

Economie touristique :

En juillet, la clientèle française et de proximité permettent d'éviter la catastrophe économique annoncée.

En juillet, l'activité touristique en Occitanie reste très disparate selon les territoires. Les contreforts du Massif Central et la campagne enregistrent une fréquentation soutenue mais les métropoles régionales ne séduisent pas les touristes. Ce mois de juillet est encore marqué par une très faible présence de touristes étrangers, insuffisamment compensée par la clientèle de proximité.

Ces tendances et faits marquants ont été observés par **3 470 professionnels du tourisme** interrogés dans le cadre du dispositif régional¹ de conjoncture, piloté par le Comité Régional du Tourisme Occitanie (CRT) en partenariat avec les Agences Départementales du Tourisme, Comités Départementaux du Tourisme et relais infra-territoriaux.

PLUS DE LA MOITE DES PROFESSIONNELS INTERROGES JUGE L'ACTIVITE DU MOIS DE JUILLET EQUIVALENTE OU SUPERIEURE A CELLE DE L'ANNEE DERNIERE

Si la zone du Massif Central semble être épargnée par la crise, le secteur urbain et tout particulièrement les métropoles régionales la subissent de plein fouet. **76,5% des professionnels de l'agglomération toulousaine jugent l'activité du mois de juillet inférieure** à celle de l'année dernière. A Lourdes, ils sont 90% des répondants à la juger en baisse.

Ce mois-ci, 93% des professionnels ont pu ouvrir leur établissement. Ce taux est inférieur dans les Pyrénées, et notamment à Lourdes où seuls 69% des prestataires sont ouverts. Ce sont essentiellement les hébergements collectifs ainsi que le locatif qui rencontrent le plus de difficultés pour accueillir la clientèle en raison du manque de réservations, la mise en place du protocole sanitaire contraignant et la crainte de travailler à perte.

LA CLIENTELE ETRANGERE ET LES GROUPES : GRANDS ABSENTS DE CETTE SAISON TOURISTIQUE

Même si elle n'est pas totalement absente, **la clientèle étrangère fait toujours défaut** au mois de juillet, particulièrement dans les villes et sur le littoral, ainsi qu'à Lourdes où elle constitue habituellement une grosse partie de la fréquentation touristique. Les **groupes sont toujours en baisse**, notamment dans la restauration (70%) et les activités (74%).

En juillet, un professionnel sur deux observe une **augmentation de la clientèle de proximité** mais aussi celle provenant de la région parisienne. Elle est composée majoritairement de familles avec un panier moyen estimé à 48€ par jour et par touriste.

UN OPTIMISME MESURE POUR LES RESERVATIONS DU MOIS D'AOUT

61% des répondants jugent le niveau des réservations pour le mois d'août élevé ou moyen. Cet optimisme relatif est tout particulièrement marqué sur les zones de campagne. Il est à nuancer sur le littoral et dans les zones urbaines où le doute subsiste encore. A Toulouse, 56% des professionnels jugent le niveau des

¹ **3 470 répondants (23% du panel interrogé)**, dont 2295 pour le secteur de l'hébergement (66% des répondants). Offices de Tourisme, hébergeurs et prestataires touristiques ont répondu à l'enquête en ligne et par téléphone.

réservations faible pour le mois d'août. La confiance est plus affirmée chez les prestataires d'hébergements où 39% des répondants jugent le niveau des réservations élevé.

La peur d'une seconde vague d'épidémie, conjuguée à une situation économique fragile, constituent les principaux freins à la réservation évoqués par les professionnels. Les conditions sanitaires obligent certains d'entre-eux à réduire l'accueil des touristes malgré une demande importante. A ce jour, le CRT et ses partenaires ne disposent que de peu de visibilité sur les réservations du mois de septembre mais notent un ressenti assez pessimiste chez 45% des prestataires.

UNE STRATEGIE PAYANTE

S'il est encore difficile aujourd'hui de tirer les conclusions de cette saison inédite, l'Occitanie semble récolter les premiers fruits d'une [stratégie](#) consistant à séduire la clientèle locale ainsi que celle des régions limitrophes ; une stratégie qui pourrait permettre à terme de s'affranchir de la dépendance liée à la fréquentation des touristes étrangers.

Les actions de communication en faveur des territoires et de valorisation des professionnels du tourisme conduites par le CRT se traduisent dès ce mois de juillet par une **audience de son site Internet** (www.tourisme-occitanie.com) **multipliée par deux par rapport à juin 2020 et par trois par rapport à l'année dernière**. Au cours des trois premières semaines de juillet, plus de 6 millions d'internautes ont été sensibilisés via les réseaux sociaux, générant ainsi plus de 7% du trafic vers le portail touristique régional.

Certes, les remarques des professionnels interrogés traduisent une inquiétude face à l'incertitude de la situation, mais aussi une grande capacité d'adaptation et, pour certains, des motifs de satisfaction, quant à la fréquentation de nouvelles clientèles. « *Cette année, on accueille davantage de clients provenant des départements voisins mais aussi de nombreux touristes de la région* », constate un prestataire d'activités de pleine nature des Pyrénées-Orientales qui se réjouit du dispositif de la [carte Occy'gène](#) mis en place par la Région.

Vincent Garel, Président du CRT tient cependant à rappeler que « *ces enquêtes de conjoncture interrogent principalement les professionnels du secteur marchand. Elles ne prennent donc qu'indirectement en compte la fréquentation non marchande qui représente 2/3 des nuitées en Occitanie avec notamment près de 550 000 résidences secondaires en Occitanie. Cette clientèle « passe le plus souvent sous les radars » mais représente néanmoins une manne économique importante pour les commerces, les restaurants ainsi que pour les activités de loisirs* ».

Le 5 août 2020

Contacts Presse : presse@crtoccitanie.fr

Sophie PELLEGRIN-PONSOLE

Patrick FONTANEL