

Dossier de presse

**Convention de Tourisme d'Affaires
en Languedoc-Roussillon**

**Conférence de presse
16 novembre 2007
Pont du Gard**



"le Gard, un caractère affirmé"





Convention de Tourisme d'Affaires au Pont du Gard

La **quatrième édition de la Convention de Tourisme d'Affaires** se déroule dans le site prestigieux du Pont du Gard, du 15 au 18 novembre.

Organisée par le **Comité Régional du Tourisme Languedoc-Roussillon** et le **Comité Départemental du Tourisme du Gard**, cette convention regroupe **plus d'une soixantaine d'acheteurs**, parmi lesquelles d'importantes entreprises internationales, spécialisées dans l'organisation de congrès, séminaires et incentives, des décideurs d'entreprise, agences événementielles, et autres prescripteurs de tourisme d'affaires. Ces professionnels proviennent majoritairement de France (région parisienne et principaux bassins émetteurs) mais aussi des marchés de proximité tels que l'Allemagne, la Grande-Bretagne, la Belgique, l'Espagne ou la Suisse.

Au cours du workshop, organisé le 16 novembre, selon un système de rendez-vous pré-programmés via Internet de 20 minutes chacun, ces acheteurs rencontreront une trentaine d'exposants du Languedoc-Roussillon, spécialisés dans le tourisme d'affaires (palais des congrès, hôtels dotés de salles de séminaires, lieux d'exception privatisables pour des événementiels, réceptifs locaux...).

A l'issue de ce workshop, un **eductour** permettra aux agences incentives et aux journalistes invités de **visiter des lieux dédiés à l'événementiel, des structures adaptées à une demande de tourisme d'affaires et de participer à des activités incentives tout en découvrant le Gard.**

Organisée sur deux journées, cette Convention de Tourisme d'Affaires est une occasion unique pour l'ensemble des exposants régionaux de concentrer leurs rendez-vous avec les prescripteurs de tourisme d'affaires. Au total, entre **300 et 450 rencontres sont prévues.**

**Comité Régional du Tourisme
Languedoc-Roussillon**

Contacts : Sophie Pellegrin-Ponsole – Patricia de Pouzilhac
Service de presse & communication
Tél : 04.67.200.220 Fax : 04.67.644.748
www.sunfrance.com/presse
spp.crtl@sunfrance.com



Exposants / Visiteurs

Exposants du Languedoc-Roussillon

Académie du Vin et du Goût à Roquemaure
Appart Hôtel Victoria Garden à Clapiers
ATA Montpellier
Béziers Congrès
Casino Flamingo Grau du Roi Port Camargue
Casino Hôtel le Phoebus à Gruissan
Comité Départemental du Tourisme 11
Comité Départemental du Tourisme 30
Comité Départemental du Tourisme 34
Comité Départemental Du Tourisme 66
Cela Canet en Roussillon
Château de Pennautier dans l'Aude
Château Tuilerie Nîmes
Club des Grands Vins de Châteaux du LR
Comité Régional du Tourisme LR
Enjoy Montpellier
Golf Hôtel de Fontcaude
Golf Hôtel Gde Motte Best Western 1er
Holiday Inn Métropole Montpellier
Hôtel le Donjon Carcassonne
Hôtels de charme Uzès-Pont du Gard
L'Espinet Vacances à Quillan
Le Pont du Gard
Nîmotel Best Western Nîmes
OT Carcassonne
OT Montpellier
OT Nîmes
Palais des Congrès de La Grande Motte
Roussill'hotel à Argelès sur Mer

Visiteurs

Abile Corporate Events & Dmc
Access Provence
Access Provence
Agence Virage / Voyage Et Patrimoine
Aixauce
Alpes Events
Alpes Events
Anticipate !
Un Jour D'exception
Anticipate !
Un Jour D'exception
Armee De Terre
Avignon Tourisme D'affaires
Bayer Health Care
Bayer Sante
Bouygues Telecom

Briceno Voyages
Cap Horizon
Cap Horizon
Carlson Wagonlit Event
Carlson Wagonlit Travel
Cea
Collard Organisation
Collard Organisation
Copampa Entreprises
Egregore/
Voyag'or
Event Link
Explorers.Be
Explorers.Be
Fair Incentive
France Welcoming
Fujifilm Allmagne
Imagine Events
Imagine Events
Internacional Cintas
Internacional Cintas S.A.
Internacional Cintas S.A.
La Poste Formation
Mbe International
Mediane Organisation
Mediane Organisation
Medis
Natuca Viajes
Open Espais Estancias Y Servicios, S.L.
Open Espais Estancias Y Servicios, S.L.
Pellenc Sa
Phileas France
Raytheon Anschutz Gmbh
Recife Company
Sncf
Synergie Europe
Synergie Europe
Taranna Club
Terra Consultoría De Incentivos
Tmc Associes
Tornasol Aventura
Trocadéro Swing Communication
Venue Solutions
Venue Seekers
Vivre Le Vin

Toutes les coordonnées sont disponibles dans le catalogue de la Convention 2007

Le Cercle Prestige

Le **Cercle Prestige** a été créé en 2004 pour favoriser les échanges entre ses adhérents, développer des synergies inter-professionnelles. Il doit également contribuer à tirer l'image du Languedoc-Roussillon vers le haut en termes de qualité, notamment grâce aux actions de promotion et de communication qu'il mettra en œuvre auprès d'une clientèle tourisme d'affaires.

Fleuron du tourisme régional en Languedoc-Roussillon, le **Cercle Prestige** réunit les établissements et structures illustrant le tourisme d'affaires et haut de gamme d'une région où l'art de vivre est authentique : hôtellerie de charme et de caractère 4* ou 3* avec centres de séminaires, palais des congrès, restaurants gastronomiques étoilés, domaines viticoles, monuments historiques et sites d'exception dédiés à l'événementiel sous toutes ses formes. Aujourd'hui, ce sont près de 50 établissements qui ont d'ores et déjà rejoint ce club d'excellence.

Un magazine « Prestige »



Cette convention sera aussi l'occasion pour le CRT de présenter le nouveau magazine « **Destination Prestige en Languedoc-Roussillon** », référencant 46 entreprises régionales⁽¹⁾ illustrant le tourisme haut de gamme et/ou d'affaires, adhérentes du Cercle Prestige.

Ces 20.000 exemplaires (français / anglais) seront notamment diffusés lors de salons professionnels, auprès des établissements régionaux spécialisés dans le tourisme d'affaires mais également auprès des OTSI et Palais des Congrès de la région. Réalisé en partenariat avec le mensuel Marie-Claire, ce magazine sera également offert dans les établissements et commerces haut de gamme du Languedoc-Roussillon.

⁽¹⁾ **Nouveaux adhérents 2007 : Couvent d'Hérépian ; Domaine de Verchant à Castelnaud le Lez ; Hôtel Sofitel Antigone**** à Montpellier ; Hôtel Mercure à Béziers ; Hôtel Mercure Porte de la Cité à Carcassonne ; Péniches Hôtels Fandango et Tango au Somail ; Casino Flamingo au Grau du Roi ; Culture Espaces Nîmes Romaine ; Château de Raissac à Béziers ; Agence Coralys à Montpellier.**



Des salons professionnels

SALON HEAVENT

Lieu : Hippodrome de Longchamp - PARIS

Dates : 20-22 Novembre 2007

Stand partagé entre le Cercle Prestige, l'Office du Tourisme de Montpellier et Enjoy Montpellier avec la présence d'adhérents du Cercle Prestige : Agence Coralys, le Pont du Gard, Areva Trip et l'Académie du Vin et du Goût.

SALON EIBTM

Lieu : BARCELONE

Dates : 27-29 Novembre 2007

Stand au sein de la zone France, partagé entre le Cercle Prestige, l'Office du Tourisme de Montpellier, Enjoy Montpellier et le CDT des Pyrénées-Orientales.

SALON BEDOUK 2008

Lieu : Porte de Versailles - PARIS

Dates : 6-7 Février 2008

Stand avec l'Office du Tourisme de Carcassonne, Enjoy Montpellier (sous réserve)

SALON SEMINAIRES ET BUSINESS RHONE ALPES

Dates : 17-18 janvier 2008

Bilan de l'année 2007

SALON SEMINAIRES ET BUSINESS RHONE-ALPES

En janvier 2007, le CRT a participé à la 4^{ème} édition du salon Séminaires et Business Rhône Alpes pour y représenter le Cercle Prestige sur un stand partagé avec le site du Pont du Gard. Ce salon est réservé aux décideurs d'entreprises et acheteurs à la recherche d'un site d'accueil et d'un prestataire pour optimiser l'organisation de leurs séminaires, événements, congrès, conventions, cocktails.... La présence toute récente du CRT, via le Cercle Prestige, sur ce salon a interpellé les invités qui ne soupçonnaient pas, pour la plupart, les possibilités offertes par le Languedoc-Roussillon pour l'organisation de séminaires et autres événements.

SALON SEMINAIRES ET BUSINESS MEDITERRANEE

Le Cercle Prestige a partagé un stand avec le Site du Pont du Gard lors de la première édition du salon Séminaires Business Méditerranée qui s'est tenue à Marseille en octobre 2007. Ce salon est réservé aux décideurs d'entreprises et acheteurs qui sont à la recherche d'un site d'accueil et d'un prestataire pour optimiser l'organisation de leurs séminaires, événements, congrès, conventions, cocktails....



EDUCTOUR EN REGION / POST SALON BEDOUK

Le CRT a participé au salon Bedouk qui se tenait à Paris en janvier 2007. Le public de ce salon est composé de professionnels du séminaire, du tourisme d'affaires et de l'événementiel (majorité de sociétés, agences et associations). Ce salon qui cible essentiellement des entreprises et agences de la France entière, a accueilli, dans le cadre d'un partenariat avec Maison de la France, des délégations d'agences de tourisme d'affaires, incentive et associations en provenance des pays d'Europe mais aussi d'Asie et d'Amérique.

SOIREE INCENTIVE PARIS

Le CRT a organisé une soirée Cercle Prestige en avril 2007 à Paris. L'objectif de la soirée consistait à promouvoir le Languedoc-Roussillon en tant que destination Tourisme d'Affaires auprès d'agences de communication, événementielles, tourisme d'affaires et incentive mais également auprès de meeting-planners d'entreprises (services achat / marketing et communication de grandes entreprises qui organisent des séminaires et incentives toute l'année pour le compte de leurs clients ou pour leurs cadres).

Il s'agissait également de promouvoir plus particulièrement les établissements du Cercle Prestige et leurs produits incentive, présentés dans un catalogue numérique et remis à chaque invité. Un format workshop couplé d'un cocktail dinatoire / dégustation de vins a été choisi afin de faciliter les contacts commerciaux entre les professionnels du Cercle et les acheteurs/invités.

SOIREE INCENTIVE LYON

Le CRT a organisé le 26 avril au Château de St Priest (agglomération lyonnaise), un workshop avec une vingtaine de professionnels du Languedoc-Roussillon spécialisés dans le tourisme d'affaires, membres du Cercle Prestige.

L'objectif de cette opération était de promouvoir le Languedoc-Roussillon en tant que destination tourisme d'affaires de proximité auprès de prospects de Lyon et de la région Rhône-Alpes. Ces prospects étaient des sociétés (services achat, communication ou marketing de sociétés comme Finder Pompes, Omnium Finance, BNP Paribas...) ou des agences tourisme d'affaires, incentive et événementielles (Carlsoln Wagonlit Travel, Helms Briscoe International, Cap Evénement ...)

Tourisme d'affaires en Languedoc-Roussillon : un secteur porteur pour le tourisme en Languedoc Roussillon

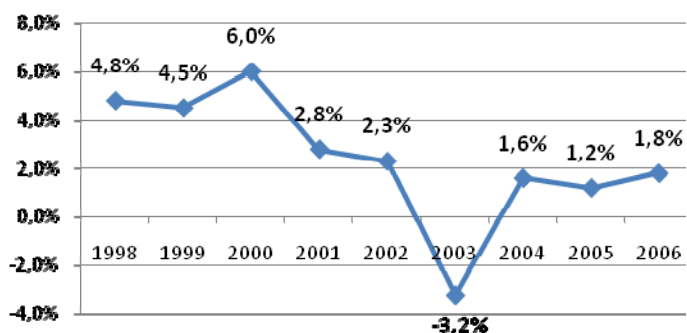
Etat des lieux en France (Source Coach Omnium)

Le tourisme d'affaires en en phase de conquête de marché avec gros potentiel de développement par rapport à d'autres secteurs de la filière touristique. En effet, la croissance annuelle de ce marché est de l'ordre de +2 % depuis 6 ans et la dépense moyenne est 2.5 à 3 fois plus élevée qu'un vacancier. L'offre sur ce marché fortement concurrentiel est très concentrée dans les régions Ile de France, PACA et Rhône Alpes.

Toutefois, une offre bien structurée crée indéniablement une demande très forte d'où l'énorme enjeu dans notre région. En effet, il s'agit d'un tourisme à forte valeur ajoutée qui favorise les nuitées « qualitatives » toute l'année entraînant une forte répercussion sur l'emploi (étude Insee-CRT Selon la saison, le tourisme génère entre 30 000 et 74 000 emplois en Languedoc-Roussillon – septembre 2006).

Les entreprises en France ont dépensé en 2006 un volume global estimé à 8.8 milliards d'euros sur le marché des groupes affaires, soit une hausse établie à 1,8% par rapport à 2005.

Evolution des dépenses des entreprises en France



Les grandes tendances observées pour l'année 2006 en France

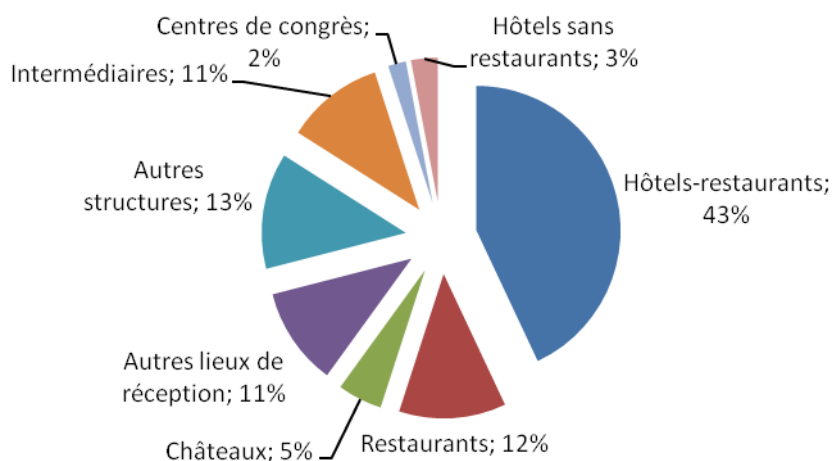
- Maintien de la réduction de la durée moyenne des manifestations,
- Hausse significative des dépenses moyennes par participant engagées par les entreprises, soit + 7 %,
 - Plus fort appel à l'hôtellerie 4 étoiles par rapport aux autres années,
 - Plus grands nombres de participants par manifestation (tendance soutenue depuis 7 ans),
 - Moins de manifestations organisées cette année, comme en 2005,
 - Difficultés grandissantes pour trouver des disponibilités, la demande se concentrant sur les milieux de semaines,
 - Davantage d'entreprises qui commandent des activités périphériques dans le cadre de leurs manifestations (3/4),
 - Important souci du retour sur investissement des séminaires et conventions commandées,
 - 3/4 des entreprises interrogées ont déclaré se trouver dans un environnement économique favorable,
 - Le nombre d'entreprises interrogées (27,7 %) prévoyant une hausse de leurs activités de tourisme d'affaires de groupes pour 2007 a doublé par rapport à 2005,
 - Les lieux divers de manifestations et les centres de congrès continuent à gagner en parts de marché, mais pas au détriment de l'hôtellerie qui se maintient très bien sur ce marché, y compris dans les journées d'études qui n'ont pourtant pas besoin d'hébergement,
 - Les entreprises recherchent des lieux de plus en plus originaux, mais sont obligées de favoriser le centre ville, là où se trouve des grandes salles et hôtels, et où l'accessibilité est meilleure.

Le tourisme d'affaires en Languedoc Roussillon

Source : CRT – enquête 2007 sur résultats 2006 – analyse réalisée à partir de 160 questionnaires
Source CRT – Coach Omnium enquête 2006 sur résultats 2005 – analyse réalisée à partir de 105 répondants

Le tourisme d'affaires concerne ici le marché des réunions professionnelles ou « groupe d'affaires » à l'exclusion des séjours de la clientèle individuelle d'affaires. Elle comprend globalement les journées d'études, les séminaires résidentiels, les conventions, les congrès, les salons et évènements d'entreprise, les incentives...

L'offre en Languedoc Roussillon



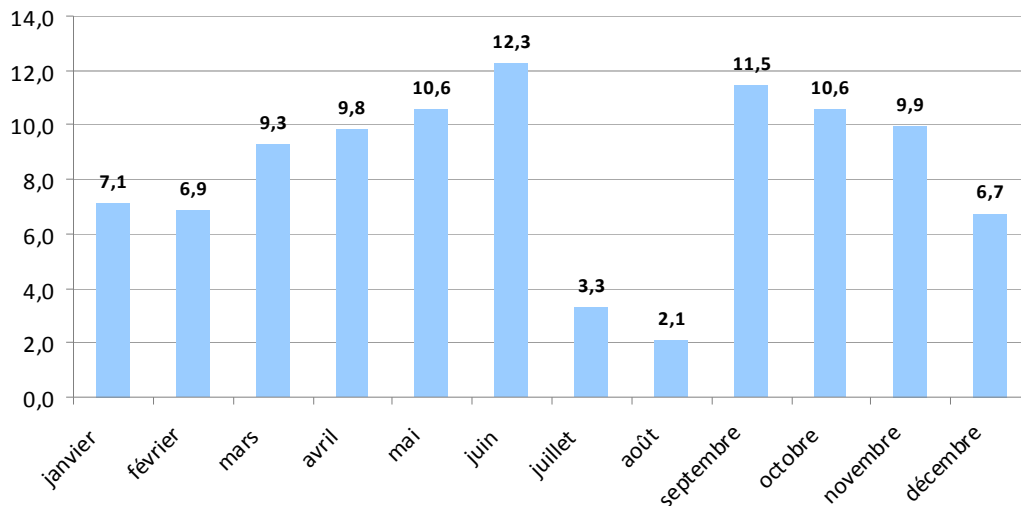
Environ 700 structures sont recensées en Languedoc Roussillon. Les centres de congrès représentent 2 % de l'offre en espaces de location de la région. Seuls 3 % d'hôtels sans restaurant ont été comptabilisés contre 43 % d'hôtels avec restaurant. Il faut dire qu'ils correspondent souvent à une offre de gamme inférieure et donc offrent peu de possibilités de location de salles. A ce titre, ils sont souvent mal représentés dans les guides. Les hôtels représentent près de la moitié de l'offre en salles de séminaires de la région. Ce chiffre correspond à une tendance nationale observée dans d'autres études (notamment sur l'offre en salles de séminaires de la région parisienne). L'offre en espaces de séminaires dans les châteaux représente 5 % de l'offre totale.

Nombre de manifestations traité par prestataire (en moyenne)

Type de manifestation	2005	2006
Séminaires/Meeting	53	55
Conventions/Congrès	8	9
Incentives	8	4
Evènementiels	8	9
Autres	31	30

Globalement le nombre de manifestation traité par les prestataires est stable en 2006 voire en légère hausse par rapport en 2005. A total, sur la base de l'offre globale de la Région, on peut estimer que les prestataires traitent en moyenne annuellement 39 000 et 40 000 manifestations.

Répartition mensuelle du total de manifestations par mois – données 2006 – en pourcentage



Mai, juin, septembre, octobre sont, les mois les plus chargés pour l'activité des manifestations professionnelles. Toutefois, par rapport aux résultats 2005, l'activité semble se lisser sur l'ensemble de l'année. Les entreprises face aux refus des établissements durant ces mois chargés modifient sans doute leur comportement en programmant des réunions professionnelles tout au long de l'année (sauf juillet et août).

Le refus de séminaire

Refusez-vous des séminaires	2005 - % sur répondants	2006 - % sur répondants
• Oui	62.6%	40%
• Non	37.4%	60%
Sur quelles périodes	2005 - % sur répondants	2006 - % sur répondants
• Janvier/Février	4.0%	12%
• Mars/Avril	16.0%	18%
• Mai/Juin	48.0%	23%
• Juillet/Août	36.0%	24%
• Septembre/Octobre	48.0%	25%
• Novembre/Décembre	16.0%	10%

Le nombre de prestataires qui refusent des séminaires a sensiblement diminué entre 2005 et 2006. Toutefois, 40% des entreprises déclarent encore refuser des demandes de manifestations professionnelles. Les principales causes de refus de séminaires sont le manque de capacités et le manque de disponibilités.

Mai/Juin et Septembre/Octobre sont traditionnellement les mois les plus propices aux réunions professionnelles mais conformément à la question précédente les refus semblent moins se concentrer sur ces 4 mois.

Evolution du nombre de manifestations depuis 2005 selon les professionnels

Séminaires/Meeting	2005	2006
• A la Hausse	38%	40.5%
• Identique	34%	39.0%
• A la baisse	28%	20.5%
Conventions/Congrès	2005	2006
• A la Hausse	20%	25.5%
• Identique	49%	45%
• A la baisse	31%	29.5%
Incentives	2005	2006
• A la Hausse	18%	23.5%
• Identique	41%	45%
• A la baisse	41%	31.5%
Evènementiels	2005	2006
• A la Hausse	32%	32%
• Identique	42%	42.5%
• A la baisse	26%	25.5%
Toutes manifestations	2005	2006
• A la Hausse	30%	33%
• Identique	39%	42%
• A la baisse	31%	25%

Globalement, tous types d'activités confondues, les prestataires en Région déclarent une activité stable en région voire en légère hausse. Le ressenti mesuré en 2006 est plus positif que celui enregistré en 2005.

Le nombre moyen de participants en 2006

Nombre moyen de participants	2005	2006
Séminaires/Meeting	41	44
Conventions/Congrès	126	125
Incentives	35	48
Evènementiels	510	530

Globalement, le nombre de participations est en légère hausse par rapport à 2005, ce qui est conforme à la tendance observée au niveau national. En ce qui concerne l'évènementiel, le nombre de participations est largement tiré vers le haut par l'activité du Zénith Sud de Montpellier. Sans tenir compte de ces résultats, le chiffre tombe à 120 participants en moyenne (104 en 2005).

La durée moyenne des manifestations

La durée moyenne des manifestations n'a pas évolué par rapport à 2005. Elle est généralement de 1 ou 2 jours.

La répartition selon l'origine géographique

	2005	2006
Languedoc-Roussillon	69.3%	60%
Paris et région parisienne	16.4%	20%
Autres régions	12.8%	20%
Autres pays	1.5%	NC

La clientèle d'affaires est essentiellement une clientèle régionale. Toutefois le poids de la clientèle régionale diminue au profit des régions Ile de France, Provence Alpes Côte d'azur, Midi-Pyrénées et Rhône-Alpes. Les autres régions ne sont quasiment pas représentées dans la clientèle de groupe d'affaires en Languedoc Roussillon

La tarification

	2005	2006
Journées d'étude		
• Prix plancher	51 €	47 €
• Prix plafond	65 €	61 €
Résidentiel		
• Prix plancher	101 €	103 €
• Prix plafond	118 €	124 €

Globalement la tarification de la journée d'étude est inférieure pour l'année 2006.

A contrario, les prix en « résidentiel » connaissent une légère progression.

L'importance de la clientèle des manifestations professionnelles

Part de clientèle	2005	2006
Clientèle loisirs individuelles	50%	50%
Groupe tourisme loisirs	15%	14%
Clientèle d'affaires individuelle	24%	25%
Groupe de tourisme d'affaires	11%	11%

Le poids des différentes clientèles n'a pas évolué par rapport à 2005. Globalement, la cible prioritaire reste la clientèle individuelle de loisirs. Si certains hôtels proposent des salles de séminaires pour attirer la clientèle de groupe d'affaires, il s'agit plutôt d'une source de clientèle complémentaire.

La concurrence identifiée

Pour 87% les prestataires se considèrent concurrencés par les autres établissements de la région.

Autres indicateurs du marché du Tourisme d'affaires

- Capacité moyenne en hébergement des établissements répondants est de 53 chambres (données équivalente à 2006)

- La capacité moyenne des restaurants des établissements est de 115 places

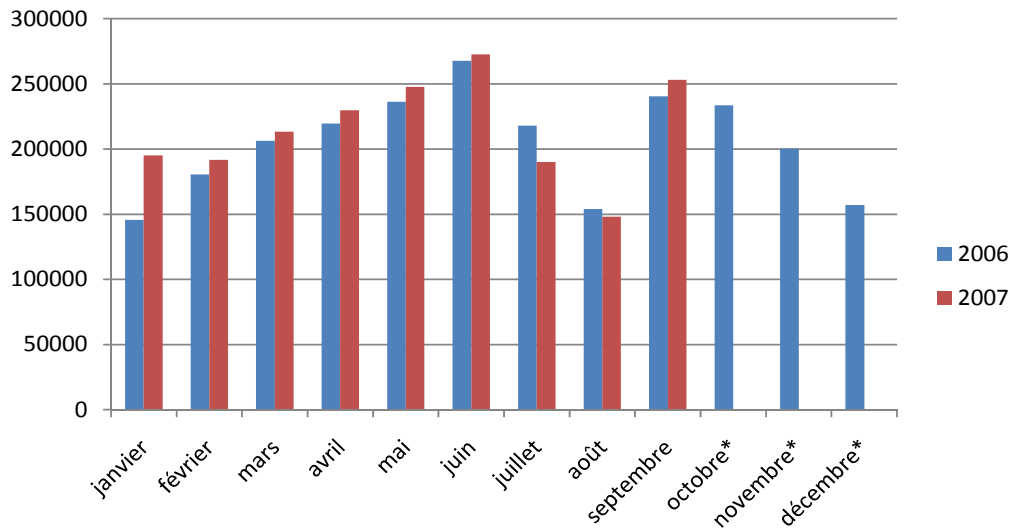
- La capacité moyenne des salles des établissements répondants varie entre 30 et 110 places autour d'une table

- **9 600 emplois directs dans les structures équipées**

- Les établissements répondants estiment que les manifestations professionnelles représentent en moyenne **20% de leur chiffre d'affaires**

Les nuitées de la clientèle « affaires » en Languedoc Roussillon – 1^{er} semestre 2007

Analyse CRT – Données Insee – Direction du Tourisme – Partenaires régionaux.



*données non disponibles pour 2007

La clientèle affaires (particulier et groupe) a progressé de + 7.5% au cours du 1^{er} semestre 2007 en Languedoc Roussillon soit un gain de près de 96 000 nuitées, la plus belle progression étant enregistré au mois de janvier (+34%). La clientèle d'affaire représente au 1^{er} semestre 2007 44% (contre 39% au 1^{er} semestre 2006) de la clientèle totale dans l'hôtellerie traditionnelle.

Activité touristique dans le Gard

Dans le département du Gard, l'activité économique touristique arrive au tout premier rang des activités, tous secteurs confondus, productrices de richesses et représente le 1^{er} PIB.

Le tourisme stimule ainsi toutes les activités de l'hôtellerie de plein air. Il vivifie la restauration, l'hôtellerie, les gîtes, les secteurs des meublés Clévacances dont le Gard a été l'initiateur et compte aujourd'hui 2000 références. Il apporte un souffle nouveau et salvateur à la viticulture, à l'agriculture, à l'artisanat, aux produits locaux...

Le Gard détient aussi la palme en matière de sites labellisés Tourisme et Handicap avec plus de 100 sites labellisés aujourd'hui et 200 sites courant 2008 sur l'ensemble du département, département pilote et pionnier pour le tourisme pour tous.

Le tourisme est donc, dans le Gard, un pilier incontournable de l'économie que le Comité Départemental du Tourisme s'attache à développer de manière égalitaire et durable sur l'ensemble du territoire.

Chiffres-clés du tourisme dans le Gard

19 258 000 nuitées touristiques

4 755 318 visiteurs dans les sites et monuments.

- **2 626 141 visiteurs dans les monuments.**
- **771 199 visiteurs dans les musées.**
- **236 879 visiteurs dans les sites industriels.**
- **1 121 099 visiteurs dans les sites naturels, grottes ou parcs animaliers.**

2 sites classés au Patrimoine Mondial par l'UNESCO

- **Le Pont du Gard**
- **L'Abbatiale de Saint-Gilles (Chemins de Saint Jacques de Compostelle)**

138 monuments classés Monuments Historiques

327 monuments inscrits à l'Inventaire Supplémentaire

35 Offices de tourisme

2 points d'information départementaux

* **Nîmes : Comité Départemental du Tourisme**

* **Site du Pont du Gard : Richesses du Gard**

Synthèse éditée par le Comité Départemental du Tourisme à partir des études 2006/2007.

Pour toute information complémentaire sur les chiffres du Tourisme dans le Gard,

*contacter : L'Observatoire Départemental d'Economie Touristique **04 66 36 96 42** plaidi@tourismegard.com*

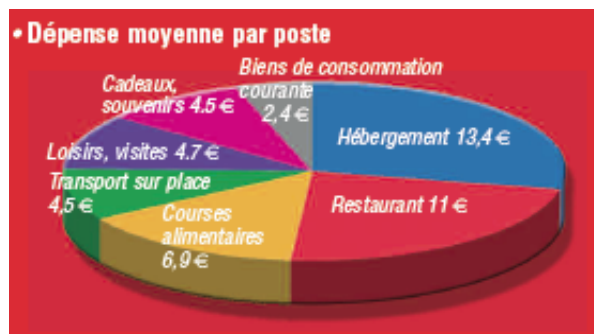
Comité Départemental du Tourisme

3, rue Cité Foulc - BP 122

30010 Nîmes Cedex 04

Impact économique

- **908 millions d'euros** de CA estimé
- **1 159,50 €** de dépense moyenne globale par séjour et foyer touristique
- **47,20 €** de dépense moyenne par jour et par personne
 - **42,20 €** pour un touriste français
 - **64,60 €** pour un touriste étranger.



Dépense moyenne par jour et par personne

- **82,60 €** pour un court séjour (< à 2 nuits)
- **54,30 €** pour un moyen séjour (de 4 à 7 nuits)
- **41,60 €** pour un long séjour (1 semaine et plus)
- **62,10 €** dans un hébergement banalisé
- **30,80 €** dans un hébergement non banalisé
- **43,50 €** pour la haute-saison (juillet et août)
- **55,90 €** pour le hors saison (printemps, automne).

Les 3 premières clientèles du Gard

En hôtellerie : **Italie, Royaume-Uni, Belgique**

En camping : **Pays-Bas, Allemagne, Belgique**

Tous hébergements confondus : **Pays-Bas, Belgique, Allemagne**

Flux touristiques : 19 258 000 nuitées

- **4 598 000** effectuées au printemps
- **9 581 000** effectuées en été (juil. & août)
- **2 702 000** effectuées à l'automne
- **1 706 000** effectuées en hiver

Fréquentation journalière moyenne : **52 762 personnes**

en moyenne par jour au mois d'août : **178 613 personnes**

en moyenne par jour au mois de juillet : **130 452 personnes**

+ **15 % de nuitées depuis 1994**

Hôtellerie traditionnelle : 1 394 132 nuitées

- Taux d'occupation annuel **52,6 %**
- Taux d'occupation saisonnier **61,9 %**
- Nuitées françaises **1 058 776**
- Nuitées étrangères **335 358**
- Durée moyenne de séjour **1,65**

Hôtellerie de plein air : 2 369 190 nuitées

- Taux d'occupation **34 %**
- Nuitées françaises **1 303 792**
- Nuitées étrangères **1 065 398**
- Durée moyenne de séjour **6,8**

Fréquentation et principaux sites et monuments gardois

Pont du Gard	: 1 185 809*	Tour Magne	: 48 323
Eglise Notre Dame des Sablons	: 900 000*	Carré d'Art	: 48 238
Bambouseraie de Prafrance	: 365 162	Collégiale Notre Dame	: 46 061
Seaquarium	: 240 000	Musée d'Histoire Naturelle	: 45 341
Maison des Vins	: 236 000	Chartreuse du Val de Bénédiction	: 44 033
Arènes de Nîmes	: 232 445	Maison Carrée de Nîmes	: 42 767
Grande Expo du Pont du Gard	: 218 659	Musée archéologique	: 39 816
Musée du bonbon Haribo	: 170 000	Aquarium tropical des Cévennes	: 35 000
Train à vapeur des Cévennes	: 157 718	Musée du Désert	: 30 000
Remparts et Tour de Constance	: 152 576	Parc Amazonia	: 27 000
Grotte de la Cocalière	: 110 400	Domaine de Listel	: 25 000
Observatoire Météorologique du Mt Aigoual	: 78 225	Parc du Soleil et du Cosmos	: 25 000
Grotte de Trabuc	: 73 567	Fort Saint André	: 23 123
Compagnie des Salins du Midi	: 55 000	Mine Témoin	: 22 965
Parc aquatique la Bouscarasse	: 54 000	Musée Pierre André Benoît	: 21 113
Source Perrier	: 49 000	Duché d'Uzès	: 20 000

* chiffres estimatifs

Capacité d'accueil touristique : 295 150 lits touristiques

- 203 000 en résidences secondaires
- 92 150 lits marchands commercialisés dans des établissements classés et/ou labellisés.

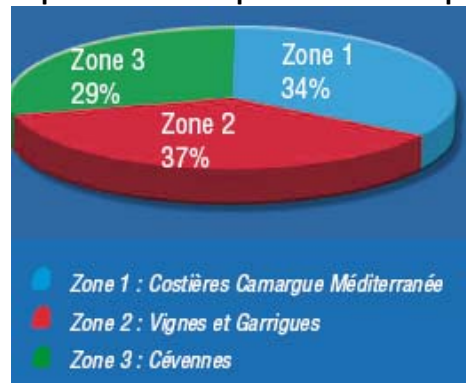
ÉTABLISSEMENTS	LITS	%
181 Campings	57 660	63
258 Hôtels	11 462	12
2 201 Meublés Clévacances	9 129	10
61 Hébergements collectifs	7 972	9
1 223 meublés Gîtes de France	5 927	6
TOTAL	92 150	100

Communautés de communes

Capacité d'accueil Nîmes Métropole

54 hôtels	4 162 lits	63 %
3 campings	1 074 lits	16 %
7 hébergements collectifs	730 lits	11 %
130 meublés Clévacances	471 lits	7 %
54 meublés Gîtes de France	219 lits	3 %
TOTAL	6 656 lits	100 %

Capacité d'accueil par zone touristique



Capacité d'accueil Grand Alès

19 hôtels	1 060 lits	17 %
16 campings	3 714 lits	62 %
6 hébergements collectifs	492 lits	8 %
105 meublés Clévacances	469 lits	8 %
58 meublés Gîtes de France	281 lits	5 %
TOTAL	6 016 lits	100 %

POLES ET DESTINATIONS	ETABLISSEMENTS	LITS	%
Piémont Cévenol	14 hôtels	370	5
	16 campings	5 964	74
	1740 meublés Clévacances	564	7
	121 meublés Gîtes de France	686	8
	5 hébergements collectifs	492	6
	Sous-total	8 076	100
Costières Camargue Méditerranée + Littoral	40 hôtels	1 928	7
	16 campings	18 777	71
	601 meublés Clévacances	2 541	10
	70 meublés Gîtes de France	269	1
	7 hébergements collectifs	2 885	11
	Sous-total	26 400	100
Vallée de la Cèze	45 hôtels	1 676	11
	37 campings	9 165	64
	380 meublés Clévacances	1 523	11
	162 meublés Gîtes de France	658	5
	9 hébergements collectifs	1 299	9
	Sous-total	14 321	100
Mont-Lozère	23 hôtels	540	5
	41 campings	8 124	74
	230 meublés Clévacances	981	9
	183 meublés Gîtes de France	999	9
	7 hébergements collectifs	366	3
	Sous-total	11 010	100
Causse Aigoual Cévennes	21 hôtels	474	7
	23 campings	3 174	51
	156 meublés Clévacances	692	11
	238 meublés Gîtes de France	1 321	21
	7 hébergements collectifs	619	10
	Sous-total	6 280	100
Uzège - Pont du Gard	24 hôtels	916	14
	10 campings	3 621	55
	249 meublés Clévacances	999	15
	146 meublés Gîtes de France	598	9
	6 hébergements collectifs	495	7
	Sous-total	6 629	100
Vallée Cèvenole	8 hôtels	90	3
	10 campings	2 133	63
	78 meublés Clévacances	383	11
	105 meublés Gîtes de France	520	15
	4 hébergements collectifs	255	8
	Sous-total	3 381	100
Vallée du Vidourle	10 hôtels	246	7
	9 campings	1 914	57
	134 meublés Clévacances	506	15
	86 meublés Gîtes de France	376	11
	3 hébergements collectifs	339	10
	Sous-total	3 381	100