

TOURISME & ÉCONOMIE

en Provence-Alpes-Côte d'Azur



Le tourisme est un "amortisseur" en temps de crise...

Aux dépassements d'usage de la France touristique, la réduction drastique de la consommation et l'impact de la crise ont entraîné une baisse des dépenses de consommation de tourisme.

Plus de 100 millions de touristes ont visité la France en 2010, soit une augmentation de 10% par rapport à 2009. Les dépenses de consommation de tourisme ont atteint 14 milliards d'euros, soit une augmentation de 10% par rapport à 2009.



ÉCONOMIE

Tourisme, secteur clé de l'économie régionale

L'emploi, l'investissement, la consommation



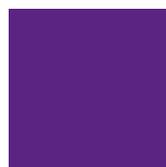
SOMMAIRE

Le tourisme, acteur clé de l'économie régionale

4 Tourisme et emploi font bon ménage...

7 L'investissement touristique sert l'économie

11 Le tourisme, une valeur sûre et un potentiel d'avenir



Les 10 chiffres clés

14 milliards d'€

Ce sont les recettes annuelles liées aux dépenses des touristes, dont 5 milliards proviennent des dépenses des touristes internationaux.

64 €

C'est la dépense moyenne par jour et par touriste.

11 %

C'est la part du tourisme dans le PIB régional.

2 800 €

C'est le revenu moyen annuel du tourisme par habitant (recettes touristiques / nombre d'habitants).

25 000

C'est le nombre d'entreprises du tourisme (hébergements, restaurants, activités de services...)

148 000

C'est le nombre d'emplois dans le tourisme dont 120 000 salariés. Cela représente 7,5 % de l'emploi total.

1 milliard d'€

C'est le montant des investissements annuels dans le secteur du tourisme.

1^{er} rang

C'est la place de Provence-Alpes-Côte d'Azur parmi les régions françaises pour le volume de nuitées touristiques françaises et étrangères.

31 millions

C'est le nombre annuel de séjours touristiques en Provence-Alpes-Côte d'Azur dont 5,6 millions de touristes internationaux (21 %).

221 millions

C'est le nombre de nuitées touristiques en 2011.

Provence-Alpes-Côte d'Azur



EDITO

Le tourisme, acteur de l'économie et du développement durable

Climat méditerranéen, plages de sable fin, montagnes, festivals, patrimoine culturel, paysages grandioses, champs de lavande et d'oliviers, ... Avec ces ingrédients, valorisés par des infrastructures et équipements de qualité, la région s'est forgée une réputation mondiale de grande destination touristique depuis des décennies. Mais au-delà de ces clichés qui ont construit son image et fait sa notoriété, le tourisme est devenu une composante majeure de l'économie et des territoires de Provence-Alpes-Côte d'Azur.

31 millions de séjours touristiques par an, dont 5,7 millions issus de touristes étrangers, sont générés par l'image idyllique de nos destinations, mariant indifféremment la mer, la montagne le soleil et l'art de vivre. Les touristes injectent 14 milliards d'euros dans l'économie régionale, soit 11 % du PIB.

A elle seule, la région accueille presque autant de touristes étrangers que le Danemark (9 millions en 2010), la Suisse (8,6 millions), ou le Portugal (6,8 millions). C'est un atout indéniable : le tourisme est un secteur d'activité capable d'aller chercher de la croissance à l'international, en particulier dans les économies émergentes.

Au niveau européen, la région se place 2^{ème} derrière la Catalogne pour sa capacité en hôtels et campings, 4^{ème} en termes de nuitées dans ces hébergements derrière Paris, la Catalogne et l'Andalousie. En France, elle est la 2^{ème} région pour l'accueil de touristes étrangers derrière la capitale et la 1^{ère} pour l'accueil des touristes français.

Non délocalisable, l'activité touristique n'a cessé de recruter depuis 20 ans, employant jusqu'à 163 000 actifs pendant les pointes estivales, soit 36 % de mieux

qu'en 1995, à l'image de quelques industries à forte valeur ajoutée, comme l'aéronautique, la micro-électronique ou les technologies de l'information. Le tourisme régional est fort d'un tissu de 25 000 TPME (très petites et moyennes entreprises) qu'il est nécessaire de fédérer autour de nos grandes marques de destination, afin d'améliorer leur compétitivité à l'international.

L'activité touristique sert aussi au maintien de la vie locale et au développement harmonieux du territoire. Perchiste ou moniteur l'hiver, agriculteur ou éleveur le reste de l'année. Tout le monde en profite : hôteliers, restaurateurs, chambres d'hôtes, campings, résidences de tourisme, prestataires de services récréatifs et culturels, sociétés de remontées mécaniques, transporteurs, ... Le tourisme bénéficie à une économie de services et il contribue fortement à l'aménagement de nos territoires. Il participe à la préservation du patrimoine naturel et à l'ancrage de la culture et de l'identité régionales, en se nourrissant de la beauté des paysages, de la qualité des sites et de la richesse humaine.

C'est à cet égard un outil d'attractivité sans équivalent pour l'implantation d'entreprises à la recherche de sites valorisant pour leur image et leurs salariés, soucieux de marier travail et qualité de vie. En participant à ce développement économique durable, le tourisme contribue aussi à la qualité de vie des habitants de la région et au ciment des relations humaines. C'est un allié des politiques de préservation et de valorisation des écosystèmes environnementaux, économiques et sociaux.

Le Président
du Comité Régional de Tourisme

Tourisme et emploi font bon ménage...

En développement depuis plusieurs décennies, le tourisme est devenu l'un des premiers employeurs de l'économie régionale derrière le commerce (240 000 emplois) et l'industrie (163 000 emplois), et le 1^{er} recruteur !

Pas moins de 148 000 emplois en dépendent, soit 7,5 % du total régional selon les dernières statistiques de l'Insee, contre 6 % en Languedoc-Roussillon et 4,5 % en Rhône-Alpes.

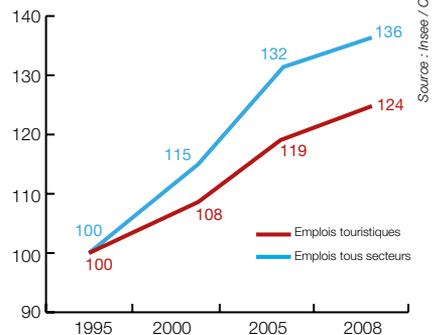
Motif de satisfaction supplémentaire : le poids du secteur progresse un peu plus chaque année avec une croissance régulière des embauches voisine de 3400 nouveaux emplois par an depuis 1995. « Les emplois touristiques progressent même plus vite que la moyenne régionale », a calculé l'Insee : + 36 % en 20 ans, contre 24 % de progression tous secteurs confondus. Avec plus de 30 000 projets de recrutement référencés dans les bases d'offres de Pôle Emploi, il se place même très loin devant la santé et l'action sociale (19 000), les services scientifiques et

techniques (18 900) ou les autres activités de services (16 800).

Ce dynamisme profite aussi bien aux grandes villes, où le volume d'emplois touristiques est élevé, qu'aux sites les plus reculés. « Les territoires de montagne ou certaines stations balnéaires du littoral très sensibles à la fréquentation touristique ont une économie directement dépendante du tourisme », insistent les experts de l'Insee.

Dans les Hautes-Alpes par exemple, l'activité représente 15,5 % de l'emploi et jusqu'à 30 % dans le bassin Briançonnais qui cumule la proximité de domaines skiables, de parcs naturels (Ecrins, Queyras) et de patrimoines culturels (les fortifications Vauban en particulier). Dans certaines communes, l'activité touristique a une part considérable de l'emploi total.

Les emplois touristiques progressent plus vite que la moyenne régionale !



En termes d'emploi, le tourisme se situe parmi le groupe de tête des activités économiques de la région

	EMPLOIS SALARIÉS	CLASSEMENT
Commerce	240 000	1
Industrie	162 924	2
Tourisme	120 003	3
Construction	119 290	4
Transport	105 509	5
Energie	28 260	6
Agro-alimentaire	27 362	7

Source : Insee / CRT PACA

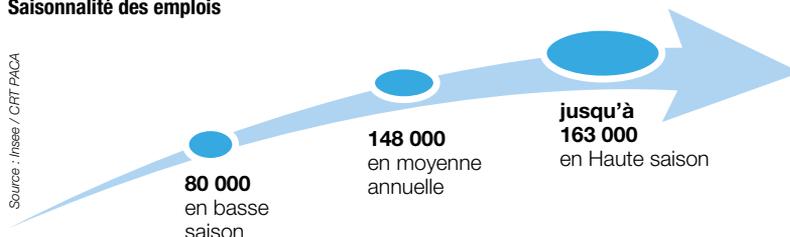
Part de l'emploi touristique dans l'emploi total de communes (sources : J.L.JECO base Comète)

EN MONTAGNE
97 % Pra Loup
81 % Serre Chevalier
77 % Vars
70 % Montgenèvre
SUR LE LITTORAL
60 % Les Stes-Maries-de-la-Mer
48 % Saint-Tropez
43 % Gassin
40 % Bandol, Le Lavandou, ...

La part de l'emploi touristique est beaucoup plus faible dans les villes mais en volume, il est élevé. Parmi les 10 premières communes de la région en termes d'emplois touristiques, 9 sur 10 sont des villes.

148 000 emplois sont directement liés au tourisme dont 120 000 emplois salariés

Saisonnalité des emplois



Le tourisme dynamise le commerce,

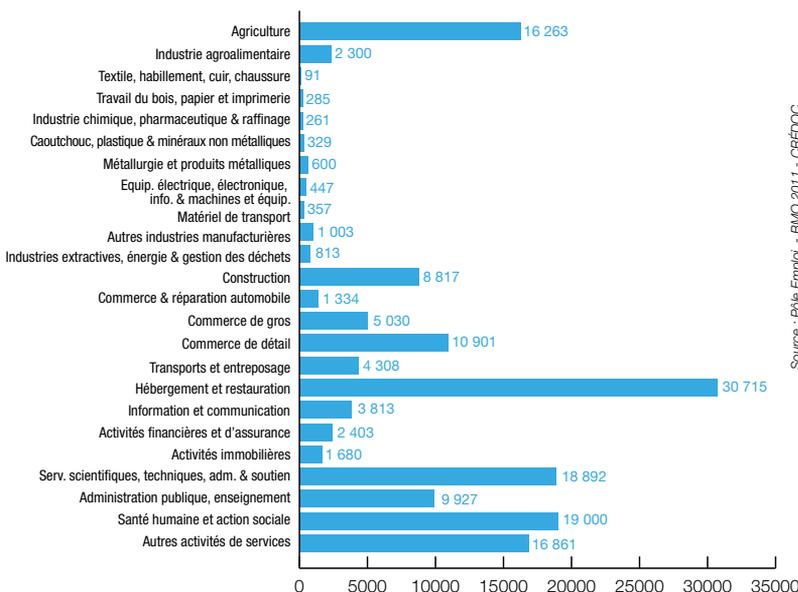
11 % des emplois dans les commerces sont directement liés au tourisme

L'emploi dans les commerces est très lié à l'activité touristique. 13 % des dépenses des touristes en cours de séjours concernent des achats, soit 1,8 milliard d'euros.

A Marseille, l'enjeu est de taille : 820 000 croisiéristes (+17 %), un marché des congrès en hausse de 35 % (200 000 journées), 7,5 millions de passagers à l'aéroport Marseille Provence, une offre hôtelière croissante et de qualité (820 nouvelles chambres attendues d'ici 2014, dont deux tiers haut de gamme), 4,1 millions de touristes au total (contre 2,7 millions en 1996)... L'attractivité de la capitale régionale dynamise le commerce : en dix ans, le nombre d'enseignes nationales a plus que doublé. Au total dans la région, 18 % des emplois liés au tourisme se concentrent dans les activités commerciales. Parallèlement, plus de la moitié des emplois touristiques (57 %) se concentrent dans les activités liées aux hébergements dont l'hôtellerie, à la restauration et aux cafés, des secteurs surreprésentés par rapport à la moyenne nationale (1,5 fois plus) et marqués par une forte saisonnalité.

Marché du travail : le tourisme 1^{er} recruteur régional !

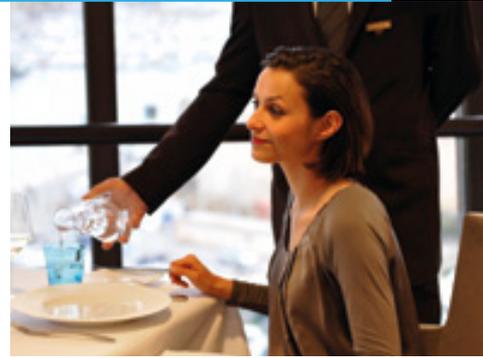
Nombre de projets de recrutement, selon le secteur d'activité détaillé



« Cette variation est plus ou moins marquée selon les activités, notent les analystes de l'Insee. Dans la restauration par exemple les emplois gonflent de 82 % en été par rapport à janvier, mais si l'évolution dépasse à peine 50 % dans l'hôtellerie, elle est de plus de 120 % dans l'hébergement de plein air ». L'été, à un moment de l'année où les entreprises des autres secteurs économiques tournent au ralenti, l'économie régionale est boostée par les entreprises du tourisme. Elle ne prend pas de vacances !

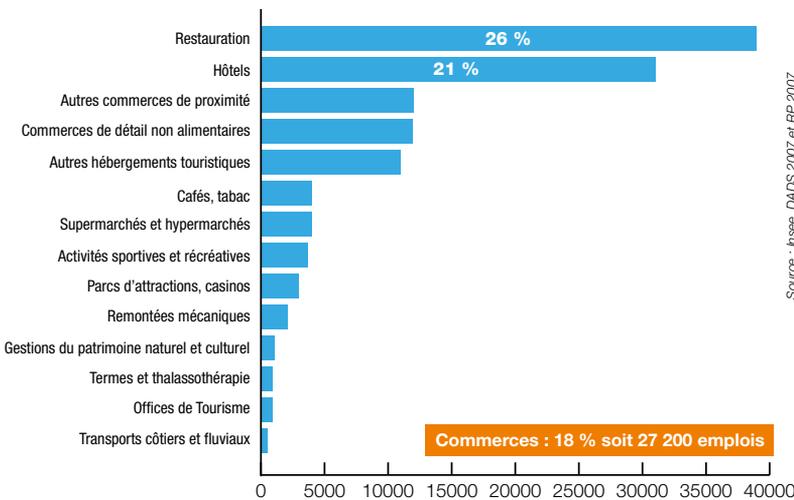
Dans les villes, le tourisme d'affaires joue un rôle de modérateur dans les fluctuations de l'emploi. Il joue tout au long de l'année, en particulier dans les Alpes-Maritimes et les Bouches-du-Rhône.

Ces départements urbains disposent d'infrastructures de transport importantes, de centres de congrès ainsi que de pôles tertiaires liés aux technologies de pointe très tournés vers l'international, qui favorisent la tenue de symposium et séminaires en tous genres.



Hébergement et restauration, 1^{er} gisement d'emplois touristiques, 57 % des effectifs

Principaux employeurs : Hôtels et Restaurants près de 70 000 emplois



Source : Insee, DADS 2007 et RP 2007

Le tourisme favorise le maintien d'une vie locale

Dans les espaces ruraux de la région, le tourisme joue souvent un rôle important pour maintenir une vie locale. Il est source de revenus complémentaires pour les agriculteurs, qui se lancent dans l'agritourisme en aménageant une chambre d'hôtes ou un gîte rural et qui développent aussi la vente directe de leurs produits auprès des touristes.

Les artisans locaux, les maçons, les menuisiers, les plombiers, les électriciens... trouvent aussi des débouchés grâce à la construction, l'aménagement ou l'entretien des nombreuses résidences secondaires. En aidant les populations de zones rurales à trouver de nouvelles ressources, en favorisant la pluriactivité, le tourisme aide au maintien des services publics dont les populations ont besoin : un hôpital ou un cabinet médical, une poste, une école primaire, ... C'est le cas en particulier dans les vallées et stations des Alpes du Sud ou dans des parcs naturels régionaux comme le Luberon ou le Verdon.

“ Paroles de pro ”

« La pluriactivité est inscrite dans l'ADN des Hautes-Alpes »

Près de 80 % des emplois du Briançonnais sont pluriactifs. « Grâce au tourisme, nombre de nos vallées ont conservé de la vie en permettant à leur population de vivre de plusieurs métiers », témoigne François Badjily, dont l'Office de Tourisme emploie 32 salariés, la plupart pluriactifs. Maçon ou charpentier l'été, moniteur de ski, pisteur ou chargé d'accueil l'hiver. Fondée sur la souplesse et la flexibilité, la formule est maintenant rodée « mais le phénomène se renforce depuis une décennie avec le développement massif des résidences secondaires », constate-t-il. Le lycée d'enseignement professionnel de Briançon propose ainsi une formation spécifique de trois ans au lieu de deux associant l'apprentissage du métier de charpentier et des cours avancés de ski ouvrant la voie au monitorat. Les entreprises jouent le jeu. Pour conserver un personnel qualifié et valoriser leur formation sur le long terme, les remontées mécaniques de Serre Chevalier garantissent par exemple 120 jours d'emploi à leurs 400 saisonniers, quelque soit l'évolution de la météo. En moyenne, les pluriactifs trouvent cinq mois de contrats liés au tourisme dans l'année.

François Badjily - Directeur de l'Office de Tourisme de Serre Chevalier

L'investissement touristique sert l'économie

Un milliard d'euros a été investi dans l'économie touristique régionale en 2010, **soit 12,5 % du total national**

Ce chiffre place Provence-Alpes-Côte d'Azur en seconde position derrière Rhône-Alpes, selon le tableau de bord dressé par la Chambre de Commerce et d'Industrie Marseille Provence (avec le soutien d'Atout France et de la Région PACA).

Hôtellerie, résidences de tourisme, centres de congrès, casinos, culture, remontées mécaniques, plaisance, croisière... De nombreux pans d'équipement sont concernés, souvent au bénéfice direct des populations permanentes comme c'est le cas pour les transports.

Une part importante des dépenses d'investissement se concentre dans les Alpes-Maritimes, essentiellement au profit de l'hôtellerie et du tourisme d'affaires, dans des villes phares que sont Cannes ou Nice. Suit le Var, premier département

en termes de nuitées (30 % du total régional) qui a donc besoin d'importants investissements d'infrastructures d'hébergement. Il en va de même du Vaucluse qui privilégie le développement de gîtes et de chambres d'hôtes et des Bouches-du-Rhône qui consacrent plus de la moitié des investissements au secteur hôtelier.

Dans les Hautes-Alpes et les Alpes-de-Haute-Provence enfin, les efforts sont les plus importants rapportés au nombre d'habitants. Les dépenses se concentrent sur l'amélioration de l'offre hivernale avec les remontées mécaniques ainsi que sur les villages de vacances notamment.

	Investissement par hab. (en €)
Alpes-de-Haute-Provence	561
Hautes-Alpes	1 334
Alpes-Maritimes	294
Bouches-du-Rhône	48
Var	292
Vaucluse	124
Région	213

Étude réalisée par le Centre de Ressource Économique de la CCIMP avec le soutien d'Atout France et de la Région PACA
Décembre 2011

Plus de la moitié des investissements touristiques concernent les résidences secondaires

L'hébergement reste le 1^{er} domaine concerné par les investissements touristiques

En 2010, 616 millions d'euros ont été consacrés aux résidences secondaires (soit 14 % des investissements nationaux), puis 81 millions d'euros investis dans les résidences de tourisme (10 % des investissements nationaux).

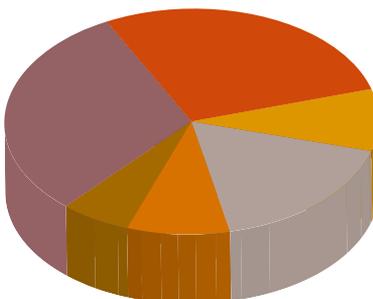
« L'une des difficultés régionales est la tension sur la disponibilité foncière qui a pour conséquence peu de projets de très grande taille comme peuvent le connaître d'autres régions », regrettent les experts de la CCI Marseille-Provence. Cette contrainte n'empêche pas les entreprises de faire pousser localement des programmes originaux. L'opérateur touristique Villages Clubs du Soleil a par exemple rénové l'an passé, pour 12,3 millions d'euros de travaux, le hameau provençal du Reverdi, l'ancienne propriété de Marina Vladi désormais reconvertie en village de vacances de 450 lits.

De la même façon, Vacances Bleues a acquis avec la Caisse des Dépôts, l'hôtel niçois trois étoiles Le Royal sur la promenade des Anglais avec 140 chambres qui vont gonfler encore son offre de tourisme d'affaires (séminaires, conventions, réunions d'incentives). Elle a connu l'an passé une progression de 10 % pour couvrir aujourd'hui 13 % son activité globale.

« Notre diversification passe nécessairement par l'investissement », résume le Président de Vacances Bleues, Jean-Louis Largeteau.

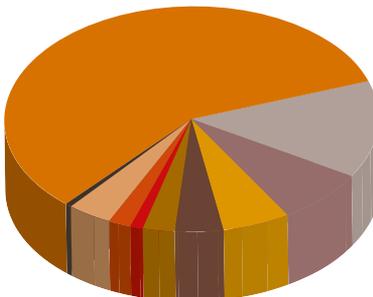
L'hôtellerie de plein air n'est pas en reste. Son offre a beaucoup changé depuis plus de 10 ans, avec de plus en plus de location de bungalows. En 2010, près de 45 millions d'euros ont été investis dans les campings (10,6 % des investissements nationaux pour 95 000 emplacements, troisième chiffre après l'Aquitaine et le Languedoc-Roussillon). Dans les villages de vacances, 28 millions d'euros ont été investis (16,2 % du total national pour 133 unités totalisant 42 700 lits).

Répartition par départements des investissements touristiques 2010 de la région PACA



319 M€	Alpes-Maritimes • 31%
292 M€	Var • 28%
95 M€	Bouches-du-Rhône • 9%
179 M€	Hautes-Alpes • 17%
89 M€	Alpes-de-Haute-Provence • 9%
67 M€	Vaucluse • 6%

Total des investissements PACA 2010 - 1 041 M€



616 M€	Résidences secondaires • 59%
143 M€	Hôtels • 13,5%
81 M€	Résidences de tourisme • 8%
58 M€	Remontées mécaniques • 5,5%
45 M€	Campings • 4,5%
28 M€	Villages de vacances • 2,5%
8 M€	Casinos • 1%
16 M€	Gîtes et chambres d'hôtes • 1,5%
41 M€	Parcs expos et centres de congrès • 4%
5 M€	Parcs de loisirs • 0,5%

Étude réalisée par le Centre de Ressource Economique de la CCIMP avec le soutien d'Atout France et de la Région PACA - Décembre 2011





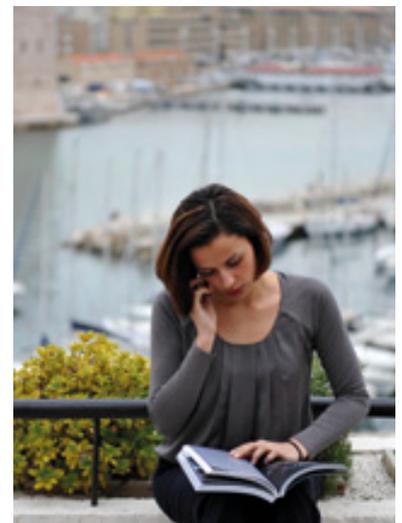
Côté équipements (112,3 millions investis en 2010), les remontées mécaniques (57,6 millions pour installer de nouveaux télésièges à Puy-Saint-Vincent, Serre Chevalier et au Val d'Allos, et renforcer la neige de culture à Vars) et les parcs d'expositions (41,2 millions) se partagent l'essentiel de la mise, témoignant de l'attractivité touristique multiforme de la région.

Dans la cité phocéenne, le palais du Pharo achève un chantier de 12 millions d'euros pour agrandir de 2500 mètres carré sa surface d'exposition et de places assises (1200 au total). A quelques encablures, le président de la Safim, Michel Kester, vient de prendre livraison d'un programme de 50 millions d'euros qui vise à transformer les 17 hectares du parc Chanut en « un lieu de réception réunissant sur le même site desservi par le métro, 6000 places assises de congrès et 50.000 mètres carrés de halls d'exposition ».

A Cannes, les rénovations du Palais des Festivals initiées en 2009 doivent se poursuivre jusqu'en 2015 pour 57 millions d'euros d'investissements. Il en va de même à Nice Acropolis (19 millions d'euros), à Mandelieu (15 millions d'euros depuis 2008) ou à Antibes (55 millions d'euros pour reconstruire le palais des congrès en y adjoignant des surfaces commerciales).

Les capitaux affluent également dans les parcs de loisirs (5 millions d'euros d'investissements), notamment à Marineland, leader européen des parcs animaliers marins (1,2 million de visiteurs en 2010). Les casinos sont également concernés (8,4 millions investis en 2010 après une saison de 37 millions en 2009). Malgré une concentration parmi les plus importantes du pays avec 19 établissements dont 3 figurent dans le top 10 national, la région garde en réserve de nouveaux projets : Sanary, Fréjus, La Seyne-sur-Mer, Cassis...

*Hors résidences secondaires,
76 % des investissements
touristiques portent
sur les hébergements
marchands
(hôtels, campings, ...)*



L'hôtellerie a investi...

Avec 357 millions d'euros en 2009/2010, l'investissement hôtelier a été particulièrement soutenu dans une période de crise par la création de la nouvelle catégorie 5*. En octobre 2011, 56 établissements de Provence-Alpes-Côte d'Azur avaient ce classement, faisant de la région la 2^{ème} après Paris-Ile de France. Les investissements ont concerné une majorité de rénovations. Mais dans les Bouches-du-Rhône, les constructions neuves ont été plus nombreuses. Il est le 1^{er} département de la région pour l'investissement en création et il rattrape ainsi une partie de son retard par rapport aux Alpes-Maritimes.

L'offre hôtelière reste relativement stable ces dernières années. La structure de l'offre régionale se caractérise par une forte présence des catégories supérieures avec près de deux fois plus de chambres 4 et 5 étoiles que la moyenne nationale.

L'association du tourisme et de la culture crée de l'investissement



Les investissements s'intéressent aussi à la culture, qui véhicule mieux que tout, l'image d'avant-garde dynamique du territoire à l'étranger.

D'ici 2013, année qui consacra Marseille-Provence comme Capitale européenne de la culture, près de deux milliards d'euros seront dépensés en Provence dans les équipements nécessaires. « Ce label est un défi énorme pour réinventer un urbanisme longtemps délaissé, analyse le géographe Boris Grésillon. Alors qu'elle misait traditionnellement sur le rayonnement de son club de foot et sa capacité à organiser de grands événements sportifs, c'est finalement par la culture que Marseille se distingue ». Rien qu'à Marseille, qui

s'apprête à accueillir 10 millions de visiteurs en 2013, cinquante projets architecturaux ont été lancés pour un montant de 600 millions d'euros destinés à créer « une densité d'équipements culturels sans équivalents en Europe », selon les promoteurs du dossier : musées, théâtres, cinémas, lieux d'exposition ou d'expression artistique. Le tourisme culturel s'organise également dans le reste de la région où 270 millions d'euros supplémentaires sont consacrés aux chantiers de rénovation ou d'extension d'équipements existants : Musée Granet, Conservatoire et Fondation Vasarely à Aix-en-Provence, anciens ateliers de la SNCF en Arles...

Au total, plus de 850 millions d'euros seront investis dans les projets d'aménagements complémentaires (piétonisation du Vieux-Port, valorisation des entrées autoroutières de Marseille, ...) et 120 à 180 millions pour accroître l'offre hôtelière de la capitale régionale. Ces investissements exceptionnels renforceront l'image culturelle de notre région et sa forte fréquentation touristique permettra de rentabiliser les nouveaux équipements au-delà de 2013.

Paroles de pro

Pour garder l'entreprise que lui a confié son père en 1968 à la pointe de l'hôtellerie méditerranéenne, Georges Antoun ne croit qu'à une vertu : « l'investissement pour progresser dans la qualité de service ». Ces trois dernières années, son groupe a dépensé 3 millions d'euros pour rénover plusieurs de ses établissements. Le Bompard à Marseille a gagné de ce fait sa 4^{ème} étoile, tandis que les onze autres hôtels (dont 5 sont installés dans la région) passent tous en mode accessible aux handicapés avec les normes de sécurité les plus sévères. « Un hôtel vieillit vite », justifie le patron. Il faut également investir dans la formation : ergonomie de travail, nouvelles technologies de communication, réceptif, gestion, langues, thématiques... L'an passé, le groupe a dépensé 7 % de son chiffre d'affaires (23 millions d'euros au global) dans la mise à niveau de son personnel (220 salariés, dont 100 dans la région). L'investissement est enfin gage de croissance.

Georges Antoun
Groupe New Hôtel

Les moyens de transport au service des touristes et des habitants

Le réseau routier et autoroutier de la région, le réseau ferré avec le TGV, les quatre aéroports internationaux sont calibrés pour absorber les nombreux touristes que nous accueillons.

Au cours de l'été, le pic de fréquentation s'élève à 2,5 millions de personnes, soit plus de la moitié de la population régionale. A titre d'exemple, l'aéroport de Nice Côte d'Azur qui accueille 10 millions de passagers par an, attribue 50 % de son trafic à la seule fréquentation touristique des Alpes Maritimes et de la Côte d'Azur. Les infrastructures de transport sont donc

très sollicitées par les touristes. Mais en même temps, cette activité touristique permet de doter la région d'équipements d'envergure dont ses habitants profitent toute l'année. Sans l'apport des populations touristiques, certains équipements de transport n'existeraient pas car non viables économiquement.



Le tourisme participe au développement des infrastructures de transport

Le tourisme, une valeur sûre et un potentiel d'avenir

En 2011, les touristes ont dépensé
14 milliards d'euros dans notre région

**Il faut des chiffres pour mesurer l'attractivité touristique de la région :
chaque année, 31 millions de séjours touristiques,
dont 5,7 millions qui sont le fait de visiteurs étrangers.**

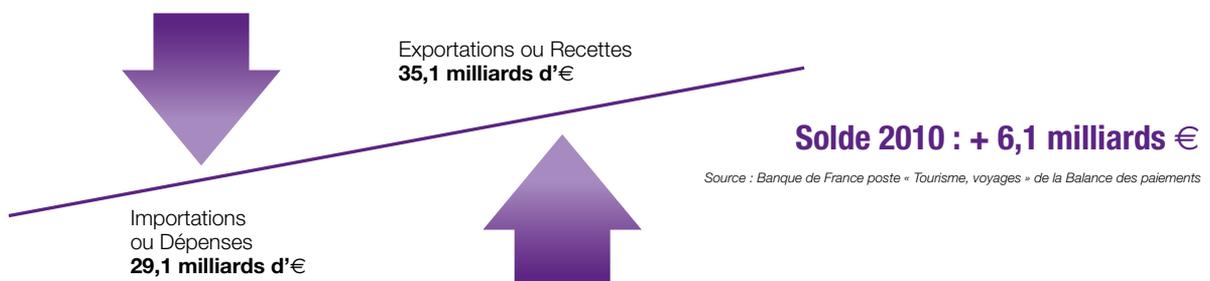
En 2011, les touristes ont généré pas moins de 221 millions de nuitées, au premier rang national. Au total 25 000 entreprises touristiques, soit 10 % du total national de PME et TPE, se partagent une grande partie des 14 milliards d'euros de recettes, qui se répartissent entre hébergements marchands (hôtels, campings, résidences de tourisme...), restaurants et commerces alimentaires, transports locaux, activités de loisirs et achats de biens durables.

« Le tourisme nourrit une économie de service pérenne, structure les aménagements, soigne et enrichit l'image du territoire, accompagne les mutations sociales, et surtout, il est solide et non délocalisable », résume Dominique Estève, Président de la Chambre de Commerce et d'Industrie Régionale.

« Le tourisme est une industrie d'exportation et un secteur phare du commerce extérieur », précise aussi l'agence de développement touristique de la France, Atout France.

Sa dynamique se mesure à son excédent : 6,1 milliards d'euros en 2010, 7,8 milliards en 2009 malgré la crise, et plusieurs années records à plus de 12 milliards (2006, 2007). « En 2008, alors que la France accusait le plus lourd déficit de sa balance commerciale (55,4 milliards d'euros), le tourisme était encore excédentaire avec un solde positif de plus de 8,4 milliards d'euros », constate un expert du Conseil National du Tourisme. « C'est une industrie d'exportation », résume-t-il.

Le tourisme contribue aux exportations de la France



Selon la Banque de France, les recettes du tourisme international en France ont rapporté 35 milliards d'euros, dont 14 % au bénéfice de notre région. La valeur ajoutée du tourisme (41,6 milliards d'euros en 2009), est bien supérieure à celle d'autres secteurs comme l'énergie (30 Mds €), l'agriculture (30 Mds €), les industries agro-alimentaires (25,7 Mds €), ou l'automobile (11,2 Mds €). Selon l'Insee, la valeur ajoutée du tourisme en Provence-Alpes-Côte d'Azur s'élève à 5,4 milliards d'euros, soit un poids économique de 4,4 %. C'est plus que l'Agriculture (1,6 %), les industries agro-alimentaires (1,2 %), l'énergie (2 %) ou encore les activités financières (3 %).

Si quelques gros opérateurs du secteur ont leur siège en Provence-Alpes-Côte d'Azur ainsi que certains de leurs établissements (Villages Clubs du Soleil, l'un des principaux opérateurs de voyage familial, Vacances Bleues, le spécialiste des seniors, Homair vacances, leader de l'hébergement de plein air, ...), il compte surtout une multitude de petites, voire très petites entreprises, dont la moitié emploient moins de 10 salariés. « C'est un secteur dynamique où le taux de création et de renouvellement est particulièrement élevé », souligne l'antenne régionale de l'Insee. Provence-Alpes-Côte d'Azur est ainsi la première région française pour les activités d'hébergement et de restauration, avec plus d'un millier de créations d'entreprises en 2009, devant Rhône-Alpes et l'Île-de-France.

*Le tourisme est
une industrie
d'exportation,
les touristes étrangers
dépensent
5 milliards d'euros
en région*

Le tourisme est un "amortisseur"

en temps de crise...

A tout supplémentaire : l'image de la France touristique, la réputation établie de nos destinations et l'importance des équipements, font de la région une valeur sûre dans le contexte de mondialisation du tourisme.

Pas un catalogue de voyage ne fait l'impasse sur la chaleur du littoral méditerranéen, les couleurs de Provence, les sanctuaires de montagnes protégés, les villages perchés, les patrimoines antiques ou les grands festivals d'été. Les régionaux sont les premiers à être séduits : à elle seule, la clientèle locale représente 21 % de l'ensemble des séjours. Le reste est constitué en majorité des populations de proximité, situées à quelques heures de route ou d'avion : Rhône-Alpes, Paris-Île-de-France mais aussi l'Italie, l'Allemagne, la Grande-Bretagne, la Hollande, La Suisse, l'Espagne notamment. « Ce fond de commerce stable est un amortisseur en temps de crise, analyse un expert, car les vacances sont la dernière chose à laquelle renoncent les populations occidentales ».

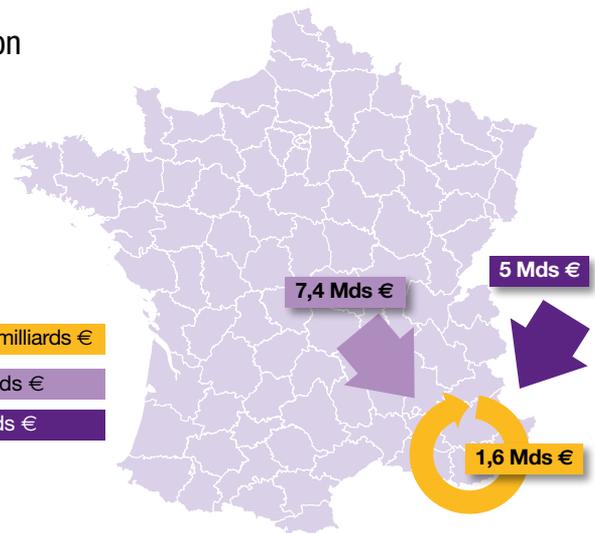
Les touristes consomment... Un apport de recettes extérieures

14 milliards €
de consommation
touristique

Intra régionaux : 1,6 milliards €

Français : 7,4 milliards €

Etrangers : 5 milliards €



Source : Les clientèles touristiques de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur
Année 2010-2011 (CRT PACA / BVA)



Il faut y ajouter le nouveau levier de croissance des marchés émergents, émetteurs de plus en plus de touristes avides de découvertes parmi les classes moyennes grandissantes. En dix ans, les dépenses touristiques des BRIC à l'international ont déjà été multipliées par 4. Or ces pays représentent près de 40 % de la population mondiale. « Pour tous ces gens, la Provence et la Côte d'Azur sont comme Paris, des incontournables qu'on rêve un jour de visiter ».

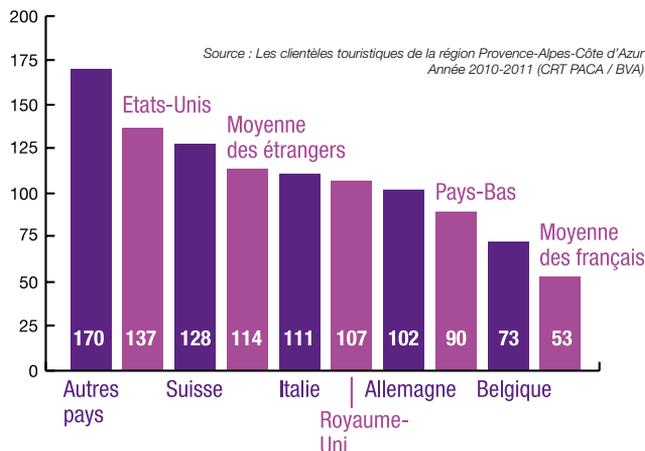
Le développement commercial d'enseignes véhiculant l'image de la région - comme l'Occitane qui vise plus de 500 magasins en Asie -, le tournage de films à gros budgets dans les décors naturels de la région et l'organisation d'événements aux résonances internationales (la coupe du monde de football ou de rugby, Marseille-Provence Capitale Européenne de la Culture, le Festival du film de Cannes, les grandes expositions Cézanne ou Picasso, ...), sont des ambassadeurs de nos destinations touristiques.

Sans compter le témoignage des étrangers qui viennent en Provence changer de vie et qui démultiplient les effets du bouche-à-oreilles... Pieter et Griet, les sympathiques

propriétaires belges du Relais des Ecrins à Châteauroux-les-Alpes (Hautes-Alpes), figurent parmi ces ambassadeurs qui invitent leurs compatriotes flamands à venir goûter aux faveurs du climat sud alpins et aux petits plats de terroir à la touche de saveur belge, concoctés dans le bistrot de pays qu'ils ont rouvert.

Les marchés émergents, émetteurs de touristes avides de découvertes

Dépense par origine géographique
(en euros, par jour et par personne)



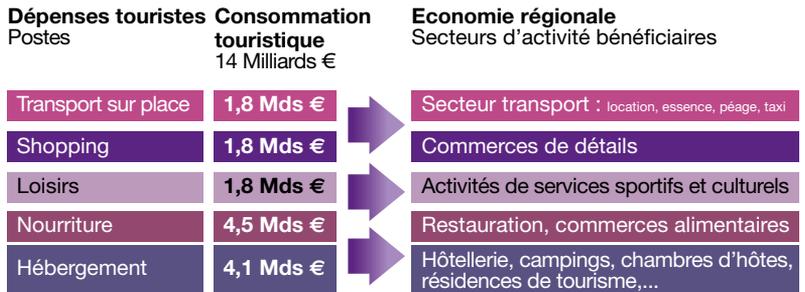
Diversité, soleil, services, innovation... Les touristes apprécient. La recette pousse les vacanciers à dépenser en moyenne 64 € par jour et par personne, soit un budget proche de 1 800 € par séjour pour une famille de 4 personnes.

Certaines clientèles dépensent plus que d'autres : un touriste étranger deux fois plus qu'un touriste français (114 € contre 53 €), le client d'un hôtel presque quatre fois plus qu'un touriste hébergé chez des parents, amis ou en résidence secondaire, un touriste d'affaires trois fois plus qu'un touriste rendant visite à des parents ou des amis... Principaux bénéficiaires, l'hébergement et la restauration captent 8,5 milliards d'euros, soit 61 % des recettes touristiques. En complément, 1,8 milliard d'euros sont injectés dans des entreprises de loisirs récréatifs, sportifs ou culturels. Un montant identique concerne aussi les dépenses des touristes liés aux achats durables, au shopping.

Cela bénéficie directement au tissu commercial de la région et une partie du chiffre d'affaires des commerces se fait grâce aux touristes. Et parce que les touristes se déplacent pendant leur séjour, 1,8 milliard

d'euros sont également dépensés en région au bénéfice des transports en commun, des stations service ou encore des parkings.

Les effets directs de la consommation touristique dans l'économie régionale



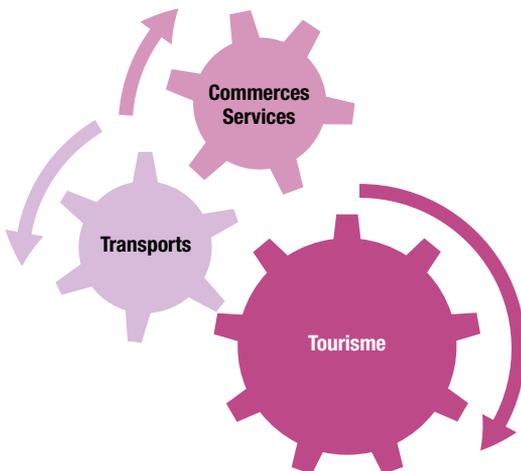
Source : Les clientèles touristiques de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur Année 2010-2011 (CRT PACA / BVA)

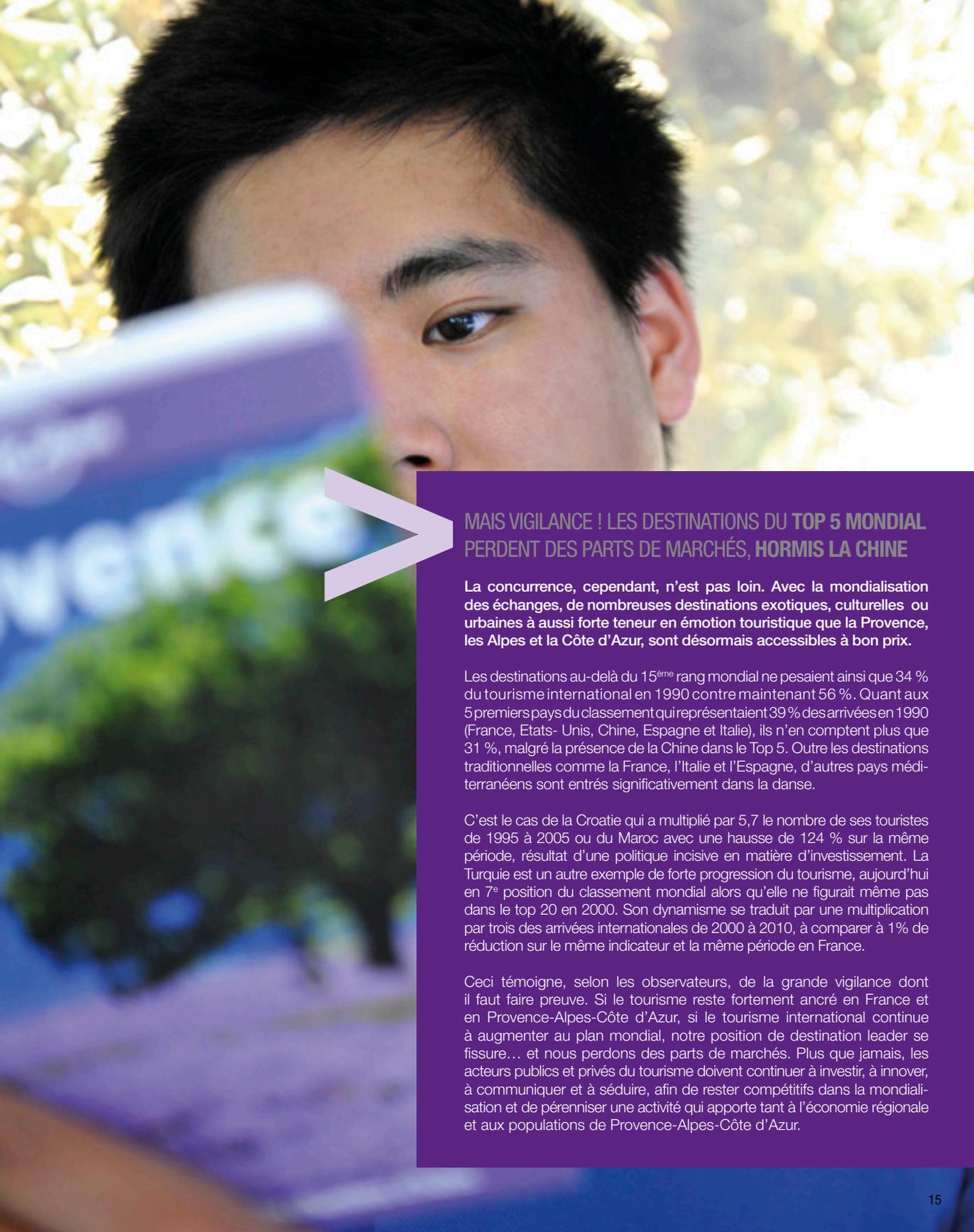
Certaines clientèles dépensent plus que d'autres :

**1 étranger 114 € / jour,
1 touriste à l'hôtel 140 € /jour..**

Le tourisme entraîne l'économie régionale

De nombreux secteurs d'activité sont dynamisés par le tourisme : transports, commerce / artisanat, construction / BTP, agriculture / pêche / agroalimentaire, services (santé, assurance, banque, ...), culture / sports, ...





MAIS VIGILANCE ! LES DESTINATIONS DU TOP 5 MONDIAL PERDENT DES PARTS DE MARCHÉS, HORMIS LA CHINE

La concurrence, cependant, n'est pas loin. Avec la mondialisation des échanges, de nombreuses destinations exotiques, culturelles ou urbaines à aussi forte teneur en émotion touristique que la Provence, les Alpes et la Côte d'Azur, sont désormais accessibles à bon prix.

Les destinations au-delà du 15^{ème} rang mondial ne pesaient ainsi que 34 % du tourisme international en 1990 contre maintenant 56 %. Quant aux 5 premiers pays du classement qui représentaient 39 % des arrivées en 1990 (France, Etats- Unis, Chine, Espagne et Italie), ils n'en comptent plus que 31 %, malgré la présence de la Chine dans le Top 5. Outre les destinations traditionnelles comme la France, l'Italie et l'Espagne, d'autres pays méditerranéens sont entrés significativement dans la danse.

C'est le cas de la Croatie qui a multiplié par 5,7 le nombre de ses touristes de 1995 à 2005 ou du Maroc avec une hausse de 124 % sur la même période, résultat d'une politique incisive en matière d'investissement. La Turquie est un autre exemple de forte progression du tourisme, aujourd'hui en 7^e position du classement mondial alors qu'elle ne figurait même pas dans le top 20 en 2000. Son dynamisme se traduit par une multiplication par trois des arrivées internationales de 2000 à 2010, à comparer à 1% de réduction sur le même indicateur et la même période en France.

Ceci témoigne, selon les observateurs, de la grande vigilance dont il faut faire preuve. Si le tourisme reste fortement ancré en France et en Provence-Alpes-Côte d'Azur, si le tourisme international continue à augmenter au plan mondial, notre position de destination leader se fissure... et nous perdons des parts de marchés. Plus que jamais, les acteurs publics et privés du tourisme doivent continuer à investir, à innover, à communiquer et à séduire, afin de rester compétitifs dans la mondialisation et de pérenniser une activité qui apporte tant à l'économie régionale et aux populations de Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Provence-Alpes-Côte d'Azur
TOURISME



Comité Régional de Tourisme
Provence-Alpes-Côte d'Azur

www.chiffres-tourisme-paca.fr

www.rendezvouscrt.fr

www.presetourismepaca.fr

www.tourismepaca.fr

Région



Provence-Alpes-Côte d'Azur

