

TOURISME EN OCCITANIE SUD DE FRANCE

CHIFFRES CLÉS





-  Sites Unesco et édifices inscrits au titre des chemins de St Jacques
-  Chemins de St-Jacques de Compostelle
-  Grands Sites de France
-  Grands Sites Occitanie Sud de France
-  Stations thermales
-  Stations de sports d'hiver
-  Stations balnéaires

JE SUIS L'OCCITANIE

1/ CARTE D'IDENTITÉ : UNE RÉGION LEADER

Les grands repères

Les accès

Une région aux tops

Le réseau des offices de tourisme : information, accueil ...

Une région durable, engagée pour la préservation de son patrimoine naturel et de ses équilibres

Une région en pointe sur la qualité

2/ L'OFFRE D'HÉBERGEMENT

L'offre globale et par espaces de consommation

L'hôtellerie de plein air

L'hôtellerie

Les hébergements collectifs

Le locatif, les chambres d'hôtes, le collaboratif

Les résidences secondaires

3/ LA FRÉQUENTATION

Tous modes d'hébergements confondus

Sites de visites

Festivals

Aéroports

4/ L'ÉCONOMIE ET L'EMPLOI

L'emploi touristique

La consommation touristique

Les investissements touristiques

5/ LES CLIENTÈLES D'OCCITANIE

Les clientèles étrangères

La clientèle française

La clientèle de proximité

L'écosystème digital au service des clientèles

6/ UNE RÉGION : 4 UNIVERS DE CONSOMMATION ET 5 FILIÈRES PRIORITAIRES

• Les univers de consommation

Le littoral

La montagne

L'urbain

La campagne

• Les filières prioritaires

L'oenotourisme et l'agritourisme en Occitanie

L'itinérance et l'outdoor

Enfance, jeunesse

Le thermalisme, le bien-être

Les Grands Sites d'Occitanie Sud de France

LES 10 CHIFFRES-CLÉS DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE À RETENIR

p.4

p.5

p.5

p.6

p.7

p.8

p.9

p.10

p.11

p.11

p.12

p.13

p.14

p.15

p.15

p.16

p.16

p.18

p.19

p.19

p.20

p.20

p.21

p.21

p.22

p.22

p.25

p.27

p.28

p.29

p.29

p.29

p.30

p.32

p.33

p.34

p.34

p.35

p.36

p.37

p.38

p.39

JE SUIS L'OCCITANIE

Le tourisme¹ est une activité génératrice de retombées importantes sur les territoires, mais dont la réalité économique dépend d'une chaîne de valeurs complexe et d'interactions multiples qui la rendent difficile à mesurer.

L'étude de l'économie touristique se limite le plus souvent à l'analyse des composantes traditionnellement associées au secteur : l'accueil, l'hébergement, la mise en marché, la promotion des destinations. Or de nombreux autres facteurs comme le patrimoine (naturel, culturel, historique, artistique), l'événementiel, les savoir-faire, l'accessibilité, les infrastructures de transport, et même l'accueil des habitants et des commerçants ont une influence sur l'activité et doivent aussi être pris en compte.

L'économie touristique est en outre impactée par des phénomènes sur lesquels il est très difficile d'agir au niveau local, comme les aléas climatiques (conjuncturels et structurels), la situation socioéconomique et le contexte géopolitique des bassins émetteurs de clientèles et/ou des destinations concurrentes, etc.

Dans cet environnement particulier et hyperconcurrentiel, l'essor des technologies de l'information a totalement bouleversé les attentes et les comportements des clientèles (accès à l'information, mobilité, développement de l'économie collaborative, ...) ; le tourisme s'inscrit dans des cycles d'évolutions de plus en plus courts, souvent en décalage par rapport aux capacités d'adaptation des professionnels et de l'action publique.

A l'échelle d'une région de la taille d'un pays comme l'Occitanie, il est plus que jamais nécessaire, à l'image des autres secteurs économiques, de s'appuyer sur des connaissances fiables, actualisées, adaptées aux spécificités du domaine touristique et reliées à une logique opérationnelle.

Observer, quantifier, analyser et cartographier l'économie touristique en Occitanie, sont les principales missions du pôle 3D (Data>Décision>Destination) au sein du Comité Régional du Tourisme Occitanie.

Le Comité Régional du Tourisme, avec ses partenaires, a mis en place un dispositif d'observation basé sur 3 axes forts :

- La connaissance de l'offre touristique
- Le suivi des tendances de l'activité et des clientèles
- La mesure de l'activité touristique et de son impact économique

Au-delà de son rôle de centre de ressources auprès des différents acteurs publics et privés de l'économie touristique régionale, ce pôle se positionne en véritable outil d'aide à la décision tant sur les questions relatives au marketing que sur les enjeux de développement et d'investissement.

Ces chiffres clés permettent donc de mieux apprécier le poids global du tourisme en Occitanie, et de situer cette économie en termes d'emplois, d'offre, de fréquentation mais aussi d'image et d'attractivité tant ce secteur contribue à l'image de marque des territoires. Les différentes analyses réalisées mettent en avant également les mutations de l'offre et des consommations touristiques qui obligent les destinations et les professionnels à s'adapter à ces nouvelles tendances.

¹ Ensemble des produits liés à une visite ou un séjour, en situation de vacances, dans le cadre d'une pratique de loisir ou de sport, d'un déplacement professionnel, d'un motif médical...

LES GRANDS REPÈRES

186 MILLIONS DE NUITÉES TOURISTIQUES EN 2018

1 MILLION DE LITS TOURISTIQUES DANS LE SECTEUR MARCHAND

15,9 MILLIARDS DE CONSOMMATION TOURISTIQUE
SOIT 10,3% DU PIB RÉGIONAL ET 4^{ÈME} RANG AU NIVEAU NATIONAL

96 500 EMPLOIS TOURISTIQUES

(Sources : Flux Vision Tourisme 2018 - Base de Données Territoriale Occitanie - Memento national DGE - Insee)



L'OCCITANIE EST LA 2^{ÈME} RÉGION DE FRANCE EN SUPERFICIE ET LA 5^{ÈME} RÉGION EN POPULATION.

- **Superficie** : 72 724 km² (plus grande que la République d'Irlande (Eire) 70 273 km², plus petite que l'Autriche 83 871 km² et deux fois plus vaste que la Belgique (30 528 km²)).

- **2^{ème} région** par la superficie en France

- **Population** : 5,9 M / 5 808 435 hab. (2016) 80 hab. / km²

- **13 départements** : Ariège (09), Aude (11), Aveyron (12), Gard (30), Haute-Garonne (31), Gers (32), Hérault (34), Lot (46), Lozère (48), Hautes-Pyrénées (65), Pyrénées-Orientales (66), Tarn (81), Tarn-et-Garonne (82)

- **Deux métropoles** :

Toulouse : 4^{ème} ville de France (population métropole : 725 091 hab. / aire urbaine : 1 345 343 hab.)

Montpellier : 7^{ème} ville de France (Population métropole 434 101 hab. / aire urbaine 607 896 hab.)

SITES ET LIEUX DE RENOMMÉE INTERNATIONALE

- **8 sites remarquables classés au Patrimoine Mondial de l'UNESCO** : Pont du Gard, Canal du midi (241 km de Sète à Toulouse, 1/5 tourisme fluvial Français, 80 % environ des passagers sont des étrangers), Carcassonne, Cité épiscopale d'Albi, ...

- **40 Grands Sites** Occitanie / Sud de France

- **La culture** : plus de 300 musées. 12 villes classées Villes d'Art et d'Histoire, plus de 400 festivals et événements. 45 villages classés parmi les « Plus Beaux Villages de France » en Occitanie.

- **Les atouts naturels** : La diversité des espaces naturels (montagne, mer, campagne). Plus de 40 % d'espace naturel

protégé. 38 000 km de chemins balisés, parmi les plus célèbres : la Route du GR10 le long des Pyrénées et les Chemins de Saint Jacques de Compostelle. 40 stations de ski dans les Pyrénées, l'Aubrac, les Cévennes et la Margeride, 30 stations thermales.





UNE RÉGION **AUX TOPS !**

1^{ère} région

- en termes de nuitées en hôtellerie de plein air
- en nombre de campings
- thermale avec plus de 187 000 curistes par an
- pour la labellisation des Pavillons Bleus
- avec le plus grand nombre de « Plus beaux Villages de France » : 45 villages
- pour le kite surf (19 spots)
- en termes de surface plantée et de production
- française et européenne en nombre de démarches et de diversité des productions sous SIQO (Signes Officiels de la qualité et de l'origine) : 243 démarches recensées
- en nombre de résidences secondaires (17,1% de l'offre nationale avec 520 000 hébergements)
- pour l'agriculture biologique avec plus du quart des surfaces conduites en AB en France. L'Occitanie est aussi leader national des vins bio.

2^{ème} rang

- 2^{ème} région la plus ensoleillée de France avec 200 jours d'ensoleillement par an. Toulouse, Montpellier, Nîmes et Perpignan sont dans le Top 10 des villes les plus ensoleillées de France avec, pour chacune, plus de 2 100 heures de soleil par an.
- Lourdes : 2^{ème} ville en nombre de chambres derrière Paris, 3^{ème} ville de France en nombre d'hôtels
- 2^{ème} région après Ile-de-France en termes d'offre de bateaux promenades

3^{ème} rang

- des régions pour la fréquentation touristique étrangère (en hôtels et campings), avec 30 millions de visiteurs par an.
- fait partie des 3 régions disposant du plus grand nombre de parcs naturels et parcs nationaux avec 7 PNR (un 8^{ème} en préfiguration), 2 PN et 1 parc naturel marin, derrière PACA (7 PNR et 4 PN), AURA (8 PNR, 2 PN)

4^{ème} rang

- au niveau national pour la fréquentation touristique marchande avec près de 55 millions de nuitées (hors locatif).
- en nombre de chambres d'hôtels
- en termes d'emplois touristiques après Ile-de-France, Auvergne-Rhône-Alpes et PACA.
- Les aéroports d'Occitanie se classent au 4^{ème} rang des régions françaises en termes de trafic low cost, derrière Ile-de-France, PACA (notamment Nice-Côte d'Azur) et Grand Est (Bâle-Mulhouse)



ET AUSSI

- L'Occitanie est une destination leader pour la randonnée, le cyclotourisme et les activités de plein air avec 40 000 Km de chemins balisés
- Toulouse est une des capitales mondiales de l'aéronautique avec Airbus et la capitale européenne du spatial.
- L'Occitanie est une des régions de France les plus attractives économiquement avec plus de 50 000 nouveaux habitants par an.



LE RÉSEAU DES OFFICES DE TOURISME : INFORMATION, ACCUEIL ...

L'information est au cœur de l'écosystème numérique touristique. Elle nourrit les stratégies des destinations, alimente les démarches numériques et enrichit les outils de connaissance.

Avec **180 offices de tourisme** répartis sur l'ensemble du territoire, la région Occitanie dispose d'un réseau d'acteurs de terrain impliqués dans le développement touristique du territoire.

Connaître, organiser, animer et promouvoir l'offre des territoires, accueillir et informer les visiteurs, sont autant de missions essentielles remplies par les Offices de Tourisme.

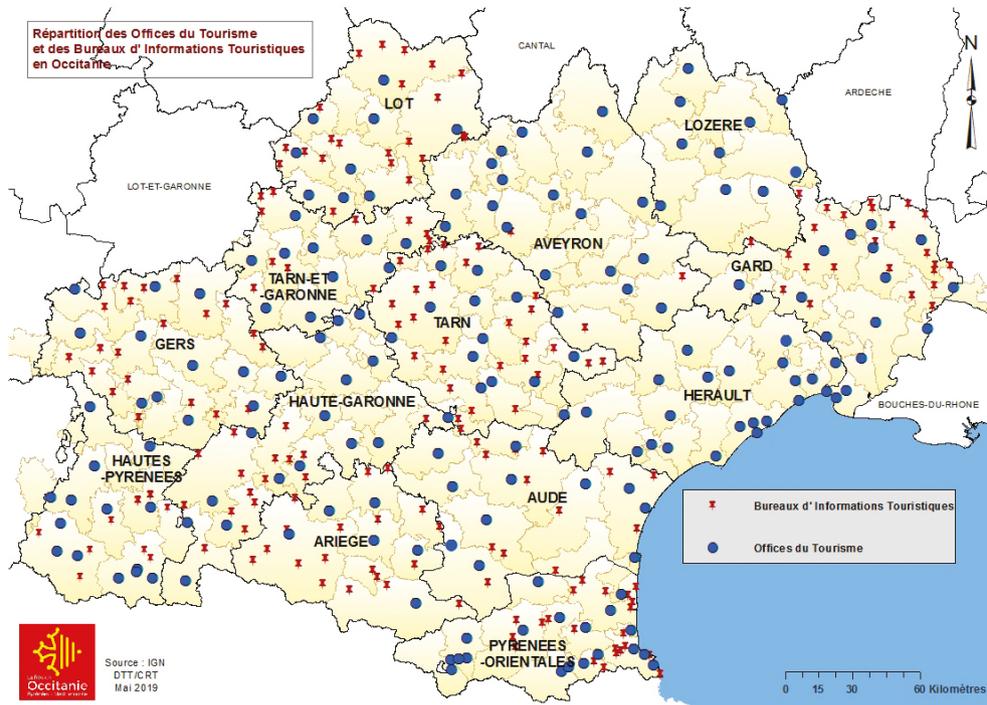
En tant que Relais Territorial, le CRT est au cœur de l'action locale avec ses partenaires.

À chaque échelon territorial, les acteurs institutionnels sont les garants d'une information touristique de référence et se coordonnent en réseaux de collecte et de suivi des données touristiques.

Au niveau régional, le CRT fédère et coordonne le réseau des partenaires, de manière à favoriser le développement de stratégies collectives de diffusion et de valorisation et d'outils d'aide à la décision.

Grâce à l'action coordonnée de l'ensemble des acteurs, plus de 120 000 offres touristiques qualifiées (hébergements, loisirs, événements, patrimoine, produits, savoir-faire...) et près de 500 000 photos sont mutualisées à l'échelle de l'Occitanie pour renforcer la visibilité de la destination dans son ensemble.

+ DE
120 000
OFFRES
TOURISTIQUES
QUALIFIÉES



UNE RÉGION EN POINTE SUR LA QUALITÉ

L'Occitanie se situe résolument dans une démarche active en matière de qualité à tous les niveaux, symbolisée notamment par son engagement vis à vis du label national Qualité Tourisme. L'Occitanie représente en effet 18% des labellisés au niveau national, ce qui en fait la première région française.

Le label **Qualité Tourisme Occitanie Sud de France**, « déclinaison » régionale du label national, marque environ 1 200 acteurs touristiques (hébergement, restauration, activités culturelles et de loisirs, offices de tourisme, lieux de visites, ...), engagés dans une démarche de progrès aux résultats avérés.

1 200
ACTEURS ENGAGÉS
DANS UNE DÉMARCHE
DE PROGRÈS QUALITÉ
TOURISME OCCITANIE
SUD DE FRANCE

Outre Qualité Tourisme Occitanie Sud de France, l'Occitanie est bien dotée dans de nombreux labels de référence comme **Gîtes de France** ou **Clévacances** dont l'implantation illustre de l'ambition constante et historique de la région.

Le label **Tourisme & Handicap** permet d'identifier des centaines de structures accessibles aux personnes en situation de handicap (auditif, visuel, mental, moteur).

1^{ère} région française et européenne par le nombre et la diversité des productions sous **SIQO** : 243 démarches recensées (**Signes Officiels de la qualité et de l'origine**). Une large gamme de plus de 100 produits locaux **labellisés et certifiés** sont proposés **sur des marchés typiques du sud de la France**.



L'OFFRE D'HÉBERGEMENT

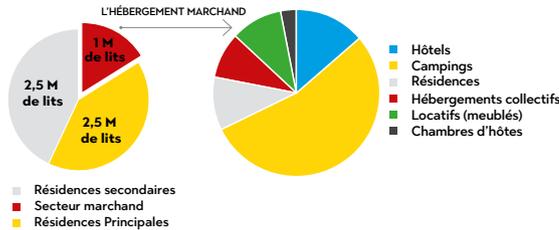
L'OFFRE GLOBALE ET PAR ESPACES DE CONSOMMATION

L'Occitanie représente un potentiel d'environ **6 millions de lits touristiques**.

Une forte représentation de l'hébergement non-marchand : environ 2,5 millions de lits en résidences secondaires (dont environ 11% appartiennent à des étrangers), auxquels il faut rajouter une offre équivalente dans les résidences principales².

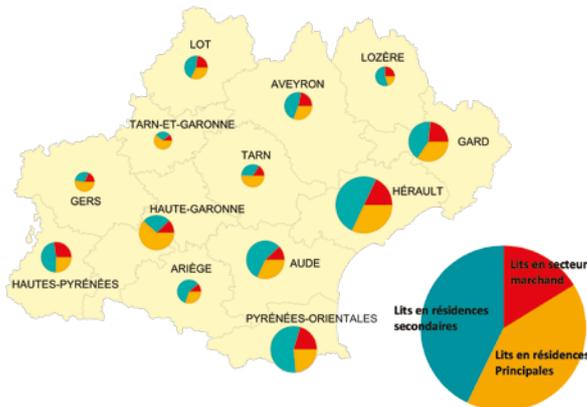
A noter : le total de lits secteur marchand et en résidences secondaires place l'Occitanie en tête des régions françaises.

² Estimation à partir d'enquêtes auprès des habitants

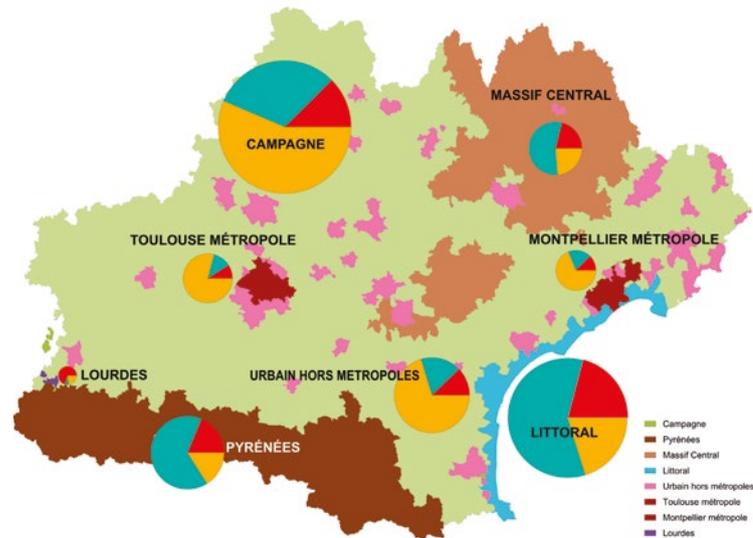
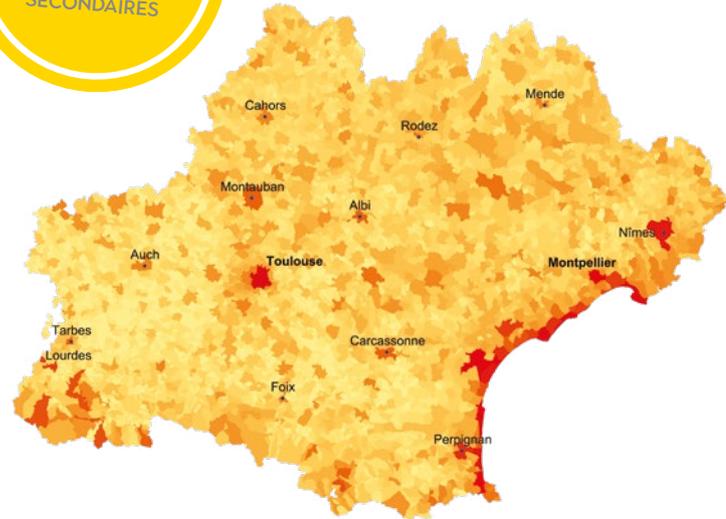


Source : Base de Données Territoriale - CRT Occitanie

Les résidences secondaires et les lits marchands sont concentrés sur le littoral et la montagne. Alors que les lits en résidences principales sont plus importants à la campagne et en milieu urbain.



DENSITÉ DE LITS TOURISTIQUES PAR COMMUNE



L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

L'OCCITANIE EST AU 1^{ER} RANG DES RÉGIONS EN NOMBRE DE CAMPINGS

OFFRE (Source : INSEE - Base par commune 2019)

- Avec 1 428 campings et 136 504 emplacements de passage offerts, la région Occitanie occupe le 2^{ème} rang des régions françaises en nombre d'emplacements (19,3%) juste derrière la Nouvelle Aquitaine (20,4%),
- Près d'1 camping sur 2 (53%) et 3/4 des emplacements de passage offerts (76%) sont classés 3 à 5 étoiles,
- 5 communes du littoral d'Occitanie font partie du top 10 des communes françaises bénéficiant du plus grand nombre d'emplacements de passage offerts,

L'OCCITANIE EST LA 1^{ÈRE} RÉGION POUR LA FRÉQUENTATION EN HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

FRÉQUENTATION

- 26,1 millions de nuitées enregistrées dans les campings en Occitanie sur la saison d'avril à septembre 2018 (stable : -0,5% vs 2017).
- L'Occitanie est au 1^{er} rang des régions pour les nuitées françaises (22,1% de part de marché) et au 2nd rang pour les nuitées étrangères (18,4% de PDM) juste derrière la Nouvelle Aquitaine (18,7% PDM)

CAMPINGS - PART DE MARCHÉS DES RÉGIONS EN TERMES DE NUITÉES
AVRIL À SEPTEMBRE 2018



Source : INSEE - Enquête de fréquentation des hébergements touristiques - Période d'Avril à Septembre 2018

LES EMPLACEMENTS ÉQUIPÉS D'UN HÉBERGEMENT LÉGER (CHALET, MOBIL-HOME, BUNGALOW, ETC...)

(CHALET, MOBIL-HOME, BUNGALOW, ETC...)

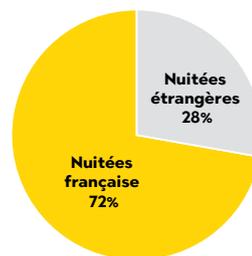
Un segment dynamique depuis plusieurs années (+5,1% vs 2017) et ce aussi bien auprès des touristes français qu'étrangers.

Essentiellement proposés par les campings 3 à 5 étoiles, ils totalisent 61% des nuitées régionales, plus précisément 66% des nuitées françaises et 46% des nuitées étrangères. Ils bénéficient des meilleurs taux d'occupation et des durées de séjour les plus longues sur la saison 2018.

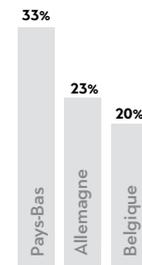
(Source : INSEE - Enquête de fréquentation des hébergements touristiques - Période d'Avril à Septembre 2018)

- Près de 3/4 des nuitées sont réalisées auprès de touristes français (stable : 0,2% vs 2017),
- Un peu plus d'un quart des nuitées auprès de touristes étrangers essentiellement européens, en baisse par rapport à 2017 (-2,2%). Avec au 1^{er} rang, les Néerlandais (33% des nuitées étrangères ; en baisse : -9,7% vs 2017), suivis par les Allemands (23% ; stable) et les Belges (20% ; stable),

CAMPINGS RÉPARTITION DES NUITÉES FRANÇAISES ET ÉTRANGÈRES
AVRIL À SEPT.2018

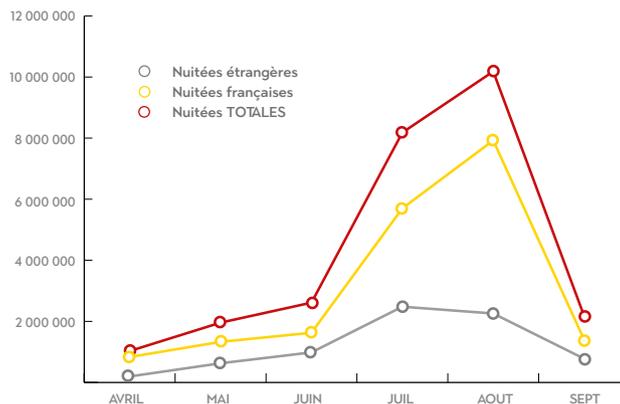


CAMPINGS NUITÉES ÉTRANGÈRES PART DES PRINCIPALES CLIENTÈLES
AVRIL À SEPT.2018



La fréquentation des mois de juillet-août représente 72% des nuitées françaises et 65% des nuitées étrangères.

CAMPINGS COURBE DE FRÉQUENTATION - NUITÉES - AVRIL À SEPT.2018



- Les campings haut de gamme (3 à 5*) concentrent 87% de la fréquentation saisonnière et poursuivent leur progression (+1,6% de nuitées vs 2017)
- Le littoral est de loin l'univers touristique régional le plus fréquenté pour l'hôtellerie de plein air (63% des nuitées régionales). La campagne arrive au 2nd rang (25% des nuitées régionales)

L'HÔTELLERIE

OFFRE (Source : INSEE Base par commune 2019) :

Avec 2 010 établissements hôteliers et 63 303 chambres, **l'Occitanie se classe au 4^{ème} rang des régions françaises en termes de capacité hôtelière**, soit 11% du parc national.

FRÉQUENTATION :

- 9,3 millions d'arrivées pour plus de 16,3 millions de nuitées ont été enregistrées dans l'hôtellerie en 2018, des indicateurs en légère croissance par rapport à 2017 (+0,6% pour les nuitées et 1,9% pour les arrivées),
- **L'Occitanie maintient son 4^{ème} rang des régions en termes de nuitées** derrière Ile de France, Auvergne-Rhône-Alpes et PACA totalisant 7,6% des nuitées françaises,
- Les nuitées étrangères augmentent de 1,8% par rapport à 2017 : 4,4 millions de nuitées étrangères. Elles sont majoritairement réalisées par des clientèles européennes (82%). Les États-Unis sont au 1^{er} rang des marchés hors Europe,
- Le taux d'occupation annuel des hôtels (53,6% en moyenne) augmente avec le niveau de confort. Il passe de 49,2% pour les établissements non classés à 60,9% pour les 4 ou 5 étoiles,
- Les hôtels 3 à 5 étoiles voient leur fréquentation progresser par rapport à 2017 contrairement aux non classés,
- La part de la clientèle d'affaires (41,9% en moyenne dans les hôtels de la région) est plus importante dans :
 - > Les hôtels de chaîne (60%),
 - > Les métropoles et les autres zones urbaines, et ce, de façon plus marquée sur Toulouse (73%).

Le secteur de l'hôtellerie « Hôtels et hébergements similaires » emploie un peu plus de 12 000 salariés (soit 10 % des emplois salariés touristiques d'Occitanie).

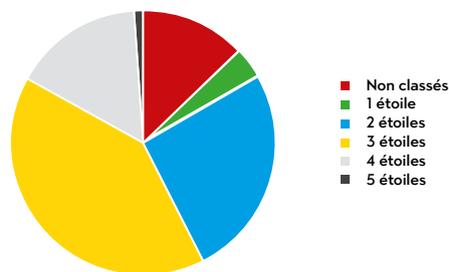
Source : INSEE - Enquête Fréquentation des hébergements touristiques – Année 2018

142 hôtels - 10 422 chambres soit 16,4% de la capacité hôtelière de la région,

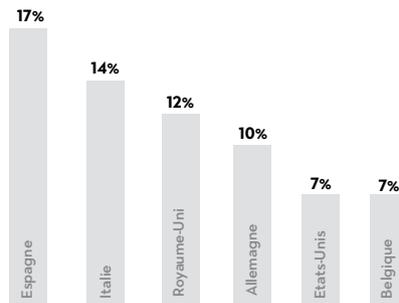
> Plus de 2 millions de nuitées soit 13,4% des nuitées hôtelières de la région pour une fréquentation hôtelière atypique avec près des 2/3 des nuitées étrangères (65%) vs 27% en moyenne pour la région, principalement auprès de visiteurs italiens (466 739 nuitées soit 75% des nuitées italiennes hôtelières de la région), Lourdes représente près d'un tiers des nuitées étrangères de la région dans l'hôtellerie.

LOURDES
2^{ÈME} VILLE
HÔTELLIÈRE DE
FRANCE EN NOMBRE
DE CHAMBRES
DERRIÈRE PARIS

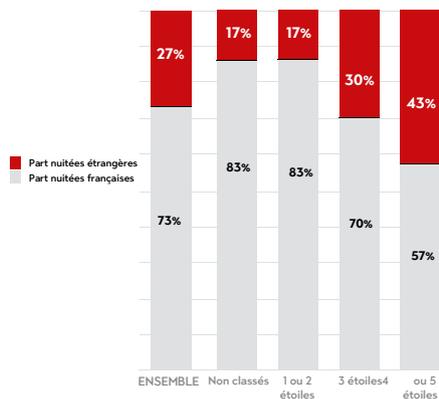
HÔTEL RÉPARTITION DES CHAMBRES SELON CLASSEMENT 2019



HÔTEL NUITÉES ÉTRANGÈRES PART DES PRINCIPALES CLIENTÈLES 2018



ORIGINES DES NUITÉES SELON CLASSEMENT HÔTEL 2018



LES HÉBERGEMENTS COLLECTIFS (Villages de vacances, Résidences de Tourisme, Auberges de jeunesse)

12
MILLIONS DE
NUITÉES

OFFRE

601 établissements, soit une capacité d'accueil de 147 541 lits, dont 2/3 sont des résidences de tourisme et près d'un tiers des Villages de Vacances. Au plan national, l'Occitanie s'inscrit ainsi au 2^{ème} rang en termes de nombre d'établissements (16,4% de part de marché) et au 3^{ème} rang en nombre de lits (15,1% de part de marché) derrière Auvergne-Rhône-Alpes et devant PACA.

Toulouse et Agde pour les résidences de tourisme, Argelès-sur-Mer et Agde pour les villages de vacances font partie du top 10 national en nombre de lits.

(Source : INSEE Base par commune 2019 - AHCT - Autres Hébergements Collectifs de Tourisme)



FRÉQUENTATION

Près de 12 millions de nuitées en 2018 (-1,0% vs 2017).

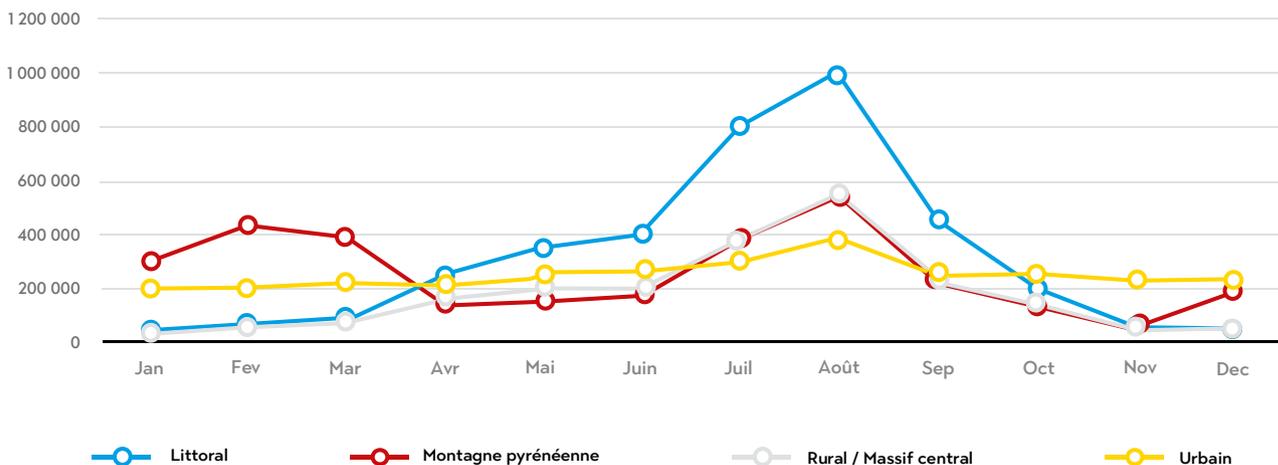
88% de nuitées françaises (stables vs 2017) ; les nuitées étrangères baissent de 11,7%.

L'Occitanie s'inscrit ainsi au 4^{ème} rang national en part de marché (12,1% des nuitées au niveau national).

54% de taux moyen d'occupation annuel (en nuitées), avec de fortes variations saisonnières notamment en ce qui concerne le littoral et la montagne pyrénéenne.

Les hébergements collectifs localisés principalement en zones urbaines et métropolitaines bénéficient d'un taux d'occupation moyen plus équilibré sur l'année.

NUITÉES TOTALES SELON L'UNIVERS TOURISTIQUE 2018



Source : Insee - Enquêtes de fréquentation des hébergements touristiques - Année 2018

LE LOCATIF, LES CHAMBRES D'HÔTES, LE COLLABORATIF

Une offre locative diffuse, disparate et difficile à appréhender, fortement impactée par l'émergence des plateformes collaboratives.

Si l'on considère le parc locatif classé, l'Occitanie se situe au 3^{ème} rang des régions françaises pour sa capacité : près de 60 000 lits. L'Insee a estimé en 2016 que les hébergements touristiques proposés par des particuliers via des plateformes internet représentaient 16% des nuitées marchandes.

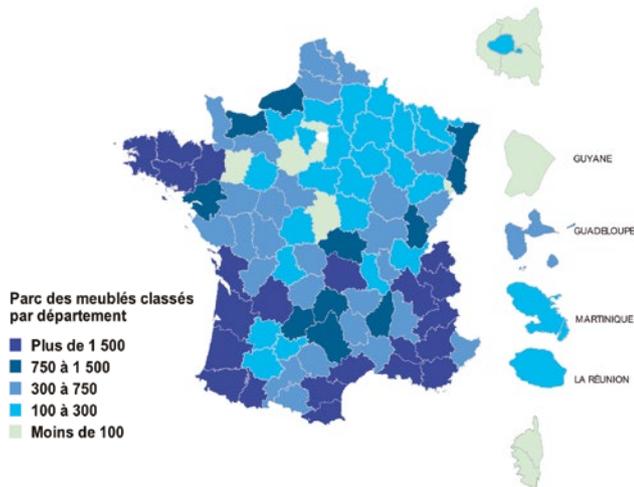
L'importante offre référencée par les labels traditionnels Gîtes de France, Clévacances, Fleur de Soleil et Accueil Paysan en Occitanie positionne la région en 1^{ère} position sur les meublés et en 2^{ème} position pour les chambres d'hôtes, juste derrière Auvergne-Rhône-Alpes.

Airbnb annonçait il y a peu, via sa plateforme « dataville » (désactivée depuis) un nombre d'annonces disponibles de près de 55 000, 1,1 millions de voyageurs et 788 millions d'euros d'impact économique pour la région.

Liwango-Likibu¹ estime à approximativement 100 000 logements, soit environ 500 000 lits proposés à la location sur le territoire de l'Occitanie, via les principales plateformes d'offre locative. A noter toutefois que cela ne veut pas dire qu'il y a 100 000 logements proposés en continu à la location sur le territoire, ce nombre représente les logements « actifs » ayant eu a minima une période de disponibilité sur les 12 derniers mois. (Ils n'ont pas forcément été loués mais ont été disponibles a minima pour une période de réservation).

¹ comparateur de location de maisons et d'appartement de vacances entre particuliers

Parc des meublés de tourisme classés¹ au 1^{er} janvier 2018



LES RÉSIDENCES SECONDAIRES

Avec plus de 520 000 résidences secondaires, soit 17,1% de l'offre nationale, l'Occitanie se classe au premier rang des régions françaises.

Cet important effectif de résidences secondaires sur le territoire régional traduit l'attractivité de l'Occitanie et induit une activité touristique récurrente qui constitue un socle économique solide, à noter 11% des résidences secondaires appartiennent à des étrangers.

Source : INSEE

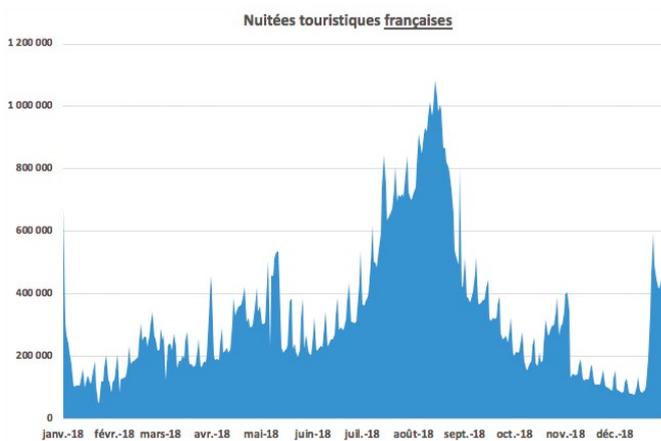
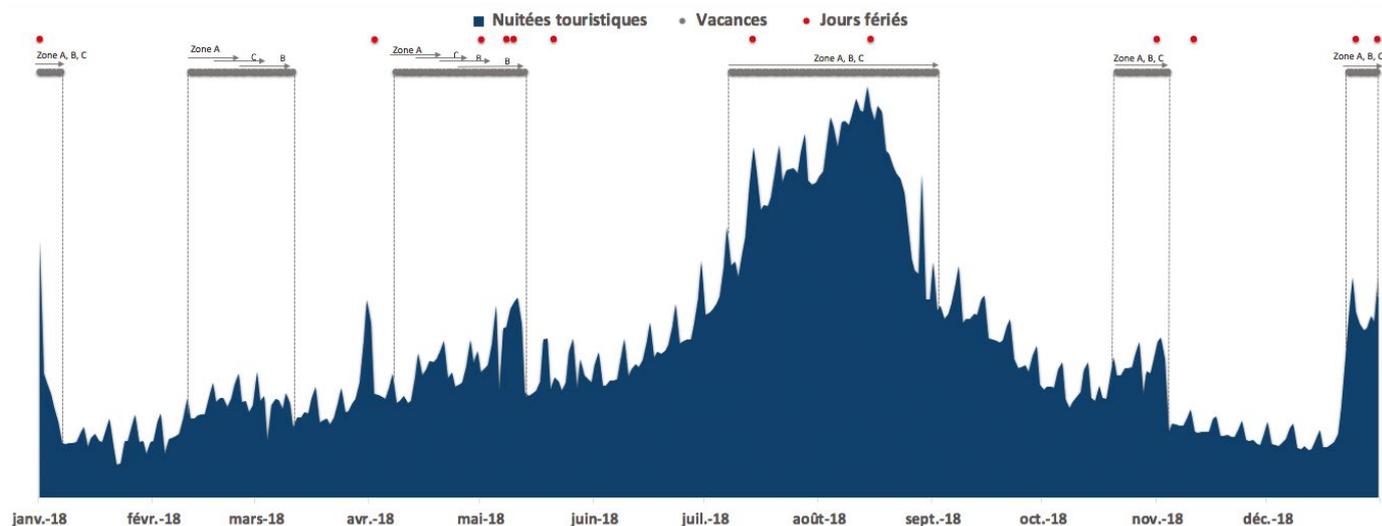


LA FRÉQUENTATION

TOUS MODES D'HÉBERGEMENTS CONFONDUS

Une fréquentation équilibrée sur l'année, un pic entre mi-juillet et mi-septembre ...

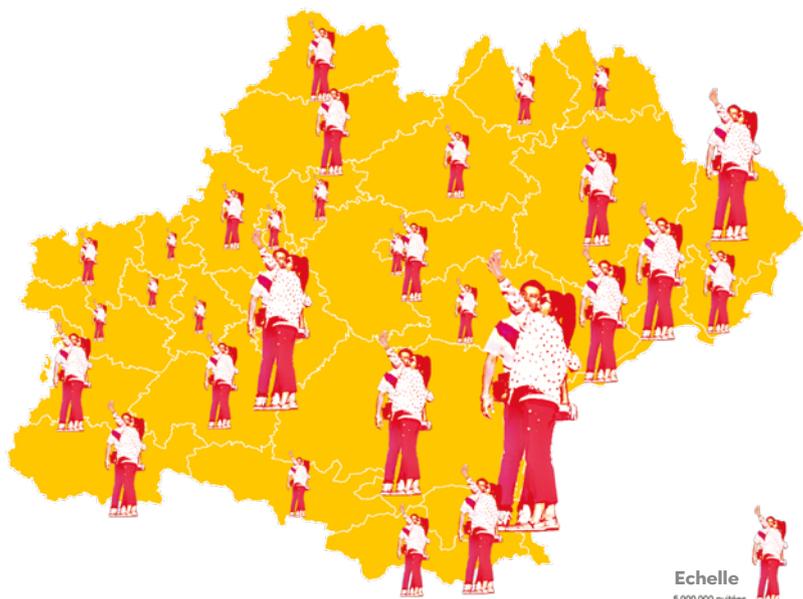
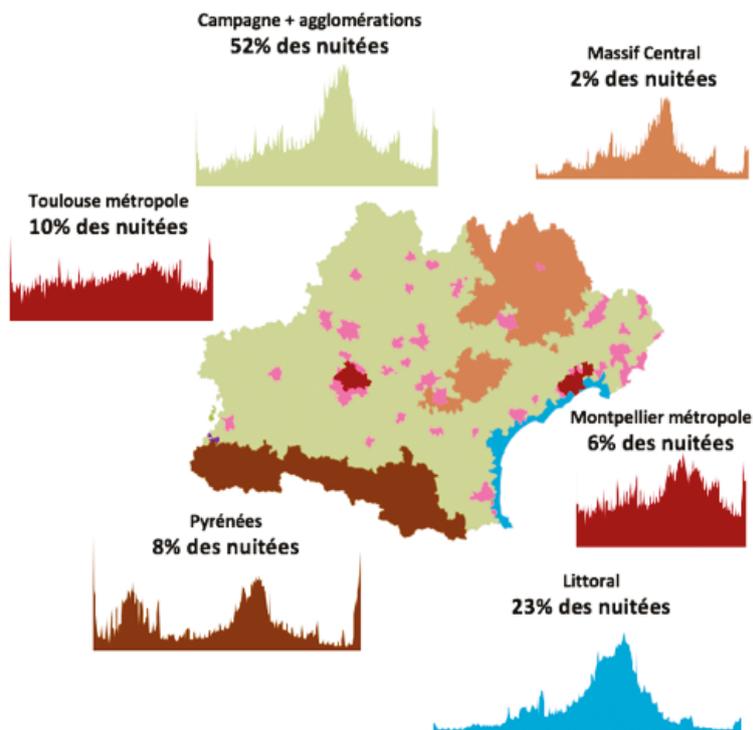
186
MILLIONS
DE NUITÉES
TOURISTIQUES



Source Flux Vision Tourisme 2018

Profils de courbes des nuitées selon les espaces de consommation

Des profils de fréquentation différents selon les territoires, qui illustrent des amplitudes de populations additionnelles plus ou moins marquées, les périodes et les pics de présence (vacances scolaires, week-end, ...)



Fréquentation touristique par territoires

Une fréquentation touristique présente sur l'ensemble du territoire avec des volumes plus importants sur le littoral, les métropoles, la région de Nîmes et le Pont du Gard ...

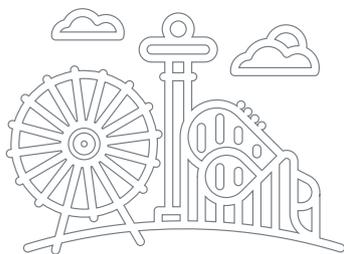


SITES DE VISITE

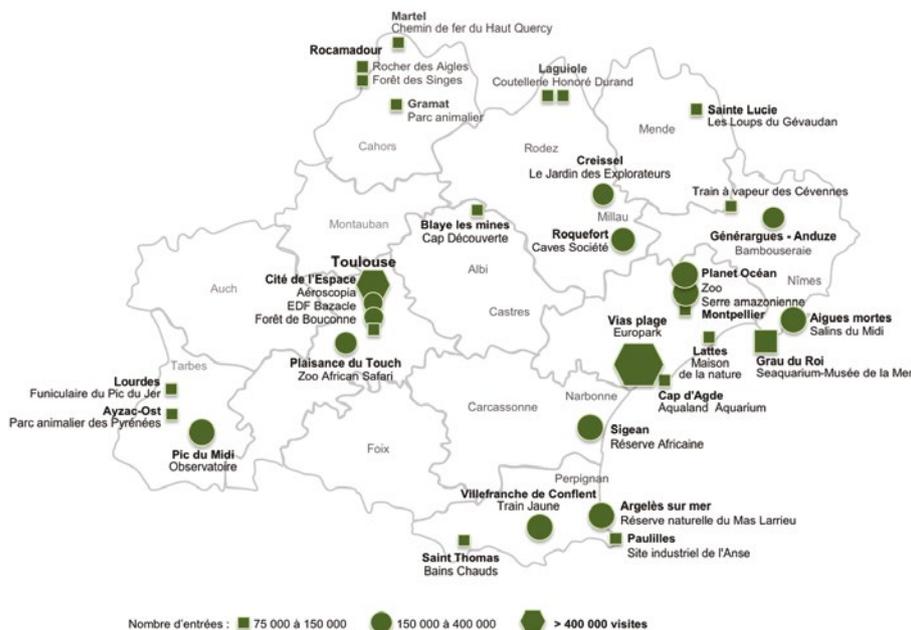
- Les activités « culturelles » font partie du programme de 60% des séjours de français en Occitanie.
- Les non-résidents en Occitanie en sont plus « friands » que les résidents de la région.

En 2019, la région Occitanie dénombre :

- 4 643 immeubles protégés (inscrits et classés) au titre des monuments historiques
- 14 266 objets classés au titre des monuments historiques.
- 6 136 objets inscrits au titre des monuments historiques
- 36 cathédrales et anciennes cathédrales
- 119 immeubles bénéficiant du label Architecture contemporaine remarquable (label Patrimoine du XX^e siècle)
- 35 jardins bénéficiant du label Jardin remarquable.



PARCS À THÈME, ESPACES DE LOISIRS LES PLUS VISITÉS

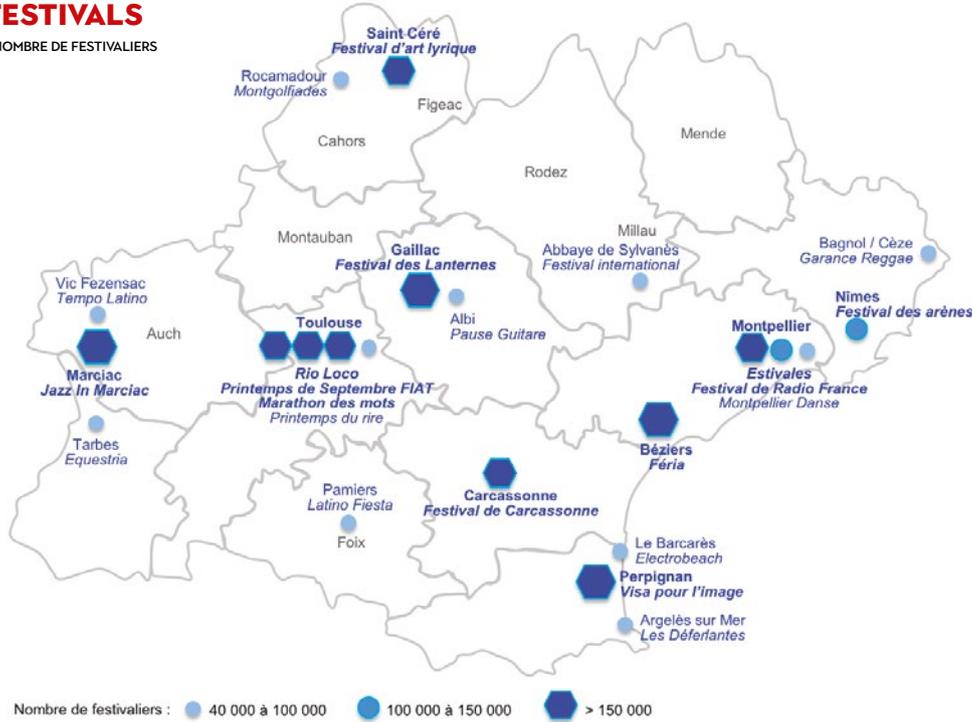


SITES, MONUMENTS, MUSÉES



FESTIVALS

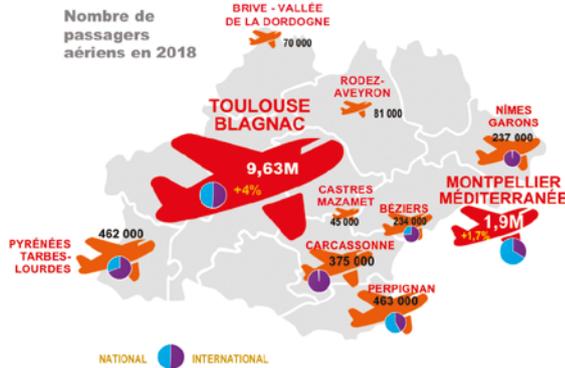
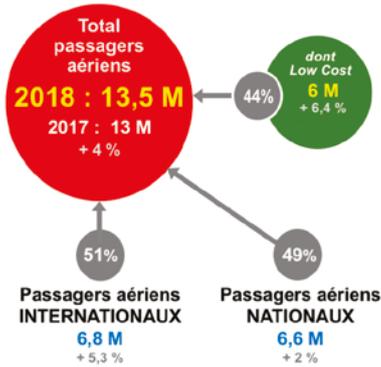
NOMBRE DE FESTIVALIERS



AÉROPORTS

10 aéroports :

Toulouse–Blagnac, Montpellier Méditerranée, Perpignan-Rivesaltes, Tarbes Lourdes Pyrénées, Carcassonne-Salvaza, Nîmes Alès Camargue Cévennes, Béziers Cap d'Agde, Rodez-Marcillac, Brive - Vallée de la Dordogne, Castres-Mazamet



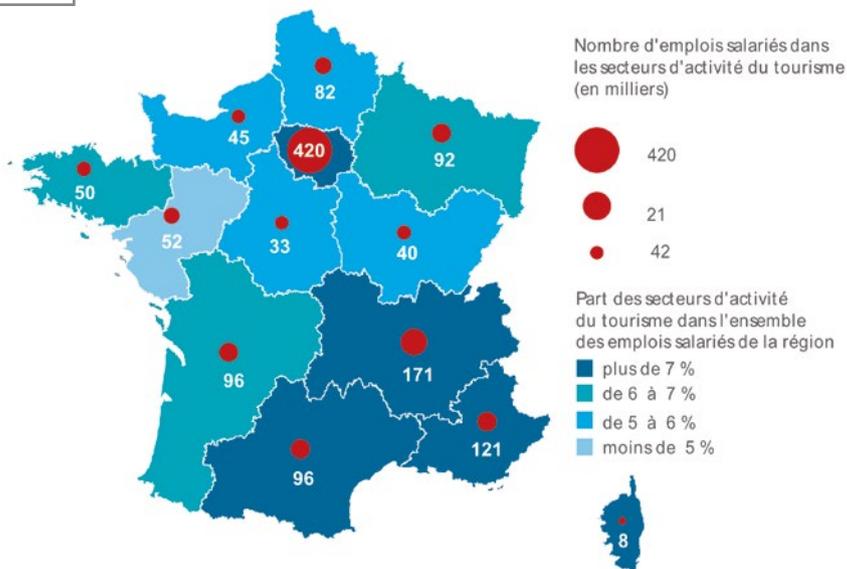
Source : CRT Occitanie - Union des Aéroports Français (UAF) www.aeroport.fr

L'ÉCONOMIE ET L'EMPLOI

L'EMPLOI TOURISTIQUE

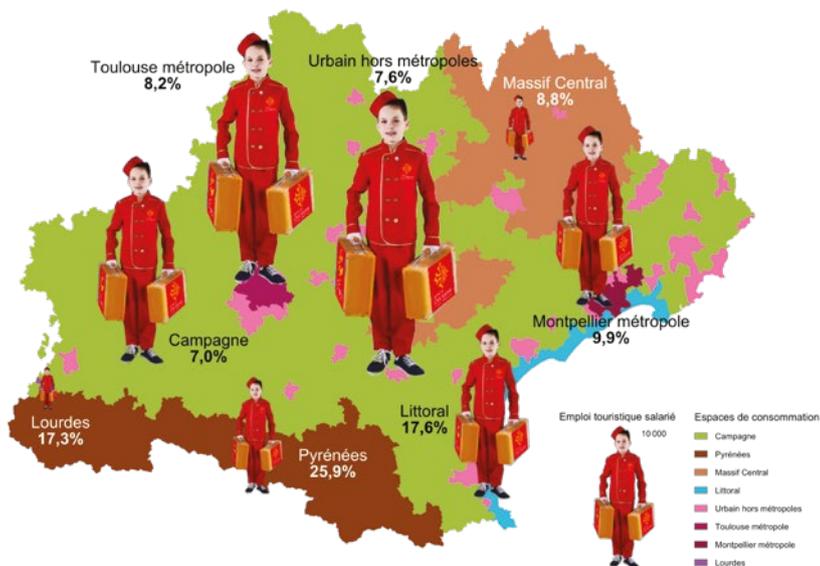
La région Occitanie rassemble **96 500 emplois salariés** dans les secteurs d'activité caractéristiques* du tourisme, soit **7,1% de l'emploi total de la région**.

Occitanie : 4^{ème} région en termes d'emplois touristiques après Ile de France, Auvergne-Rhône-Alpes et PACA.



Volume d'emplois salariés du tourisme par espaces de destination (activités caractéristiques du tourisme)

Pourcentage par rapport à l'ensemble des emplois salariés (tous secteurs d'activités)



Source : Acoess, effectifs salariés au 31/12/2017

* Secteurs d'activités caractéristiques du tourisme :

Hébergements marchands, restaurants et débits de boissons, services de transport de passagers non urbain (aérien, ferroviaire, par autocar, maritime, fluvial), services de voyagistes et agences de voyages, autres services caractéristiques (location de courte durée de véhicules de tourisme, d'articles de sports et de loisirs), services culturels, sportifs et de loisirs (musées, spectacles et autres activités culturelles, parcs d'attraction et autres services récréatifs, casinos, téléphériques et remontées mécaniques)

LA CONSOMMATION TOURISTIQUE

La consommation touristique intérieure en France représente 168 milliards d'euros.

(Source : Compte satellite du tourisme régionalisé, DGE, Insee, 2017)



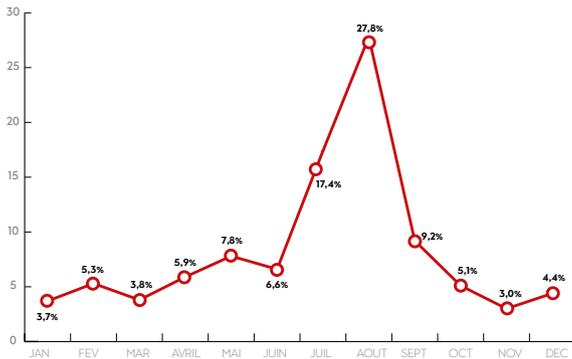
DÉPENSE MOYENNE DES TOURISTES FRANÇAIS EN OCCITANIE

La dépense moyenne par nuit et par adulte en Occitanie est de **51€** (59€ pour la France entière), ce qui correspond à l'image d'une destination touristique abordable.



Source : SDT Sofres 2017

DÉPENSES PERSONNELLES DES FRANÇAIS EN OCCITANIE

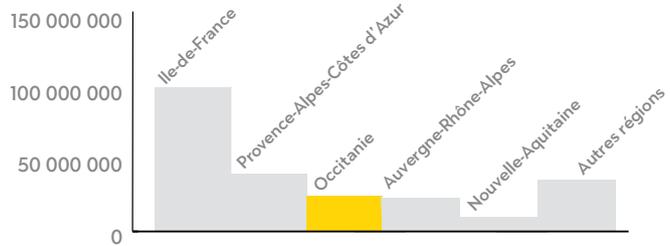


Plus nombreux en volume mais générant individuellement moins de dépenses, les voyages en hébergements non marchands génèrent toutefois 41% des dépenses globales. 61% des dépenses personnelles sont effectuées pendant la saison d'été (juin à septembre).

L'Occitanie représente 13% des dépenses réalisées en France par les touristes français.

TAXE DE SÉJOUR

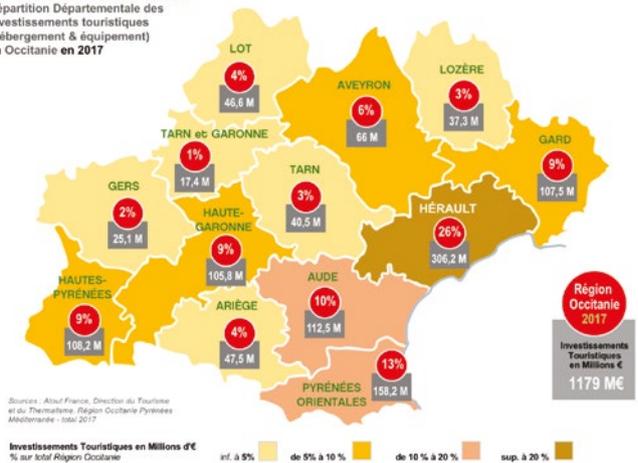
24,6 millions d'euros ont été perçus par 339 communes d'Occitanie (10% du total collecté au niveau national), ce qui classe l'Occitanie au 3^{ème} rang national derrière Île de France et Auvergne-Rhône-Alpes.



LES INVESTISSEMENTS TOURISTIQUES

INVESTISSEMENTS TOURISTIQUES

Répartition Départementale des investissements touristiques (hébergement & équipement) en Occitanie en 2017



Source : Atout France, Directeur du Tourisme et du Thermalisme, Région Occitanie Pyrénées Méditerranée - total 2017

Investissements Touristiques en Millions d'€
% sur total Région Occitaniae

Source : KANTAR TNS - Etude Suivie de la Demande Touristique française (SDT) - 2017

LES CLIENTÈLES D'OCCITANIE

Des sites naturels et culturels uniques, dont plusieurs inscrits au patrimoine de l'Unesco, un pôle aéronautique de niveau mondial, un lieu de pèlerinage internationalement reconnu, une façade littorale, des montagnes, des villes chargées de vie et d'histoires sont autant d'arguments susceptibles de séduire des touristes du monde entier.

Néanmoins, la clientèle qui fréquente l'Occitanie est en majorité française à environ 65%.

En fonction des espaces ou des activités observées, cette proportion peut être variable. Les zones de Lourdes ou de Carcassonne sont fréquentées par une proportion très importante de touristes étrangers, l'axe Nîmes (Pont du Gard), Montpellier, Toulouse complète le tableau

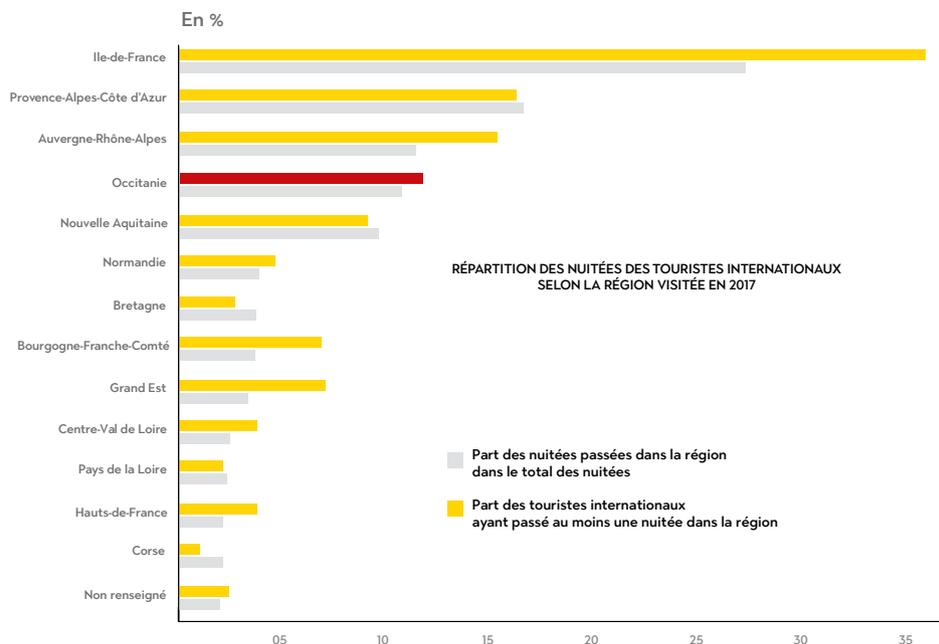
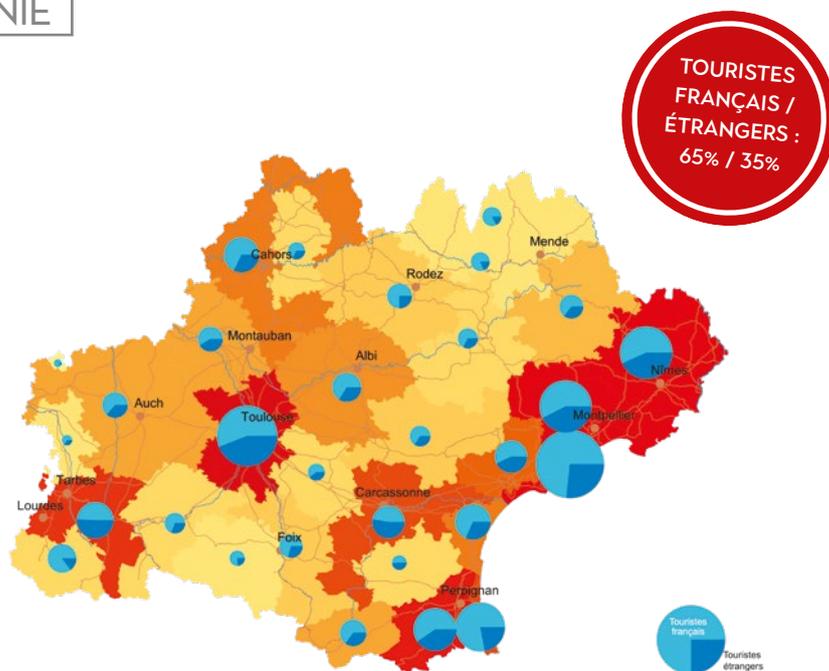
(Source Flux Vision Tourisme 2018).

LES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES

La région Occitanie se situe au 4^{ème} rang national des régions les plus fréquentées par les touristes étrangers.

Les clientèles européennes représentent la majorité de la fréquentation étrangère en Occitanie (plus de 75%).

Le top 5 des clientèles étrangères en Occitanie (tous hébergements confondus, marchand et non-marchand) est composé de l'Allemagne, de l'Espagne, du Royaume-Uni, de la Belgique et des Pays-Bas.



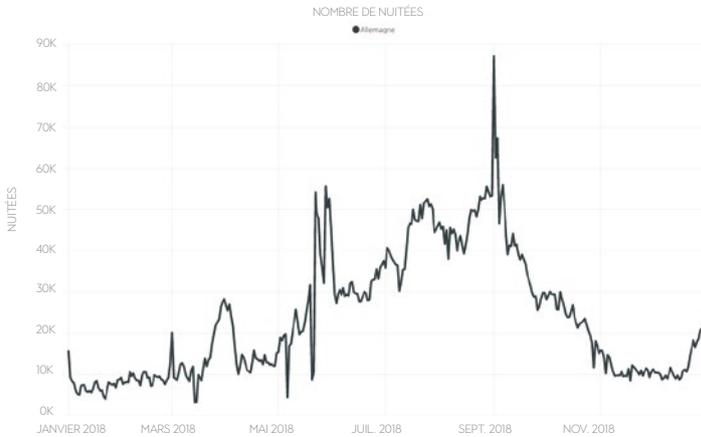
Lecture : Près de 11 % des nuitées des touristes internationaux ont été passées en Occitanie ; 11,6 % des touristes internationaux ont passé au moins une nuitée en Occitanie. Source : DGE, Banque de France, enquête EVE.

ZOOM SUR LES 4 PRINCIPAUX MARCHÉS ÉTRANGERS

L'observation de la fréquentation des clientèles étrangères, tout au long de la saison et sur les différents territoires de la région apporte des informations précieuses sur les comportements et la consommation de l'Occitanie par ces clientèles qui peuvent permettre d'affiner les approches marketing de nos organismes. Dans les exemples suivants, on étudiera la courbe des nuitées journalières et le volume de nuitées réalisées sur les territoires de la région.

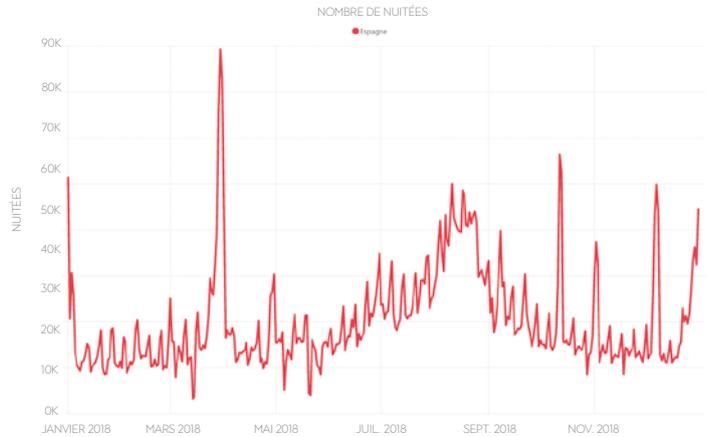
Allemagne

La courbe journalière des nuitées illustre une fréquentation présente toute au long de l'année avec un pic saisonnier relativement étendu entre le printemps et l'automne. La zone littorale et la métropole toulousaine (Airbus) concentrent l'essentiel de la fréquentation allemande en Occitanie.



Espagne

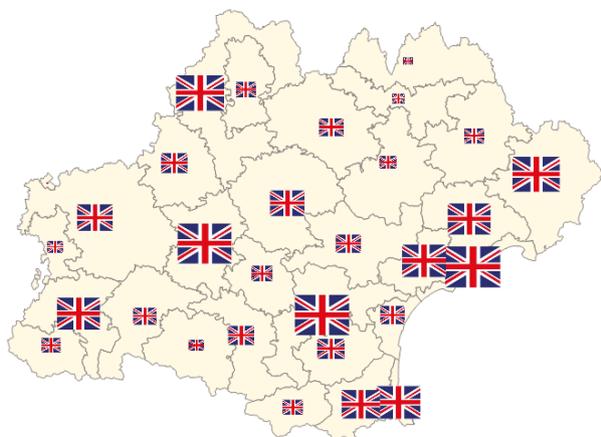
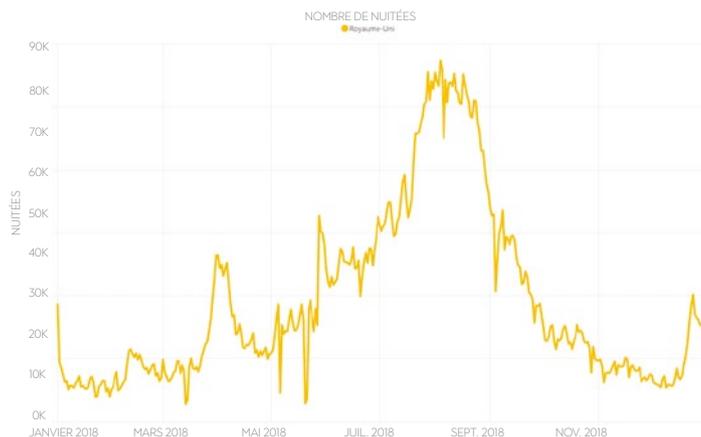
Une fréquentation toute l'année typique de la proximité (week-ends très marqués), un pic estival inférieur à ceux qu'on peut observer sur d'autres périodes de l'année, liés notamment à des fêtes religieuses.



Source : Flux Vision Tourisme 2018

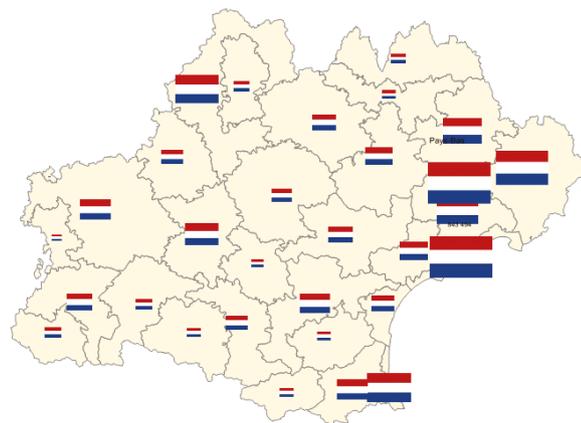
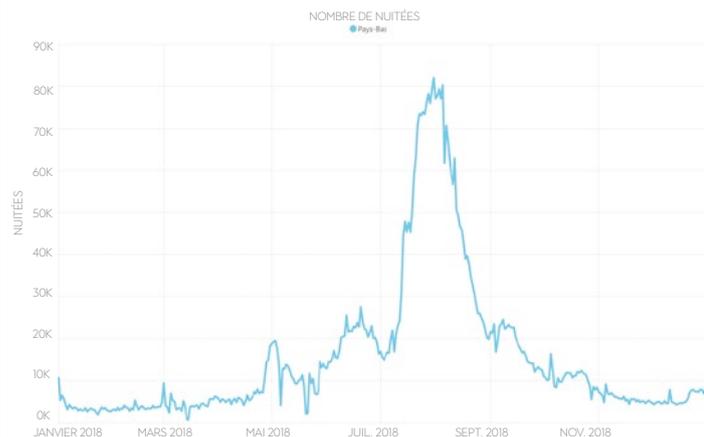
Royaume-Uni

Une fréquentation hors saison non négligeable et une présence bien répartie sur le territoire régional font de la clientèle anglaise un socle de la fréquentation étrangère en Occitanie. De nombreux propriétaires de résidences secondaires sont anglais.



Pays-Bas

Une fréquentation estivale très marquée en cohérence avec la préférence très affirmée des néerlandais pour le littoral. L'afflux de ces clientèles en saison constitue une partie importante des nuitées régionales, particulièrement dans l'hôtellerie de plein-air. De ce fait, les variations de présence des néerlandais d'une année sur l'autre peuvent avoir des conséquences importantes sur le succès ou l'insuccès d'une saison.

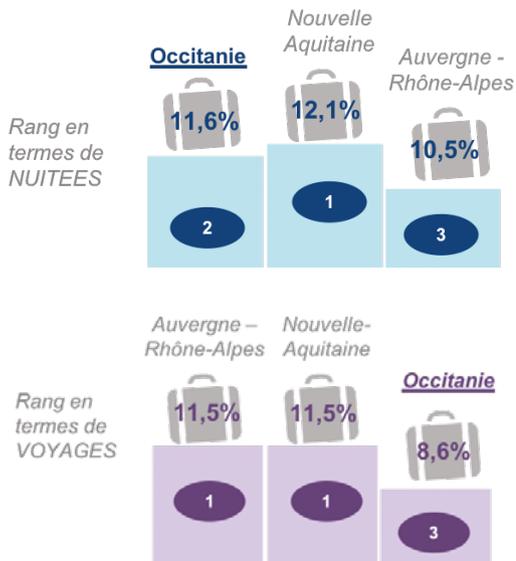


LA CLIENTÈLE FRANÇAISE

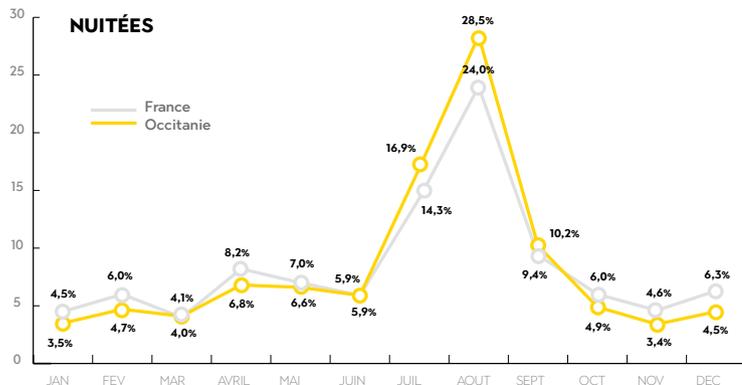
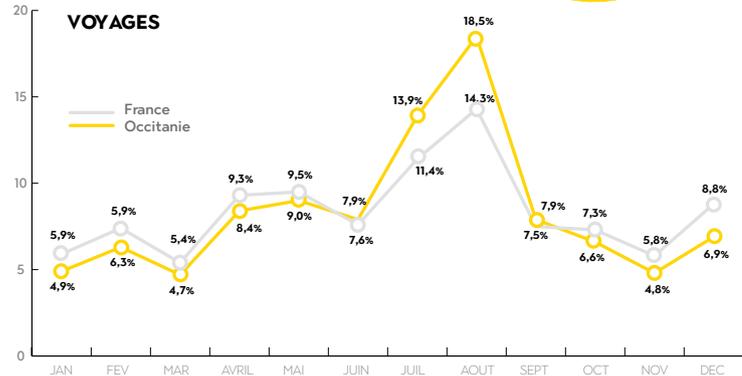
- La région Occitanie se classe en troisième position des régions les plus fréquentées en termes de voyages, avec une part de marché de 8,6%.
- Elle prend la **deuxième place du podium en termes de nuitées avec 11,6% de part de marché, étant particulièrement attractive pour des voyages de longue durée.**

• Un tourisme équilibré, avec un pic de nuitées en août

La région connaît un fort pic de voyages et de nuitées en période estivale, et particulièrement en août, largement supérieur au niveau national. Le reste de l'année, la saisonnalité est assez équilibrée et plutôt proche de la moyenne nationale.



L'OCCITANIE
DANS LE
TOP 3
DES DESTINATIONS LES
PLUS FRÉQUENTÉES PAR
LES FRANÇAIS



**SUR L'ENSEMBLE DES VOYAGES EFFECTUÉS PAR LES FRANÇAIS,
LA RÉGION OCCITANIE REPRÉSENTE**

18,2% des voyages à la montagne

11,3% des voyages en zone urbaine

12,8% des voyages sur le littoral

10,0% des voyages en zone rurale

Source : KANTAR TNS - Etude Suivi de la Demande Touristique française (SDT) - 2017

• Des voyages majoritairement longs

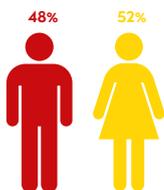
La moitié des voyages dans la région sont de longue durée (4 nuitées et plus) un score supérieur au niveau national, avec une durée moyenne également plus élevée (6,1 nuits en moyenne).

• L'hébergement marchand, toutefois minoritaire est plus fréquent que dans le reste de la France.

Porté par la bonne performance des campings, (13,1% des nuitées vs 9,6% en moyenne en France) l'hébergement marchand est surreprésenté en Occitanie (41,4% vs 37,5% en France).

PROFIL DES VISITEURS

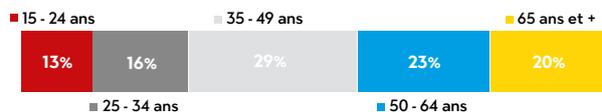
Sexe



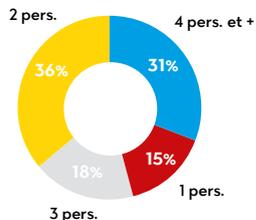
Catégorie Socio-professionnelle



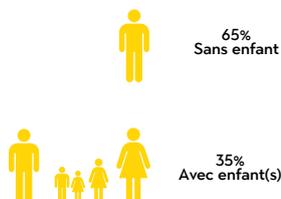
Age



Nombre de personnes au foyer



Présence d'enfants au foyer

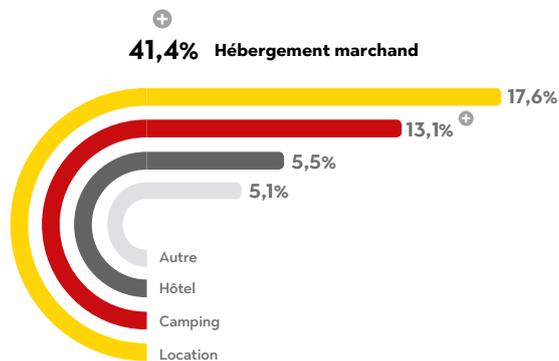


○ ○ Significativement supérieur/inférieur à l'ensemble des voyageurs
Base : Profil des français venus dans la région Occitanie

Pour l'hébergement non marchand, la région compte davantage de nuitées en résidences secondaires qu'au niveau national et moins d'hébergement chez la famille et les amis.

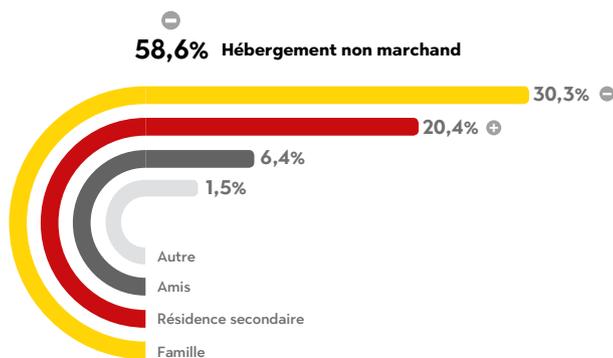
• Les voyages des français en Occitanie sont davantage motivés par les vacances ou les loisirs qu'au niveau national (49% vs 43% en France)

MODE D'HÉBERGEMENT PRINCIPAL DU VOYAGE



xx % Ensemble des nuitées en France

○ ○ Significativement supérieur / inférieur à l'ensemble des nuitées en France



LA CLIENTÈLE DE PROXIMITÉ

Près de 21% des nuitées françaises réalisées en Occitanie proviennent de la région (36% des voyages).

Quand ils voyagent en Occitanie, les résidents de la région privilégient les modes d'hébergements non marchands. Leurs séjours sont par ailleurs plus courts et plus équilibrés sur l'année.

Des résidents de la région dont le comportement de voyages en Occitanie se caractérise par :

- Une fréquentation plus lissée sur toute l'année avec le maintien toutefois d'un pic de nuitées en juillet et août (37% des nuitées)
- Une majorité de voyages courts (72% des voyages durent 3 nuits et moins)
- Des voyages davantage motivés par la visite de la famille ou d'amis (47%)
- Une prédominance des modes d'hébergements non marchands (70% des nuitées), en particulier chez des proches et plus modérément en résidence secondaire

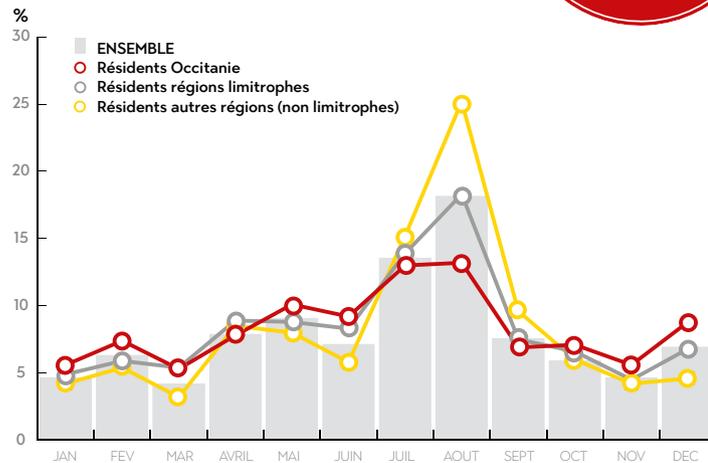
• Quelques différences de profils socio-démographiques en lien avec l'univers touristique fréquenté :

- Davantage de visiteurs sans enfant (72%) en particulier dans l'univers urbain (80%) et en montagne l'été (76%)
- À l'inverse davantage de familles avec enfants uniquement sur le littoral (37%) et en montagne l'hiver (32%)
- Un peu plus de jeunes (14% de 15 à 24 ans), de façon plus marquée encore dans l'univers urbain (21%)
- Un peu plus de visiteurs de 65 ans et plus (24%) notamment dans l'univers urbain (28%) et en montagne l'été (26%)
- Globalement moins de foyers CSP + (39%) sauf en montagne l'hiver (47,4%)
- Un peu plus de foyers dont le chef de famille est inactif (37%), notamment dans l'univers urbain (44%) et en montagne l'été (44%)

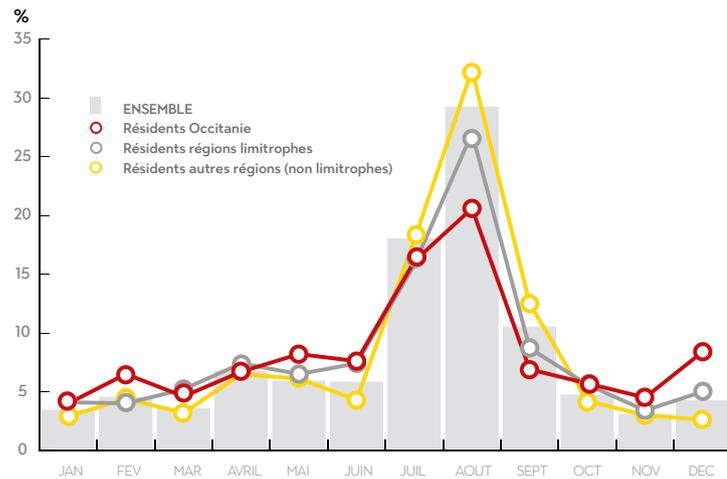
Source : KANTAR TNS - Etude Suivi de la Demande Touristique Française (SDT) - 2017 - Ensemble des voyages/nuitées pour motif personnel

20%
DES DÉPENSES
PERSONNELLES DES
TOURISTES FRANÇAIS
EN OCCITANIE
SONT RÉALISÉES
PAR LES RÉSIDENTS
D'OCCITANIE.

VOYAGES 2017 DES FRANÇAIS EN OCCITANIE : PART MENSUELLE DES VOYAGES



NUITÉES 2017 DES FRANÇAIS EN OCCITANIE : PART MENSUELLE DES NUITÉES



RÉSIDENTS EN OCCITANIE

Type d'hébergement (base nuitées)

Marchands
= 30%

Non marchands
= 70% +

Chez de la famille : 38% +
Résidence secondaire : 23% +
Chez des amis : 8% +

Location ou ch. hôtes : 12% -
Camping : 8% -
Hôtels : 5%

Motif de voyage (base voyages)

Visite Famille, Amis
= 47% +

Vacances, Loisirs
= 40%

Durée de voyage (base voyages)

Courts (3 nuits et -)
= 72% +

Long (4 nuits et +)
= 28%

RÉSIDENTS HORS OCCITANIE

Marchands
= 44% +

Non marchands
= 56%

Chez de la famille : 28% -
Résidence secondaire : 20%
Chez des amis : 6%

Location ou ch. hôtes : 19% +
Camping : 14% +
Hôtels : 6%

Visite Famille, Amis
= 36%

Vacances, Loisirs
= 54% +

3 Régions limitrophes

Courts = 52%

Long = 48%

Autres Régions

Courts = 18%

Long = 82% +

Source : KANTAR TNS - Etude Suivi de la Demande Touristique française (SDT) - 2017

L'ÉCOSYSTÈME DIGITAL AU SERVICE DES CLIENTÈLES

Les premiers résultats de l'enquête régionale de clientèle 2018-2019 confirment les tendances observées au niveau national et international sur l'utilisation du digital ...

2,3 MILLIONS de pages vues sur le site
www.tourisme-occitanie.com

9,2 MILLIONS de contacts sur les réseaux
sociaux (Facebook, Twitter, Instagram)

La place prépondérante prise par l'internet en mobilité (mobile et tablette) modifie les comportements des touristes et le besoin d'information évolue. Les phases de séduction, de recherche, de réservation et partage ne correspondent plus forcément à des périodes chronologiques du séjour (avant, pendant et après) mais interviennent tour à tour au fil de l'expérience touristique.

Derrière les gros opérateurs qui trustent une importante partie du trafic, les dispositifs digitaux des organismes institutionnels ont un rôle à jouer pour tisser un lien particulier et unique entre le touriste et le territoire qui l'accueille.

La démarche digitale touristique du territoire peut permettre à donner un sens à l'expérience vécue par le visiteur, sa rencontre avec un terroir, une nature, un patrimoine, des activités, mais aussi des habitants, porteurs de valeurs.

UNE RÉGION : 4 UNIVERS DE CONSOMMATION ET 5 FILIÈRES PRIORITAIRES

LES UNIVERS DE CONSOMMATION

LE LITTORAL

61%
des dépenses des touristes français en Occitanie sont réalisées dans les départements littoraux



- 1^{ère} région pour la labellisation des Pavillons Bleus
- 1^{ère} région française pour le kite-surf (19 spots)
- Plan littoral 21 : **1 milliard** d'euros d'investissements de la Région

OFFRE : 1,7 millions de lits touristiques, soit 28% de l'offre régionale.

FRÉQUENTATION : 40 millions de nuitées (tous hébergements confondus)

Le littoral est l'univers touristique de la région le plus fréquenté pour l'hôtellerie de plein air (63% des nuitées régionales). La fréquentation de ce mode d'hébergement domine celles des hôtels (rapport de 1 à 7 en termes de nuitées) et des autres hébergements collectifs du type village de vacances, résidences de tourisme (rapport de 1 à 4). Plus d'un quart des nuitées dans les campings sont réalisées par des clientèles internationales, principalement d'Allemagne, des Pays-Bas et de Belgique.

L'offre en hôtellerie de plein air du littoral se caractérise par une surreprésentation des campings 3* à 5* et des emplacements équipés (d'un bungalow, mobil-home, chalet,...).

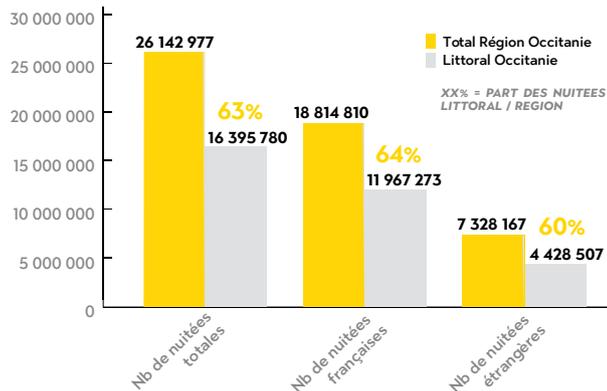
Les autres hébergements collectifs touristiques enregistrent 3 725 554 nuitées en 2018 soit 31% des nuitées régionales issues de ce mode d'hébergement. Leur clientèle est essentiellement française (89% des nuitées) au même titre que celle des hôtels (83%).

LES PROFILS : CSP-, séniors actifs, familles, jeunes actifs

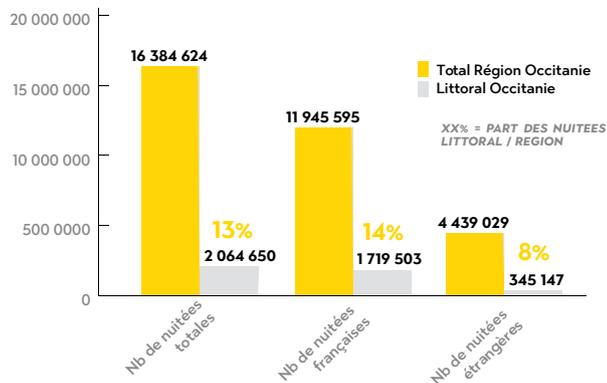
Source : INSEE - Enquêtes de fréquentation des hébergements touristiques 2018 - Kantar TNS - SDT 2017

Nos clientèles

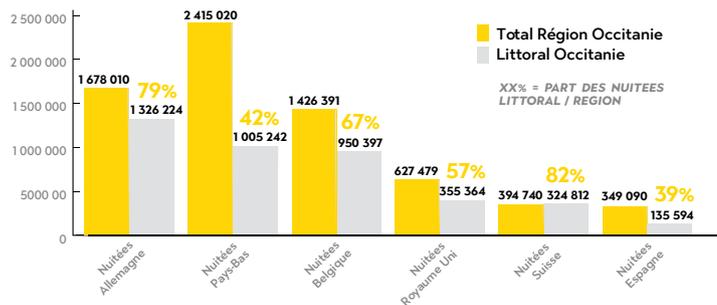
HOTELLERIE DE PLEIN AIR - NOMBRE DE NUITÉES - AVRIL A SEPTEMBRE 2018



HOTELS - NOMBRE DE NUITÉES - 2018



HOTELLERIE DE PLEIN AIR - NUITÉES ÉTRANGÈRES - PRINCIPALES CLIENTÈLES
AVRIL A SEPTEMBRE 2018



LA MONTAGNE



LA MONTAGNE HIVER SKI DE PISTE ET SKI NORDIQUE

En hiver et en particulier dans les Pyrénées, les stations de ski concentrent près de 90% de la fréquentation (hors Lourdes). La proximité avec l'Espagne en fait légitimement la clientèle étrangère la plus représentée.



• **43 stations de ski et espaces nordiques**



• **Offre thermique et de bien-être de référence** : 22 stations thermales. En zone massif Pyrénées Occitanie on compte : 20 stations thermales, 15 espaces Détente et Bien-Être dans ou à proximité des stations dont 13 en eau thermale.

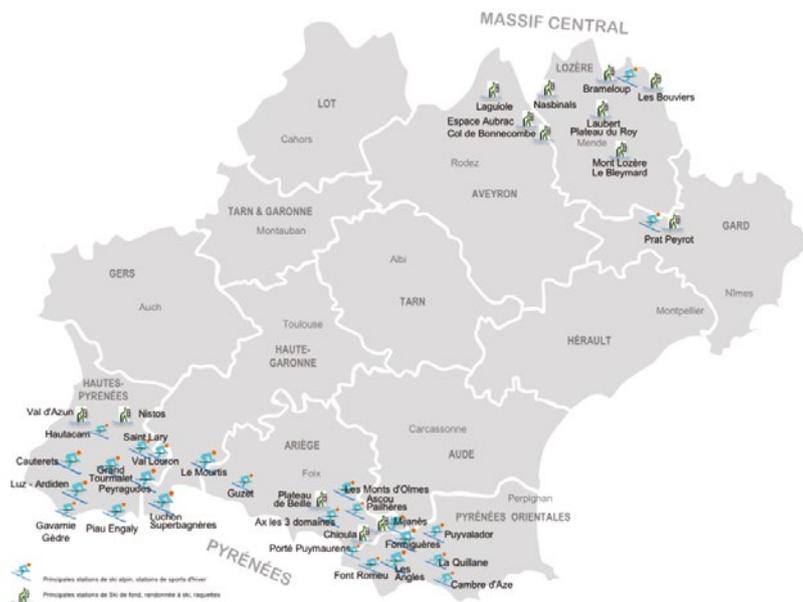
Source : Confédération Pyrénéenne du Tourisme en partenariat avec Observatoires départementaux et régionaux du Tourisme, Domaines Skiabiles de France, Espaces nordiques pyrénéens, CNETH, INSEE, Sofres, FVT 2018



LE MASSIF DES PYRÉNÉES REPRÉSENTE EN MOYENNE ANNUELLEMENT

- **13,5 millions** de nuitées françaises,
- **933 000** nuitées hôtelières (moyenne annuelle sur la période allant de l'hiver 2014 à l'été 2018) dont : 15 % produites par la clientèle étrangère (dont 88 % de clientèle européenne),
- **59 %** durant le semestre estival et 41 % durant le semestre hivernal,
- **1,337 millions nuitées** dans l'hôtellerie de plein air de mai à septembre (moyenne des étés 2014 à 2018), dont 18 % de nuitées étrangères,

Le poids de cet univers de consommation représente environ 11% des nuitées (tous hébergements confondus) en Occitanie dont 8% pour les Pyrénées.



FOCUS PYRÉNÉES

Impact économique

697 millions d'euros de consommation touristique générés par l'activité des domaines skiables pyrénéens

187 millions d'euros d'impact économique de l'activité thermique

7 300 emplois salariés en moyenne par an liés au tourisme en zone montagne Pyrénées d'Occitanie (emploi salarié direct uniquement)

Ski de piste

99,5 millions d'euros TTC de chiffre d'affaires réalisé par les remontées mécaniques (moyenne des hivers 2014 à 2018)

4,4 millions de journées skieurs comptabilisées (moyenne des hivers 2014 à 2018)

> **91 %** des journées skieurs pyrénéennes

> **8 %** des journées skieurs nationales

Espaces nordiques

1,022 millions euros TTC de redevances nordiques (moyenne des hivers 2014 à 2018)

180 000 journées nordiques (moyenne des hivers 2014 à 2018)

> **75 %** des journées nordiques pyrénéennes

> **67 %** des journées nordiques réalisées en ski de fond et 33 % en autres activités nordiques (raquettes, piétons, luges, chiens de traîneaux)

LA MONTAGNE ÉTÉ - OUTDOOR, ITINÉRANCE, RANDONNÉE PÉDESTRE, RANDONNÉE CYCLISTE, ROUTE DES COLS DU TOUR DE FRANCE

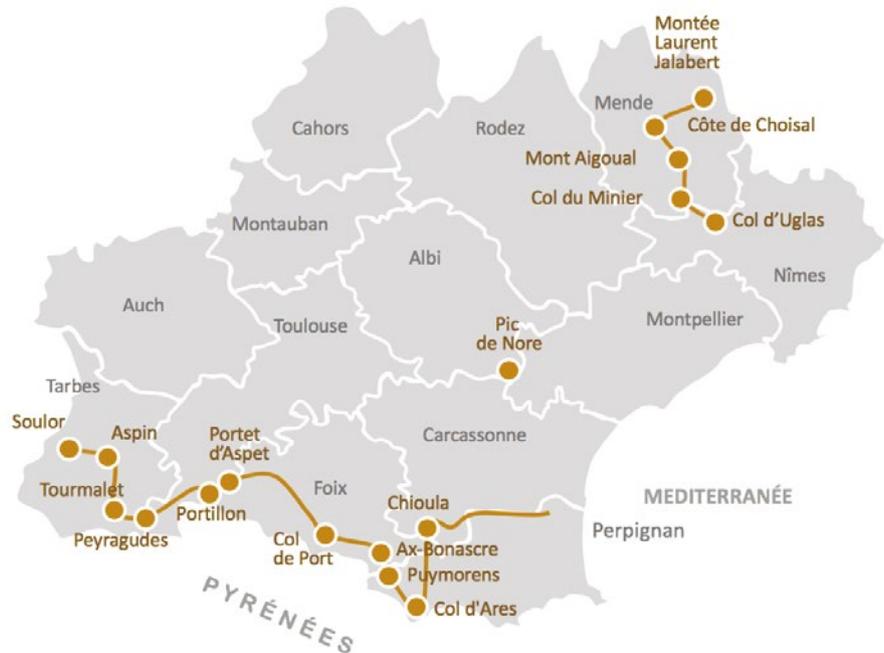
Des paysages grandioses, des sites emblématiques et préservés, « le Pyrénéisme » depuis le 19^{ème} siècle,

Un environnement riche en paysages uniques avec un patrimoine de qualité.

Des terroirs et des productions locales riches, le maintien des traditions par l'agropastoralisme,

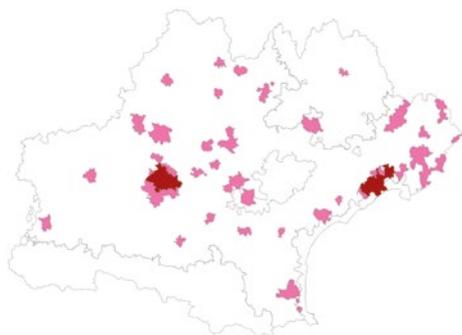
Une forte densité des activités proposées (vélo, randonnée, sports Outdoor),

Événementiel du Tour de France (route des cols pyrénéens).



L'URBAIN

PRÈS DE
1,2 MILLIONS
DE LITS, SOIT ENVIRON
19,5% DE L'OFFRE
RÉGIONALE



Comme observé au niveau national, la visite de ville (41% des séjours) et la visite de musées, expositions monuments et sites (19%) font partie des activités culturelles les plus pratiquées par les Français en Occitanie. De plus, les jeunes et les visiteurs sans enfant sont surreprésentés parmi les amateurs français du tourisme en ville.

LA FRÉQUENTATION

Concernant les hébergements marchands :

L'urbain est l'univers touristique le plus fréquenté pour les hôtels enregistrant 53% des nuitées hôtelières de la région.

La fréquentation hôtelière dans les villes moyennes pèse autant que celle des 2 métropoles (en nuitées), avec une part significative du tourisme d'affaires.

La part de la clientèle internationale est de 25% en moyenne avec une clientèle majoritairement européenne.

Nuitées Hôtels 2018	UNIVERS URBAIN	Toulouse	Montpellier	Urbain hors métropoles
Nuitées totales	8 669 688	2 419 306	1 584 642	4 665 740
Nuitées françaises	6 533 177	1 681 593	1 219 894	3 631 690
Nuitées étrangères	2 136 511	737 713	364 748	1 034 050
% Nuitées Affaires	60%	73%	57%	53%

Près de 3 millions de nuitées, essentiellement françaises (84%), sont réalisées dans les autres hébergements collectifs (du type résidences de tourisme, auberges de jeunesse, villages de vacances) de l'espace touristique urbain.... Avec une fréquentation lissée sur toute l'année et le plus fort taux d'occupation moyen annuel de la région (66% vs 54% en moyenne pour la région).

Les campings de cet espace totalisent près de 1,7 millions de nuitées avec pour particularité une part importante de nuitées étrangères (40% vs 28% en moyenne pour les campings de la région), dont la moitié des Pays-Bas.

Source : INSEE 2018 - Hôtels et AHCT (Année) – Campings (Avril à Septembre)

LE TOURISME D'AFFAIRES

L'OFFRE

- Le dernier classement ICCA (International Congress and Convention Association) en date place Toulouse au 4ème rang et Montpellier au 9ème rang des villes françaises pour l'accueil de congrès,

- L'Occitanie est équipée d'un grand nombre de centres de congrès à Toulouse, Montpellier, Perpignan, Tarbes, Béziers, Rodez, Mende, Narbonne, Nîmes, Cahors, La Grande-Motte, Pont-du-Gard et Labège,

- A Toulouse, Montpellier mais aussi à Perpignan ou Pont-Saint-Esprit, 14 pôles de compétitivité dont 1 mondial (Aerospace valley) et 2 à vocation mondiale (Aqua-Valley et Mer Méditerranée). Leurs compétences s'étendent à de nombreux domaines : aéronautique et espace, agroalimentaire, biotechnologie et santé, énergies renouvelables, ...

- L'Occitanie est une véritable pépinière d'entreprises, avec des start-ups qui éclosent par centaines sur le territoire. Les 2 métropoles de Toulouse et Montpellier sont labellisées FrenchTech, tandis que l'Occitanie est la 1ère région à avoir obtenu le label international Fab Région pour son aide aux FabLabs. A Nîmes, l'Open Tourisme Lab, accélérateur pour entreprises innovantes, est spécialisé dans l'industrie du tourisme.

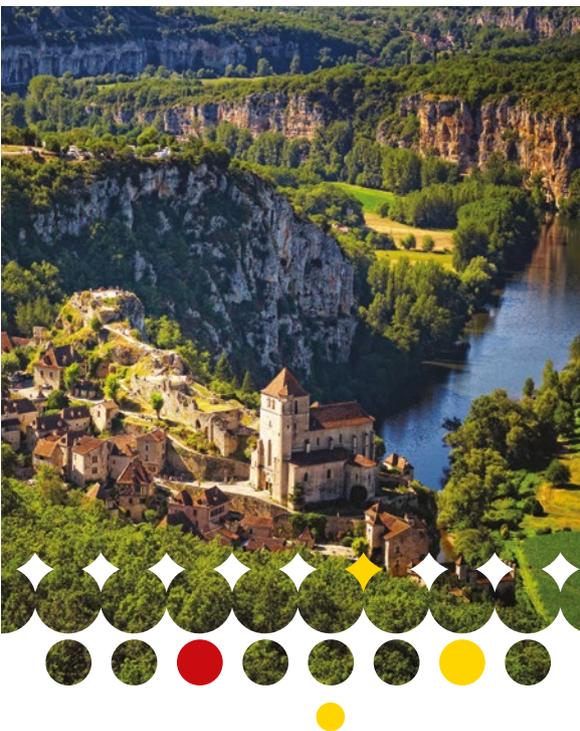
- Près de l'aéroport Toulouse-Blagnac, le nouveau Parc des Expositions MEETT (40 000 m²) et Centre de Conventions de Toulouse (jusqu'à 10 000 personnes) ouvrira ses portes en 2020. Réalisé par un grand nom de l'architecture, Rem Koolhaas, cet ensemble constitue la 3ème plus grande enceinte de France hors Paris,

- Près de 700 structures à capacité d'accueil

LA FRÉQUENTATION HÔTELIÈRE

Avec 6,9 millions de nuitées Affaires, la région se situe au 6ème rang des destinations régionales (7% de part de marché).

En Occitanie, 42% des nuitées hôtelières sont générées par la clientèle Affaires, de façon plus marquée dans l'urbain (60% des nuitées) et à Toulouse (73%).



LA CAMPAGNE



OFFRE : Plus de 2 millions de lits touristiques, soit 35% de l'offre régionale

FRÉQUENTATION DES HéBERGEMENTS MARCHANDS

Avec 6,5 millions de nuitées dans les **campings**, la campagne est le second univers touristique le plus fréquenté (25% des nuitées régionales). 30% de ces nuitées sont réalisées par la clientèle internationale, nettement dominée par les Pays-Bas (1 nuitée étrangère sur 2).

Les **hôtels** enregistrent 2,4 millions de nuitées, dont 17% de clientèle étrangère. La fréquentation se concentre sur la saison d'été (avril à septembre) soit 74% des nuitées hôtelières.

Les **autres hébergements collectifs** (de type villages de vacances, résidences de tourisme, auberges de jeunesse,...) totalisent également 2,1 millions de nuitées, avec une clientèle majoritairement française (89%). La saison d'été rassemble près de 80% de la fréquentation annuelle.

Source : INSEE 2018 - Hôtels et AHCT (Année) – Campings (Avril à Septembre)

Focus sur les courts-séjours à la campagne :

- 3 français sur 10 sont partis en court-séjour à la campagne entre mars 2017 et mars 2018 vs 38% à la mer et 43% dans une ville de France.
- Les Français effectuant des courts-séjours à la campagne le font en moyenne 2 fois/an,
- Le court séjour se vit à plusieurs, bien souvent dans un cadre familial,
- Le printemps séduit pour un court-séjour à la campagne (78%), devant l'autre saison tempérée, l'automne (58%),
- Deux types d'hébergements sont privilégiés pour les courts-séjours à la campagne : le non marchand (maison de famille, chez parents des amis : 50%) et la location d'appartements, maisons ou gîtes (30% + 15% entre particuliers en ligne),
- Si le court-séjour à la campagne s'anticipe en grande partie, un tiers des voyageurs ne le prévoit que peu de temps avant, + 2 semaines avant = 64% et 2 semaines ou moins avant le jour J : 36%,
- La principale préoccupation quant à un court-séjour à la campagne est avant tout le budget à prévoir, suivi de près par l'environnement du séjour et l'envie de découvrir.

Source : Etude Les Français et les courts séjours à la campagne - Source : Etude KANTAR TNS - AIRBNB – Eure Et Loir Tourisme - Mars 2018

LES FILIÈRES PRIORITAIRES

L'OENOTOURISME ET L'AGRITOURISME EN OCCITANIE

L'OENOTOURISME

- 1^{ère} région viticole de France,
- 1^{er} vignoble français par la surface (34% des surfaces viticoles de France), comptant 80 appellations (44 AOP et 36 IGP) déployées sur 300 000 hectares.

La destination Occitanie Sud de France offre le plus vaste vignoble du monde. 33% du vin français et 43 % de la production nationale de vins rouges et rosés.

Le vignoble de l'Occitanie revendique sa grande diversité par la richesse de ces paysages, de la montagne noire à la Méditerranée, des causses aux cotéaux baignés de soleil, la variété des climats et des sols assurent à la production de ce territoire d'excellence une palette aromatique parmi les plus larges.

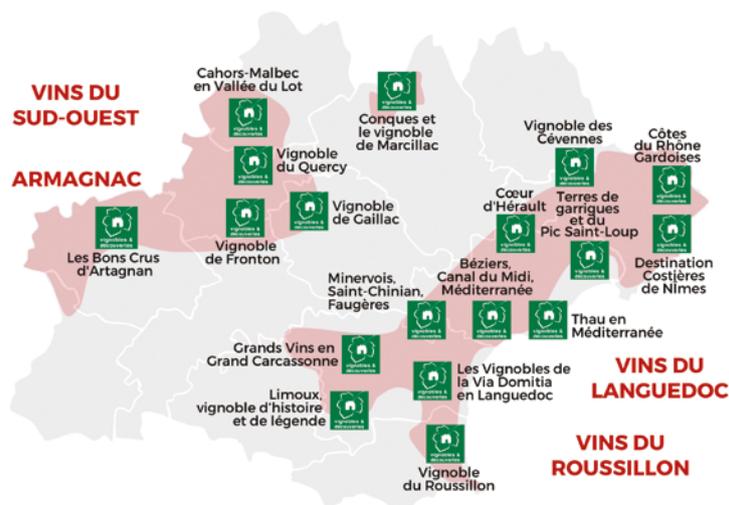
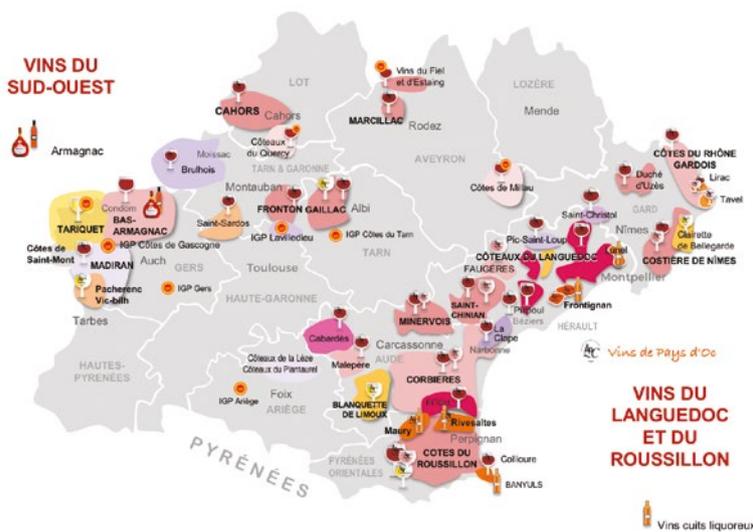


LE LABEL
« VIGNOBLES & DÉCOUVERTES »
est un label national d'excellence
promu par Atout France et Office
de Tourisme de la France.

Ce label vise à promouvoir les territoires et leurs prestataires engagés dans un accueil œno-touristique qualifié. Les prestations concernent les caveaux de dégustation, l'hébergement, la restauration, les visites de sites, les événements et les activités permettant la découverte de l'identité viticole des territoires.

18 appellations en Occitanie répondent aux critères du label national « Vignobles & Découvertes » créé pour faciliter l'identification des destinations phare de l'œnotourisme en France. Il guide vers des prestations touristiques de qualité et regroupe tous types de prestataires (caves, châteaux et domaines, hôtels, hébergements locaux et chambres d'hôtes, visites guidées et routes thématiques, séjours et week-ends clefs en main, restaurants, visites de sites culturels, activités de loisirs et randonnées, fêtes et événements mais également Offices de Tourisme) qui s'engagent dans cette démarche.

LES VIGNOBLES, LES TERROIRS ET LES VINS D'OCCITANIE

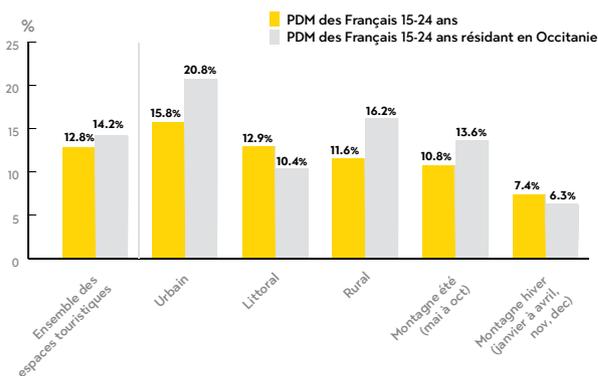


ENFANCE JEUNESSE

LES VOYAGES EN OCCITANIE DES JEUNES FRANÇAIS ÂGÉS DE 15 À 24 ANS

Les jeunes 15-24 ans réalisent 12,8% de l'ensemble des voyages des Français en Occitanie (versus 13,6% en moyenne pour la France).

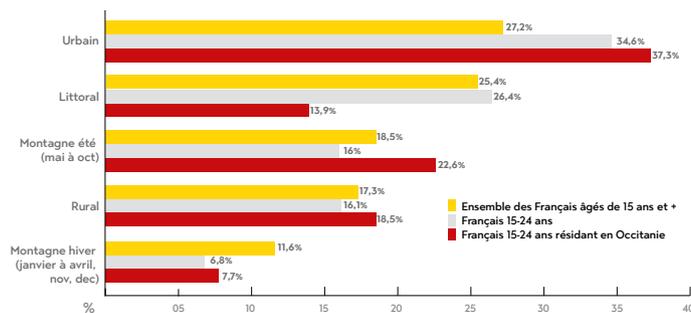
Ils sont surreprésentés dans l'espace touristique urbain (15,8% des voyages), en particulier ceux qui résident en Occitanie (20,8%).



Ainsi :

- L'univers urbain s'inscrit au 1er rang des destinations des 15-24 ans en Occitanie : plus d'un voyage sur 3 (34,6%)

- Suivi par le littoral : plus d'un voyage sur 4 (26,4%)



Source : KANTAR TNS - Etude Suivi de la Demande Touristique française - 2017

LES VOYAGES DES ENFANTS ÂGÉS DE MOINS DE 15 ANS EN FRANCE

- 3 enfants sur 4 de moins de 15 ans sont partis en voyage avec leurs parents en 2016.

- Les enfants de moins de 15 ans réalisent un tiers de leurs voyages sans leurs parents.

Il s'agit d'abord de séjours avec les grands-parents (55,2% des séjours sans les parents) ou avec d'autres membres de la famille ou amis (13,2% des voyages sans les parents), plus particulièrement pour les moins de 6 ans.

Les autres séjours des enfants sans les parents sont essentiellement :

- des voyages scolaires ou linguistiques (16,2% des voyages sans les parents) plus particulièrement pour les 10-14 ans (28%)

- les colonies de vacances ou camps de centres aérés (11,6% des voyages sans les parents), plus particulièrement les 6-9 ans (14,8%) et les 10-14 ans (15,0%)

- Comme pour les adultes, le taux de départ des enfants en vacances dépend beaucoup des revenus du foyer. La croissance du taux de départ des enfants avec les parents est encore plus marquée pour les voyages avec les parents. Ainsi les voyages sans les parents permettent le départ d'un plus grand nombre de partants.

Source : DGE - Dispositif SDT, enquête complémentaire sur les voyages des enfants 2016-2017 - Le 4 Pages n°80 - Février 2018

OPÉRATION « PREMIERS DÉPARTS EN VACANCES » EN OCCITANIE

Le dispositif régional « Premiers départs en vacances » permet chaque année à plus de 2 400 enfants âgés de 6 à 17 ans issus de milieux modestes de la région Occitanie de partir entre 7 et 21 jours en pension complète.

L'année 2017 a été particulière puisqu'elle a été marquée par l'extension du dispositif à l'ensemble de la région Occitanie.

Depuis 1996, plus de 43 000 enfants ruraux et urbains habitant la région Occitanie, ont pu bénéficier d'un premier départ en vacances.

Source : UNAT Occitanie

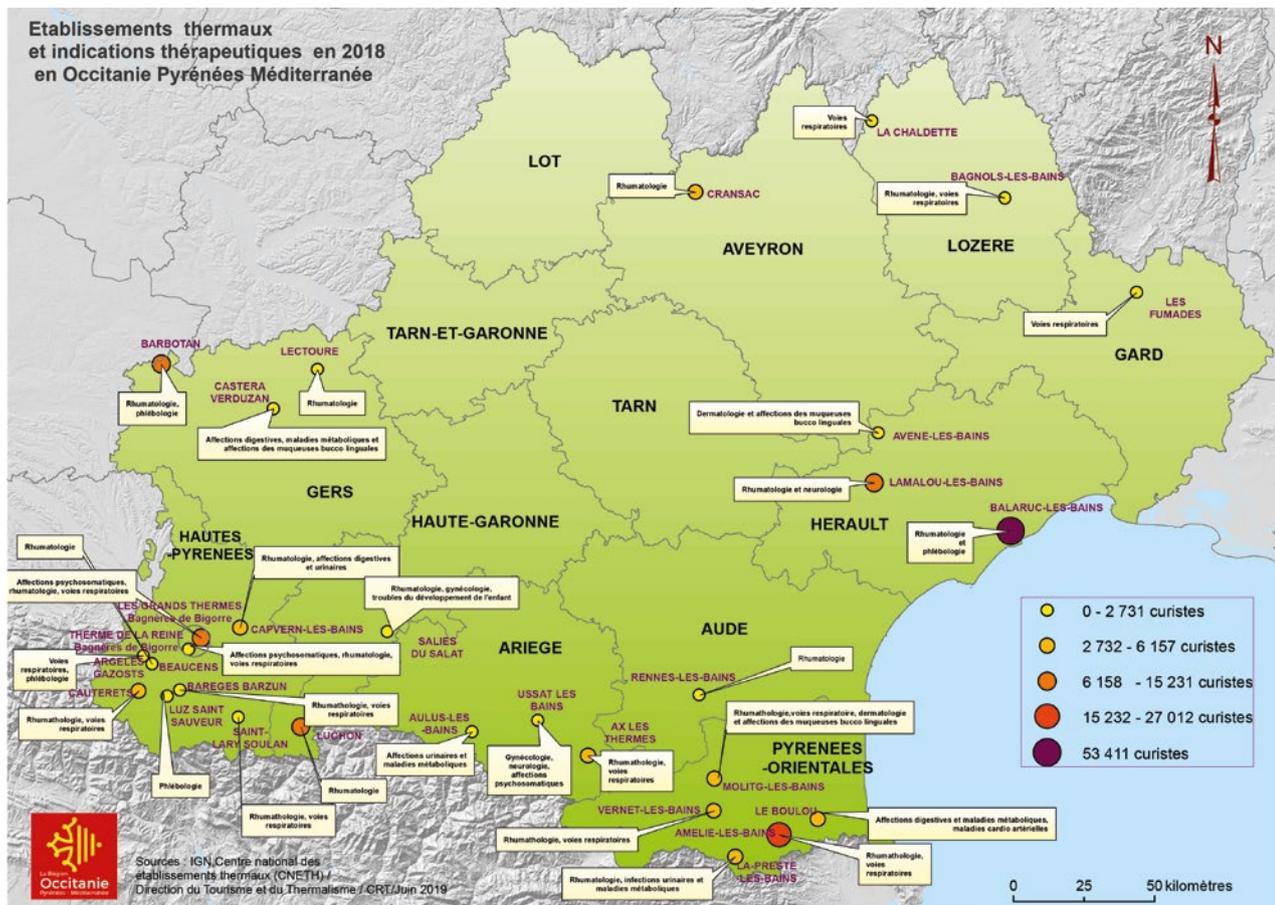
LE THERMALISME, LE BIEN-ÊTRE

En 2018, la région Occitanie conserve sa place de **1^{ère} région thermale** devant Nouvelle Aquitaine et Auvergne Rhône-Alpes avec **31%** de part de marché, avec près de **187 000 cures thérapeutiques** dont la moitié dans le massif pyrénéen. Elles génèrent environ 100 millions d'euros HT de chiffre d'affaires.

Plus de **305 500 séjours** (curistes, accompagnants et séjours Forme et Bien-Être) réalisés dans les 30 stations thermales de la région génèrent près de **6 millions de nuitées** sur le territoire régional.

Plus de **1 million d'entrées journées** réalisées dans les centres thermoludiques et espaces dédiés dans les établissements thermaux.

Sources : Cneth, Réseau des Observatoires du Tourisme d'Occitanie 2017-2018



LES GRANDS SITES D'OCCITANIE SUD DE FRANCE

Le patrimoine est un facteur d'attractivité majeur de la région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée : La région concentre pas moins de 8 sites classés au patrimoine mondial de l'Unesco, dont le Pont du Gard, la Cité de Carcassonne, les chemins de Saint Jacques de Compostelle, le cirque de Gavarnie et le Canal du Midi ; 5 Grands sites de France ; 8 Opérations Grands Sites ; 4 500 monuments historiques ; 132 musées de France ; 6 Parcs Naturels Régionaux ; 2 Parcs Nationaux (des Pyrénées et des Cévennes) ; 1 Parc marin (Golfe du Lion).

Le patrimoine est source de développement et d'emploi pour de nombreux secteurs : tourisme, bâtiment, restauration d'art, recherche...

La Région a donc décidé de s'appuyer sur les sites culturels, patrimoniaux, historiques, naturels exceptionnels afin de structurer au sein du territoire régional des destinations touristiques majeures.

Ce sont ainsi **40 Grands Sites d'Occitanie Sud de France** qui maillent le territoire régional : sites patrimoniaux, culturels, naturels et historiques.



ENJEUX ET OBJECTIFS DE LA POLITIQUE GRANDS SITES OCCITANIE :

- favoriser le développement de l'activité au sein des territoires,
- pérenniser et créer des emplois dans le secteur du tourisme, de la culture et de l'environnement,
- développer la notoriété et l'attractivité de la destination Occitanie en prenant appui sur les sites touristiques, naturels et culturels de forte notoriété, la promotion de la destination de la Région OCCITANIE/Pyrénées Méditerranée sur les marchés étrangers, français et de proximité,
- développer une dynamique de préservation, de valorisation, de médiation culturelle et patrimoniale dans les cœurs emblématiques des « Grands Sites Occitanie »,
- innover dans les nouvelles approches artistiques, numériques et ludiques du patrimoine,
- structurer l'offre avec l'amélioration de la qualité de l'accueil, des services, des produits et des aménagements afin que le séjour sur le site soit à la hauteur des attentes des visiteurs,
- organiser une démarche concertée entre acteurs de la culture, du tourisme et de l'environnement dans la valorisation des « Grands Sites Occitanie »
- inciter les visiteurs à découvrir les sites et produits de son territoire environnant ainsi que les autres « Grands Sites Occitanie » de la région Occitanie,
- favoriser l'appropriation du patrimoine des « Grands Sites Occitanie » par les habitants de la Région et les acteurs touristiques et culturels afin d'en faire les ambassadeurs de notre territoire régional
- préserver la qualité de vie des habitants de la région et de chaque territoire concerné.

LES 10 CHIFFRES-CLÉS DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE À RETENIR

15,9 MILLIARDS : C'EST LA CONSOMMATION TOURISTIQUE RÉGIONALE (4^{ÈME} RANG NATIONAL)

SOIT **10,3%** : C'EST LE POIDS DANS LE PIB RÉGIONAL

186 MILLIONS : C'EST LE NOMBRE DE NUITÉES TOURISTIQUES EN 2018

DONT : **65%** DE NUITÉES FRANÇAISES / **35%** DE NUITÉES ÉTRANGÈRES

96 500 : C'EST LE NOMBRE D'EMPLOIS TOURISTIQUES

(4^{ÈME} RANG)

6 MILLIONS : C'EST LE NOMBRE TOTAL DE LITS TOURISTIQUES

DONT : **17%** DE LITS MARCHANDS / **83%** DE LITS NON MARCHANDS

51€ : C'EST LA DÉPENSE MOYENNE PAR NUIT D'UN TOURISTE FRANÇAIS EN OCCITANIE

1,2 MILLIARDS : C'EST LE MONTANT MOYEN ANNUEL INVESTI DANS LE SECTEUR TOURISTIQUE (HÉBERGEMENTS ET ÉQUIPEMENTS)

821 000 : C'EST LE NOMBRE D'ENTRÉES PAYANTES DU PONT DU GARD, SITE RÉGIONAL PAYANT LE PLUS VISITÉ

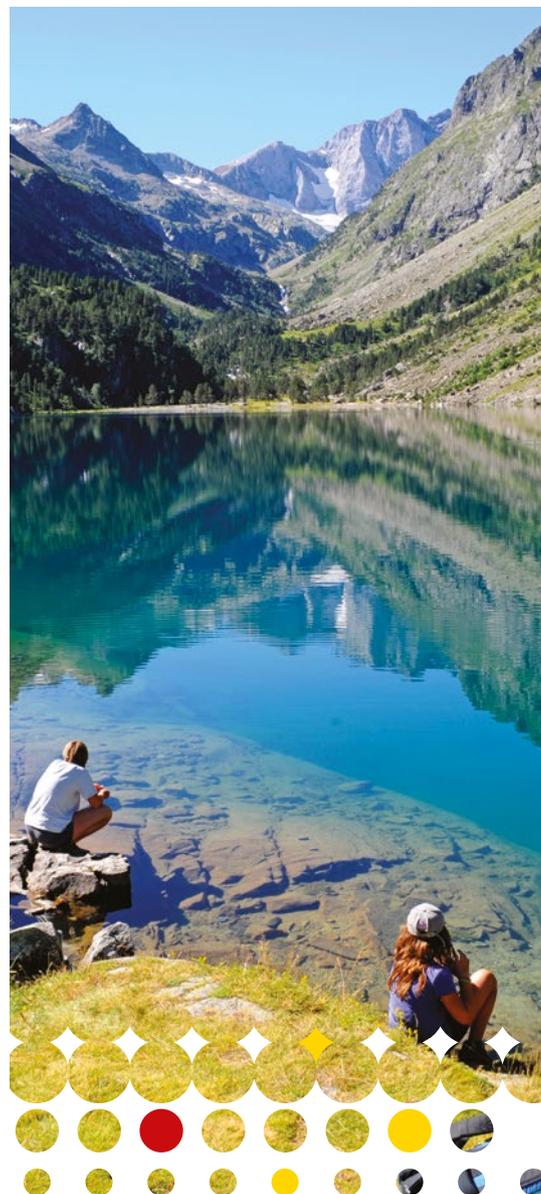
13,5 MILLIONS : C'EST LE NOMBRE DE PASSAGERS ACCUEILLIS DANS LES 10 AÉROPORTS

520 000 : C'EST LE NOMBRE DE RÉSIDENCES SECONDAIRES

(1^{ÈR} RANG)

1 200 : C'EST LE NOMBRE D'ACTEURS TOURISTIQUES ENGAGÉS DANS LA DÉMARCHE DE PROGRÈS QUALITÉ TOURISME OCCITANIE SUD DE FRANCE

Sources : FLUX VISION TOURISME 2018 - Base de données Territoriale CRT Occitanie - Mémento national DGE - ACOSS - KANTAR TNS Étude SDT 2017 - INSEE 2018





Destination
Occitanie
Comité Régional du Tourisme

TOURISME-OCCITANIE.COM

[https://pro.tourisme-occitanie.com/
observatoire@crtoccitanie.fr](https://pro.tourisme-occitanie.com/observatoire@crtoccitanie.fr)

PARTAGEZ OCCITANIE SUD DE FRANCE



Edition 2019

