



L'Euro 2016 a stimulé la fréquentation étrangère à Marseille

L'Euro de football s'est déroulé du 10 juin au 10 juillet 2016 en France. Marseille, en accueillant six matchs de la compétition a connu une hausse de fréquentation hôtelière. Celle-ci a dépassé, les jours de match, de 24% son niveau de 2015. L'hôtellerie marseillaise a bénéficié d'une forte affluence de clientèle étrangère. En dehors de Marseille, l'hôtellerie du département a peu profité des effets de l'Euro.

L'Euro 2016 a par ailleurs généré le déplacement à Marseille de 220 000 supporters extérieurs au département, dont deux tiers d'étrangers. La majorité venait soutenir leur équipe nationale mais certains comme les Allemands ou les Anglais ont été présents tout au long de l'Euro.

Anne Peron, Bouches-du-Rhône Tourisme
Vincent Delage, Philippe Winnicki, Insee

Effet significatif de l'Euro sur la fréquentation hôtelière à Marseille

À chacune des six soirées de matchs au stade Vélodrome, l'occupation des chambres d'hôtels de Marseille a été plus importante qu'en 2015. En moyenne, la fréquentation a dépassé de 24 % celle des mêmes jours de 2015. En dehors des jours de matchs, la fréquentation de juin 2016 n'a excédé que de 4 % la moyenne de 2015. Certains matchs ont attiré plus de touristes que d'autres. Ainsi, les plus fortes hausses d'occupation entre 2015

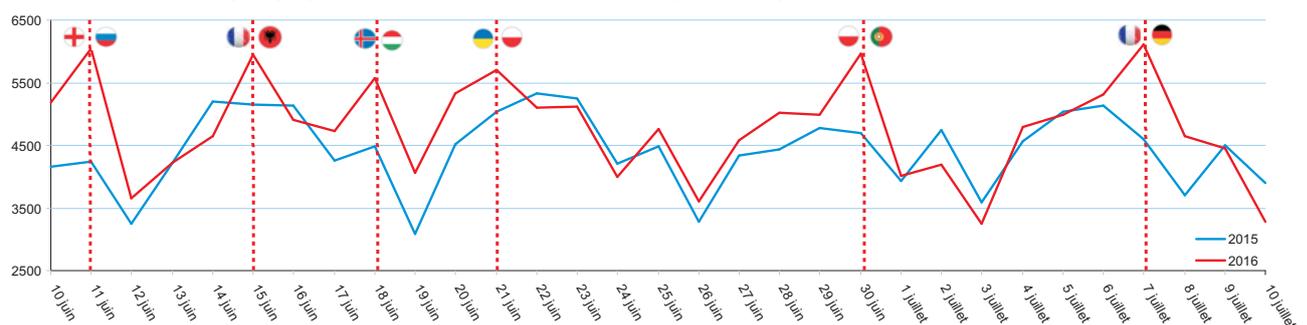
et 2016 ont eu lieu les jours des matchs « Angleterre - Russie », le premier match à Marseille, et « Allemagne - France », le dernier au stade Vélodrome. Au total, ce sont près de 3 300 chambres occupées en plus pour ces deux jours (figure 1). Seul match disputé en juillet, la demi-finale a d'ailleurs constitué le pic de fréquentation le plus important de la compétition. L'hôtellerie de une à trois étoiles de Marseille a davantage bénéficié d'un « effet Euro » que les établissements haut de gamme.

Les touristes étrangers dont l'équipe

nationale a joué un match à Marseille au mois de juin sont tous venus plus nombreux qu'en 2015, à l'exception des Allemands. Les augmentations les plus importantes concernent les clientèles islandaises, hongroises et polonaises qui fréquentent peu notre région d'ordinaire. Les touristes anglais et portugais ont eux aussi été plus nombreux qu'en juin 2015. L'effet « Euro » est également notable pour les Russes. Leur présence a augmenté en juin alors qu'elle ne cesse de fortement diminuer depuis plusieurs trimestres.

1 Pics de fréquentation hôtelière les soirs de match

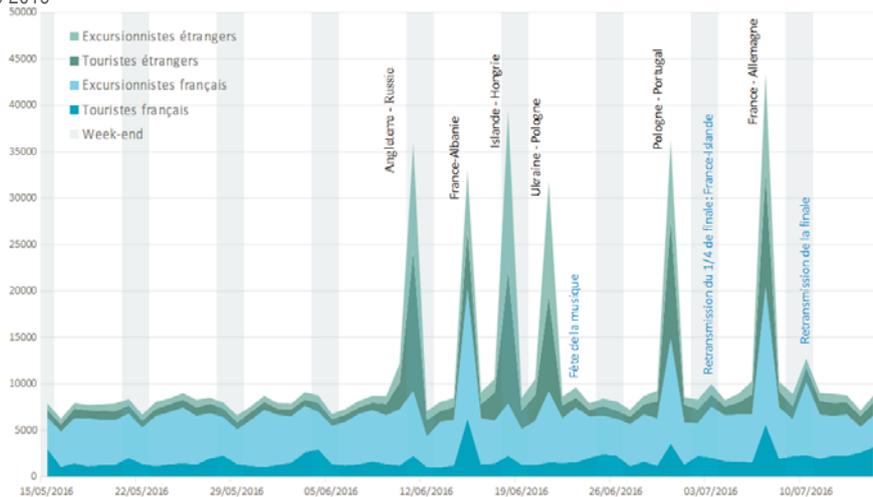
Nombre de chambres occupées par jour dans les hôtels de Marseille entre le 10 juin et le 10 juillet 2016



Source : Insee, en partenariat avec les Comités Régionaux du Tourisme (CRT), les Agences de Développement Touristique départementales (ADT) et la DGE

2 Affluence de supporters les jours de matchs

Fréquentation journalière des supporters français extérieurs au département et étrangers dans la zone de l'Euro 2016



Source : Bouches-du-Rhône Tourisme, Flux Vision Tourisme Orange

Autour de Marseille, « l'effet Euro » est plus diffus

Au-delà de la cité phocéenne, les effets de l'Euro s'estompent. Ils sont restés significatifs à Aix-en-Provence et dans ses environs où une hausse de l'occupation des chambres est enregistrée tous les jours de match dans un marché plutôt en baisse en juin et juillet. Les hôtels aux alentours de l'aéroport Marseille-Provence ont également profité des retombées de la compétition. En revanche, l'hôtellerie aubagnaise n'en a que faiblement bénéficié même si pour chaque match la fréquentation journalière de 2016 est légèrement supérieure à celle de 2015.

Plus loin à l'est de Marseille, dans la zone de Toulon et des premières stations balnéaires du Var, l'impact positif de l'Euro est plus difficile à confirmer sur un territoire traditionnellement touristique à cette période. Cependant, une hausse des chambres occupées est observée le 7 juillet, jour de la demi-finale jouée par l'équipe de France.

Surcroît de clientèle étrangère dans un contexte touristique défavorable

La fréquentation étrangère des hôtels a augmenté de 12,7 % en juin dans les Bouches-du-Rhône. Cet afflux de clientèle

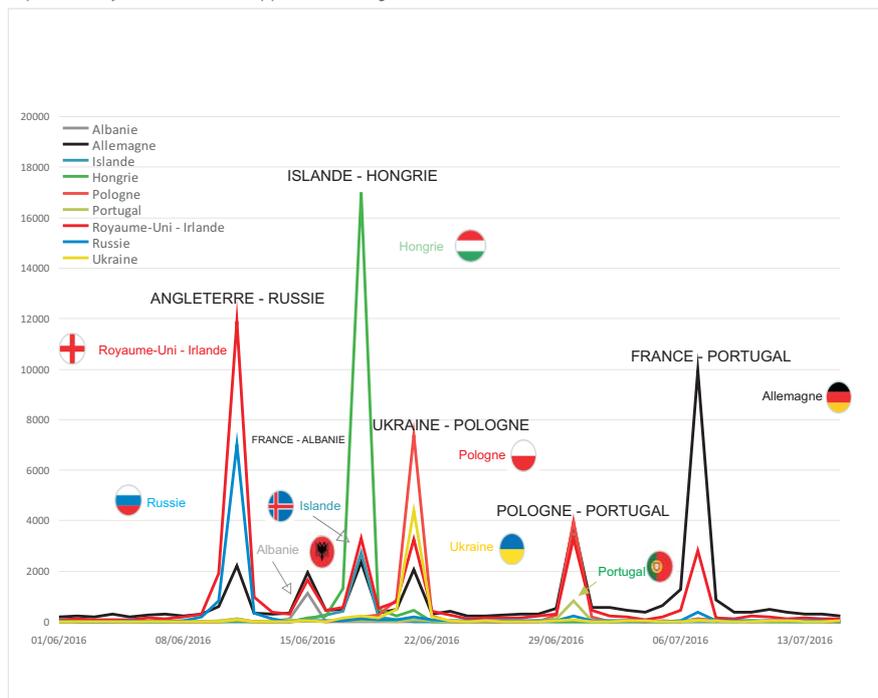
étrangère induite par la compétition a atténué les effets d'un contexte touristique défavorable. Ainsi, le nombre total de nuitées hôtelières est en légère baisse sur ce mois dans le département (-0,8 %) en raison de la désaffection de la clientèle française (-8,3 %). L'Euro de football a pu aussi avoir des effets désincitatifs (prix, affluence) sur certains touristes, en particulier français. La baisse de fréquentation en juin est plus nette au niveau régional : -1,7 %, performance à peine meilleure que la moyenne nationale (-2,7 %). Par ailleurs, la compétition n'a pas eu d'effet durable sur la fréquentation touristique. Sur les mois de juillet et août, les nuitées hôtelières, pénalisées par le reflux de la clientèle étrangère ont reculé de 3,4 % dans les Bouches-du-Rhône et de 5,8 % sur l'ensemble de la région.

A Marseille, 220 000 supporters extérieurs au département les soirs de match

Au-delà de l'occupation des hôtels, l'impact de l'Euro peut également se mesurer à la présence supplémentaire de population qu'elle induit (*méthode*). La fréquentation des zones en lien direct avec l'Euro de football, à savoir les alentours du stade Vélodrome et de la Fan Zone, a fortement augmenté durant la compétition. Ainsi, chaque soir de match, la fréquentation de la zone de l'Euro 2016 (*définitions*) a été multipliée par 2 voire 2,5 selon les matchs par rapport à la fréquentation des autres jours (*figure 2*). Ce sont ainsi quelque 220 000 « supporters » (*définitions*), touristes ou excursionnistes français et étrangers,

3 Nombreuses arrivées d'étrangers venus supporter leur équipe

Fréquentation journalière des supporters étrangers dans la zone de l'Euro 2016



Source : Bouches-du-Rhône Tourisme, Flux Vision Tourisme Orange

L'Euro 2016 à Nice

Les résultats présentés ci-dessous portent sur la période du 12 au 27 juin 2016 au cours de laquelle se sont déroulés des matchs de la compétition à Nice, à l'exclusion donc des conséquences de l'attente du 14 juillet.

En accueillant en juin quatre matchs de la compétition, Nice est la deuxième ville de la région à faire partie de l'organisation de l'Euro 2016 en France.

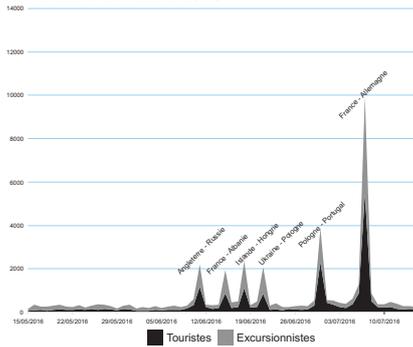
Contrairement à Marseille, aucun match de l'équipe de France n'a eu lieu sur la Côte d'Azur.

Seuls trois jours de matchs sur quatre présentent un surplus de fréquentation par rapport à 2015 en matière de nuitées hôtelières. Ces pics de fréquentation ont profité uniquement aux hôtels de catégorie inférieure ou égale à trois étoiles.

Malgré la tenue de la compétition, la fréquentation hôtelière a fortement diminué à Nice en juin : -9,2 % par rapport 2015. Les clientèles françaises comme étrangères sont venues moins nombreuses. L'Euro 2016 a eu néanmoins un impact sur la fréquentation des nationalités représentées dans la compétition qui sont toutes venues en plus grand nombre que l'an passé. On peut noter la fréquentation remarquable car peu ordinaire à Nice des clientèles islandaises et polonaises

4 Les Allemands présents tout au long de la compétition ...

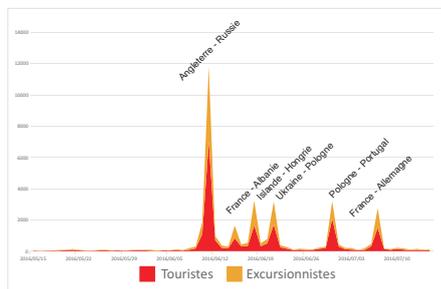
Fréquentation journalière des supporters allemands dans la zone de l'Euro 2016



Source : Bouches-du-Rhône Tourisme, Flux Vision Tourisme Orange

5 ... les Anglais aussi

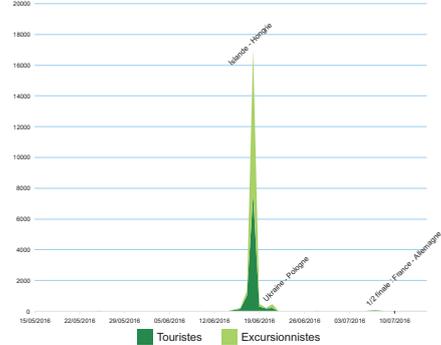
Fréquentation journalière des supporters anglais dans la zone de l'Euro 2016



Source : Bouches-du-Rhône Tourisme, Flux Vision Tourisme Orange

6 Les Hongrois présents pour leur équipe

Fréquentation journalière des supporters hongrois dans la zone de l'Euro 2016



Source : Bouches-du-Rhône Tourisme, Flux Vision Tourisme Orange

qui ont été comptabilisés en plus des 430 000 « supporters » marseillais ou en provenance du reste du département, très présents eux aussi lors des six soirs de matchs. Les fréquentations maximales ont été atteintes pour les matchs joués par l'équipe de France (demi-finale « France - Allemagne » le 7 juillet devant « France - Albanie » le 15 juin), suivis par le quart de finale « Pologne - Portugal » le 30 juin.

D'une manière générale, pour les matchs joués à 21h, la fréquentation de la zone de l'Euro 2016 augmentait sur la période de 15h à 17h pour atteindre son maximum à

l'heure du match. Pour les deux matchs joués à 18h à Marseille, la fréquentation commençait à s'intensifier entre 13h et 15h avec un pic de fréquentation atteint vers 18h à l'heure du match. C'est le cas d'« Ukraine - Pologne » le 21 juin et d'« Islande - Hongrie » le 18 juin. Toutefois, le 18 juin un deuxième pic de fréquentation est atteint à 21h lors de la retransmission du match « Portugal - Autriche » sur la Fan Zone.

Parmi les 220 000 supporters qui ne résidaient pas dans les Bouches-du-Rhône, 37 % étaient Français : 26 % de ces Français étaient des touristes, c'est-à-dire qu'ils ont passé au moins une nuit dans le département (dont 70 % à Marseille). Un quart d'entre eux venaient d'Île-de-France et un tiers de Provence-Alpes-Côte d'Azur (hors Bouches-du-Rhône), d'Occitanie, et d'Auvergne-Rhône-Alpes. Les 74% restants étaient des excursionnistes. Ils sont venus à la journée et résidaient pour plus de la moitié d'entre eux dans des départements voisins (Var, Vaucluse et Gard).

Une majorité de supporters de leur équipe nationale

Deux tiers des 220 000 supporters, touristes ou excursionnistes, présents sur la zone de l'Euro 2016 étaient des étrangers. La plus forte affluence étrangère a été atteinte lors du match « Islande - Hongrie », devant

« Angleterre - Russie », « France - Allemagne » et « Ukraine - Pologne ». Sur l'ensemble de la période de la compétition, les Britanniques et les Allemands ont été les étrangers les plus nombreux présents dans la zone de l'Euro 2016, représentant 35 % des supporters étrangers. Viennent ensuite les supporters hongrois (10 %), polonais (7 %) et russes (5 %) (figure 3). Les supporters ukrainiens, islandais, portugais et albanais sont également venus soutenir leurs équipes respectives. Ils représentent chacun au plus 3 % de la population étrangère. Rapportée à leur population nationale, cette affluence était parfois considérable. Ainsi, le 18 juin, environ 1% des citoyens islandais se trouvaient à Marseille.

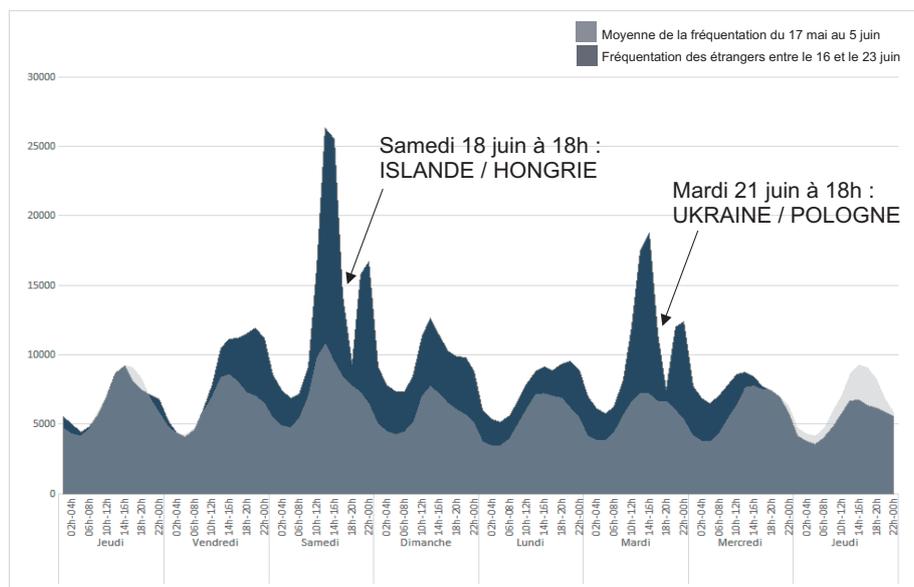
60 % des supporters étrangers présents durant la période de l'Euro sont venus pour soutenir leur équipe nationale. En conséquence, 4 supporters sur 10 sont venus à Marseille sans équipe nationale à soutenir.

Les Allemands et les Anglais présents sur toute la période de la compétition

La présence des supporters étrangers à Marseille a pris des formes différentes selon les nationalités. Ainsi, les Allemands et les Anglais ont été très présents à Marseille les soirs où jouaient leurs équipes, à savoir le 11 juin pour les Anglais et le 7 juillet pour

7 Avant et après les matchs, les supporters investissent le centre historique de Marseille

Fréquentation horaire du centre-ville de Marseille



Note : la fréquentation du centre-ville entre le 17 et le 22 juin est comparée à la moyenne de chaque jour de la semaine correspondant (vendredi, samedi...) avant la compétition, entre le 17 mai et le 5 juin.

Source : Flux Vision Tourisme Orange - Bouches-du-Rhône Tourisme

Définitions

Zone de l'Euro 2016 : zones en lien direct avec la compétition, à savoir les alentours du stade Vélodrome et de la Fan Zone (figure 8).

Supporters : dans cette étude, il s'agit des personnes qui ont été présentes plus d'une heure entre 16h et 1h du matin dans la zone de l'Euro 2016. Elles ne sont comptabilisées qu'une seule fois même si elles ont fréquenté à la fois le stade et la Fan Zone.

8 La zone de l'Euro 2016 à Marseille



Source : IGN, Insee 2016

Méthode

Les populations présentes sur une zone sont estimées à partir du dispositif Flux Vision Tourisme (sources) sur la base d'informations techniques issues du réseau mobile d'Orange. Les données sont segmentées en résidents, résidents peu présents, en assimilés résidents, en personnes habituellement présentes, en touristes français ou étrangers et en excursionnistes français et étrangers en tenant compte de l'adresse de facturation, des durées et des fréquences de séjour. Un redressement est effectué pour estimer le nombre de personnes à partir du nombre de mobiles en tenant compte d'un ensemble de facteurs comme les spécificités du réseau, le taux d'équipement en mobile et la part de marché d'Orange

les Allemands (figures 4 et 5) mais ils étaient également présents pour une partie d'entre eux à d'autres matchs de l'Euro sans lien avec leur équipe. En revanche, la plupart des supporters des autres équipes sont venus uniquement pour voir jouer leur équipes respectives. A noter le cas particulier des Hongrois (figure 6) qui, s'ils n'ont assisté qu'à un seul match contre l'Islande le 18 juin, sont venus en très grand nombre comparativement aux autres nationalités pour une seule soirée.

Forte affluence étrangère au centre-ville

Les supporters se sont déplacés à Marseille au-delà de la zone Euro 2016. Ainsi, sur la période de la compétition, les Français ont autant fréquenté le centre-ville de Marseille les soirs de match que les autres soirs. En revanche, la présence des étrangers est nettement plus importante les soirs de matchs mais également la veille et le lendemain par rapport à la fréquentation moyenne à cette période hors Euro. Par exemple, dans le cas du match « Islande - Hongrie » du samedi 18 juin, on constate que les étrangers, essentiellement des Islandais et des Hongrois ont été davantage présents en centre-ville dès le vendredi,

nettement plus encore le samedi matin pour atteindre un pic en début d'après-midi. Ils ont ensuite quitté le centre-ville pour se déplacer vers le stade, avant de réinvestir le centre après le match mais dans une moindre mesure (figure 7). On constate le même comportement pour « Ukraine - Pologne » du 21 juin et de manière plus générale pour les autres matchs joués à Marseille. ■

Sources

Les données sur la fréquentation touristique sont issues de l'**Enquête de Fréquentation Hôtelière** réalisée chaque mois par l'Insee auprès des hôtels de la région. L'enquête permet d'obtenir des informations au niveau régional, départemental et sur les espaces touristiques de la région, par catégorie de classification des hôtels et selon la nationalité des touristes.

Pour évaluer l'impact de l'Euro, la période juin-juillet 2016 a été comparée à celle de 2015. Afin de respecter le cycle hebdomadaire de fréquentation des hôtels, la comparaison des données journalières est réalisée sur les mêmes jours de la semaine. Le 1^{er} juin 2016 étant un mercredi, la série 2015 a été calée au premier mercredi du mois soit le 3 juin 2015.

Flux Vision Tourisme est une solution développée par Orange avec le concours de Bouches-du-Rhône Tourisme et Tourisme & Territoires (réseau des agences de développement touristique) qui permet de convertir, en temps réel, des millions d'informations techniques issues du réseau mobile d'Orange, en indicateurs statistiques afin d'analyser la fréquentation des territoires et le déplacement des populations. Il est développé en accord avec la CNIL et les données sont anonymisées.

Insee Provence-Alpes-Côte d'Azur

17 rue Menpenti
CS 70004
13395 Marseille Cedex 10

Directeur de la publication :

Patrick Redor
Rédatrice en chef :
Gwenaelle Thomas

Crédits photos :
CRT Côte d'Azur - Robert Palomba

Dépôt légal : Novembre 2016
ISSN : 2274-8199 (version imprimée)
ISSN : 2417-1395 (version en ligne)
© Insee 2016

Pour en savoir plus

- L'Euro 2016 à Marseille / Flux Vision Tourisme. www.visitprovence.org
- Delage V., Lassagne T., Winnicki P., « Fréquentation touristique en baisse en juillet-août », *Insee Flash Provence-Alpes-Côte d'Azur* n° 30, novembre 2016

