

SOMMAIRE













- 1) Présentation de l'enquête
- 2) Données de cadrage
- 3) Caractéristiques de la clientèle
- 4) Caractéristiques du séjour
- 5) Dépenses du séjour
- 6) Fidélité / Satisfaction
- 7) Synthèse



1) PRÉSENTATION DE L'ENQUÊTE

OBJECTIFS:



GRIMAUD

- Produire une photographie de la clientèle touristique
- Connaître les profils, les pratiques et la perception détaillée du territoire, et quantifier les retombées économiques directes sur le territoire.

MÉTHODOLOGIE:

- Questionnaire proposé sur le terrain, entre novembre 2019 et octobre 2022
- Administration sur des sites via un questionnaire papier auto-administré, enquête Web + dispositifs complémentaires de distribution de questionnaires, de QR-Code, de liens URL via les partenaires
- Les résultats présentés concernent les clientèles touristiques en hébergement marchand et non marchand hors motif professionnel.







CHIFFRES TOURISME GRIMAUD

SOURCES: FLUX VISION TOURISME





300 MILLIONS D'€ DE

RETOMBÉES

ÉCONOMIQUES DIRECTES

SOURCES : ENQUÊTE CLIENTELE

300 000 SÉJOURS



3 MILLIONS DE NUITÉES

200 MILLIONS D'€ DE

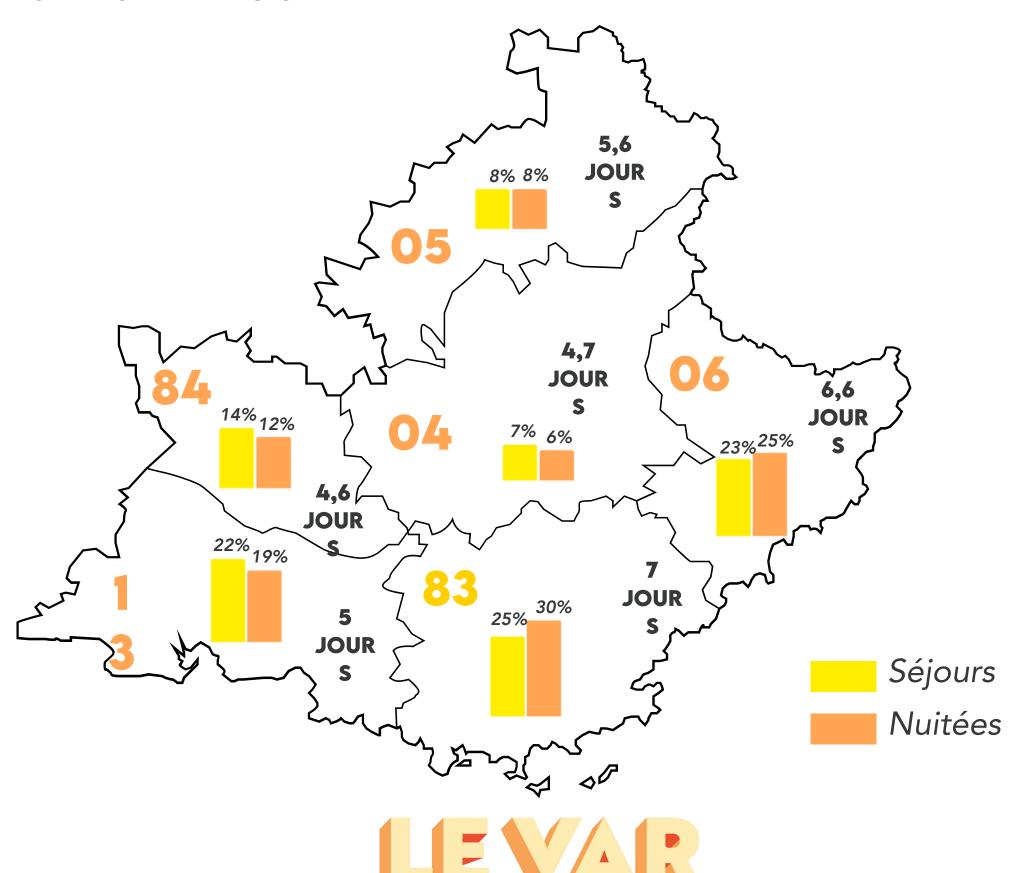
RETOMBÉES

ÉCONOMIQUES DIRECTES

Flux Vision est un dispositif de comptage via les antennes de téléphonie mobile. La population comptabilisée en touriste concerne tout individu non domicilié et en séjour sur la zone observée : touristes, résidents secondaires , travailleurs, saisonniers...

Au niveau des résultats sur grimaud de l'Enquête clientèle régionale, il s'agit d'un questionnaire adressé au touriste au sens strict du terme et hors séjour professionnel. Les données sont à relativiser à la méthodologie observée.

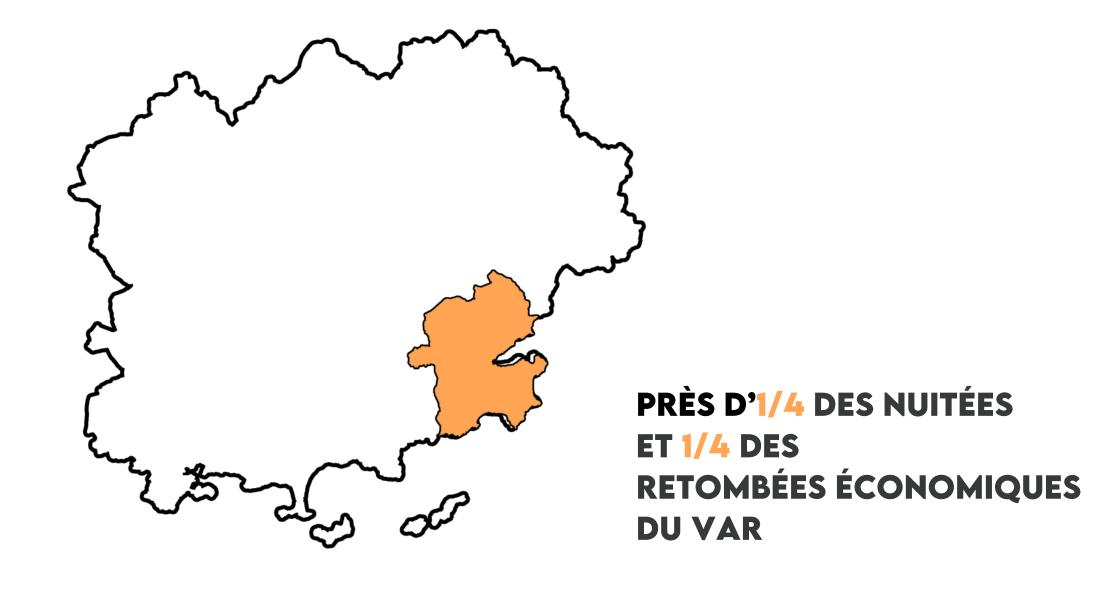
CHIFFRES PRINCIPAUX SUR LE TOURISME



CHIFFRES PRINCIPAUX SUR LE TOURISME AU SEIN DE GRIMAUD

CC GOLFE DE SAINT-TROPEZ / VAR



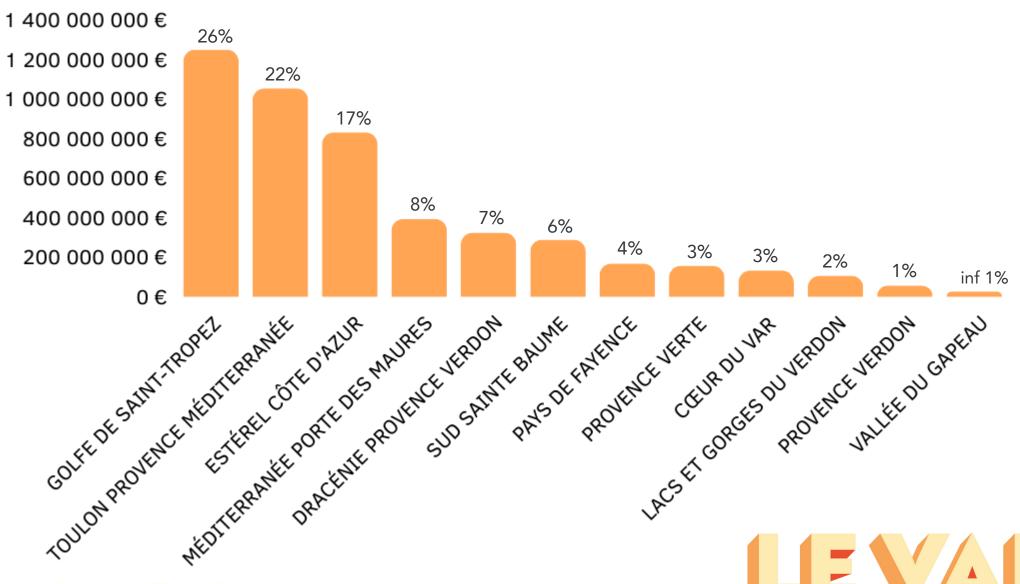


LA PLACE DU GOLFE DE SAINT-TROPEZ AU SEIN DU DÉPARTEMENT :



RETOMBÉES ÉCONOMIQUES:

• Le golfe de Saint-Tropez est la première destination du département en termes de retombées économique directes avec 1/4 des retombées économiques du département.







RÉPARTITION DES DÉPENSES ET DE LA FRÉQUENTATION DE LA CLIENTÈLE SELON SON ORIGINE

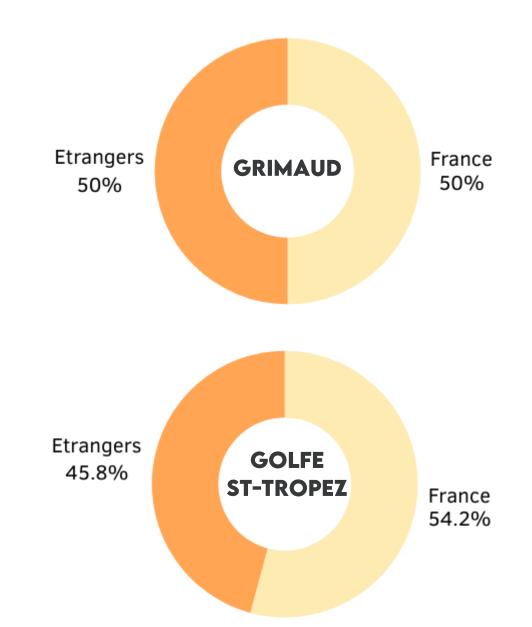


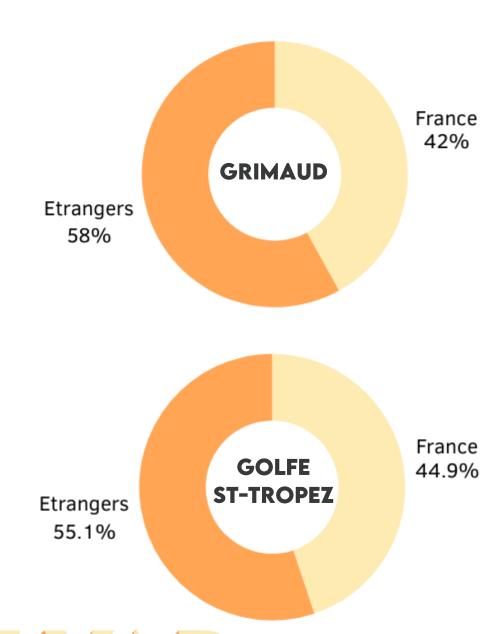
Sources . Enquete Chemen

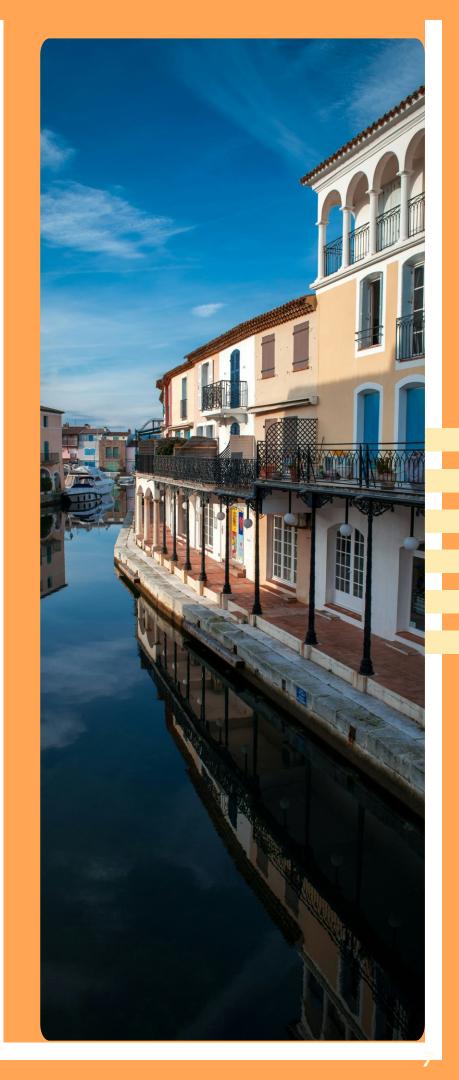
Répartition français / étrangers (en nombre de nuitées)



Répartition français / étrangers (en fonction des dépenses)









FRÉQUENTATION EN FONCTION DE LA RÉGION D'ORIGINE

Valeur : Nombre de nuitées françaises



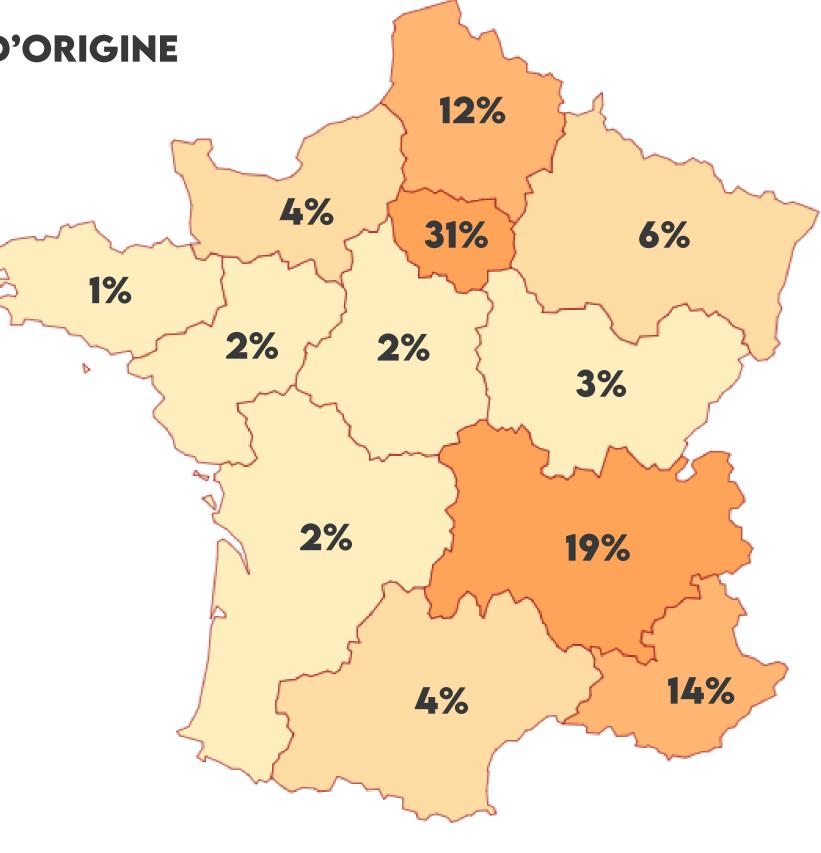
La clientèle en provenance de l'Ile-de-France est la plus nombreuse : 31% de la fréquentation touristique



• La clientèle en provenance de l'Auvergne-Rhône-Alpes se trouve en deuxième position : 19% de la fréquentation touristique



La clientèle en provenance de Provence-Alpes-Côte d'Azur se trouve en troisième position: 14 % de la fréquentation touristique





FRÉQUENTATION EN FONCTION DU PAYS D'ORIGINE

Valeur : Nombre de nuitées étrangères



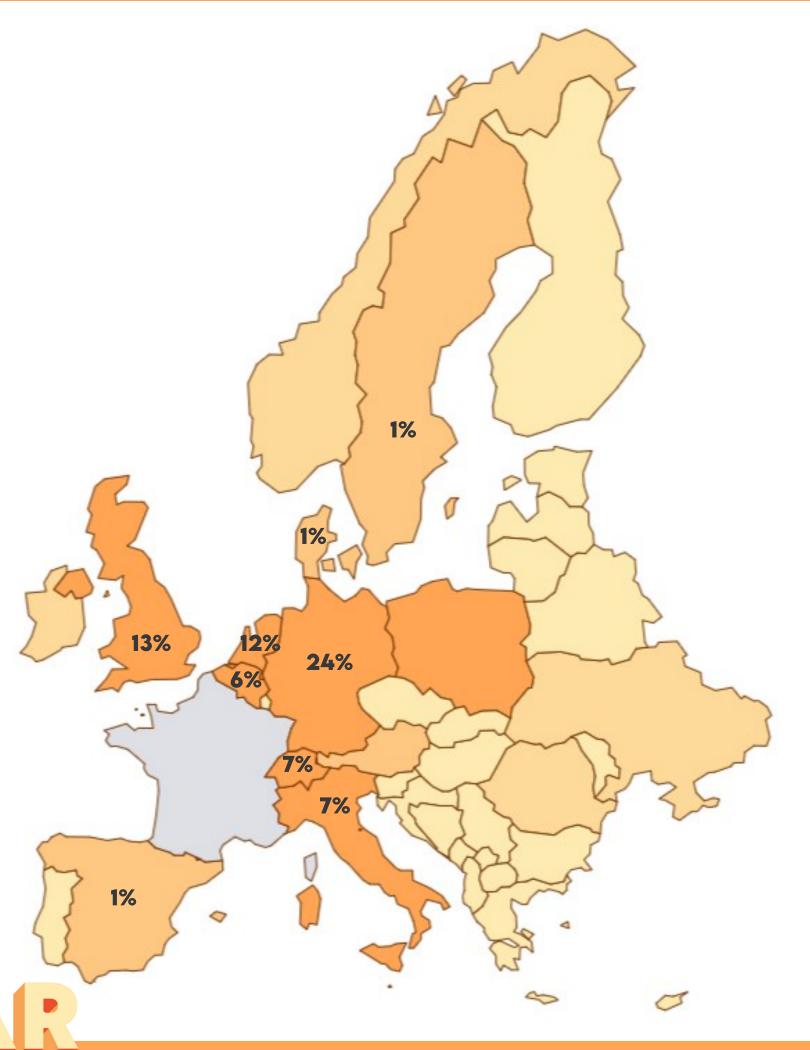
• La clientèle en provenance d' Allemagne est la plus nombreuse : 24% de la fréquentation touristique



• La clientèle en provenance du Royaume-Uni se trouve en deuxième position : 13% de la fréquentation touristique

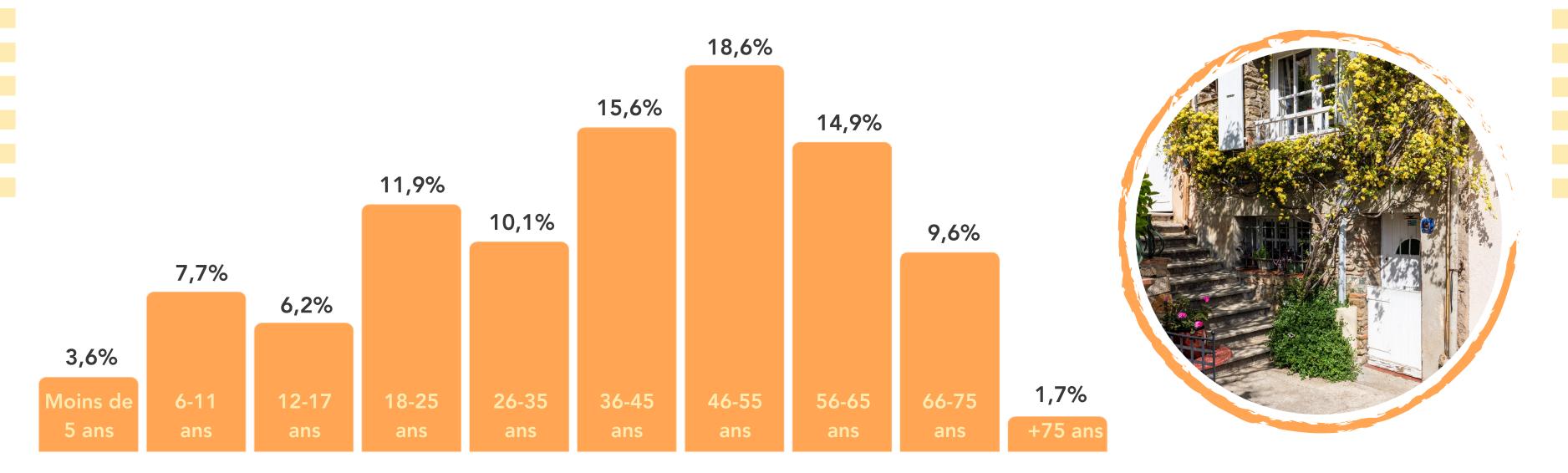


• La clientèle en provenance des Pays-Bas se trouve en troisième position : 12% de la fréquentation touristique générale



AGE DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE DU GOLFE DE SAINT-TROPEZ

- 30% de la clientèle est composée de "juniors" (moins de 25 ans) la moyenne est de 28% à l'échelle du VAR
- 44% de la clientèle est composée de "Majors" (entre 26 et 55 ans) la moyenne est de 47% à l'échelle du VAR
- 26% de la clientèle est composée de "Séniors" (plus de 56 ans) la moyenne est de 25% à l'échelle du VAR



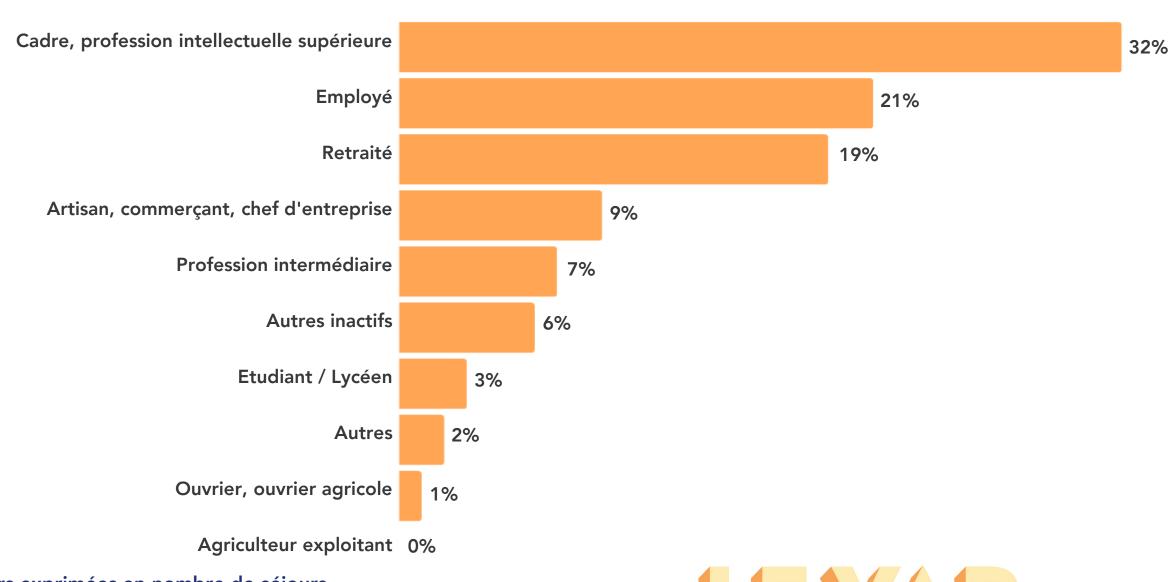
Valeurs exprimées en séjours

Sources : Enquete Chentele



CATÉGORIES SOCIOPROFESSIONNELLES DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE SUR GRIMAUD

- 48% de la clientèle est composée de "CSP +" (la moyenne est de 45% à l'échelle du Golfe de Saint-Tropez)
- 22% de la clientèle est composée de "CSP -" (la moyenne est de 26% à l'échelle du Golfe de Saint-Tropez)
- 28% de la clientèle est composée d' "inactifs" (la moyenne est de 26% à l'échelle du Golfe de Saint-Tropez)

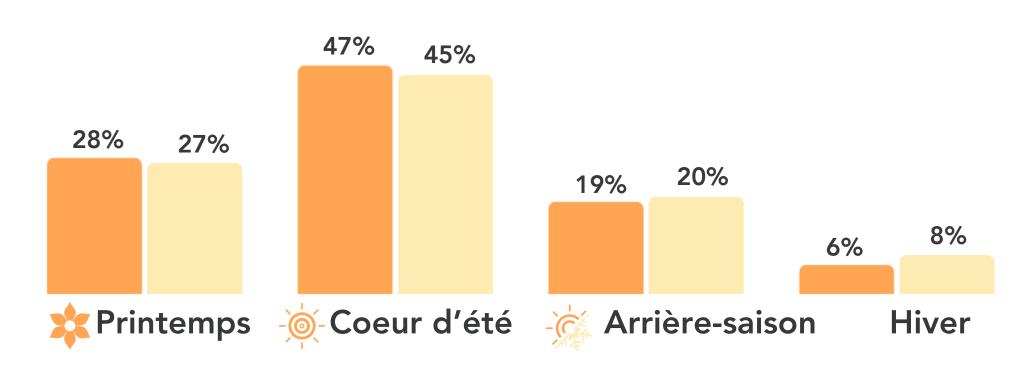




Valeurs exprimées en nombre de séjours

SAISONNALITÉ DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE ET COMPOSITION FAMILIALE

Valeurs exprimées en nombre de nuitées



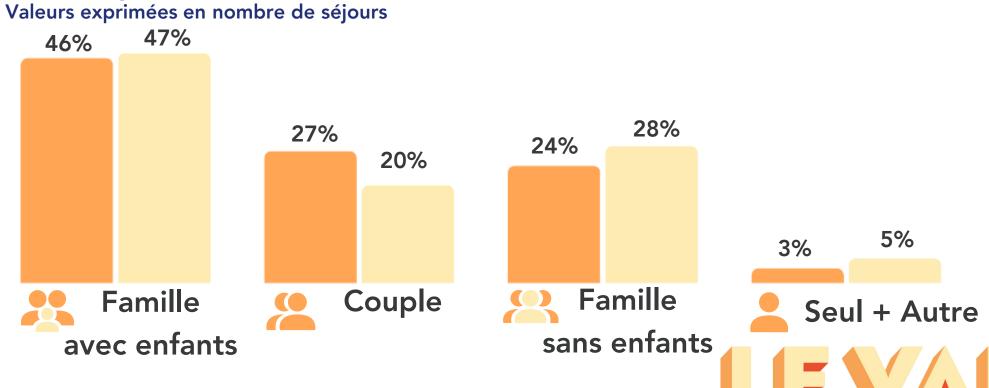
Printemps: Avril, mai, juin

Cœur d'été: Juillet, août

Arrière-saison: Septembre, octobre, novembre

Hiver: Décembre, janvier, février, mars

Par composition familiale (ensemble des touristes)



• De façon générale, près de la moitié de la fréquentation se rendent à Grimaud en saison estivale. Cette valeur est sensiblement supérieure à celle du département (42%).

Grimaud

Golfe de

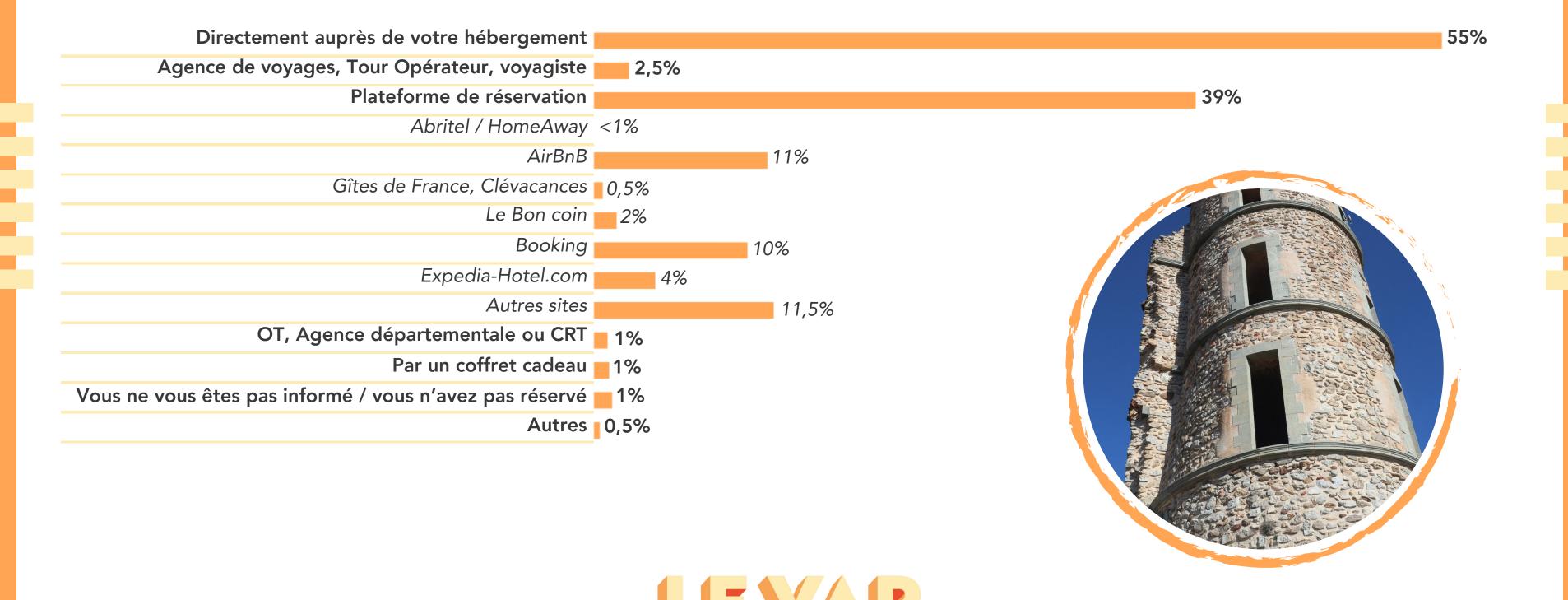
Saint-Tropez

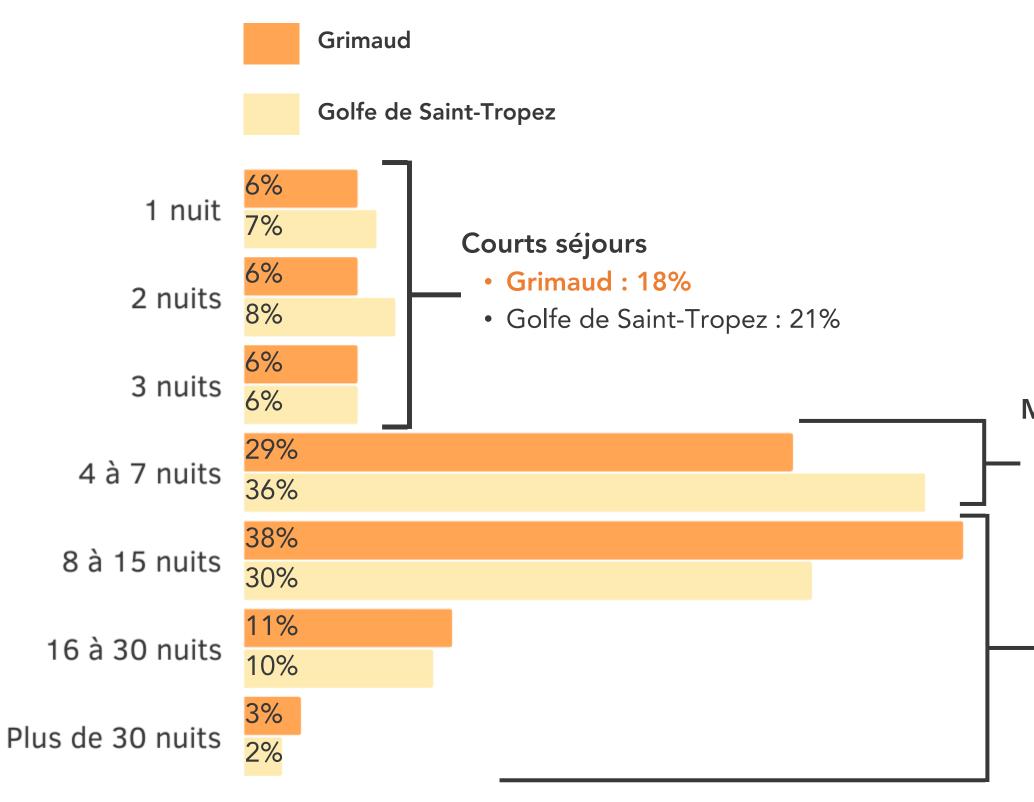
• La majorité des touristes viennent en famille avec enfants, cette tendance s'observe à l'échelle du VAR (42%).

RÉSERVATION DU SÉJOUR

Valeurs exprimées en séjours

Sources . Enquete Chentele







Moyens séjours

• **Grimaud** : 29%

• Golfe de Saint-Tropez : 36%

Longs séjours

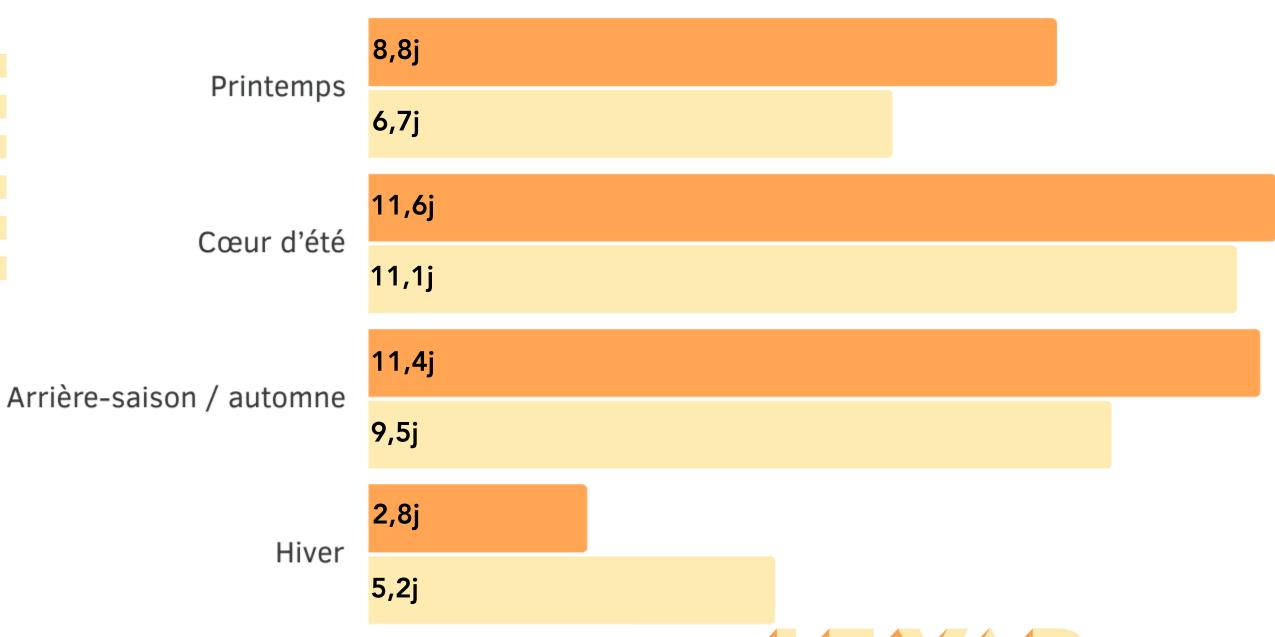
• Grimaud: 52%

• Golfe de Saint-Tropez : 42%

Durée moyenne du séjour



- La durée moyenne de séjour à de Grimaud est de 9,8 nuits.
- La durée moyenne de séjour dans le Golfe de Saint-Tropez est de 8,6 nuits.

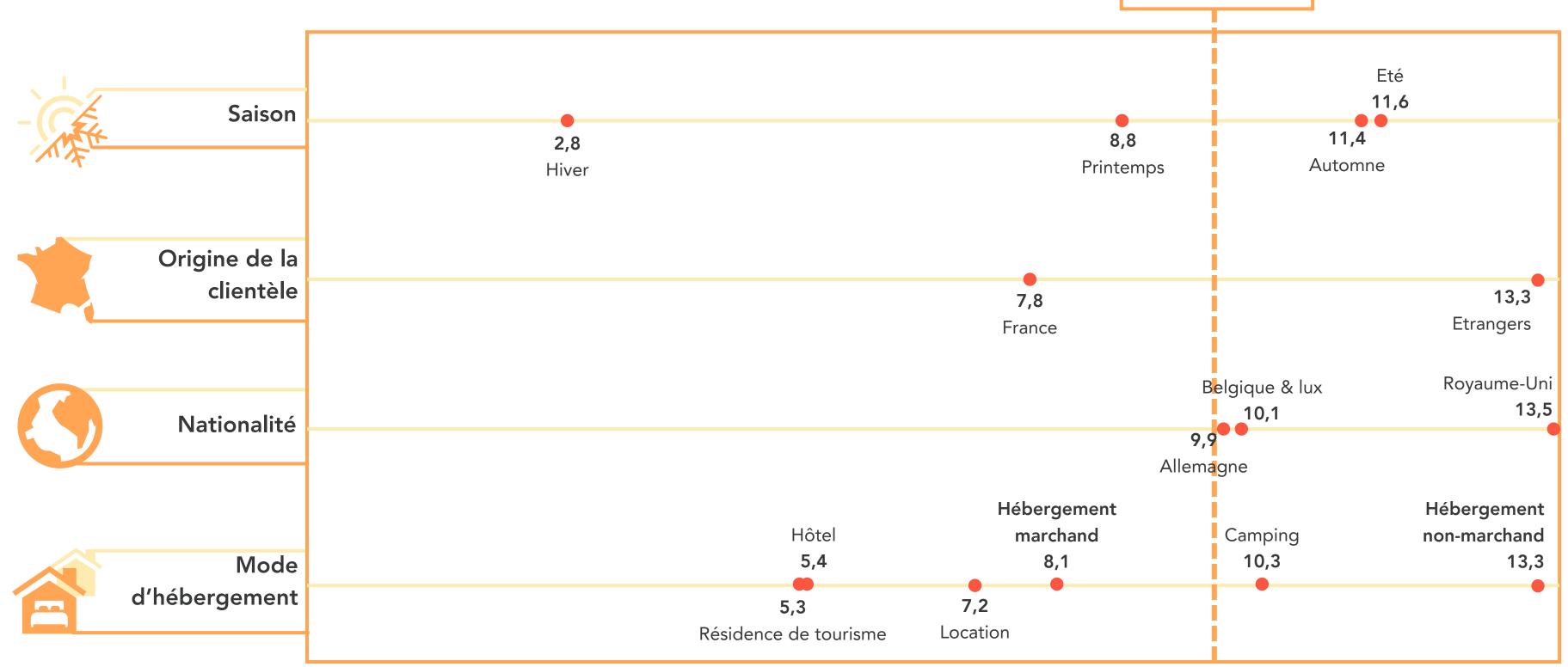






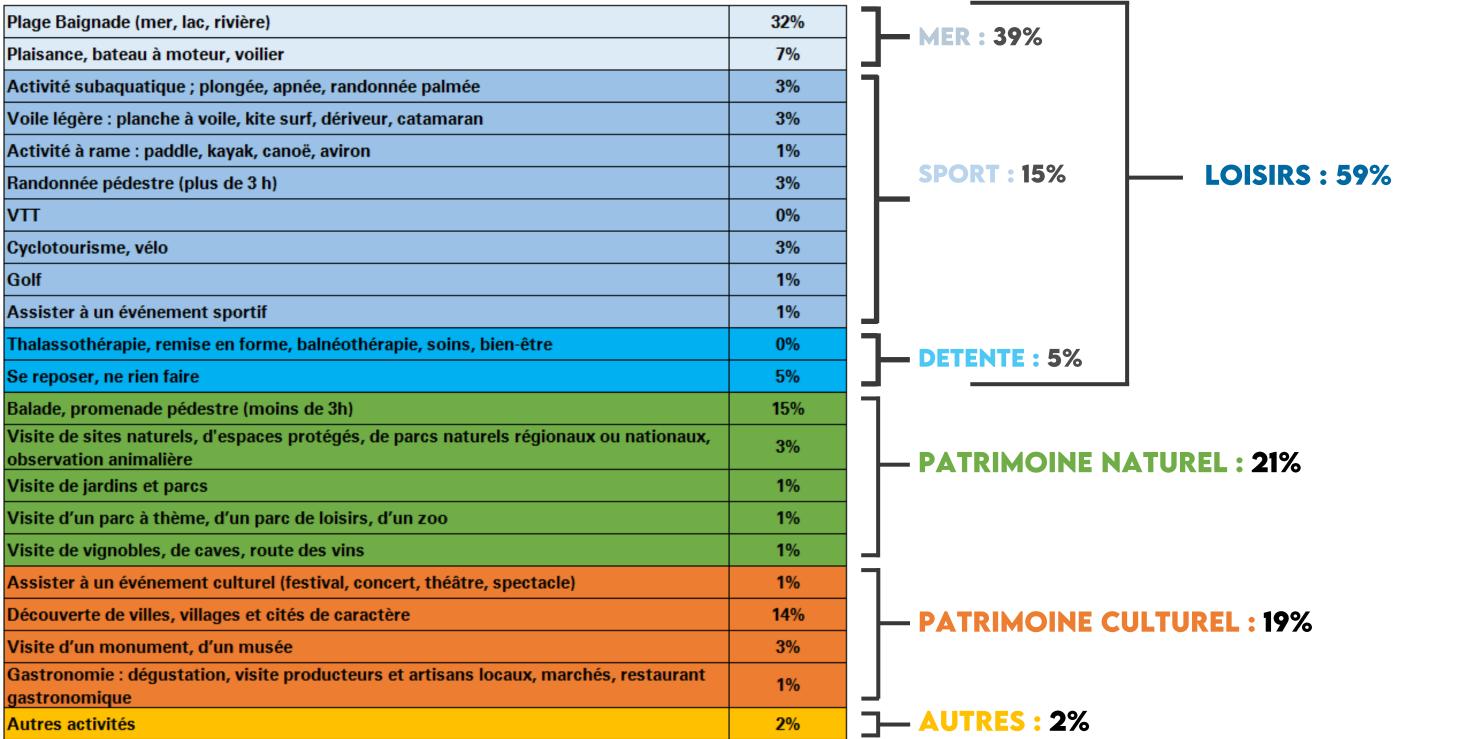
Principaux déterminants de la durée du séjour

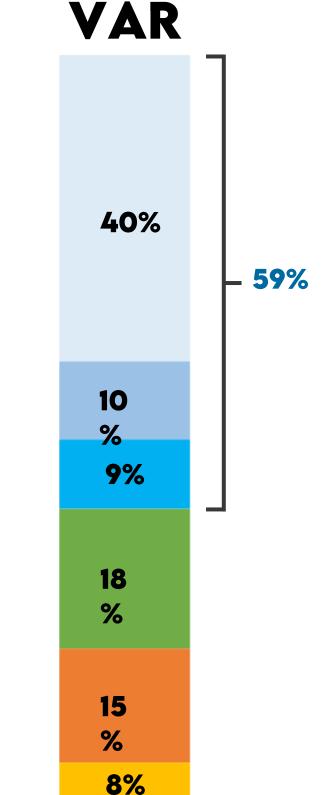






ACTIVITÉS PRINCIPALES DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE







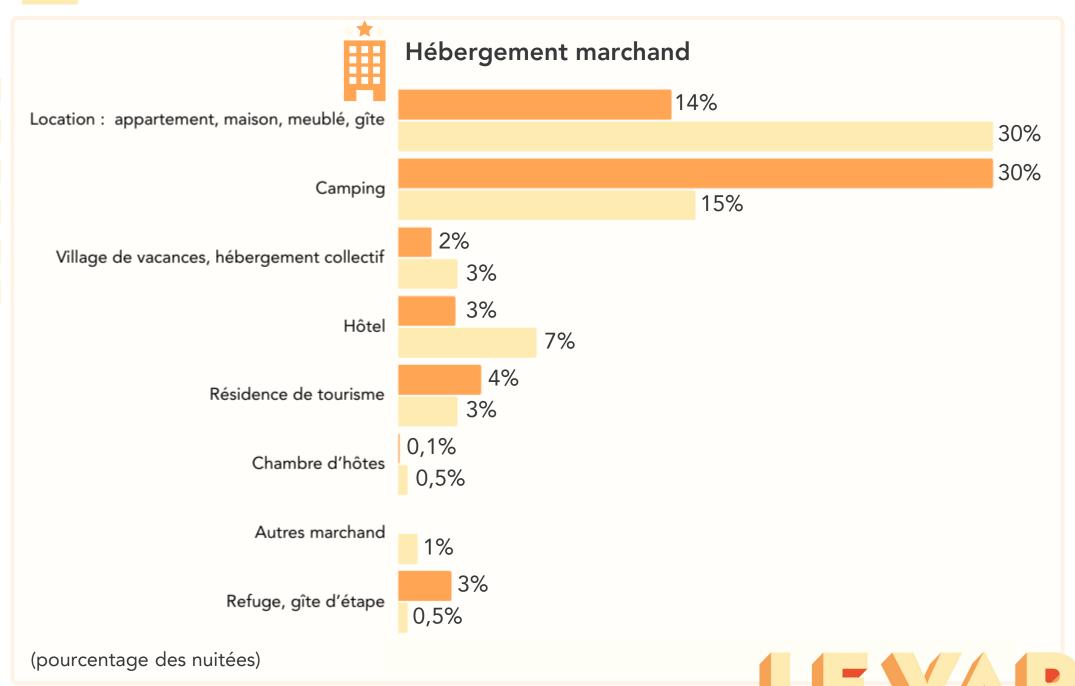
MODES D'HÉBERGEMENT

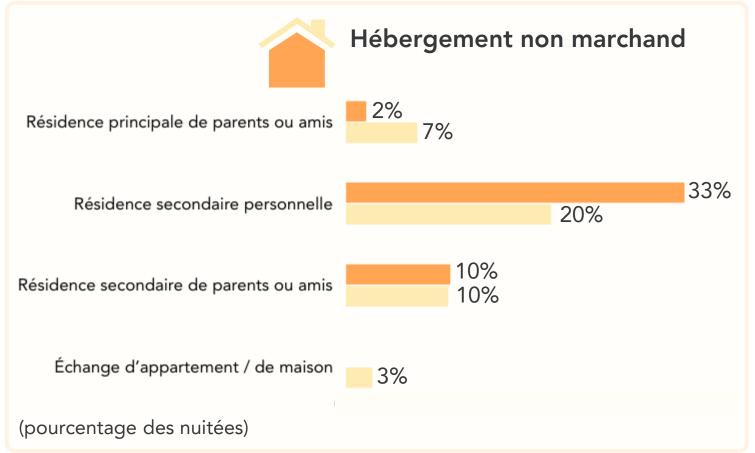
Grimaud

Golfe de Saint-Tropez

L'hébergement marchand est le mode d'hébergement principal utilisé par la clientèle touristique au sein du territoire, mais également à l'échelle du Var. Le camping est prédominant dans cette catégorie.

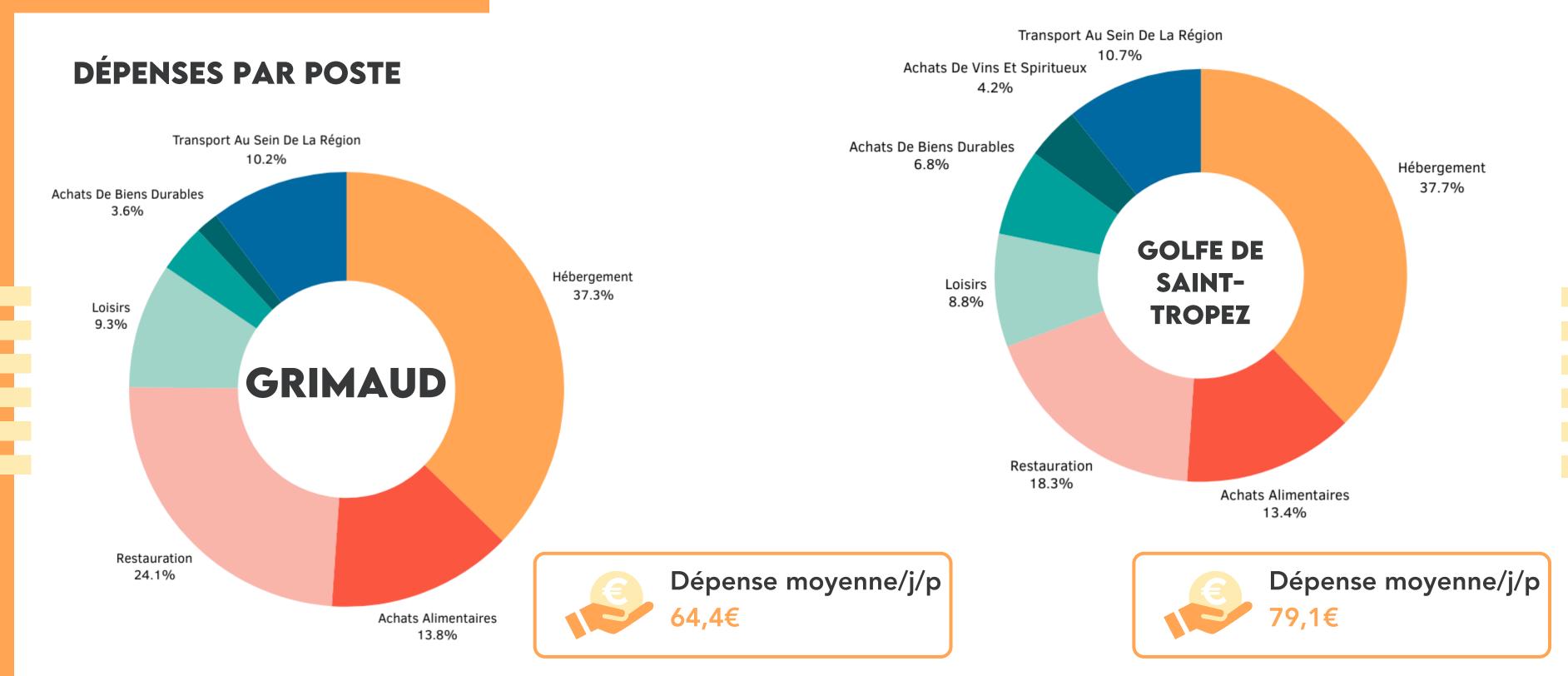
Concernant, l'hébergement non marchand, le segment majoritaire concerne la résidence secondaire personnelle.





- L'hébergement marchand est utilisé par 55% de la clientèle (60% pour le Golfe de Saint-Tropez)
- L'hébergement non-marchand est utilisé par 45 % de la clientèle (40% pour le Golfe de Saint-Tropez)

5) DÉPENSES DU SÉJOUR



Le premier poste de dépense de la clientèle au sein de Grimaud concerne l'hébergement (37%), puis la restauration (24%). Cette tendance s'observe de façon similaire à l'échelle du Golfe de Saint-Tropez et du département.



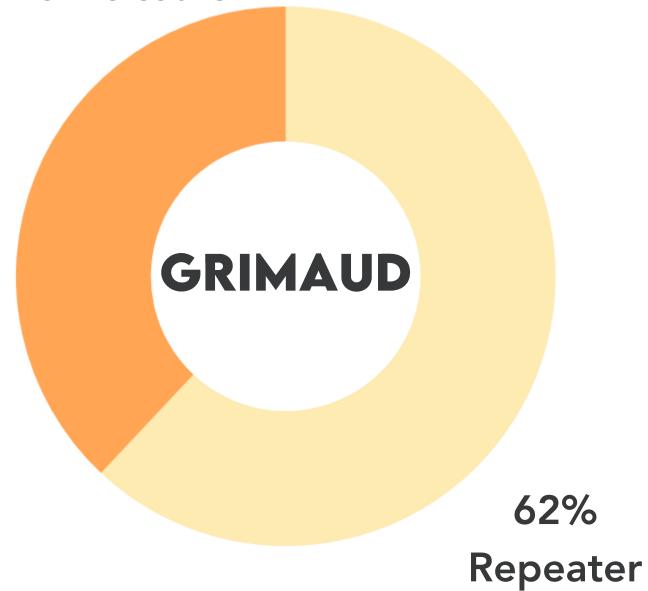
6) FIDÉLITÉ / SATISFACTION

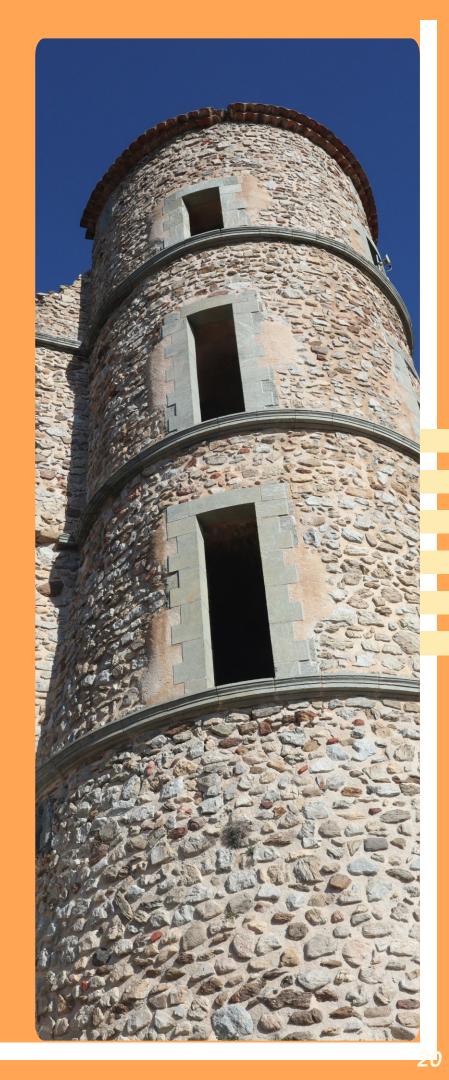
FIDÉLITÉ AU LIEU DE SÉJOUR

Valeurs exprimées en séjours

38%

Primo-visiteurs

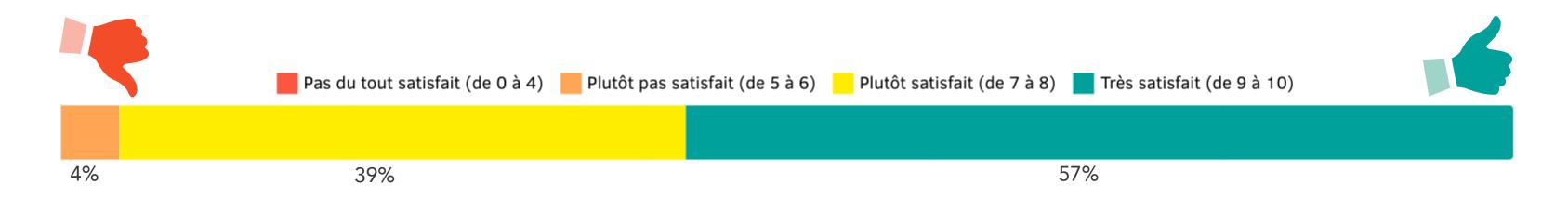






6) FIDÉLITÉ / SATISFACTION

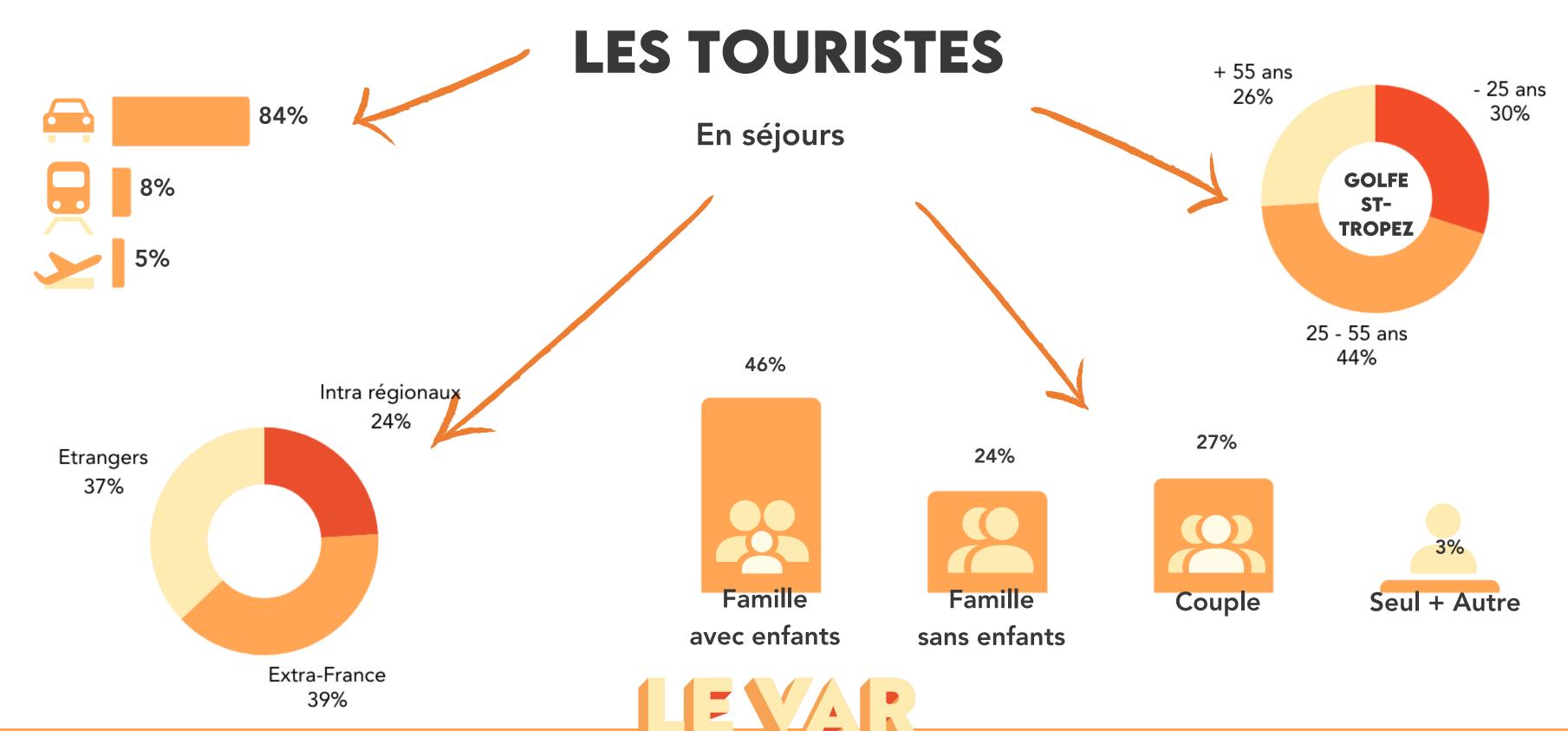
Satisfaction globale



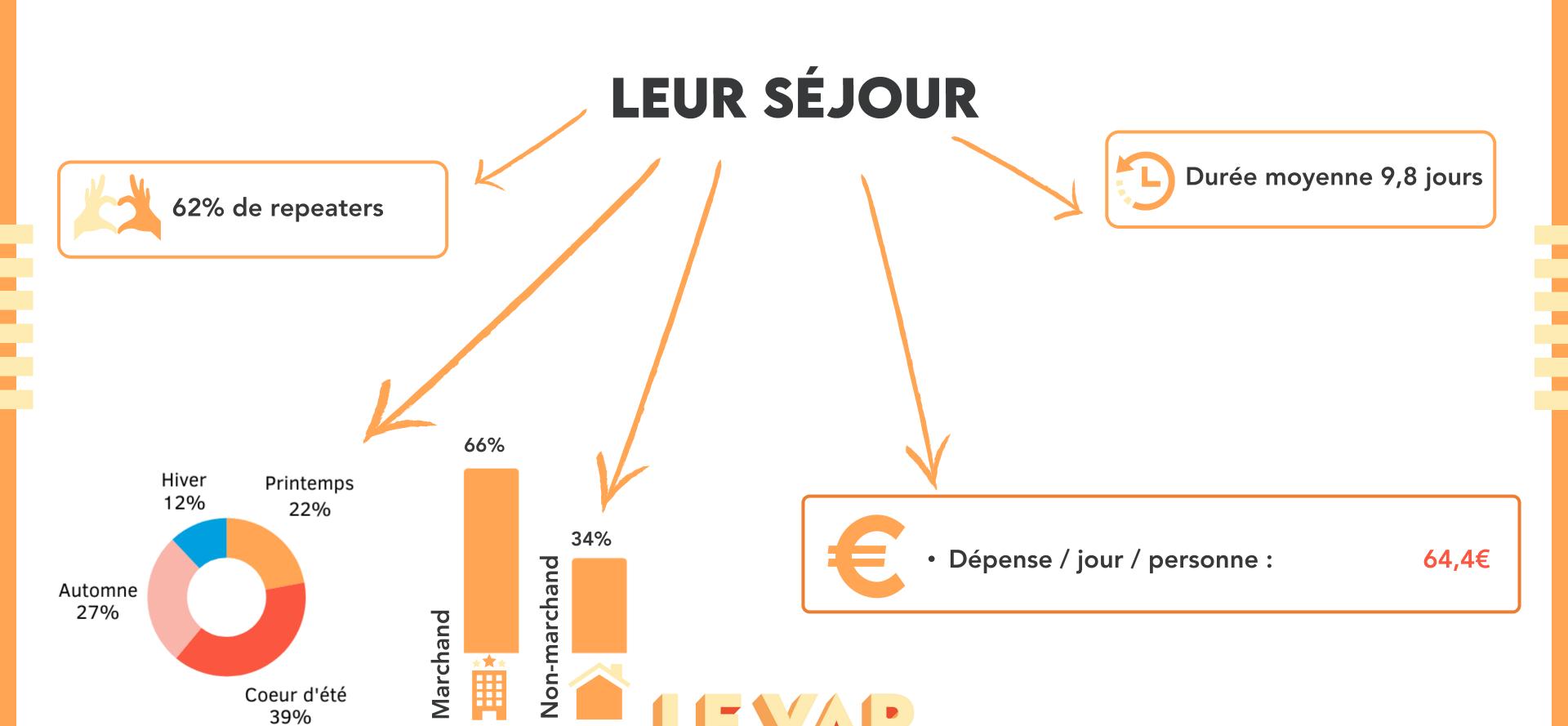
La note moyenne concernant le niveau de satisfaction global du séjour est de 8,7 sur 10



7) SYNTHÈSE



7) SYNTHÈSE



Sources : Enquête Clientèle Elux Vision