

La saison estivale sauvée grâce à un bon mois d'août

S'il est encore trop tôt pour tirer un bilan définitif de la saison estivale 2023, des premières tendances se dessinent selon les représentants des principales filières touristiques d'Occitanie. Jugée globalement satisfaisante, l'activité est cependant marquée par des disparités importantes en fonction des filières et des territoires observés. Revue de détail. **PAR LA RÉDACTION**

Des gagnants et des perdants. Considérée comme atypique par certains professionnels régionaux, la saison 2023 devrait se situer à des niveaux comparables à ceux de 2019 - période d'avant-Covid - en termes de fréquentation. « Nous sommes à peu près en phase avec les chiffres de l'été dernier, indique Camille Galtier, président du Club hôtelier de Montpellier (76 adhérents). Si en juillet, le chiffre d'affaires global a reculé en moyenne de 10 % dans nos établissements, le mois d'août se traduit par un retour à la normale avec des taux d'occupation de l'ordre de 75 %. » Le professionnel déplore cependant la faible attractivité de la destination montpelliéraine auprès de la clientèle : « Les séjours ne dépassent que très rarement deux nuitées. Montpellier ne parvient pas à retenir les touristes plus longtemps. Et les difficultés d'accès au centre-ville, en partie liées aux travaux en cours, pénalisent l'activité. » Autre constat : si la clientèle étrangère est au rendez-vous avec une progression du nombre de touristes suisses ou espagnols, cette hausse ne compense pas le recul de la clientèle française et de proximité. « Cette année, nous avons notamment perdu celle issue de la région toulousaine », souligne Camille Galtier, avant d'évoquer « de belles perspectives pour le mois de septembre ». « Un premier bilan sera présenté le



5 septembre prochain, indique à La Lettre M Jean Pinard, directeur du CRI'L (Comité régional du tourisme et des loisirs) d'Occitanie. Cependant, je note que dans l'hôtellerie, l'activité a été pénalisée par des tarifs trop élevés. Et plus largement, la canicule a impacté la fréquentation régionale à la baisse au bénéfice d'autres destinations françaises. » En Haute-Garonne, c'est une saison en deux temps qu'ont vécu les professionnels du tourisme. « Autant le dire, juillet n'a pas été extraordinaire, avec une baisse de fréquentation de 13 % par rapport à 2022, soupire Didier Cujives, président de Haute-Garonne Tourisme. J'y

Les campings haut de gamme devraient à nouveau faire partie des grands gagnants de la saison 2023.

vois une conjonction de plusieurs facteurs : un mois tronqué d'une grosse semaine, puisque les vacances scolaires n'ont débuté que le 8 juillet, un climat très morose marqué par de forts orages, une hausse du coût de la vie qui fait de plus en plus préférer les activités gratuites, et enfin, le fait que les touristes français à fort pouvoir d'achat, qui avaient privilégié l'Hexagone après la Covid, repartent désormais à l'étranger, sans pour autant que nous voyions revenir les touristes internationaux. » Le mois d'août, de meilleure tenue, permet de « freiner la chute », constate Didier Cujives, qui se dit en revanche « très enthousiaste » pour

septembre et octobre. L'effet Coupe du monde de rugby ? Pas seulement. « Les personnes qui ne sont pas directement concernées par les vacances scolaires, à savoir les jeunes et les retraités, ont désormais bien compris qu'il existait un véritable "été indien" dans le territoire, et elles en profitent, car les prix sont plus bas », témoigne le président de Haute-Garonne Tourisme.

Forte chute dans la restauration

« 2023 restera comme une saison moyenne compte tenu de la baisse du pouvoir d'achat et de l'essor des locations type Airbnb impactant les établissements hôteliers », résume Jacques Mestre, président de l'Umih (Union des métiers et des industries de l'hôtellerie) Languedoc-Roussillon. Ce dernier évoque aussi une baisse significative de l'activité en restauration, « de l'ordre de 20 % ». Un constat partagé par Brice Sanac, président de l'Umih des Pyrénées-Orientales. « Juillet aura été marqué par une forte chute de la fréquentation des restaurants. La saison aura également été compliquée pour les hôtels trois étoiles. À l'inverse, les établissements haut de gamme ont tiré leur épingle du jeu, de même que les discothèques, les traiteurs ou certains établissements de plage (paillotes, NDLR). Plus largement, il va falloir patienter jusqu'à fin septembre, qui s'annonce sous de bons auspices, pour dresser un constat plus précis. » À Toulouse, les professionnels de l'hôtellerie préfèrent aussi attendre la mi-septembre pour tirer un bilan définitif de la saison. « Les premières tendances

« Dans l'hôtellerie, l'activité a été pénalisée par des tarifs trop élevés »

montrent une fréquentation en baisse sur juillet et août, sachant que 2022 avait été marquée une croissance exceptionnelle de 10 à 20 %, avec un effet de rattrapage post-Covid et des clients désireux de découvrir la France, souligne Florimon Rechart, co-directeur de l'Hôtel Gascogne. On devrait en fait revenir à des niveaux équivalents à 2019, la dernière année de référence pour la profession. »

Les campings haut de gamme au beau fixe

Côté campings, les professionnels régionaux évoquent un début de saison compliqué pour cause de météo défavorable, notamment en ex-Midi-Pyrénées. « La fréquen-

tation a été irrégulière malgré un bon mois d'août, glisse Michel Dubié, vice-président de la confédération Occitanie de l'hôtellerie de plein air (CO-HPA), représentant les terrains de l'ex-Midi-Pyrénées. Et si les établissements affiliés à des chaînes nationales ont bien travaillé, les petits indépendants ont souffert pour attirer la clientèle. » En ex-Languedoc-Roussillon, Philippe Robert, président de la CO-HPA, évoque une saison particulière et un retour à la période pré-Covid. « L'activité devrait reculer de l'ordre de 1 à 2 % par rapport à l'an dernier. Et les clients deviennent de plus en plus exigeants en termes de rapport qualité-prix en privilégiant les établissements haut de gamme. » ♦



35 MILLIONS DE NUITÉES EN JUILLET

Selon les chiffres relatifs au mois de juillet communiqués début août par le CRTL (Comité régional du tourisme et des loisirs) Occitanie, la destination Occitanie a enregistré 35 millions de nuitées touristiques (tous modes d'hébergements confondus). Un volume en légère baisse par rapport à juillet 2022 (- 2 %). Les niveaux de fréquentation des clientèles françaises et internationales sont globalement en baisse (de - 1 % à - 7 %) pour le littoral, la campagne et les villes, hormis pour Lourdes (+ 40 %), les Pyrénées (+ 2 %) et Toulouse (2 %). Les clientèles venues des Pays-Bas (1,6 M de nuitées), de Belgique (1,6 M), du Royaume-Uni (1,3 M), d'Allemagne (1,3 M) et d'Espagne (1 M) figurent parmi les clientèles étrangères les plus représentées en Occitanie. Pour la France, le Nord (1 M de nuitées), Paris (0,9 M), la Haute-Garonne, les Bouches-du-Rhône et le Rhône (0,8 M) font partie du top 5 des clientèles domestiques. Et plus d'un professionnel sur deux a ressenti une baisse de la fréquentation par rapport à juillet 2022, associée à une consommation limitée. En 2022, la région a capté 220 M de nuitées touristiques.