

DESTINATION

Occitanie

L'AVIS DU PRO

« EN 2022, L'ENJEU EST DE MAINTENIR LA CLIENTELE FRANÇAISE ET D'ATTIRER À NOUVEAU LES EUROPÉENS »



JEAN PINARD

Directeur général du Comité régional du tourisme et des loisirs Destination Occitanie

« En Occitanie, nous sommes privilégiés du fait de notre positionnement géographique. Nous cochons toutes les cases : la ville, le littoral, la montagne, la campagne. L'année 2021 a été satisfaisante, car nous avons rattrapé 90 % de la fréquentation de 2019, grâce à une très forte proportion de clientèle française, aux alentours de 75 %. Les nombreuses résidences secondaires dans la région ont joué en notre faveur sur le segment non-marchand.

En outre, nous avons réussi à capter une catégorie de vacanciers sur la route de l'Espagne. Nous avons observé un autre phénomène : les départements ruraux comme l'Aveyron, le Lot, et la Lozère, ont particulièrement performé l'été dernier, en raison de leur nature authentique et de leur riche patrimoine. Le tourisme urbain, lui, a été fortement impacté par la crise sanitaire.

En 2022, l'enjeu est de maintenir la fréquentation de la clientèle française, celle des vacanciers extrarégionaux et celle de proximité, et d'attirer à nouveau les visiteurs européens. Cette année, certains Français vont sans doute repartir à l'étranger, au fil des réouvertures des frontières et de l'allègement des contraintes sanitaires (interview réalisée avant le conflit en Ukraine, Ndlr). Mais Atout France doit absolument

« Nos « Fabuleux Voyages », lancés en 2021, sont reconduits cette année. »

remotiver les Français à découvrir leur pays en vacances. La croissance de l'économie va être portée par ceux qui en général ne partent pas, et qui représentent peu ou prou 40 % des Français. Il faut aller chercher les consommateurs. Ceux qui n'ont pas la culture du voyage doivent être informés. C'est pour cela que nous poussons du factuel. Nos « Fabuleux Voyages », lancés en 2021, sont reconduits cette année. Ce sont des mises en marché de produits faciles à vendre, en BtoB notamment. Beaucoup de ces expériences sont accessibles en train, plus respectueuses de l'environnement, et mettent en avant des circuits courts, vers l'artisanat local et les bons produits du terroir. »