

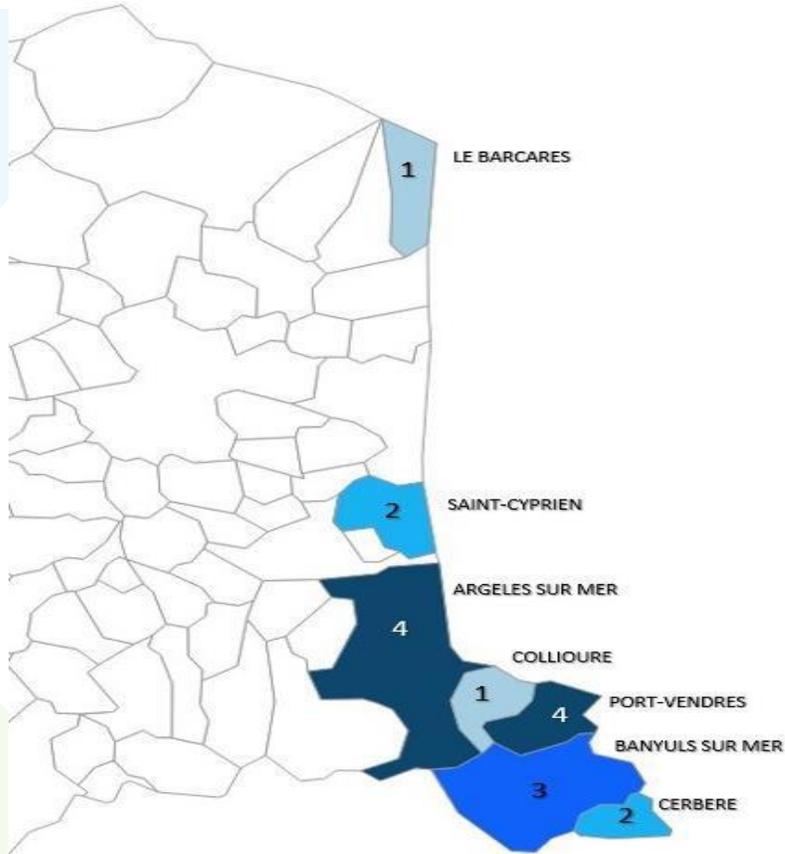
# OBSERVATOIRE DE LA FILIERE « PLONGEE »

DEPARTEMENT DES PYRENEES-ORIENTALES





## 17 structures professionnelles en 2019



- 100% des structures commerciales sont situées sur le littoral roussillonnais.
- Le territoire de concentration est la Côte Rocheuse (à proximité des principaux sites de plongée).
- Les centres de plongée professionnels exercent généralement leur activité sur 8 mois de l'année avec une concentration d'activité de juin à septembre.

Ces 17 centres de plongée comptabilisent une flotte de 25 navires (vedettes et semi-rigides) répartis dans les différents ports du littoral.

## Les attentes des professionnels de la plongée dans les Pyrénées-Orientales



- 88% des professionnels sont intéressés par la création d'une destination « Plongée dans les PO »
- 71% pour développer des partenariats avec les collectivités
- 53% pour organiser des animations autour de la plongée

88% des professionnels souhaiteraient créer un label spécifique à la plongée dans les PO.



## Ce qu'il faut retenir de l'étude auprès des professionnels

Points forts	Points de vigilance
Une forte représentativité des structures commerciales parmi l'ensemble des clubs de plongée du département	La pérennité des structures commerciales remise en cause avec l'utilisation d'occupation du domaine public
Un niveau d'activité en progression pour une majorité de professionnels et qui réinvestissent régulièrement dans le renouvellement de leur équipement (navires, matériel de plongée)	Un manque de visibilité et de signalétique des professionnels au sein des ports de plaisance
Des professionnels ayant un impact sur le comportement de leur clientèle qui est de plus en plus sensible à la protection de l'environnement naturel	Une exigüité et un manque de confort des locaux avec 82% des professionnels locataires d'où un risque de déménagement
Un taux de fréquentation des centres de plongée à la hausse dans le département	Un manque de personnel lié à l'absence de formation dans le département
	La concurrence d'autres destinations de plongée

### Les enjeux

- Développer des aménagements de qualité pour l'accueil des plongeurs
- Proposer une offre produit touristique « Destination plongée PO »
- Créer un label ou une marque « Plongée dans les PO » et en assurer la promotion
- Organiser des évènements autour de la plongée ou des activités de pleine nature



# RESULTATS DE L'ETUDE AUPRES DE LA CLIENTELE DES CENTRES DE PLONGEE DES PO

La présente étude s'appuie sur une méthodologie d'analyse développée par le réseau des CCI-T de la région Occitanie. Le questionnaire d'enquête a été diffusé à la clientèle des 17 centres de plongée du département au cours de l'année 2022.

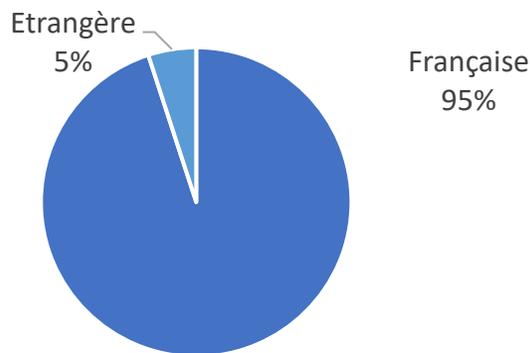
## VOLET PUBLIC

- **Les enquêtes ont été réalisées en ligne.**
- L'objectif était d'enquêter les visiteurs des centres de plongée de façon aléatoire afin d'obtenir **un panel assez représentatif** en termes d'âge, de genre ou encore de provenance, de comportements d'achats et des attentes vis-à-vis de la découverte des fonds marins du département .

**270 plongeurs ont répondu à l'enquête en ligne,**  
**représentant près de 1 000 touristes** (en incluant les accompagnants)

## ■ Une clientèle en large majorité française et de la Région Occitanie

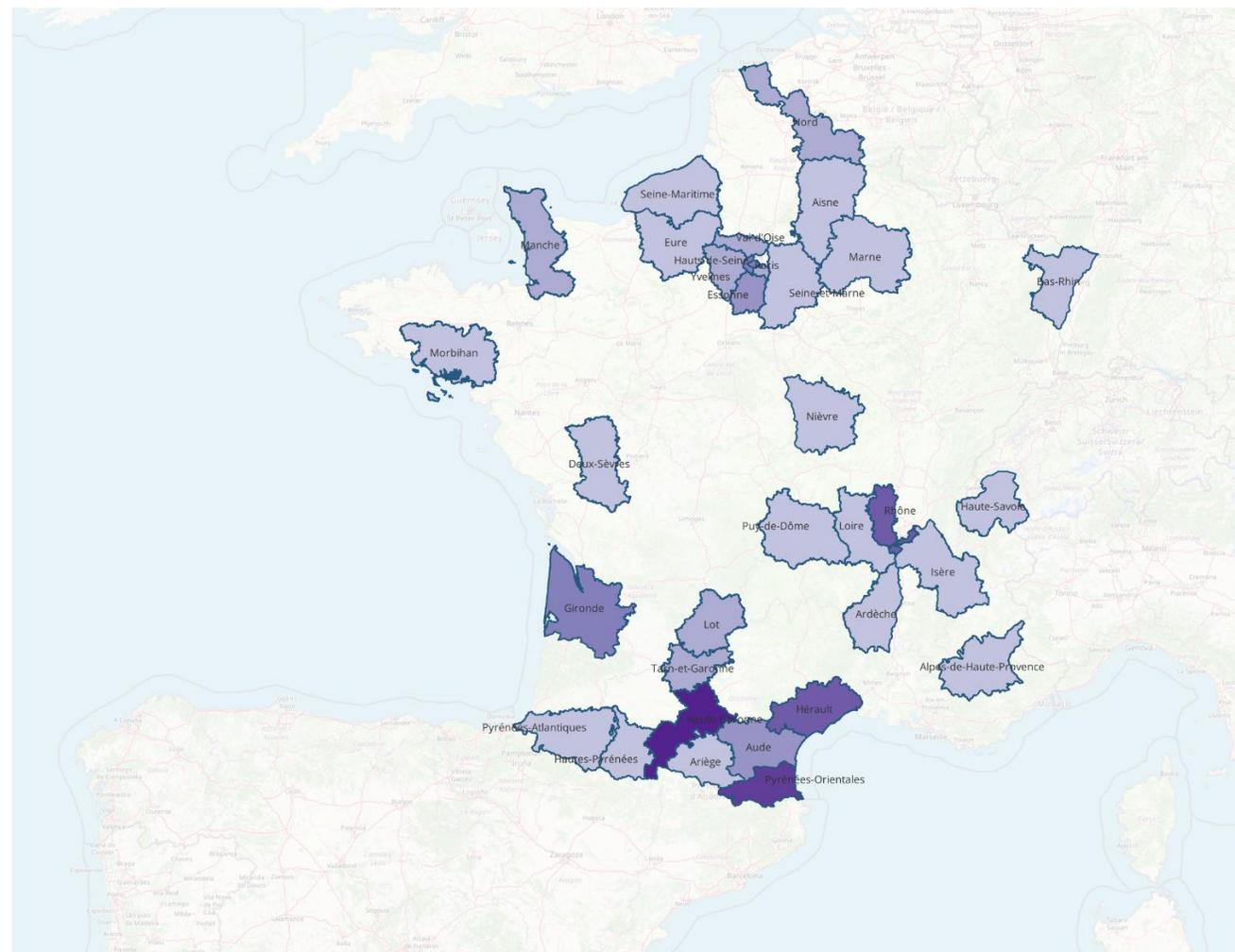
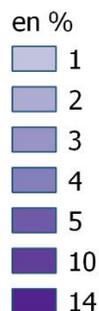
Répartition de la clientèle selon la nationalité



**95% de la clientèle est française.** 39% des plongeurs sont de la Région Occitanie dont 14% sont des résidents de la région toulousaine et 10% du département des PO.

Parmi la clientèle étrangère (5%) , ce sont les Belges qui semblent les plus nombreux, suivi de près par les Suisses.

Provenance des plongeurs



Source : enquête clientèle

- Une clientèle mixte avec un certain niveau de vie

Catégorie socio-professionnelle	%
Cadre et profession intermédiaire	39
Employé	23
Chef d'entreprise	14
Etudiant	14
Retraité	7
Ouvrier	1
A la recherche d'un emploi	1

Source : enquête clientèle

Un homme		58%
	Moins de 20 ans	6%
	De 21 à 35 ans	32%
	De 36 à 50 ans	36%
	de 51 à 65 ans	23%
	Plus de 65 ans	4%
Une femme		42%
	Moins de 20 ans	17%
	De 21 à 35 ans	36%
	De 36 à 50 ans	25%
	de 51 à 65 ans	19%
	Plus de 65 ans	4%

La clientèle des centres de plongée est relativement mixte avec 58% d'hommes et 42% de femmes.

Les femmes sont plus jeunes à pratiquer la plongée par rapport aux hommes : 17% d'entre elles ont moins de 20 ans contre seulement 6% des hommes.

Enfin, ce sont les cadres qui semblent le plus adeptes à la plongée ce qui peut se comprendre en raison de l'aspect financier de cette pratique (acquisition/location matériel de plongée, formation....)

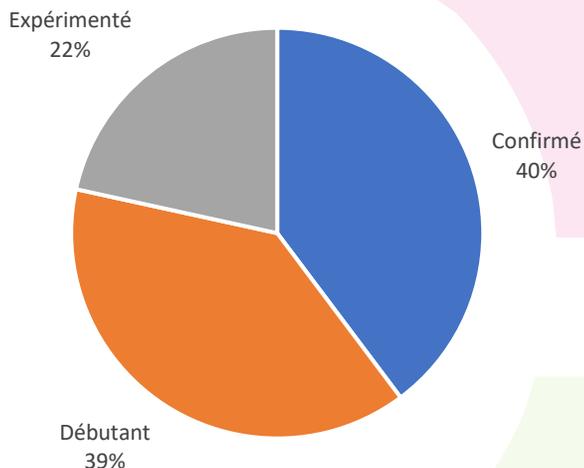


## ▪ Une activité qui se pratique en couple ou en famille

La clientèle des clubs de plongée vient majoritairement en couple (29% des répondants) ou en famille (26,4%).

**En moyenne, un plongeur est accompagné de 3 personnes.**

### Niveau d'expérience des plongeurs



## • Les centres de plongée du département attirent tous niveaux de plongeurs

40% des plongeurs considèrent avoir un niveau de pratique « confirmé » contre 39% qui se disent « débutant ». Nous constatons également une part aussi importante de plongeurs « expérimenté » (22% des répondants).

Les centres de plongées de Saint-Cyprien ont tendance à attirer des plongeurs « confirmé » alors que ceux de Cerbère captent une clientèle de plongeurs « expérimenté ».

## ▪ Une clientèle d'habitues

65% des plongeurs sont déjà venus plonger dans le département contre 35% qui viennent pour la 1<sup>ère</sup> fois. Généralement, c'est une 1<sup>ère</sup> venue pour les débutants alors que les plongeurs plus expérimentés sont déjà venus.

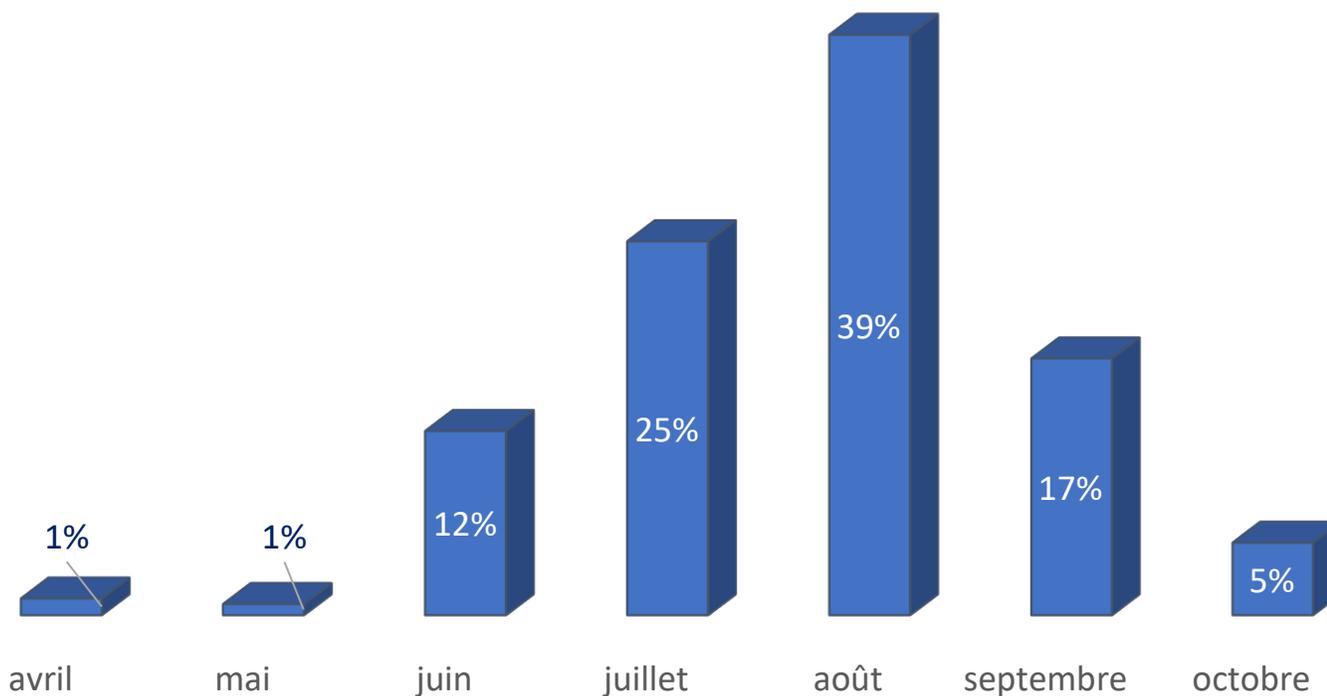
- Une fréquentation concentrée sur la saison estivale

**64%** des plongeurs fréquentent les centres de plongée durant les mois de juillet et août

Un pic de fréquentation au cours du mois d'août.

L'arrière-saison (septembre/octobre) semble plus attractive pour les plongeurs que celle du printemps.

Répartition de la fréquentation dans les centres de plongée selon le mois de l'année



Source : enquête clientèle



# LES HABITUDES DE LA CLIENTELE



- **La voiture est le moyen de transport le plus utilisé**



**78 % la voiture**  
( y compris le co-voiturage)



**11 % le train**



**8% y résident**



**2 % l'avion**

*Source : enquête clientèle*

Le moyen de transport le plus plébiscité reste **la voiture pour 78% des déplacements**. La voiture est fortement utilisée par la clientèle française.

Le train est utilisé exclusivement par les Français et l'avion uniquement par la clientèle étrangère.

**A noter que 8% des plongeurs résident dans le département.**



## ▪ Une clientèle qui fréquente d'autres spots de plongée

**79%** des plongeurs fréquentent d'autres lieux de plongée en France et à l'Étranger contre 21% qui sont fidèles à la Côte Catalane

Source : enquête clientèle – 100% des répondants

## ▪ Une clientèle qui vient pour la beauté des sites et le professionnalisme dans les centres de plongée

Les 3 principales motivations dans leur choix sont :

- 1- La diversité des sites de plongée
- 2- Les équipements des centres de plongée (locaux, matériel ....)
- 3 – La qualité des offres de formation

Les 3 principales destinations de plongée sont :

- 1- Les Pyrénées-Orientales (34% des réponses)
- 2- La Côte d'Azur (16% des réponses)
- 3 - L'Espagne (13% des réponses)

La Corse et les DOM-TOM arrivent en 4<sup>ème</sup> position

Les éléments déterminants dans le choix de la destination « plongée dans les PO »	%
La diversité des sites de plongée	<b>77%</b>
Les équipements des centres de plongée	<b>42%</b>
La qualité des offres de formations	<b>41%</b>
L'avis d'un ami	<b>27%</b>
Les avis sur les réseaux sociaux	<b>13,5%</b>

Source : enquête clientèle – 99% des répondants



- **Un mode de réservation qui s'effectue majoritairement et directement auprès des centres de plongée**

**73%** des plongeurs réservent leur activité directement auprès du centre de plongée (téléphone, in situ)

Source : enquête clientèle – 99% des répondants

Mode de réservation de l'activité plongée	%
Directement auprès du centre de plongée	<b>73%</b>
Site internet des centres de plongée	<b>19%</b>
Par l'intermédiaire d'un club associatif	<b>6%</b>
Autres (agence de voyage, CE, amis..)	<b>2%</b>

- **Des activités orientées vers la découverte des fonds marins**

Les activités pratiquées dans les centres de plongée du département sont :

- **Les plongées d'exploration** (68% des réponses)
- **Les formations à la plongée** (32% des réponses)
- **Les baptêmes de plongée** (21% des réponses)

- **Une activité qui se pratique en dehors d'un cadre associatif**

Parmi les répondants, 62% ne sont pas membre d'un club de plongée associatif contre 38% qui sont adhérents d'un club (principalement Haute-Garonne).

▪ Une clientèle qui vient dans le cadre d'un séjour

**92%** des plongeurs sont venus dans les PO dans le cadre d'un séjour

Durée moyenne de présence déclarée : **11,4 jours**

- 11 jours pour la clientèle Française
- 14 jours pour la clientèle Etrangère

**30% de la clientèle reste près de 7 jours** (1 semaine) dans le département.

A noter que 11% de la clientèle séjourne plus de 20 jours.

La clientèle fréquentant les hôtels reste en moyenne 6 jours, celle dans les campings 8 jours et enfin, la clientèle dans les résidences secondaires séjourne près d'un mois.

Moins de 3 jours = 21 %

De 4 à 7 jours = 30 %

De 8 à 10 jours = 13 %

De 11 à 20 jours = 25 %

Plus de 20 jours = 11 %

Source : enquête clientèle – taux de réponse 100%

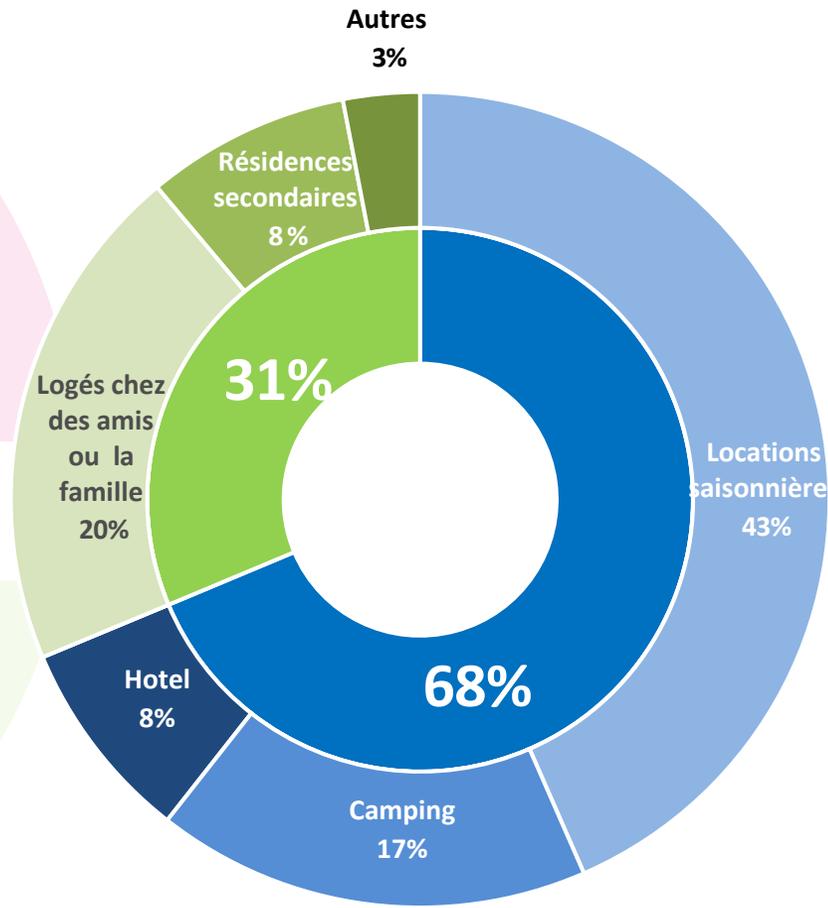


## ■ Une prédominance des hébergements marchands

### Hébergement non marchand

31% de la clientèle est logée gratuitement dont une large majorité chez les amis ou la famille.

La catégorie « Autres » englobe des hébergements dans des bateaux, fourgons aménagés...



### Hébergement marchand

68% des plongeurs séjournent dans des hébergements marchands.

43% préfèrent les locations saisonnières plutôt que les hôtels ou les campings.

Source : enquête clientèle – taux de réponse 100%

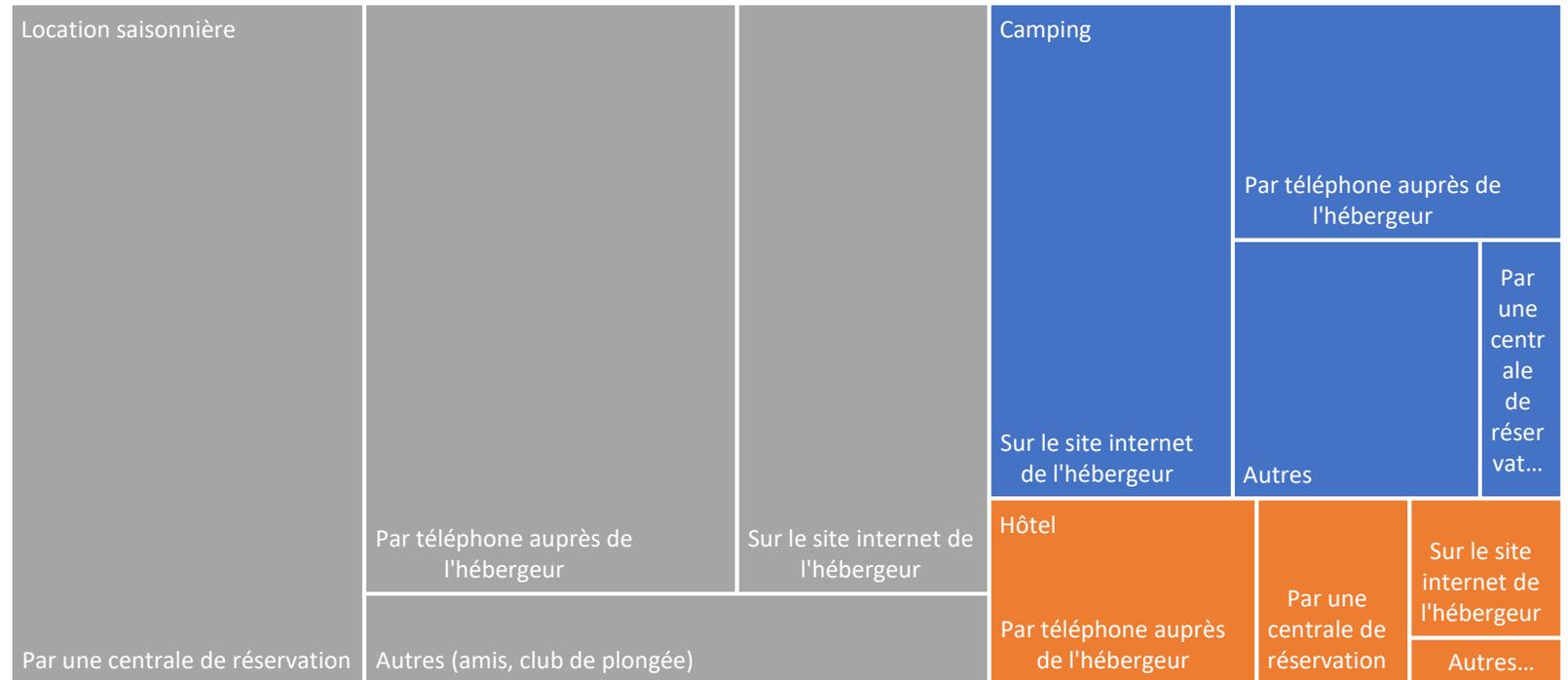


## Les réservations dans les hébergements marchands s'effectuent majoritairement en ligne

**28%** des touristes réservent via une centrale de réservation et **28%** directement sur le site internet de l'hébergeur.

Des particularités subsistent en fonction du type d'hébergement choisi :

- Pour les **réservations hôtelières**, les visiteurs privilégient les **réservations téléphoniques**
- Pour les **réservations dans les campings**, les plongeurs réservent plutôt via le site internet du camping
- Et, pour les **locations saisonnières**, ils préfèrent réserver depuis une **centrale de location**



Source : enquête clientèle – taux de réponse 90%

## La clientèle séjourne à proximité des centres de plongée

Les principales villes de séjour des plongeurs dans le département pour des hébergements marchands sont :

- **Cerbère** – 32% des répondants
- **Banyuls sur Mer** – 27% des répondants
- Et **Argelès sur Mer** – 12% des répondants

A noter que ces 3 communes concentrent 53% des centres de plongée du département.

Répartition géographique de la clientèle selon la commune de villégiature

Commune du lieu d'hébergement marchand	%
Cerbère	<b>32%</b>
Banyuls sur Mer	<b>27%</b>
Argelès sur Mer	<b>12%</b>
Port-Vendres	<b>9%</b>
Saint-Cyprien	<b>7%</b>

Source : enquête clientèle



# LES DEPENSES DES PLONGEURS





- **Dans l'hébergement marchand** (hôtels, campings, locations saisonnières)

## Rappel des modes d'hébergement

**68%** des plongeurs logent dans des hébergements marchands

**8%** dans des hôtels

**17%** dans des campings

**43%** dans des locations saisonnières

Des dépenses d'hébergement très disparates en raison du mode d'hébergement choisi.

*A titre d'information, la dépense moyenne par nuit et par personne est de 10,3 € au niveau départemental.*

Dépense moyenne par jour et par personne  
**35,09 €**



Source : enquête clientèle



## Des habitudes de consommation et des dépenses plus importantes en soirée

### Les habitudes de consommation

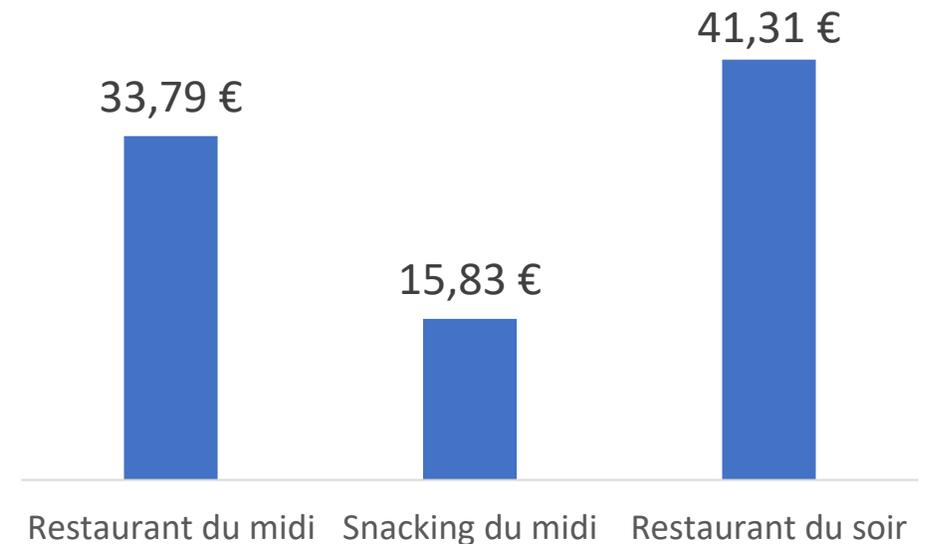
Type de restauration	Midi	Soir
<b>Au restaurant</b>	<b>29%</b>	<b>53%</b>
<b>Un repas acheté sur place</b>	<b>13,4%</b>	3,5%
Un repas tiré du sac	15,2%	3,5%
A domicile	20,8%	19%
Sur votre lieu d'hébergement	21,6%	21%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Taux de réponse : 100% des répondants

**42,4%** des plongeurs réalisent **les repas de midi dans de la restauration payante** dont 29% dans des restaurants.

**En soirée, 53% des plongeurs mangent dans des restaurants.**

Dépense moyenne et par personne  
**30,31 €**



Source : enquête clientèle

- **Les 2/3 des plongeurs effectuent d'autres dépenses en sus de la pratique de la plongée**

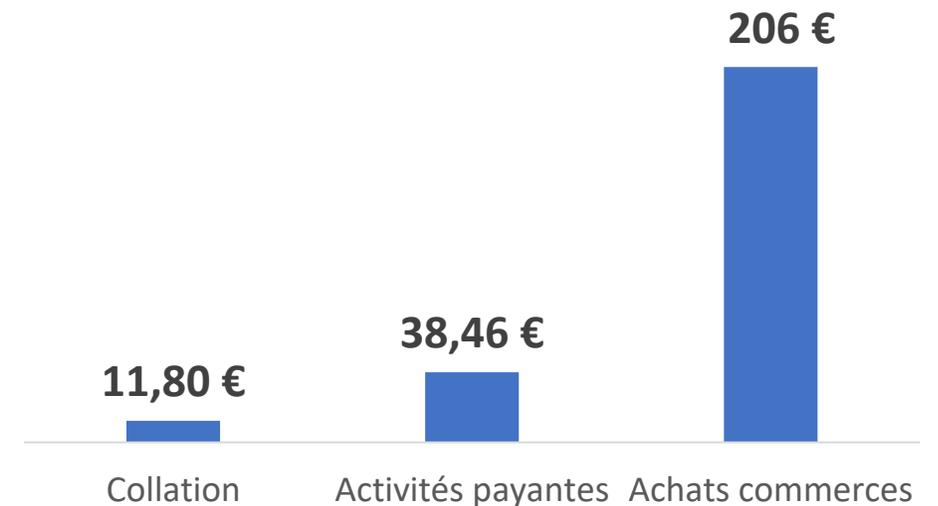
## Les modes de consommation

	Taux de consommation
<b>Consommations alimentaires en dehors des repas</b>	<b>66%</b>
<b>Activités payantes (nautiques, culturelles)</b>	<b>49%</b>
<b>Achats dans les commerces</b>	<b>68%</b>
<i>dont produits régionaux</i>	<i>77%</i>
<i>carburant</i>	<i>61%</i>
<i>Cadeaux, souvenirs</i>	<i>46%</i>

**66%** des plongeurs ont consommé en dehors des repas.

**49%** des plongeurs ont effectué des activités en complément de leur plongée (activités nautiques, visites musées, visites de domaines viticoles...).

**69%** ont effectué des achats dans les commerces, principalement des produits régionaux (vins), du carburant (Espagne) et des cadeaux/souvenirs.



Source : enquête clientèle

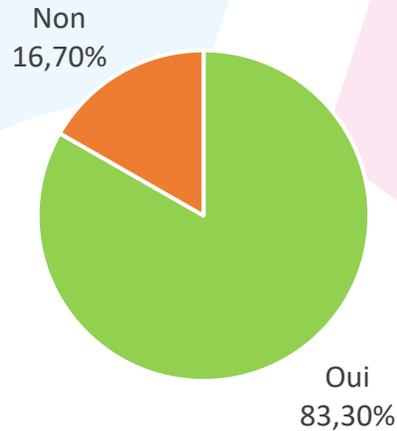


# ENQUETE DE SATISFACTIONS DES PLONGEURS

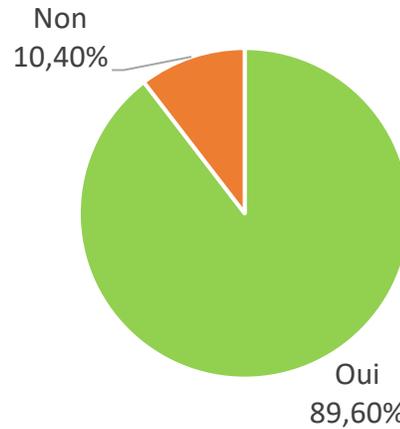




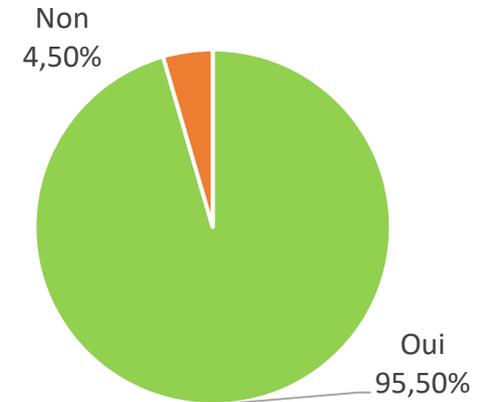
## ■ Une forte implication des centres de plongée dans la protection de l'environnement



Connaissance du Parc Marin et de la Réserve Naturelle Cerbère/Banyuls



Sensibilisation à la protection des milieux marins par les centres de plongée



Bons ambassadeurs pour la protection de l'environnement

Source : enquête clientèle

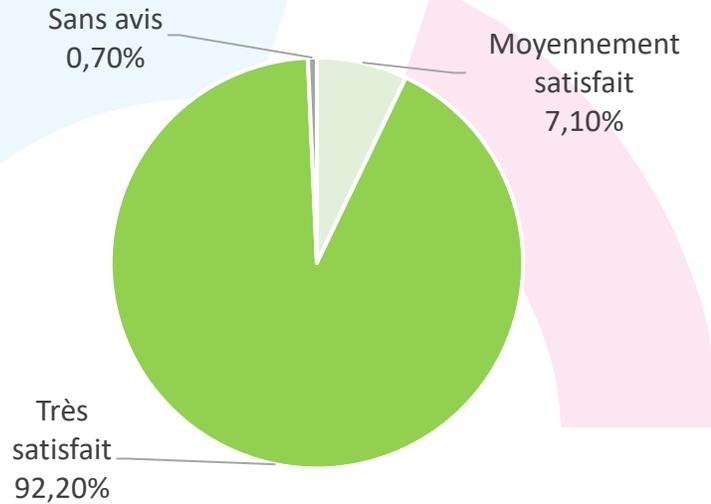
**83%** des plongeurs connaissent le site de la Réserve Naturelle Cerbères/Banyuls ainsi que le Parc Marin.

**89%** considèrent que les centres de plongée sensibilisent bien à la protection des milieux marins.

Et, ils sont une large majorité à considérer que les **centres de plongée** sont de **bons ambassadeurs pour la protection de l'environnement**.



## ▪ Satisfaction globale

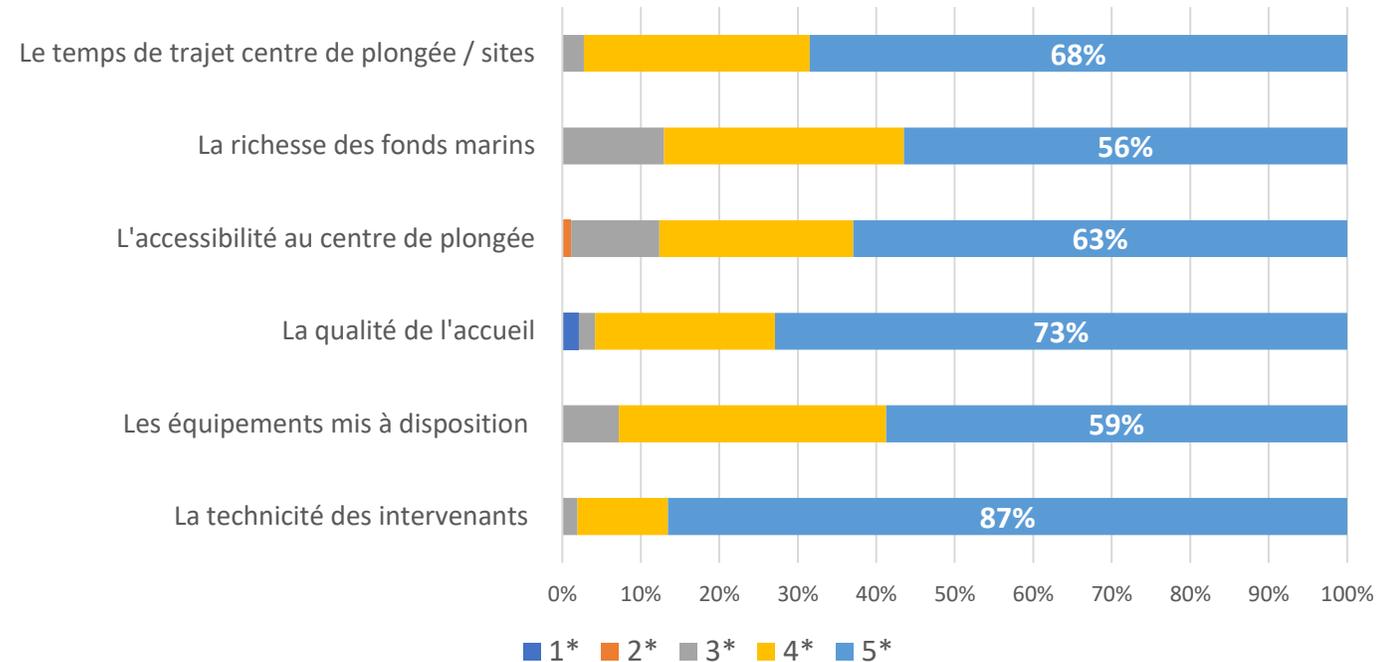


Source : enquête clientèle

**92% des plongeurs sont très satisfaits du centre de plongée qu'ils ont fréquenté.**

**Parmi les niveaux de satisfaction, viennent en 1<sup>er</sup>, la technicité des intervenants et la qualité de l'accueil dans les centres de plongée.**

## ▪ Satisfactions par critères

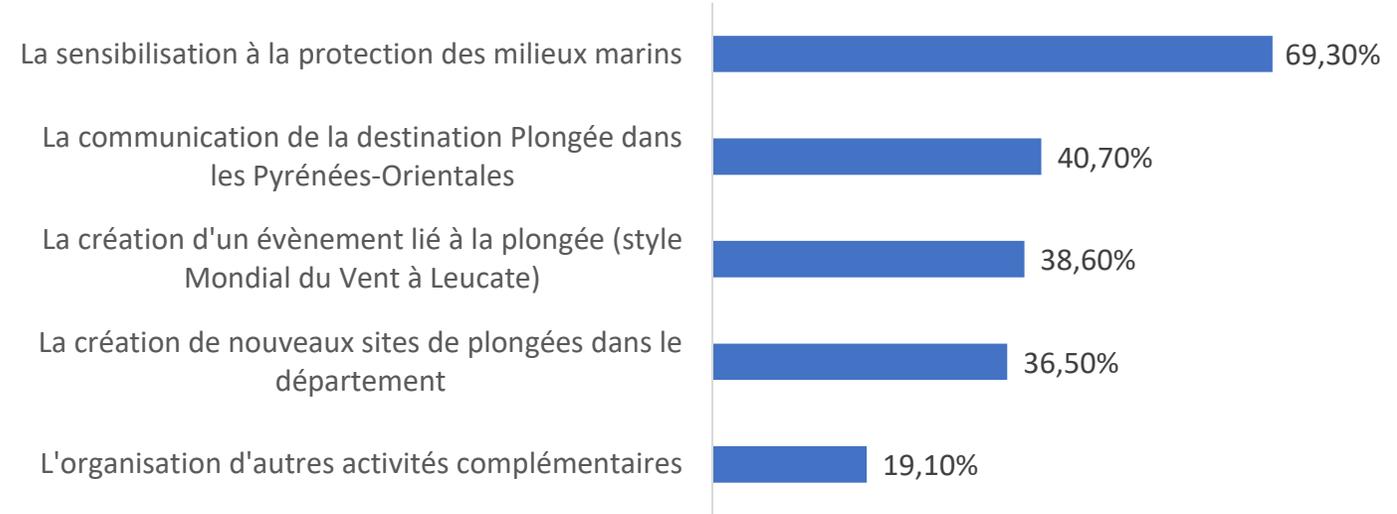


▪ **Les points à améliorer**

	Taux de réponses
<b>Le stationnement dans les communes</b>	<b>60%</b>
<b>La protection des fonds marins</b>	<b>40%</b>
<b>La signalétique des centres de plongées</b>	<b>24%</b>

Source : enquête clientèle – taux de réponse 86%

▪ **Les pistes de développement**



Source : enquête clientèle – taux de réponse 90%

**La problématique du stationnement dans les communes du littoral semble être une priorité pour les plongeurs**

**Enfin, des campagnes de sensibilisation à la protection des milieux marins semblent également être une nécessité malgré les efforts déjà réalisés par les différentes instances (Etat, Conseil Départemental, centres de plongée...).**

**Pour terminer, les plongeurs suggèrent d'améliorer la communication sur la destination « Plongée dans les PO ».**



Points forts	Points de vigilance
Une clientèle en large majorité française et de la région Occitanie avec un pouvoir d'achat relativement élevé	Une fréquentation concentrée sur la période estivale
Une clientèle d'habitues avec des niveaux d'expérience très disparates qui viennent rechercher la beauté et la diversité des sites de plongée	Une clientèle très mobile, fréquentant d'autres sites de plongée en France et à l'Étranger
Une clientèle qui reste en moyenne 11 jours et qui séjourne plutôt dans des locations saisonnières sur le territoire de la Côte Rocheuse	Des réservations qui s'effectuent majoritairement en ligne
Un plongeur consomme sur le territoire pour d'autres activités (restaurant, visites, achats) que la plongée et leurs dépenses sont plus élevées que les dépenses moyennes d'un touriste dans le département	
<b>Les enjeux</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Améliorer le stationnement et la signalétique des centres de plongée au sein des communes</li><li>• Sensibiliser la population à la protection des milieux marins</li><li>• Améliorer la communication de la destination « Plongée dans les PO »</li></ul>	



CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DES PYRENEES-ORIENTALES  
Pôle Etudes / DATA  
Quai de Lattre de Tassigny – 66020 PERPIGNAN CEDEX

**Contact : Fabienne DURAND**  
04 68 35 90 80 / 07 63 72 54 16  
[f.durand@pyrenees-orientales.cci.fr](mailto:f.durand@pyrenees-orientales.cci.fr)