

Jean Pinard (CRTL Occitanie) :
« Le niveau de fréquentation touristique d'avant-crise est dépassé »



Le directeur général du Comité régional du tourisme et des loisirs (CRTL) d'Occitanie, Jean Pinard, dresse pour *La Lettre M* un bilan de la saison estivale. Un cru 2021 marqué par une fréquentation massive de la clientèle française dans la région.

Quel premier bilan tirez-vous de la saison en Occitanie ?

L'important de notre côté est de savoir si nous sommes arrivés aux seuils de fréquentation d'avant crise. Cela semble être le cas. D'après les données fournies par les opérateurs de téléphonie, permettant de mesurer la présence sur un lieu donné, nous nous trouvons globalement sur une fréquentation supérieure de 11%, par rapport à l'année 2019. C'est très encourageant. En ce qui concerne l'été, le niveau de fréquentation d'avant crise est donc rattrapé, même dépassé.

Quelles sont les destinations ayant le mieux tiré leur épingle du jeu ?

C'est un autre motif de satisfaction, cette embellie est visible pour toutes les destinations de l'Occitanie. Le littoral, les Pyrénées, le Massif central tirent le plus profit de cette fréquentation post crise. Seuls Lourdes et Toulouse demeurent encore en difficulté en Occitanie. Autrement, tous les autres territoires dépassent leur niveau de fréquentation d'avant crise sur la saison d'été. Cette année, le littoral réalise la plus forte progression avec une augmentation de la fréquentation de plus de 12 % en comparable. Les destinations campagne et Massif central marquent légèrement le pas, car elles avaient énormément progressé en 2020.

Comment expliquez-vous les difficultés rencontrés par Toulouse et Lourdes ?

Ces deux villes restent sur des niveaux négatifs. Pour Lourdes, cela est dû au fait que les pèlerins ne sont pas revenus. Les lignes aériennes ne sont pas totalement réouvertes. De même, les tour-opérateurs programmant cette destination n'ont que partiellement repris leur activité. La situation de Toulouse est un peu différente. La ville marque le pas sur la clientèle affaires. En règle générale, les destinations urbaines sont aussi un peu à la peine. L'impact du trafic aérien est lui aussi, non négligeable. À Toulouse, celui-ci est revenu à 40 % de son niveau habituel.

A contrario, y a-t-il un regain d'activité à Montpellier ?

Montpellier avait déjà bien tiré son épingle du jeu l'an dernier et progresse de nouveau de 14 % cette année. Il s'agit de la plus forte progression en Occitanie. Contrairement à Toulouse, la ville est moins dépendante de la clientèle d'affaires. Beaucoup de touristes se rendent à la plage et font de Montpellier leur « base arrière » d'hébergement.

Ces bons chiffres sont certainement imputables à la fréquentation des touristes français...

Oui, on doit principalement cette augmentation à la clientèle française, avec une croissance de 31 % de la fréquentation durant l'été par rapport au seuil d'avant crise et de 8 % en comparaison à l'année 2020. Cela est certainement dû aux visites chez les parents et amis. Mais aussi au fait que la région Occitanie soit la région française comptant le plus de résidences secondaires. C'est aussi une destination refuge. La bonne gastronomie ou la qualité des eaux de baignade séduisent de plus en plus de clientèle française. Cette dernière a aussi découvert de nouvelles destinations en 2020 et revient. La Lozère, le Tarn, le Lot constituent les plus fortes progressions de fréquentation.

Et quid de la clientèle étrangère ?

Les bons chiffres de la fréquentation des touristes français compensent largement la baisse de fréquentation de la clientèle étrangère, que l'on commence toutefois à récupérer. Concernant cette typologie de clientèle, le retard comblé est de l'ordre de 75 à 80 %, selon les estimations. J'espère que ce sera le cas dès 2022, avec un retour au quasi-équilibre. Les belles progressions des clientèles étrangères sont quasi-exclusivement européennes : belges, néerlandaises, allemandes, espagnoles. Ces quatre nationalités représentent 95 % de l'amélioration de la fréquentation. Il n'y a pas eu d'Anglais cette année, ni de clientèles lointaines, qu'elles soient américaines ou asiatiques.

Quel a été l'impact sur la consommation ?

Malgré la bonne fréquentation, le paradoxe est que le niveau de consommation est inférieur à ce dont nous sommes habitués. Son évolution n'est pas proportionnelle à la fréquentation. Excepté les campings, les commerces sont les grands bénéficiaires. Les touristes sont plus enclins à aller chercher à manger, plutôt que d'aller au restaurant.

Quels sont les effets liés à la mise en place du pass sanitaire ? Notamment pour les lieux accueillant **plus de cinquante personnes...**

Il y a eu un impact significatif au mois de juillet par rapport aux sites accueillant plus de cinquante personnes. Ces derniers ont beaucoup perdu de visiteurs. Sans compter la mise en place de

dispositifs spécifiques pour l'accueil. Le niveau de vaccination n'était pas non plus le même à la mi-juillet. Ce même phénomène s'est reproduit dès le 9 août dans les restaurants. Il y a eu une baisse de consommation, que l'on doit avant tout au pass sanitaire. Néanmoins, il faut aussi être juste. S'il n'y avait pas eu de pass sanitaire et d'efforts sur la vaccination, la saison touristique aurait été fortement compromise. Ou complètement arrêtée dès la mi-juillet, à l'image de la situation aux Antilles en ce moment. Selon moi, le pass sanitaire était complètement justifié, même si cette contrainte est arrivée après le début des vacances. C'est un moindre mal.