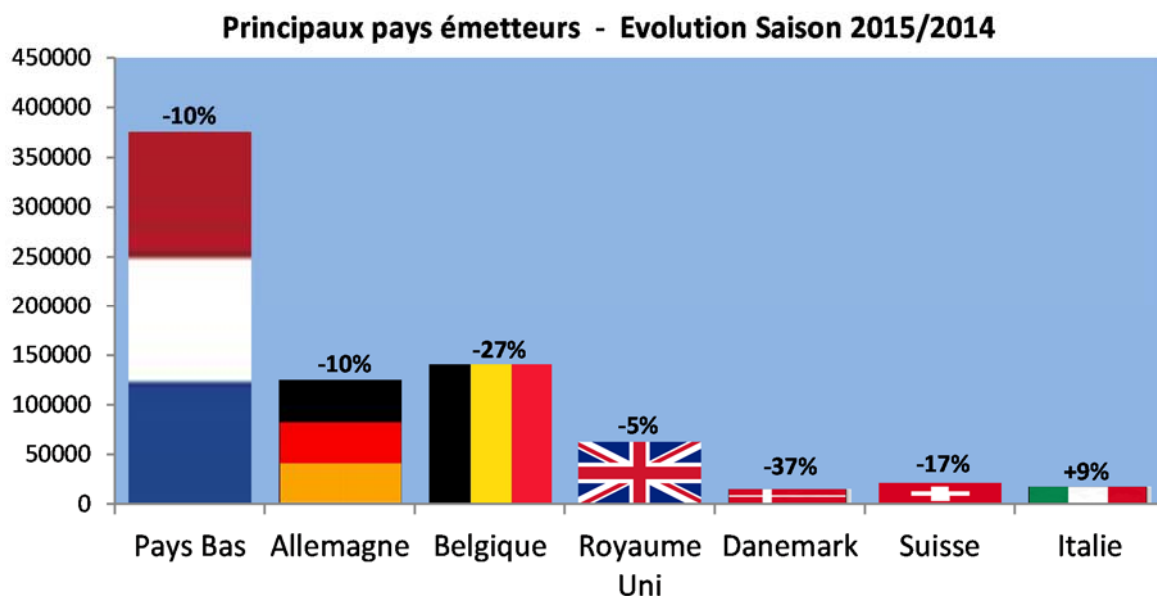
Avec 51% de clientèles étrangères, l'hôtellerie de plein air confirme son fort positionnement à l'international, impacté toutefois par un repli de 13%

Evolutions annuelles des taux d'occupation Camping



Comme dans l'hôtellerie, les pays traditionnellement émetteurs de clientèles camping en Vaucluse sont en repli, à l'exception de l'Italie, en reconquête et dont la fréquentation reste concentrée sur le mois d'août.

Campings 2015 en Vaucluse : part et évolution annuelle des clientèles internationales



Fréquentation des sites de Visite

A l'instar des précédentes analyses, il faut distinguer Avignon des autres Destinations touristiques vaclusiennes.

En effet, l'attractivité internationale d'Avignon, par son patrimoine, son festival, permet à la Cité des Papes d'afficher des niveaux de fréquentation estivale élevés et supérieurs à 2015. Le Festival In affiche ainsi le chiffre record de 156.076 spectateurs, en hausse de 29% par rapport à 2014.

Même constat au Palais des Papes avec une progression annuelle de +5%.

Il n'en est pas de même sur le reste du territoire. Le village des Bories à Gordes présente une baisse annuelle de -12%, qui s'élève à -3% dans les sites antiques de Vaison-la-Romaine, à -4% au Conservatoire des Ocres. Le musée de la lavande maintient tout juste son volume de 2014.

Progression de séjours et visiteurs français

A l'instar des hébergements, les sites de visite et les offices de tourisme confirment une progression des clientèles et visiteurs français en 2015, avec une forte croissance du tourisme et excursionnisme de proximité. Après l'Île-de-France qui conserve son rang de 1^{ère} région émettrice, les clientèles originaires de Rhône Alpes, de Provence Alpes Côtes d'Azur et de Languedoc-Roussillon renforcent leur présence en séjour mais aussi et surtout en visites à la journée.

Baisse des clientèles internationales

La fréquentation touristique internationale 2015 en Vaucluse présente une double tendance : baisse de la plupart des marchés traditionnels nord-européens face à la croissance des clientèles long-courrier.

Contrairement aux français, les clientèles touristiques internationales ont été moins présentes en 2015. A l'instar des destinations Sud France, le Vaucluse pâtit de la baisse des arrivées d'Europe du Nord. Les clientèles belges, leaders de notre Destination, accusent un fort recul, dont -14% dans l'hôtellerie vaclusienne. Même constat chez les Allemands, Italiens, Néerlandais. Seule la Suisse continue à progresser.

Les croissances constantes des marchés nord-américains et surtout chinois compensent quelque peu la baisse globale des étrangers, principalement dans l'hôtellerie et avec une forte concentration sur Avignon.

Les faits marquants de la fréquentation 2015 en Vaucluse

- Fréquentation en baisse dans les hébergements, traditionnels hôtels, campings, chambres d'hôtes, meublés
- Maintien voire légère progression des clientèles françaises surtout pour les régions de proximité PACA et Rhône Alpes
- Repli des clientèles nord-européennes : Belgique, Allemagne, Italie, Pays Bas, Royaume Uni. Seule la Suisse résiste à cette baisse
- Progression constante des pays long courrier : USA, Chine
- Forte hausse du nombre de visiteurs-journées dans les sites de visite, les festivals et offices de tourisme
- Baisse globale de la consommation touristique, notamment en restauration et en loisirs-activités payantes
- Attractivité maintenue pour l'oenotourisme et le vélotourisme : visites de caves,
- Accroissement des comportements de réservations : Early Booking et Last Minute à la recherche du meilleur tarif