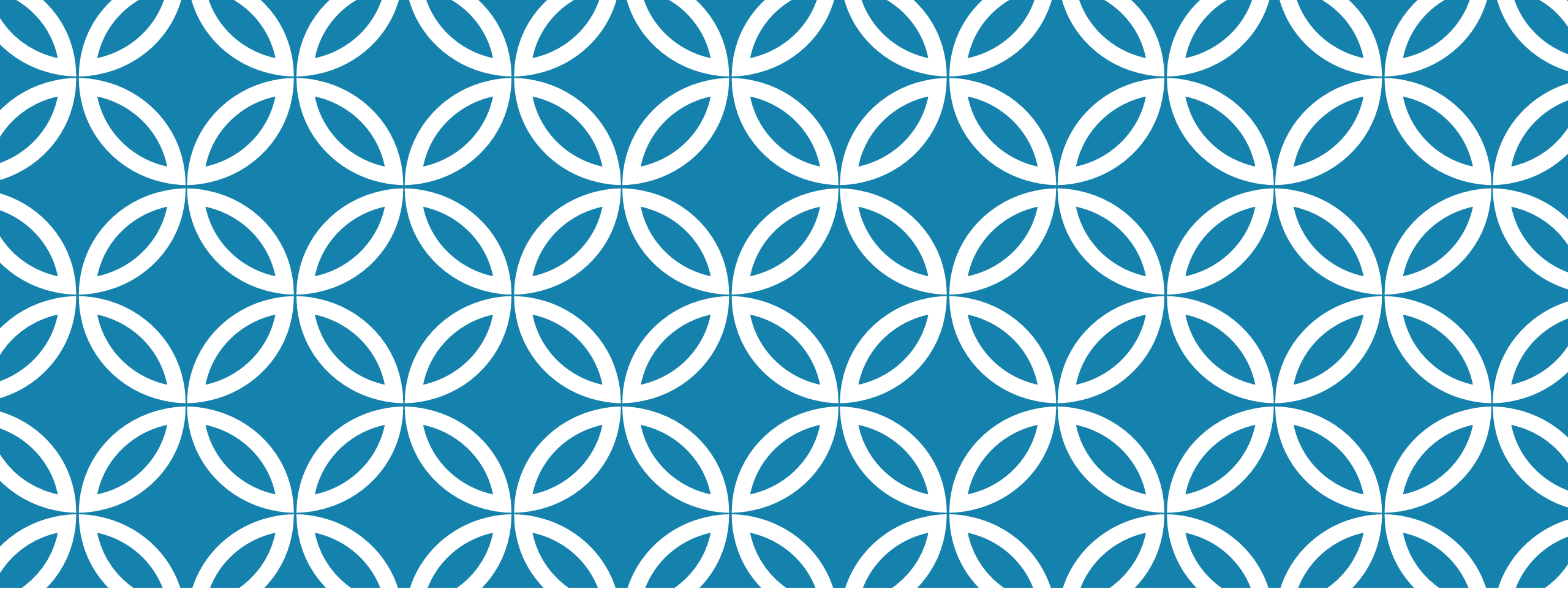




DIAGNOSTIC TOURISTIQUE DU GARD

2016/2017



SOMMAIRE

Portrait du département du Gard	P 3, 4, 5
Répartition de la capacité d'hébergement touristique	P 6, 7, 8
Qualité des hébergements	P 9, 10, 11
Zoom sur les résidences secondaires	P 12
Volume de nuitées	P 13
Répartition des nuitées	P 14, 15, 16
Notoriété et satisfaction	P 17
Dépenses des touristes	P 18
Les excursionnistes	P 19
Les offices de tourisme	P 20
La vitrine du Pont du Gard	P 21, 22

LE TOURISME, UN SECTEUR CLE DE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE

PORTRAIT

Le Gard tire profit de sa situation au débouché de la Vallée du Rhône, qui lui prodigue un attrait incontestable tant pour la clientèle française, de la Vallée du Rhône et de Paris Ile de France, qui sont les deux premières origines de la clientèle française, que pour la clientèle étrangère du nord de l'Europe qui constitue notre première clientèle étrangère, l'Allemagne, la Belgique, et les Pays Bas.

Le Gard est à la rencontre de trois régions : l'Occitanie, la Provence-Alpes-Côte d'Azur, l'Auvergne-Rhône Alpes, qui l'a naturellement conduit à travailler avec tous ses voisins et ainsi à multiplier les canaux de promotion.

Les grands itinéraires qui le sillonnent viennent renforcer cette notion de terre d'échanges du nord au sud et de l'est à l'ouest.

Le Gard c'est aussi une façade maritime qui s'inscrit dans l'arc méditerranéen, et qui affiche le plus grand port de plaisance d'Europe par le nombre d'anneaux.

Le Gard est bien desservi : carrefour autoroutier avec les autoroutes A9, A54, mais aussi la ligne du TGV à grande vitesse, et son aéroport international.

Il tire son premier attrait touristique de son climat méditerranéen lié à la diversité et la beauté de ses paysages propices à un tourisme qui peut se pratiquer tout au long de l'année.

Le Gard est à la fois une terre de culture, d'histoire et de modernité.

Comme un livre d'histoire à ciel ouvert, toutes les époques et styles y sont brillamment représentés.

Le département offre tout le panel des activités de pleine nature et des services qui y sont liés.

L'ensemble du territoire gardois est propice à la pratique de la randonnée sous toutes ses formes et par tous types de publics.

Le large maillage couvre 9000 km de sentiers balisés et entretenus, qui en font un des tous premiers départements de France !

Plus de 9000 kilomètres d'itinéraires de randonnées

Plusieurs itinéraires d'envergure nationale et européenne se croisent ici :

7 chemins historiques : Stevenson, Régordane, Saint-Guilhem, Urbain V, Saint-Jacques-de-Compostelle, Grande traversée du Gard et le tout nouveau GR 42, du Pilat à la Méditerranée.

Le département du Gard a la chance de bénéficier de plusieurs sites phares de territoires naturels protégés, qui se regroupent autour de labels prestigieux comme UNESCO, OGS, ou des zones géographiques au nom évocateur et à la notoriété forte, telles les Cévennes ou la Camargue.

L'offre gardoise est d'une grande richesse : le patrimoine culturel, environnemental, est d'une rare singularité et diversité.

L'Occitanie est la 4^{ème} région touristique française et le Gard y est en bonne place, de nombreux points d'attrait touristiques régionaux sont gardois :

3 sites inscrits au patrimoine mondial de l'humanité par l'Unesco sur les 8 de l'Occitanie :

- Le Pont du Gard,
- L'Abbatiale de Saint-Gilles chemin de Saint-Jacques de Compostelle,
- Les Causses et les Cévennes paysage culturel de l'agro-pastoralisme méditerranéen.

3 Grands Sites de France sur les 14 de l'Occitanie :

- Le cirque de Navacelles,
- Les Gorges du Gardon et Pont du Gard,
- La Camargue gardoise.

1 Parc National sur les 2 Parcs nationaux

Seul en France à être habité

3 réserves biosphères Unesco

Cévennes, Camargue, Gorges du Gardon

1 Port labellisé Pavillons Bleus.

550 Monuments classés patrimoine culturel et historique exceptionnel

2 villes récompensées par 4 fleurs au concours des villes et villages fleuris

Nîmes et Alès

4 Plus Beaux Villages de France

Aiguèze, La Roque sur Cèze, Montclus et Lussan

3 Villages de Caractère

Vézénobres, Lussan et Barjac

4 Sites remarquables du Goût

Autour de l'oignon doux des Cévennes, du taureau de Camargue, de l'olive de Nîmes et de la truffe d'Uzège

Une grande diversité de vignobles

dont 3 territoires labellisés «Vignobles & Découvertes »
le Gard Rhodanien et les Costières de Nîmes et l'IGP Cévennes .

Un terroir varié

12 AOP/AOC (7 en vin + taureau de Camargue, oignon doux des Cévennes, pélardon, olive de Nîmes, huile d'olive de Nîmes) et 5 IGP dont le riz de Camargue et la fraise de Nîmes

3 Villes d'art et d'histoire

Uzès, Beaucaire et Nîmes

17 Réserves naturelles nationales et 12 réserves naturelles régionales

+ 4 millions de visiteurs dans les sites et monuments

Des filières et évènementiels créateurs de valeurs ajoutées sur le territoire

Œnotourisme, randonnées, fluvial, nautisme, thermalisme
Féria de Nîmes, Fête de la St Pierre au Grau du Roi, fête de la transhumance, les Féeries du Pont du Gard...

Un point culminant à 1567 mètres d'altitude en Cévennes,

Le seul observatoire météo de montagne habité et en activité en France : l'observatoire du mont Aigoual

Une façade maritime de 23 km

le 1^{er} port de plaisance d'Europe : Port-Camargue,
le 1^{er} port de pêche en Méditerranée : le Grau-du-Roi

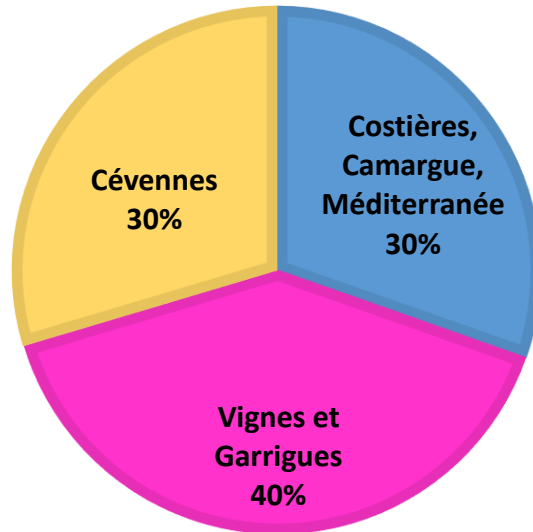
160 km de voies navigables

Le Gard est une des 1^{ères} destinations pour le tourisme fluvial, au fil du Rhône, Petit Rhône et du Canal du Rhône à Sète.

REPARTITION DE LA CAPACITE D'HEBERGEMENT TOURISTIQUE

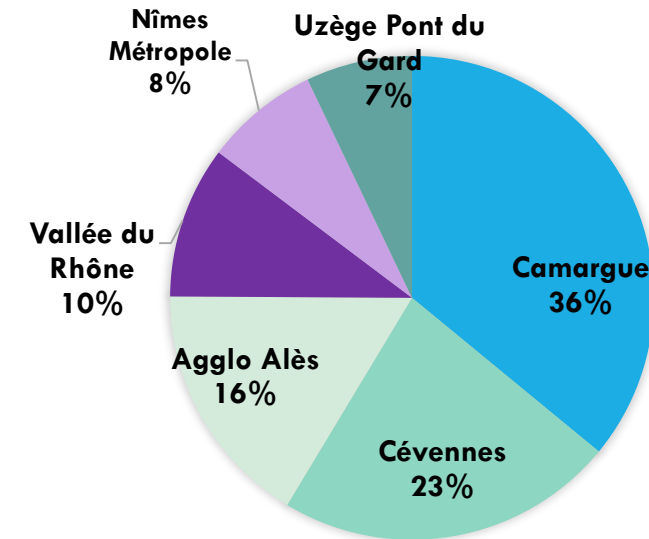
3 zones géo-touristiques caractérisent le tourisme gardois :

- Au nord, les Cévennes,
- Au centre et à l'Est, les Vignes et Garrigues,
- Au Sud la zone Costières, Camargue Méditerranée.



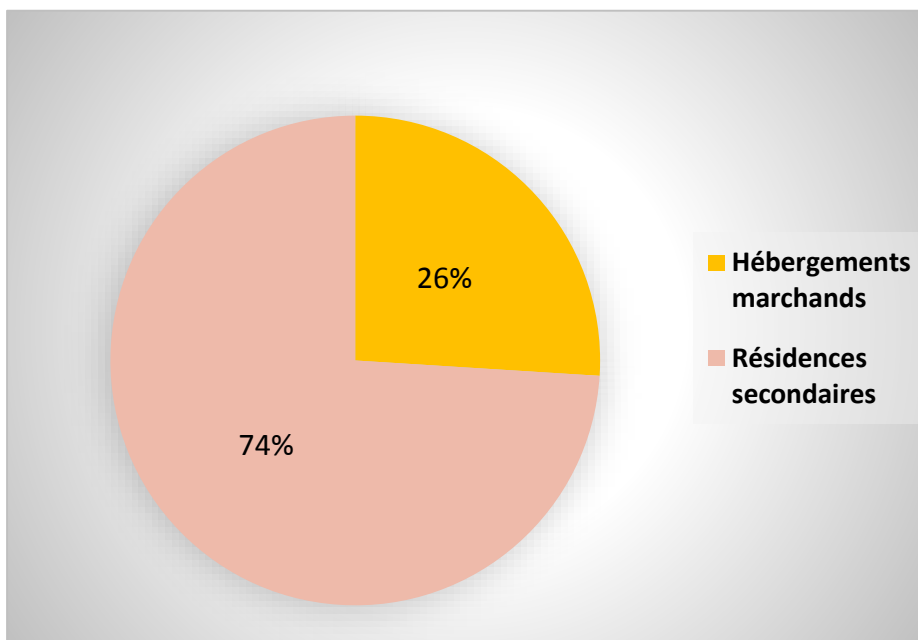
En 7 ans, la répartition de la capacité d'hébergement touristique entre ces 3 zones, a connu une fluctuation qui révèle une baisse de la capacité d'hébergements de la zone Cévennes au profit de la zone Vignes et Garrigues.

Dorénavant la première capacité d'hébergement se trouve sur la zone Vignes et Garrigues avec 40% de l'offre, le poids des deux autres zones est équivalent avec 30% de l'offre chacune.



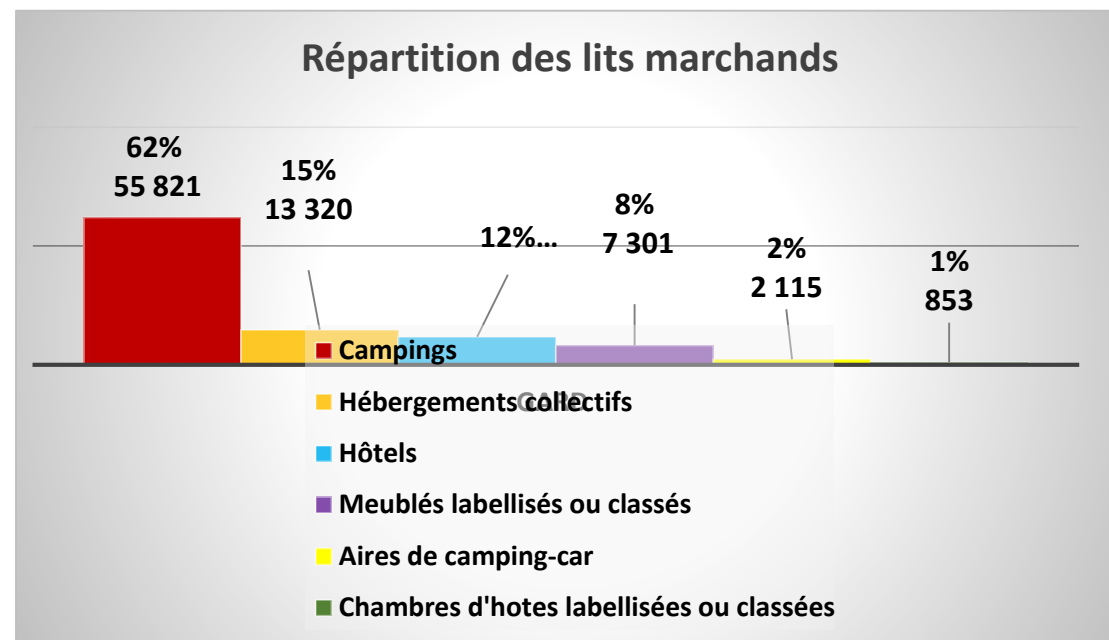
La répartition des lits par destination, indique clairement la prépondérance des Cévennes et de la Camargue sur la répartition des lits touristiques, ensemble elles totalisent près de 60 % de l'offre.

CAPACITE TOURISTIQUE



Comparé à la région Occitanie, tout en restant dans les proportions régionales, le Gard présente une proportion de lits marchands supérieure à la moyenne régionale. Les lits touristiques régionaux se répartissent à 76 % en lits non marchands pour 24 % de lits marchands.

REPARTITION DES LITS MARCHANDS



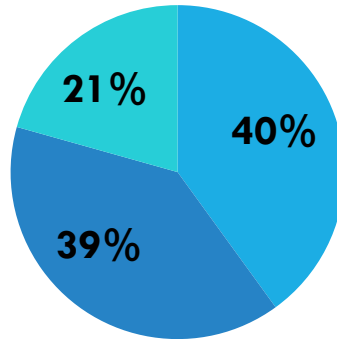
Depuis 2010 on relève une baisse du nombre de lits en meublés labellisés, qui s'explique principalement par le retrait des labels des meublés. Cette baisse est due aux nouveaux modes de commercialisation par les OTA plateforme en ligne, par le vieillissement des propriétaires et le changement des propriétaires.

En 2005 les meublés Clévacances et Gîtes de France constituaient la deuxième capacité d'hébergement touristique du département. On a donc assisté sur un peu plus d'une décennie à une métamorphose totale du parc de locations meublées.

REPARTITION DE LA CAPACITE D'HEBERGEMENT TOURISTIQUE

lits en meublés

■ Clévacances ■ Gîtes de France ■ meublés classés



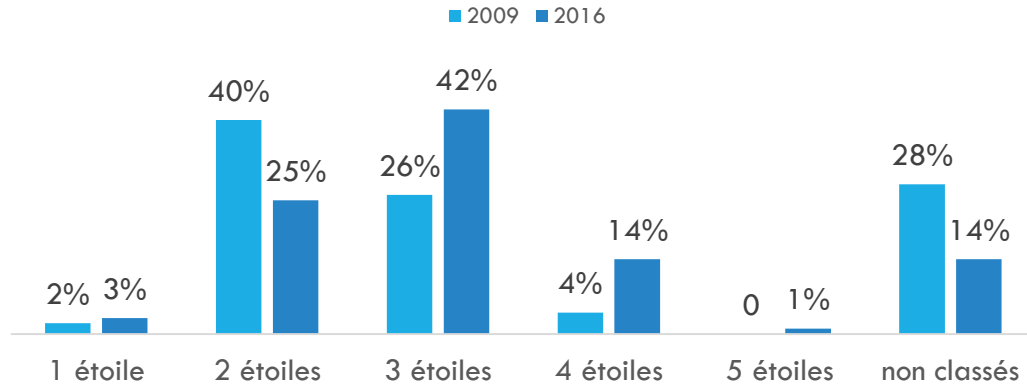
Le poids des meublés labellisés se répartit équitablement entre le label Clévacances et le label Gîtes de France. On enregistre que plus de 20 % des meublés ne s'inscrivent dans aucun label, et sont simplement classés.

Les hôtels, malgré plusieurs créations, voient également baisser leur parc sur cette même période, là aussi, ce sont les petites structures familiales souvent rurales, qui n'ont pu supporter les dépenses pour se mettre aux nouvelles normes.

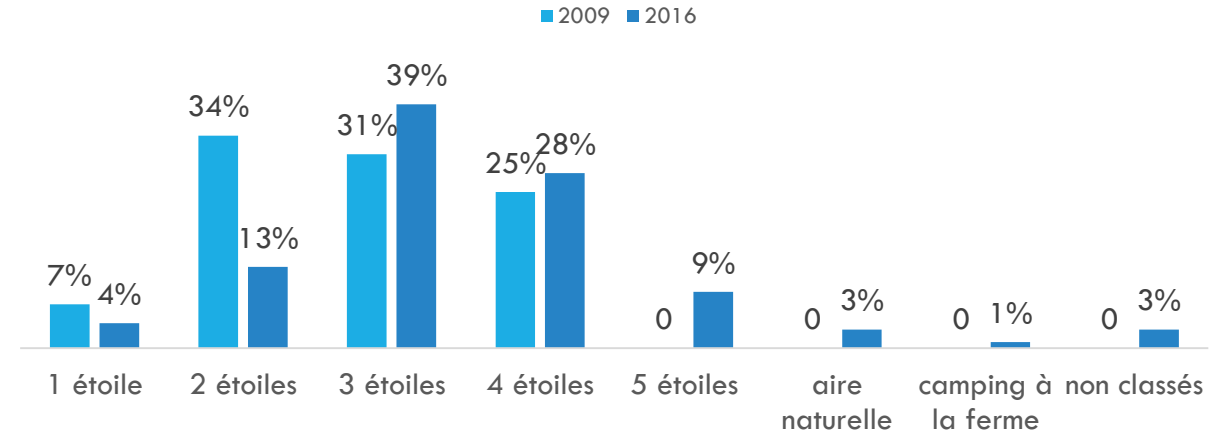
La capacité en hôtellerie de plein air se maintient, ce secteur d'hébergement a engagé de gros investissements pour maintenir leur activité. Les hébergements collectifs enregistrent une légère augmentation de leur capacité.

QUALITE DES HEBERGEMENTS

REPARTITION DES ETABLISSEMENTS HOTELIERS PAR NIVEAU DE CLASSEMENT ET COMPARATIF 2009/2016



REPARTITION DES ETABLISSEMENTS EN HOTELLERIE DE PLEIN AIR PAR TYPE DE CLASSEMENT ET COMPARATIF 2009/2016



Depuis 2009, l'obligation d'appliquer les nouvelles normes aidant, le paysage qualitatif des hébergements en hôtellerie traditionnelle et en hôtellerie de plein air, a considérablement évolué, le bond qualitatif est observé sur ces deux types d'hébergements. Ces deux histogrammes tracent la montée en gamme des établissements hôteliers et de l'hôtellerie de plein air. Sur les hôtels, on assiste durant cette période à une baisse du nombre de structures classées en 2 étoiles, au profit d'une montée en gamme en 3*, 4*, et 5* étoiles.

Il y a ici une inversion entre 2009 et 2017 pour l'hôtellerie traditionnelle. En 2009 les 2* étaient légion, ce sont maintenant les 3* et 4* étoiles qui rassemblent 56 % de l'offre.

La montée en gamme constatée est encore plus forte pour l'hôtellerie de plein air.

On note une baisse du nombre d'établissements classés en 2* en 2009, au profit d'une augmentation de l'offre en 3*, 4* et 5* étoiles, qui représentent 76 % des établissements.

Notons ici que 10 % des structures en hôtellerie de plein air sont classées en 5*.

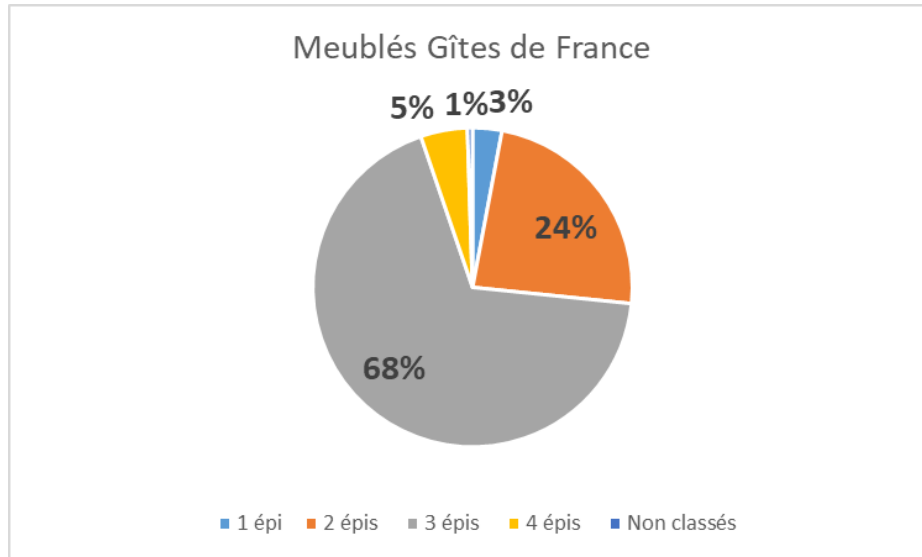
On ne dénombre aucun hôtel classé 1 étoile en zone Costières Camargue Méditerranée, et tous les hôtels de luxe 5 étoiles se concentrent sur la zone Vignes et Garrigues.

Les 2*, 3* et 4* sont majoritairement implantés sur la Zone Vignes et Garrigues.

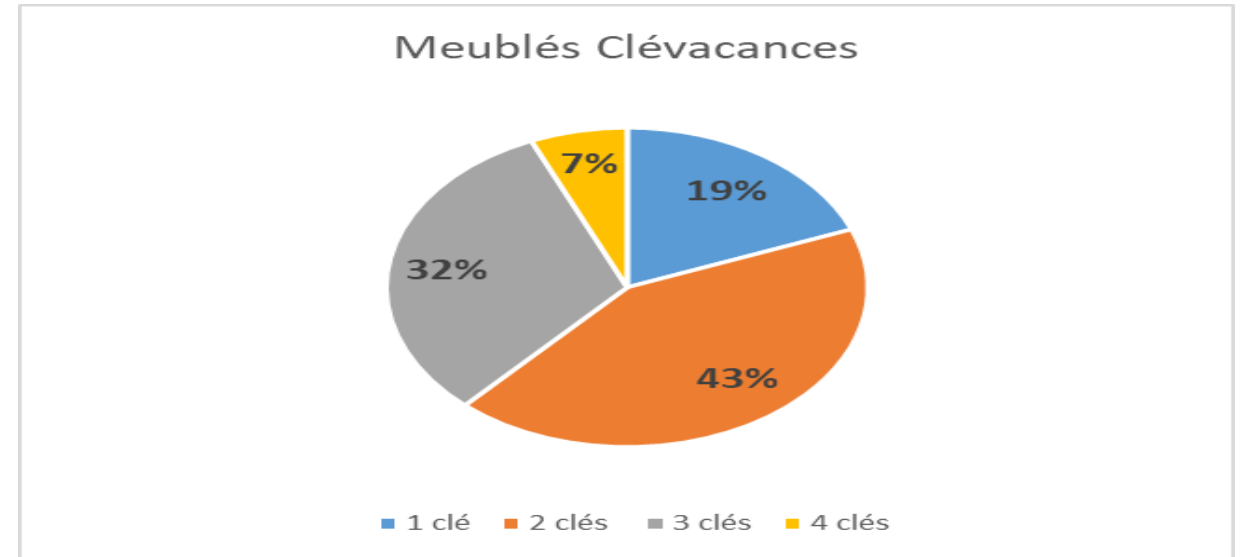
Les campings 5*, sont très majoritairement situés sur la destination Costières Camargue Méditerranée. Pour les 4*, c'est la zone Vignes et Garrigues qui détient 83 % de ces campings.

Les Cévennes accueillent la majorité des campings 1*, des aires naturelles, des campings à la ferme et des campings non classés.

QUALITE DES HEBERGEMENTS



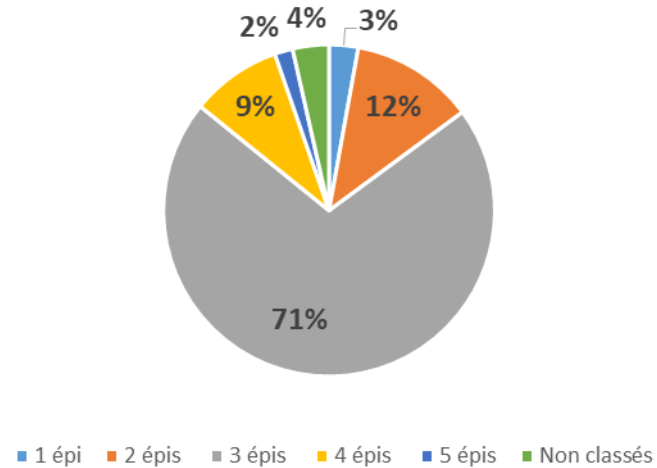
Pour les locations labellisées, on assiste également à une montée en gamme dans les deux labels nationaux, avec un surplus qualitatif sur le label Gîtes de France qui condense près de 70 % de son offre sur des équipements classés en 3 épis. Les hébergements classés 1 épis ont quasiment disparu de l'offre, quant aux 4 épis ils atteignent 5 % de la capacité des meublés labellisés Gîtes de France.



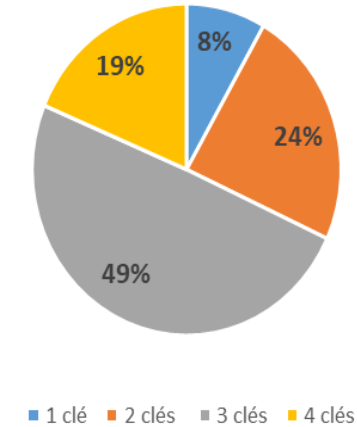
Pour les meublés labellisés Clévacances, nous faisons le même constat, le parc a été métamorphosé et a vu renforcer son offre qualitativement. Les $\frac{3}{4}$ des lits en meublés Clévacances sont rassemblés sur des hébergements labellisés 2 ou 3 clés. La proportion des meublés labellisés en 1 clés, représente près de 20 % de l'offre globale des meublés Clévacances.

QUALITE DES HEBERGEMENTS

Chambres Gîtes de France



Chambres Clévacances



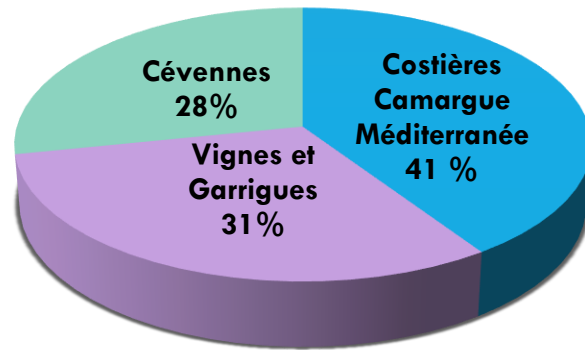
Pour les chambres d'hôtes, qui regroupent plus de 800 lits, qu'elles soient labellisées Gîtes de France ou Clévacances, ces équipements appartiennent aux catégories supérieures.

Pour le label Clévacances, près d'un lit sur deux (49%) est de catégorie 3 clés, les 2 clés représentent près d'1/4 de l'offre.

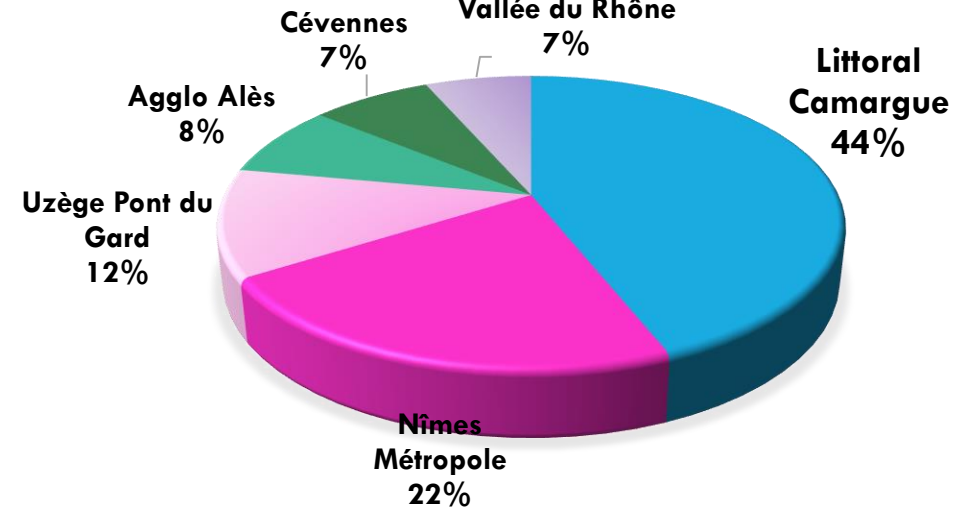
Pour les Gîtes de France il s'agit ici de près des $\frac{3}{4}$ des lits qui sont labellisés en 3 épis, les lits en 4 épis, sont moins nombreux que les lits en 4 clés, 9% de lits en Gîtes de France pour 19 % en lits Clévacances dans cette catégorie. Les Gites de France sont les seuls à proposer une offre en catégorie 5.

ZOOM SUR LES RESIDENCES SECONDAIRES

REPARTITION DES LITS SELON LES 3 ZONES GEO-TOURISTIQUES



RÉPARTITION DES LITS SELON LES 6 DESTINATIONS TOURISTIQUES



Le Gard totalise 258 995 lits non marchands en résidences secondaires, qui se répartissent sur un parc de 51 892 résidences.

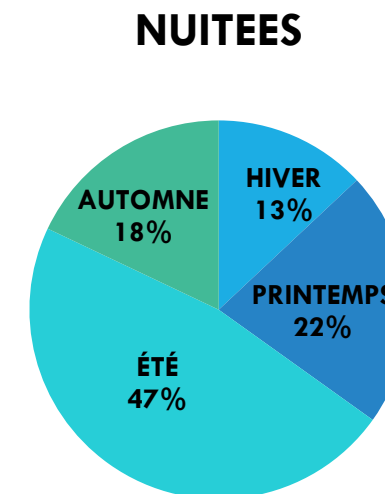
C'est le Gard en comparaison avec les départements de l'ancienne région Languedoc Roussillon qui présente, parmi son parc de logements, la proportion la plus faible de résidences secondaires.

Le poids de la capacité d'hébergement du Gard pèse environ 10 % de la capacité d'hébergement touristique de l'Occitanie dans tous les types d'hébergements marchands ou sur le non marchand.

Sans surprise, c'est sur le littoral que s'accumule le plus grand nombre de résidences secondaires. Le secteur géo-touristique des Cévennes rassemble cependant plus d'1/4 des propriétés.

VOLUME DE NUITÉES

	NUITEES	%
Janvier	711 000	4%
Février	704 000	4%
Mars	898 000	5%
Avril	1 348 000	8%
Mai	1 631 000	9%
Juin	1 676 000	9%
Juillet	3 194 000	18%
Août	3 487 000	20%
Septembre	1 501 000	8%
Octobre	1 027 000	6%
Novembre	654 000	4%
Décembre	890 000	5%
Année 2016	17 721 000	100%



Près de 18 millions de nuitées dans le Gard qui se répartissent pour près de la moitié, 47 % en saison estivale.

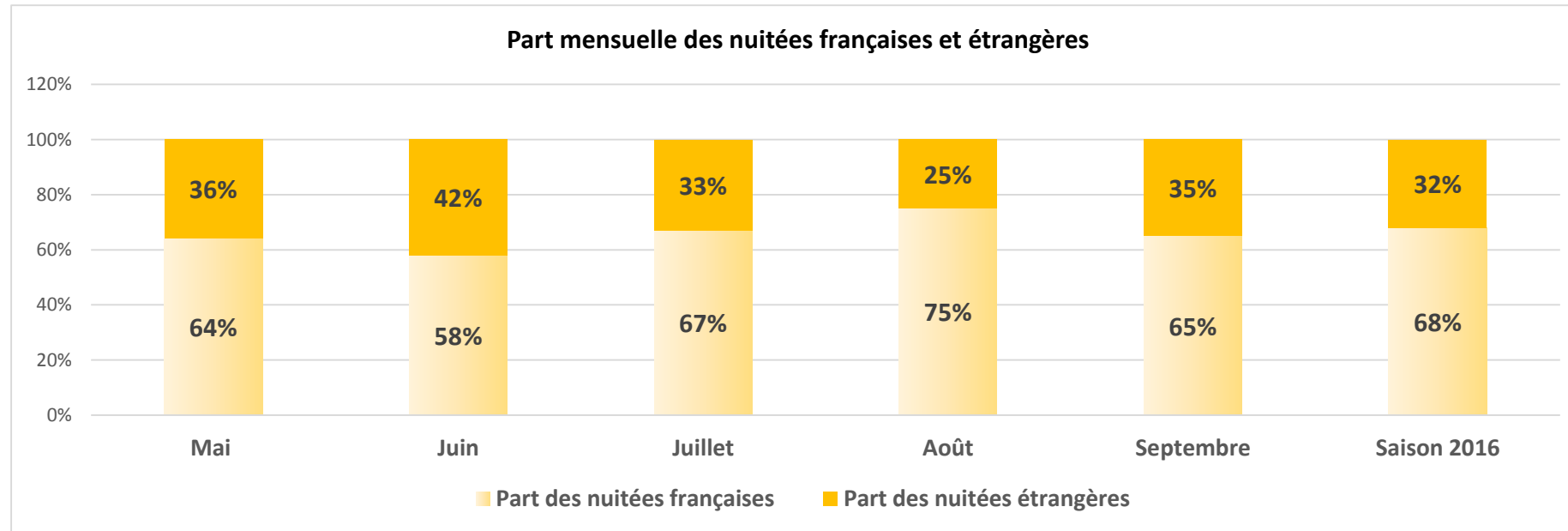
Le Gard pèse 8,5 % des nuitées de l'Occitanie.

Le Gard se situe dans le trio de tête régional par son nombre de nuitées, la première place est obtenue par l'Hérault (38M), le Gard (18M) arrive après les Pyrénées Orientales (30M) et devant les Hautes Pyrénées (16M).

Il est à relever les proportions importantes de nuitées sur les ailes de saison, proportion qui n'ont pas cessé de progresser pour représenter au printemps 22% des nuitées annuelles, et 18% sur l'automne.

L'observation mensuelle indique que les mois d'avril, mai juin et septembre sont sensiblement équivalents, avec respectivement un peu moins de 10 % des nuitées annuelles enregistrées

REPARTITION DES NUITEES SELON L'ORIGINE DE LA CLIENTELE



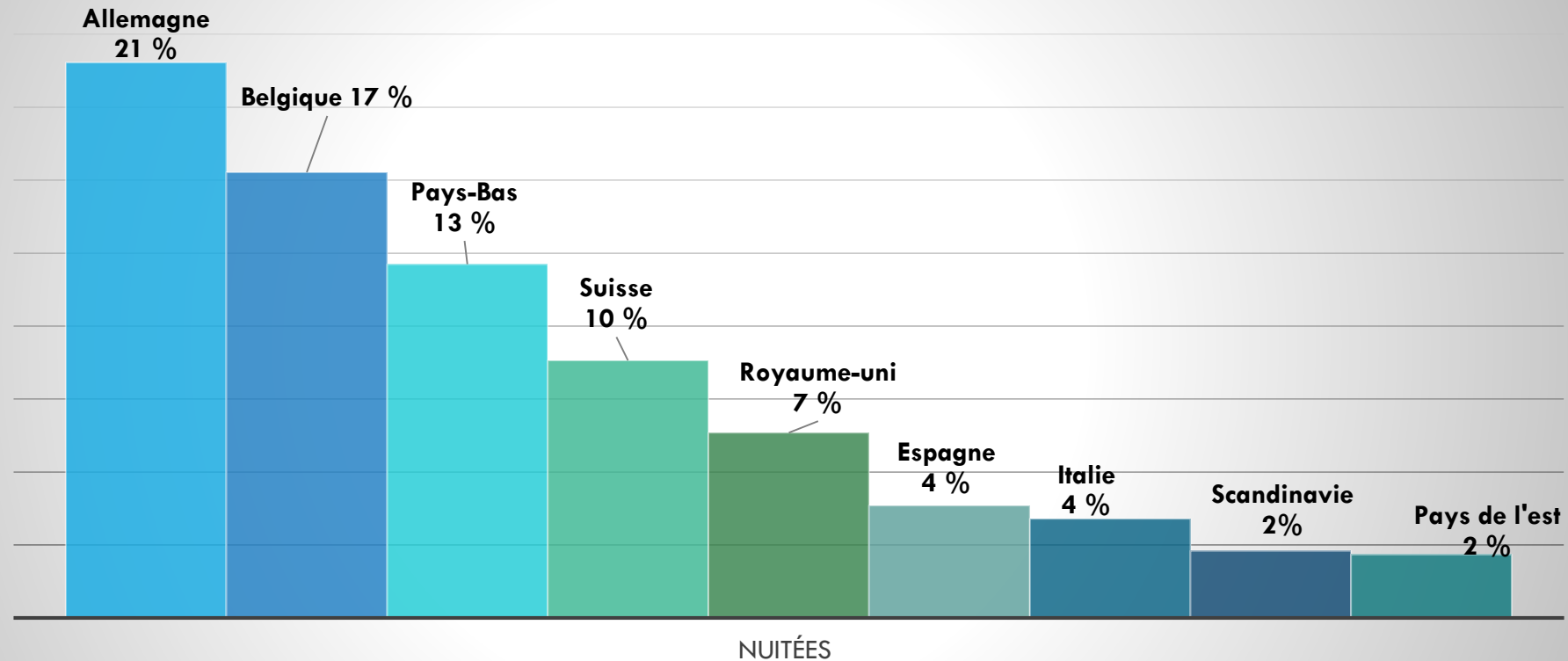
La répartition des nuitées selon l'origine du voyageur fluctue d'un mois à l'autre, le Gard est un des départements de l'Occitanie qui enregistre proportionnellement le plus de nuitées étrangères.

En 2016, en ex région Languedoc Roussillon, la proportion était de 78 % de français pour 22 % d'étrangers.

C'est sur les mois de juillet et Août que le volume de nuitées françaises est le plus important, il atteint 67 % en juillet et monte à 75 % en Août.

Pour la clientèle étrangère, la part la plus conséquente des nuitées réalisées se fait sur le mois de juin, où 42% des nuitées sont étrangères.

REPARTITION DES NUITÉES SELON L'ORIGINE DE LA CLIENTELE

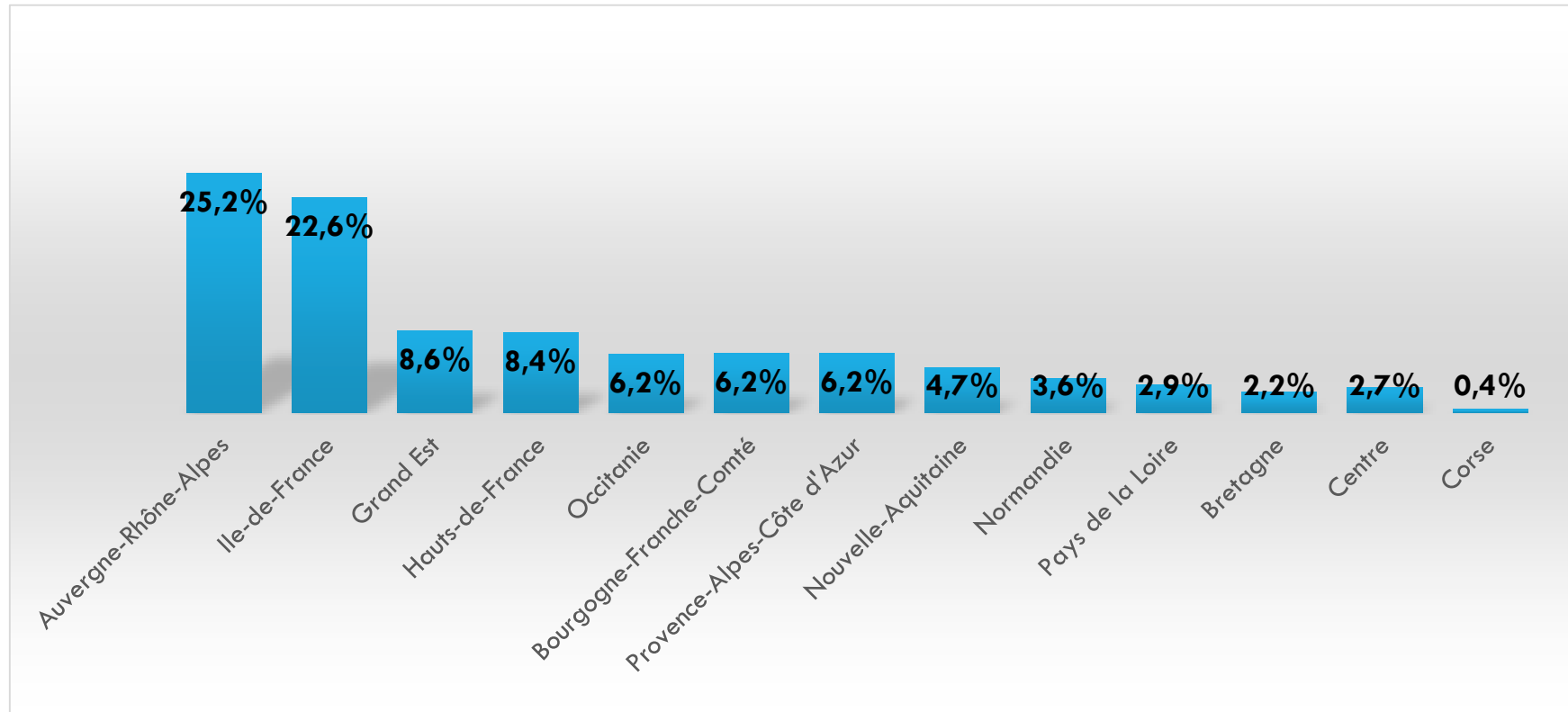


La clientèle étrangère qui fréquente notre département est originaire à plus de 95 % de l'Europe, et majoritairement de l'Europe du nord. Sur le podium, en terme de nuitées, c'est l'Allemagne qui fournit le plus de nuitées avec 21 %, puis la Belgique avec 17%, suivie avec 13 % par les Pays Bas.

L'Europe du Sud représentée par l'Espagne à égalité avec l'Italie. Ces deux pays constituent chacun 4 % des nuitées étrangères européenne.

Selon l'enquête KANTAR TNS sur le suivi de la demande touristique en Occitanie, alors que l'Hérault, département le plus attractif de l'Occitanie, perd des parts de marché d'année en année, -2,7 pts depuis 2014, le Gard progresse de +1,7 pts en part de marché, sur cette même période.

REPARTITION DES NUITÉES SELON LES REGIONS FRANCAISES



La répartition des nuitées par origine française donne en première place la région Auvergne-Rhône-Alpes avec plus ¼ des nuitées comptabilisées, elle est suivie par l'Île de France, et ensuite à égalité avec un peu plus de 8 % chacune, par la Région Grand Est et la région Hauts de France.

NOTORIETE ET SATISFACTION DU GARD

Parmi les différentes sources d'information sur le Gard de la clientèle touristique, c'est internet qui remporte sans surprise la mise, mais c'est ici plus pour le Gard plus que pour les autres départements voisins.

La recommandation de proches est un peu plus évoquée par les visiteurs du Gard que par les visiteurs des autres départements. On aime le Gard et on en parle à ses connaissances.

Le 1^{er} motif de séjour comme pour les départements du sud de la France est le soleil pour 65% des visiteurs. Mais ici, tout particulièrement, beaucoup plus que pour l'Hérault ou l'Aude, les monuments, sites historiques (Pont du Gard...tourisme culturel), les Grands Sites et espaces naturels, (la Camargue...) caractérisent ici, les motivations de visite dans le Gard, ces deux motivations rassemblent chacune 40% des choix des visiteurs.

Les principales activités réalisées dans le Gard sont : la visite de villes et villages, la balade, la promenade, la sortie au restaurant, avec des résultats supérieurs à la moyenne du Languedoc-Roussillon.

Ici plus qu'ailleurs, le voyageur est curieux, il visite les sites historiques, les monuments, les musées et les grands espaces naturels qui caractérisent le Gard.

La durée moyenne du séjour est de 11 nuits, c'est la même durée observée que pour les départements de l'Hérault et de la Lozère.

Si le long séjour reste dominant dans le Gard 46%, on note proportionnellement plus de courts 22% et moyens séjours 33% que sur les autres départements du Languedoc Roussillon.

90 % des touristes séjournant dans le Gard visitent au moins un site touristique du département (79 % un site OGS et/ou grand site naturel). C'est plus que pour les départements de l'Hérault, et de l'Aude.

Ce sont le Grau du Roi/Port Camargue, Aigues-Mortes, le Pont du Gard et Nîmes qui apparaissent les plus visités en recevant chacun plus de 14 % des réponses.

8,6/10 note générale du Gard !

Le niveau de satisfaction générale est élevé dans le Gard, la plupart des items évalués recueillant une note supérieure à la moyenne régionale.

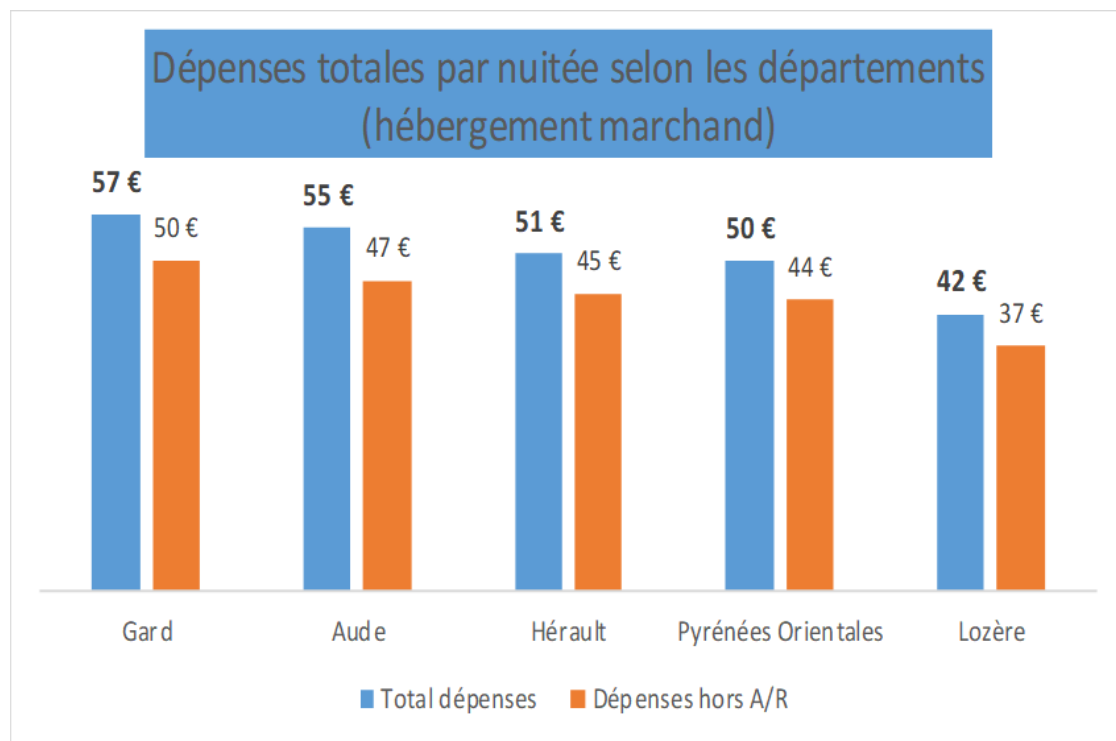
La satisfaction apparait la plus forte au niveau de l'environnement naturel, beauté des paysages, Grands Sites, grands espaces naturels, et environnement préservé.

La satisfaction est également observée pour l'ambiance, les animations, les activités culturelles, les plages...

Concernant les services, le niveau de satisfaction est supérieur à la moyenne régionale pour tous les items évalués, hormis celui des langues étrangères.

Qualité d'hébergement, facilité d'accès et information touristique sont les plus appréciées.

DEPENSES DES TOURISTES



La dépense par jour et par personne est plus élevée dans le Gard que dans les autres départements de l'ancienne région Languedoc Roussillon.

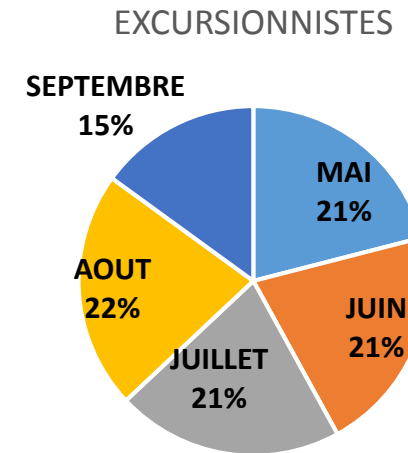
Cela peut en partie s'expliquer par une plus forte proportion des courts séjours par les touristes étrangers et dont le pouvoir d'achat pour ce type de séjour culturel est plus élevé que la moyenne.

L'écart est le plus important avec les dépenses journalières des touristes rencontrés sur le département de la Lozère, + 13 euros, mais aussi sur le territoire de l'Hérault, +5 euros par jour et par personne.

La dépense hors A/R est en progression elle était en 2010 de 47€, elle est passée à 50 € en 2016.

LES EXCURSIONNISTES

	Excursionnistes
Mai	2 945 000
Juin	2 906 000
Juillet	2 981 000
Août	3 139 000
Septembre	2 073 000
Gard saison	14 044 000



On estime à plus de 14 millions les excursionnistes sur la saison 2016, allant de mai à septembre.

Ces visiteurs se répartissent équitablement autour de 21 % de mai à août, avec un fléchissement en septembre, qui représente 15% du volume global des excursionnistes.

LES OFFICES DE TOURISME

La loi NOTRE en matière de tourisme a pour effet pour les offices de Tourisme de mieux prendre en compte les mutations de l'économie touristique et de dépasser les frontières administratives.

Elle a accéléré le processus de réduction du nombre des Offices de tourisme au profit de leur regroupement. Les Offices de tourisme communaux ont disparu, mis à part pour les stations classées qui ont délibéré avant le 31 décembre 2016. Le Gard compte 4 offices de Tourisme à vocation communales, aigues Mortes, Le grau du Roi Port Camargue, Méjannes le Clap et Nîmes.

L'Impact de la loi notre, a contribué à la dissolution des anciennes structures ou à la simple modification statutaire, à la création de nouveaux statuts, à la modification de la gouvernance, au transfert du personnel, à la désignation d'un nouveau siège sociale, à la coexistence de BIPT, souvent d'ancien Offices de tourisme.

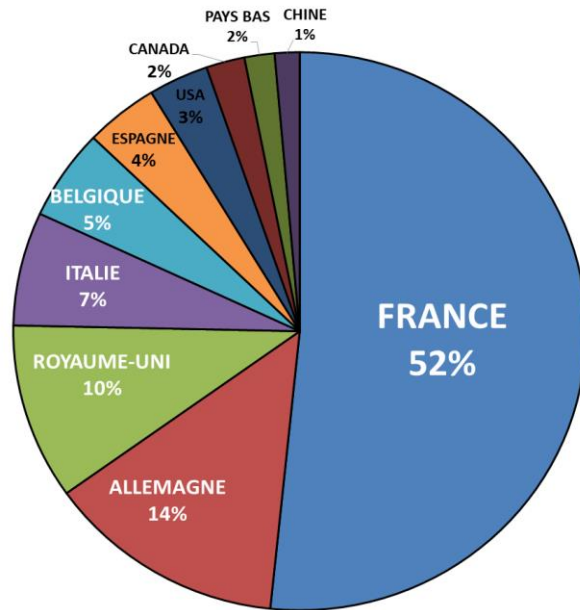
C'est ainsi que de 26 Offices de tourisme en 2016, le Gard en présente aujourd'hui 18, agréments de 44 Bureaux d'Information Touristiques.

Alors qu'au niveau du territoire national c'est le statut associatif qui domine, pour le Gard, ce mode statutaire arrive en troisième position avec 22 des Offices de tourisme contre 33% en EPCI et 28 % en SPA.

Cette réforme a nécessité que chaque territoire fasse son introspection au côté des socio professionnels, pure mettre en place une stratégie partagée. Dans bien des cas, Gard tourisme contribué à la réflexion d'évolution en office intercommunautaire, et a collaboré à établir un diagnostic de territoires pour aider à la définition des axes de développement.

LA VITRINE DU PONT DU GARD

ORIGINE DES VISITEURS DE LA VITRINE DU PONT DU GARD



Le Département au travers de Gard Tourisme en collaboration avec le CAUE, Les Gîtes de France, l'EPCC du Pont du Gard, la direction de la com et la direction tourisme du conseil départemental, a ouvert une vitrine du département sur le site du Pont du Gard.

Cet espace s'inscrit pleinement dans la démarche marketing de Gard Tourisme et reflète les destinations touristiques portées par Gard Tourisme pour le Département ainsi que les savoir-faire et les ressources gastronomiques, culturelles

La vitrine a pour finalité d'offrir 3 niveaux de services :

- De l'information touristique départementale, assurée par du personnel de l'EPCC, de l'ADGFTV et de l'ADRT
- De l'animation sous diverses formes
- De la vente de produits touristiques et de terroirs.
-

Sur ces 5 mois et demi, d'ouverture d'avril à septembre, ce sont 53 066 personnes qui ont franchi la porte du local d'accueil.

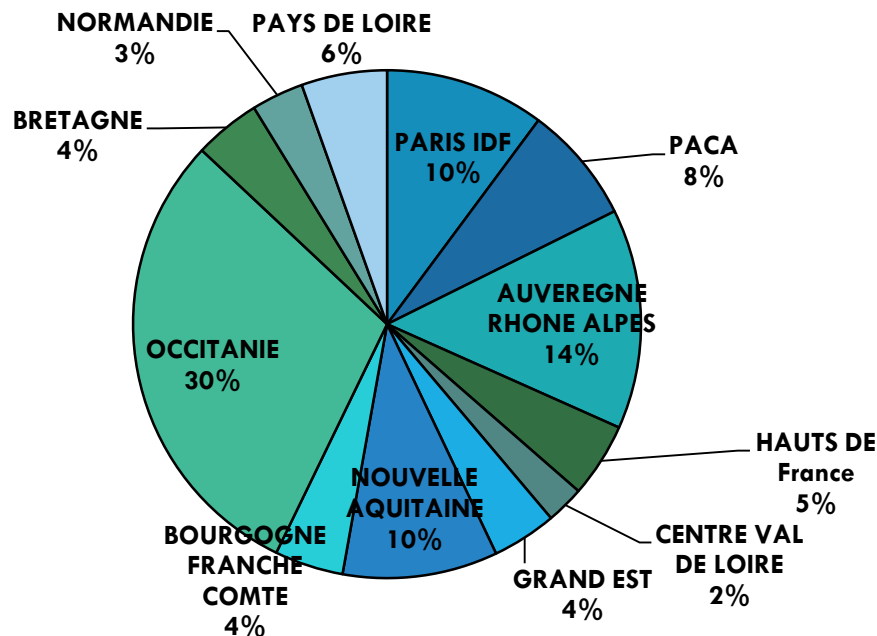
Le Pont du Gard est un site qui ne galvaude pas sa réputation de site international, près d'un visiteur sur deux est étranger. 48% d'étrangers pour 52 % de français.

Parmi les principales clientèles étrangères, c'est l'Europe du nord qui arrive sans surprise en tête, le sud de la France, est très convoité par ces touristes qui aiment y séjourner.

On peut citer en premier l'Allemagne 14 %, puis le Royaume Uni 10%, l'Amérique du nord (USA et Canada) concentre 7 % des visiteurs, et entre dans le trio de tête, autant que la population italienne 7%, puis arrive en 4ème position, la Belgique avec 5%, suivie par les Pays bas 2% et la Chine 1%.

ORIGINE PAR REGION DES VISITEURS

Français



L'observation de l'origine de la clientèle française nous indique que la première région française pourvoyeuse de visiteurs sur la vitrine est notre propre région Occitanie 30% des visiteurs, l'analyse plus précise révèle une forte domination de la clientèle gardoise, qui représente 71 % des occitans. Loin devant les visiteurs originaires de l'Hérault et du Tarn et Garonne qui obtiennent chacun 7 % de la clientèle.

La deuxième région émettrice de visiteurs est avec 14% des visiteurs observés, la région Auvergne Rhône Alpes, elle devance la région IDF qui génère 10 % de la clientèle, et la région PACA et ses 8%.

Là encore nous assistons à une forte présence de visiteurs issus de la proximité.

Parmi notre région Occitanie c'est largement les habitants du département du Gard qui sont les plus nombreux à venir à la vitrine, plus 70 %.

Les autres départements ne sont pas très représentés mis à part l'Hérault avec 8% des visiteurs de l'Occitanie et la Haute Garonne avec 7 %.

Ce sont les deux départements qui présentent la plus forte population de l'Occitanie.

Parmi les 5 premières clientèles françaises enregistrées sur la vitrine, ce sont les Gardois qui arrivent en tête, ils sont 22%. Cette première place, distancie largement les suivantes, Paris IDF en deuxième position qui rassemble 10 % des visiteurs, puis à la troisième place à égalité, avec respectivement 3 % chacun, les départements des Bouches du Rhône, de l'Hérault et du Rhône.



GARD TOURISME
SERVICE OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL D'ÉCONOMIE TOURISTIQUE
CONTACT : BARBARA PLAIDI
PLAIDI@TOURISMEGARD.COM