

## Chapitre 1

# Le tourisme, secteur clé du département

### I. LE MARCHÉ DU TOURISME DANS LE MONDE ET EN FRANCE

1. Le tourisme en France et dans le reste du monde
2. Provence-Alpes-Côte d'Azur, une région leader du tourisme national
3. Le Tourisme dans le 13, un secteur stratégique en quête de reconnaissance
4. La demande touristique : des mutations, encore des mutations

### II. PHOTOGRAPHIE DES BOUCHES-DU-RHÔNE

1. Un département, trois territoires
2. Les secteurs professionnels
3. Les filières d'actions prioritaires
4. Les filières secondaires
5. Autres filières à suivre

### III. LE BILAN CRITIQUE DU SECOND SCHÉMA ET LES ORIENTATIONS À POURSUIVRE

1. Une offre globale...
2. Des filières mieux structurées...
3. La notoriété globale de la destination Bouches-du-Rhône/La Provence...
4. Une stratégie marketing...
5. Une offre touristique plus attractive...

# Chapitre 1

## Le tourisme, secteur clé du département

### 2. PHOTOGRAPHIE DU DÉPARTEMENT

#### p 001 / 2. LES SECTEURS PROFESSIONNELS

- p 001 /** L'hôtellerie
- p 001 /** - l'offre hôtelière
- p 005 /** - une demande croissante depuis 1997
- p 006 /** - les résidences de tourisme et hôtelières
- p 008 /** - atouts et faiblesses de l'hôtellerie du département
- p 008 /** L'hôtellerie de plein air
- p 009 /** - une offre abondante de qualité croissante
- p 012 /** - demande : des taux d'occupation perfectibles
- p 013 /** - atouts et faiblesses du camping du département
- p 013 /** Les locations saisonnières
- p 014 /** - une offre marquée par l'importance des labels
- p 017 /** - une demande surtout familiale
- p 017 /** - atouts et faiblesses des locations saisonnières du département
- p 018 /** Les chambres d'hôtes
- p 018 /** - une offre nationale dominée par le label Gîtes de France
- p 019 /** - caractéristiques de la demande
- p 020 /** - atouts et faiblesses des chambres d'hôtes du département
- p 020 /** La restauration
- p 021 /** - une offre abondante et très inégale
- p 022 /** - atouts et faiblesses de la restauration du département
- p 023 /** Les transports
- p 023 /** - le transport aérien
- p 025 /** - le transport ferroviaire : vive le TGV !
- p 025 /** - le transport inter-urbain : un réseau dense victime du trafic routier
- p 026 /** - les trains touristiques
- p 027 /** - les taxis à vocation touristique
- p 027 /** Les réceptifs
- p 027 /** - l'agence de voyage
- p 029 /** - l'offre : des agences, des offices de tourisme, des transporteurs...
- p 031 /** - la demande
- p 031 /** - atouts et faiblesses des réceptifs du département
- p 032 /** Pour conclure : ce qu'il faut retenir

## 2. Les secteurs professionnels

### L'hôtellerie

#### Un poids économique sensible dans le département

Le chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur de l'hôtellerie en France est estimé à plus de 14 milliards d'euros par an pour 170 000 salariés, générés par 185 millions de nuitées par an.<sup>33</sup>

Cela représente un chiffre d'affaires de 75.50 € par nuitée. Si on applique cette valeur au 5.2 millions de nuitées dans notre département, on arrive à 394 millions d'euros de chiffres d'affaires dans notre département. C'est probablement surestimé, la moyenne par nuitées n'atteignant pas 75.50 € dans les Bouches-du-Rhône, mais cela donne une idée de ce que peut représenter le poids de l'hôtellerie dans l'économie locale.

Avec la restauration, l'hôtellerie est le plus gros employeur touristique du département, et compte plus de 4 700 emplois salariés dans le département sur l'ensemble de l'année, soit 20% des emplois hôteliers salariés de la région. De moins de 4000 emplois au plus bas de la saison, l'hôtellerie passe à près de 5 500 emplois au plus fort de la saison.<sup>34</sup>

**Près de 400 millions d'euros de chiffre d'affaires dans les Bouches-du-Rhône. Plus gros employeur touristique avec la restauration (entre 4000 et 5 500 emplois selon la saison). Un chiffre d'affaires par nuitée d'environ 75 €**

#### □ L'offre hôtelière

##### □ □ En France aujourd'hui<sup>35</sup>

La France dispose au 1er janvier 2004 d'un parc de 18 217 hôtels homologués. Cela représente 23% de la capacité d'accueil marchande globale et 7% de la capacité d'accueil hors hébergement non marchand. C'est le 2ème mode d'hébergement en France derrière l'hôtellerie de plein air.

Les 20 dernières années ont été marquées par l'essor des chaînes hôtelières, dont le nombre de chambres a triplé sur la période. Depuis 5 ans, cette croissance est moins forte, même si le taux de pénétration de l'hôtellerie de chaîne continue d'augmenter (35% en 2002). En 2003, le taux de croissance des chaînes hôtelières a diminué pour atteindre moins de 3%, au lieu des 10% annuels auparavant sur l'ensemble du territoire européen.

Ce ralentissement s'explique en partie par la raréfaction des petits réseaux à reprendre, par la pénurie de bons candidats à la franchise et évidemment par une situation économique plutôt difficile. Toutefois, la principal problème des grands groupes hôteliers n'est pas de trouver des financements, mais des sites où s'implanter.

Les chaînes intégrées représentent 6% des hôtels européens et 22% des chambres. En France, elles représentent 16% des hôtels classés et 37% des chambres classées. Cela représente environ 1 nuitée sur 2.

Ce sont surtout les hôtels franchisés qui se sont développés. Les hôtels totalement indépendants, c'est-à-dire ne faisant pas partie d'un regroupement volontaire, sont en retrait. Leur nombre de chambres a diminué de 14% en 5 ans. Ils restent toutefois les plus représentés dans le parc, représentant la moitié de la capacité hôtelière classée.

En parallèle à ce développement, on observe une croissance d'environ 40% des chambres 0\* et 4\*, alors que les chambres 2\* recule de 6% et les chambres 1\* de 40%.

Au cours des 5 années précédentes, le nombre d'hôtels classés diminue régulièrement alors que la capacité d'accueil s'accroît chaque année depuis 1999, traduisant ainsi une capacité moyenne d'accueil en constante hausse : la taille moyenne des hôtels est ainsi de 33 chambres, soit 2 chambres de plus qu'en 1998.

<sup>33</sup> Source : Ministère délégué au Tourisme

<sup>34</sup> Source : CDT des Bouches-du-Rhône / INSEE

<sup>35</sup> Source : L'hôtellerie classée et les campings classés en France : l'offre et la fréquentation en 2002. ONT-Ministère du tourisme – Collection Analyses et Perspectives du Tourisme

D'une manière générale, plus le classement est élevé, plus le nombre moyen de chambres est élevé (18 chambres dans les 1\*, 76 dans les 4\*).

Les hôtels 2\* forment le plus gros des établissements (54%) et des chambres (47%) mais le poids des hôtels 3\* et 4\* s'accroît régulièrement.

L'espace urbain concentre 37% des hôtels et 55% des chambres. Les établissements sont de taille largement supérieure à la moyenne notamment en Ile-de-France, en raison de la présence des deux aéroports et d'Eurodisney. Le littoral concentre 20% de l'offre et est caractérisé par une offre en hôtel haut de gamme, supérieure à la moyenne nationale.

24% des lits français se situent en Ile-de-France, 12% en Rhône-Alpes, 11% en Provence Côte d'Azur.

En terme de demande, plus d'une nuitée sur deux est réalisée en Ile-de-France, Provence-Alpes-Côte d'Azur ou Rhône-Alpes. Les hôtels 2\* concentrent 44% des nuitées françaises. La catégorie 3\* est la catégorie préférée des clients étrangers.

Les Bouches-du-Rhône sont le 7ème département le plus pourvu en hôtels derrière Paris, les Alpes-Maritimes, la Haute-Savoie, la Savoie, le Var et les Hautes-Pyrénées.

En Europe, on constate une large suprématie des groupes français avec Accor en tête (Etap Hotel, Formule 1, Ibis, Mercure, Novotel, Sofitel), suivi de la Société du Louvre/Envergure (Campanile, Kyriad, Concorde, Première Classe), qui représentent plus de 40% de l'offre hôtelière européenne.

**Les hôtels sont le 2ème mode d'hébergement en France derrière l'hôtellerie de plein air. Le marché est structuré autour de grands groupes intégrés et de réseaux volontaires. Les hôtels indépendants régressent.**

**SPOT**

**Les 2\* représentent plus de la moitié des établissements, mais les 3\* et les 4\* progressent plus vite.**

### □□ En Provence-Alpes-Côte d'Azur<sup>36</sup>

La région Provence-Alpes-Côte d'Azur compte 2 175 hôtels au 1er janvier 2004 pour 68 713 chambres.

**Provence-Alpes-Côte d'Azur est la 3ème région la plus pourvue en hôtels et chambres derrière l'Ile-de-France et Rhône-Alpes.**

### □□ Dans les Bouches-du-Rhône

Les Bouches-du-Rhône concentrent quasiment 20% des hôtels et plus de 21% des chambres de la région.

C'est le deuxième département en nombre de chambres derrière les Alpes-Maritimes (27 145 chambres).

C'est le 3ème en nombre d'hôtels derrière les Alpes-Maritimes (695 hôtels) et le Var (455 hôtels). Dans les Bouches-du-Rhône, il y a presque deux fois moins de chambres que dans les Alpes-Maritimes (40% des chambres de la région).

**Au 1er janvier 2004, 434 hôtels proposent 14 591 chambres, soit une capacité d'accueil de 29 182 personnes.**

	TSE		1 étoile		2 étoiles		3 étoiles		4 étoiles		4 étoiles luxe		TOTAL	
	Ets	Ch.	Ets	Ch.	Ets	Ch.	Ets	Ch.	Ets	Ch.	Ets	Ch.	Ets	Ch.
Camargue	3	94	7	83	44	1061	29	928	6	187	1	17	90	2370
Marseille	18	1113	19	365	81	2704	28	1582	8	800	0	0	154	6564
Provence	13	592	15	313	86	2234	56	1910	20	608	0	0	190	5657
<b>Département</b>	<b>34</b>	<b>1799</b>	<b>41</b>	<b>761</b>	<b>211</b>	<b>5999</b>	<b>113</b>	<b>4420</b>	<b>34</b>	<b>1595</b>	<b>1</b>	<b>17</b>	<b>434</b>	<b>14591</b>

Ets : Nombre d'hôtels, Ch. : Nombre de Chambres, TSE : Tourisme Sans Etoile

<sup>36</sup> Source : Insee, direction du Tourisme, Partenaires régionaux

**Répartition des hôtels par catégorie :**

Hôtels TSE	7.8 %
Hôtels 1*	9.4 %
Hôtels 2*	48.6 %
Hôtels 3*	26 %
Hôtels 4*	8 %

Globalement, on constate que 42% des hôtels sont regroupés en chaînes hôtelières et 58% sont des hôtels indépendants. 46% des établissements appartenant à une chaîne sont regroupés au sein de chaînes intégrées.

Parmi les chaînes intégrées, environ 50% des hôtels émanent du groupe ACCOR, et 26% appartiennent au groupe Envergure. Parmi les chaînes volontaires, 41% des hôtels sont intégrés au réseau Logis de France et 16% au réseau Châteaux et Hôtels de France. À noter que certains hôtels sont adhérents à plusieurs réseaux volontaires, notamment les établissements haut de gamme.

Plus de la moitié du parc sont des hôtels-restaurants et 60% sont ouverts toute l'année.

44% des hôtels et 39% des chambres se situent sur le territoire «Provence», 35% des hôtels et 45% des chambres se situent sur le territoire «Marseille» et 21% des hôtels et 16% des chambres se situent sur le territoire «Camargue». Les hôtels sont de plus grande capacité sur le territoire «Marseille», la taille moyenne étant de 43 chambres alors qu'elle est de 30 chambres sur le territoire «Provence» et de 26 chambres sur la Camargue.

On observe une grande disparité selon les communes. Ainsi, 4 communes se démarquent très nettement des autres : Marseille (82 hôtels), puis Arles (47 hôtels), Aix-en-Provence (45 hôtels) et les Saintes-Maries-de-la-Mer (43 hôtels). À noter que 44 communes ont entre 1 et 2 hôtels et que 50 communes ne disposent d'aucun hôtel.

**Éléments clefs :**

**2ème département de Provence-Alpes-Côte d'Azur en nombre de chambres, derrière les Alpes-Maritimes**

**60/40, proportion d'hôtels indépendants par rapport aux hôtels de chaînes**

**La moitié des hôtels de chaînes appartient au groupe Accor**

**La moitié de tous les hôtels font aussi restaurant**

**60% des hôtels sont ouverts toute l'année**

**Les hôtels les plus grands sont à Marseille**

**□□ Evolution de l'offre entre 1997 et 2004 :  
une stabilité qui masque des remaniements catégoriels**

Globalement, on constate sur la période une grande stabilité du nombre d'hôtels puisque l'on passe de 439 hôtels homologués en 1997 à 434 en 2004 pour une capacité qui va de 14 322 chambres en 97 à 14 591 en 2004 : On a donc une baisse de 1% du nombre d'hôtels pour une hausse de 2% du nombre de chambres.

Cette stabilité apparente du parc masque toutefois des évolutions en terme de catégorie. Ainsi, on constate une baisse importante du parc des hôtels 1\* (-18% d'hôtels, -24% de chambres), une légère baisse du parc des 2\* (-3% d'hôtels, -4% de chambres). Parallèlement, le parc des TSE s'accroît de 3% en terme d'hôtels et surtout de 50% en terme de chambres. Très clairement, on a des hôtels TSE de bien plus grande capacité.

Pour ce qui est des établissements haut de gamme, on constate également une hausse des hôtels 3\* (+9%) et hôtels 4\* (+10%). Pour ce qui est des chambres, on constate une baisse du nombre de chambres 3\* de 4%, mais une hausse des chambres 4\* de 33%.

Cela se traduit par une hausse de la taille moyenne des chambres qui est passée de 33 chambres en 1997 à 34 chambres en 2004, (elle est de 33 chambres au niveau national et 31 en région Provence-Alpes-Côte d'Azur<sup>37</sup>).

**Depuis 8 ans :**

**Un parc globalement stable.**

**Mais : hausse de l'hébergement «haut de gamme» 3\* et surtout 4\***

**Diminution du parc 2\* et 1\***

**Et hausse très sensible du parc des TSE**

### ☐☐ Chambres rajeunies, prix à la hausse

Le parc rajeunit : 40% des hôtels ont moins de 10 ans, seulement un tiers des établissements a plus de 30 ans.

**Prix moyens (en euros) :**

	Période la moins chère	Période la plus chère	Ecart de prix
<b>TSE</b>	31.63	37.92	20%
<b>1*</b>	29.14	38.96	34%
<b>2*</b>	46.80	59.74	28%
<b>3*</b>	78.11	112.19	44%
<b>4*</b>	146.99	295.50	101%

On observe des écarts importants en terme de prix selon les saisons. Ainsi, jusqu'au 2\* inclus, les prix varient de 20% à 35%, dans les 3\* ils augmentent quasiment de 50% entre la basse et la haute saison et ils doublent dans les 4\*.

Ces écarts de prix ont augmenté depuis 1997. De même, on constate une hausse des prix importante entre 1997 et 2004 et ce quelle que soit la catégorie d'hôtel considérée.

**SPOT** *Fait notable : les écarts de prix entre basse et haute saison ont tendance à se creuser*

### ☐☐ Des unités hôtelières à la recherche de labels qualité

La démarche qualité rentre doucement dans les moeurs<sup>38</sup> :

En matière de qualité hôtel, il existe une référence nationale, la certification HOTELcert® :

Le référentiel HOTELcert® s'appuie sur un nombre de critères qualité établis par le Groupe AFAQ et ses partenaires. Ce dispositif national de valorisation de la qualité dans l'hôtellerie française est le fruit d'une concertation nationale.

Les établissements certifiés HOTELcert® s'engagent à respecter une promesse qualité qui met en avant un certain nombre d'engagements de services :

- le sourire,
- la disponibilité,
- les informations pratiques et touristiques à l'attention du client,
- la tranquillité,
- la propreté,
- une bonne literie,
- une qualité contrôlée.

<sup>37</sup> Mémento du tourisme 2003

<sup>38</sup> Source : HOTELcert®

Dans les Bouches-du-Rhône, les Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) engageaient en 1999 un processus de qualification de l'hôtellerie sous l'intitulé Qualité Hôtel. A ce jour, ce sont près de 60 établissements hôteliers des Bouches-du-Rhône qui ont souhaité s'inscrire dans une démarche qualité. En 2005, près d'une vingtaine d'entre eux vont être audité dans le cadre de la certification HOTELcert®.

**SPOT** *60 hôtels inscrits dans un démarche qualité  
20 nouveaux établissements à la poursuite du label HOTELcert®*

#### □ □ La démarche environnementale démarre :

Dans les Bouches-du-Rhône, la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie (CRCI), en collaboration avec les CCI, le Conseil Régional et l'ADEME Provence Côte d'Azur propose depuis 2003 aux entreprises de tourisme, hébergement ou centre d'accueil de loisirs, une démarche qualité environnementale : sensibilisation, information, audit, conseil et formation, valorisation. Les domaines d'action concernent la gestion des déchets, de l'eau, des paysages et de l'énergie. Une douzaine d'établissements de la circonscription de la CCI Marseille Provence ont suivi cette démarche en 2004, dont un hôtel et trois hôtels restaurants.

**SPOT** *Timide implication des hôtels dans la recherche d'une meilleure protection de l'environnement.*

#### □ □ La question de l'accueil des personnes handicapées reste posée :

Plus de vingt ans après la promulgation de la loi d'orientation qui place parmi les obligations nationales l'accès aux loisirs et vacances des personnes handicapées, le taux de départ en vacances de ces dernières demeurerait faible. La difficulté était de trouver une réponse satisfaisante en matière d'accessibilité, qu'il s'agisse de l'hébergement, des équipements de loisirs, des transports, comme dans le domaine de la formation des professionnels du tourisme ou plus largement dans la prise en compte par ces derniers de la question du handicap.

Fruit d'une collaboration entre les professionnels du tourisme, les personnes handicapées, leurs associations et le secrétariat d'Etat au Tourisme, la mise en place en 2001 du label Tourisme & Handicap a pour ambition d'offrir un vrai choix sur l'ensemble de l'offre touristique grâce à une information fiable et homogène.

Ce label national a double objectif :

- Apporter une information fiable, descriptive et objective sur l'accessibilité des sites et équipements touristiques en tenant compte de tous les types de handicaps.
- Développer une offre touristique adaptée.

Jusqu'en août 2004, plus de 700 sites ont été labellisés sur l'ensemble du territoire français, dont 15% d'hôtels.

Dans les Bouches-du-Rhône, le programme de développement du label est en œuvre depuis 2003. En 2004, les évaluations ont démarré. Parmi la dizaine d'évaluations réalisées à ce jour, on compte 5 hôtels.

**SPOT** *Un bon début pour la labellisation Tourisme et Handicap dans les hôtels du département...*

#### □ □ Une image encore déficiente

L'étude d'image menée par le CDT en 2004 a permis de mettre en avant, à travers un bilan d'image, que la qualité dans l'hébergement est assez mal perçue, ainsi que la rapport qualité-prix des prestations touristiques par les résidents du département et les résidents d'Ile-de-France. Ces critères sont jugés comme des points négatifs à l'ensemble de l'image touristique du département.

#### □ Une demande croissante depuis 1997

En 2003, l'hôtellerie du département a accueilli 2.87 millions de personnes, ce qui représente 5.2 millions de nuitées. Cette hôtellerie des Bouches-du-Rhône réalise près d'un quart des nuitées enregistrées dans l'ensemble de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Le taux d'occupation moyen des hôtels du département a été de 64% sur l'ensemble de l'année 2003, en retrait par rapport à 2002 (67%).

70% des nuitées sont réalisées par une clientèle française et parmi les étrangers, il s'agit surtout de clientèles européennes en provenance d'Italie, d'Allemagne et du Royaume-Uni.

21.9% des séjours et 12.1% des nuitées du département sont réalisés en hôtellerie ou résidences hôtelières, qui constituent largement le premier mode d'hébergement marchand du département<sup>39</sup>.

Par rapport à 1997, on constate une progression des nuitées de 40% qui passent de 3.7 millions à 5.2 millions. Le taux d'occupation moyen quant à lui est passé de 56% en 1997 à 64% en 2003. 61% des nuitées étaient réalisées par une clientèle française. Parmi la clientèle étrangère, la principale clientèle était en 2003 celle des Etats-Unis avec 20% des nuitées étrangères, devant l'Allemagne (16%) et l'Italie (16%).

Le parc hôtelier est très stable dans le département depuis 1997, comme en Provence-Alpes-Côte d'Azur et sur l'ensemble du territoire français. Ceci n'est évidemment pas surprenant, étant donné la période relativement courte et surtout la grande stabilité politique et juridique de notre pays.

Toutefois, ce diagnostic n'est que numéraire. Il ne prend pas en compte la qualité des prestations de chacun des établissements.

**Progression des nuitées de 40% depuis 1997.  
70% des nuitées sont le fait de Français.  
Mais taux d'occupation en retrait en 2003.**

### ▣ Les résidences de tourisme et hôtelières : l'autre manière de fréquenter un hébergement hôtelier

La résidence de tourisme est un établissement commercial d'hébergement classé, faisant l'objet d'une exploitation permanente ou saisonnière.

Elle est constituée d'un ensemble homogène de chambres ou d'appartements meublés, disposés en unités collectives ou pavillonnaires, offerts en location pour une occupation à la journée, à la semaine ou au mois à une clientèle touristique qui n'y élit pas domicile. Elle est dotée d'un minimum d'équipements et de services communs. Elle est gérée dans tous les cas par une seule personne physique ou morale. Les résidences hôtelières ou hébergements assimilés ne sont pas classés, mais offrent bien souvent les mêmes services que les résidences de tourisme.

Le chiffre d'affaires du secteur des résidences de tourisme en France est estimé à plus de 1.8 milliard d'euros par an pour 13 000 emplois directs et environ 24 000 emplois indirects, générés par 5 millions de clients par an.<sup>40</sup>

### ▣▣ En France<sup>41</sup>

La France dispose au 1er janvier 2004 d'un parc de 1 227 résidences de tourisme homologuées, ce qui représente 429 540 lits.

A cela, peuvent être ajoutés des hébergements assimilés ou résidences hôtelières, qui sont au nombre de 595 en France pour une capacité d'accueil de 178 027 lits.

40% de la capacité d'accueil est classée 3\*, 13% en 2\*, seule 5% de la capacité d'accueil est classée en 4\*. Enfin moins de 1% est classé 1 étoile. 41% de la capacité d'accueil n'est pas classée.

L'offre est très concentrée en Rhône-Alpes (32% de la capacité totale française) et en Provence-Alpes-Côte d'Azur (26% de la capacité totale française). Viennent ensuite le Languedoc-Roussillon et l'Aquitaine qui offrent chacun 9% de la capacité d'accueil française. D'une manière générale, 50% de l'offre se situe au bord de la mer, 35% à la montagne, 9% en espace urbain, et enfin 6% à la campagne.

<sup>39</sup> SROAT - enquête aux frontières 1997

<sup>40</sup> Source : Syndicat National des Résidences de Tourisme

<sup>41</sup> Source : Mémento du Tourisme - Ministère du Tourisme - Edition 2004

### □□ En Provence-Alpes-Côte d'Azur

La région PACA compte au 1er janvier 2004, 300 résidences de tourisme ou hôtelières représentant une capacité d'accueil de 112 315 lits. Les Alpes-Maritimes et le Var sont très largement les deux départements les plus fortement pourvus avec plus de 80% de l'offre régionale.

**1 200 résidences, 430 000 lits**  
**Une offre nationale très concentrée en Rhône-Alpes et en Provence Alpes-Côte d'Azur.**

### □□ Dans les Bouches-du-Rhône

Au 1er janvier 2004, le département compte 15 résidences de tourisme qui représentent une capacité d'accueil de 5 575 personnes, parc qui s'est légèrement accru depuis 1997. Les capacités d'accueil de ce type d'hébergement ne représentent que 9.4% de la capacité d'accueil totale du département en hébergement marchand.

	2 étoiles		3 étoiles		TOTAL	
	Ets	Ch.	Ets	Ch.	Ets	Ch.
Camargue	0	0	2	392	2	392
Marseille	1	100	5	1116	6	1216
Provence	1	262	6	3705	7	3967
<b>Département</b>	<b>2</b>	<b>362</b>	<b>13</b>	<b>5213</b>	<b>15</b>	<b>5575</b>

Ets : Nombre de résidences de tourisme  
 Capa : Capacités d'accueil en personnes

La résidence Pierre et Vacances de Pont Royal représente à elle seule 40% de la capacité d'accueil avec 2 250 personnes. La seconde chaîne intégrée du département est Citadines.

A ces résidences de tourisme classées tourisme par les services de la Préfecture, on peut ajouter les 13 résidences hôtelières (pour une capacité de 1810 personnes) non classées, mais qui offrent a priori les mêmes services que les résidences hôtelières.

Une résidence de tourisme des Bouches-du-Rhône participe aujourd'hui à la démarche qualité environnementale.

**15 résidences de tourisme mais à elle seule, la résidence Pierre et Vacances de Pont-Royal concentre 40 % de la capacité d'accueil du département !**

### □□ La demande en France<sup>42</sup> : plutôt des séjours que du passage

70% de la clientèle est composée de famille/amis, 10% d'une clientèle 3ème âge et 20% d'une clientèle d'affaires. 35% de la clientèle est étrangère venant principalement d'Europe, et notamment d'Allemagne, de Grande-Bretagne, de Belgique et d'Italie.

### □□ Les taux d'occupation sont globalement supérieurs à 70%.

La durée moyenne de séjour est de 8 jours. Les séjours vont toutefois de quelques jours (week-end, loisirs, tourisme d'affaires) à plusieurs semaines (vacances d'été, séjours urbains).

**Des taux d'occupation supérieurs à ceux de l'hôtellerie.**  
**Des séjours plus longs.**

<sup>42</sup> Source : Syndicat National des Résidences de Tourisme

**Atouts et faiblesses de l'hôtellerie du département**

Atouts	Faiblesses
Hausse du nombre de chambres haut de gamme.	Répartition des chambres inégale : 50% sont à Aix et Marseille.
Hausse de la qualité du parc (les établissements ne correspondant pas à la norme tourisme ne sont plus classés).	Peu d'hôtels de grande capacité pour l'accueil de groupes.
Hôtels bien répartis sur le département.	Plus de la moitié du parc composé d'indépendants (risque à terme de connaître des difficultés).
Légère concentration des chambres (plus de chambres et moins d'hôtels, ce qui offre la possibilité d'une meilleure rentabilité).	Peu d'établissements investis dans des démarches qualité et qualité environnementale.
Parc plutôt ancien (plus de 30% des hôtels ont plus de 30 ans) mais qui rajeunit : 40% du parc a moins de 10 ans.	Peu d'hôtels adhérent à un même regroupement.
	Rapport qualité/prix est mal perçu.
	Parc de résidences de tourisme assez restreint.

**Malgré des recompositions évidentes, l'hôtellerie des Bouches-du-Rhône reste encore un secteur «statique», qui pêche vraisemblablement par une adaptation pas assez rapide aux attentes nouvelles des marchés.**

**L'arrivée d'unités hôtelières haut de gamme à Marseille d'ici quatre ans pourrait en revanche doper le secteur.**

**L'hôtellerie de plein air**

On entend par camping un terrain destiné à l'accueil de tentes, de caravanes, de résidences mobiles de loisirs (dites mobil-home) et d'habitations légères de loisirs.

Le camping doit être pratiqué dans des terrains aménagés qui doivent être classés et obéit aux règles d'urbanisme dès lors que l'exploitant reçoit de façon habituelle plus de vingt campeurs.

**On distingue cinq types de campings :**

- **Le camping déclaré :** Une simple déclaration en mairie permet d'ouvrir un camping comportant au maximum 6 emplacements ou 20 personnes. L'équipement peut se limiter à un point d'eau, un lavabo et un W-C. Ils sont connus sous le nom de camping à la ferme.
- **Les aires naturelles :** ont été définies pour permettre aux agriculteurs de diversifier leurs revenus. Taille réduite : 25 emplacements sur 1 ha et une durée d'activité légale limitée à 6 mois par an.

- **Les campings classés** : Ils sont organisés depuis 1993 en camp de tourisme et camp de loisir.
    - Camp de tourisme : Plus de la moitié de leurs emplacements est destinée à la location à la nuitée, à la semaine, ou au mois pour une clientèle de passage.
    - Camp de loisir : Plus de la moitié des emplacements est destinée à une occupation généralement supérieure au mois par une clientèle qui n'y élit pas domicile.
- Une autre formule consiste à louer un emplacement nu pour une longue durée à une clientèle de proximité qui y vient passer ses week-ends.
- **Les camps de tourisme saisonniers** : cette procédure permet l'extension temporaire en haute saison de certains campings. La capacité est réduite à 120 emplacements sur 1.5 ha.
  - **Les parcs résidentiels de loisirs** : ces terrains sont aménagés pour l'accueil des Habitations Légères de Loisirs.

**La France est le seul pays à avoir des campings municipaux. Dans les autres pays européens, on a plutôt des campings associatifs.**

**SPOT** *L'hôtellerie de plein air substitue à la location d'emplacements nus, la mise à disposition de tentes équipées, caravanes, résidences mobiles et chalets (HLL), gage de résultats d'exploitation plus intéressants.*

### • Le poids économique du camping

En France, le chiffre d'affaires réalisé est de plus de 15 millions d'euros. Et si l'on ajoute le marché des véhicules de loisirs, des tentes et du matériel de camping, le secteur du camping, au sens le plus large, représente plus de 90 millions d'euros<sup>43</sup>. Le camping joue également un rôle important dans le secteur de l'emploi avec 11 000 salariés et 15 000 saisonniers<sup>44</sup>.

Dans les Bouches-du-Rhône, ce secteur représente 230 emplois salariés en moyenne sur l'année, et environ le double en haute saison. Cela représente 14.4% des emplois régionaux dans ce secteur. Il s'agit d'un emploi fortement saisonnier, le nombre de salariés étant 3.4 fois plus important en haute saison qu'en basse saison<sup>45</sup>.

**230 emplois en moyenne annuelle dans les Bouches-du-Rhône**  
**Une saisonnalité extrêmement marquée**

### □ Une offre abondante de qualité croissante

#### □□ En France<sup>46</sup>

La France compte 8 289 terrains de camping totalisant 924 378 emplacements. Ils réalisent 98 millions de nuitées par an. La France est le premier pays européen en matière d'offre et de clientèle accueillie en hôtellerie de plein air, et se place en deuxième position après les Etats-Unis.<sup>45</sup> L'hôtellerie de plein air représente environ 53% de la capacité d'accueil en hébergement marchand, soit 16% de l'offre touristique totale.

Depuis 10 ans, le parc évolue très légèrement à la baisse : entre 1994 et 2002, le nombre de terrains a diminué de 2.5% et le nombre d'emplacements de 1.1%. On remarque toutefois une légère hausse entre 2003 et 2004 du nombre total d'emplacements.

<sup>43</sup> Source : Fédération Française de Camping Caravaning - FFCC

<sup>44</sup> Source : FFCC

<sup>45</sup> Source : CDT des Bouches-du-Rhône / INSEE

<sup>46</sup> Source : L'hôtellerie classée et les campings classés en France : l'offre et la fréquentation en 2002. ONT-Ministère du tourisme – Collection Analyses et Perspectives du Tourisme

<sup>47</sup> Source : FFCC

Tout comme dans l'hôtellerie, la tendance est donc à une augmentation de la capacité moyenne par établissement. Celle-ci a augmenté de 1.6% en 10 ans. Le nombre d'emplacements de passage est en diminution régulière depuis une dizaine d'année au profit des emplacements «résidentiels» ou loués à l'année, qui représentent 18% des emplacements en 2002.

Près de la moitié des emplacements se concentrent dans 5 régions littorales dont Provence-Alpes-Côte-d'Azur (10.5% des emplacements). Le littoral regroupe près d'un emplacement sur deux, devant la campagne (1/3 des emplacements). Les campings littoraux sont caractérisés par une taille moyenne très importante (180 emplacements contre 111 pour l'ensemble des espaces touristiques).

Plus de 3 emplacements sur 5 appartiennent à des particuliers ou à une SARL. Cette part augmente régulièrement chaque année au détriment des collectivités territoriales.

38.9% des emplacements sont classés 2\* et 34.4% en 3\*. Cette part est en progression constante ces dernières années et les campings 3\* devraient être majoritaires d'ici quelques années.

**2ème place mondiale en matière d'offre, derrière les Etats-Unis**  
**Parc français à la baisse mais augmentation de la capacité moyenne par établissement**  
**Hausse du nombre de campings classés trois étoiles**  
**Un emplacement sur deux en France se trouve sur la côte**

□□ **En Provence-Alpes-Côte d'Azur<sup>48</sup>**

La région Provence-Alpes-Côte d'Azur compte 754 campings pour près de 97 000 emplacements. Le Var possède à lui seul 1/3 des terrains et près de la moitié des emplacements de la région. Les Bouches-du-Rhône ne représentent que 10% des terrains et 11% des emplacements de la région, offre sensiblement identique à celle des Alpes-de-Haute-Provence et des Hautes-Alpes.

L'offre régionale est dominée par les campings 2\* et 3\* qui représentent 71% des emplacements de la région.

**1/3 des terrains dans le Var, seuls 10% dans les Bouches-du-Rhône, comme dans les Alpes-de-Haute-Provence et les Hautes-Alpes**

□□ **Dans les Bouches-du-Rhône**

	1 étoile		2 étoiles		3 étoiles		4 étoiles		TOTAL	
	Ets	Empl.	Ets	Empl.	Ets	Empl.	Ets	Empl.	Ets	Empl.
Camargue	0	0	4	371	2	1360	1	448	7	2179
Marseille	0	0	22	2951	6	1291	1	713	29	4955
Provence	2	83	14	1001	19	2093	6	733	41	3910
<b>Département</b>	<b>2</b>	<b>83</b>	<b>40</b>	<b>4323</b>	<b>27</b>	<b>4744</b>	<b>8</b>	<b>1894</b>	<b>77</b>	<b>11044</b>

Ets : Nombre de campings, Empl.: Nombre d'emplacements

Le département compte 77 campings pour 11 044 emplacements, soit un accueil possible d'environ 33 132 personnes. Le camping représente 42% de la capacité d'accueil des hébergements marchands classés tourisme des Bouches-du-Rhône : il est le mode d'hébergement marchand le plus répandu dans le département, bien que le nombre de campings soit particulièrement bas, notamment par rapport aux départements voisins (300 campings dans le Var).

Plus de la moitié des campings sont classés en 2\*, 35% en 3\*, le reste en 1\* ou 4\*. La part des campings 1\* est particulièrement faible (2 campings).

<sup>48</sup> Source : Insee, Direction du Tourisme, Partenaires régionaux

La taille moyenne dans les campings des Bouches-du-Rhône est de 143 emplacements, elle est supérieure à la moyenne française qui est de 111 emplacements.

Moins d'un tiers des campings sont ouverts toute l'année, près de 90% sont ouverts au moins 6 mois. Un tiers des campings proposent des mobil-homes et près de la moitié des campings sont équipés d'une piscine privée.

Un quart des emplacements du département est loué à l'année. Ce type de pratique se rencontre surtout sur la Côte Bleue (Martigues) et autour des rives de l'Etang de Berre. Il existe des campings dont les emplacements réservés aux touristes sont marginaux.

A noter l'existence de 2 campings à la ferme, proposant chacun 6 emplacements.

53% des campings et 35% des emplacements sont situés sur le territoire «Provence», 38% des campings et 45% des emplacements sont situés sur le territoire «Marseille», et 9% des campings et 20% des emplacements sont situés sur le territoire «Camargue».

On constate une taille moyenne de camping très importante en Camargue avec 311 emplacements par camping contre 171 emplacements sur le territoire Marseille et 95 emplacements sur le territoire Provence.

#### **Le camping dans les Bouches-du-Rhône, c'est :**

- **Le 1er mode d'hébergement marchand (37% des capacités d'accueil).**
- **Une taille de campings plus importante qu'ailleurs**
- **1/3 des campings louent des mobil-homes**
- **Des emplacements loués pour un quart à l'année**
- **L'absence criante d'équipement à Marseille...**

#### **□□ De 1996 à 2004, une offre revue à la baisse**

Le nombre de campings dans les Bouches-du-Rhône continue la lente diminution amorcée depuis 15 ans environ. Ainsi, entre 1996 et 2004, le nombre de campings est passé de 84 à 77, soit une diminution de 9%. Les emplacements ont également diminué de 9% passant de 12 178 emplacements en 1996 à 11 044 en 2004.

La structure du parc a globalement peu évolué au cours des dernières années dans la mesure où le classement des campings ne varie pratiquement pas.

**Depuis 1996, nombre de campings en baisse de 9%**  
**Baisse des emplacements de 9%**

#### **□□ Des prix un peu supérieurs à la moyenne nationale**

Les campings, du fait de leur configuration, ont beaucoup de tarifs. Ainsi, selon qu'il s'agisse de tente, de caravane, ou de mobil-home, le prix de l'emplacement n'est pas le même. Par ailleurs, de nombreux campings proposent aujourd'hui des forfaits tente, ou des forfaits caravane qui sont parfois pour 2 personnes, parfois pour 3, qui incluent ou pas la voiture. Pour ce qui est du tarif par adulte, hors forfait et hors emplacement, la moyenne dans les Bouches-du-Rhône est de 3.80 €. Les prix les plus bas sont à 2 €, les plus élevés étant à 7 €.

Pour une famille de 4, on peut évaluer le tarif à 15.20 €/jour.

Au niveau national, le prix moyen d'un emplacement pour 2 adultes et 2 enfants est de 10.54€/jour.

#### □□ Des campings au 2/3 fédérés dans des groupements professionnels:

70% des campings sont adhérents au Syndicat National de l'Hôtellerie de Plein Air.

#### □□ Accessibilité, qualité et environnement : des efforts timides

##### • Démarche qualité :

En 2004, on compte environ 780 campings adhérents à la marque Camping Qualité répartis sur 20 régions françaises.

Dans les Bouches-du-Rhône, 21 campings ont reçu le label Camping Qualité, soit 27% du parc.

##### • Label tourisme et handicap :

Jusqu'en août 2004, plus de 700 sites ont été labellisés sur l'ensemble du territoire français, dont 4% de campings. Dans les Bouches-du-Rhône, le programme de développement du label est en œuvre depuis 2003

Quelques campings du département s'intéressent à la démarche.

##### • Démarche environnementale :

Sur la base du Pavillon Bleu, la Clé Verte est un label de gestion environnementale pour l'hébergement touristique. Créé au Danemark pour les hôtels en 1996, The Green Key, le label fut adapté par la Fondation pour l'Education à l'Environnement en Europe en 1998 aux campings français, en collaboration avec la Fédération Française de Naturisme. Ce label est aujourd'hui présent dans 36 départements français pour un total de 75 établissements.

Dans les Bouches-du-Rhône, un seul établissement est labellisé Clé Verte. (6 dans l'Hérault, 3 dans le Var, 2 dans le Gard, le Vaucluse et les Alpes-de-Haute-Provence).

Par ailleurs, dans les Bouches-du-Rhône, la CRCI, en collaboration avec les CCI, le Conseil Régional et l'ADEME Provence Côte d'Azur propose depuis 2003 aux entreprises de tourisme, hébergement ou centre d'accueil de loisirs, une démarche qualité environnementale : sensibilisation, information, audit, conseil et formation, valorisation. Six campings des Bouches-du-Rhône sont à ce jour entrés dans la démarche.

#### □ Demande : des taux d'occupation perfectibles

On estime que 5 millions de Français et près de 2 millions d'étrangers passent leurs vacances en camping en France<sup>49</sup>. Environ 1.3 million de nuitées est enregistré chaque année dans les campings du département, soit 10% des nuitées régionales.

A titre de comparaison, le Var, qui des départements parmi les plus fréquentés par les campeurs, enregistre quant à lui près de 7 millions de nuitées.

Dans les Bouches-du-Rhône, le taux d'occupation moyen pour les emplacements réservés aux touristes a été de 41% de juin à septembre 2003.

En France, la fréquentation étrangère est dominée par les Pays-Bas, l'Allemagne, le Royaume-Uni et l'Irlande, la Belgique et le Luxembourg. Dans les Bouches-du-Rhône, les 3 premières clientèles étrangères sont les Néerlandais, les Allemands et les Belges.

**Bouches-du-Rhône : 1,3 millions de nuitées par an**  
**Var : 7 millions de nuitées par an**  
**Premières clientèles étrangères : Néerlandais, Allemands, Belges.**

<sup>49</sup> Source : Fédération Française de Camping et de Caravaning

**Atouts et faiblesses du camping dans les Bouches-du-Rhône**

Atouts	Faiblesses
Un parc d'Hôtellerie de Plein-Air représente la moitié des lits marchands du département.	Offre relativement faible par rapport à nos voisins (Var et Languedoc-Roussillon).
Près de 70% des gestionnaires de campings du département sont adhérents au Syndicat de l'Hôtellerie de Plein Air.	Parc en diminution constante en terme de terrains et d'emplacements.
	Répartition sur le territoire très inégale.
	Problèmes de sécurité : zones inondables ou à fort risque d'incendie.
	Faible part des campings (27%) impliquée dans la démarche qualité.
	Un seul camping entré dans une démarche qualité environnementale (Clé Verte).
	Camping sauvage en Camargue (notamment sur les plages des Salins de Giraud).
	Le rapport qualité/prix mal perçu par la clientèle touristique et résidente.
	Et pas de camping à Marseille...

**Les locations saisonnières**

Cette catégorie d'hébergement se distingue des hébergements marchands classiques : elle est la plupart du temps gérée par des acteurs qui ne sont pas des professionnels du tourisme mais des propriétaires de biens immobiliers souhaitant dégager des revenus de leurs biens<sup>50</sup> Il est par conséquent bien plus difficile, voire impossible, de connaître le poids économique de ce secteur en terme de chiffres d'affaires ou d'emplois.

Le label Gîtes de France, principal label de meublés et de chambres d'hôtes, représente en France 42 000 propriétaires pour 55 000 hébergements. 30 millions de journées de vacances y sont réalisées, pour un chiffre d'affaires direct de plus de 150 millions d'euros et un apport à l'économie des régions de 450 millions d'euros, dont un tiers en devises. Ils représentent également 100 millions d'euros investis en rénovation du patrimoine bâti<sup>51</sup>.

Dans les Bouches-du-Rhône, les auberges de jeunesse, les centres et villages de vacances, les chambres d'hôtes et les gîtes comptent 1 000 emplois salariés en moyenne sur l'année, soit 14.6% des emplois régionaux dans ce secteur et 3% des emplois salariés touristiques des Bouches-du-Rhône.

Par ailleurs, on peut estimer le chiffre d'affaires global des meublés Gîtes de France dans les Bouches-du-Rhône à quelques 2.6 millions d'euros.

<sup>50</sup> Est dite loueur professionnel la personne qui est obligatoirement inscrite au registre du commerce et des sociétés (RCS) au titre de cette activité de location, et disposer de recettes de location meublée supérieures à 23 000 euros, ou représentant plus de 50 % de son revenu global. Les locations en meublé saisonnières sont considérées comme non professionnelles dès lors qu'elles concernent des loueurs non inscrits au RCS ou inscrits au RCS mais dont les revenus de meublés sont inférieurs ou égaux à 23 000 et inférieurs à leurs autres revenus.

<sup>51</sup> Source : Fédération Nationale des Gîtes de France

**SPOT** *Un poids économique difficile à connaître.  
2 labels principaux en France : Gîtes de France et Clévacances.  
Villages de vacances, Chambres d'hôtes et gîtes comptent 1 000 emplois dans les Bouches-du-Rhône, 3% des emplois salariés touristiques.*

**□ Une offre marquée par l'importance des labels**

**□□ Les meublés de tourisme en France<sup>52</sup>**

Au 1er janvier 2004, la France compte 151 376 meublés classés, dont 27.5% sont en Rhône-Alpes, 14% en PACA, 11.3% en Aquitaine et 7.8% en Languedoc-Roussillon. 42 359 meublés sont labellisés Gîtes de France et 23 510 meublés sont labellisés Clévacances, les deux principaux labels en matière de meublés touristiques. Ces meublés labellisés représentent quasiment la moitié de l'offre de meublés française.

**150 000 meublés classés en France, près de la moitié labellisés, dont 28% labellisés Gîtes de France et 15% labellisés Clévacances.**

**□□ Les meublés de tourisme en Provence-Alpes-Côte d'Azur<sup>53</sup>**

La région PACA compte 21 126 meublés touristiques classés au 1er janvier 2004, ce qui représente 14% de l'offre nationale et place la région au 2ème rang en terme d'offre de meublés derrière Rhône-Alpes.

En PACA, 3 762 meublés sont labellisés Gîtes de France, soit 18% des meublés tourisme et 241 meublés sont labellisés Clévacances, soit 1% de l'offre de meublés.

Seuls les départements des Bouches-du-Rhône et des Alpes-de-Haute-Provence proposent le label Clévacances.

**21 000 meublés en Provence Côte d'Azur, 14% de l'offre nationale, deuxième région française.**

**□□ Les meublés de tourisme dans les Bouches-du-Rhône : à la recherche des labels...**

**SPOT** *Les Bouches-du-Rhône comptent 1 103 meublés classés tourisme. 4 % seulement sont labellisés Clévacances, 25% sont labellisés Gîtes de France, ce qui est inférieur dans les deux cas à la moyenne nationale.  
Une majorité de meublés en moyenne gamme.  
L'offre se situe pour moitié sur le territoire «Provence».*

Au 1er janvier 2004, le département comptait 1 103 meublés classés tourisme pouvant accueillir 4 780 personnes.

	1 étoile		2 étoiles		3 étoiles		4 étoiles		5 étoiles		TOTAL	
	Ets	Pers.	Ets	Pers.	Ets	Pers.	Ets	Pers.	Ets	Pers.	Ets	Pers.
Camargue	4	18	139	557	54	264	4	31	0	0	201	870
Marseille	18	61	224	847	94	402	19	114	0	0	355	1424
Provence	10	42	275	1119	206	961	52	340	4	24	547	2486
<b>Département</b>	<b>32</b>	<b>121</b>	<b>638</b>	<b>2523</b>	<b>354</b>	<b>1627</b>	<b>75</b>	<b>485</b>	<b>4</b>	<b>24</b>	<b>1103</b>	<b>4780</b>

Ets : Nombre de meublés, Pers. : capacité d'accueil en personnes

La majorité des structures et de la capacité d'accueil est classée 2\*, un tiers est classé 3\*, 7% des structures et 10% des capacités sont classées 4\*. Seules 4 structures sont labellisées en 5\*.

<sup>52</sup> Source : Mémento du tourisme – Direction du tourisme – Edition 2004

<sup>53</sup> Source : Mémento du tourisme – Direction du tourisme – Edition 2004.

La moitié des structures et de la capacité d'accueil est située sur le territoire «Provence». Le territoire «Marseille», quant à lui comprend 32% des structures et 30% des capacités d'accueil, le territoire «Camargue» n'offrant que 18% des structures et 18% des capacités d'accueil.

Comme en France, l'offre de meublés est qualifiée dans les Bouches-du-Rhône par les deux principaux labels reconnus par le Ministère délégué au Tourisme : Clévacances et les Gîtes de France.

### □ □ Les meublés Clévacances : un label récent encore peu présent

Afin de qualifier l'offre locative dans le département, le CDT a décidé d'adhérer fin 2000 au label Clévacances, permettant ainsi de proposer une offre complémentaire à celle de Gîtes de France.

En effet, Clévacances peut s'appliquer aux hébergements situés dans des communes urbaines, ainsi qu'à des hébergements ruraux mais non situés sur des exploitations agricoles.

Au 1er janvier 2004, l'offre Clévacances est la suivante :

	1 clé		2 clés		3 clés		4 clés		TOTAL	
	Ets	Pers.	Ets	Pers.	Ets	Pers.	Ets	Pers.	Ets	Pers.
Camargue	0	0	1	2	2	8	0	0	3	10
Marseille	0	0	11	42	1	5	2	14	14	61
Provence	1	5	20	75	7	30	2	12	30	122
<b>Département</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>32</b>	<b>119</b>	<b>10</b>	<b>43</b>	<b>4</b>	<b>26</b>	<b>47</b>	<b>193</b>

Ets : Nombre de meublés, Pers. : capacité d'accueil en personnes

68% du parc et 62% des capacités d'accueil sont des hébergements labellisés en 2 clés. 21% du parc et 22% des capacités sont labellisés en 3 clés. Les deux tiers des meublés et de leur capacité d'accueil sont situés sur le territoire «Provence».

#### • Le positionnement tarifaire des meublés Clévacances

En France, les prix moyens sont assez différents selon que l'on se situe sur le littoral ou pas et selon les départements : les Landes, les Pyrénées-Atlantiques, les Pyrénées-Orientales, les Côtes d'Armor ont des tarifs plus élevés sur le littoral, alors que le Gard, la Haute-Corse et les Bouches-du-Rhône présentent des prix plus élevés en arrière-pays.

Les tarifs des meublés des Bouches-du-Rhône semblent se situer au-dessus des prix moyens observés dans les autres destinations, qu'elles soient littorales ou en arrière-pays, avec toutefois un écart plus important en arrière-pays.

Alors que le prix moyen constaté sur le littoral des Bouches-du-Rhône est de 686 €<sup>54</sup>, il est de 576 € en moyenne sur d'autres départements similaires<sup>55</sup>. Dans l'arrière-pays, le prix moyen est de 766 € contre 537 € dans les autres départements.

***Un prix moyen par semaine supérieur aux autres régions, que ce soit en littoral ou dans l'arrière-pays.***

<sup>54</sup> Ce prix moyen en euros représente le tarif maximum pour une semaine de location.

<sup>55</sup> Landes, Pyrénées Atlantiques, Pyrénées Orientales, Gard, Haute Corse et Côtes d'Armor

### Les meublés Gîtes de France

Depuis plus de 20 ans, le département des Bouches-du-Rhône a adhéré au label Gîtes de France.

Le parc des Gîtes de France des Bouches-du-Rhône se compose au 1er janvier 2004 de la façon suivante :

	1 épi		2 épis		3 épis		TOTAL	
	Ets	Pers.	Ets	Pers.	Ets	Pers.	Ets	Pers
Camargue	1	5	20	102	13	64	34	171
Marseille	0	0	6	21	0	0	6	21
Provence	7	27	144	625	88	421	239	1073
<b>Département</b>	<b>8</b>	<b>32</b>	<b>170</b>	<b>748</b>	<b>101</b>	<b>485</b>	<b>279</b>	<b>1265</b>

Ets : Nombre d'établissements, Pers. : Nombre de personnes maximum pouvant être accueillies

Les Bouches-du-Rhône comptent 279 gîtes ruraux labellisés Gîtes de France, pouvant accueillir 1 265 personnes.

Les établissements 2 épis dominent, représentant 61% des gîtes et 60% des capacités d'accueil. Les gîtes 3 épis représentent quant à eux 36% des gîtes et 38% des capacités d'accueil. Les gîtes 1 épi représentent moins de 3% du parc, soit 8 structures.

C'est sur le territoire « Provence » que se situe la majorité des gîtes de France (86% des structures et 85% des capacités d'accueil). Le parc des gîtes est resté très stable entre 1997 et 2004, le nombre de gîtes passant de 275 gîtes à 279 (+1%), le nombre de personnes susceptibles d'être accueillies passant de 1 307 à 1 265, soit une baisse de 3%.

Lors des dernières années, on a constaté une montée en gamme des Gîtes de France. Ainsi, en 1989, les gîtes 3 épis ne représentaient que 10% du parc. Il sont passés à 27% en 1996 et représentent aujourd'hui 36% du parc.

**SPOT** *Les 2 épis représentent 60% de l'offre, mais les 3 épis sont en nette progression depuis 15 ans (10% en 1989, 36% aujourd'hui). 85% de la capacité d'accueil se trouve sur le territoire «Provence». Le territoire Marseille est encore très déficitaire en meublés tourisme.*

#### Le positionnement tarifaire des Gîtes de France

En France, le prix moyen d'une semaine de location d'un meublé labellisé Gîtes de France est de 230 € en hors saison et de 350 € en haute-saison<sup>56</sup>. Dans les Bouches-du-Rhône, il s'établit en moyenne à 358 € en basse saison et 517 € en haute saison.

Pour l'ensemble des meublés de tourisme, incluant Clévacances et Gîtes de France, les prix moyens en basse saison s'établissent à 384 € et en haute saison à 769 €.

**Des prix moyens à la semaine près de 50 % supérieurs à la moyenne nationale...**

### Le label Tourisme et Handicap : démarrage en 2004

Jusqu'en août 2004, plus de 700 sites ont été labellisés sur l'ensemble du territoire français, dont 16% de meublés (tous labels confondus). Dans les Bouches-du-Rhône, le programme de développement du label est en œuvre depuis 2003. En 2004, de nombreux meublés ont formulé des demandes d'évaluation auprès de la cellule départementale du label Tourisme et Handicap.

<sup>56</sup> Sources : Gîtes de France

□ Une demande surtout familiale

On ne dispose pas d'informations spécifiques sur la clientèle des meublés touristiques d'une manière générale, ni sur celle des Clévacances en particulier. En revanche, la clientèle fait l'objet d'un suivi minutieux chez les Gîtes de France.

La clientèle Gîtes de France est familiale, composée de couples de 25 à 44 ans avec deux enfants de moins de 15 ans, citadins, propriétaires de leur habitation, français pour 80% d'entre eux (première clientèle étrangère, les Britanniques). 50% des clients sont cadres moyens ou supérieurs, professions libérales, 18% sont des employés. S'ils sont fidèles au concept, seulement 15% d'entre eux reviennent régulièrement dans le même gîte, tandis que 72% changent de région chaque année. La durée moyenne de location sur l'ensemble du territoire français est de 17 semaines par an. Elle est de 1,5 semaine par séjour et le taux d'occupation moyen sur l'année (rapport nombre de semaines louées/période d'ouverture) est de 40%.<sup>57</sup>

Dans les Bouches-du-Rhône<sup>58</sup>, la fréquentation des gîtes ruraux est observée à partir des gîtes en réservation qui représente près de 70% du parc. Elle est observée de juin à septembre. En 2003, les Gîtes de France du département ont enregistré un taux d'occupation de 76% sur l'ensemble de la saison estivale, avec des pointes à 94% en juillet et en août. Ce sont les gîtes 3 épis qui sont les plus fréquentés. La durée moyenne de location est de 22.5 semaines dans les Bouches-du-Rhône, elle est supérieure à celle qui est constatée sur l'ensemble du territoire français (17 semaines).

La clientèle française représente 2/3 des nuitées totales des gîtes. Parmi la clientèle étrangère, les Belges et les Allemands prédominent. Dans l'ensemble, la clientèle des gîtes est fidèle, elle a souvent connu la formule par le bouche à oreille ; elle est à la recherche d'absence de contraintes, souhaite découvrir une région et est sécurisée par le label.

**SPOT** *Il la clientèle type d'un meublé Gîtes de France est familiale. C'est un couple jeune, avec deux enfants, français, pour moitié cadres. La fidélité au concept est forte, mais faible pour le même gîte. L'occupation moyenne par séjour est de 1,5 semaine.*

*Dans le département, le taux d'occupation en 2003 sur la saison estivale était de 76%. Le remplissage est proche du maximum en juillet et août. Les 3 épis sont les plus fréquentés et la durée de séjour est un peu plus longue que la moyenne nationale. Les Français représentent les 2/3 de la clientèle.*

□ Atouts et faiblesses du département

Atouts	Faiblesses
Parc classé tourisme en développement constant.	Offre assez peu qualifiée : 25% du parc labellisé Gîtes de France 4% du parc labellisé Clévacances.
Grandes possibilités d'amélioration de la qualité car parc peu labellisé.	Parc susceptible d'entrer en concurrence avec les départements voisins où l'offre labellisée est plus développée.
Parc Gîtes de France de qualité et confort croissant.	Activité très concentrée sur juillet, août et sur certaines périodes de vacances scolaires.
Antenne Clévacances dans les Bouches-du-Rhône depuis 2000.	Tarifs supérieurs à ceux pratiqués dans d'autres destinations françaises.

<sup>57</sup> Source : Fédération Nationale des Gîtes de France

<sup>58</sup> Source : Gîtes de France - CDT Bouches-du-Rhône

## Les chambres d'hôtes

À l'instar des meublés, cette catégorie d'hébergement se distingue des hébergements marchands classiques car elle est détenue par des acteurs qui ne sont pas des professionnels du tourisme mais des propriétaires de biens immobiliers souhaitant dégager des revenus de leurs biens.

Le label Gîtes de France, principal label de meublés et de chambres d'hôtes, représente en France 42 000 propriétaires pour 55 000 hébergements. 30 millions de journées de vacances y sont réalisées, pour un chiffre d'affaires direct de plus de 150 millions d'euros et un apport à l'économie des régions de 450 millions d'euros, dont un tiers en devises. Ils représentent également 100 millions d'euros investis en rénovation du patrimoine bâti.<sup>59</sup>

Dans les Bouches-du-Rhône, les auberges de jeunesse, les centres et villages de vacances, les chambres d'hôtes et les gîtes comptent 1 000 emplois salariés en moyenne sur l'année, soit 14.6% des emplois régionaux dans ce secteur et 3% des emplois salariés touristiques des Bouches-du-Rhône.

**SPOT** *Les chambres d'hôtes se distinguent des meublés de tourisme par la possibilité de locations à la journée et l'offre complémentaire, souvent, de prestations restauration (table d'hôtes).*

### □ Une offre nationale dominée par le label Gîtes de France

#### □□ Les chambres d'hôtes en France<sup>60</sup>

Au 1er janvier 2004, 31 013 chambres d'hôtes sont labellisées, dont 87% sont labellisées Gîtes de France, 9% sont labellisées Clévacances et 4% sont labellisées Fleurs de Soleil. Ces trois labels sont les seuls reconnus pour les chambres d'hôtes par le Ministère Délégué au Tourisme. Les régions Bretagne, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Midi-Pyrénées et Rhône-Alpes sont les plus fortement pourvues en chambres d'hôtes labellisées, chacune de ces régions disposant à la location de 2 500 à plus de 3 000 structures.

**31 000 chambres d'hôtes en France, 87% labellisées Gîtes de France**

#### • Les chambres d'hôtes en Provence-Alpes-Côte d'Azur<sup>61</sup>

La région Provence-Alpes-Côte d'Azur compte 2 842 chambres d'hôtes dont près de 80% sont labellisées Gîtes de France, 0.6% des chambres sont labellisées Clévacances et moins de 20% sont labellisées Fleurs de Soleil.

**Paca est l'une des quatre régions françaises les plus labellisées.**

#### • Les chambres d'hôtes dans les Bouches-du-Rhône : où sont les labels ?

**400 chambres d'hôtes dans les Bouches-du-Rhône, 60% non labellisées.**

Dans le département, 398 structures sont recensées comme des chambres d'hôtes. Certaines sont labellisées Gîtes de France, d'autres Fleurs de soleil, mais la grande majorité (près de 60%) ne font partie d'aucun label.

#### • Les gîtes de France

	1 épi			2 épis			3 épis			4 épis			Total		
	Ets	Ch.	Pers	Ets	Ch.	Pers	Ets	Ch.	Pers	Ets	Ch.	Pers	Ets	Ch.	Pers
Camargue	0	0	0	4	10	28	2	6	18	0	0	0	6	16	46
Marseille	0	0	0	2	2	5	1	1	2	0	0	0	3	3	7
Provence	1	3	7	22	50	120	55	144	357	4	9	26	82	206	510
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>28</b>	<b>62</b>	<b>153</b>	<b>58</b>	<b>151</b>	<b>377</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>26</b>	<b>91</b>	<b>225</b>	<b>563</b>

Ets : Nombre d'établissement, Ch. : Nombre de chambres d'hôte, Pers. : Nombre de personnes

<sup>59</sup> Source : Fédération Nationale des Gîtes de France

<sup>60</sup> Source : Mémento du tourisme – Ministère du Tourisme – 2004

<sup>61</sup> Source : Mémento du tourisme – Ministère du Tourisme – 2004

Le département des Bouches-du-Rhône compte 91 structures labellisées Gîtes de France qui permettent d'accueillir 563 personnes. Ce mode d'hébergement a pris beaucoup d'essor ces dernières années, avec un parc qui a plus que doublé en 10 ans. 67% de l'offre en chambre d'hôtes est classée 3 épis (elle ne représentait que 50% il y a 10 ans). Plus de 90% de l'offre se situe dans le territoire «Provence».

Le prix moyen d'une chambre d'hôtes labellisée Gîtes de France varie de 64 € en basse saison à 69 € en haute saison, avec le plus bas prix proposé à 37 € et le plus haut à 174 €. Les chambres d'hôtes non labellisées pratiquent des tarifs plus élevés, allant de 65 € en basse saison à 76 € en haute saison. Le prix le plus bas constaté est de 37 €, le plus haut est de 330 €. Le prix moyen constaté pour l'ensemble des chambres d'hôtes Gîtes de France est de 40 € la nuit pour deux personnes, petit déjeuner inclus.

**SPOT** *À l'image de l'ensemble du produit, les chambres d'hôtes Gîtes de France ont connu un essor rapide ces dernières années. Le retard était important et le reste encore aujourd'hui, comparé à d'autres régions littorales françaises. Il est d'ailleurs significatif de constater que 90% de l'offre Gîtes de France se situe sur le territoire Provence. La franche côtière accuse un net retard d'équipement. Le prix moyen dans les Bouches-du-Rhône est supérieur à la moyenne nationale.*

- **Les chambres d'hôtes Fleurs de Soleil : un label qui prend ses marques**

	Ets	Ch.	Pers
Camargue	1	2	4
Marseille	17	33	84
Provence	58	155	375
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>190</b>	<b>463</b>

76 chambres d'hôtes sont labellisées Fleurs de Soleil. Ces établissements sont situés prioritairement sur le territoire «Provence».

Le prix moyen d'une chambre d'hôtes labellisée Fleurs de soleil varie de 71€ en basse saison à 82€ en haute saison, avec le plus bas prix proposé à 37 € et le plus haut à 174 €. Pour ce qui est des chambres d'hôtes non labellisées, on constate des tarifs allant de 65 € en basse saison à 76 € en haute saison. Le prix le plus bas constaté est de 37 €, le plus haut de 330 €.

- **Le label tourisme et handicap : tout reste à faire !**

Jusqu'en août 2004, plus de 700 sites ont été labellisés sur l'ensemble du territoire français, dont 3% de chambres d'hôtes. Dans les Bouches-du-Rhône, le programme de développement du label est en œuvre depuis 2003, aucune chambre d'hôtes n'est à ce jour labellisée Tourisme et Handicap.

### □ **Caractéristiques de la demande**

On ne dispose pas d'information sur la clientèle des chambres d'hôtes d'une manière générale, ni sur celle des Clévacances.

En ce qui concerne les Gîtes de France, la clientèle est composée majoritairement de couples sans enfant, âgés de 35 à 64 ans, propriétaires de leur maison, français pour 70% d'entre eux (1<sup>ère</sup> clientèle étrangère, les Belges). 49% sont cadres moyens ou supérieurs, professions libérales, 26% sont retraités. S'il s'agit surtout de courts séjours, on peut noter qu'un client sur deux prolonge son séjour une fois sur place. En outre, le développement récent des chambres familiales devrait progressivement élargir la structure de la clientèle.

La durée moyenne de location est de 14 semaines par an et 3 nuits par séjour pour l'ensemble du territoire français<sup>62</sup>.

<sup>62</sup> Source : Fédération Nationale des Gîtes de France

Dans les Bouches-du-Rhône, la fréquentation des chambres d'hôtes est observée de juin à septembre. En 2003, les chambres d'hôtes Gîtes de France ont enregistré un taux d'occupation moyen pour l'ensemble de la saison de 62%, les plus forts niveaux d'activité étant atteint très logiquement en juillet et surtout en août<sup>63</sup>.

**SPOT** *Le client type d'une chambre d'hôtes (données Gîtes de France) est un couple jeune et sans enfant. Il est français à 70%, cadre à 50% et réserve pour des courts séjours. Il peut prolonger une fois sur place. La durée moyenne de séjour est de 3 nuits. Dans les Bouches-du-Rhône, le taux d'occupation pour la saison 2003 était de 62%.*

### Atouts et faiblesses du département

Atouts	Faiblesses
Parc en développement constant.	Catégorie d'hébergement ne répondant à aucune réglementation.
Grandes possibilités d'amélioration de la qualité, car parc peu labellisé.	Hébergement souvent utilisé pour rentabiliser un investissement immobilier, entraînant parfois un manque de professionnalisme des propriétaires.
Parc Gîtes de France en qualité et en confort.crois-sants.	Offre peu qualifiée : 23% du parc labellisé Gîtes de France 19% du parc labellisé Fleurs de Soleil.
	Parc pouvant entrer en concurrence avec les départements voisins où l'offre labellisée est plus développée.
	Activité concentrée sur juillet, août et sur certaines périodes de vacances scolaires.
	Tarifs supérieurs à ceux pratiqués dans d'autres destinations françaises.

## La restauration

La restauration regroupe d'une part la restauration commerciale avec les restaurants traditionnels, les cafés restaurants, les restaurants à thème, les restaurants rapides à l'anglo-saxonne et à la française et les cafétérias et d'autre part la restauration collective.

Un restaurant de tourisme est une entreprise commerciale de restauration dont la clientèle est principalement touristique et qui peut être exploitée toute l'année en permanence ou seulement en période saisonnière. L'établissement est dit «restaurant saisonnier» lorsque l'ouverture n'excède pas une durée de neuf mois par an fractionnée en une ou plusieurs périodes. Le service ainsi que le paiement sont effectués à table pour une clientèle assise.

La branche restauration génère près de la moitié de la valeur ajoutée des entreprises caractéristiques du tourisme. Elle est un secteur dynamique en terme d'activité et de création d'emplois.

Dans les Bouches-du-Rhône, la restauration comptabilise en moyenne 9 000 emplois salariés sur l'année. C'est indéniablement le plus gros employeur du secteur touristique. Dans notre département, l'activité saisonnière dans ce secteur est assez peu marquée, la restauration employant 8 500 personnes en basse saison et près de 10 000 en haute saison. Les Bouches-du-Rhône comptent 30% de l'emploi régional dans ce secteur<sup>64</sup>.

**La restauration est le plus gros employeur du secteur touristique dans les Bouches-du-Rhône, avec en moyenne 9 000 emplois.**

<sup>63</sup> Source : CDT des Bouches-du-Rhône / Gîtes de France

<sup>64</sup> Source : CDT des Bouches-du-Rhône / INSEE

#### □ Une offre abondante et très inégale

#### □ □ La restauration en France : établissements traditionnels contre restauration rapide

On compte plus de 120 000 établissements de restauration commerciale en France. La seule restauration traditionnelle représente environ 60% de ces établissements. A noter qu'au 1<sup>er</sup> janvier 2003, il existait 3 400 restaurants classés «tourisme»<sup>65</sup>. La restauration commerciale regroupe plus de la moitié des entreprises caractéristiques du tourisme, 15% des entreprises de services et environ 1 entreprise française sur 20.

Le nombre d'entreprises dans la restauration a augmenté de près de 20% en 5 ans, en raison du fort développement de la restauration rapide. La progression de la restauration traditionnelle est quant à elle très modérée voire en phase de stabilisation. Les chaînes de restaurants (restauration traditionnelle et rapide) représentent 5% des établissements, mais servent près d'un tiers des repas français.

Ces dernières années, la restauration française est confrontée à deux problèmes majeurs : la mise en place de la réduction du temps de travail et la TVA à 5.5%. Toutefois, la principale difficulté des restaurateurs reste de trouver du personnel qualifié et de le garder.

**Focus : Croissance forte de la restauration rapide.  
Stabilisation de la restauration traditionnelle.  
Gros problèmes de recrutement dans la profession.**

#### □ □ Dans les Bouches-du-Rhône : diversité de choix, prix moyens, peu d'adresses très prestigieuses

1 454 restaurants sont répertoriés dans la banque de données touristiques départementale. Un tiers d'entre eux propose de la cuisine traditionnelle, 19% des spécialités provençales, 6% des spécialités de poissons et fruits de mer. Pour les autres, on constate une très grande diversité de spécialités des cultures du monde. 17% sont des restaurants d'hôtels.

Ils se répartissent sur les trois territoires des Bouches-du-Rhône de la façon suivante : 11% en Camargue, 40% sur le territoire «Marseille» et 49% sur le territoire «Provence».

Seuls 16 restaurants ont fait la démarche de se classer tourisme. Ces derniers proposent tous de la restauration traditionnelle à dominante provençale. Le prix moyen minimum d'un menu est de 21€ et le maximum est de 38 €.

145 établissements sont répertoriés dans au moins un guide gastronomique tel que le Michelin, le Bottin Gourmand, le Gault-Millau et le Champérad. Parmi eux, 27 sont considérés comme gastronomiques selon les critères suivants : 14 points au moins au Gault-millau et Champérad et 1\* au moins au Bottin-Gourmand et Michelin.

Seuls 3 établissements sont classés 2\* au guide Michelin, et il n'y a pas d'établissement classé 3\*.

**SPOT La moitié des établissements sur le territoire Provence  
Un prix moyen de repas de 21 €  
145 restaurants dans les guides gastronomiques, mais seuls 3 établissements 2\* au Michelin.**

#### □ □ Les démarches qualité dans la restauration : l'absence de label...

Depuis 1999, les Chambres de Commerce et d'Industrie ont initié des démarches qualité dans l'hôtellerie, l'hôtellerie de plein air et la restauration. A ce jour, 29 restaurants d'hôtels et 7 autres restaurants se sont engagés dans cette démarche qualité.

En France, un seul label est officiellement reconnu pour la restauration indépendante : «Restaurateurs de France». Créé par les restaurateurs eux-mêmes, il traduit la libre volonté professionnelle de faire progresser chaque établissement et, au delà, de faire reconnaître la qualité des restaurateurs les plus soucieux de leur métier.

<sup>65</sup> Source : Ministère Délégué au Tourisme

Sur l'ensemble du territoire, 400 restaurants sont labellisés Restaurateurs de France, dont 42 en région PACA. Le département des Bouches-du-Rhône ne compte à ce jour aucun restaurant labellisé «Restaurateur de France».

**Aucun restaurant labellisé «Restaurateur de France»...**

#### □□ La démarche qualité environnementale :

Dans les Bouches-du-Rhône, la CRCI, en collaboration avec les CCI, le Conseil Régional et l'ADEME PACA, propose depuis 2003 aux entreprises de tourisme, hébergement ou centre d'accueil de loisirs, une démarche qualité environnementale : sensibilisation, information, audit, conseil et formation, valorisation. Les domaines d'action concernent la gestion des déchets, de l'eau, des paysages et de l'énergie.

Un restaurant et trois restaurants d'hôtels des Bouches-du-Rhône participent aujourd'hui à la démarche.

#### □□ Le label Tourisme et Handicap : lent démarrage

Jusqu'en août 2004, plus de 700 sites ont été labellisés sur l'ensemble du territoire français, dont 10% de restaurants. Dans les Bouches-du-Rhône, le programme de développement du label est en œuvre depuis 2003. En 2004, des restaurateurs ont fait des demandes de dossier.

**10% de restaurants labellisés en France, aucun pour l'instant dans le département.**

#### □□ Le Conservatoire International des Cuisines Méditerranéennes : un concept régional

Le Conservatoire International des Cuisines Méditerranéennes est un réseau méditerranéen de défense et de promotion des cuisines méditerranéennes, animé par une structure basée dans les Bouches-du-Rhône. Dans chacun des états membres (Chypre, Espagne, France, Grèce, Israël, Italie, Liban, Palestine, Tunisie, Turquie...), des groupes locaux réunissent collectivités locales, organisations professionnelles, universités, personnalités, et regroupent décideurs publics, agriculteurs, formateurs, hôteliers, restaurateurs, critiques, experts, chercheurs, médecins, universitaires...

L'objectif est de «mettre en valeur et promouvoir le patrimoine culinaire des territoires méditerranéens» et «d'illustrer et défendre les cuisines et les produits méditerranéens dans le monde d'aujourd'hui, en encourageant un tourisme et une agriculture soucieuse de l'environnement».

Dans les Bouches-du-Rhône, 20 cuisiniers du pays d'Arles travaillent de façon régulière (et 30 de façon occasionnelle) avec le réseau du Conservatoire des Cuisines Méditerranéennes.

**20 cuisiniers du département impliqués.**

#### □ Atouts et faiblesses du département

Atouts	Faiblesses
Offre très diversifiée et qui maintient la tradition : près de la moitié des restaurateurs proposent une cuisine traditionnelle avec notamment des spécialités provençales.	Recrutement, formation du personnel et maintien des équipes en place difficiles.
Restaurants gastronomiques réputés.	Peu de volonté d'entrer dans des démarches qualité : aucun restaurateur n'est labellisé «Restaurateurs de France» dans les Bouches-du-Rhône.
Etablissements bien répartis sur le territoire départemental.	Peu d'établissements de très haut niveau (pas de restaurants 3* au Michelin).

## Les transports

### □ Le transport aérien

#### □□ La reprise du trafic<sup>66</sup> :

La crise du transport aérien français, marquée par une baisse du trafic depuis 2001, semble se résorber : le 1<sup>er</sup> semestre 2004 est en effet marqué par une forte reprise du trafic (+7.9%), due à une très forte hausse du trafic international (+10.8%) et une très légère reprise du trafic Paris-régions (+3.1%). Le trafic des liaisons inter-régions diminue (-9.1%).

Au départ de Paris, pour le 1<sup>er</sup> semestre 2004, Marseille est la 3<sup>ème</sup> destination en terme de flux de passagers derrière Nice et Toulouse.

Sur l'ensemble des destinations, et toujours pour le 1<sup>er</sup> semestre 2004, Marseille est le 6<sup>ème</sup> aéroport le plus fréquenté derrière ceux de Paris-Charles de Gaulle, Paris-Orly, Nice, Lyon et Toulouse. Il retrouve une forte croissance, supérieure à celle des autres aéroports, mais reste cependant très en dessous de la fréquentation de 2001 (-12% au cours de ce 1<sup>er</sup> semestre).

**SPOT** *La crise du transport aérien semble achevée. Au premier semestre 2004, le trafic international et Paris-Provence est reparti à la hausse. Marseille Provence est le 3<sup>ème</sup> aéroport français en flux de passagers, au départ de Paris. Sa fréquentation est cependant inférieure de 12% à celle de 2001.*

#### □□ Les compagnies «low-cost» : un phénomène en plein boom

En 1987, la Commission Européenne met en place un processus de réforme qui permet l'émergence des compagnies «low-cost» (à bas tarif) ; elle s'opposait pourtant à la majeure partie de ses états membres qui voulaient continuer à protéger leurs compagnies aériennes nationales de la concurrence.

Aujourd'hui, toute compagnie aérienne ayant un certificat de navigabilité valable dans l'Union Européenne peut opérer une liaison à l'intérieur du territoire de l'Union, y compris un vol entre deux villes d'un même pays tiers de l'Union.

##### • Une législation favorable a permis leur essor

Très vite, le marché a trouvé sa place dans le ciel européen ; l'exemple de la compagnie Easyjet, passée de 30 000 passagers transportés en 1995 à 23.3 millions en 2003, est significatif.

Le marché devrait poursuivre sa croissance, à la fois sur le transport aérien traditionnel et sur les «low cost» ; ces dernières compagnies devraient même connaître un taux de croissance beaucoup plus élevé. Un rapport publié en janvier 2000 par l'Université de Cranfield estime que les compagnies aériennes «low-cost» transportent actuellement 4% des passagers en Europe, sur les lignes intérieures et internationales, et que cette proportion va augmenter pour atteindre 12 à 15% en 2010<sup>67</sup>.

##### • De 4% du marché en 2000 à 15% en 2010...

En 2003, pour la 1<sup>ère</sup> fois, une compagnie «low cost», Easyjet, se hisse avec 3.2 millions de passagers à la 2<sup>ème</sup> place du marché français derrière Air France, et devant British Airways et Ryanair.

Face à ces nouvelles offres, les compagnies traditionnelles peinent à trouver la parade et leurs tentatives pour entrer sur ce marché ont souvent échoué. Les spécialistes l'expliquent par un manque de dynamisme et surtout par l'absence de culture d'entreprise nécessaire. Aussi, malgré les nouvelles grilles tarifaires des compagnies traditionnelles, ces dernières n'entrent pas réellement en concurrence avec les «low-cost».

<sup>66</sup> Source : La note de synthèse et d'actualité – Direction des transports aériens – DTA SDEEP – N°19 – Août 2004

<sup>67</sup> Source : Easyjet

### □□ TGV, premier concurrent, compagnies aériennes traditionnelles à la peine

En revanche, le Train à Grande Vitesse (TGV) est le premier concurrent des «low-cost» et le développement du réseau ferroviaire ne va qu'exacerber cette concurrence. Pour l'instant, les compagnies «low-cost» évitent de se concurrencer entre elles, les possibilités d'implantation étant encore importantes. Les «low-cost» ont démontré que la clientèle affaires n'est plus nécessaire pour une compagnie et qu'une clientèle de loisirs peut rentabiliser une liaison<sup>68</sup>.

Depuis le 30 avril 2004, une décision rendue par la Commission Européenne pourrait encore accélérer le développement. La Commission accepte en effet le principe d'aides au démarrage de nouvelles lignes, sous réserve que ces aides soient transitoires, de telle sorte que le développement des aéroports régionaux soit durablement assuré. Les gestionnaires d'aéroport ou les collectivités locales pourraient donc soutenir financièrement des compagnies dans le cas d'ouverture de nouvelles lignes.

### □□ En France, des taxes d'aéroport exorbitantes qui grèvent l'intérêt des low cost

Le développement des «low-cost» en France risque cependant de se heurter à des problèmes de prix : selon le directeur marketing de Ryanair, Carole Arnaud-Battandier, dans une tribune datée du 23/09/04, «la France est chère : faible croissance, déficits publics, chômage en hausse, prélèvements élevés, rigidités sociales, grèves paralysantes, coût des 35 heures, mainmise des syndicats. Ses aéroports aussi. Entre plusieurs choix de destinations pour un passager, l'aura de la France n'est plus le critère de choix. Le prix l'est... Un problème majeur concerne le montant des taxes, librement fixé par chaque état membre de l'Union Européenne... Etudions le montant des taxes gouvernementales de plus près : en France, elles sont 700% plus élevées par rapport à l'Espagne, plus 200% par rapport à l'Italie, plus 90% par rapport à l'Allemagne. Les prix des billets d'avion incluent bien entendu ces taxes. Les passagers, volatiles, recherchent maintenant des courts séjours agréables à des prix les plus bas possibles... Quid de la compétitivité des aéroports français face aux autres aéroports européens ?»

### □□ La création d'une ligne est une opportunité pour un territoire... mais elle a un coût

Une compagnie «low-cost» constitue une opportunité économique pour un territoire, mais son accueil a un coût: adaptation des installations aéroportuaires, amélioration de la desserte de l'aéroport, accompagnement marketing pour promouvoir la destination, information touristique sur place. La création d'une ligne peut inciter les prestataires touristiques à s'organiser pour valoriser leur destination. La Touraine a par exemple créé un club de promotion qui a mis en place une stratégie marketing adaptée aux nouveaux modes de consommation liés au développement des «low cost» (information touristique, création d'un site Internet avec proposition de séjours thématiques, offres spéciales...)<sup>69</sup>.

**SPOT** *Les compagnies low cost sont le nouveau phénomène du transport aérien. Leur succès démontre qu'une compagnie peut exister avec une clientèle exclusivement loisirs. Pour les territoires desservis, c'est une formidable opportunité d'accueillir, du jour au lendemain, de nouveaux touristes. Mais le vol seul ne suffit pas : il faut, sur place, organiser les conditions d'accueil de ce public. Ultra sollicité, il n'hésitera pas à choisir une autre destination si la qualité n'est pas au rendez-vous.*

### □□ L'aéroport Marseille-Provence : une porte d'entrée dynamique<sup>70</sup>

L'aéroport Marseille-Provence compte 27 compagnies aériennes, dont 6 compagnies «low-cost». La plus importante est Easyjet. Marseille compte également 4 compagnies d'affrètement, ce qui le place comme le 2<sup>ème</sup> aéroport de province en nombre de compagnies aériennes.

30 pays sont desservis et 83 villes sont reliées directement à Marseille par vols réguliers ou charters, dont 17 en France, 17 en Europe. 33 villes sont desservies au moins une fois par semaine par des vols charter.

L'aéroport a enregistré 5 364 763 passagers en 2003.

Face au développement des « low-cost », l'aéroport Marseille-Provence projette de mettre en place une aérologie et des services à tarifs réduits à partir du printemps 2006. Il convient de noter que Marseille-Provence, tout en se

<sup>68</sup> Source : Aviation civile N° 321 et 325

<sup>69</sup> Source : Gazette Officielle du Tourisme – N° 1737 – Mars 2004

<sup>70</sup> Source : Aéroport Marseille Provence

développant, prend en compte la préservation de l'environnement et ne néglige pas la qualité de ses services.

Certifié ISO 9002 depuis septembre 2000 par l'organisme de contrôle D.N.V., l'aéroport a fortement déployé la démarche dans le cadre de la Norme ISO 9001 – 2000, autour des axes suivants :

- Qualité des services rendus aux passagers : accueil, information, stationnement, confort d'embarquement/débarquement.
- Qualité de service rendue aux clients professionnels, compagnies aériennes, assistants aéroportuaires exploitant le trafic aérien sur Marseille.
- Fonctionnement interne tourné client, afin de garantir la fiabilité, la sécurité, la fonctionnalité des équipements et infrastructures aéroportuaires.
- Contact client réactif afin de faciliter l'implantation et le développement des opérateurs aériens et commerciaux du site.

Par ailleurs, l'aéroport s'est donné cinq priorités pour l'environnement :

- Réduire les nuisances sonores,
- Veiller à la qualité de l'air,
- Traiter les eaux,
- Maîtriser la gestion des déchets,
- Protéger la faune et la flore.

**Marseille-Provence est avec Nice, le principal aéroport de Provence. Il a enregistré plus de 5 M de passagers en 2003. Il accueille 27 compagnies et dessert 83 villes. Principal projet : la construction d'un terminal «low cost», pour 2006.**

### ❑ Le transport ferroviaire : vive le TGV !<sup>71</sup>

En 2001, la SNCF a transporté 315 millions de voyageurs «grandes lignes» dont 83 millions de clients en TGV.

La SNCF exploite 31 385 km de lignes, dont 14 464 km de lignes électrifiées, parmi lesquelles 1 540 km de lignes à grande vitesse.

Le chiffre d'affaires du groupe a été de 20,1 milliards d'euros en 2001, dont 14,2 milliards d'euros pour la maison mère SNCF.

Le 22 septembre 2004, le conseil d'administration sous la présidence de Louis Gallois, a examiné les comptes à fin juin et a constaté un premier semestre 2004 très encourageant avec des indicateurs commerciaux et financiers en progression dans toutes les branches d'activité par rapport au premier semestre 2003. Ainsi, le chiffre d'affaires atteint 11,4 milliards d'euros, soit une progression de 2,9 % par rapport au 1er semestre 2003.

**SPOT** *L'arrivée du TGV Provence Méditerranée en 2001 a dopé la région. En mettant Marseille à trois heures de Paris, il a donné un coup d'arrêt à l'essor des liaisons aériennes Marseille-Paris et contribué à dynamiser la fréquentation des courts-séjours dans la région.*

### ❑ Le transport inter-urbain : un réseau dense victime du trafic routier

Dans les Bouches-du-Rhône, les liaisons inter-urbaines sont assurées par 18 compagnies de cars regroupées au sein de l'association Réseau Départemental Carreize. 100 lignes de cars assurent quotidiennement la desserte de toutes les communes du département.

Parmi ces compagnies se trouve la Régie Départementale des Transports des Bouches-du-Rhône (RDT13)<sup>72</sup>, Etablissement Public à Caractère Industriel et Commercial, créé en 1913 par le Conseil Général. La RDT 13 emploie actuellement 289 agents qui se répartissent entre l'activité de transport de marchandises, par fer essentiellement (47 personnes) et l'activité de transport routier de voyageurs (232 personnes), les services centraux représentant 10 personnes.

<sup>71</sup> Source : SNCF

<sup>72</sup> Source : RDT 13

La RDT 13 réalise annuellement 5 millions de kilomètres et assure le transport de près de 4 millions de voyageurs, auxquels s'ajoutent près de 4 000 élèves transportés quotidiennement. Avec ses 150 conducteurs et 133 autocars, elle exploite d'importantes lignes interurbaines et assure le transport de milliers de scolaires. Au 1<sup>er</sup> Juillet 2003, la RDT 13 dispose d'un parc de 133 autocars dont 66 affectés à l'activité scolaire et occasionnelle et 17 affectés aux activités touristiques.

**100 lignes de cars fonctionnent chaque jour dans le département.**

#### □ □ Les lignes régulières : Aix-Marseille en vedette

La RDT 13 exploite un réseau en croissance constante et qui compte des lignes majeures comme Aix - Marseille par Autoroute, avec près de deux millions de passagers transportés annuellement et 230 voyages quotidiens, Aix - Gare TGV - Aéroport Marseille-Provence, Marseille - l'Arbois, etc. Des lignes secondaires existent également. En 2004, la RDT 13 a mis en service sur la ligne Aix-Marseille par autoroute, des cars spécialement équipés et conçus pour le transport de personnes à mobilité réduite. Ce service s'adresse aux personnes en fauteuil roulant, mais aussi à ceux qui rencontrent des difficultés pour emprunter les transports collectifs : personnes plâtrées, mal voyants, parents avec poussettes... Ces véhicules au plancher bas disposent d'une rampe d'accès et d'une capacité de 52 places classiques, dont 24 places « confort » destinées aux personnes à mobilité réduite (PMR). Deux places sont également disponibles pour les personnes en fauteuil roulant.

**Aix-Marseille, première ligne du département, 230 A/R quotidiens, 2 M de passagers/an.**

#### □ □ Les démarches qualité : de réels efforts

La RDT13 et la société des autocars SABARDU sont aujourd'hui titulaires de la marque NF Service Transport de Voyageur, NF 281 service de transport régional et départemental de voyageur et NF 235, pour la ligne «Navette Aix - Marseille par autoroute». La marque NF Service, certification volontaire, n'est délivrée qu'après des contrôles réguliers par AFNOR Certification.

Cette marque de qualité porte sur des engagements concernant les points suivants : information, accueil, régularité / ponctualité, disponibilité des équipements, netteté / propreté des modules de transport, confort / ambiance.

#### □ Les trains touristiques

##### □ □ Les petits trains : de Marseille à Arles, huit villes équipées

8 petits trains touristiques sont répertoriés dans la banque de données touristique départementale à Arles, dans les Alpilles, Cassis, Marseille et les Saintes-Maries-de-la-Mer.

Dans sept cas, ils permettent une visite guidée d'une ville. Le train des Alpilles, en service depuis 2001, permet de relier Arles à Fontvieille à 20km/h maximum.

##### □ □ Les lignes ferroviaires touristiques

Le tourisme ferroviaire est né en 1966 lorsque fut sauvé par des passionnés le chemin de fer de Pithiviers dans le Loiret. Dès lors, les trains à vocation touristique se sont multipliés en France.

Leur développement s'est organisé autour de deux acteurs principaux que sont la Fédération des Amis des Chemins de Fer Secondaires (FACS) et l'Union des Exploitants de Chemins de Fer Touristiques (UNECTO).

Les lignes recensées par UNECTO présentant un intérêt touristique pour la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur sont les suivantes :

- Compagnie de Provence : le train des Pignes reliant Nice à Digne,
- Association du Chemin de Fer Touristique du Centre Var, reliant Carnoules à Brignoles,
- RDT 13, reliant Arles à Fontvieille,
- Chemin de Fer de Provence, reliant Puget-Théniers à Annot.

Par ailleurs, la SNCF compte 9 trains touristiques TER en France, dont une ligne est en région PACA : le train des Merveilles, qui relie Nice à Tende. Dans les Bouches-du-Rhône, une étude préliminaire concernant la mise en tourisme de la ligne de chemin de fer de la Côte Bleue qui va de Marseille à Miramas a été réalisée en 2001. A ce jour, cette ligne est toujours considérée comme un TER classique.

**SPOT** *Des lignes en Provence Côte d'Azur, mais aucune dans les Bouches-du-Rhône. Un projet envisagé mais non abouti entre Marseille et Miramas par la côte.*

### □ Les taxis à vocation touristique

Certaines compagnies de taxis proposent des prestations touristiques.

C'est le cas des Taxis radios aixois qui proposent entre autres des circuits touristiques tels que le Tour de Sainte-Victoire, les Baux-de-Provence - Arles, Cassis.

"Taxi Tourisme Marseille" propose également une formule labellisée. Celle-ci permet de découvrir Marseille au travers de 4 circuits touristiques d'une durée de 1h30 à 4h et pour un prix inférieur au montant d'une course équivalente en kilométrage. Ces balades en voiture particulière, maximum 4 personnes, se déroulent autour d'un commentaire audio enregistré en français, anglais, allemand, italien. Les circuits proposés fonctionnent sur le principe "des poupées gigognes" et proposent la découverte de 3 à 7 sites ou monuments les plus importants du patrimoine marseillais. Les tarifs par voiture vont de 30.€ à 87 €.

**Les taxis touristiques connaissent un développement embryonnaire.**

## Les réceptifs

La commercialisation de l'offre touristique s'appuie sur plusieurs éléments. Elle nécessite tout d'abord un cadre législatif adéquat, elle bénéficie ensuite de la mise en place de démarches cherchant à améliorer la qualité de l'offre touristique. Enfin, ces dernières années, elle s'est appuyée sur le développement des nouvelles technologies et plus précisément du commerce en ligne.

On peut distinguer deux possibilités de commercialiser l'offre touristique à travers les agences de voyages et les autres organisateurs que sont les associations ou des organismes à but non lucratif, les gestionnaires d'hébergement classés, les gestionnaires d'activités de loisirs, les transporteurs de voyageurs et les agents immobiliers.

**SPOT** *L'activité "réceptif" consiste à commercialiser l'offre touristique de son territoire. Elle est le fait soit d'agences de voyages, soit de prestataires dont tout ou partie de l'activité est lié au tourisme.*

### □ L'agence de voyage :

L'agence de voyages est une société commerciale dirigée par une personne physique ou morale qui propose à la clientèle des prestations touristiques relatives :

- soit à des voyages ou séjours individuels ou collectifs donnant lieu ou non à un forfait touristique (incluant une nuitée),
- soit des services tels que la délivrance de titres de transport, de réservations d'hébergement ou liés à l'accueil touristique, ou à des congrès ou manifestations (visites guidées, billetterie, etc...).

La profession d'agent de voyages est une profession réglementée qui est organisée en voyagistes (Tour-Opérateurs) et en agences distributrices auprès de la clientèle.

Pour ouvrir une agence, il faut obtenir au préalable une licence d'agent de voyages délivrée par la préfecture du département du lieu d'implantation du siège social. La demande doit être accompagnée de justificatifs d'aptitude professionnelle, de garantie financière et d'assurance de responsabilité civile professionnelle et d'une installation matérielle appropriée en France ou dans un autre état de l'Union Européenne. L'agent de voyages s'engage à se consacrer exclusivement à cette activité.

Les agents de voyages ressortissants d'un autre état de l'Union Européenne, peuvent également exercer en France, sans y être établis, en obtenant une licence en libre prestation de services délivrée par le Ministre délégué au tourisme et en présentant au préalable certaines attestations.

**La pratique de l'activité d'agent de voyage est conditionnée à l'obtention de qualifications professionnelles.**

#### □□ Les agences réceptives : les professionnels de l'accueil

Les métiers du tourisme d'accueil sont des métiers de voyageurs, c'est-à-dire qui rassemblent des prestations touristiques. Leur spécificité est de chercher à accueillir des voyageurs sur son territoire, contrairement à la majorité des voyageurs qui ont vocation à envoyer des touristes à l'extérieur de leur territoire.

**SPOT** *Les agences réceptives reçoivent les touristes sur leur sol, alors que les agences de voyages classiques envoient les touristes vers d'autres destinations.*

#### □□ Les autres organisateurs de séjours : des professions elles aussi contrôlées

Pour se livrer aux activités réglementées par la loi du 13 juillet 1992 relative à l'organisation et à la vente de voyages ou de séjours, les acteurs touristiques autres que les agents de voyages doivent être titulaires selon le cas :

- d'un agrément si ce sont des associations ou des organismes à but non lucratif,
- d'une autorisation pour les organismes locaux de tourisme (O.L.T.), notamment les Offices de Tourisme,
- d'une habilitation pour les gestionnaires d'hébergements classés, les gestionnaires d'activités de loisirs, les transporteurs de voyageurs et les agents immobiliers.

Pour obtenir ces agréments, autorisation ou habilitation, il faudra justifier d'une garantie financière et d'un contrat d'assurance à responsabilité civile.

#### □□ Conditions particulières :

Pour les associations et organismes sans but lucratif et pour les organismes locaux de tourisme, il faut justifier d'une aptitude professionnelle.

Pour les organismes locaux de tourisme, notamment les Offices de Tourisme, les opérations doivent être réalisées dans leur zone géographique, dans l'intérêt général et permettre de faciliter l'accueil ou d'améliorer les conditions de séjours.

Pour obtenir une habilitation, les prestations touristiques commercialisées doivent dans chaque cas n'avoir qu'un caractère complémentaire par rapport à l'activité principale.

Aujourd'hui, le Ministère du tourisme souhaite réformer la loi du 13 juillet 1992 relative à l'organisation de voyages et de séjours. Depuis 1992, près de 7 000 acteurs touristiques sont titulaires d'une des quatre autorisations préfectorales : licence d'agent de voyages, agrément pour les associations, autorisation pour les organismes locaux de tourisme et habilitation.

Dix ans après, il convient, sans remettre en cause l'économie générale de la loi du 13 juillet 1992, d'élaborer un nouveau texte pour permettre aux professionnels de mieux répondre aux enjeux économiques, tant au plan européen qu'au plan international, tout en maintenant à la clientèle les garanties que constituent l'aptitude professionnelle, l'assurance "responsabilité civile professionnelle" et la garantie financière.

Ce nouveau texte doit également tenir compte des travaux prévus par la Commission Européenne pour la protection des consommateurs, en particulier la révision de la directive sur le voyage à forfait de 1990.

Aussi, la nécessité d'une simplification s'impose : les quatre régimes juridiques (licence d'agent de voyages, agrément pour les associations, autorisation pour les organismes locaux de tourisme et habilitation) pourraient être regroupés en deux nouveaux régimes organisés sur des critères clairs et lisibles.

Ce projet de texte est en cours d'élaboration, mais l'ensemble de la profession des agents de voyage est opposé à ces propositions.

À ce jour, seule l'ordonnance du 1er juillet 2004 relative à l'entremise et à la gestion des immeubles et fonds de commerce qui précise que les agents de voyage munis d'une autorisation administrative de réaliser des locations saisonnières à titre accessoire sans être obligés de détenir une carte professionnelle a été publiée au journal officiel.

#### SPOT

**Parmi les "autres" organisateurs de séjours, on trouve des associations, des gestionnaires d'hébergements classés, des transporteurs...**

### □ □ Poids économique : beaucoup d'acteurs, 1/5 du marché français des agences de voyages

#### • Le secteur régi par la loi de juillet 1992 représente<sup>73</sup> :

- 3 000 agences de voyages (sans compter leurs succursales ou points de vente),
- 900 associations agréées tourisme,
- 350 organismes locaux, notamment Offices de Tourisme,
- 2 000 autres professionnels habilités à proposer des prestations de tourisme (transporteurs de personnes et entreprises d'autocars, hôteliers et gestionnaires d'hébergements classés, gestionnaires de centres de loisirs et d'activités sportives et culturelles ou agents immobiliers).

Ces acteurs, qui sont majoritairement des PME, contribuent à l'économie touristique qui représente 6,7% du PIB, avec 17,2 milliards d'euros de chiffres d'affaires. Ce secteur emploie plus de 2 millions de salariés.

Selon le Syndicat National des Agents de Voyages (SNAV), le seul marché du tourisme d'accueil est évalué en 2003 à 2.5 milliards d'euros en France, soit plus de 20% du marché français des agences de voyages et voyagistes (évalué à 11 milliards d'euros)<sup>74</sup>.

Dans le département des Bouches-du-Rhône, 1200 emplois salariés sont comptabilisés en moyenne dans les Offices de Tourisme et agences de voyages réceptives et traditionnelles<sup>75</sup>.

**1 200 emplois salariés au total dans les Bouches-du-Rhône, toutes agences et organismes de tourisme confondus.**

### □ □ L'offre : des agences, des Offices de Tourisme, des transporteurs...

#### □ □ Les agences de voyage réceptives en France

En 2003, le SNAV comptabilise 234 agences de tourisme d'accueil. Pour le SNAV, sont considérées comme agences de tourisme d'accueil, celles qui réalisent au moins 80% de leur chiffre d'affaires dans le réceptif.

La région parisienne représente de 70 à 75% de l'activité et Provence-Alpes-Côte d'Azur, 10%.

Ces agences de tourisme d'accueil peuvent se segmenter de la manière suivante :

- Les agences réceptives stricto sensu, qui assurent des prestations d'accueil pour un Tour-Opérateur (TO) ou un organisme émetteur, avec deux spécialisations : les réceptifs loisirs et les réceptifs congrès incitatives et affaires (les DMC : Destination Management Companies).
- Les voyagistes réceptifs, qui conçoivent et commercialisent des produits d'accueil, que l'on peut scinder en deux grandes catégories : les excursionnistes (tourisme en autocar essentiellement) et les autres.

L'un des métiers d'une agence réceptive est d'être l'interlocuteur privilégié des Tour-Opérateurs étrangers qui programment la France.

<sup>73</sup> Source : Ministère du Tourisme

<sup>74</sup> Source : Interview de Georges Toromanof – Pdt du conseil Professionnel des Agences de tourisme d'accueil du SNAV – Revue Espace – Avril 2003

<sup>75</sup> Source : CDT des Bouches-du-Rhône / INSEE

L'agence a alors pour fonction de :

- Monter des produits sur place. C'est le cas quand le Tour-Opérateurs connaît mal le pays de destination. L'agence doit être capable d'apporter un conseil dans le choix des activités à proposer, des sites à visiter.
- Accueillir et prendre en charge les voyageurs lorsqu'ils arrivent à la gare ou l'aéroport : transferts, excursions, restauration...

Il est difficile d'atteindre des volumes suffisants pour permettre la rentabilité. Aussi, très souvent, l'activité d'accueil est menée en parallèle à une activité de billetterie et de distribution de voyages, ou de transports de voyageurs en autocar.

L'objectif principal de l'agence de voyage réceptive est de créer de la valeur ajoutée à une série de prestations. L'un des moyens pour y parvenir est la spécialisation thématique, en général assortie d'une spécialisation géographique.

Ainsi, ce marché du tourisme d'accueil est très segmenté :

- Par zone géographique d'intervention : des agences qui interviennent dans une région principalement.
- Par spécialisation de produits : congrès, voyages culturels, circuits gastronomiques ou œnologiques, ski...
- Par spécialisation de clientèle : japonaise, russe, jeunes, seniors...

**SPOT** *Pour être considérée comme "agence d'accueil", une agence de voyages doit réaliser au moins 80% de son chiffre d'affaires en "réceptif". Mais en pratique, les agences purement réceptives sont peu nombreuses et cumulent souvent l'activité billetterie et distribution de voyages. Elles ont vocation à assister les Tours Opérateurs étrangers ou hors-région dans l'accueil de leurs clients. Elles proposent excursions, visites, accueils aéroportuaires...*

### □ □ Les agences de voyage réceptives dans les Bouches-du-Rhône : 20% du total

165 agences de voyages sont inscrites au SNAV dans les Bouches-du-Rhône.

33 agences réceptives sont enregistrées dans la banque de données touristiques départementale. Elles sont situées dans les zones urbaines de Marseille, Aix et Salon. Une seule est installée à Martigues.

Parmi ces agences, on en compte :

- 16 qui sont plus spécialisées sur le tourisme de congrès, séminaires, événements d'entreprise...,
- 4 qui travaillent davantage à proposer des séjours autour de l'art de vivre en Provence,
- 1 spécialisée sur les séjours culturels,
- 1 spécialisée golf,
- 1 spécialisée sur l'accueil des croisiéristes,
- 1 spécialisée sur la location de villas de charme,
- les autres sont plus généralistes.

**Il y a 165 agences de voyages dans les Bouches-du-Rhône, dont 33 agences réceptives. La moitié d'entre elles sont spécialisées en tourisme d'affaires et de congrès.**

### □ □ Les autres organisateurs de voyages dans les Bouches-du-Rhône : Service Loisirs Accueil et Offices de Tourisme

Le Service Loisirs Accueil et les Offices du Tourisme qui disposent d'une autorisation de commercialiser au sens de la loi du 13 juillet 1992 fixant les conditions d'exercice des activités relatives à l'organisation et à la vente de voyages ou de séjours, complètent le réseau des organisateurs de voyage.

Ces offices autorisés sont ceux d'Aix-en-Provence, Arles, Aubagne, Cassis, Marseille, Martigues, Les Saintes-Maries-de-la-Mer et Salon-de-Provence.

#### □ La demande

Le taux de départ en vacances des Français en 2002, toutes destinations confondues est 74.1%. 52.1% sont partis exclusivement en France.

D'une manière générale, les Français organisent leurs séjours eux-mêmes. Seuls 6.1% des séjours sont organisés par une agence de voyage ou un Tour-Opérateur. Ce taux est de 2.2% lorsqu'il s'agit de séjours en France ; il passe à 40.6% lorsqu'il s'agit de séjours à l'étranger.

La demande croissante de la clientèle des agences de voyage est la possibilité de voyager en liberté, c'est-à-dire composer ses vacances selon ses désirs dans des dates et des destinations fixées. Cette clientèle ne veut pas voyager en groupe, mais souhaite quand même bénéficier du conseil et de la sécurité que fournit l'agent de voyages.

Les produits packagés passent progressivement aux mains des sites de ventes de voyages. Aussi, la clientèle attend davantage de l'agent de voyages qu'il soit non plus un distributeur, mais un véritable conseiller, qui propose et assemble des solutions sur mesure.

L'agent de voyages va donc devoir disposer d'outils d'informations et de réservations, de plus en plus complets et de plus en plus fiables.

**SPOT** *En France, le recours à une agence de voyages pour organiser son séjour est faible. Seuls 2,2 % des séjours en France sont effectués via une agence. Le taux monte à 41% pour les voyages à l'étranger. La clientèle recherche avant tout liberté et conseils. Elle délaisse les voyages de groupes et ne veut plus d'un simple distributeur de voyages.*

#### □ Atouts et faiblesses du département

Atouts	Faiblesses
Offre touristique riche en terme de paysages, de sites touristiques, d'animations, d'événements, de prestataires.	Concurrence nationale et internationale très forte.
Département facilement accessible par l'avion, le train et la route	Tarifs parfois élevés au regard de la concurrence.
Climat particulièrement favorable au tourisme	Offre pas assez structurée.
	Information pas assez qualifiée pour les prescripteurs français et étrangers

## Pour conclure, ce qu'il faut retenir

### Des secteurs qui peuvent mieux faire....

- L'offre touristique des Bouches-du-Rhône est satisfaisante par le nombre et sa diversité. Les équipements sont dans l'ensemble bien répartis sur les trois territoires et le département bénéficie d'une accessibilité à nulle autre pareille.
- les principaux marchés émetteurs français et européens, grâce aux autoroutes, au TGV et à l'avion, sont à portée de main.
- Le transport est d'ailleurs l'un des atouts principaux du département, par sa sûreté, sa réactivité et son dynamisme.
- Il est en revanche significatif de constater qu'en terme de qualité et de labellisation, presque tous les secteurs d'hébergement accusent un retard important par rapport à d'autres régions.
- Les enquêtes de qualité démontrent qu'en moyenne l'offre n'a pas encore su s'adapter réellement à la demande, et reste un peu figée dans une certaine facilité et l'image bienveillante dont dispose naturellement la région Provence.
- Associée à des prix plus élevés que la moyenne, cette qualité inférieure (prestations, accueil..) est un risque d'autant plus grand que la concurrence internationale – et méditerranéenne – en terme de destinations touristiques est de plus en plus vive.

*Le chapitre suivant met en perspective et analyse les différents types de marchés qui intéressent le département (les "filières").*

*Il est fondé sur des choix opérés par le CDT à l'occasion des précédents Schémas de Développement du Tourisme et des Loisirs dans les Bouches-du-Rhône.*