

L'économie des Pyrénées-Orientales

Zoom sur le secteur du tourisme

Bilan 2019 – Perspectives 2020

Intervention de Madame Hermeline Malherbe

Présidente du Conseil Départemental des Pyrénées-Orientales

Présidente de l'Agence de Développement Touristique

Jeudi 13 février 2020



Quelques chiffres clés

données 2018 – 2019

2^{ème} département touristique français
quand on le ramène à la population
permanente (source INSEE).

7^{ème} département de France en chiffres
bruts

2^{ème} de la Région juste derrière l'Hérault.



✓ 32.2 millions de nuitées :

- 30% en hébergements marchands
- 20% en résidences secondaires
- 50% en non-marchand

✓ 639 776 lits touristiques

✓ 8 millions de visiteurs par an :

- 3.8 millions de touristes
- 4.2 millions d'excursionnistes

✓ 88% de français, 12% d'étrangers

✓ 94% en voiture, 4% en train, 2% en avion

✓ 1,4 milliard de consommation touristique

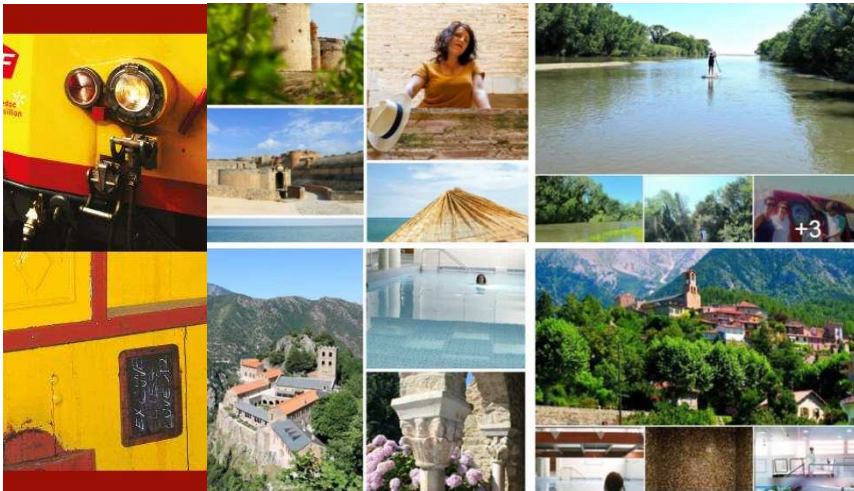
✓ 42,30 euros de dépense par jour et par touriste

Les deux premières sources d'information du touriste pour préparer son séjour sont à égalité les sites internet des ADT et les sites internet des offices de tourisme.

(Enquête CRT 2018/2019)

1

Bilan de la fréquentation touristique 2019



Une saison en retrait de 2% à 3% *

- une conjoncture économique européenne et française difficile.
- une bonne météo au niveau national et européen qui a favorisé la répartition des touristes sur toute la France et plus largement en Europe (près de chez eux...).

*** Les chiffres définitifs seront à disposition fin mars 2020 (cabinet indépendant)**



Bilan de la fréquentation touristique 2019

- **Début de saison difficile** avec une fréquentation étrangère en baisse (Britannique, Hollandais).
- **Mai-juin-juillet en retrait** jusqu'au week-end du 26 juillet (14 juillet en plein WE).
- **Mois d'août équivalent et soutenu.**
- **Bon mois de septembre** (léger retrait par rapport 2018, excellent mois).
- **Réservations de plus en plus tardives.**



Bilan de la fréquentation touristique 2019

- **Dernier trimestre 2019 impacté par :**
 - grèves côté Catalogne des axes de circulation bloqués.
 - fermeture de la ligne ferroviaire durant plus d'un mois au niveau de Béziers (inondations, novembre).
 - excellent début de saison dans nos stations de ski avec une neige précoce.
 - beau temps qui a favorisé des séjours sur notre littoral.

- **Baisse** de la clientèle française, mais ...

- ... **augmentation** de la clientèle de grande proximité (- de 200 kms) qui représente plus de la moitié des nuitées.

Bilan de la fréquentation touristique 2019



- **Dépenses en forte baisse**, notamment dans la restauration, les commerces et les activités périphériques (musées, activités sportives) sauf septembre.
- **Haut de gamme** qui résiste bien à la crise et connaît des hausses de fréquentation.
- **Un secteur montagne en légère hausse**
 - meilleur début de saison
 - mois d'août soutenu.
- **Secteur campagne en retrait.**

Bilan de la fréquentation touristique 2019



- **Perpignan en retrait malgré:**
 - une bonne fréquentation pour Visa
 - une fréquentation à la journée importante au mois d'août.

- **Secteur littoral en léger retrait (- 2%):**
 - saison commencée tardivement
 - météo chaude partout en France
 - image de la Méditerranée « affectée »
 - effets négatifs de la sur-médiatisation nationale!

Bilan de la fréquentation touristique 2019



- **Hôtellerie de plein air** : fréquentation en léger retrait comparativement à 2018 en raison d'une période mai juin juillet délicate. Reste l'hébergement marchand favori de nos touristes (politique de prix offensive).
- **Hôtellerie de chaîne et les résidences de tourisme**, grâce à une politique de prix agressive et à une omniprésence sur le web **limitent leurs baisses** de fréquentation.
- **Hébergement non marchand** (familles, amis) et la résidence secondaire ont été un peu moins utilisés que l'an passé (début de saison difficile).



Prévisions de la fréquentation touristique

Stratégie départementale du tourisme et des loisirs 2020 - 2024

Prévisions fréquentation touristique 2020



- calendrier favorable 2020 : 14 juillet, un mardi et 1^{er}, le 8 mai un vendredi.
- prix des carburants plus bas qu'en 2019 devrait perdurer toute l'année.
- météo favorable sur ces deux premiers mois : un bon 1^{er} trimestre 2020 devrait être supérieur à celui de 2019.
- RN 116 : peu d'impacts pour les vacances de février zone Occitanie et Paris. Incertitudes pour la suite vacances hiver. Quelles retombées d'image pour les saisons à venir, y compris printemps été...

**Une saison 2020 qui se présente - sous de bons auspices,
sous réserve de la réouverture de la RN 116**

(Réunion UMIH, imagine les po).



Prévisions fréquentation touristique 2020-2024

*Une politique volontariste du Département
au niveau du tourisme et des loisirs*

- Mise en œuvre stratégie départementale
- Tourisme durable
- Activités de pleine nature
- Syndicat mixte stations de montagne
- Concertation Imagine les PO

***Pour une performance touristique départementale
pérenne devant s'appuyer sur 4 piliers fondamentaux:***



**Bien-être
des résidents**



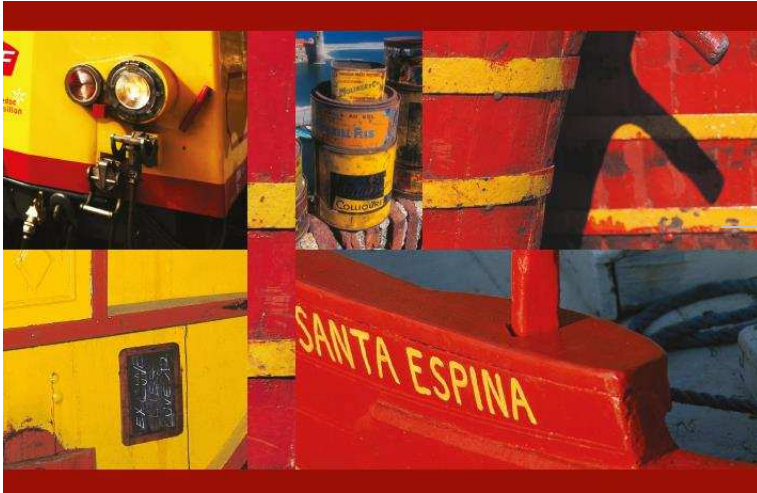
**Approche
environnementale**



**Satisfaction
clients**



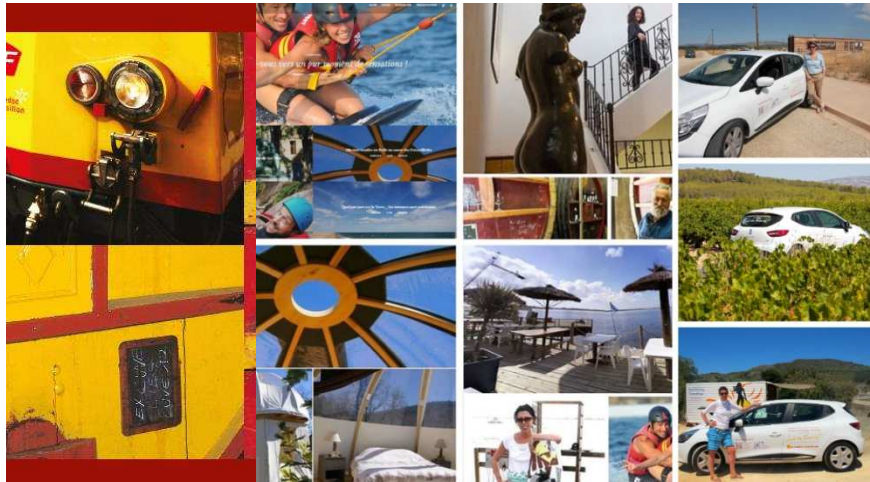
**Retombées
économiques**



Prévisions fréquentation touristique 2020-2024

Les principaux engagements du Département :

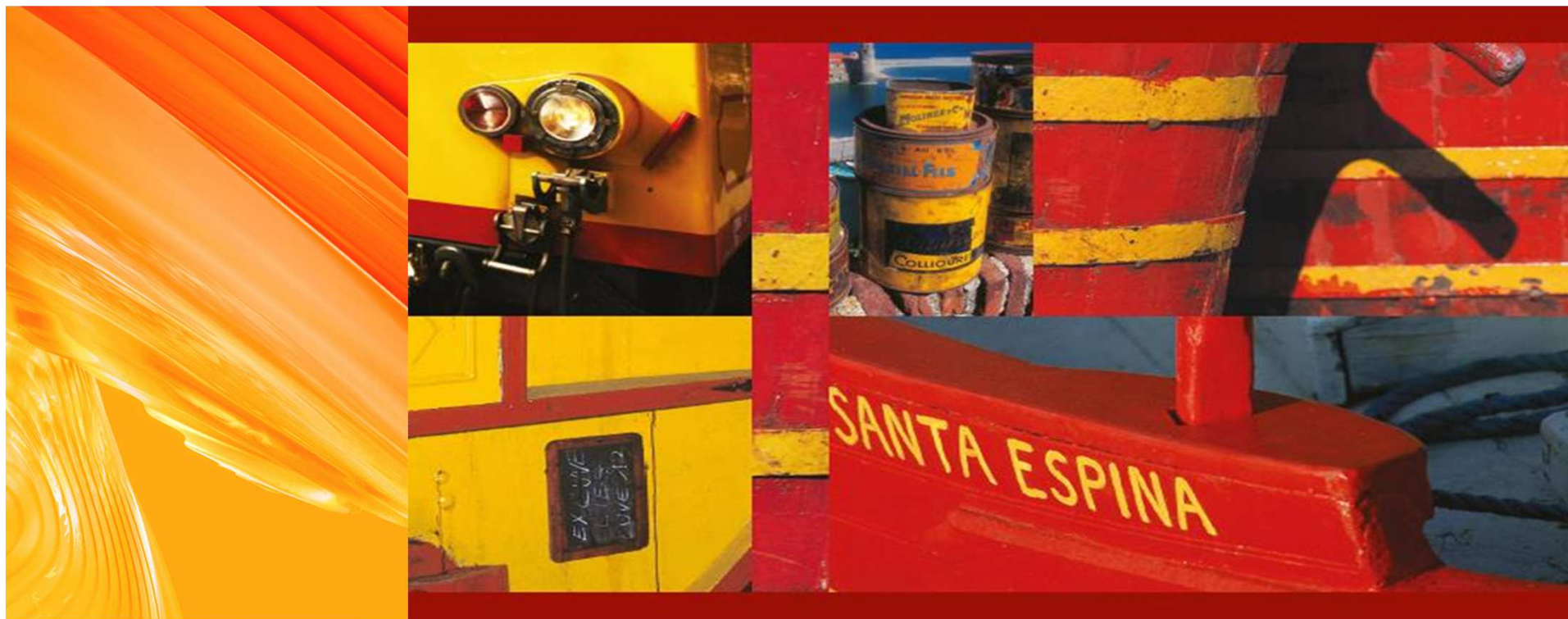
- Faire des Pyrénées- Orientales la destination nature et « bien-vivre »
- Donner la priorité à un tourisme authentique et responsable
- Faire des Pyrénées-Orientales un département pilote dans l'adaptation au changement climatique
- Développer les infrastructures pour le vélo et la randonnée en particulier
- Communiquer sur l'atout catalan
- Appellation d'une marque produits et route du patrimoine « Pays Catalan »
- Créer une maison des vins et de la sommellerie
- Inciter aux déplacements propres



Prévisions fréquentation touristique 2020-2024

*L'Agence de Développement Touristique
engage 50 nouvelles actions
en partenariat avec l'ensemble des acteurs,
privés, publics et institutionnels.*

- Création plate-forme numérique
- Assises régionales de la pleine nature
- Tourisme durable
- Film « riders »: le plus beau des terrains de jeu
- Observation, veille, évaluation: études, enquêtes clients, observatoire, saisonnalité de l'emploi touristique, flux infra,...
- Structuration, qualification, labélisation: vélo, handicap, vignobles et découverte, qualité,...
- Marketing: salons nature, plongée, tourisme urbain et affaires, voyage à vélo, thermalisme, croisières, ambassadeurs...
- Communication et relations presse: identité visuelle, marque de destination, supports renouvelés, blog expérientiel,...



Merci de votre attention !

Retrouvez nos chiffres, nos études, nos plans d'action, nos actus...
Sur le site web pro de l'ADT des Pyrénées-Orientales



<https://pro-tourismeadt66.com>

