
Région et Développement

n° 61-2025

www.regionetdeveloppement.org

NOTE ET DOCUMENT

**Effets de la localisation du patrimoine culturel
et naturel sur la tarification hôtelière
en région Provence-Alpes-Côte d'Azur :
une analyse des prix hédoniques**

Sébastien LEFRANG*

Résumé – A partir de données récoltées sur les hôtels de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur (PACA) et en s'appuyant sur une analyse des prix hédoniques, cet article tente de définir les principaux facteurs sur lesquels se fondent le prix des chambres d'hôtel. Outre les caractéristiques propres aux établissements (classement selon le nombre d'étoiles, capacité d'accueil, accessibilité, situation près du littoral...), il est mis en évidence l'effet significatif de la proximité du patrimoine culturel et naturel sur les tarifs hôteliers, et leurs différences en haute et basse saison.

Classification JEL

L83, Q26, Z32

Mots-clés

Tourisme
Patrimoine culturel et naturel
Prix hédoniques
Hôtellerie
Région Provence-Alpes-Côte d'Azur

* LEAD, Université de Toulon ; lefrang.sebastien@gmail.com

1. INTRODUCTION

Les biens du patrimoine ont initialement été considérés comme des vecteurs de mémoire collective. Ils englobent des environnements bâtis, des monuments historiques ou des pratiques culturelles qu'une nation cherche à préserver (Benhamou & Thesmar, 2011). Autrefois réservé à un cercle restreint d'individus, parfois élitiste, le tourisme patrimonial a progressivement évolué pour devenir un phénomène de masse. Ainsi, les biens culturels patrimoniaux se sont imposés comme une ressource significative pour l'industrie du tourisme (Lehalle & Perroy, 2011).

Plusieurs études ont examiné l'influence des biens culturels sur la croissance économique locale à travers les activités touristiques (Bowitz & Ibenholt, 2009 ; Borowiecki & Castiglione, 2014 ; Guccio et al., 2018 ; Matecic et al., 2022). Si la majorité d'entre elles se focalisent sur les retombées économiques et l'impact sur l'emploi, certaines explorent également les effets des sites du patrimoine sur les marchés immobiliers locaux ainsi que sur la tarification des chambres d'hôtel.

Yokeno (1968) a abordé la question de la localisation optimale des hôtels dans les zones urbaines dotées d'un patrimoine culturel. Il a montré que les touristes sont disposés à payer un prix plus élevé pour un accès direct au centre-ville où se concentrent la majorité des sites patrimoniaux culturels. A la suite, de nombreuses études ont examiné l'influence de la localisation des sites patrimoniaux sur le coût des activités touristiques, en particulier sur les tarifs des chambres d'hôtel (Mollard et al., 2006 ; Shoval, 2006 ; Thrane, 2007 ; Rosato et al., 2017 ; Rigall-i-Torrent & Fluvià, 2011 ; Zhang et al., 2011 ; Schamel, 2012 ; Soler & Gemar, 2018 ; Soler et al., 2019) ainsi que sur les locations privées de courte durée (Izon et al., 2010 ; Nilsson, 2017 ; Ayouba et al., 2019 ; Faye, 2023). Espinet-Rius et al. (2022) ont élargi cette analyse à l'ensemble des branches touristiques.

Notre travail s'appuie sur ces études en cherchant à différencier les biens du patrimoine culturel de ceux du patrimoine naturel. Les sites patrimoniaux culturels incluent les biens définis par le ministère français de la Culture, tels que les monuments historiques (labellisés depuis 1840), les monuments nationaux (depuis 1914), les jardins remarquables (depuis 2004), ainsi que les musées. À cela s'ajoutent les biens patrimoniaux internationaux, notamment les sites inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco depuis 1972. En parallèle, les espaces naturels protégés regroupent les zones classées dans l'Inventaire National du Patrimoine Naturel (INPN). Au total, nous considérons neuf catégories de protection de la nature. Nous formulons l'hypothèse que les sites patrimoniaux culturels et naturels n'exercent pas le même impact sur les prix des chambres d'hôtel et que les différences portent aussi sur l'étendue de leur influence spatiale.

D'un point de vue méthodologique, nous appliquons un modèle de prix hédonique à un échantillon de 1535 prix de chambres d'hôtel recensés en 2022 dans la Région Sud-Provence-Alpes-Côte d'Azur (PACA), en contrôlant les attributs de qualité de l'hôtel et de la chambre ainsi que les caractéristiques de l'emplacement. Nous considérons le patrimoine local comme un facteur déterminant des prix des chambres doubles. Nos résultats mettent en évidence les effets différenciés des biens patrimoniaux sur les prix des chambres d'hôtel, avec des variations selon la saisonnalité. En haute saison, la localisation du patrimoine culturel et naturel génère des retombées positives, entraînant une hausse généralisée des prix des chambres d'hôtel. En revanche, en basse saison, une plus faible demande et la concurrence entre les hôtels conduisent à une diminution des prix des chambres.

L'article est structuré de la manière suivante. La section 2 présente le lien existant entre le tourisme et la protection du patrimoine. La section 3 introduit le modèle des prix hédoniques et expose les choix méthodologiques adoptés. La section 4 décrit les données utilisées et fournit des statistiques descriptives. La section 5 présente et analyse les résultats obtenus. Enfin, la conclusion en dernière section met en perspective les principales implications de l'étude.

2. LE TOURISME ET LA PROTECTION DU PATRIMOINE, DEUX CONCEPTS INTERDÉPENDANTS ?

Depuis la Révolution, la politique culturelle française s'est progressivement affirmée. En 1830, la monarchie de Juillet instaure l'administration des monuments historiques afin d'en assurer l'inventaire et la conservation. La IIIe République renforce cette protection avec deux lois successives, la première en 1887 et la seconde en 1913, cette dernière permettant le classement de bâtiments sans le consentement de leurs propriétaires. Après la Seconde Guerre mondiale, la conservation du patrimoine acquiert une dimension internationale. Dès 1949, une politique patrimoniale européenne émerge sous l'impulsion du Conseil de l'Europe et de l'Unesco, intégrant des initiatives culturelles et environnementales. L'Union européenne consolide cet engagement avec des programmes tels que *Culture 2000*, *les Capitales européennes de la culture* et le réseau écologique *Natura 2000*. Fondée en 1945, l'Unesco œuvre pour la promotion de la culture et de la paix par l'éducation (Maurel, 2012). En 1965, l'Icomos (Conseil international des monuments et des sites) contribue à l'établissement de la Liste du patrimoine mondial, fondée sur la valeur universelle et exceptionnelle des biens concernés. La dimension touristique du patrimoine est alors mise en avant (Cousin, 2008). L'Unesco élargit progressivement son champ d'action : en 1972 elle instaure la protection des biens culturels et naturels, en 2001 celle des espaces subaquatiques, et en 2003 celle du patrimoine immatériel (Berliner & Bortolotto, 2013). En France, la Ve République marque une nouvelle étape avec la création, en 1959, du ministère des Affaires culturelles sous l'égide d'André Malraux, visant à démocratiser l'accès à la culture (Moulinier, 2023). La protection du patrimoine s'étend par ailleurs aux espaces naturels avec la création des parcs naturels régionaux en 1967.

Cependant, la concurrence entre les destinations touristiques à partir des années 1970 tend à engendrer une dynamique régie par la logique de la « meilleure place », incitant les collectivités publiques et les acteurs du tourisme à développer une série d'aménités localisées pour renforcer leur attractivité (Boisseaux et al., 2012). Aujourd'hui, le patrimoine s'inscrit, souvent malgré lui, dans un processus de valorisation politique, économique et sociale (Boisseaux et al., 2012), participant ainsi à une « touristification » de la culture (Du Cluzeau, 1998). L'engouement croissant d'un public pour les clochers, les châteaux et les villages typiques entraîne une augmentation significative du nombre de biens patrimoniaux valorisés, souvent dans une perspective de rentabilité touristique. Ce phénomène de diversification patrimoniale a même été qualifié d'« inflation patrimoniale » par Françoise Choay en 1992.

La culture et le tourisme obéissent à des logiques divergentes. La culture relève du domaine public, ce qui implique une absence de corrélation directe entre le budget alloué à un site et sa fréquentation. Le tourisme repose principalement sur un comportement de consommation des individus défini par Veblen (1899) comme le *loisir ostentatoire*, qui renvoie à la valorisation subjective et indirecte des loisirs en tant que marqueur de richesse et de respectabilité sociale. Les biens patrimoniaux se situent ainsi à l'intersection de deux logiques antagonistes : d'une part, une logique marchande individuelle et, d'autre part, une logique collective incarnée par le patrimoine commun, qui s'inscrit dans une perspective d'équité inter-générationnelle, de conservation (Throsby, 2004). Les biens patrimoniaux se caractérisent ainsi par leur double nature, à la fois bien public et bien privatif ou singulier¹ (Karpik, 2007).

Les pratiques touristiques contemporaines tendent à redéfinir la conception initiale de la culture. De fait, la culture s'est transformée en un secteur économique à part entière. Elle constitue désormais un levier stratégique pour une consommation élargie dans un territoire, tandis que les biens patrimoniaux se muent en actifs d'investissement, destinés à accroître la valeur d'autres produits dans une logique d'intégration économique du patrimoine (Cominelli et Greffe, 2019). Aujourd'hui, la consommation ne se limite plus à l'acquisition d'un bien isolé, mais s'étend à un véritable *mode de vie* (Tur et al., 2018). Cette transformation confère au tourisme un rôle central dans le développement économique, où les dotations factorielles et les avantages comparatifs deviennent des déterminants clés de la spécialisation des structures productives et du dynamisme des territoires concernés (Greffe et Pflieger, 2015).

Plus précisément, le développement touristique dépend en grande partie de la typologie fonctionnelle des espaces (Guedes et Jimenez, 2015). Il s'inscrit le plus

¹ Un bien public, à la différence d'un bien privé, se caractérise par deux propriétés fondamentales : la non-rivalité et la non-excluabilité. La non-rivalité signifie que la consommation d'un bien par un individu n'empêche pas celle des autres, du moins jusqu'à ce que soit atteint un seuil de congestion qui compromet la satisfaction des visiteurs. Quant à la non-excluabilité, elle rend difficile l'application de restrictions d'accès ou de tarifs pour en limiter l'affluence. La singularité échappe aux mécanismes traditionnels d'allocation des prix dans la mesure où la concurrence s'exerce davantage sur la qualité supposée que sur le coût.

souvent dans une dynamique spatiale où un site-phare agit comme moteur d'attractivité, générant des externalités positives dont bénéficient des sites satellites situés à proximité. Généralement, trois composantes structurent les biens patrimoniaux : un objet ou un noyau principal, un marqueur de mise en valeur tel qu'un label, et un tourisme attiré par cet objet (Grandpré, 2007). Cette complémentarité spatiale entre sites alimente le concept d'« attractions cumulatives », introduit par Lue et al. (1993), qui met en évidence le rôle des attraits touristiques comme leviers du développement territorial. Ainsi, le tourisme patrimonial s'inscrit à la fois dans une logique de « tourisme d'expérience » et de « tourisme d'attractivité » (Zhang, 2023).

Par conséquent, le patrimoine s'impose comme un élément important des infrastructures territoriales. La compétitivité des villes intègre de plus en plus la culture en tant que forme de capital, ce qui explique pourquoi les indices de suivi de la gestion et de la compétitivité urbaines incluent désormais des indicateurs culturels (Guzman et al., 2014). Ces réflexions s'inscrivent dans une approche plus large de la croissance urbaine, analysant les équipements fonctionnels comme des déterminants des choix de localisation. Parallèlement, les expériences axées sur la nature mettant en avant les paysages et espaces naturels protégés – littoraux, ruraux, montagneux ou urbains – tendent à se développer.

3. MODÉLISATION DE L'IMPACT DES SITES PATRIMONIAUX SUR LE PRIX DES CHAMBRES D'HÔTEL

La littérature économique sur le tourisme suggère que les biens patrimoniaux possèdent deux types de valeur, monétaire et non marchande (Pearce, 2002). La valeur monétaire est directement liée à la satisfaction attendue des touristes et se traduit généralement par le prix qu'ils sont disposés à payer pour visiter un site. Dans certains cas, elle se reflète également dans l'évolution des prix immobiliers.

La valeur non marchande constitue une externalité positive et se décompose en trois dimensions. (i) La valeur d'héritage, qui traduit la volonté de transmission aux générations futures. (ii) La valeur d'existence, qui correspond à la satisfaction de savoir qu'un bien patrimonial existe dans un pays ou une région, indépendamment de sa visite effective. (iii) La valeur d'option, qui désigne la possibilité future de visiter un site patrimonial à une date indéterminée (Throsby, 2004). L'évaluation de ces externalités non marchandes requiert des méthodologies spécifiques, telles que l'évaluation contingente, permettant de quantifier la perception subjective de la valeur des biens patrimoniaux.

De nombreux chercheurs considèrent la méthode des prix hédoniques comme l'approche la plus pertinente pour analyser la relation entre l'utilisation récréative et la valeur culturelle. Introduite par Rosen (1974), cette méthode repose sur l'hypothèse qu'un prix peut être décomposé en une fonction additive d'attributs spécifiques contribuant à l'utilité du bien (Thrane, 2007).

Dans le cadre de l'analyse des prix des chambres d'hôtel, les études utilisant cette approche intègrent diverses variables intrinsèques, telles que les équipements de la chambre (Schamel, 2012 ; Abrate et Viglia, 2016), le classement de l'établissement (Becerra et al., 2013 ; Cro et al., 2019) ou encore la capacité d'hébergement (Latinopoulos, 2018). Elles prennent également en compte des attributs liés à la localisation, notamment la typologie du quartier et son attractivité touristique ou encore la centralité (Espinet-Ruis et al., 2018 ; Faye, 2023). La plupart de ces travaux utilisent la distance par rapport au centre-ville, à un site patrimonial ou à des infrastructures de loisirs comme indicateur clé de la localisation d'un hôtel.

Dans ce travail, nous utilisons la méthode des prix hédoniques pour évaluer l'impact des biens patrimoniaux sur les prix hôteliers de la Région PACA. D'un point de vue méthodologique, nous divisons la formation des prix en deux catégories. La première catégorie comprend les caractéristiques de l'hôtel (ι). La seconde catégorie correspond aux attributs de localisation (λ), qui englobent toutes les caractéristiques du voisinage dans une zone plus ou moins large autour de l'établissement. Pour évaluer l'effet de cet ensemble de caractéristiques, nous appliquons une régression semi-logarithmique estimée par la méthode des moindres carrés ordinaires :

$$\ln(P) = f(\iota_1, \iota_2, \dots, \iota_p; \lambda_1, \lambda_2, \dots, \lambda_p)$$

La fonction $\ln(P)$ représente le prix moyen d'une chambre double dans un hôtel. Cette fonction est déterminée par des paramètres relatifs aux attributs de l'établissement, tels que la classification de l'hôtel, la capacité d'accueil et les équipements de la chambre, ainsi que par des paramètres regroupant les attributs de l'emplacement, tels que la distance par rapport aux sites patrimoniaux, le hub de transport le plus proche et le centre-ville.

Notre modèle empirique des prix hédoniques s'écrit comme suit :

$$\begin{aligned} & \text{Prix de la chambre (basse saison}_i \text{ ou haute saison}_i) \\ &= \beta_0 + \beta_1 \text{CAPACITE}_{ij} + \beta_2 \text{CLASSEMENT}_{ij} + \beta_3 \text{LITTORAL}_{ij} \\ &+ \beta_4 \text{GARE}_{ij} + \beta_5 \text{AEROPORT}_{ij} + \beta_6 \text{PATRIMOINE}_{ij} + u \end{aligned}$$

La variable binaire *littoral* indique si un hôtel est situé en zone côtière, permettant ainsi d'évaluer l'effet de la proximité de la mer, des plages et des activités nautiques sur les prix des chambres. La connectivité est prise en compte sous deux formes : d'une part, la connectivité internationale, représentée par une variable *aéroport* qui signale la présence d'un aéroport avec des liaisons internationales dans un rayon de 50 kilomètres autour de l'hôtel, et d'autre part la connectivité régionale, mesurée par la distance euclidienne séparant chaque hôtel de la *gare* ou de la station de bus la plus proche. Une accessibilité réduite peut engendrer une baisse des prix, bien que cet effet puisse être compensé par la réputation des établissements (Yang et al., 2016).

Parmi les facteurs explicatifs des prix des hôtels, le *classement* des établissements semble jouer un rôle clé. Soler et Gemar (2018) suggèrent que la catégorie de l'hôtel constitue la variable la plus déterminante dans la formation des prix. Dans notre étude, nous retenons cette classification, qui s'étend de 1 à 5 étoiles. Enfin, le nombre de chambres est utilisé comme un indicateur de la *capacité* touristique d'une région. Une relation négative avec les prix peut être anticipée, traduisant l'effet concurrentiel entre hôtels, bien que des effets d'entraînement positifs puissent également se manifester lorsqu'une offre accrue de chambres favorise une hausse de la demande (Fleisher, 2012 ; Latinopoulos, 2018).

$PATRIMOINE_{ij}$ correspond au nombre de sites patrimoniaux dans le périmètre défini par la distance en kilomètres j de chaque hôtel, tel que $j \in \{0,1;0,5 ; 1;5;10\}$ et 0 sinon. Cette variable détermine le seuil spatial à partir duquel un site patrimonial affecte les prix des hôtels. Nous avons identifié le nombre de sites patrimoniaux dans différentes configurations spatiales grâce aux données de géolocalisation des sites culturels et des zones de conservation. Nous calculons ainsi un indice de dotation en sites patrimoniaux à proximité de chaque hôtel situé à une distance j . Cet indice est obtenu en additionnant le nombre de sites patrimoniaux situés à chaque distance désignée de l'hôtel (Lefrang et De Oliveira, 2023).

Nous séparons dans les modèles les prix des chambres d'hôtel en haute et basse saison. Il est important de noter qu'un problème de multicollinéarité peut survenir lors de l'estimation des prix hédoniques. Cet effet peut entraîner une instabilité dans les estimations des coefficients (Latinopoulos, 2018). La multicollinéarité est ici contrôlée par le test du facteur de gonflement de la variance (VIF).

De manière générale, le tableau 1 présente les statistiques descriptives retenues dans l'étude.

Tableau 1. Statistiques descriptives des variables du modèle

	N	Min.	1 ^e quartile	Médiane	Moyenne	3 ^e quartile	Max.
<i>Prix minimum</i>	1535	3,18	4,13	4,37	4,46	4,61	8,52
<i>Prix maximum</i>	1535	3,43	4,49	4,94	5,053	5,50	9,62
<i>Classement</i>	1535	0,00	2,00	3,00	2,65	3,00	5,00
<i>Capacité</i>	1535	0,33	0,97	1,14	1,14	1,32	1,79
<i>Littoral</i>	1535	0,00	0,00	0,00	0,33	1,00	1,00
<i>Gare</i>	1535	0,03	1,00	3,77	8,38	14,16	33,41
<i>Aéroport</i>	1535	0,00	1,00	1,00	1,04	2,00	2,00

Source : Auteur.

4. LES DONNÉES

Notre étude se focalise sur la Région Sud-PACA, l'une des destinations touristiques les plus prisées de France. En 2019, la région a enregistré 23 millions de séjours et 237,7 millions de nuitées, avec une population résidente multipliée par quatre lors des périodes de forte affluence. Le tourisme, en croissance depuis plusieurs décennies, a connu une rupture marquée avec la crise de la Covid-19, où

le nombre d'arrivées de touristes internationaux est passé de 1,4 milliard en 2019 à moins de 400 millions en 2020 (Gaudiaut, 2022). Toutefois en 2022, année retenue pour notre étude, le volume touristique a retrouvé son niveau pré-pandémique, et il a poursuivi sa dynamique au cours des années suivantes.

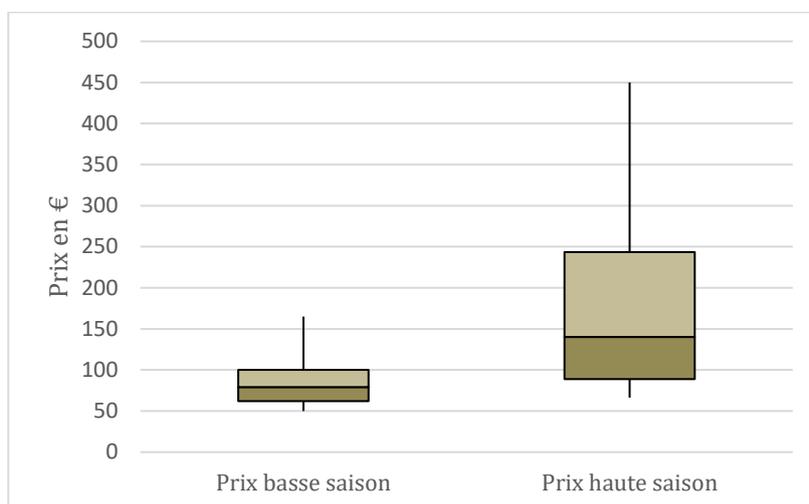
Sur le plan empirique, notre étude couvre 17 % des nuitées réalisées en 2022 dans les établissements hôteliers de la région. Elle repose sur une base de données que nous avons entièrement constituée, intégrant des informations collectées auprès de 1535 hôtels de la région PACA (carte 1). Les données relatives aux établissements ont été recueillies à partir des plateformes institutionnelles telles que le Comité Régional du Tourisme de la région PACA (CRT PACA), ADN Tourisme et Atout France pour les classements hôteliers, ainsi que sur TripAdvisor pour les informations tarifaires. Cette base de données constitue ainsi un corpus inédit.

Tableau 2. Statistiques descriptives des hôtels de la région PACA

	Nombre d'hôtel	Part des hôtels	Prix en basse saison	Prix en haute saison	Évolution entre les deux saisons
<i>Départements de la Région</i>					
Alpes-de-Haute-Provence	139	9.1	89.6	127.1	41.8
Hautes-Alpes	121	7.9	79.3	109.8	38.5
Alpes-Maritimes	392	25.5	107.2	314.6	193.5
Bouches-du-Rhône	420	27.4	91.6	165.2	80.3
Var	358	23.3	132.4	388.6	193.5
Vaucluse	105	6.8	118.9	233.2	96.1
<i>Pas d'étoile</i>					
1 étoile	44	2.9	79.1	105.4	33.2
2 étoiles	351	22.9	66.0	103.5	56.8
3 étoiles	602	39.2	88.9	182.3	105.1
4 étoiles	249	16.2	133.8	336.0	151.1
5 étoiles	105	6.8	280.8	1050.4	274.1
Littoral	1032	67.2	92.0	176.2	91.5
Non-littoral	503	32.8	134.0	408.7	205.0
Total	1535	100.0	105.9	252.8	138.8

Source : Auteur.

L'analyse de la structuration des prix hôteliers distingue les prix minimaux et maximaux en basse saison et en haute saison, révélant une multiplication des tarifs par près de 2,5 en moyenne entre ces deux périodes (voir Tableau 2 et Figure 1). Parmi les six départements de la Région, le Var et des Alpes-Maritimes affichent l'amplitude saisonnière la plus marquée en matière de prix.

Figure 1. Graphique Box-Cox des prix entre la haute saison et la basse saison

Source : Auteur.

L'attrait d'une destination constitue un facteur déterminant dans l'afflux de touristes. Afin de l'évaluer, nous avons intégré différentes catégories de sites du patrimoine culturel en tant que variables d'intérêt dans le modèle. La sélection de ces sites repose sur les labels officiels délivrés par le ministère français de la Culture. Nous distinguons ainsi quatre catégories de sites patrimoniaux labellisés au niveau national (monuments historiques, jardins remarquables, monuments nationaux et musées de France), ainsi qu'une catégorie de biens patrimoniaux bénéficiant d'une reconnaissance internationale (sites inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco). Au total, notre analyse prend en compte 2 519 sites d'intérêt touristique (carte 2). Nous retenons comme espaces naturels protégés les zones suivantes : les parcs nationaux, les Géoparcs, les sites RAMSAR, les sites Natura 2000², les parcs naturels régionaux, les réserves biologiques, les espaces naturels sensibles, les réserves naturelles régionales³, les réserves naturelles nationales, les parcs nationaux et les zones du Conservatoire du littoral⁴ proposant différentes échelles de gestion et différents niveaux de protection (carte 3).

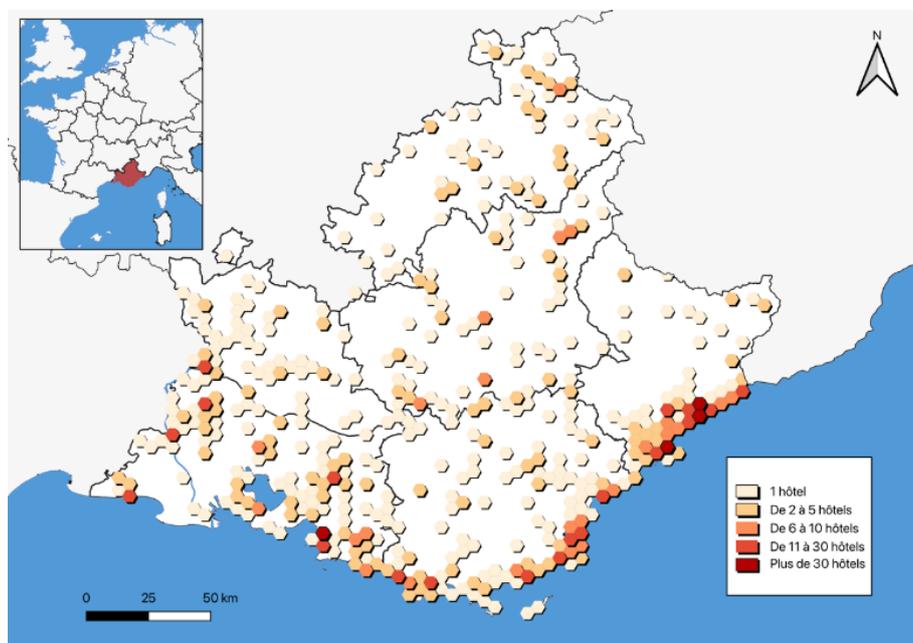
Afin d'évaluer le patrimoine culturel de la zone d'étude, nous avons développé un indicateur des équipements culturels en nous appuyant sur les données du ministère de la Culture. La répartition des sites patrimoniaux est hétérogène : une forte concentration est observée à l'Est, notamment autour de Nice, dont le centre historique a été inscrit au patrimoine mondial de l'Unesco en 2019. À l'Ouest, les départements des Bouches-du-Rhône et du Vaucluse abritent les derniers sites classés Unesco de la région, parmi lesquels figurent les célèbres ruines romaines d'Arles (carte 2).

² Ces trois types d'espace sont régis au niveau international.

³ Espaces dont la gestion se fait au niveau régional.

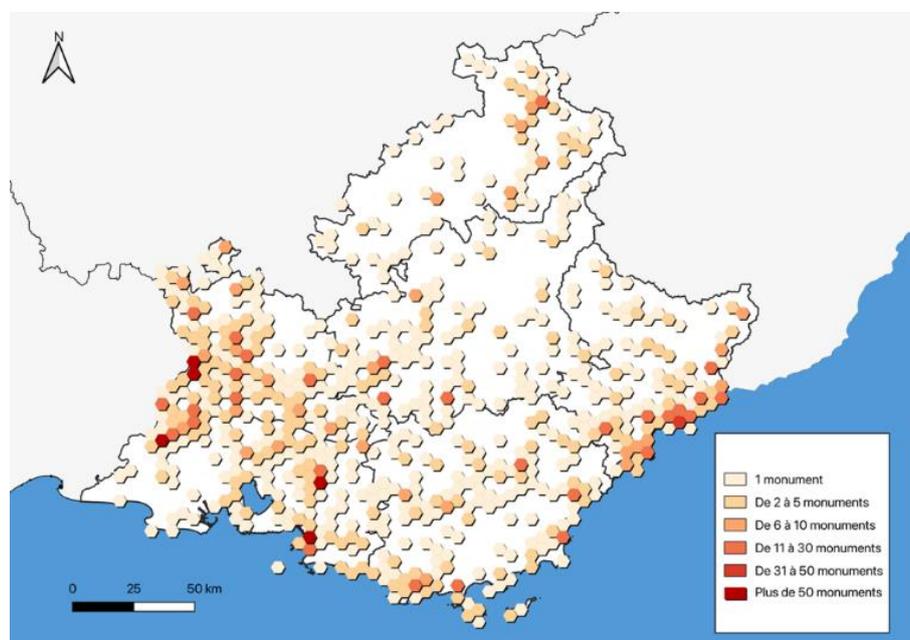
⁴ Espace dont la gestion est effectuée au niveau national.

Carte 1. Concentration géographique des établissements de l'échantillon

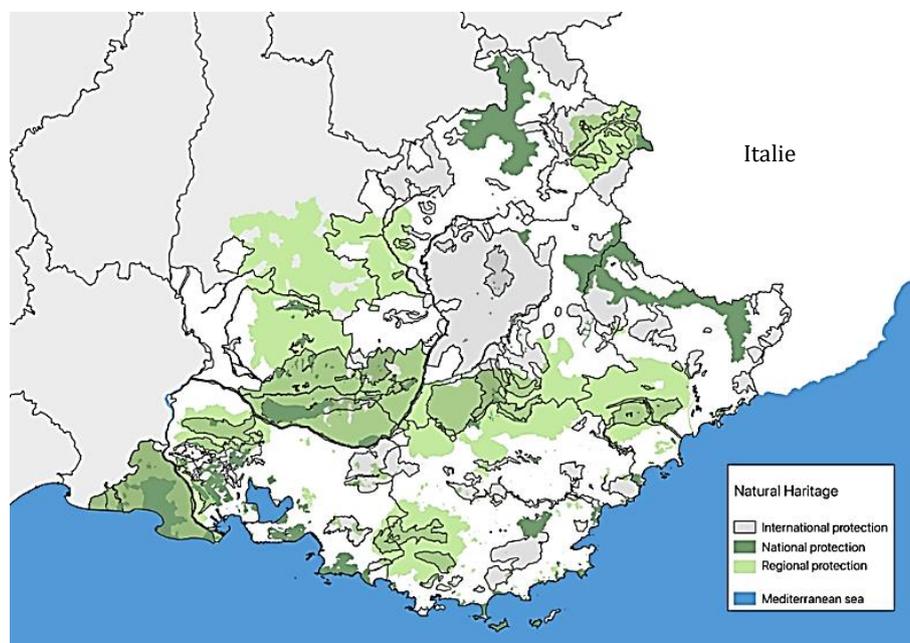


Source : IGN, Auteur.

Carte 2. Nombre de monuments culturels par maille de 5 km



Sources : IGN, Auteur.

Carte 3. Répartition spatiale des espaces naturels protégés de la région PACA

Sources : IGN, WDPA, Auteur.

5. RÉSULTATS

Le tableau 3 présente les résultats des modèles prenant en compte de manière générale l'effet combiné du patrimoine, des caractéristiques internes des hôtels et des facteurs externes. Le tableau 4 expose les résultats spécifiques à l'impact du patrimoine culturel, tandis que le tableau 5 se concentre sur les effets du patrimoine naturel.

Le classement des hôtels apparaît comme l'un des principaux déterminants des prix. Il conduit en basse saison à une augmentation moyenne de 20 % des prix, tandis qu'en haute saison cet impact atteint 29,8 %. Ces résultats corroborent les études sur la question, comme notamment Schamel (2012) qui avait estimé un effet proche de 30 %, ou Zhang et al. (2011) et Israeli (2002) qui ont mis en évidence une relation positive significative entre classement et prix. Malgré une faible différenciation verticale des établissements⁵ de la région, où la majorité des hôtels sont classés deux ou trois étoiles, notre étude confirme que le classement reste un facteur clé de la tarification, reflétant en partie le niveau de service des établissements.

Pendant la saison creuse, le nombre de chambres d'hôtel disponibles dans la région a un impact négatif sur les prix des hôtels. Plus précisément, une

⁵ Sur cet aspect, voir par exemple Becerra et al. (2013) sur le cas de l'Espagne.

augmentation de 1 % de la capacité entraîne une baisse de 4,4 à 5,5 % des prix (en fonction de la distance par rapport aux sites du patrimoine). Ces résultats concordent avec ceux d'études antérieures (Espinete et al., 2003 ; Thrane, 2005 ; Rigall-i-Torrent & Fluvia, 2011) et indiquent que les hôtels baissent leurs prix pendant les périodes creuses (effet de concurrence). En revanche, en haute saison, l'effet s'inverse : une augmentation de 1 % de la capacité se traduit par une hausse des prix de 6,7 à 7,9 %, ce qui suggère un effet d'externalité positive lié à la disponibilité accrue des chambres en réponse à la demande des touristes.

La situation côtière joue un rôle déterminant dans la variation des prix. En basse saison, la présence en zone littorale augmente les prix de 14,5 %, tandis qu'en haute saison, cet effet s'élève à 35 %. Cette tendance est conforme aux résultats obtenus par Espinete Ruis et al. (2022) en Espagne, et s'explique par l'attractivité accrue du littoral durant l'été, période où la demande touristique est la plus forte.

La proximité des infrastructures de transport influence également la tarification hôtelière. En saison creuse, un hôtel situé près d'une gare routière ou ferroviaire voit ses prix plus élevés de 6 %. En haute saison, bien que l'effet reste positif, il est moins marqué, ce qui peut s'expliquer par une plus grande propension des touristes à utiliser ou louer une voiture et à privilégier l'intérêt de la destination plutôt que son accessibilité. Concernant la connectivité aérienne, la présence d'un aéroport à proximité a un effet significatif sur les prix : en basse saison, elle entraîne une hausse moyenne de 8 %, et en haute saison cet effet dépasse 20 %. Ces résultats sont cohérents avec ceux de Lee et Jang (2011), qui ont montré que les hôtels situés près des aéroports bénéficient d'une demande accrue, notamment du fait des voyageurs d'affaires et des séjours courts.

Concernant la dotation globale de patrimoine (tableau 3), il ressort qu'un hôtel situé à moins de 100 mètres d'un monument, d'un bâtiment historique ou d'une zone protégée voit ses prix augmenter de 3,3 % en basse saison et de 4,7 % en haute saison. Cet effet diminue progressivement au-delà de cette distance. Nos résultats s'accordent avec ceux de Franco et MacDonald (2018), qui ont analysé l'évolution des prix hôteliers à Lisbonne entre 2002 et 2006.

Les résultats du tableau 4 confirment que la proximité du patrimoine culturel exerce un effet positif sur les prix hôteliers. Contrairement au patrimoine culturel, le patrimoine naturel a un impact plus contrasté. Selon le tableau 5, au-delà de 100 mètres, il tend à avoir un effet négatif sur les prix. Cette observation peut s'expliquer par la diversité des espaces naturels pris en compte dans notre étude. Parmi les neuf catégories d'espaces naturels intégrées à l'analyse, certaines zones – notamment les réserves biologiques ou les espaces protégés soumis à des restrictions d'usage – peuvent ne pas être directement associées à une valeur touristique forte pour les hôtels situés à proximité. Toutefois, les hôtels situés au cœur de parcs naturels, par leur caractère exclusif, affichent des prix plus élevés, confirmant ainsi que l'impact du patrimoine naturel sur la tarification dépend du type d'espace concerné.

Nos analyses montrent que les effets des variables internes et externes sont relativement similaires entre patrimoine naturel et culturel. Autrement dit, ce sont d'abord les caractéristiques intrinsèques des hôtels (classement, capacité, localisation littorale) qui jouent un rôle prépondérant dans la formation des prix, suivies par la proximité immédiate avec le patrimoine.

Tableau 3. Résultat des régressions comprenant la totalité du patrimoine

	BASSE SAISON					HAUTE SAISON				
	100m	500m	1 km	5 km	10 km	100m	500m	1 km	5 km	10 km
Constante	3.845*** (0.054)	3.862*** (0.053)	3.864*** (0.053)	3.879*** (0.053)	3.871*** (0.053)	3.613*** (0.077)	3.629*** (0.075)	3.622*** (0.075)	3.602*** (0.074)	3.584*** (0.075)
CLASSEMENT	0.200*** (0.009)	0.200*** (0.009)	0.199*** (0.009)	0.200*** (0.009)	0.200*** (0.009)	0.298*** (0.013)	0.297*** (0.013)	0.295*** (0.013)	0.294*** (0.012)	0.297*** (0.012)
CAPACITÉ	-0.044** (0.015)	-0.050*** (0.015)	-0.052*** (0.015)	-0.056*** (0.015)	-0.058*** (0.015)	0.079*** (0.021)	0.072*** (0.021)	0.067** (0.021)	0.041+ (0.021)	0.037+ (0.022)
LITTORAL	0.139*** (0.025)	0.150*** (0.025)	0.155*** (0.025)	0.144*** (0.025)	0.144*** (0.025)	0.331*** (0.035)	0.351*** (0.035)	0.365*** (0.036)	0.373*** (0.035)	0.364*** (0.035)
GARE	0.050*** (0.007)	0.059*** (0.008)	0.062*** (0.008)	0.060*** (0.008)	0.062*** (0.009)	0.014 (0.011)	0.030** (0.011)	0.039*** (0.011)	0.062*** (0.012)	0.059*** (0.012)
AÉROPORT	0.088*** (0.017)	0.079*** (0.017)	0.079*** (0.017)	0.078*** (0.017)	0.074*** (0.017)	0.224*** (0.024)	0.211*** (0.024)	0.209*** (0.024)	0.200*** (0.024)	0.185*** (0.024)
PATRIMOINE	0.033*** (0.009)	0.004*** (0.001)	0.002*** (0.001)	0.001* (0.000)	0.001* (0.000)	0.047*** (0.013)	0.007*** (0.001)	0.004*** (0.001)	0.004*** (0.000)	0.003*** (0.000)
Nombre d'obs.	1535	1535	1535	1535	1535	1535	1535	1535	1535	1535
R ²	0.324	0.327	0.326	0.320	0.320	0.399	0.404	0.407	0.418	0.412
R ² Adj.	0.321	0.324	0.323	0.317	0.318	0.396	0.401	0.405	0.415	0.409
AIC	1766.0	1760.3	1762.1	1775.4	1774.6	2878.9	2866.0	2857.7	2829.7	2845.7
BIC	1808.7	1803.0	1804.8	1818.1	1817.2	2921.5	2908.7	2900.4	2872.4	2888.4
Log.Lik.	-875.017	-872.138	-873.052	-879.710	-879.276	-1431.43	-1425.02	-1420.86	-1406.85	-1414.86
F	122.078	123.494	123.044	119.782	119.993	168.911	172.460	174.782	182.696	178.155
RMSE	0.43	0.43	0.43	0.43	0.43	0.61	0.61	0.61	0.61	0.61

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$.

Source : Auteur.

Tableau 4 : Résultat des modèles comprenant uniquement le patrimoine à vocation culturelle

	BASSE SAISON					HAUTE SAISON				
	100 m	500 m	1 km	5km	10 km	100 m	500 m	1 km	5km	10 km
Constante	3.856*** (0.053)	3.865*** (0.052)	3.866*** (0.052)	3.879*** (0.053)	3.869*** (0.053)	3.626*** (0.076)	3.634*** (0.075)	3.627*** (0.075)	3.612*** (0.074)	3.593*** (0.075)
CLASSEMENT	0.201*** (0.009)	0.200*** (0.009)	0.199*** (0.009)	0.200*** (0.009)	0.200*** (0.009)	0.300*** (0.013)	0.297*** (0.013)	0.295*** (0.013)	0.294*** (0.012)	0.296*** (0.012)
CAPACITÉ	-0.046*** (0.015)	-0.050*** (0.015)	-0.053*** (0.015)	-0.057*** (0.015)	-0.060*** (0.015)	0.077*** (0.021)	0.071*** (0.021)	0.066*** (0.021)	0.041* (0.021)	0.038* (0.021)
LITTORAL	0.146*** (0.025)	0.152*** (0.025)	0.156*** (0.025)	0.147*** (0.025)	0.149*** (0.025)	0.343*** (0.035)	0.354*** (0.036)	0.368*** (0.036)	0.381*** (0.035)	0.376*** (0.035)
GARE	0.056*** (0.007)	0.060*** (0.008)	0.063*** (0.008)	0.062*** (0.008)	0.064*** (0.008)	0.024** (0.011)	0.031*** (0.011)	0.040*** (0.011)	0.063*** (0.012)	0.061*** (0.012)
AÉROPORT	0.080*** (0.017)	0.079*** (0.017)	0.078*** (0.017)	0.079*** (0.017)	0.076*** (0.017)	0.212*** (0.024)	0.210*** (0.024)	0.209*** (0.024)	0.203*** (0.024)	0.195*** (0.024)
PATRI. CULTUREL	0.046*** (0.010)	0.004*** (0.001)	0.002*** (0.001)	0.001** (0.000)	0.001*** (0.000)	0.071*** (0.015)	0.007*** (0.001)	0.005*** (0.001)	0.004*** (0.000)	0.003*** (0.000)
Nombre d'obs.	1535	1535	1535	1535	1535	1535	1535	1535	1535	1535
R ²	0.327	0.327	0.326	0.321	0.322	0.402	0.404	0.407	0.419	0.414
R ² Adj.	0.324	0.324	0.323	0.318	0.319	0.400	0.402	0.405	0.416	0.412
AIC	1760.1	1759.4	1761.6	1773.7	1771.3	2870.7	2864.6	2856.6	2827.3	2838.6
BIC	1802.8	1802.0	1804.3	1816.4	1814.0	2913.4	2907.3	2899.3	2870.0	2881.3
Log.Lik.	-872.070	-871.678	-872.817	-878.852	-877.654	-1427.35	-1424.29	-1420.32	-1405.65	-1411.30
F	123.527	123.720	123.159	120.200	120.786	171.168	172.867	175.087	183.381	180.165
RMSE	0.43	0.43	0.43	0.43	0.43	0.61	0.61	0.61	0.60	0.61

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$.

Source : Auteur.

Tableau 5 : Résultat des modèles comprenant uniquement le patrimoine à vocation naturelle

	BASSE SAISON					HAUTE SAISON				
	100 m	500 m	1 km	5km	10 km	100 m	500 m	1 km	5km	10 km
Constante	3.856*** (0.053)	3.910*** (0.054)	3.909*** (0.054)	3.966*** (0.054)	3.941*** (0.053)	3.626*** (0.076)	3.715*** (0.077)	3.719*** (0.078)	3.725*** (0.078)	3.753*** (0.076)
CLASSEMENT	0.201*** (0.009)	0.201*** (0.009)	0.201*** (0.009)	0.198*** (0.009)	0.197*** (0.009)	0.300*** (0.013)	0.299*** (0.013)	0.299*** (0.013)	0.297*** (0.013)	0.293*** (0.013)
CAPACITÉ	-0.046*** (0.015)	-0.053*** (0.015)	-0.053*** (0.015)	-0.048*** (0.015)	-0.044*** (0.015)	0.077*** (0.021)	0.065** (0.022)	0.065** (0.022)	0.071*** (0.021)	0.080*** (0.021)
LITTORAL	0.146*** (0.025)	0.139*** (0.025)	0.141*** (0.025)	0.177*** (0.026)	0.171*** (0.025)	0.343*** (0.035)	0.334*** (0.036)	0.340*** (0.036)	0.350*** (0.037)	0.379*** (0.037)
GARE	0.056*** (0.007)	0.054*** (0.008)	0.054*** (0.008)	0.052*** (0.007)	0.053*** (0.007)	0.024** (0.011)	0.023** (0.011)	0.022** (0.011)	0.017 (0.011)	0.019* (0.011)
AÉROPORT	0.080*** (0.017)	0.078*** (0.017)	0.079*** (0.017)	0.104*** (0.017)	0.120*** (0.018)	0.212*** (0.024)	0.207*** (0.025)	0.209*** (0.024)	0.227*** (0.025)	0.272*** (0.026)
PATRI. NATUREL	0.046*** (0.010)	-0.016 (0.013)	-0.011 (0.011)	-0.022*** (0.004)	-0.010*** (0.002)	0.071*** (0.015)	-0.032 (0.019)	-0.025* (0.015)	-0.013** (0.006)	-0.014*** (0.003)
Nombre d'obs.	1535	1535	1535	1535	1535	1535	1535	1535	1535	1535
R ²	0.327	0.318	0.318	0.329	0.329	0.402	0.394	0.394	0.395	0.404
R ² Adj.	0.324	0.316	0.316	0.327	0.326	0.400	0.392	0.392	0.392	0.401
AIC	1760.1	1778.7	1779.0	1754.4	1754.6	2870.7	2890.4	2890.3	2889.1	2866.5
BIC	1802.8	1821.4	1821.7	1797.1	1797.3	2913.4	2933.1	2933.0	2931.8	2909.2
Log.Lik.	-872.070	-881.341	-881.501	-869.185	-869.311	-1427.349	-1437.223	-1437.149	-1436.572	-1425.266
F	123.527	118.987	118.909	124.952	124.889	171.168	165.724	165.765	166.081	172.325
RMSE	0.43	0.43	0.43	0.43	0.43	0.61	0.62	0.62	0.62	0.61

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$.

Source : Auteur.

6. CONCLUSION

Cet article vise à analyser l'impact des biens patrimoniaux sur les prix des chambres d'hôtel. Il repose sur une base de données originale comprenant 1 535 établissements hôteliers et 2 519 sites patrimoniaux en 2022 dans la Région PACA. L'étude distingue les effets du patrimoine culturel et du patrimoine naturel sur la tarification hôtelière et examine comment leur influence varie entre la haute et la basse saison. D'un point de vue méthodologique, l'approche économétrique s'appuie sur un modèle de prix hédonistes.

L'étude met en évidence l'existence d'une variation marquée des prix entre la basse et la haute saison. Les résultats confirment que les sites du patrimoine culturel jouent un rôle clé dans la création de valeur touristique, en renforçant l'image de marque de la région et en influençant les choix de localisation des touristes. Toutefois, l'impact des biens patrimoniaux sur les prix est très lié à la proximité et diminue au-delà d'un seuil de 100 mètres, notamment pour le patrimoine naturel.

Le patrimoine bâti, majoritairement situé en milieu urbain, est parfois éloigné des principales zones touristiques côtières, ce qui peut limiter son impact sur les prix hôteliers. Quant au patrimoine naturel, il est soumis à des réglementations plus strictes, qui peuvent affecter son exploitation touristique.

Nos résultats montrent que les sites du patrimoine culturel constituent une valeur ajoutée significative en hiver sur le littoral, contribuant à une hausse des prix des chambres d'hôtel, bien que les prix restent inférieurs à ceux de l'été en raison d'une demande plus faible et d'une concurrence accrue.

De nombreuses études sur le patrimoine culturel soulignent qu'un tourisme bien géré peut favoriser la préservation des sites tout en stimulant la croissance économique. À l'inverse, un développement touristique mal contrôlé peut entraîner des effets négatifs, tels que la surfréquentation et la dégradation des biens patrimoniaux. Cette problématique soulève donc un certain dilemme en matière de politique publique et peut générer des conflits sociaux au niveau local. Ainsi, le tourisme patrimonial se trouve face à un double enjeu : concilier la nécessité de préserver le patrimoine avec celle d'assurer leur viabilité économique. Dans cette perspective, une distinction plus poussée pourrait être envisagée entre les niveaux de reconnaissance patrimoniale. En effet, l'influence des sites classés au patrimoine national, international ou régional pourrait différer selon leur attractivité, leur accessibilité et leur notoriété auprès des touristes. Les labels jouent un rôle essentiel, tant pour la protection des sites que pour leur valorisation touristique. Ils constituent des repères facilement identifiables pour les touristes et peuvent contribuer à une stratégie de marketing efficace.

Un prolongement intéressant de cette recherche consisterait à analyser comment ces labels influencent la perception de la valeur patrimoniale et leur impact différencié sur le marché hôtelier. De même, l'articulation entre tourisme et préservation des biens patrimoniaux mériterait d'être approfondie, notamment en évaluant les politiques locales mises en place pour réguler la fréquentation et assurer un développement touristique durable. Des études en ce sens pourraient enrichir la réflexion sur la gestion du patrimoine et ses interactions avec l'économie du tourisme.

REFERENCES

- Abrate, G., & Viglia, G.** (2016). Strategic and tactical price decisions in hotel revenue management. *Tourism Management*, 55, 123-132.
- Ayouba, K., Breuillé, M.L., Grivault, C., Le Gallo, J., & Nappi-Choulet, I.** (2019). Hétérogénéité spatiale des prix hédoniques des appartements du marché locatif privé en France. *Revue française d'économie*, Vol. XXXIV(2), 203-247.
- Becerra, M., Santaló, J., & Silva, R.** (2013). Being better vs. being different: Differentiation, competition, and pricing strategies in the Spanish hotel industry. *Tourism Management*, 34, 71-79.
- Benhamou, F., & Thesmar, D.** (2011). *Valoriser le patrimoine culturel de la France*. La Documentation française.
- Berliner, D., & Bortolotto, C.** (2013). Introduction. Le monde selon l'UNESCO. *Gradhiva*, 18, 4-21.
- Boisseaux, S., Knoepfel, P., Laesslé, M., & Tippenhauer, L.** (2012). *Labellisation du patrimoine : une approche néo-institutionnaliste*. No. 10, IDHEAP.
- Borowiecki, K. J., & Castiglione, C.** (2014). Cultural Participation and Tourism Flows: An Empirical Investigation of Italian Provinces. *Tourism Economics*, 20(2), 241-262.
- Bowitz, E., & Ibenholt, K.** (2009). Economic impacts of cultural heritage – Research and perspectives. *Journal of Cultural Heritage*, 10(1), 1-8. *Cahiers du Tourisme*, C.H.E.T., Aix-en-Provence.

- Choay, F.** (1992). *L'allégorie du patrimoine*. Édition du Seuil, Paris.
- Cominelli, F., & Greffe, X.** (2019). L'économie politique du patrimoine culturel. *In Situ. Au regard des sciences sociales*, 1.
- Cousin, S.** (2008). L'UNESCO et la doctrine du tourisme culturel : Généalogie d'un « bon » tourisme. *Civilisations*, 57, 41-56.
- Cró, S., Martins, A. M., Simões, J. M., & Calisto, M. D. L.** (2019). Effect of Security on Hostels' Price Premiums: A Hedonic Pricing Approach. *Cornell Hospitality Quarterly*, 60(2), 150-158.
- Du Cluzeau, C. O.** (1998). *Le tourisme culturel*. Presses universitaires de France.
- Espinete Rius, J. M., Gassiot Melian, A., & Rigall-I-Torrent, R.** (2022). World ranking of cruise homeports from a customer pricing perspective. *Research in Transportation Business & Management*, 43, 100796.
- Espinete Rius, J. M., Fluvia-Font, M., Rigall-Torrent, R., & Oliveras-Corominas, A.** (2018). Cruise tourism: A hedonic pricing approach. *European Journal of Management and Business Economics*, 27(1), 101-122.
- Espinete Rius, J. M., Gassiot-Melian, A., & Rigall-I-Torrent, R.** (2022). Price determinants and classification of tactical pricing decisions in the cruise industry. *Maritime Policy & Management*, 48(2), 239-258.
- Espinete, J. M., Saez, M., Coenders, G., & Fluvia, M.** (2003). Effect on Prices of the Attributes of Holiday Hotels: A Hedonic Prices Approach. *Tourism Economics*, 9(2), 165-177.
- Faye, B.** (2023). Le temps et la valeur hédonique des hébergements locatifs entre pairs : L'exemple d'Airbnb : *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 2, 209-245.
- Fleischer, A.** (2012). A room with a view - A valuation of the Mediterranean Sea view. *Tourism Management*, 33(3), 598-602.
- Fleischer, A., & Tchetchik, A.** (2005). Does rural tourism benefit from agriculture? *Tourism Management*, 26(4), 493-501.
- Franco, S. F., & Macdonald, J. L.** (2018). The effects of cultural heritage on residential property values: Evidence from Lisbon, Portugal. *Regional Science and Urban Economics*, 70, 35-56.
- Gaudiaut, T.** (2022) : Le tourisme mondial toujours en berne. *Statista*.
- Grandpré, F. D.** (2007). Attraits, attractions et produits touristiques : trois concepts distincts dans le contexte d'un développement touristique régional. *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, 26(26-2), 12-18.
- Greffe, X., & Pflieger, S.** (2015). *La politique culturelle en France*. La Documentation française.
- Guccio, C., Lisi, D., Mignosa, A., & Rizzo, I.** (2018). Does cultural heritage monetary value have an impact on visits? An assessment using official Italian data. *Tourism Economics*, 24(3), 297-318.
- Guedes, A. S., & Jiménez, M. I. M.** (2015). Spatial patterns of cultural tourism in Portugal. *Tourism Management Perspectives*, 16, 107-115.
- Guzmán, P. C., Pereira Roders, A. R., & Colenbrander, B. J. F.** (2014). Bridging the gap between urban development and cultural heritage protection. In *IAIA14 Conference Proceedings*.
- Israeli, A. A.** (2002). Star rating and corporate affiliation: Their influence on room price and performance of hotels in Israel. *International Journal of Hospitality Management*, 21(4), 405-424.
- Izón, G. M., Hand, M. S., Fontenla, M., & Berrens, R. P.** (2010). The economic value of protecting inventoried roadless areas: a spatial hedonic price study in new mexico. *Contemporary Economic Policy*, 28(4), 537-553.
- Jackson, S.E.** (1984). Can meta-analysis be used for theory development in organizational psychology? Paper presented at the Meeting of the American Psychological Association, Toronto, Canada.
- Karpik, F.** (2007). *L'économie des singularités*, Éditions Gallimard, Paris.
- Latinopoulos, D.** (2018). Using a spatial hedonic analysis to evaluate the effect of sea view on hotel prices. *Tourism Management*, 65, 87-99.
- Lee, S. K., & Jang, S.** (2011). Room rates of US airport hotels: Examining the dual effects of proximities. *Journal of Travel Research*, 50(2), 186-197.
- Lefrang, S., & De Oliveira, G. F.** (2023). Efficience et attractivité des ports de croisière de Méditerranée : L'apport du patrimoine culturel et naturel. *Canadian Journal of Regional Science*, 46(3), 41-52.
- Lehalle, É., & Perroy, F.** (2011). *Le tourisme culturel*. Territorial éd.

- Lue, C. C., Crompton, J. L., & Fesenmaier, D. R.** (1993). Conceptualization of multi-destination pleasure trips. *Annals of tourism research*, 20(2), 289-301.
- Matečić, I., Kesar, O., & Ferjanić Hodak, D.** (2022). Understanding the complexity of assessing cultural heritage's economic impact on the economic sustainability of a tourism destination: The case of Split, Croatia. *Ekonomska Misao i Praksa*, 31(2), 639-662.
- Maurel, C.** (2012). L'UNESCO entre européocentrisme et universalisme (1945-1974). *Les cahiers Irice*, 9(1), 61.
- Mollard, A., Rambonilaza, M., & Vollet, D.** (2006). Aménités environnementales et rente territoriale sur un marché de services différenciés : Le cas du marché des gîtes ruraux labellisés en France : *Revue d'économie politique*, Vol. 116(2), 251-275.
- Moulinier, P.** (2023). *Les politiques publiques de la culture en France* (8^e édition), Coll. Que sais-je?, PUF.
- Nilsson, P.** (2017). Are valuations of place-based amenities driven by scale? *Housing Studies*, 32(4), 449-469.
- Pearce, D. G.** (2002). Tourism and Peripherality: Perspectives from Asia and the South Pacific. *Tourism and Hospitality Research*, 3(4), 295-309.
- Rigall-I-Torrent, R., & Fluvià, M.** (2011). Managing tourism products and destinations embedding public good components: A hedonic approach. *Tourism Management*, 32(2), 244-255.
- Rosato, P., Breil, M., Giupponi, C., & Berto, R.** (2017). Assessing the Impact of Urban Improvement on Housing Values: A Hedonic Pricing and Multi-Attribute Analysis Model for the Historic Centre of Venice. *Buildings*, 7(4), 112.
- Rosato, P., Rotaris, L., Breil, M., & Zanatta, V.** (2008). Do We Care about Built Cultural Heritage? The Empirical Evidence Based on the Veneto House Market. *SSRN Electronic Journal*.
- Rosen, S.** (1974). Hedonic Prices and Implicit Markets: Product Differentiation in Pure Competition. *Journal of Political Economy*, 82(1), 34-55.
- Schamel, G.** (2012). Weekend vs. midweek stays: Modelling hotel room rates in a small market. *International Journal of Hospitality Management*, 31(4), 1113-1118.
- Shoval, N.** (2006). The Geography of Hotels in Cities: An Empirical Validation of a Forgotten Model. *Tourism Geographies*, 8(1), 56-75.
- Soler, I. P., & Gemar, G.** (2018). Hedonic price models with geographically weighted regression: An application to hospitality. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 126-137.
- Soler, I. P., Gemar, G., Correia, M. B., & Serra, F.** (2019). Algarve hotel price determinants: A hedonic pricing model. *Tourism Management*, 70, 311-321.
- Thrane, C.** (2005). Hedonic Price Models and Sun-and-Beach Package Tours: The Norwegian Case. *Journal of Travel Research*, 43(3), 302-308.
- Thrane, C.** (2007). Examining the determinants of room rates for hotels in capital cities: The Oslo experience. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 5(4), 315-323.
- Throsby, D.** (2004). Assessing the Impacts of a Cultural Industry. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 34(3), 188-204.
- Tur, A. A., Peñalver, A. J. B., & Navarro, M. V.** (2018). Tourism, cultural activities and sustainability in the Spanish Mediterranean regions: A probit approach. *Tourism & Management Studies*, 14(1), 7-18.
- Veblen, T.** (1899). Mr. Cummings's Strictures on "The Theory of the Leisure Class". *Journal of Political Economy*, 8(1), 106-117.
- Yang, Y., Mueller, N. J., & Croes, R. R.** (2016). Market accessibility and hotel prices in the Caribbean: The moderating effect of quality-signaling factors. *Tourism Management*, 56, 40-51.
- Yokeno, N.** (1968). La localisation de l'industrie touristique : application de l'analyse de Thunen-Weber, *Cahiers du tourisme*, C.H.E.T., Aix-en-Provence.
- Zhang, H., Zhang, J., Lu, S., Cheng, S., & Zhang, J.** (2011). Modeling hotel room price with geographically weighted regression. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 1036-1043.
- Zhang, P., Wang, J., & Li, R.** (2023). Tourism-type ontology framework for tourism-type classification, naming, and knowledge organization. *Heliyon*, 9(4).

**Effects of the location of cultural and natural heritage
on hotel pricing in the Provence-Alpes-Côte d'Azur Region:
A hedonic pricing analysis**

Abstract - Based on data collected from hotels in the Provence-Alpes-Côte d'Azur (PACA) region and using a hedonic pricing analysis, this article attempts to identify the main factors that determine hotel room prices. In addition to the characteristics specific to the establishments (such as star rating, capacity, accessibility, and location near the coastline), the study highlights the significant effect of proximity to cultural and natural heritage sites on hotel rates, as well as the differences in pricing between high and low seasons.

Key-words

Tourism
Cultural and Natural Heritage
Hedonic Prices
Hospitality Industry
Provence-Alpes-Côte d'Azur Region
