

LES CHIFFRES DE L'OTI

ANNEE 2025



D'où viennent nos chiffres

DE NOMBREUSES APPLIS ET LOGICIELS A DISPOSITION DE L'OTI

L'OTI utilise plusieurs logiciels et applications pour observer son activité et le tourisme local :

- **Plateforme taxesejour** : pour la capacité d'accueil du territoire et le nombre de nuitées marchandes
- **Pilot** : mis à disposition par la FROT Région Sud pour les données générales sur la destination (indice de touristicité etc...)
- **Observatoires départementaux et régionaux** : diverses études sur les clientèles, la fréquentation etc..
- **KOREDGE** : Application de Provence Tourisme pour enregistrer le flux de visiteurs et leur origine.
- **INGENIE** : Logiciel de vente en ligne qui extrait des données sur les prestations commerciales et la billetterie.
- **Google Analytics** : Suivi du flux et du profil des visiteurs virtuels via Google Data Studio.
- **Réseaux sociaux** : Statistiques extraites directement des modules de RS.
- **FAIRGUEST** : Agrégation des avis sur divers sites d'avis.
- **Questionnements par mail** : Enquête auprès des principaux sites de visites locaux.





*“Je suis né dans la ville d’Aubagne
sous le Garlaban, couronné de
chèvres, au temps des derniers
chevriers.” – Marcel Pagnol*



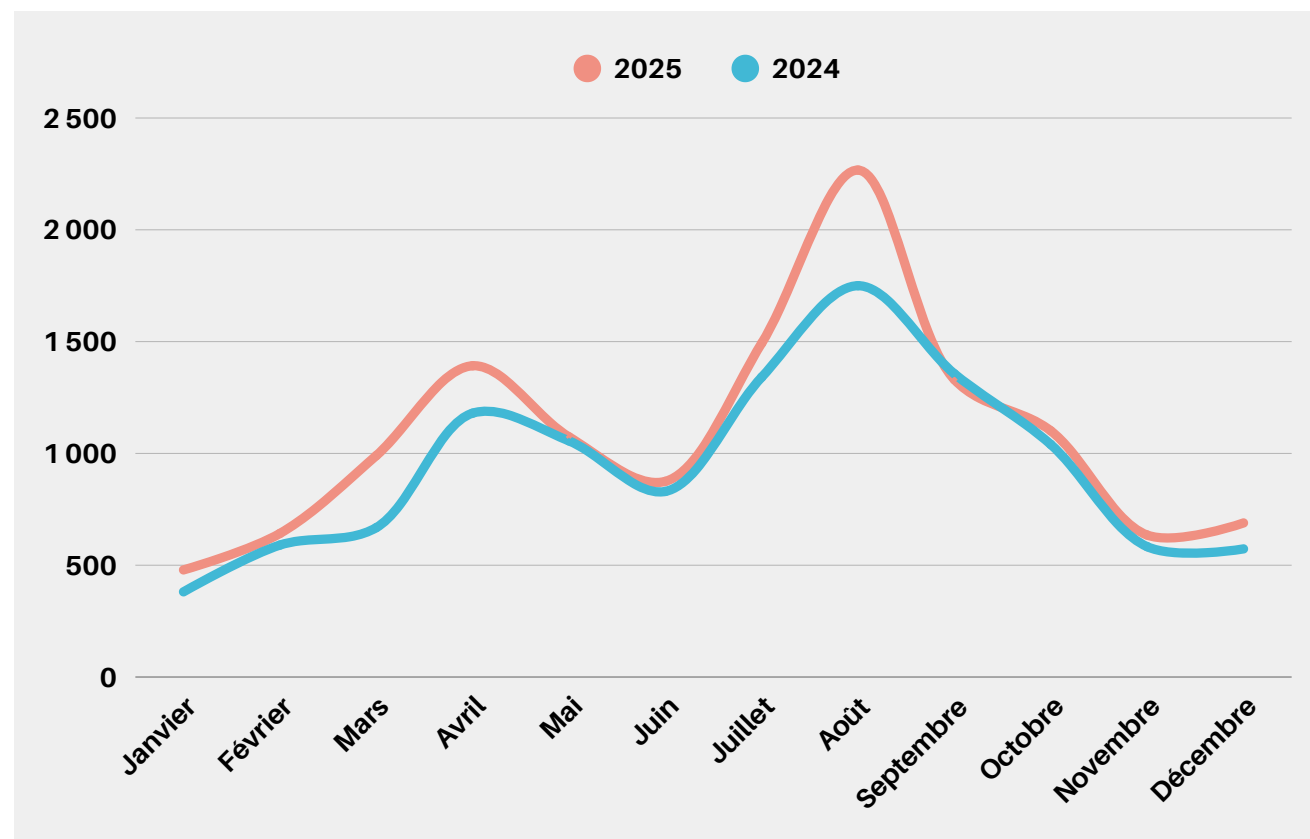
Le Pays d’Aubagne et de l’Etoile, c’est...

LES PRINCIPAUX INDICATEURS

- **12** communes
- **111 705** habitants
- Superficie : **244,7** km²
- **790 000** nuitées touristiques
- **626 560 €** de taxe de séjour en 2024
- **43,5** millions € de consommation touristique (hors excursionnistes)
- Capacité d’accueil : **13 169 lits** (7 229 lits marchands et 5 940 non marchands)
- Durée moyenne des séjours : **5,4** jours
- Dépense moyenne par jour et par personne : **65 €**
- Atouts touristiques :
 - Offre culturelle liée à **Marcel Pagnol** avec des sites dédiés
 - Artisanat traditionnel de **l’argile** reconnu sur la Route Européenne de la Céramique, **30aine** d’ateliers de céramistes et santonniers, **1** évènement de renommée internationale, diverses manifestations et foires
 - **Activités de pleine nature** avec un territoire composé de **70 %** d’espaces naturels permettant la pratique de la randonnée, du trail, du vélo...
 - Musée de la **Légion étrangère** avec son histoire, ses évènements et son musée.

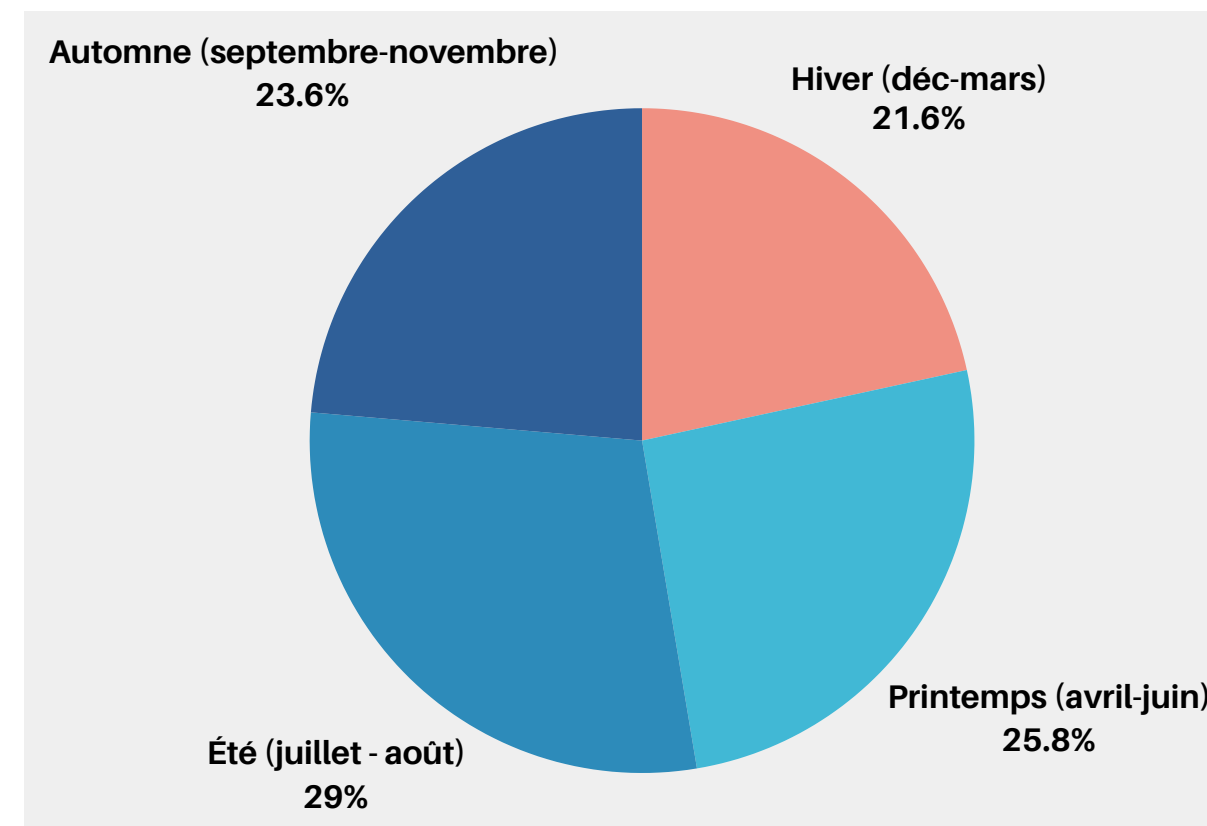
Fréquentation touristique / OTI

L'année 2025 révèle des résultats très encourageants en matière de fréquentation. Tant l'OTI que les musées qu'il gère, ainsi que les autres attractions touristiques ouvertes au public, constatent une augmentation du nombre de visiteurs. En ce qui concerne l'ensemble de ses actions d'accueil, l'OTI enregistre **18 319 actes**, ce qui représente une augmentation de **9 %** par rapport à 2024.



La fréquentation physique de l'OTI

En 2025, l'OTI a enregistré une hausse globale de **14 %** de sa fréquentation physique, ce qui équivaut à **12 967 visiteurs**. L'OTI retrouve un niveau de fréquentation similaire à 2019 (+7%).

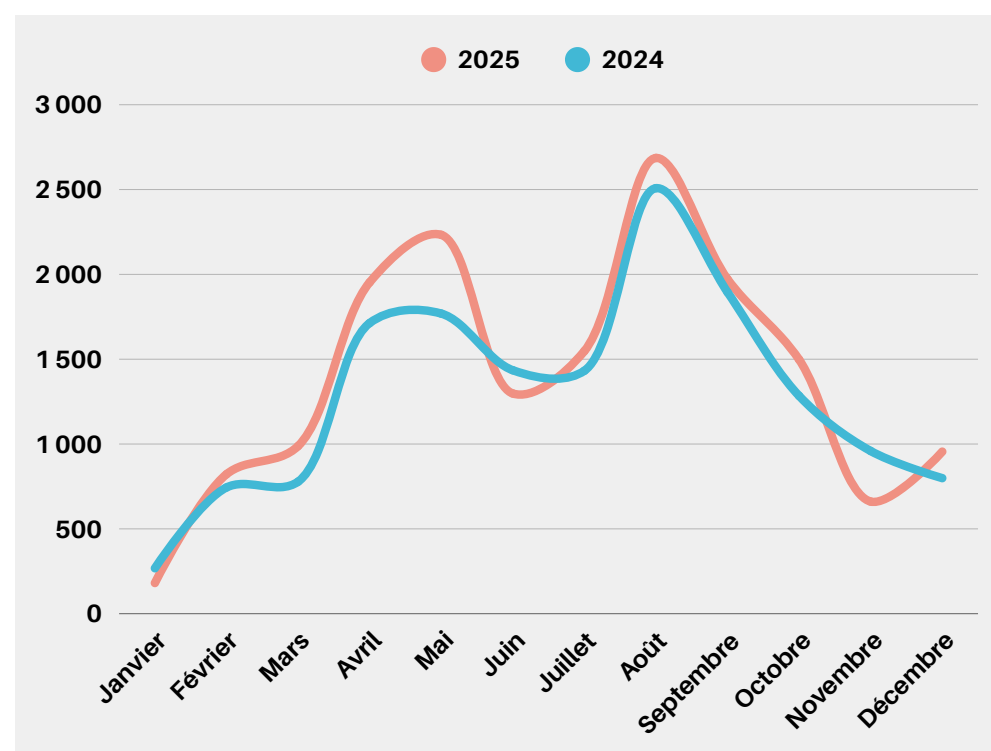


La fréquentation selon les saisons

On constate que les visiteurs passent les portes de l'OTI tout au long de l'année, avec une activité bien répartie sur les quatre saisons. **La stratégie de l'OTI visant à promouvoir le tourisme toute l'année est clairement efficace.**

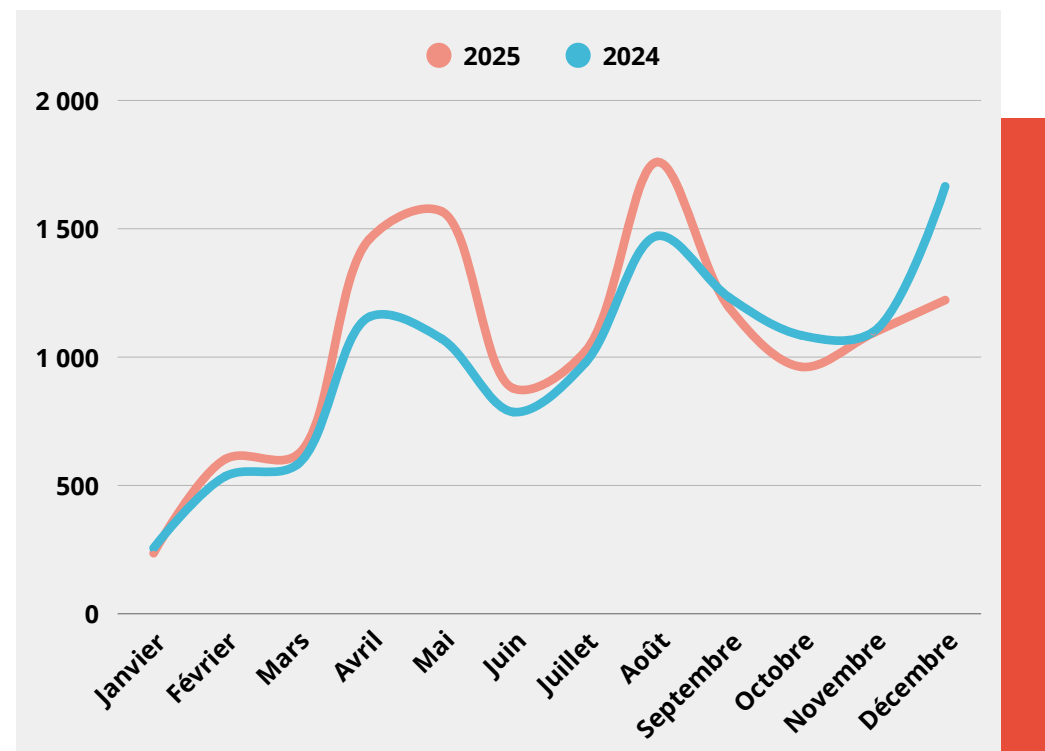
Fréquentation touristique / Sites

La fréquentation des deux structures muséales gérées par l'OTI montre des résultats en hausse pour l'année 2025, atteignant même des niveaux de visite parmi les plus élevés des dernières années, notamment depuis la fin de la crise COVID. Par ailleurs, les autres sites touristiques locaux affichent également des tendances de fréquentation globalement croissantes.



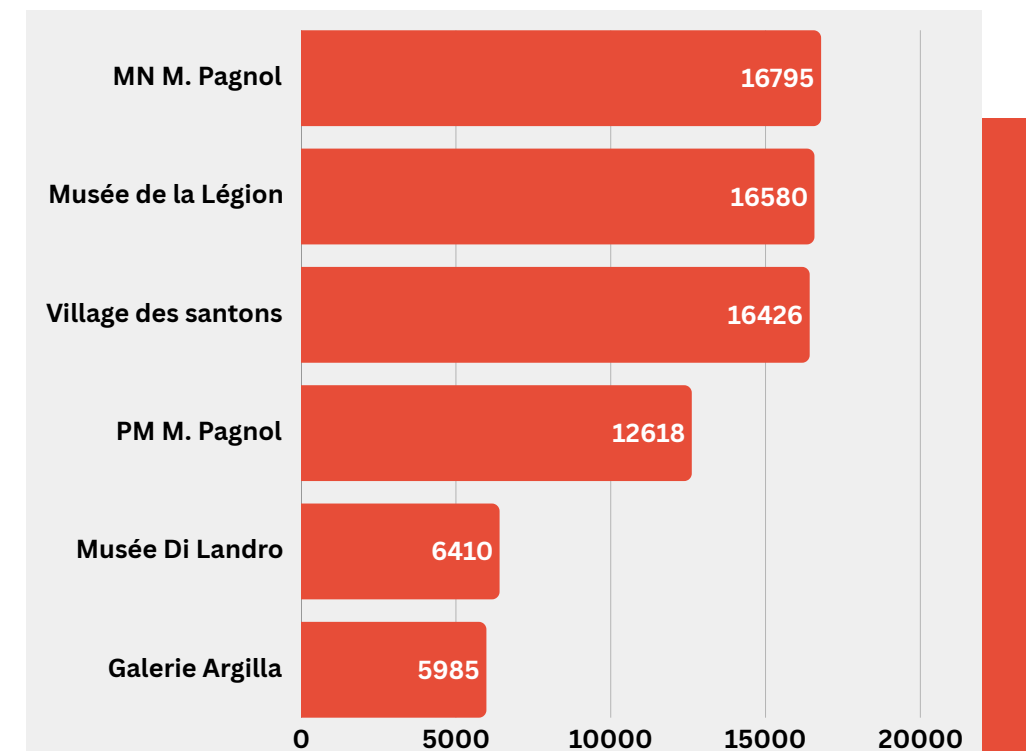
La Maison Natale de Marcel Pagnol

En 2025, la Maison Natale a accueilli **16 795 visiteurs**, marquant une augmentation de **8 %** par rapport à 2024. Il est important de noter que 2025 représente **une année record en matière de fréquentation, et ce, depuis au moins dix ans.**



Le Petit Monde de M. Pagnol

En 2025, Le Petit Monde de Marcel Pagnol a accueilli **12 618 visiteurs**, soit une augmentation de **6 %**. C'est l'un des niveaux de fréquentation les plus élevés depuis 2019, année où **16 492 entrées gratuites** ont été comptabilisées. Notons que l'entrée est devenue payante en mai 2022.

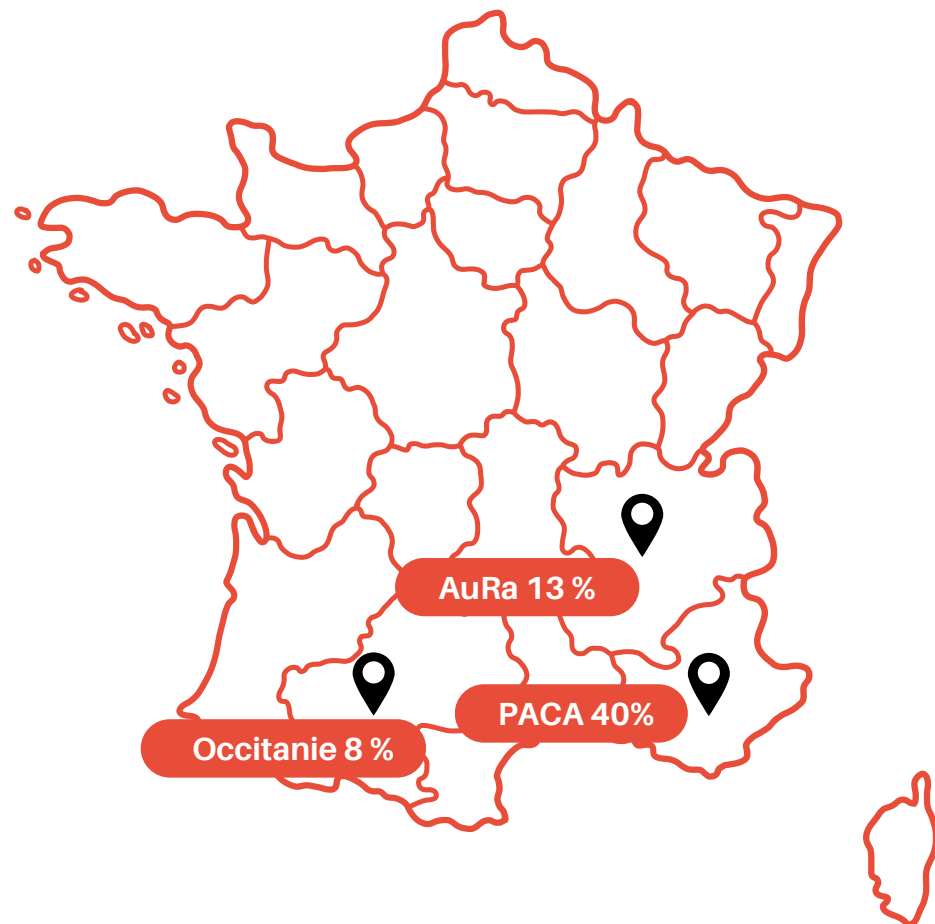


Sites touristiques

Le nombre de visiteurs des autres sites touristiques est également en hausse par exemple : **+ 3 %** pour le musée de la Légion, **+ 22 %** pour le musée Di Landro. Seule la fréquentation du Village des Santons est en très légère baisse avec **- 2 %**.

Profil des visiteurs

A l'OTI, près de **91 %** des visiteurs reçus sont des Français, et les **9 %** restants proviennent des quatre coins du monde. Les touristes locaux représentent la majeure partie de notre public français (**40 %** sont issus de la région PACA). Les touristes étrangers sont issus surtout de pays francophones.



D'où viennent nos visiteurs français ?

Et nos visiteurs étrangers ?



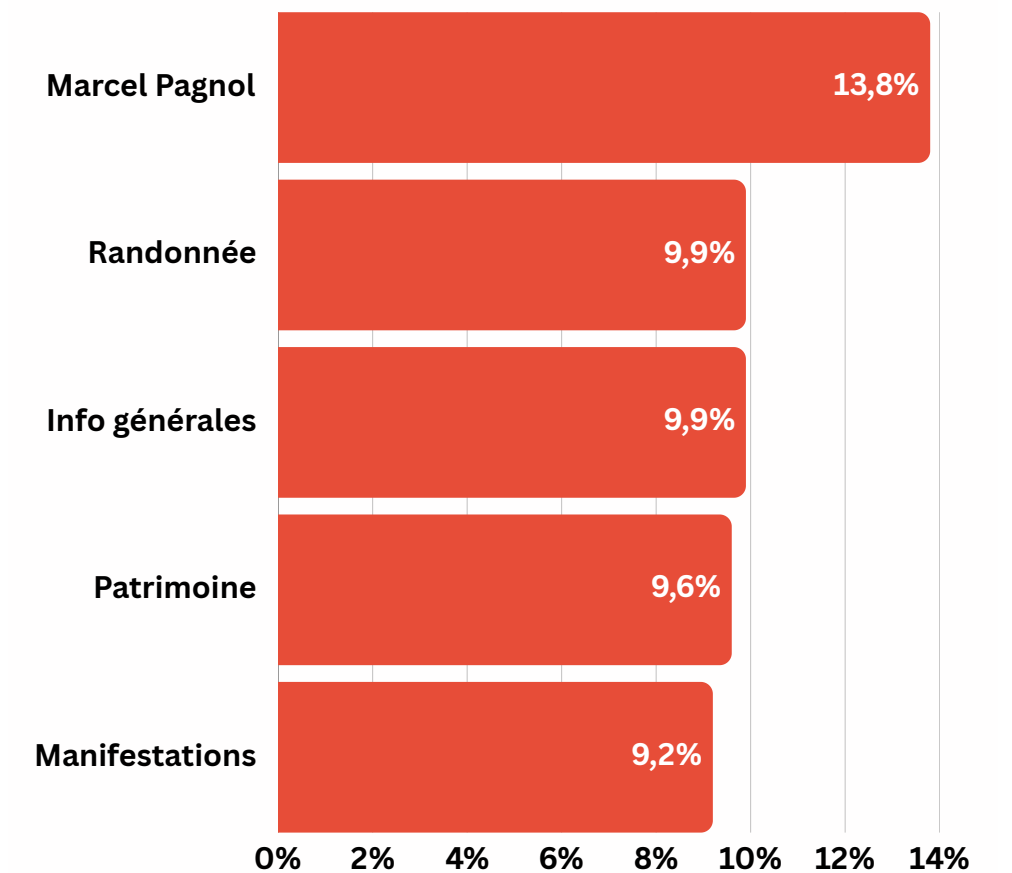
33 % de visiteurs belges



15 % de visiteurs allemands



12 % de visiteurs canadiens



Que recherchent-ils ?



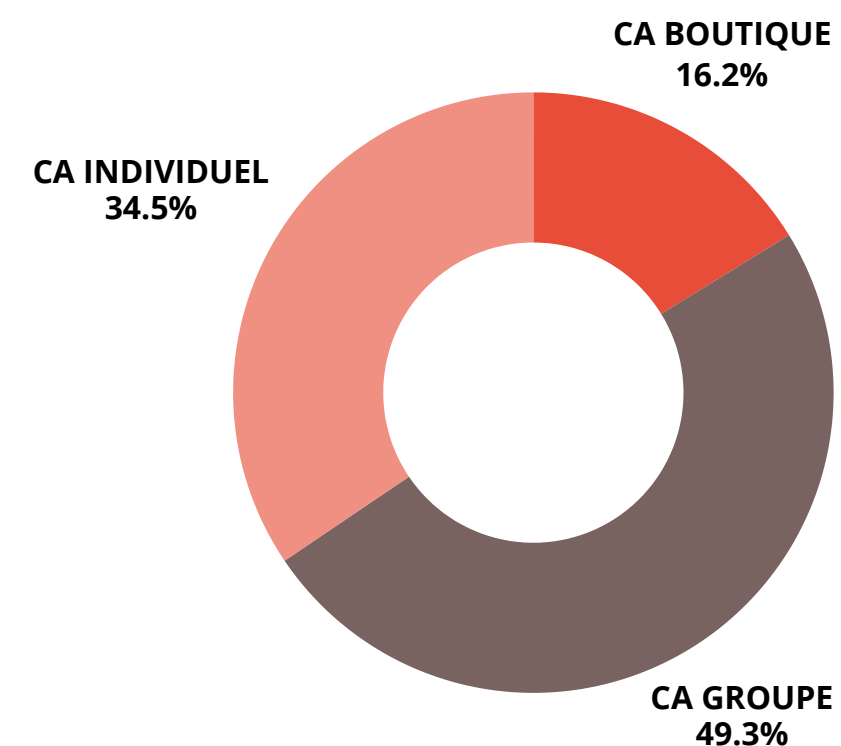
L'activité commerciale

LES TROIS ACTIVITÉS

L'activité commerciale se divise en trois volets principaux :

- La vente de prestations touristiques destinées à la clientèle individuelle
- La vente de prestations touristiques pour les groupes
- La boutique, qui comprend trois points de vente (OTI, MN, PM) et un canal de vente en ligne, dont le lancement a été réalisé en novembre 2025.

Son chiffres d'affaires en 2025 s'élève à **367 322 €**, soit une très légère baisse de **1 %**.





COMMERCIALISATION

Clientèle individuelle

TYPE DE PRODUITS	CA	Δ	NBRE PAX	Δ
Produits OTI	22 687 €	23 %	1 394	- 3 %
Billetterie OTI	56 973 €	6 %	21 374	7 %
Animations / Evts	29 661 €	- 42 %	1 668	- 56 %
Revente d'activités	13 065 €	- 2 %	1 919	- 1 %
Revente billetterie	4 190 €	138 %	206	268 %
TOTAL	126 576 €	- 8 %	26 561	- 2 %

Bien que la fréquentation individuelle soit restée quasi stable en 2025, le chiffre d'affaires global a reculé de **8 %**. Cette baisse s'explique en grande partie par l'annulation de près de la moitié des balades théâtrales estivales, en raison des risques d'incendie et de la fermeture administrative des massifs forestiers — des circonstances totalement extérieures à l'OTI. Ces annulations ont entraîné une perte directe estimée à **660 participants** et près de **20 000 €** de chiffre d'affaires, impactant fortement le segment des animations & événementiel.

➡ **Sans cet aléa climatique majeur, l'activité commerciale 2025 aurait affiché des résultats positifs.**

COMMERCIALISATION

Clientèle groupe

2025	NBRE GROUPE	Δ	NBRE PAX	Δ	CA	Δ
JANVIER	2	-60%	73	-105%	478 €	-59%
FEVRIER	7	0%	256	-18%	1 305 €	-83%
MARS	23	28%	1 338	90%	10 593 €	-63%
AVRIL	44	52%	1 869	24%	24 040 €	26%
MAI	59	74%	3 041	74%	41 995 €	119%
JUIN	50	9%	2 587	44%	29 262 €	53%
JUILLET	1	-83%	50	-68%	1 970 €	37%
AOUT	3	200%	90	143%	415 €	85%
SEPTEMBRE	31	72%	1 307	36%	23 938 €	-2%
OCTOBRE	32	45%	1 388	90%	20 144 €	18%
NOVEMBRE	11	-42%	844	50%	7 972 €	-72%
DECEMBRE	19	36%	1 072	-23%	19 078 €	100%
TOTAL	282	29%	13 915	38%	181 190 €	3%

En 2025, l'activité groupe progresse nettement avec **+29%** de groupes accueillis et **+38%** de participants, mais le chiffre d'affaires n'augmente que de **3%**, révélant une baisse du panier moyen. Cette dynamique est portée par les publics scolaires (**+48%**) et les saisons de printemps et d'automne, pivots de l'activité. Pour renforcer la rentabilité, l'OTI doit miser sur la valorisation des offres adultes et sur la diversification qualitative en basse saison.

COMMERCIALISATION

La Boutique

Le chiffre d'affaires de la boutique a atteint près de **59 556 € en 2025**, un montant équivalent à celui de l'année précédente puisque l'on enregistre une légère hausse de 1 %. Le point de vente du Petit Monde se distingue toujours en tête avec un chiffre d'affaires de **22 336 €**, suivi de près par la Maison Natale avec **20 035 €**, et l'OTI avec **17 027 €**. À la fin de novembre 2025, l'OTI a également lancé un **nouveau canal de vente en ligne** pour commercialiser ses produits.

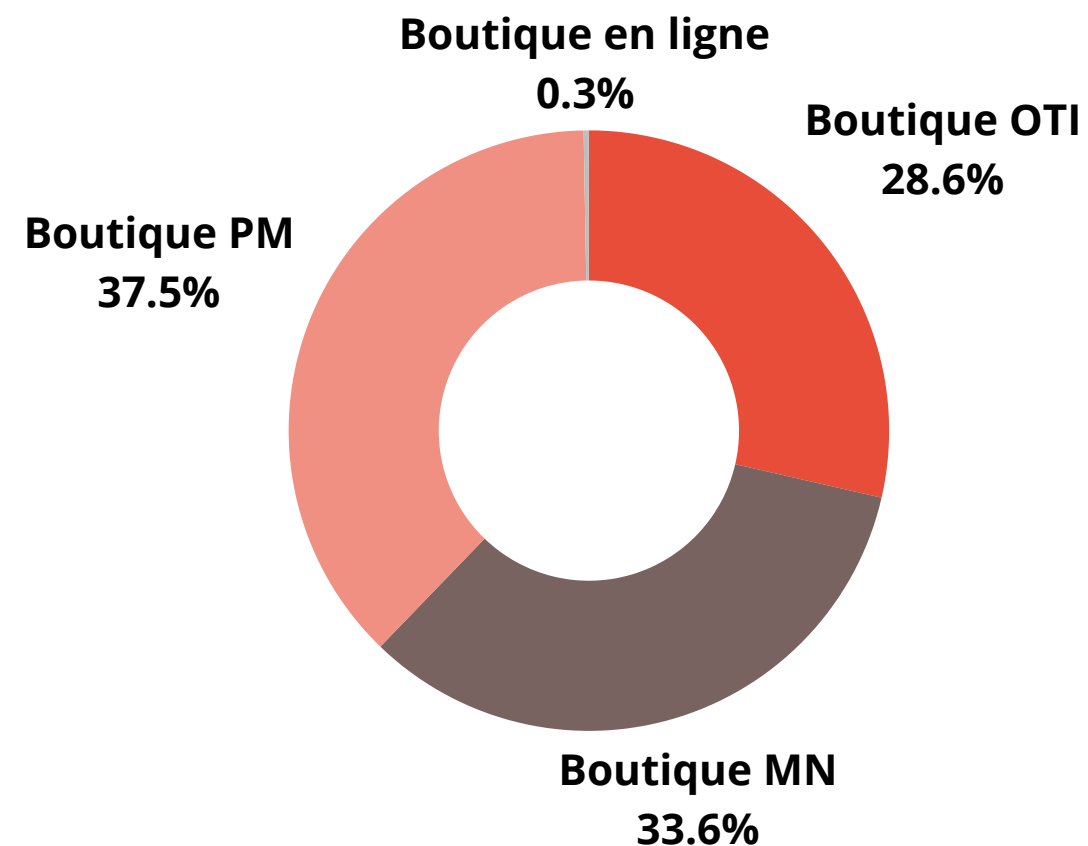
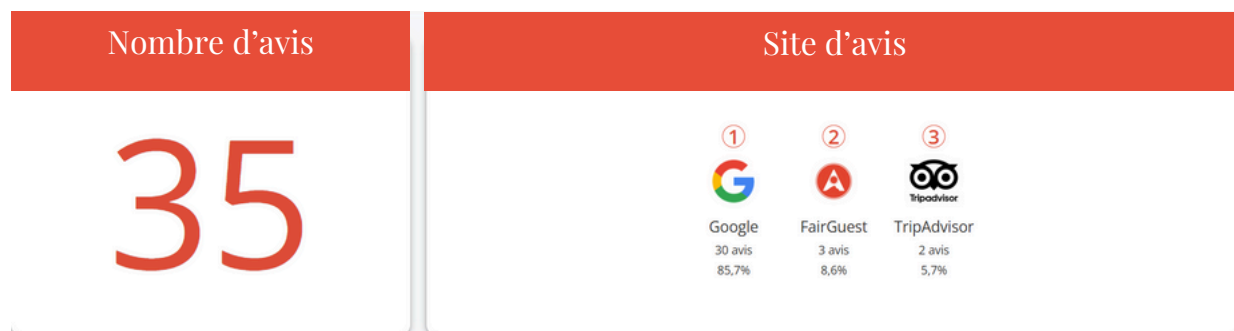
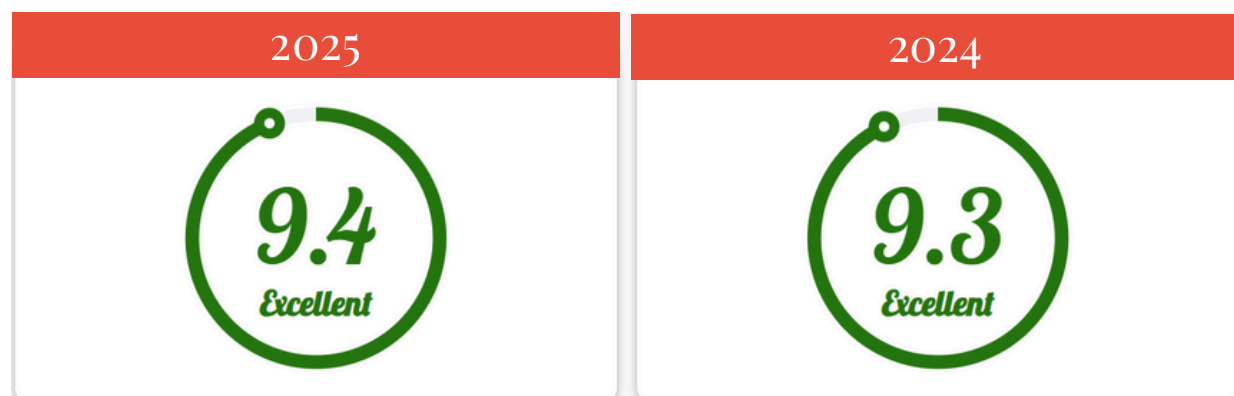


IMAGE DE LA DESTINATION

La e-réputation

De l'OTI



28 avis notés "Excellent"



Accueillant sympathique

N'hésitez pas à consulter l'office de tourisme d'Aubagne vous y rencontrerez des personnes sympathique et compétentes qui vous donneront tous les renseignements que vous souhaitez avec le sourire.

5 avis notés "Très bon"



Office de Tourisme situé juste à côté de la maison natale de Marcel Pagnol. Un accueil très agréable, un lieu suffisamment grand pour accueillir correctement le monde. Il y a aussi un large choix d'articles à acheter concernant la ville et la région. On nous a donné des plans et dépliants très bien réalisés qui nous ont aidé à trouver les informations recherchées. Nous reviendrons avec plaisir !

2 avis notés "Moyen"



Aubagne nous a beaucoup déçus. Les ruelles étaient jonchées de fientes de pigeons et d'excréments de chiens. Bien sûr, cela sentait mauvais. Les points positifs : le prix d'une coupe de cheveux pour homme et les possibilités de shopping à l'extérieur. Nous ne reviendrons certainement pas dans cette ville.

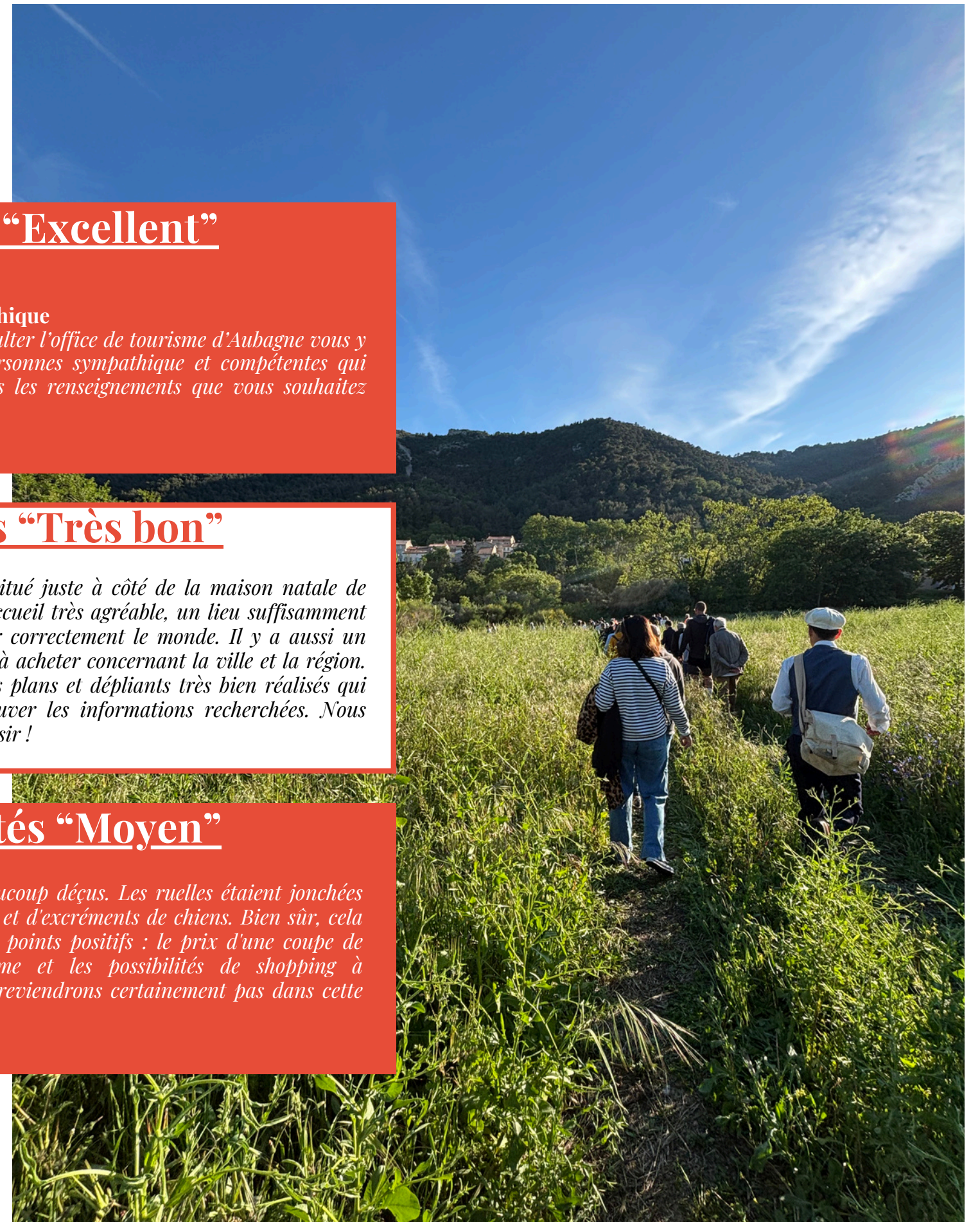
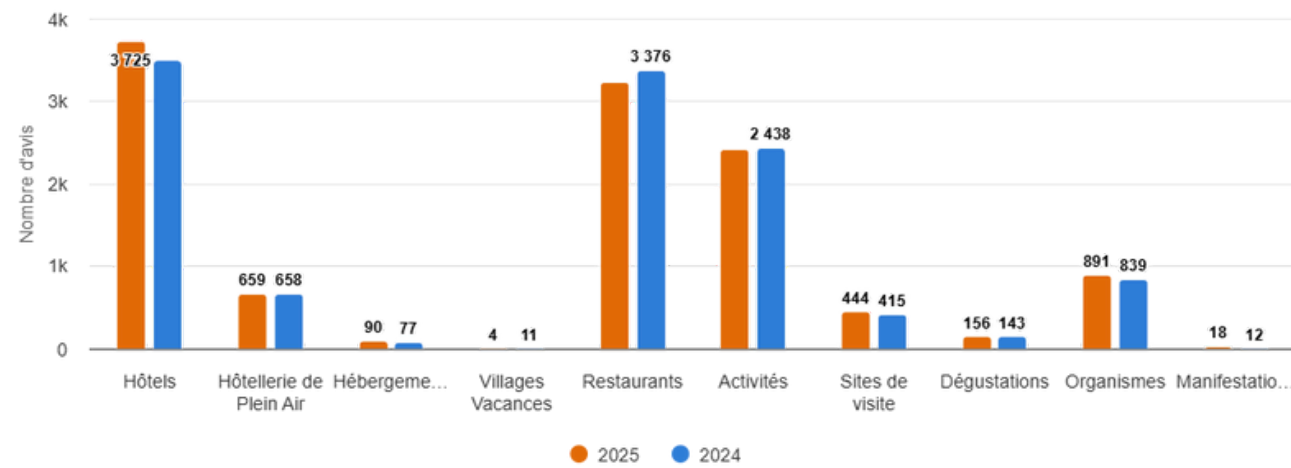


IMAGE DE LA DESTINATION

La e-réputation

La e-reputation de la destination

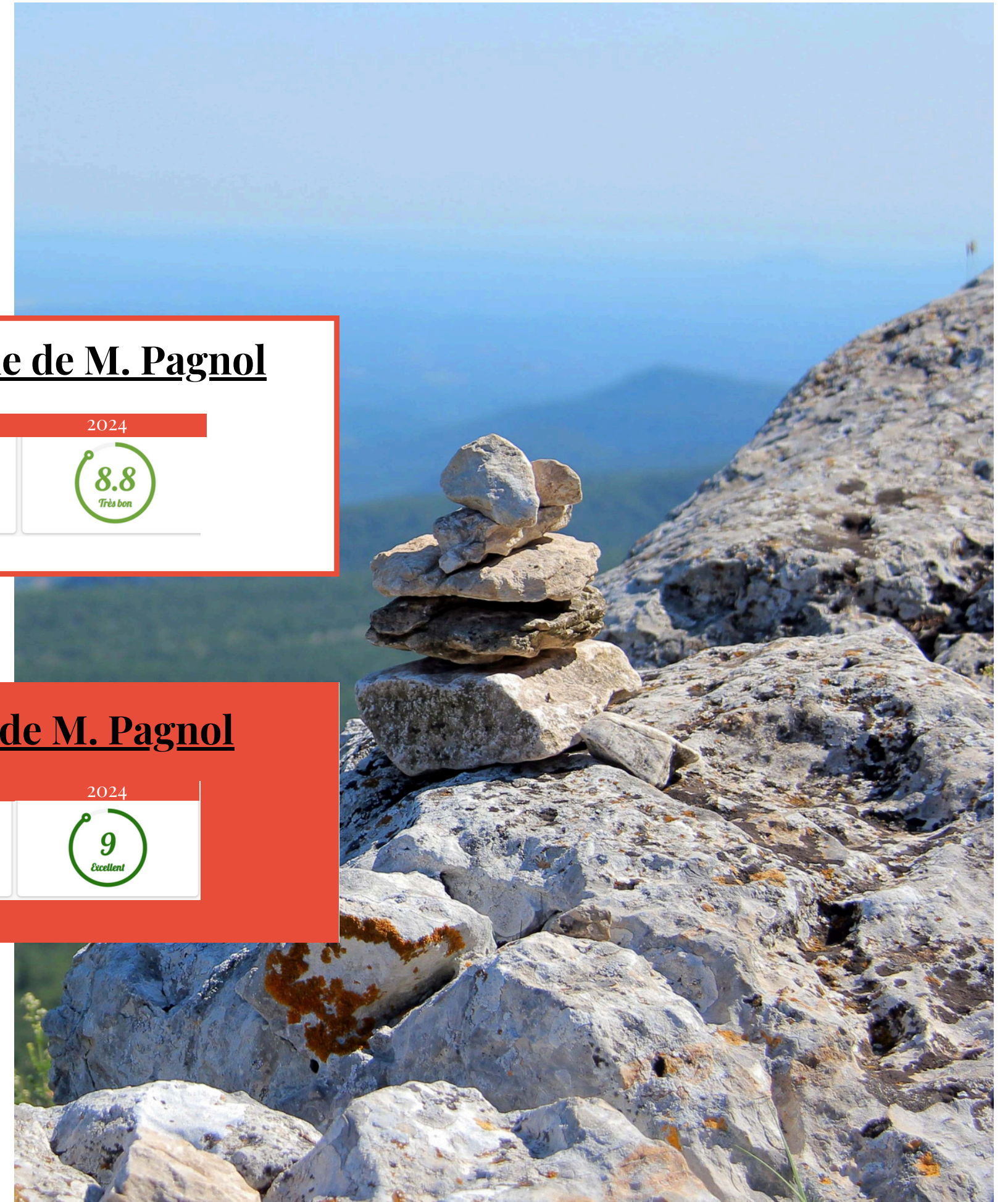


Calculs réalisés par www.fairguest.com

Maison Natale de M. Pagnol



Petit Monde de M. Pagnol



Merci



OFFICE DE TOURISME
**PAYS D'AUBAGNE
ET DE L'ÉTOILE**