

L'état du
tourisme de
l'Occitanie en
2021





Les grands repères



de nuitées touristiques tous modes d'hébergements confondus (-11% par rapport à 2019)
Source : FluxVision Tourisme - Année 2021



de lits (potentiellement touristiques) dont près d'1 million dans le secteur marchand

Source : CRTL Occitanie - Base de Données Territoriale 2021



de retombées économiques soit 10,3% du PIB régional (contre 7,2% au niveau national)

Source : DGE - Mémento national 2018



dans le secteur du tourisme dont 95 000 directement liés à la présence de touristes dans la région soit 6,6% de l'emploi salarié marchand en Occitanie (contre 6,3% au niveau national)

Source : INSEE Publication 2022 - Données 2018 « tous salariés » (DADS-DSN)

INTRODUCTION

Le contexte si particulier de la crise semble avoir encore renforcé la place de l'Occitanie dans le cœur des Français, comme destination privilégiée de leurs vacances.

En effet, aux traditionnels adeptes de l'Occitanie, se sont ajoutés bon nombre des Français, issus notamment de Région Parisienne et des grandes métropoles nationales, qui partaient habituellement à l'étranger et qui ont ainsi (re)découvert les charmes de la région.

De grands espaces naturels, un patrimoine culturel hors-normes, un littoral aux multiples facettes, toute la gamme des paysages de montagne, deux métropoles, un réseau de petites villes où il fait bon vivre et les valeurs d'un pays de caractère ... Il faut dire qu'incontestablement, l'Occitanie dispose de tous les atouts pour répondre aux attentes et aux exigences des nouveaux voyageurs !

De nouvelles tendances, dont la crise a accéléré l'émergence, se précisent en faveur d'un tourisme plus soucieux de son empreinte, privilégiant des déplacements plus courts, une approche plus vertueuse du voyage.

Pour autant, la fin des restrictions de circulation va probablement créer un « appel d'air » à court terme qui pourra donner l'impression trompeuse que tout peut redevenir comme avant.

Au regard du gigantesque défi auquel le monde est aujourd'hui confronté, l'enjeu d'une politique touristique ne peut se limiter à convaincre nos clients potentiels que l'Occitanie répond à la fois à leur désir de vacances mémorables et à leurs aspirations à un tourisme plus vertueux. C'est à une véritable réinvention de l'activité à laquelle nous sommes invités, pour la rendre plus juste et plus durable.

SOMMAIRE

- 3 ENVIE DE VOYAGES EN OCCITANIE
- 10 RETOUR SUR L'ANNEE 2021
- 22 REGARD SUR L'EMPLOI ET L'INVESTISSEMENT
- 26 ZOOM SUR LES CLIENTELES D'OCCITANIE

Envie de voyages en Occitanie

Les performances de l'Occitanie

L'Occitanie est la région qui attire le plus de touristes français. Et pour cause, son offre est variée - du littoral à la montagne, de la ville à la campagne -, et ne cesse de s'étoffer.

1^{ère} région de France en termes de labellisés **Qualité Tourisme**

Occitanie Sud de France avec 1422 professionnels



1^{er} pour sa biodiversité
40% du territoire de la région est composé d'espaces naturels remarquables (parcs et réserves).



au 1^{er} rang de l'offre de résidences secondaires
L'Occitanie compte 501 000 résidences (16,3 % de l'offre nationale), ce qui traduit son attractivité et constitue un socle solide de son activité touristique.

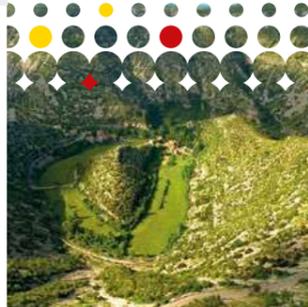
+ de 200 jours de soleil en moyenne/an

L'Occitanie est la deuxième région la plus ensoleillée de France après Provence-Alpes-Côte d'Azur. Montpellier, Nîmes et Perpignan font partie du classement des 10 villes les plus baignées de soleil (+ de 2 400 heures par an).



4 univers de destination qui font sa diversité : le littoral, la montagne, les villes et la campagne. « Cette diversité fait notre richesse et concourt à son attractivité, mais c'est aussi ce qui rend une stratégie de marketing régional très complexe »

Jean Pinard, directeur du CRT



28 stations thermales
Couvant l'ensemble des 12 pathologies reconnues, ces thermes attirent un curiste sur trois en France, ce qui classe l'Occitanie en haut du podium des régions thermales.



43 stations de ski et espaces nordiques
sur les Pyrénées et le Massif Central, dont les célèbres Saint-Lary Soulan, Ax 3 domaines et Font-Romeu.



1^{er} pour son vignoble
Une vraie carte à jouer pour l'œnotourisme ? L'Occitanie est le plus grand vignoble du monde. Sans parler de 247 produits sous « signes d'identification de la qualité et de l'origine » (Label Rouge, AOC, IGP, etc) qui en font un territoire du goût !



1^{er} pour la clientèle française.
L'Occitanie demeure la première région la plus fréquentée par les Français en part de marché des nuitées, juste devant la Nouvelle-Aquitaine.

Source : Etude SDT 2020 - Kantar

220 kilomètres de littoral,
bordés de plages de sable fin de la Côte Vermeille à la Camargue.
35 ports de plaisance (30 000 anneaux). Port Camargue, la plus grande marina d'Europe.



1^{er} par la richesse de son patrimoine
L'Occitanie est la région qui compte le plus de sites classés à l'UNESCO (8), mais aussi le plus grand nombre de « Plus Beaux Villages de France » (47). Elle abrite également des sites mondialement connus comme le Pont du Gard, Lourdes ou Carcassonne.



+ de 1 400 campings et 136 000 emplacements de passage
L'Occitanie est régulièrement la 1^{ère} région de France pour l'hôtellerie de plein air, elle représente environ 20% de l'offre nationale et 21% des nuitées.

41 Grands Sites Occitanie/ Sud de France
Une collection de 41 sites exceptionnels (patrimoniaux, culturels, naturels et historiques) qui ont obtenu le label Grands Sites Occitanie / Sud de France.



Les chiffres-clés de l'année 2021 en Occitanie

NUITÉES

Cette année par rapport à : 2020 : **+17%**
2019 : **-11%**

Sur juillet-août par rapport à : 2020 : **+9%**
2019 : **+10%**

185 millions
Nombre de nuitées touristiques pour l'année 2021

1,57 millions
Nombre maximum de nuitées journalières enregistré le 7 août

NUITÉES FRANÇAISES

Cette année par rapport à : 2020 : **+16%**
2019 : **+4%**

Sur juillet-août par rapport à : 2020 : **+6%**
2019 : **+29%**

75%
Poids des nuitées françaises en 2021, en hausse de 11 points par rapport à 2019 (64%)

+22%
Record d'augmentation des nuitées françaises enregistré sur le littoral entre 2021 et 2020

NUITÉES ÉTRANGÈRES

Cette année par rapport à : 2020 : **+19%**
2019 : **-38%**

Sur juillet-août par rapport à : 2020 : **+21%**
2019 : **-23%**

+34%
Record d'augmentation des nuitées étrangères enregistré sur le littoral entre 2021 et 2020



76%
Part des professionnels de la région jugeant satisfaisante leur activité sur la saison



+4%
Hausse des nuits louées dans le locatif en plateforme (Airbnb, Abritel-Homeaway) en 2021 par rapport à 2019



+11%
Progression des nuitées françaises dans l'hôtellerie de plein air sur la période de juin à septembre 2021 par rapport à 2019

Pour suivre nos publications : <https://pro.tourisme-occitanie.com/>

Sources : FluxVision Tourisme - AIRDNA - INSEE - Enquête de conjoncture

L'offre d'hébergement

Le poids du secteur marchand en Occitanie (hors locatif en plateforme) repose à 50% sur la capacité d'accueil des campings, La région est au 1er rang national pour l'hôtellerie de plein air avec près de 1 400 campings, pour 136 000 emplacements de passage et près de 500 000 lits disponibles. L'offre d'hôtellerie de plein air se concentre dans deux univers : de façon marquée le littoral qui représente plus d'un lit sur deux (52%) et plus modérément la campagne (26%).

L'Occitanie se situe au 4ème rang national pour le nombre d'hôtels avec 1854 établissements

ments soit 60 000 chambres offertes ...avec une spécificité : Lourdes, 3ème ville hôtelière de France qui concentre 133 hôtels et près de 10 000 chambres offertes. (Source : INSEE - 2021). 44% de l'offre hôtelière se concentre dans l'univers urbain. A noter que l'offre hôtelière des villes moyennes hors métropoles (25%) pèse autant que celles des 2 métropoles réunies (22%)

Le parc des Autres Hébergements Collectifs Touristiques (AHCT) composé principalement de résidences de Tourisme et plus modérément de villages de vacances, d'auberges de jeunesse et

de centres sportifs se répartit majoritairement sur trois univers : le littoral (31%), les Pyrénées (23%) et la Campagne (18%).

À la lisière entre marchand et non-marchand, le secteur du locatif en plateforme (Airbnb, Abrisel/ Homeaway, ...) a considérablement modifié le paysage touristique dans le monde, et en Occitanie. Parti de zéro il y a une dizaine d'années, le locatif en plateforme représente aujourd'hui près de 250 000 références en Occitanie et 1 million de lits, ce qui, même si une partie de ces lits ne sont disponibles qu'occasionnellement,

modifie considérablement l'offre touristique. (Source : AIRDNA - 2021 - locatif en plateforme sur Airbnb et Abrisel/Homeaway)

L'Occitanie est au 1er rang pour l'offre de résidences secondaires : environ 500 000 résidences secondaires dont 1 sur 10 appartient à un propriétaire étranger, soit 16% de l'offre nationale (Source : Insee - Fidéli 2017 - Atout France 2019)



| | Littoral | Campagne | Urbain hors métropoles | Massif Central | Métropoles | Pyrénées | Lourdes |
|---|----------|----------|------------------------|----------------|------------|----------|---------|
| Capacité totale En milliers de lits | 1 736 | 2 142 | 690 | 342 | 197 | 296 | 41 |
| dont marchand En milliers de lits | 363 | 267 | 84 | 72 | 25 | 27 | 29 |
| Pourcentage par rapport à l'offre globale (marchande et non marchande) | 28,5% | 35,1% | 11,3% | 5,6% | 3,2% | 4,9% | 0,7% |
| Détail hébergement marchand | | | | | | | |
| Hôtellerie En pourcentage (par rapport à l'offre régionale hôtelière) | 11,5% | 16,0% | 25,2% | 5,1% | 7,2% | 11,9% | 7,2% |
| Hôtellerie de plein air En pourcentage (par rapport à l'offre régionale en hôtellerie de plein-air) | 51,9% | 26,0% | 5,5% | 7,1% | 0,8% | 0,2% | 7,9% |
| Hébergements collectifs En pourcentage (par rapport à l'offre régionale d'hébergements collectifs) | 31,3% | 18,3% | 6,1% | 6,0% | 5,9% | 5,5% | 22,9% |
| Résidences secondaires En pourcentage (par rapport à l'offre hôtelière régionale) | 40,5% | 26,4% | 4,8% | 7,5% | 1,5% | 1,4% | 16,9% |
| Locatif en plateforme En milliers de lits | 302 | 271 | 98 | 25 | 56 | 38 | 143 |

Source : Base de données territoriale CRTL Occitanie

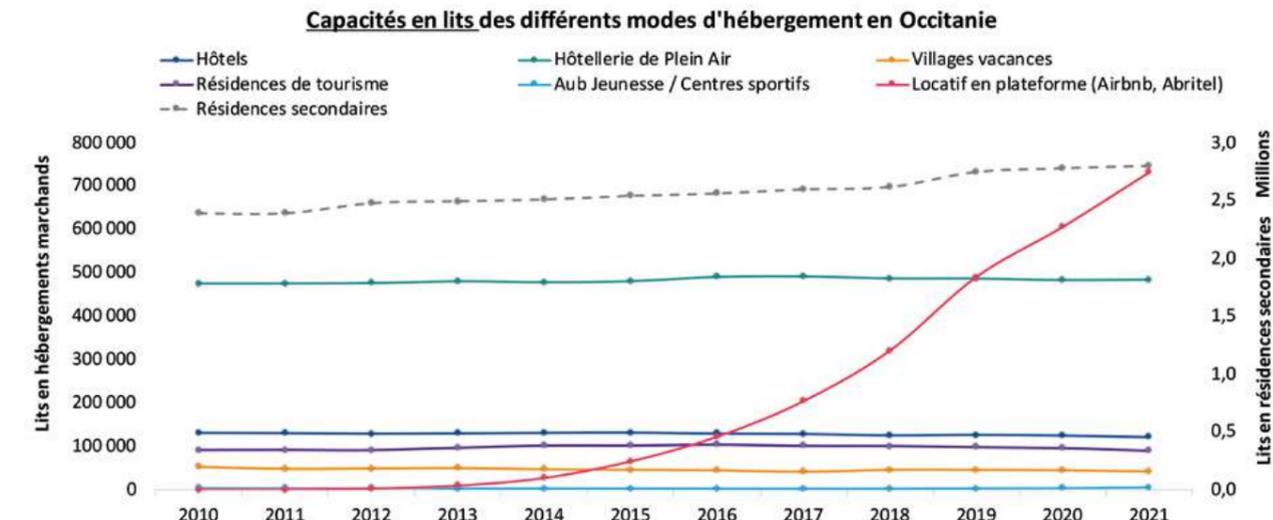
N'oublions pas l'importance du parc de résidences principales en pleine croissance en Occitanie : il constitue des lits potentiellement touristiques.

L'Occitanie compte 2,7 millions de résidences principales. Depuis 1968, leur nombre a été multiplié par 2,3 (1,8 en France métropolitaine). L'Occitanie a ainsi gagné 83 nouvelles résidences principales chaque jour pendant 50 ans. Toutefois, leur proportion diminue, au profit des résidences secondaires dont le nombre fait plus que quadrupler sur la période.

En 50 ans, le nombre de maisons a été multiplié par 2,5 dans la région, celui des appartements par 2,2 (respectivement 2,1 et 1,8 pour la France métropolitaine). Au final, le parc des résidences principales s'est enrichi de 1 million de maisons et de 500 000 appartements supplémentaires en 50 ans en Occitanie.

Le nombre de maisons est multiplié par 1,5 en dehors des aires d'attraction des villes, il double dans les aires de moins de 200 000 habitants et fait plus que tripler dans les aires de plus de 200 000 habitants.

Source : INSEE - Publication août 2021 - <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5418184>



RÉSIDENCES SECONDAIRES :

Un logement sur sept est une résidence secondaire en Occitanie. L'Occitanie est la région de France la mieux dotée en résidences secondaires : 501 000, soit 13,5% de son parc de logements en 2017.

Les résidences secondaires représentent 13,5% des logements de la région en 2017, bien plus que la moyenne de France métropolitaine (8,8%). Ce taux place l'Occitanie en 3ème position des régions françaises derrière la Corse (29,0%) et Provence-Alpes-Côte d'Azur (15,4%). Ce taux varie fortement d'un univers à un autre.

Elles sont particulièrement nombreuses le long de son littoral : les EPCI situés sur le littoral regroupent 41% des résidences secondaires, soit presque le double des zones de montagne (22%). Les 37 % restantes sont dispersées sur les autres espaces du territoire régional.

Très nombreuses sur le littoral, les résidences secondaires pèsent néanmoins davantage dans l'ensemble du parc

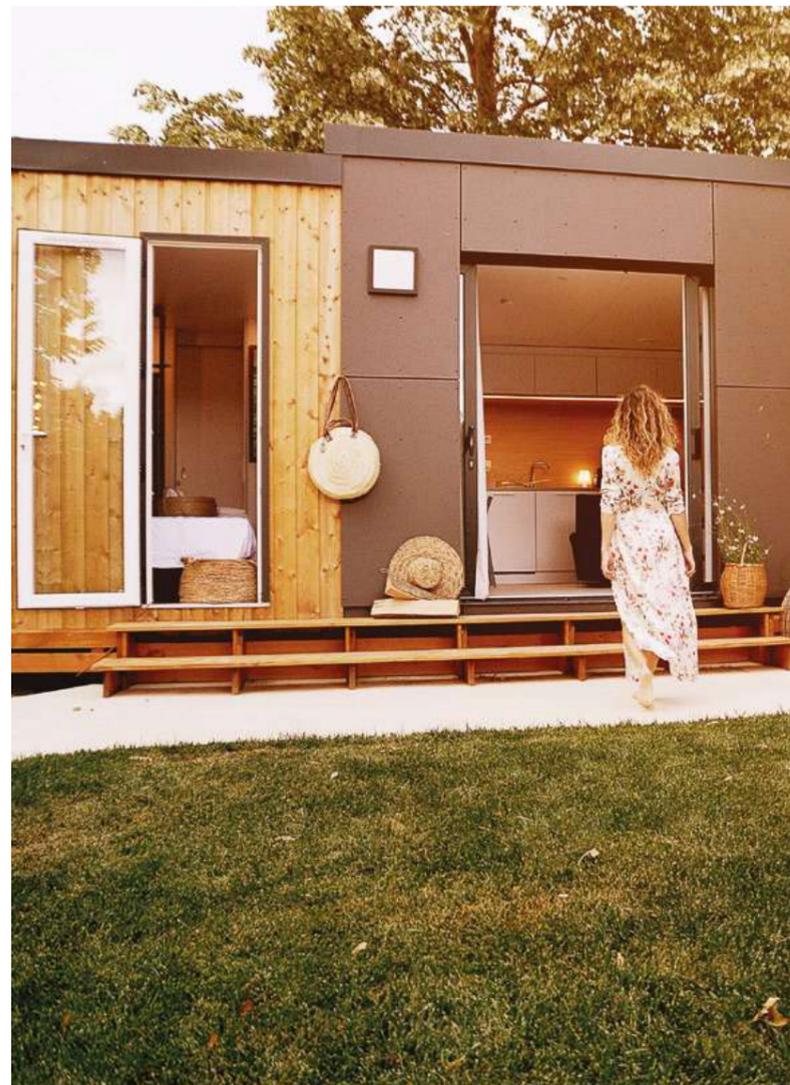
immobilier local en zones montagneuses : en montagne, quatre logements sur dix sont des résidences secondaires contre deux sur dix sur le littoral (et un sur dix dans le reste de la région). La fréquentation de ces résidences secondaires joue ainsi un rôle clé dans l'activité économique des territoires peu peuplés des zones de montagne.

Les caractéristiques des résidences secondaires diffèrent selon les espaces de destination : davantage de petits appartements sur le littoral, de maisons spacieuses et anciennes en zones rurales. Les résidences secondaires sont en majorité détenues, en montagne, par des résidents d'Occitanie et, sur le littoral, par les habitants des autres régions françaises. Le nombre de résidences secondaires s'est accru très fortement sur les cinquante dernières années, notamment dans les années 70-80 en lien avec la mission Racine, et plus qu'au niveau national. Dans la région, il a été multiplié par 4,5 depuis 1968 contre 2,3 pour les résidences principales.

Source : INSEE - Publication juillet 2021 - <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5406154>

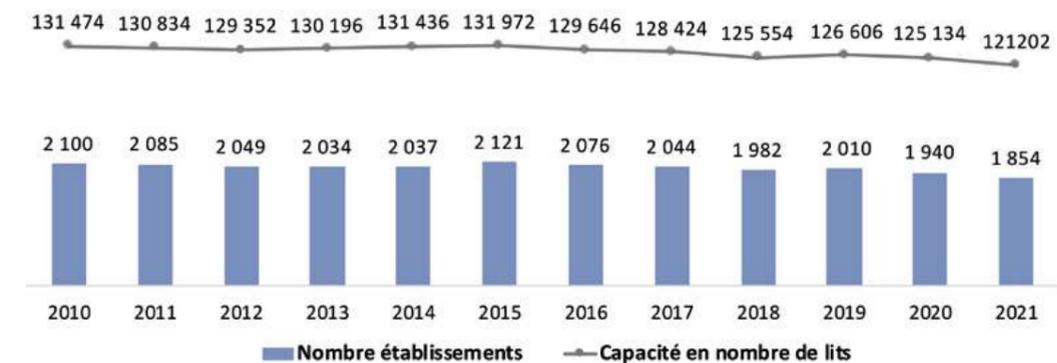


L'offre d'hébergement

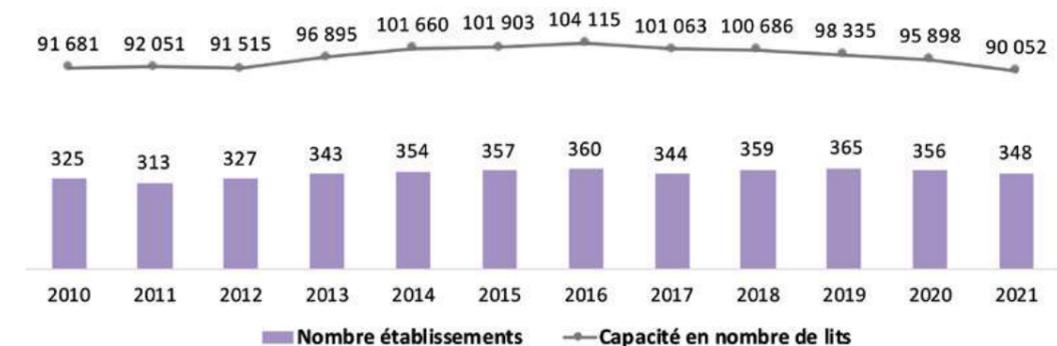


Si les courbes d'évolutions des principaux hébergements marchands peuvent paraître relative-ment stables entre 2010 et 2021, les capacités en lits pour l'hôtellerie, les résidences de tourisme et les villages vacances sont en 2021 à leur point le plus bas de la période étudiée. Par rapport aux niveaux les plus hauts observés au cours des dernières années, ce sont environ 35 000 lits qui ont « disparu » dans ces catégories d'hébergements. L'hôtellerie de plein-air affiche des capacités plus stables sur la période avec même un gain d'environ 10 000 lits.

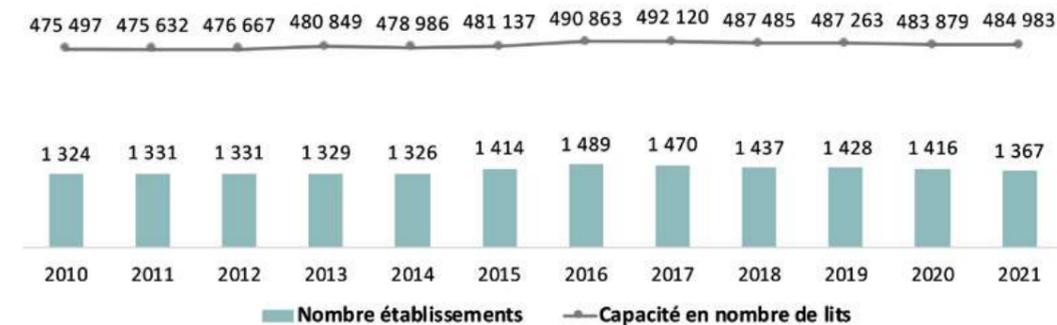
HOTELLERIE - Evolution de l'offre 2010-2021



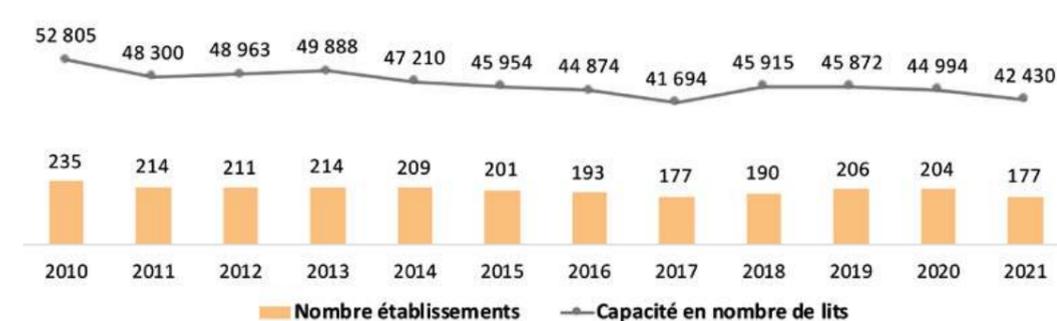
RESIDENCES DE TOURISME - Evolution de l'offre 2010-2021



HOTELLERIE DE PLEIN AIR - Evolution de l'offre 2010-2021



VILLAGES DE VACANCES - Evolution de l'offre 2010-2021



| Moyenne des évolutions annuelles | OFFRE HOTELLERIE | | OFFRE HOTELLERIE DE PLEIN AIR | | OFFRE RESIDENCES DE TOURISME | | OFFRE VILLAGES DE VACANCES | |
|----------------------------------|------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|
| | Pour les 11 dernières années | Pour les 5 dernières années | Pour les 11 dernières années | Pour les 5 dernières années | Pour les 11 dernières années | Pour les 5 dernières années | Pour les 11 dernières années | Pour les 5 dernières années |
| Nombre établissements | -1% | -2% | 0% | -2% | 1% | -1% | -2% | -1% |
| Capacité en nombre de lits | -1% | -1% | 0% | 0% | 0% | -3% | -2% | -1% |
| Taux d'évolution | 2021-2010 | 2021-2016 | 2021-2010 | 2021-2016 | 2021-2010 | 2021-2016 | 2021-2010 | 2021-2016 |
| Nombre établissements | -12% | -11% | 3% | -8% | 7% | -3% | -25% | -8% |
| Capacité en nombre de lits | -8% | -7% | 2% | -1% | -2% | -14% | -20% | -5% |

Cette relative stagnation, voire régression observée de l'offre marchande ne signifie pas nécessairement une diminution de l'offre globale d'hébergement touristique, l'augmentation constante du nombre de résidences secondaires et l'essor du locatif en plateforme compensent largement la disparition d'environ 3,5% des lits dans le secteur marchand traditionnel. C'est la structure même de l'offre qui a considérablement évolué au cours des dernières années, en suivant les nouveaux comportements de consommation touristique.

L'accès permanent et continu au web, donc à l'information et à la réservation ont bouleversé les modes de consommation des visiteurs/touristes, permettant l'essor d'une offre nouvelle, qui s'appuie notamment sur un parcours client plus fluide, qui hybride les notions de marchand et de non-marchand et qui interroge notre rapport à la qualité.

Comme toute évolution, ces changements structurels s'accompagnent de phénomènes plus ou moins positifs. Le développement des plateformes qu'on a dites collaboratives (mais là encore la notion est plutôt floue) permet à tout un chacun d'accueillir des touristes, de générer un complément de revenu, voire d'en faire un business profitable, dans une relation habitant-voyageur qui correspond aux aspirations des clients.

Mais quid du cadre réglementaire dans lequel s'exerce cette fonction, de la distorsion de concurrence entre « professionnels » et loueurs, des phénomènes de « privatisation » de quartiers entiers dans les villes touristiques, sans parler des volumes financiers liés aux commissions et qui ne bénéficient pas aux territoires ?

Une réflexion profonde semble nécessaire sur la question d'un hébergement touristique de qualité pour l'Occitanie, qui réponde à la fois aux aspirations de la clientèle, qui bénéficie en priorité à l'économie locale et qui s'inscrive dans un cadre équitable pour tous les acteurs.

Source : INSEE
Le champ de ces données porte sur :
- les hôtels de tourisme, classés ou pas, de plus de 5 chambres
- sur les campings de plus de 10 emplacements, classés ou pas, y compris les campings résidentiels
- sur une partie des autres hébergements collectifs touristiques : les résidences de tourisme et hébergements assimilés ainsi que les villages vacances
- maisons familiales

Retour sur l'année 2021

Le film de la saison

La dynamique de l'année 2021 a été portée de nouveau par la clientèle française qui représente trois-quarts des nuitées touristiques de l'Occitanie, de façon marquée pendant le cœur de saison (+29% par rapport à 2019) où les gains déjà acquis l'année dernière ont été consolidés. Le retour partiel des clientèles étrangères permet à l'Occitanie d'atteindre en 2021 62% de son volume de 2019, avec un retour qui s'est amorcé seulement début juin.

Rappelons-nous que la fréquentation touristique du 1er semestre 2021 en Occitanie, tous modes d'hébergements confondus (marchands et non marchands) a été :

- non seulement affectée par des nouvelles mesures sanitaires : non ouverture des stations de ski, confinement du 3 avril au 2 mai 2021 intégrant les vacances de Pâques, 9 juin date de fin des restrictions de déplacement en Europe pour les touristes vaccinés, protocoles sanitaires évolutifs (levée progressive du couvre-feu et du port du masque en extérieur, réouverture tardive des terrasses, etc...)
- mais aussi pénalisée par un calendrier réduisant les départs au mois de mai, les 1er mai et 08 mai tombant un samedi.

Dans ce contexte, l'Occitanie réussit toutefois au 1er semestre à atteindre deux tiers des nuitées touristiques de 2019 (-32%), enregistrant une hausse de 13% par rapport au 1er semestre 2020.

La fréquentation touristique de la région « se ré-anime » dès la fin du confinement notamment pour le Pont de l'Ascension, le lundi de Pentecôte et les week-ends de Juin, avec des volumes de nuitées supérieurs à ceux de 2020 mais toujours en deçà de 2019.

Ainsi sur la période de juin à septembre, la fréquentation touristique se rapproche sensiblement de celle de 2019 (97%), bénéficiant d'une hausse de 12% par rapport à 2020. Le bilan est encore plus favorable auprès de la clientèle française dont les nuitées progressent de manière continue depuis deux ans et dépassent ainsi les volumes de 2019. La clientèle étrangère, malgré une reprise par rapport à 2020 (+32%) ne réussit pas encore à atteindre le niveau de 2019 (-33%) en raison de la forte chute enregistrée en 2020.

Sur le cœur de saison (juillet-août) l'Occitanie connaît une affluence record de la clientèle française (+29% par rapport à 2019) ainsi qu'un retour partiel des clientèles étrangères (-23% par rapport à 2019).

Cette embellie estivale auprès des clientèles françaises est bien entendu à relier au faible taux de départ en vacances des français à l'étranger au cours des deux dernières années mais aussi à la capacité de l'Occitanie à capter une partie de ces français en répondant à leurs nouvelles aspirations.

L'action du CRTLO Occitanie évaluée par les professionnels

Comme en 2020, le CRTLO a mené cette année une enquête de satisfaction auprès des acteurs de l'économie touristique d'Occitanie afin d'évaluer l'action du CRTLO en 2021. 937 acteurs touristiques y ont participé. Ils ont également exprimé leurs attentes prioritaires en termes de missions du CRTLO en 2022.



L'ACTION DU CRTLO EN 2021 RECONNUE PAR LES PROFESSIONNELS DE LA REGION



Un score en progression sur tous les plans. Les progressions les plus fortes sont observées au niveau de l'écoute des acteurs, de l'anticipation sur l'évolution des tendances et l'état d'esprit-la volonté d'engagement.

UNE PERFORMANCE DE FREQUENTATION TOURISTIQUE DE L'OCCITANIE EN 2021 JUGÉE SATISFAISANTE :



ou très satisfaits de l'évolution de la fréquentation touristique en 2021 par rapport à celle de 2019, avant la crise sanitaire.

TROIS MISSIONS PRIORITAIRES DU CRTLO SONT ATTENDUES PAR LES PROFESSIONNELS

(notes moyennes les plus élevées)



Communiquer pour améliorer l'attractivité touristique de l'Occitanie sur le marché français



Communiquer pour améliorer l'attractivité touristique de l'Occitanie sur les marchés étrangers



Observer et analyser l'économie touristique. Soulignons que cette mission bénéficie :

- d'un des meilleurs niveaux d'évaluation pour 2021 avec la communication sur le marché français
- et d'une des plus fortes progressions en termes d'attentes par rapport à 2020 au même titre que la veille stratégique

LES PERSPECTIVES 2022 DES PROFESSIONNELS DE LA REGION :



- Un niveau de confiance mesuré pour 2022 : 6,0/10 note moyenne
- Des perspectives d'investissement partagées : plus de la moitié des répondants n'en prévoient pas.
- D'assez faibles perspectives de recrutement : Seul un tiers des répondants envisagent de recruter un nouveau salarié en 2022
- Des craintes liées aux difficultés de recrutement exprimées par près des 2/3 des professionnels.

LE RESENTI DES PROFESSIONNELS SUR L'ACTIVITE DE LA SAISON 2021

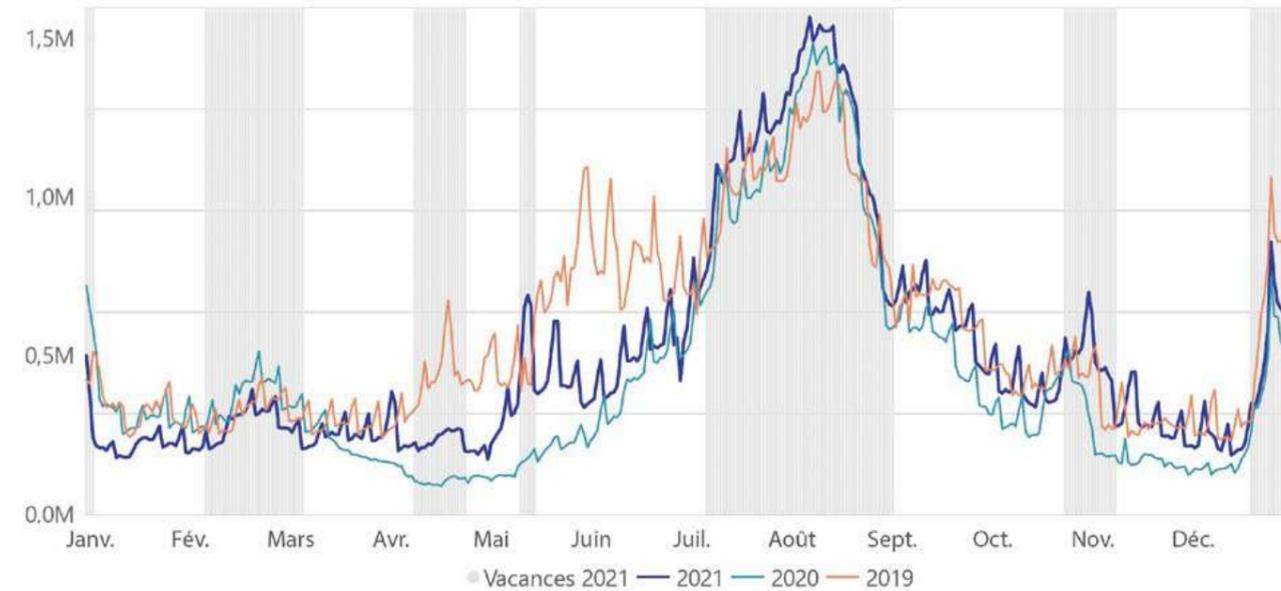
En complément des chiffres de fréquentation issues des outils de mesure (FluxVision, INSEE, AIRDNA), l'enquête de conjoncture pilotée par le CRTLO Occitanie en partenariat avec les Agences Départementales du Tourisme et les Comités Départementaux du Tourisme et relais infra-territoriaux donne l'occasion aux professionnels de partager leur vécu face à cette situation sans précédent. Ils ont été plus de 3000, chaque mois de mai à septembre, à fournir un éclairage qualitatif de grande valeur concernant l'activité touristique dans le secteur marchand. Globalement trois quarts des professionnels de la région (76%) ont jugé satisfaisant leur niveau d'activité pour la saison 2021, les plus enthousiastes étant ceux de l'hôtellerie de plein air.

Pour consulter les résultats détaillés de ces enquêtes rendez-vous sur notre site dédié aux professionnels : pro.tourisme-occitanie.com

Fréquentation touristique 2021 tous modes d'hébergement confondus

Nuitées touristiques quotidiennes en Occitanie

| | Volume de nuitées touristiques 2021 (millions) | Évolution 2020 2021 | Évolution 2019 2021 |
|-----------|--|---------------------|---------------------|
| FRANÇAIS | 138,7 | 16% | 4% |
| ÉTRANGERS | 46,3 | 19% | -38% |
| TOTAL | 185 | 17% | -11% |



| OCCITANIE NUITEES TOURISTIQUES | NUITEES TOTALES 2021 (millions) | Evolutions | | |
|-----------------------------------|---------------------------------|------------|-----------|-----------|
| | | 2021-2020 | 2020-2019 | 2021-2019 |
| Année | 185,0 | 17% | -24% | -11% |
| Janvier à juin | 57,6 | 13% | -40% | -32% |
| Juillet-août | 72,4 | 9% | 1% | 10% |
| Septembre à décembre | 55,0 | 33% | -28% | -5% |
| Saison juin à septembre | 106,2 | 12% | -14% | -3% |

| NUITEES FRANÇAISES 2021 (millions) | Evolutions | | |
|------------------------------------|------------|-----------|-----------|
| | 2021-2020 | 2020-2019 | 2021-2019 |
| 138,7 | 16% | -10% | 4% |
| 45,3 | 25% | -35% | -18% |
| 54,6 | 6% | 22% | 29% |
| 38,8 | 21% | -11% | 8% |
| 79,1 | 7% | 7% | 15% |

| NUITEES ÉTRANGÈRES 2021 (millions) | Evolutions | | |
|------------------------------------|------------|-----------|-----------|
| | 2021-2020 | 2020-2019 | 2021-2019 |
| 46,3 | 19% | -48% | -38% |
| 12,3 | -17% | -49% | -58% |
| 17,8 | 21% | -37% | -23% |
| 16,2 | 33% | -58% | -26% |
| 27,2 | 32% | -49% | -33% |

Source : FLUXVISION TOURISME

EN SYNTHÈSE

- Les nuitées françaises favorisent largement la reprise de la fréquentation touristique en Occitanie. En 2021, leur volume progresse de 4% par rapport à 2019, en particulier les nuitées des clientèles extra-régionales (hors habitants d'Occitanie). Le poids des clientèles françaises se renforce (75% des nuitées totales contre 64% en 2019) en lien avec le retour très partiel des clientèles étrangères (-38%)

- Une année portée par la fréquentation des mois de juillet-août affichant de nouveau une évolution positive (+10% par rapport à 2019) et représentant 39% des nuitées touristiques annuelles.

- Avec deux confinements sur les printemps 2020 et 2021, le 1er semestre 2021 réussit toutefois à atteindre deux tiers de sa fréquentation 2019 (-32%). Un début d'année qui s'avère difficile avec une saison d'hiver peu propice aux départs en vacances. Des courts-séjours moins marqués en avant-saison (impactant principalement les clientèles touristiques intra-régionales)

- L'arrière-saison 2021 enregistre des records de fréquentation sur certains univers par rapport à 2019 notamment durant les vacances de la Toussaint.

LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE PAR UNIVERS DE DESTINATION

Le graphique ci-contre met en perspective les courbes des nuitées touristiques quotidiennes dans les différents univers de destination de la région.

Cela met en évidence :

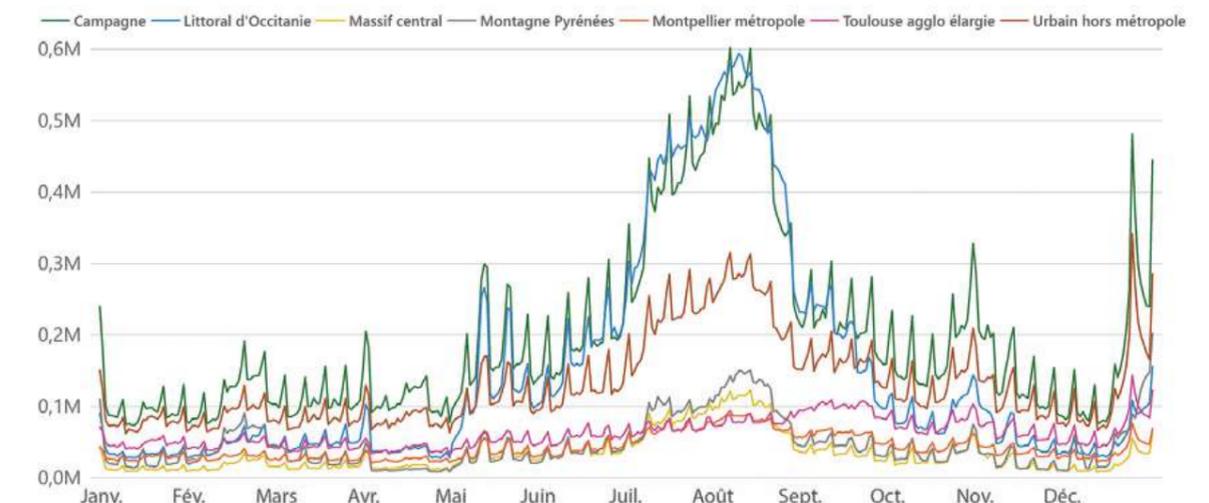
- Les différentes saisonnalités liées aux spécificités des univers
- Sur la période de juin à septembre le poids prépondérant du littoral et de la campagne sur la fréquentation touristique et celui plus modéré de l'univers des villes urbaines de tailles moyennes.

Et surtout cela nous interroge sur notre capacité à répartir plus équitablement la fréquentation touristique de certains univers sur l'année afin de répondre aux enjeux d'un tourisme durable et responsable.

La saisonnalité et les origines des clientèles sont étudiées plus en détails pour les différents univers de destination dans les pages suivantes.



Nuitées touristiques quotidiennes 2021 dans les univers de destination



Source : FLUXVISION TOURISME

La fréquentation des hébergements marchands collectifs : Hôtellerie de Plein Air, Hôtellerie, autres hébergements collectifs

| OCCITANIE 2021 | NUITEES TOTALES (millions) | EVOLUTIONS 2021-2019 | | | % NUITEES FRANCAISES | Durée moyenne de séjour (nb de jours) |
|--------------------------------|----------------------------|----------------------|--------------------|--------------------|----------------------|---------------------------------------|
| | | NUITEES TOTALES | NUITEES FRANCAISES | NUITEES ETRANGERES | | |
| HOTELLERIE DE PLEIN AIR | | | | | | |
| Saison juin à septembre | 23,3 | -1% | 11% | -35% | 83% | 6,2 |
| Emplacements équipés | 14,2 | 2% | 12% | -39% | 88% | 6,9 |
| Emplacements nus | 9,1 | -5% | 9% | -31% | 75% | 5,3 |
| Juillet-août | 18,5 | 3% | 12% | -27% | 83% | 6,7 |
| HOTELS | | | | | | |
| Année | 11,5 | -30% | nc | nc | nc | nc |
| Mai à décembre | 9,9 | -21% | -6% | -63% | 80% | 1,7 |
| Saison juin à septembre | 6,4 | -18% | -1% | -64% | 88% | 1,8 |
| Juillet-août | 4,0 | -9% | 10% | -59% | 88% | 1,8 |
| AHCT* | | | | | | |
| Année | nc | nc | nc | nc | nc | nc |
| Mai à décembre | 8,3 | -9% | -3% | -44% | 92% | 4,5 |
| Saison juin à septembre | 6,0 | -7% | -1% | -44% | 92% | 4,9 |
| Juillet-août | 4,1 | -3% | 3% | -40% | 92% | 5,3 |

nc = non communiqué (dispositif d'enquête allégé de janvier à avril)
* Autres hébergements collectifs touristiques (résidences de tourisme et hôtelières, villages de vacances, auberges de jeunesse, etc..)

Sur la saison de juin à septembre 2021, la reprise progressive de la fréquentation touristique des hébergements marchands collectifs en Occitanie est portée par la clientèle française.

La clientèle plébiscite les campings qui offrent des hébergements individuels et en plein air comme à l'été 2020. Les volumes de nuitées y sont comparables à ceux de 2019 (-1%), tandis que la fréquentation recule nettement plus dans les hôtels (-18%) et plus modérément dans les autres hébergements collectifs de tourisme (AHCT : -7%).

Sur la saison de juin à septembre 2021 : L'Occitanie enregistre ainsi 35,7 millions de nuitées dans les hébergements collectifs de tourisme (Hôtels, Campings et AHCT*) dont deux tiers dans les campings.

Elle enregistre une perte de 2,1 millions de nuitées par rapport à 2019 dont deux tiers dans l'hôtellerie en particulier à Lourdes. La fréquentation reste faible sur l'avant-saison estivale, avec des nuitées en recul en juin par rapport à 2019. Au cœur de l'été, la situation s'améliore.

L'Occitanie, région la plus fréquentée par les campeurs. Les nuitées en hôtellerie de plein air ont quasiment atteint leur niveau d'avant crise toutes clientèles confondues, en particulier sur les emplacements équipés (d'un mobil-home, d'un chalet...). Elles le dépassent en revanche si l'on zoom sur la clientèle française avec des volumes supérieurs de 11% à ceux de 2019.

Une situation encore difficile pour l'hôtellerie. Avec 6,4 millions de nuitées de juin à septembre 2021, la fréquentation dans les hôtels d'Occitanie est en retrait de 18% par rapport à 2019. Au cœur de la saison d'été, en juillet et en août, la clientèle française est plus nombreuse à séjourner, dans les hôtels de la région dont la fréquentation est en progression de 10 % par rapport à 2019. Mais cela ne suffit pas à compenser la forte diminution des nuitées des clientèles étrangères (- 59%), si bien que la fréquentation des hôtels reste en retrait de 9 % sur ces deux mois par rapport juillet et août 2019.

Recul de fréquentation dans les autres hébergements collectifs de tourisme. En Occitanie, les autres hébergements collectifs de tourisme, qui comprennent en majorité des résidences hôtelières et des villages-vacances, enregistrent 6 millions de nuitées de juin à septembre 2021. La fréquentation y est en baisse de 7% par rapport à la même période en 2019. La diminution est particulièrement marquée en début de saison. Au cœur de l'été, la fréquentation est proche de son niveau de 2019 (-3%).

Source : INSEE - Enquêtes de fréquentation 2021

La fréquentation du locatif en plateforme sur Airbnb et Abritel-Homeaway

| OCCITANIE 2021 | NUITS DISPONIBLES (millions) | EVOLUTIONS | | |
|------------------|------------------------------|------------|-----------|-----------|
| | | 2021-2020 | 2020-2019 | 2021-2019 |
| Année | 16,7 | 20% | -18% | -2% |
| 1er semestre | 7,3 | 32% | -18% | 8% |
| 2nd semestre | 9,5 | 13% | -18% | -7% |
| Juin à septembre | 7,2 | 10% | -18% | -10% |
| Juillet-août | 4,1 | 6% | -17% | -12% |

| NUITS LOUEES (millions) | EVOLUTIONS | | | |
|-------------------------|------------|-----------|-----------|-----|
| | 2021-2020 | 2020-2019 | 2021-2019 | |
| Année | 8,6 | 36% | -24% | 4% |
| 1er semestre | 3,1 | 52% | -31% | 5% |
| 2nd semestre | 5,5 | 29% | -19% | 4% |
| Juin à septembre | 4,5 | 21% | -20% | -3% |
| Juillet-août | 2,9 | 13% | -11% | 0% |

| REVENUS GENERES (millions d'€) | EVOLUTIONS | | | |
|--------------------------------|------------|-----------|-----------|------|
| | 2021-2020 | 2020-2019 | 2021-2019 | |
| Année | 932 | 50% | -18% | 22% |
| 1er semestre | 318 | 79% | -28% | 28% |
| 2nd semestre | 617 | 37% | -13% | 19% |
| Juin à septembre | 504 | 28% | 7% | -16% |
| Juillet-août | 344 | 17% | 9% | -7% |

Après une année 2020 atypique qui a ralenti la dynamique de croissance du locatif en plateforme, l'année 2021 marque une reprise d'activité avec des indicateurs traduisant une meilleure performance économique par rapport à 2019.

En 2021 plus de 133 000 offres de locations en Occitanie ont été ouvertes à la location sur les plateformes Airbnb et Abritel/Homeaway. L'offre s'est légèrement réduite par rapport à 2019 (-6% d'offres actives ; -2% de nuits disponibles) en particulier sur le cœur de saison (juillet-août : -10% d'offres actives et -12% de nuits disponibles)

En parallèle la demande pour ces locations, de type hébergement individuel, s'est intensifiée par rapport à 2019 en lien avec les besoins de réassurance des touristes dans ce contexte de crise sanitaire : 8,6 millions de nuits* ont été louées en Occitanie soit une progression de 4% par rapport à 2019. L'activité 2021 se répartit comme suit : un tiers au 1er semestre, un tiers sur juillet-août et un tiers sur le reste de l'année.

L'augmentation des tarifs engendrée par la crise sanitaire combinée à l'amélioration des taux d'occupation (51% en moyenne en 2021 ; soit +3 points par rapport à 2019) ont permis de générer un revenu de 932 millions d'euros, en nette progression par rapport à 2019 (+22%).

* Note : Le volume de nuits louées ne prend pas en compte le nombre de personnes accueillies dans chaque location. Par conséquent il n'est pas comparable aux volumes des nuitées des hôtels, des campings et des AHCT, ni à celui des Gîtes de France.

Source : AIRDNA - Locatif sur les plateformes Airbnb et Abritel-Homeaway

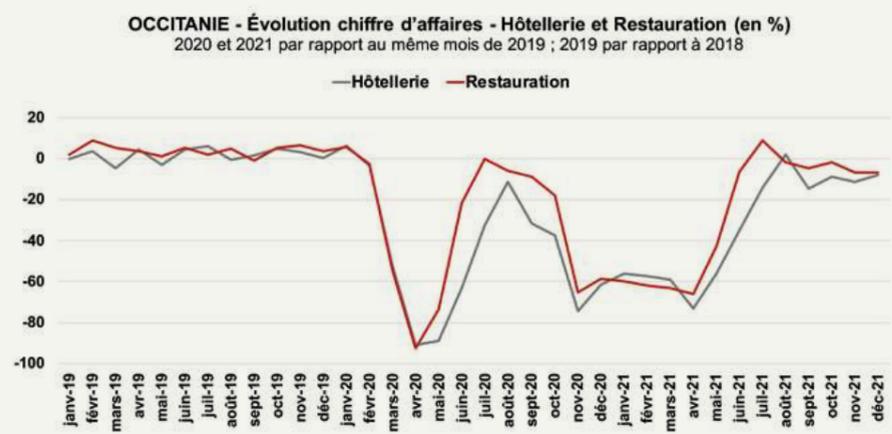


En 2021, le parc Gîtes de France s'est maintenu en Occitanie offrant 7 000 hébergements. Plus de 45 000 contrats ont été réalisés par les services de réservations Gîtes de France soit près de 2 millions de nuitées. Les performances, comparables à celles de l'avant crise, sont jugées bonnes voire meilleures, en progression significative dans tous les territoires par rapport à 2020. La crise COVID a contraint les vacanciers à choisir la France et les destinations éloignées des grands ensembles : les produits Gîtes de France ont donc représenté une alternative intéressante. Le taux d'occupation moyen s'élève à 38% sur l'année. Il atteint un très fort niveau, au-delà de 90%, sur les trois semaines au cœur de l'été. Comme en 2020 les destinations de montagne ont été très attractives, mais la campagne affiche également des performances historiques. Les zones littorales demeurent incontournables en été. En moyenne un gîte en service de réservation se loue 12 à 13 semaines par an. Le panier moyen s'élève à 920 euros, en progression par rapport à 2020. En 2021, Gîtes de France Occitanie a ainsi reversé 20 millions d'euros de loyers aux propriétaires et 282 000 euros de taxe de séjour aux territoires. A noter également le bon dynamisme de l'activité des chambres d'hôtes en 2021, Gîtes de France Occitanie offre également 500 Maisons d'Hôtes labellisées !

Source : Gîtes de France Occitanie

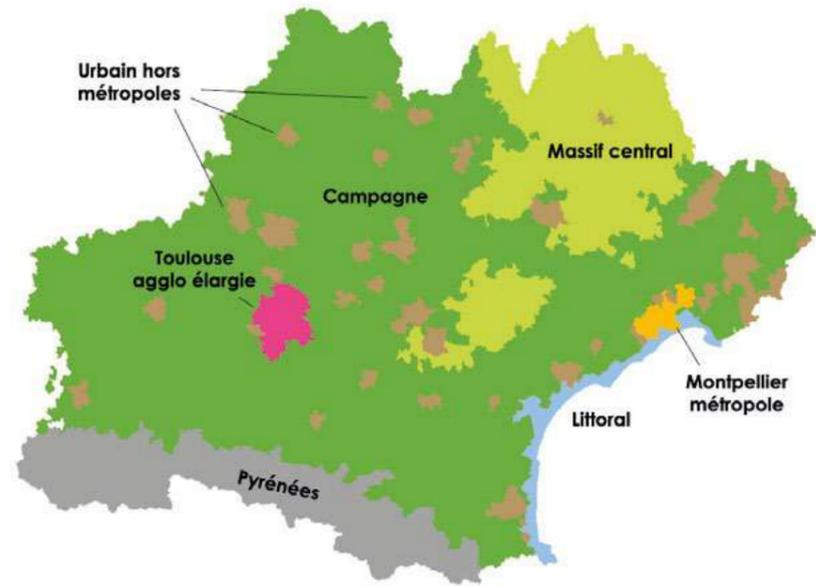
EVOLUTION DES CHIFFRES D'AFFAIRES DE L'HOTELLERIE ET DE LA RESTAURATION

Les courbes d'évolution des chiffres d'affaires des secteurs de l'hôtellerie et de la restauration reflètent clairement les impacts de la crise sanitaire sur ces deux domaines de l'économie touristique marchande. L'année 2021 est marquée par quatre premiers mois globalement atones et très en retrait de 2019, suivie d'une reprise progressive amorcée dès mai 2021 qui permet de retrouver pendant les deux mois d'été des niveaux proches de ceux de 2019. En raison d'une plus forte dépendance à la clientèle internationale et aux déplacements d'affaires, l'hôtellerie affiche globalement des baisses de chiffres d'affaires plus marquées par rapport à la restauration.



Sources : DGFI, Insee

Fréquentation dans les univers



LITTORAL

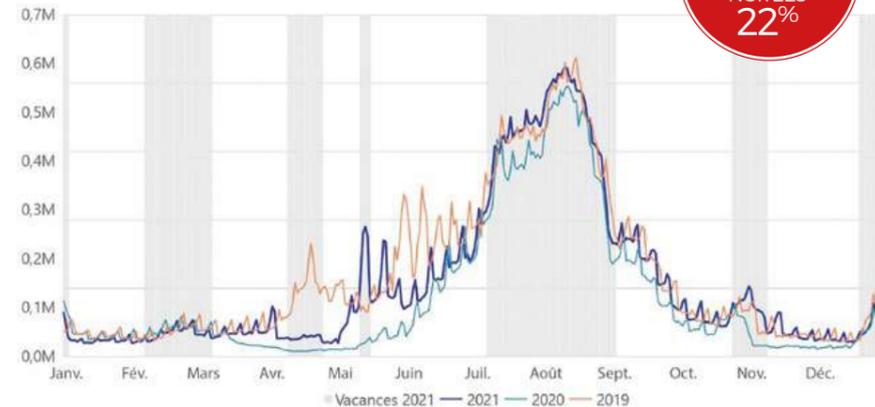
Le littoral est l'univers qui affiche les meilleures performances de fréquentation touristique par rapport à 2020 (+24% de nuitées touristiques), bénéficiant à la fois de la plus forte progression auprès des clientèles françaises (+22%) et étrangères (+34%). Ce qui lui permet de se rapprocher de sa fréquentation d'avant crise, en particulier pour la clientèle française (-3% par rapport à 2019). Il lui reste toutefois à combler un déficit en termes de clientèles étrangères (-33%), au même titre que l'ensemble des univers de l'Occitanie.

C'est l'univers dont la fréquentation touristique est la plus concentrée sur les vacances d'été (49% vs 37% en moyenne pour l'Occitanie).



POIDS OFFRE 29%
NUITÉES 22%

Nuitées touristiques quotidiennes - Littoral



| EVOLUTIONS DES NUITÉES TOURISTIQUES | | LITTORAL | |
|-------------------------------------|------|----------|------|
| TOTAL | 2020 | 2021 | 2019 |
| | 2021 | 2021 | 2021 |
| FRANÇAIS | 22% | -3% | |
| ÉTRANGERS | 34% | -33% | |
| | 24% | -10% | |

OFFRE = Tous types d'hébergements : marchands et non marchands
NUITÉES = Nuitées touristiques tous types d'hébergements confondus

CAMPAGNE

En 2021, la campagne d'Occitanie demeure l'univers qui génère la plus forte fréquentation touristique, représentant 30% des nuitées régionales. Elle affiche en effet un niveau similaire à celui du littoral sur la haute-saison et une fréquentation supérieure à celui-ci le reste de l'année (cf courbes de nuitées touristiques des univers en page 13).

La campagne consolide son attractivité auprès de la clientèle française ce qui lui permet de dépasser légèrement son volume de 2019 (+1%). Rappelons qu'en 2020, au même titre que le Massif-Central, c'était l'univers qui avait le plus résisté à la crise sanitaire auprès des clientèles françaises. Ce sont les clientèles françaises extra-régionales qui progressent le plus fortement sur les deux dernières années dans cet espace. Sur l'ensemble de l'année et toutes clientèles confondues, les nuitées touristiques de l'univers campagne progressent de 12% par rapport à 2020 et atteignent ainsi 91% du volume de 2019.

En 2021, compte tenu du contexte sanitaire et du calendrier défavorable sur le 1er semestre, la campagne ne retrouve pas ses niveaux de fréquentation sur le début d'année et l'avant-saison par rapport à l'année 2019. Les vacances d'été (représentant 35% des nuitées de 2021) montrent de nouveau une progression par rapport à 2020, ce qui permet de réduire l'écart total par rapport à 2019. L'arrière-saison et notamment les vacances de la Toussaint ont fait état d'une fréquentation record depuis deux ans, toutes clientèles confondues (+38% de nuitées touristiques par rapport à 2020 sur les mois d'octobre et novembre (et +5% par rapport à 2019).

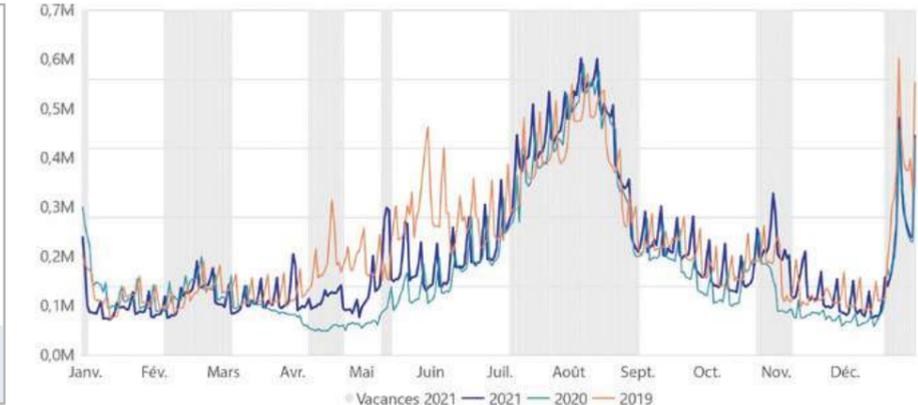
Comme pour les autres univers, malgré un retour partiel en 2020, la fréquentation des clientèles étrangères reste en retrait de 32% par rapport à 2019.



POIDS OFFRE 35%
NUITÉES 30%

| EVOLUTIONS DES NUITÉES TOURISTIQUES | | CAMPAGNE | |
|-------------------------------------|------|----------|------|
| TOTAL | 2020 | 2021 | 2019 |
| | 2021 | 2021 | 2021 |
| FRANÇAIS | 11% | 1% | |
| ÉTRANGERS | 16% | -32% | |
| | 12% | -9% | |

Nuitées touristiques quotidiennes - Campagne



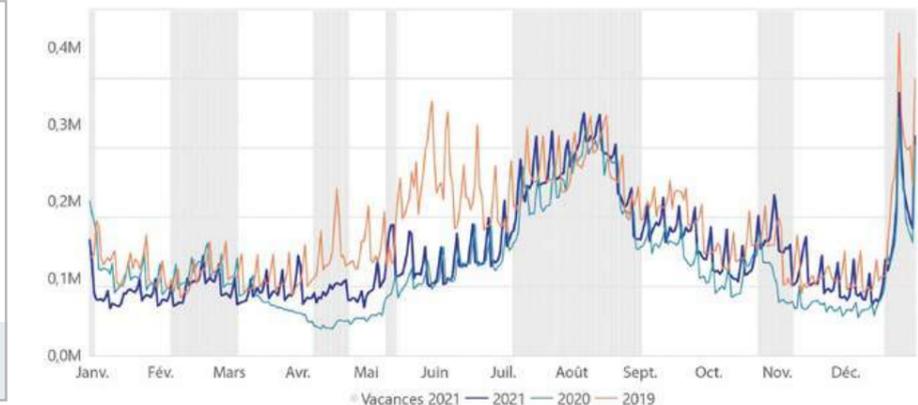
URBAIN HORS METROPOLES

Par rapport à 2020, les évolutions de nuitées touristiques de cet espace sont similaires à celles observées dans l'univers campagne. Toutefois, cet univers (composé des villes de plus de 10 000 habitants hors métropoles) ayant davantage souffert de la crise sanitaire entre 2020 et 2019 ne réussit pas encore à rattraper ses niveaux de 2019 (-19% toutes clientèles confondues). Sa courbe des nuitées touristiques est marquée sur les week-ends, avec des courts-séjours tout au long de l'année. En raison des restrictions sanitaires des printemps 2020 et 2021, les vacances d'été représentent aujourd'hui une part des nuitées plus importante (29% en 2021 vs 24% en 2019).

POIDS OFFRE 11%
NUITÉES 20%

| EVOLUTIONS DES NUITÉES TOURISTIQUES | | URBAIN HORS METRO | |
|-------------------------------------|------|-------------------|------|
| TOTAL | 2020 | 2021 | 2019 |
| | 2021 | 2021 | 2021 |
| FRANÇAIS | 11% | -12% | |
| ÉTRANGERS | 16% | -34% | |
| | 12% | -19% | |

Nuitées touristiques quotidiennes - Urbain hors Métropoles



Source : FLUXVISION TOURISME

MASSIF CENTRAL

En 2021, le Massif Central est l'univers qui a le plus réussi à se rapprocher de sa fréquentation touristique d'avant crise (-2% seulement par rapport à 2019).

Sa performance est logiquement portée par la clientèle française qui progresse significativement depuis deux ans et voit ainsi ses volumes de nuitées dépasser de 6% ceux de 2019. Avec une fréquentation estivale de nouveau favorable en 2021, la destination affiche également des gains de nuitées marqués en après-saison par rapport à l'année dernière. Le Massif Central fait partie des trois espaces régionaux les plus fréquentés pendant les vacances scolaires en 2021 (avec le littoral et les Pyrénées) : 58% de ses nuitées sont concentrées sur ces périodes, plus précisément 42% pendant les vacances scolaires d'été et 10% pendant celles de Noël et d'Hiver.

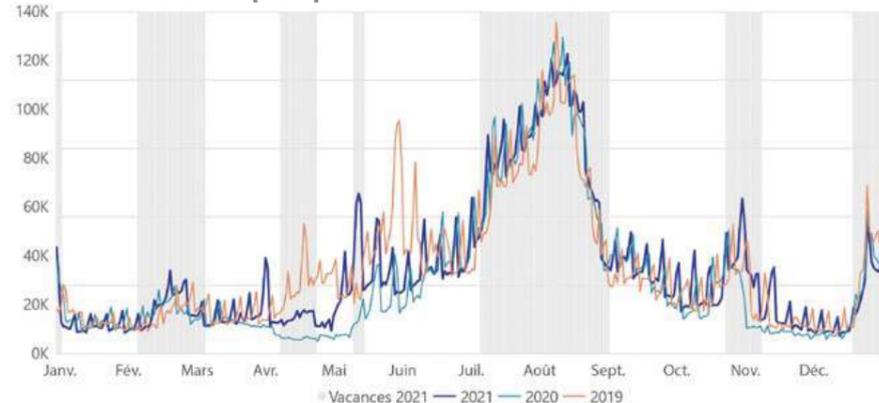


| EVOLUTIONS DES NUITÉES TOURISTIQUES | | MASSIF CENTRAL | |
|-------------------------------------|------|----------------|--|
| TOTAL | 2020 | 2019 | |
| | 2021 | 2021 | |
| FRANÇAIS | 11% | 6% | |
| ÉTRANGERS | 12% | -31% | |
| TOTAL | 11% | -2% | |

POIDS OFFRE 6%
NUITÉES 5%

Comme pour les autres univers, malgré un retour partiel en 2021, la fréquentation des clientèles étrangères reste en retrait de 31% par rapport à 2019.

Nuitées touristiques quotidiennes - Massif Central



PYRÉNÉES

Sur l'ensemble de l'année 2021, les Pyrénées voient leur fréquentation touristique progresser dans des proportions toutefois plus modérées que les autres univers (+6% toutes clientèles confondues).

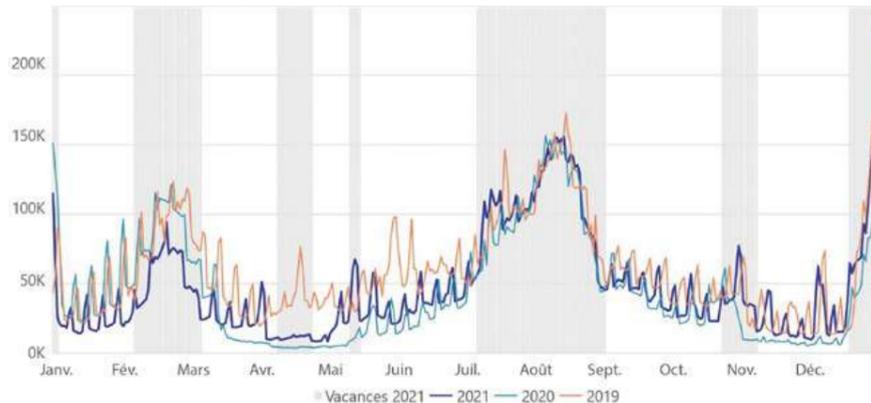
Ainsi après avoir vécu une année touristique très difficile en 2020 (pour rappel -26% de nuitées touristiques entre 2020 et 2019), les Pyrénées ne réussissent pas autant que les autres espaces à se rapprocher de leurs volumes de 2019 (-21% par rapport à 2019) et ce de façon plus marquée pour les clientèles étrangères (-44% par rapport à 2019). Les Pyrénées ont souffert à la fois de la non-réouverture des stations de ski et d'une reprise plus timide de la fréquentation française en avant et en après saison en comparaison des autres univers régionaux.

| EVOLUTIONS DES NUITÉES TOURISTIQUES | | PYRÉNÉES | |
|-------------------------------------|------|----------|--|
| TOTAL | 2020 | 2019 | |
| | 2021 | 2021 | |
| FRANÇAIS | 6% | -15% | |
| ÉTRANGERS | 11% | -44% | |
| TOTAL | 6% | -21% | |

POIDS OFFRE 11%
NUITÉES 7%

Une hausse est cependant établie de façon modérée sur l'été 2021 (+5% par rapport à 2020) permettant de se rapprocher de la saison estivale 2019 (-2%) et de façon marquée sur le mois de décembre annonçant un bon début de saison d'hiver (+66% par rapport à 2020) avec un niveau comparable à celui de 2019. Les Pyrénées font partie des trois espaces régionaux les plus fréquentés pendant les vacances scolaires en 2021 (avec le littoral et le Massif Central) : 61% des nuitées touristiques sont enregistrées pendant les vacances scolaires, plus précisément 36% pendant celles d'été et 20% pendant celles de Noël et d'Hiver.

Nuitées touristiques quotidiennes - Pyrénées



Source : FLUXVISION TOURISME

TOULOUSE AGGLOMERATION ELARGIE

La fréquentation touristique de Toulouse, dépendante de la clientèle affaires et internationale, est logiquement la plus impactée depuis le début de la crise sanitaire.

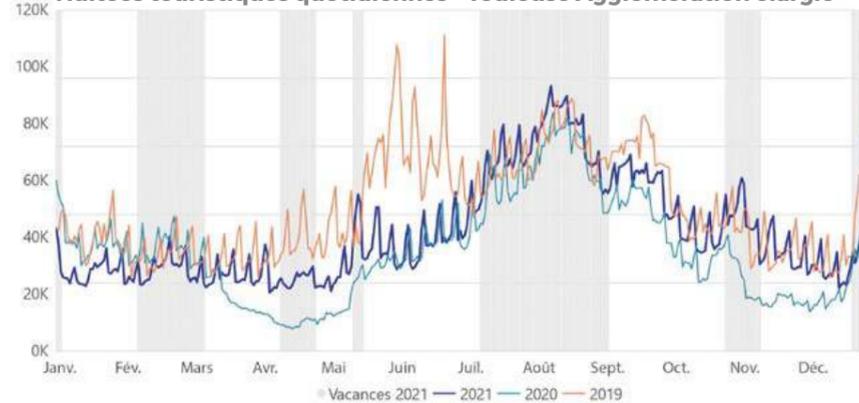
Après une année 2021 difficile, l'agglomération toulousaine bénéficie d'une reprise encourageante de l'activité touristique dès l'été 2021. Toutefois cela ne lui permet pas encore de retrouver ses volumes de nuitées touristiques d'avant-crise (-27% par rapport à 2019), en particulier auprès des clientèles étrangères (-42% par rapport à 2019).

POIDS OFFRE 5%
NUITÉES 9%



| EVOLUTIONS DES NUITÉES TOURISTIQUES | | TOULOUSE | |
|-------------------------------------|------|----------|--|
| TOTAL | 2020 | 2019 | |
| | 2021 | 2021 | |
| FRANÇAIS | 10% | -20% | |
| ÉTRANGERS | 15% | -42% | |
| TOTAL | 11% | -27% | |

Nuitées touristiques quotidiennes - Toulouse Agglomération élargie



MONTPELLIER METROPOLE

Avec des évolutions plutôt favorables par rapport à 2020 (+17%), aussi bien sur la fréquentation française qu'étrangère, la métropole montpelliéraine présente un profil de fréquentation proche de celui du littoral d'Occitanie. La fréquentation française y est plus favorable que dans la plupart des univers de destination d'Occitanie, avec une hausse cumulée des clientèles intra et extra-régionales (+15% par rapport à 2020). La fréquentation étrangère reste en retrait sur le premier semestre 2021 (à l'image de la moyenne régionale), mais s'améliore sur le second semestre (les volumes de nuitées frôlent parfois les niveaux observés sur certains jours de 2019 entre juillet et novembre).

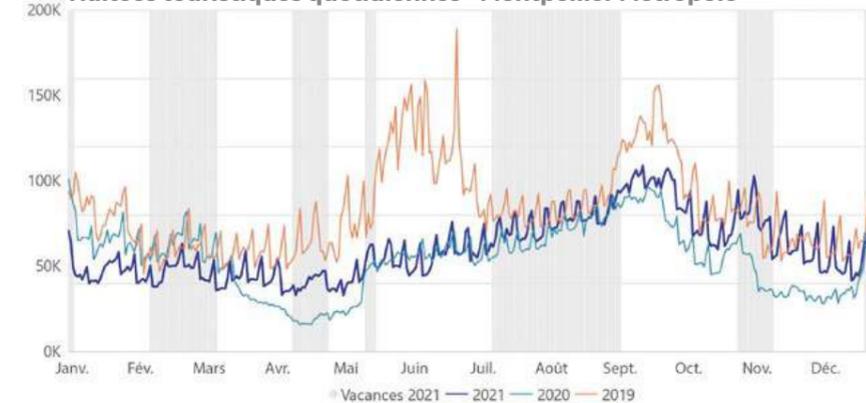
Ainsi elle réussit à atteindre 82% de son volume de nuitées touristiques de 2019, avec un retard plus marqué sur les clientèles internationales (66% des nuitées de 2019) que sur les clientèles françaises (89% des nuitées de 2019).

POIDS OFFRE 3%
NUITÉES 6%



| EVOLUTIONS DES NUITÉES TOURISTIQUES | | MONTPELLIER | |
|-------------------------------------|------|-------------|--|
| TOTAL | 2020 | 2019 | |
| | 2021 | 2021 | |
| FRANÇAIS | 15% | -11% | |
| ÉTRANGERS | 25% | -34% | |
| TOTAL | 17% | -18% | |

Nuitées touristiques quotidiennes - Montpellier Métropole



Source : FLUXVISION TOURISME

Répartition des nuitées touristiques par espace de destination et par période

EN 2021

En 2021, en raison d'un premier semestre peu favorable aux départs en week-ends, séjours et vacances, le poids des vacances d'été a été renforcé représentant 35% des nuitées touristiques annuelles (vs 30% en 2019) et plus globalement celui de la période de juin à septembre (55% vs 52% en 2019), en particulier sur le littoral et la campagne.



| 2021 | Vacances d'hiver | Vacances de printemps | WE de l'Ascension | Vacances d'été | Vacances de Toussaint | Vacances de Noël | Reste de l'année hors vacances | Total |
|------------------------|------------------|-----------------------|-------------------|----------------|-----------------------|------------------|--------------------------------|---------------|
| Campagne | 1,5% | 0,8% | 0,5% | 10,4% | 1,4% | 1,7% | 13,6% | 30,0% |
| Littoral | 0,6% | 0,3% | 0,4% | 11,0% | 0,7% | 0,6% | 8,9% | 22,5% |
| Massif central | 0,2% | 0,1% | 0,1% | 2,0% | 0,3% | 0,2% | 2,1% | 5,1% |
| Pyrénées | 0,7% | 0,1% | 0,1% | 2,5% | 0,3% | 0,7% | 2,7% | 6,9% |
| Montpellier métropole | 0,4% | 0,2% | 0,1% | 1,7% | 0,3% | 0,3% | 3,4% | 6,4% |
| Toulouse aggro élargie | 0,6% | 0,3% | 0,1% | 1,8% | 0,5% | 0,6% | 5,4% | 9,4% |
| Urbain hors métropoles | 1,1% | 0,6% | 0,3% | 5,6% | 1,0% | 1,3% | 9,9% | 19,8% |
| Total | 5,1% | 2,2% | 1,7% | 35,0% | 4,5% | 5,4% | 46,1% | 100,0% |

| 2021 | Juin à Septembre | Reste de l'année |
|------------------------|------------------|------------------|
| Campagne | 16,0% | 13,9% |
| Littoral | 16,1% | 6,4% |
| Massif central | 3,0% | 2,1% |
| Pyrénées | 3,6% | 3,3% |
| Montpellier métropole | 3,0% | 3,3% |
| Toulouse aggro élargie | 3,8% | 5,5% |
| Urbain hors métropoles | 9,5% | 10,3% |
| Total | 55,1% | 44,9% |



POUR MEMOIRE EN 2019

| 2019 | Vacances d'hiver | Vacances de printemps | WE de l'Ascension | Vacances d'été | Vacances de Toussaint | Vacances de Noël | Reste de l'année hors vacances | Total |
|------------------------|------------------|-----------------------|-------------------|----------------|-----------------------|------------------|--------------------------------|---------------|
| Campagne | 1,4% | 2,0% | 0,7% | 8,3% | 1,1% | 1,9% | 12,7% | 28,2% |
| Littoral | 0,6% | 1,4% | 0,5% | 9,5% | 0,5% | 0,6% | 8,3% | 21,5% |
| Massif central | 0,2% | 0,3% | 0,1% | 1,6% | 0,2% | 0,2% | 1,8% | 4,4% |
| Pyrénées | 0,9% | 0,4% | 0,1% | 2,2% | 0,3% | 0,6% | 3,0% | 7,5% |
| Montpellier métropole | 0,4% | 0,4% | 0,2% | 1,4% | 0,3% | 0,4% | 3,6% | 6,6% |
| Toulouse aggro élargie | 0,7% | 0,7% | 0,3% | 1,7% | 0,5% | 0,7% | 6,4% | 11,0% |
| Urbain hors métropoles | 1,1% | 1,4% | 0,5% | 4,9% | 0,9% | 1,4% | 10,6% | 20,8% |
| Total | 5,3% | 6,7% | 2,4% | 29,7% | 3,7% | 5,8% | 46,3% | 100,0% |

| 2019 | Juin à Septembre | Reste de l'année |
|------------------------|------------------|------------------|
| Campagne | 14,1% | 14,1% |
| Littoral | 14,7% | 6,7% |
| Massif central | 2,5% | 2,0% |
| Pyrénées | 3,5% | 4,0% |
| Montpellier métropole | 3,0% | 3,6% |
| Toulouse aggro élargie | 4,5% | 6,5% |
| Urbain hors métropoles | 9,5% | 11,3% |
| Total | 51,7% | 48,3% |



THERMALISME : L'OCCITANIE DEMEURE LA 1^{ÈRE} RÉGION FRANÇAISE EN NOMBRE DE CURISTES.

La fréquentation en termes d'assurés sociaux est de 101 836 curistes en 2021 pour la région Occitanie. On observe une hausse de fréquentation, en nombre de curistes de +79% par rapport à 2020, et une baisse de -44% par rapport à 2019.

Au niveau national, la région Occitanie reste la première région française en nombre de curistes et représente 31% la fréquentation totale nationale. Elle se positionne devant les régions Nouvelle Aquitaine et Auvergne Rhône Alpes. 5,9 millions de journées curistes ont été enregistrées en 2021.

Source : CNETH 2021



Une nouvelle approche de la performance pour le tourisme en Occitanie

Mieux partager les bénéfices, limiter les nuisances, proposer de nouveaux modèles de croissance.

Le développement durable devient le socle des politiques publiques, le modèle de croissance du tourisme ne peut donc plus se limiter à un objectif d'augmentation linéaire des retombées économiques à l'échelle régionale.

Une approche nouvelle, plus systémique, est indispensable, elle repose sur un double enjeu qui peut dans certains cas se révéler antinomique : favoriser le développement économique du secteur touristique pour les entreprises et les territoires tout en limitant les externalités négatives qu'il génère.

Faire grandir le tourisme, c'est définir les conditions qui permettent un développement économique conscient, maîtrisé et durable.

Pour maîtriser cette croissance, il faut en définir précisément les objectifs et en gérer les contradictions éventuelles.

Les outils développés jusqu'à aujourd'hui ont permis d'enrichir une connaissance macroéconomique du secteur touristique à l'échelle de la Région et des principaux espaces de consommation.

Mais cette approche doit aujourd'hui être adaptée pour intégrer la problématique de durabilité du tourisme et en faire, non seulement un outil d'analyse, mais aussi de pilotage stratégique pour le CRTL et ses partenaires.

- Optimiser l'impact économique du tourisme sur et au bénéfice des territoires (et des habitants),
- Maintenir les équilibres environnementaux, sociaux et économiques à l'échelle régionale,
- Mieux maîtriser et distribuer les flux touristiques,
- Appréhender les résultats économiques des entreprises sur le long terme,
- Accompagner la transition des acteurs économiques du tourisme

Les objectifs sont ambitieux mais sont aussi être très stimulants pour un secteur voué à se réinventer sans cesse.

Modéliser la croissance revient donc à définir des objectifs mesurables à plus ou moins long terme, adaptés à des contextes différenciés (territoires, thématiques), en s'appuyant sur une batterie d'indicateurs (de croissance / de maîtrise) qui permettent d'en suivre l'évolution...

La croissance maîtrisée doit permettre d'assurer un équilibre entre essor économique, préservation des ressources, ambition sociale et adhésion collective. C'est donc à une véritable révolution à laquelle les OGD sont invités.

Pour relever ces nouveaux défis, il faut définir de nouveaux objectifs, identifier de nouveaux indicateurs (qui imposent d'explorer de nouveaux domaines) et donc faire considérablement évoluer les outils d'observation du tourisme.

L'emploi touristique

EN OCCITANIE, UN EMPLOI SALARIÉ SUR QUINZE EST LIÉ À LA PRÉSENCE DES TOURISTES

En 2018, en Occitanie, l'économie du tourisme génère 108 000 emplois salariés en moyenne sur l'année. C'est plus, par exemple, que la filière aéronautique et spatiale qui emploie 76 000 salariés dans la région. Parmi ces emplois, 95 200 sont directement liés à la présence de touristes en 2018, ce sont les emplois salariés dits touristiques. Cela représente 6,6% de l'emploi salarié marchand de la région

En nombre d'emplois salariés touristiques, l'Occitanie se place au 5ème rang des régions françaises. Elle concentre ainsi 8 % de l'emploi touristique de France métropolitaine. Très saisonnier, l'emploi touristique double en Occitanie entre janvier, 66 000 emplois et août, 134 000 emplois. Les emplois touristiques sont concentrés sur le littoral, destination privilégiée en période estivale et dans l'espace urbain de la région qui accueille un important tourisme d'affaires et un tourisme culturel à Lourdes. L'hébergement et la restauration concentrent plus d'un tiers des emplois touristiques de la région.

EMPLOIS SALARIÉS TOURISTIQUES PAR ESPACE TOURISTIQUE

En volume, les espaces urbains y compris les métropoles concentrent le plus grand nombre d'emplois salariés touristiques de la région, soit près d'un emploi salarié sur deux (45,3%). Ils sont suivis par le littoral (22%) et la campagne (18%).

Il est important toutefois de noter que trois espaces sont plus largement dépendants de l'activité touristique au vu du poids de l'emploi salarié touristique sur l'ensemble de l'emploi salarié marchand : de façon marquée la ville de Lourdes (28%) et le littoral (23%), plus modérément la montagne (15%).

| OCCITANIE - EMPLOIS SALARIÉS TOURISTIQUES 2018 | | | |
|--|-------------------------------|-----------------------|--|
| Espaces Touristiques | Nombre en moyenne sur l'année | Répartition régionale | Poids dans l'emploi salarié marchand sur l'année |
| Urbain dont métropoles | 43 200 | 45,3% | 4,3% |
| Littoral | 21 000 | 22,0% | 23,0% |
| Rural | 17 400 | 18,3% | 6,7% |
| Montagne | 12 000 | 12,6% | 14,9% |
| Lourdes | 1 700 | 1,7% | 27,7% |
| OCCITANIE | 95 200 | 100% | 6,6% |

Source : INSEE Publication mars 2022 - Fichier 2018 « tous salariés » (DADS-DSN)
Auteur : Séverine Bertrand Insee - en partenariat avec le CRTL Occitanie

UNE SAISONNALITÉ TRÈS MARQUÉE À LOURDES ET SUR LE LITTORAL

Le nombre d'emplois touristiques salariés varie fortement durant l'année en Occitanie. Le niveau est le plus bas en janvier avec 66 000 emplois. Ce nombre est multiplié par deux l'été pour atteindre un pic en août avec 134 000 emplois. La saisonnalité dans la région est plus marquée qu'en France métropolitaine où les emplois touristiques sont multipliés par 1,6 en moyenne durant l'été.

Dans la région, c'est à Lourdes que l'amplitude saisonnière est la plus forte avec un nombre d'emplois multiplié par 5,7 entre janvier (460 emplois) et août (2 600 emplois).

La saisonnalité de l'emploi touristique est également très forte sur le littoral, avec un rapport de 1 à 4 entre janvier et août. Le bord de mer est attractif en période estivale mais il est aussi doté d'un parc d'hébergement majoritairement orienté vers l'hôtellerie de plein air, qui génère de nombreux emplois concentrés en été.

En revanche, dans l'espace urbain y compris les métropoles, la saisonnalité est plus faible, avec un pic d'emplois touristiques l'été 1,6 fois plus important qu'en hiver. En effet, les grandes agglomérations accueillent un important tourisme d'affaires qui s'étale tout au long de l'année et qui complète le tourisme de loisirs.

La saisonnalité est également moins marquée en zone de montagne (rapport de 1 à 1,5 entre le pic de l'été et la saison la plus creuse). La montagne bénéficie d'un afflux de touristes en hiver grâce aux stations de ski mais aussi en été grâce aux activités de plein air.

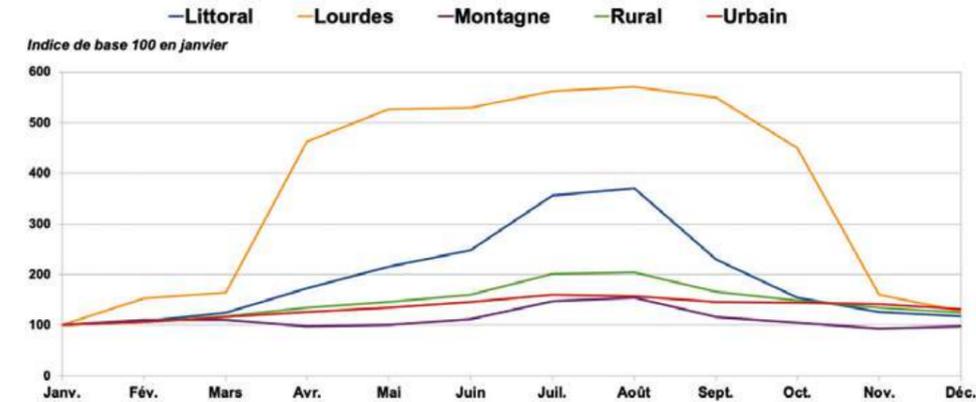
PLUS DU TIERS DES EMPLOIS SALARIÉS TOURISTIQUES DANS L'HÉBERGEMENT ET LA RESTAURATION

Avec 33 700 emplois salariés, les secteurs de l'hébergement et de la restauration concentrent 35 % des emplois touristiques de la région, une part moins élevée qu'en France où ces secteurs pèsent 40 % des emplois touristiques. Dans l'hébergement (23 % des emplois régionaux), la totalité de l'emploi du secteur est considéré comme touristique. Dans la restauration (12 %), seulement un quart des emplois sont liés à la présence de touristes en Occitanie, ce secteur vivant principalement grâce à la population résidente.

La fréquentation touristique profite également au secteur du commerce de détail non alimentaire (17 700 emplois) et aux grandes surfaces (9 500 emplois). Viennent ensuite les activités de sport et de loisirs (7 300 emplois) et celles liées au patrimoine et à la culture (6 100 emplois). Le commerce de détail alimentaire et l'artisanat génèrent respectivement 4 700 et 4 300 emplois touristiques dans la région.

Source : INSEE Publication mars 2022 - Données 2018

Saisonnalité de l'emploi touristique en 2018 par espace de destination



A NOTER :

Dans ces données, sont comptabilisés tous les emplois salariés touristiques, qu'ils soient saisonniers ou non. Les emplois non-salariés ne sont pas comptabilisés. Une publication intégrant les emplois non-salariés est programmée pour la fin d'année 2022.

L'investissement

Au niveau national, l'Occitanie se positionne au 4ème rang en termes d'investissements touristiques totaux, après les régions Ile de France, Auvergne Rhône Alpes et PACA.

Avec un montant de 1,627 Millions d'euros, elle représente 11% des investissements totaux nationaux en 2019. Ces investissements incluent l'hébergement marchand, les résidences secondaires, la restauration, les musées, les équipements touristiques, les congrès et les expositions.

Si l'on se focalise sur les investissements touristiques, hors restauration et musées, les investissements en Occitanie concernent majoritairement les départements du littoral (61%).

Source : Investissements touristiques et développement des territoires en France en 2019 - Atout France - Décembre 2021





Zoom sur les clientèles d'Occitanie

En 2021, à la suite des restrictions de voyages encore en vigueur sur une grande partie de l'année, la région Occitanie a profité de nouveau de la venue des touristes français alors que le retour des touristes en provenance de l'étranger n'est encore que partiel. Ainsi en 2021, trois quarts des nuitées touristiques enregistrées en Occitanie sont issues des clientèles françaises contre moins de deux tiers en 2019 (64%).



Source : FLUXVISION Tourisme

EVOLUTIONS
DES NUITÉES TOURISTIQUES

| | 2020 | 2019 |
|-----------|------|------|
| FRANÇAIS | 16% | 4% |
| ÉTRANGERS | 19% | -38% |

138,7 millions de nuitées touristiques françaises en 2021
46,3 millions de nuitées touristiques étrangères en 2021

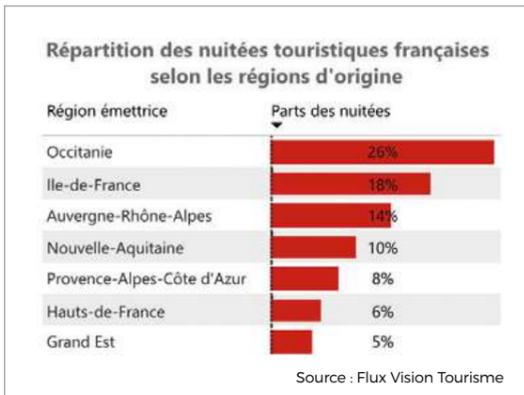
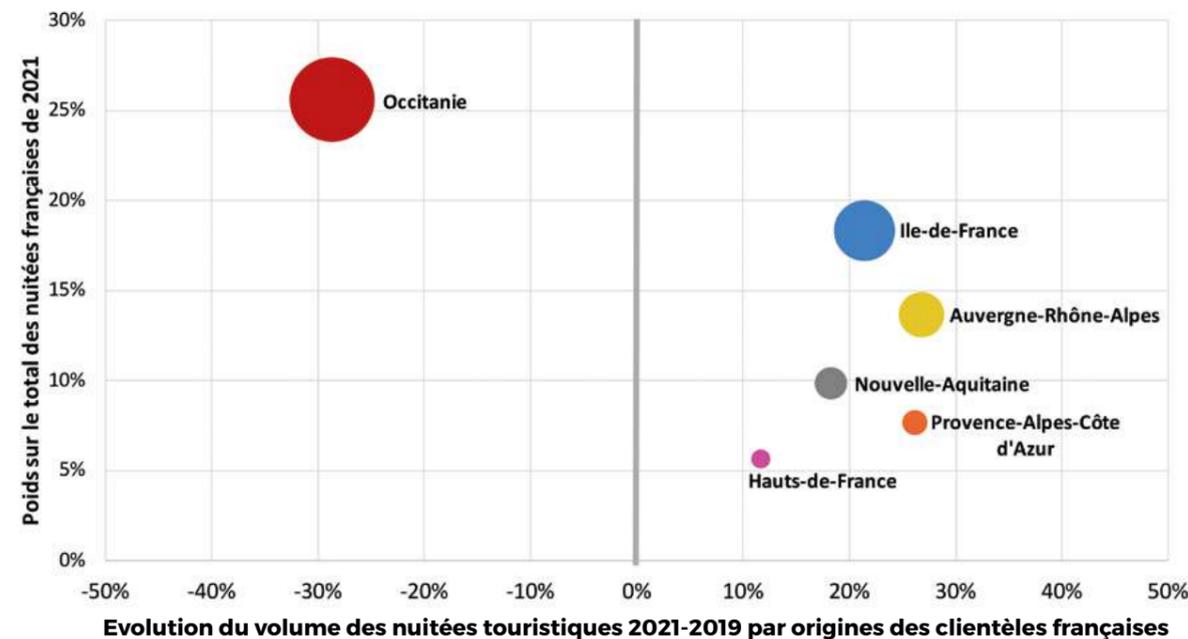
Les français

Dans ce contexte de crise sanitaire, les français ont privilégié les séjours touristiques en France, très majoritairement pour des motifs personnels. Ils sont en effet peu partis en voyage à l'étranger.

Selon les résultats de l'étude nationale SDT 2021 : entre mai et août 2021, les nuitées passées à l'étranger ont représenté le tiers du niveau de 2019. Et pour rappel en 2020, 9 nuitées de français sur 10 ont été passées en France. Les nuitées à l'étranger, tous motifs confondus, qui représentaient 23% des nuitées en 2019, n'en représentaient plus que 9% en 2020.

Source : INSEE - Enquête sur le Suivi de la Demande Touristique 2021 (SDT - provisoires) et 2020 - Résultats au niveau France métropolitaine

L'Occitanie a su capter une partie de ces français qui ne sont pas partis à l'étranger. Tous modes d'hébergements confondus, la part des nuitées françaises a bénéficié en 2021 d'une hausse de +4% par rapport à 2019, en particulier sur le cœur de saison. En 2021, ce sont les nuitées des clientèles extra-régionales qui ont le plus progressé (+22% par rapport à 2019), représentant ainsi 56% des nuitées totales. La conjoncture défavorable (confinements, couvre-feux, calendrier...) notamment en avant-saison pour les courts-séjours de proximité a entraîné une réduction de la part des occitans (voir le graphique ci-dessous).



FOCUS SUR LES HABITANTS D'OCCITANIE

- 56% des habitants d'Occitanie déclarent avoir l'habitude de passer leurs vacances principales en Occitanie.
- 71% des habitants d'Occitanie en moyenne accueillent chaque année des amis, des proches à leur domicile pour des vacances ou des week-end. Ils génèrent en moyenne 25 nuitées touristiques par an par ménage.

Source : Enquête CRTL Occitanie - 2020

FOCUS SUR LES HÉBERGEMENTS MARCHANDS COLLECTIFS

Si l'on se focalise sur les hébergements marchands collectifs, sur la saison de juin à septembre 2021, la part des nuitées françaises a également progressé dans l'ensemble :

- Hôtels : 88% de nuitées françaises soit +16 points vs 2019
- Campings : 83% de nuitées françaises soit +9 points vs 2019
- Autres Hébergements Collectifs : 92% de nuitées françaises soit +6 points vs 2019

Source : INSEE

L'ENQUETE SUR LES NOUVELLES ASPIRATIONS DES FRANÇAIS EN MATIERE DE VACANCES

Afin de suivre et mesurer les tendances des aspirations des Français en matière de vacances, une étude nationale, pilotée par Tourisme Bretagne en partenariat avec ADN tourisme, UNAT nationale et 10 Unions régionales ainsi que 11 Comités régionaux du tourisme, a été réalisée de mai à octobre 2021.

Des tendances prégantes et qui persisteront à l'avenir :

- de la détente et de la relaxation privilégiées en priorité par les Français : ils souhaitent prendre leur temps pendant leurs vacances (62%) afin de se reposer et se ressourcer au calme (61%).
- dépaysement, déconnexion, découverte et enrichissement : 78% des Français souhaitent découvrir des paysages et 68% de nouveaux endroits. Une forte demande aussi pour les découvertes patrimoniale (69%) et gastronomique (54%). Ils confirment être en recherche de dépaysement pour trancher avec leur quotidien (63%). 54% des Français ressentent le besoin de s'affranchir des contraintes horaires.

Entre les séjours réalisés précédemment et ceux qu'ils souhaitent réaliser à l'avenir, la recherche de confort et de bien-être ainsi que le retour à la nature vont s'intensifier, respectivement +10 points et +4 points entre les séjours déjà réalisés et ceux à venir. La question du temps est cruciale : actuellement, les séjours en hébergement marchand durent en moyenne 1 semaine mais idéalement ils viseraient 2 à 3 semaines de vacances ! A cela, s'ajoute la volonté de pratiquer un tourisme plus « slow » propice à la contemplation des paysages et au respect de la nature.

Certaines tendances existent depuis plusieurs années, mais leur progression s'est accélérée en réponse directe à la crise : pouvoir télétravailler sur son lieu de vacances (74%) pourraient adopter cette pratique s'ils en avaient la possibilité ; éviter de prendre l'avion (65%) ; opter pour un hébergement mobile (camping-car, van, fourgon 58%) ; réserver à la dernière minute (54%).

D'autres devraient rester sur le long terme et s'intensifier : vivre une expérience particulière voire unique (71%) ; voyager de

manière plus responsable (70%) ; vivre comme un local (69%). Ces tendances font écho à un intérêt grandissant pour un tourisme plus responsable. En effet, plus de 4 vacanciers sur 5 y prêtent une attention particulière. Toutefois, le terme peut être une source d'appréhension puisque seulement la moitié des Français pensent adopter prochainement ce type de vacances. De nombreux freins sont encore à lever pour déclencher un réel passage à l'acte : les Français souhaitent être assurés de ne pas payer plus cher (46%), être certains que ce soit bénéfique pour les territoires (45%) et ne pas perdre en confort (35%)... La notion de plaisir doit aussi être davantage valorisée (40%) à l'instar de la facilité à réaliser ce type de vacances (33%). Une bonne communication est l'une des clés pour aller vers un tourisme plus responsable.

Les Français ont plusieurs facettes : ils peuvent passer de l'une à l'autre selon, leurs envies du moment, le type de vacances qu'ils désirent, la période de l'année, leurs accompagnants => cf infographie ci-contre

Vacances idéales pour les Français : la France bien positionnée... et l'Occitanie aussi !

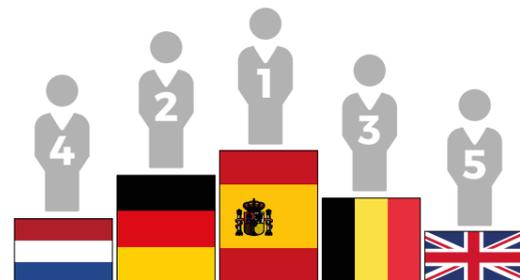
Les attentes des Français en matière de vacances idéales restent simples et réalistes : des vacances conviviales (56% en couple, 48% en famille et 23% entre amis), permettant avant tout le dépaysement et la déconnexion (39%), la découverte et l'enrichissement (38%). La recherche du beau temps est aussi le premier élément essentiel à la réussite de leurs vacances (38% des citations).

L'enjeu est simple : faire des vacances en France des vacances aussi mémorables et uniques qu'à l'étranger !



Les clientèles internationales

PRINCIPALES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES



PRINCIPALES CLIENTÈLES EUROPÉENNES

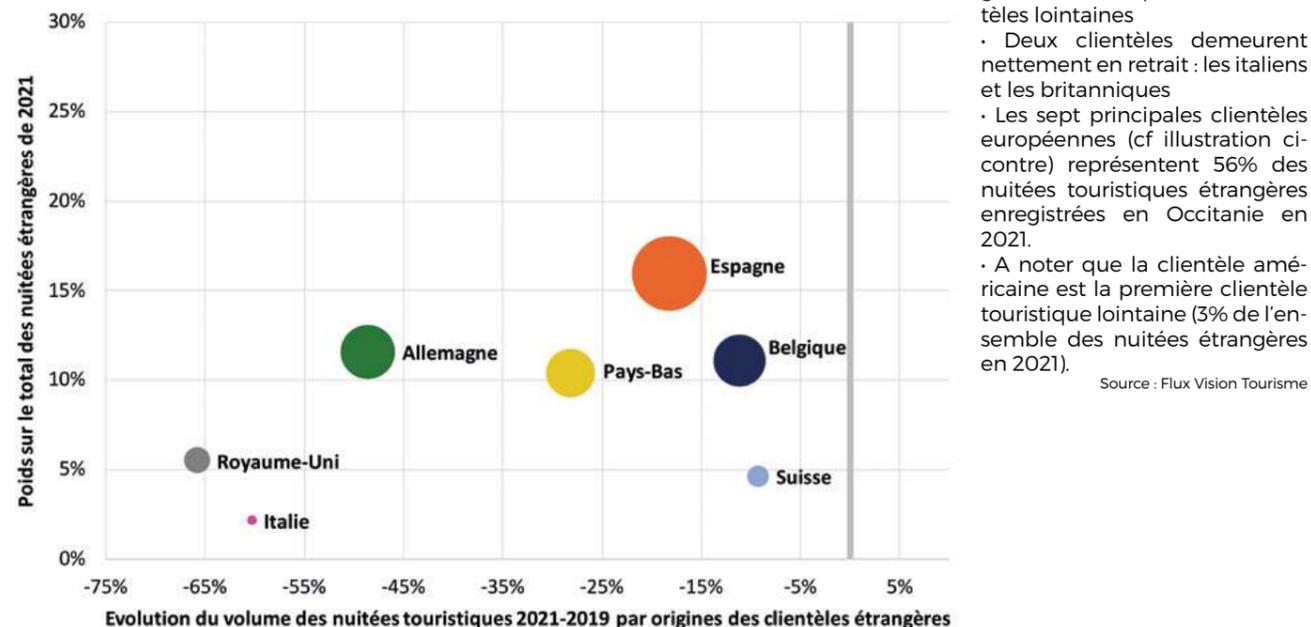
| Pays origine | % Nuitées | % Evolution N-1 | % Evolution N-2 |
|--------------|-----------|-----------------|-----------------|
| Espagne | 16% | 29% ↑ | -18% ↓ |
| Allemagne | 12% | 17% ↑ | -49% ↓ |
| Belgique | 11% | 26% ↑ | -11% ↓ |
| Pays-Bas | 10% | 17% ↑ | -28% ↓ |
| Royaume-Uni | 5% | -11% ↓ | -66% ↓ |
| Suisse | 5% | 45% ↑ | -9% ↓ |
| Italie | 2% | 2% ↑ | -60% ↓ |

Source : FLUXVISION Tourisme 2021

Tous modes d'hébergements confondus (marchands et non marchands), les nuitées touristiques étrangères progressent de 19% en 2021 par rapport à l'année dernière, mais restent en dessous du volume observé en 2019 (-38%) ayant enregistré une forte chute entre 2020 et 2019 (-48%).

Des différences de fréquentation notables entre les principales clientèles ont modifié le podium :

- Retour marqué des clientèles espagnoles, belges et suisses, vers des niveaux proches de 2019
- Retour encore partiel avec des volumes en deça de 2019 pour les allemands et plus modérément pour les néerlandais, et plus généralement pour les clientèles lointaines
- Deux clientèles demeurent nettement en retrait : les italiens et les britanniques
- Les sept principales clientèles européennes (cf illustration ci-contre) représentent 56% des nuitées touristiques étrangères enregistrées en Occitanie en 2021.
- A noter que la clientèle américaine est la première clientèle touristique lointaine (3% de l'ensemble des nuitées étrangères en 2021).



Source : Flux Vision Tourisme



FOCUS SUR LES HÉBERGEMENTS MARCHANDS COLLECTIFS

Si l'on se focalise sur les hébergements marchands collectifs, sur la saison de juin à septembre 2021, malgré un retour partiel des clientèles étrangères par rapport à l'année dernière, le poids des nuitées étrangères reste inférieur à celui de 2019 :

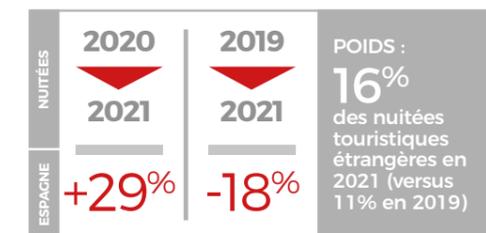
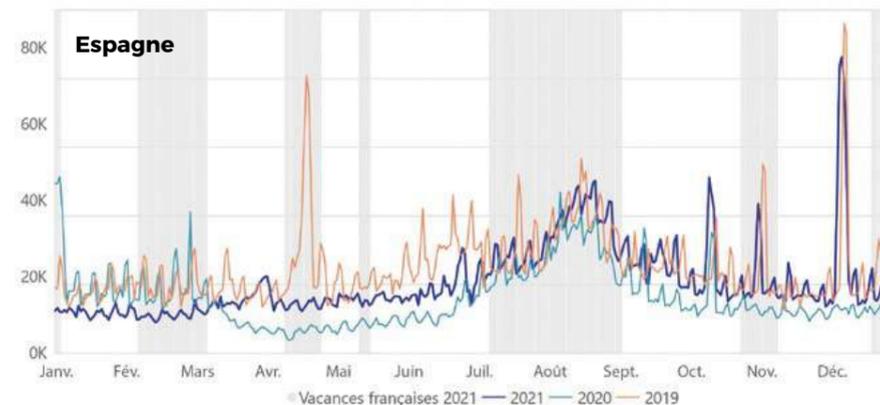
- Hôtels : 12% de nuitées étrangères soit -16 points vs 2019. Le top 5 des

nationalités étrangères est très perturbé en raison d'un retard marqué par rapport à 2019 des Britanniques et des Italiens

- Campings : 17% de nuitées étrangères soit - 9 points vs 2019. Le podium demeure : Pays Bas, Belgique, Allemagne
- Autres Hébergements Collectifs : 8% de nuitées étrangères soit -6 points vs 2019

Source : INSEE

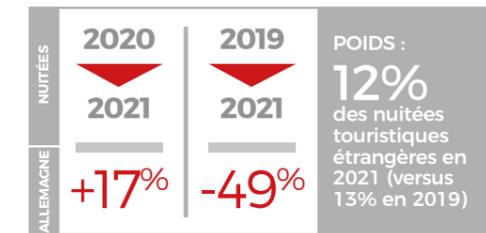
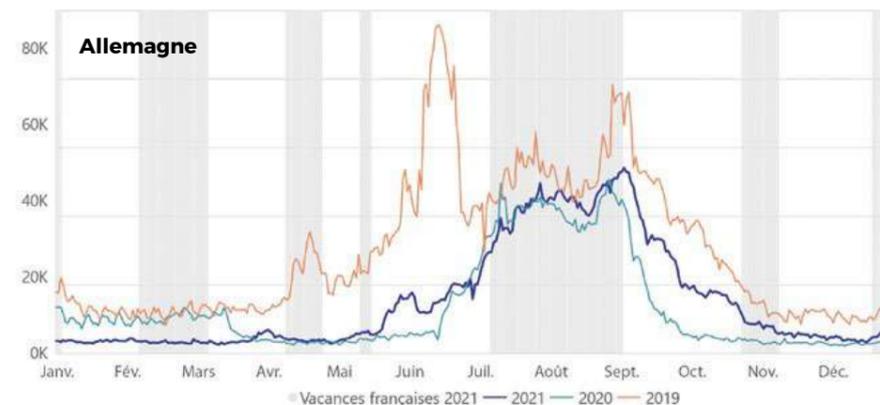
NUITÉES TOURISTIQUES QUOTIDIENNES DES PRINCIPALES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES



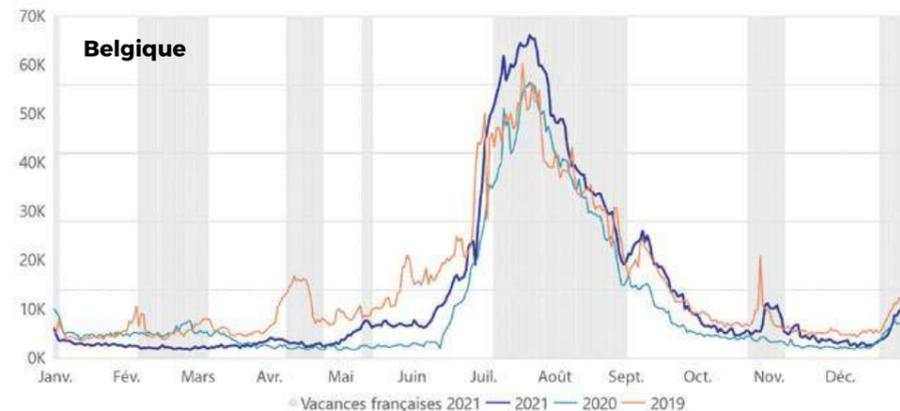
🇪🇸 Première clientèle étrangère d'Occitanie, les espagnols sont présents de manière particulièrement désaisonnalisée, tout au long de l'année, avec des pics sur les week-ends prolongés avec jours fériés (comme du 04 au 07/12). Avec des évolutions plus favorables que la plupart des autres nationalités étrangères, les espagnols confirment leur leadership sur les nuitées étrangères de 2021.



🇩🇪 Les clientèles allemandes peinent à retrouver leur niveau de fréquentation de 2019, malgré des performances plutôt favorables sur la saison estivale. Avec une saison habituellement plus étalée, les nuitées touristiques allemandes sont impactées par la conjoncture sanitaire défavorable du début d'année, sur le tourisme d'affaires et de loisirs.

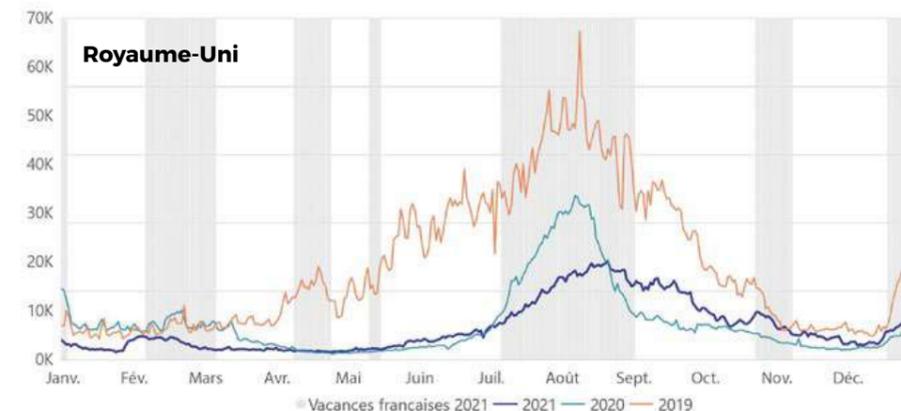


NUITÉES TOURISTIQUES QUOTIDIENNES DES PRINCIPALES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES



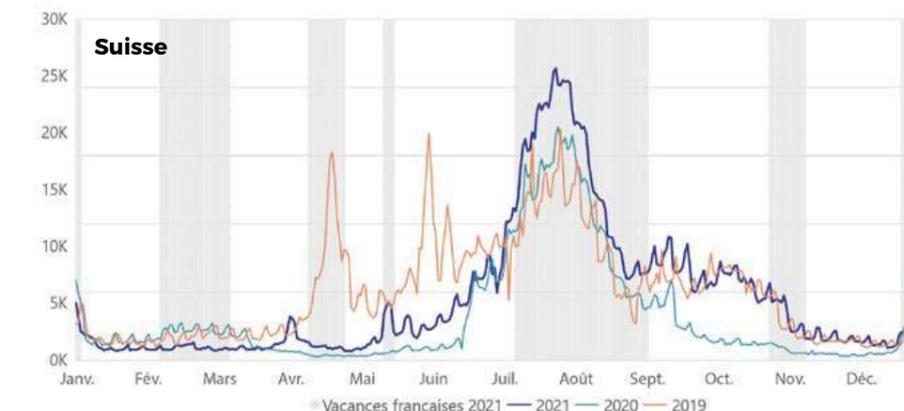
| | | | |
|----------|------------|-------------|--|
| NUITÉES | 2020 | 2019 | POIDS : 11% des nuitées touristiques étrangères en 2021 (versus 7% en 2019) |
| | 2021 | 2021 | |
| BELGIQUE | 26% | -11% | |

Les touristes belges enregistrent des évolutions de nuitées parmi les plus favorables du Top 5 au même titre que les espagnols. Mais à contrario d'une fréquentation désaisonnalisée, le retour des nuitées touristiques belges était particulièrement concentré sur la haute saison estivale de 2021.



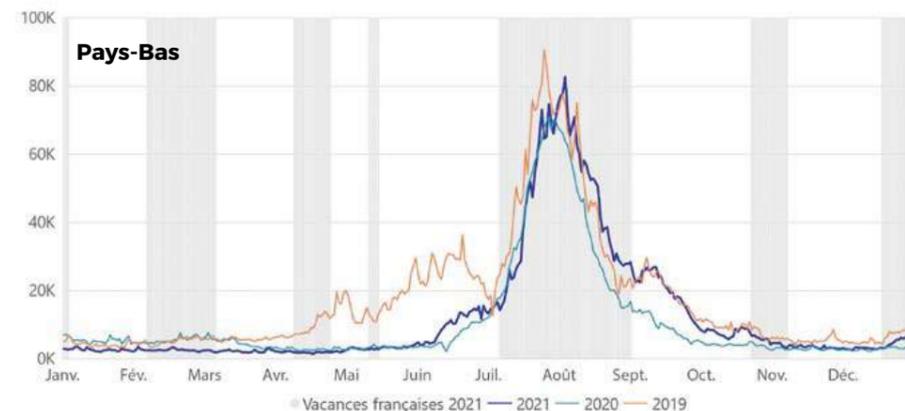
| | | | |
|----------|-------------|-------------|---|
| NUITÉES | 2020 | 2019 | POIDS : 5% des nuitées touristiques étrangères en 2021 (versus 9% en 2019) |
| | 2021 | 2021 | |
| ROY.-UNI | -11% | -66% | |

Les britanniques figurent parmi les rares clientèles étrangères à cumuler des évolutions négatives de nuitées touristiques depuis 2 ans. Leur poids dans la fréquentation régionale baisse sensiblement en 2021.



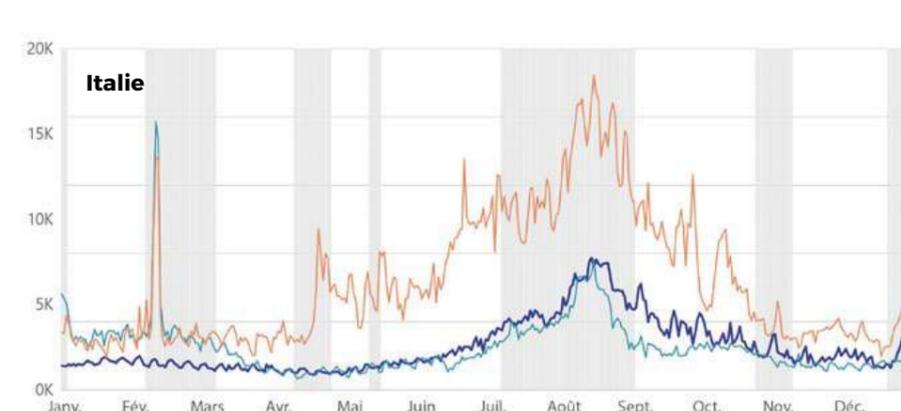
| | | | |
|---------|------------|------------|---|
| NUITÉES | 2020 | 2019 | POIDS : 5% des nuitées touristiques étrangères en 2021 (versus 3% en 2019) |
| | 2021 | 2021 | |
| SUISSE | 45% | -9% | |

Avec moins de 400 000 nuitées d'écart, les clientèles suisses se rapprochent du niveau de fréquentation de la clientèle britannique sur l'année 2021. Les hausses de nuitées sur l'été et l'arrière-saison sont complétées par un retour partiel des courts-séjours sur l'avant-saison, permettant aux suisses d'enregistrer une progression 2021-2020 record de +45% de nuitées touristiques.



| | | | |
|----------|------------|-------------|--|
| NUITÉES | 2020 | 2019 | POIDS : 10% des nuitées touristiques étrangères en 2021 (versus 8% en 2019) |
| | 2021 | 2021 | |
| PAYS-BAS | 17% | -28% | |

Suivant une tendance de fréquentation similaire à celle de la clientèle belge, les touristes néerlandais se sont également moins déplacés en Occitanie sur l'avant-saison, privilégiant l'été et l'arrière-saison 2021. Avec des niveaux de nuitées proches de 2019 sur la période estivale, les évolutions sont au global moins marquées que celles des touristes belges.



| | | | |
|---------|-----------|-------------|---|
| NUITÉES | 2020 | 2019 | POIDS : 2% des nuitées touristiques étrangères en 2021 (versus 3% en 2019) |
| | 2021 | 2021 | |
| ITALIE | 2% | -60% | |

La clientèle italienne représente une faible part des nuitées à l'échelle de la région, mais un poids important pour la ville de Lourdes. Le retour des italiens se fait attendre, avec un niveau de fréquentation quasi similaire à 2020, bien en deçà de la fréquentation établie sur 2019, année de référence d'avant crise.

Les chiffres-clés de l'économie touristique régionale

 **185 millions**
Nombre de nuitées touristiques pour l'année 2021

NUITÉES

Cette année par rapport à :
2020 : **+17%**
2019 : **-11%**

Sur juillet-août par rapport à :
2020 : **+9%**
2019 : **+10%**

NUITÉES FRANÇAISES

Cette année par rapport à :
2020 : **+16%**
2019 : **+4%**

Sur juillet-août par rapport à :
2020 : **+6%**
2019 : **+29%**

NUITÉES ÉTRANGÈRES

Cette année par rapport à :
2020 : **+19%**
2019 : **-38%**

Sur juillet-août par rapport à :
2020 : **+21%**
2019 : **-23%**

 **108 000**
Nombre d'emplois salariés dans le secteur du tourisme dont 95 000 liés à la présence de touristes, soit 6,6% de l'emploi salarié marchand en Occitanie.

 **15,9 milliards d'euros**
Montant des retombées économiques de l'activité touristique en 2018 soit 10,3% du PIB régional

 **6 millions**
Nombre de lits (potentiellement) touristiques dont :

2,5 millions
de lits en résidences secondaires

2,5 millions
de lits en résidences principales

1 million
de lits marchands (hors locatif en plateforme)



EVOLUTION DU NOMBRE DE NUITÉES SELON L'UNIVERS DE DESTINATION

| CLIENTÈLE FRANÇAISE | Evolution 2021/2020 | Evolution 2021/2019 |
|------------------------|---------------------|---------------------|
| Pyrénées | +6% | -15% |
| Massif central | +11% | +6% |
| Campagne | +11% | +1% |
| Littoral | +22% | -3% |
| Montpellier | +15% | -11% |
| Toulouse | +10% | -20% |
| Urbain hors métropoles | +11% | -12% |

| CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES | Evolution 2021/2020 | Evolution 2021/2019 |
|------------------------|---------------------|---------------------|
| Pyrénées | +11% | -44% |
| Massif central | +12% | -31% |
| Campagne | +16% | -32% |
| Littoral | +34% | -33% |
| Montpellier | +25% | -34% |
| Toulouse | +15% | -42% |
| Urbain hors métropoles | +16% | -34% |

Sources : FluxVision Tourisme - INSEE - DGE - Atout France - Base de données territoriale CRTL

Des datas, des outils, des réseaux

Il est plus que jamais nécessaire de s'appuyer sur des connaissances fiables et actualisées ainsi qu'une organisation territoriale efficiente, en réseau avec nos partenaires. Les travaux du pôle en matière d'observation s'appuient principalement sur 4 outils :

1 l'INSEE et ses enquêtes mensuelles de fréquentation des hébergements collectifs touristiques (hôtels, campings et autres)

2 Flux Vision Tourisme. A partir de la géolocalisation des mobiles, Orange collecte des informations anonymes sur la présence et les déplacements des touristes et résidents.

3 l'enquête de conjoncture, qui recueille le ressenti des professionnels entre avril et octobre (environ 3000 réponses par vague). Elle est pilotée par le CRTL, en partenariat avec les Observatoires des Agences Départementales du Tourisme et des Comités Départementaux du Tourisme et les Offices de Tourisme.

4 le Suivi de la Demande Touristique (SDT), réalisé par Kantar (ex-TNS Sofres) auprès de la clientèle française pour le compte de l'Insee.

Le CRTL et ses partenaires enrichissent en permanence leurs outils et leurs méthodes pour suivre et analyser l'activité dans toutes ses composantes : l'offre locative émergente à travers les plateformes par exemple ou l'analyse de la « voix des clients » sur les réseaux sociaux...





Destination
Occitanie
Comité Régional du Tourisme et des Loisirs

voyage-occitanie.com

SITE DE MONTPELLIER (SIÈGE)
64, rue Alcyone · CS 79507
F · 34960 Montpellier Cedex 2

SITE DE TOULOUSE
15, rue Rivals · CS 78543
F · 31685 Toulouse Cedex 6



#TourismeOccitanie



Projet financé par le Fonds Européen de Développement Régional

Mai 2022 - PÔLE COMMUNICATION ET RAYONNEMENT - CRTL • PHOTOS: CRTL OCCITANIE - © D. VET - © P. THEBAUT - © A. DUJURNIC - © G. BUSTAMPS - © RICHARD SPRANG / © LAURIE BRAL - VILLE DE MARIANNE / © OFFICE DE TOURISME DE SAINT CYRILIEN / © OFFICE DE TOURISME ARGÈLES-SUR-MER / © DEL DAMASE / © COMMUNAUTÉ DE COMMUNES LODOLOIS-LARzac - ADT_34 / © LAURENT LADRIÈRE - OT D'ARBELES SUR MER / © CLAUDE - OT MONTPELLIER / © M. NIELS - CHAÎNE THERMALE DU SOLEIL / © OFFICE DE TOURISME DE FONT ROMÉU / © LEZBRQZ - CIT LOZÈRE / © THERMES-DE-BALARUC / © OT TOULOUSE / © E. BRÉQUÉ / © MARA TEJERO - DIGITALVISION / STOCK - © IGORRI - © JURAT3 - © GEBERBA - © AVAREZ - © HALPOINT - © EDV3 / © ARANA / © MATTHIEU_PINAUD / © MAISON DE PAYSAGES / © P. VINCENT OT TOURS / © OT NÎMES / © VILLE DE MONTPELLIER / © PIPRA / © C. ABRANDE