

# L'état du tourisme en Occitanie **en 2022**



## Une nouvelle vision de l'activité touristique, plus « sensible », plus qualitative que quanti. ↗

### SOMMAIRE

<b>Une approche systémique et durable de l'économie touristique ..</b>	<b>04</b>
L'environnement .....	05
L'économie .....	09
Le social .....	12
<b>L'état du tourisme en Occitanie en 2022 .....</b>	<b>16</b>
L'offre d'hébergement .....	17
Le bilan de fréquentation régionale .....	21
Les clientèles .....	26
Les filières .....	33
Les destinations .....	39
<b>Datavisualisation : raconter l'histoire autrement .....</b>	<b>44</b>
<b>Chiffres-clés et repères de l'économie touristique régionale .....</b>	<b>46</b>



### Le tourisme est un secteur en pleine mutation, à l'image de la société dont il est le reflet.

Générateur de déplacements importants à l'échelle internationale, on estime qu'il est responsable d'environ 11 % de la production de gaz à effet de serre (GES) en France ; dès lors ses détracteurs font entendre leur voix de plus en plus fort.

#### Mais de quel tourisme parle-t-on ?

Si comme le rappellent les rapports successifs du GIEC, il y a urgence à s'adapter, le tourisme tel qu'il est pratiqué dans une région comme l'Occitanie (peu concernée par le surtourisme), a encore du sens et de l'intérêt, y compris face aux grands enjeux planétaires liés au réchauffement climatique.

Encore faut-il se doter des outils et d'une organisation qui permettent de bien cerner les effets de l'activité, qu'ils soient négatifs ou positifs, et d'en assurer la maîtrise.

#### C'est le moment de changer de regard sur la performance touristique, en conscience et à la hauteur des enjeux.

Pour construire une nouvelle vision de l'activité et faire évoluer les modèles, il est indispensable de prendre en compte toutes les dimensions du contexte, à l'échelle de la planète où s'inscrivent les grands équilibres, mais aussi au niveau national qui définit notamment notre champ d'action, et bien sûr à l'échelle régionale afin de disposer de tous les leviers de la transition.

La crise de la COVID a mis à l'arrêt complet un secteur qui, depuis l'après-guerre, avait connu une croissance continue à l'échelle de la planète. Face à ce choc, le tourisme a prouvé sa capacité de rebond pour retrouver, voire dépasser son niveau d'activité de 2019.

Pour autant, nous aurions tort de croire que rien n'a changé ; le tourisme est nécessairement appelé à devenir une économie plus vertueuse, plus soutenable et plus solidaire. Il s'agit aujourd'hui de poser le sujet de son développement sur des bases nouvelles de prise en compte et de maîtrise de ses effets.

Cette approche plus systémique et mieux contextualisée questionne les fondements mêmes de l'économie touristique et invite à relever de multiples défis.

- Le climat géopolitique agité fait peser son lot d'incertitudes à moyen et long terme sur les équilibres économiques, démographiques et sociaux à l'échelle planétaire.
- Un nouveau rapport au travail (quête de sens et de bien-être) s'impose aux multiples employeurs de la filière et se matérialise notamment par la difficulté de recruter et de fidéliser les ressources humaines.
- Enfin, ce n'est plus une nouveauté mais avec l'avènement de la data et le développement de l'Intelligence Artificielle, le digital impacte les comportements des voyageurs et impose ses règles au marketing touristique.

Ces changements profonds doivent permettre aux organismes de gestion des destinations de s'engager dans une approche intégrant l'ensemble des parties prenantes dans une vision vertueuse et coopérative.

De nouveaux acteurs tels que l'ADEME ou les associations environnementales portent un constat qui interpelle et remet en cause des modèles que l'on croyait immuables et universels.

C'est dans ce contexte d'instabilité que le CRTL doit tracer une nouvelle voie et proposer un nouveau cadre de missions pour anticiper les grands changements qui s'annoncent. Si ces derniers sont correctement décryptés, ils pourraient faire de l'Occitanie une destination en phase avec les ambitions du Pacte Vert de la Région Occitanie pour agir face au changement climatique, construire une sobriété heureuse et protéger le vivant.

Moins dépendante des clientèles lointaines que d'autres destinations grâce à une fréquentation domestique importante, assez largement accessible et visitable en train, la région Occitanie est plus résiliente et peut s'engager plus sereinement que d'autres destinations dans la nécessaire

transformation de son modèle économique touristique.

Le rebond post-crise a confirmé que le tourisme est une activité importante pour nos concitoyens et incontestablement, l'Occitanie dispose de tous les atouts pour répondre aux attentes et aux exigences nouvelles des voyageurs !

Mais à l'heure où le tourisme est pointé du doigt, notamment en raison de ses externalités négatives, l'Occitanie n'échappe pas au risque de voir son image se dégrader si rien n'est fait pour accompagner la nécessaire transformation des modèles.

“ le tourisme est nécessairement appelé à devenir une économie plus vertueuse, plus soutenable et plus solidaire ”



## Une approche systémique et durable de l'économie touristique

Les changements profonds qui affectent l'activité touristique imposent aux organismes de gestion des destinations (OGD) de s'engager dans une approche beaucoup plus large et plus systémique de l'activité, en s'appuyant sur les trois piliers du développement durable : l'environnement, l'économie et le social et en intégrant l'ensemble des parties prenantes dans une vision plus coopérative des modèles.

### L'environnement

Pilier le plus souvent mis en avant lorsqu'on évoque le tourisme durable, l'environnement est de fait le socle sur lequel tout repose. Difficile d'imaginer un avenir pour nos sociétés sur une planète à l'environnement dégradé. Difficile d'envisager la continuité de l'activité touristique si on ne prend pas en compte ses conséquences sur les ressources limitées de notre Terre.

Si elle n'est pas, loin de là, l'activité la plus dévastatrice sur l'environnement, l'économie touristique doit de fait s'engager dans une profonde mutation de ses modèles.

L'Occitanie, terre préservée, terre protégée, dispose d'atouts non négligeables dans ce contexte mais les effets du réchauffement climatique : canicule, épisodes météorologiques extrêmes, maîtrise de la ressource en eau, gestion des déchets, dépenses énergétiques... s'imposent à nous et nécessitent des outils de connaissance et d'analyse adaptés.

### L'économie

Les modèles économiques du tourisme ne peuvent plus, ne doivent plus se réduire à la définition d'objectifs de croissance, dont les effets sont bien souvent associés à une augmentation des externalités. La vision de

l'économie s'en trouve pour beaucoup d'observateurs réduite à ses impacts négatifs.

Là encore, il est nécessaire de poser un regard objectif sur la réalité des phénomènes.

Si les dégâts provoqués par une recherche irraisonnée de profit sur certains espaces (ce qui ne semble pas être le cas en Occitanie) sont visibles et incontestables, l'absence des retombées économiques liées au tourisme signifierait pour de nombreux territoires une dégradation probable du niveau économique et du contexte social.

Dès lors, se pose la question de la performance de l'économie touristique d'Occitanie, de manière à appréhender d'une part la réalité de modèles économiques viables et la maîtrise de leurs impacts.

Aux indicateurs classiquement mis en avant pour mesurer l'économie touristique, avec au premier rang la figure imposée de la sacro-sainte nuitée, il est possible d'explorer d'autres dimensions de l'économie, plus qualitatives comme la santé des entreprises par exemple ou une mesure plus fine de l'impact économique de la fréquentation touristique sur les territoires.

### Le social

Tout au long de son histoire (et de celles des régions d'origine qui la composent), l'Occitanie peut être citée en exemple pour ses actions en faveur d'un tourisme inclusif. De la mission Racine, qui a accompagné l'accès pour le plus grand nombre au littoral languedocien aux premiers départs en vacances qui ont permis à de nombreux jeunes de sortir de leur isolement social.

Aujourd'hui la question de l'accès pour tous à l'univers du voyage se pose de manière différente mais toujours très sensible ; avec le risque d'une fracture entre d'un côté les « voyageurs » (l'élite) qui pourront s'offrir la quintessence de l'expérience touristique et de l'autre les « touristes » (la masse) ayant accès à une offre déclassée.

Les habitants d'un territoire sont bien souvent les grands oubliés du développement touristique, l'approche systémique doit permettre de les associer à la gouvernance.

Il y a bien sûr les conséquences sociales du tourisme, qui dépendent de l'activité économique sur les territoires (génération d'emplois, de compléments de revenus, maintien de services publics et de commerces grâce à l'apport de populations additionnelles, ...) mais l'activité touristique est aussi un vecteur de socialisation, le voyage « fait société ». C'est le moyen de s'ouvrir à d'autres cultures mais aussi de prendre conscience de la valeur de ce que nous devons préserver à tout prix.

A-t-on réellement envie d'une société repliée sur elle-même, sans possibilités de découvrir la beauté (et la fragilité) du monde (proche ou lointain) et de s'enrichir au contact des « autres » ?

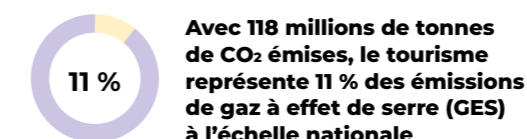
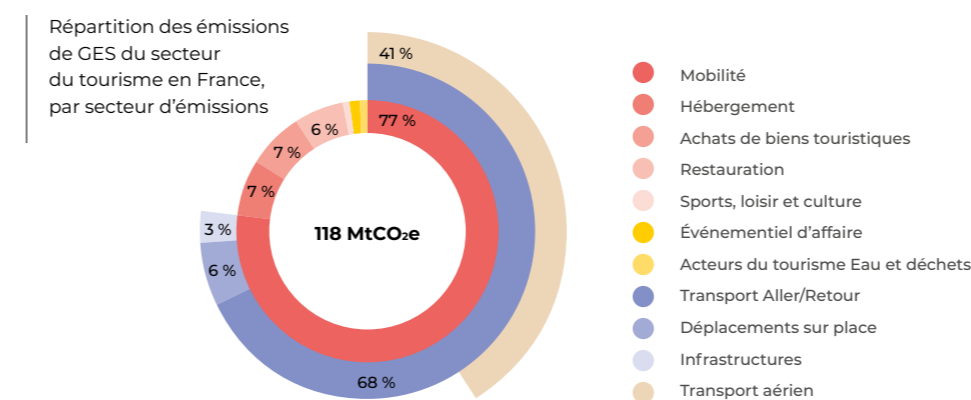


## L'ENVIRONNEMENT

**Trop souvent considéré comme le "décor" de l'activité touristique, l'environnement naturel en est une composante essentielle et fragile. La maîtrise des effets du tourisme sur son environnement est donc un enjeu majeur. Pour maîtriser, il faut comprendre et donc être en capacité de mesurer l'impact du tourisme.**

### L'IMPACT DU TOURISME SUR LES TERRITOIRES ET LES RESSOURCES

#### • Émissions de gaz à effet de serre



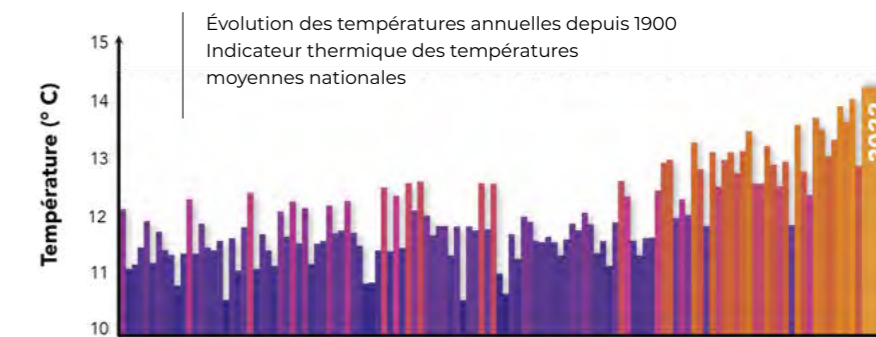
En tant qu'industrie diffuse et mondialisée, le tourisme tel qu'il existe à l'heure actuelle participe inévitablement aux émissions de gaz à effet de serre à l'origine des perturbations climatiques et écosystémiques mondiales. D'après l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME), le secteur touristique représenterait ainsi **11 % des émissions de gaz à effet de serre en France**, soit 118 millions de tonnes en équivalent CO<sub>2</sub>. Cela correspond aux émissions de GES de 11 millions de Français sur une année entière. Les 3/4 de l'empreinte carbone du secteur touristique sont générés par les transports, dont 41 % pour le transport aérien. Ils sont principalement dus aux trajets domicile-lieu de séjour.

Source : Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie, « Bilan des émissions de gaz à effet de serre du secteur du tourisme en France », 2021.

#### • Exploitation des ressources et changement climatique

La perturbation des équilibres climatiques par les activités humaines contribue à un réchauffement global de la surface terrestre qui impacte directement le secteur touristique. D'après Météo France, **l'année 2022 a été la plus chaude jamais enregistrée en France**, avec la 3<sup>e</sup> plus longue période de sécheresse des sols de son histoire du fait du manque de précipitations.

La multiplication d'événements climatiques « inhabituels » (canicules, inondations, incendies, etc.) et la prise en compte croissante des enjeux environnementaux impliquent donc forcément une adaptation du secteur, de ses infrastructures et des pratiques touristiques pour une meilleure gestion des émissions de gaz à effet de serre et des ressources territoriales.



Sources : Météo France, « Bilan climatique 2022 » / Ministère en charge de l'environnement, « La fonction touristique des territoires : facteur de pression ou de préservation de l'environnement ? », 2017.

### Le Fonds Tourisme Durable en Occitanie : des premiers éléments de réponse aux enjeux du tourisme durable

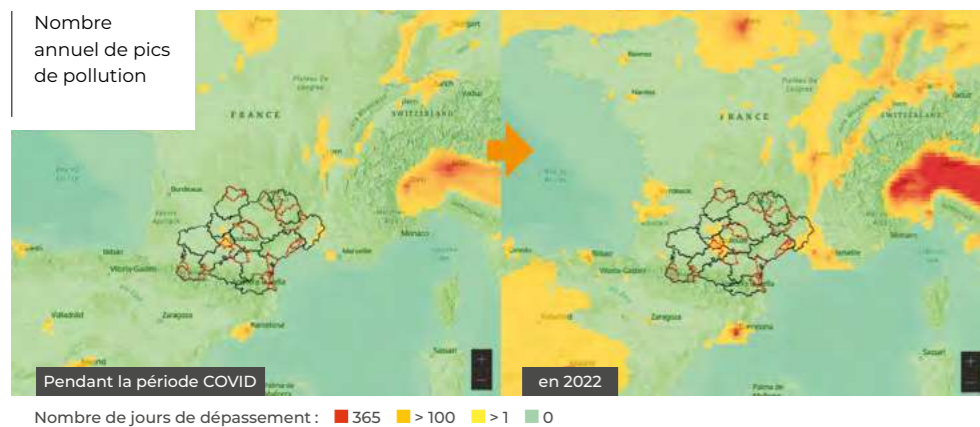


En 2022, le tourisme durable est devenu un secteur prioritaire pour l'Occitanie avec 766 projets soutenus. Sur 125 millions d'euros d'aides en Occitanie, un budget de 5 millions d'euros a été positionné sur le tourisme et plus de 200 projets depuis 2021.

- Une stratégie nationale lancée avec une volonté de développer l'axe des mobilités touristiques
- Des opérations pilotes concrétisées avec notamment le Challenge Open Innovation (4 lauréats accompagnés en 2023) et un référentiel expérimentation pour l'affichage environnemental pour les campings en Hérault.
- Des événements nationaux en Occitanie avec notamment plus de 500 personnes aux Universités du tourisme durable (UTD) à Montpellier

### • Des travaux engagés avec Murmuration sur la qualité de l'air

Les déplacements liés au tourisme participent à la dégradation de la qualité de l'air et peuvent accentuer le phénomène dans certaines zones à forte densité touristique. Le lien entre activités humaines (dont le tourisme) et qualité de l'air apparaît clairement lorsque l'on observe le nombre annuel de pics de pollution<sup>1</sup>. Le phénomène est particulièrement visible à l'échelle européenne, entre la période covid où l'activité était pratiquement à l'arrêt et 2022.



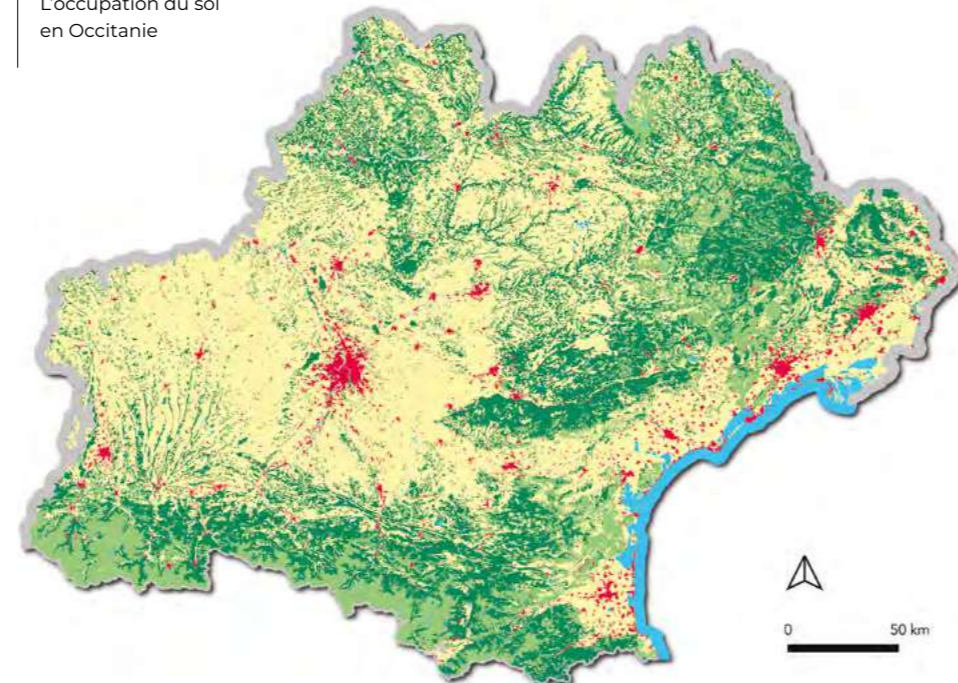
Mais, comme en attestent les travaux menés avec la société Murmuration<sup>2</sup>, la corrélation entre fréquentation touristique et dégradation de l'air ne peut être clairement établie, en Occitanie du moins. En dehors des zones métropolitaines, le nombre de « jours de dépassement » reste limité par rapport à d'autres territoires nationaux ou européens.



1. Un pic de pollution est défini comme un jour où le niveau de pollution dépasse les recommandations de l'OMS.
2. Murmuration, société toulousaine spécialisée dans l'interprétation de données satellitaires dans le domaine de l'environnement, à destination des territoires.
3. NO2 : Le dioxyde d'azote est un polluant se dégageant principalement lors de la combustion de combustibles fossiles ; il est en grande partie causé par le trafic routier.

### • Artificialisation des sols

L'occupation du sol en Occitanie



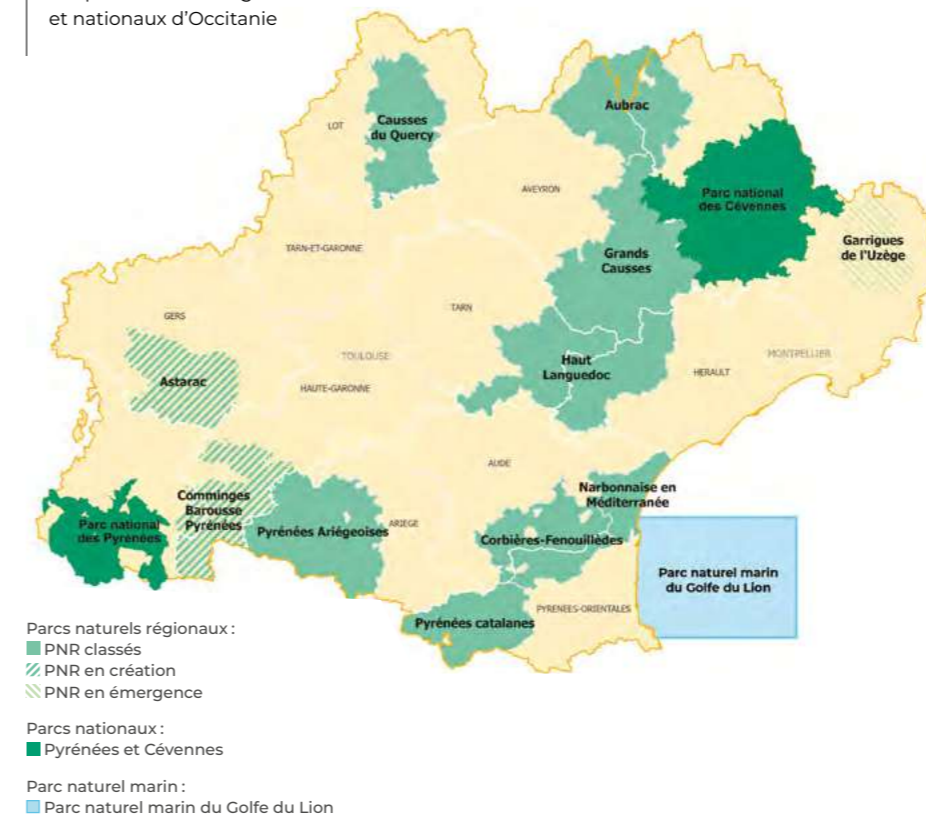
Par le développement d'une offre d'accueil pour les touristes (hébergements, restaurants, infrastructures de transport), le tourisme joue également un rôle dans l'artificialisation des sols, c'est-à-dire l'étalement de l'urbanisation via la transformation de sols naturels, agricoles ou fonciers. Cette très forte pression démographique fait de l'Occitanie l'une des régions les plus consommatrices d'espaces, avec **33 millions de m<sup>2</sup> artificialisés en moyenne** chaque année entre 2009 et 2018, bien que le rôle des infrastructures touristiques dans ce phénomène reste limité. D'après les données collectées par Murmuration, la progression de l'artificialisation liée au tourisme en Occitanie aurait d'ailleurs tendance à diminuer (- 0,8 pts en cinq ans).

Sources : Copernicus EU / Direction régionale de l'environnement, de l'aménagement et du logement (DREAL Occitanie), « État des lieux de l'artificialisation en Occitanie », 2020 / Murmuration, 2022.

### L'OCCITANIE, UNE RÉGION AUX ESPACES PROTÉGÉS

Des parcs, des Natura 2000, des ZNIEFF, des ZFE...

Les parcs naturels régionaux et nationaux d'Occitanie



Région aux paysages, à la géologie et aux influences climatiques variées, l'Occitanie recèle une grande diversité de milieux naturels qui font d'elle l'une des régions les plus riches en termes de biodiversité. Le changement climatique, les pratiques agricoles intensives et l'urbanisation sont autant de facteurs faisant pression sur le cadre de vie de cette diversité d'espèces animales et végétales. La préservation du patrimoine naturel régional impose la mise en place de réglementations et de politiques de conservation, tout comme le respect de bonnes pratiques de la part des voyageurs.

Plus de **18 %** du territoire classé **Natura 2000**, sites visant la protection d'habitats et d'espèces représentatifs de la biodiversité européenne.

Plus de **2000** Zones naturelles d'intérêt écologique, floristique et faunistique ZNIEFF.

Elles recouvrent près de **45 %** de l'espace régional.

**8** parcs naturels régionaux classés,

**2** parcs naturels régionaux en création,

**1** parc naturel régional en émergence,

**2** parcs nationaux

**1** parc naturel marin

Plus d'**un quart** des espèces protégées en France sont présentes en Occitanie.

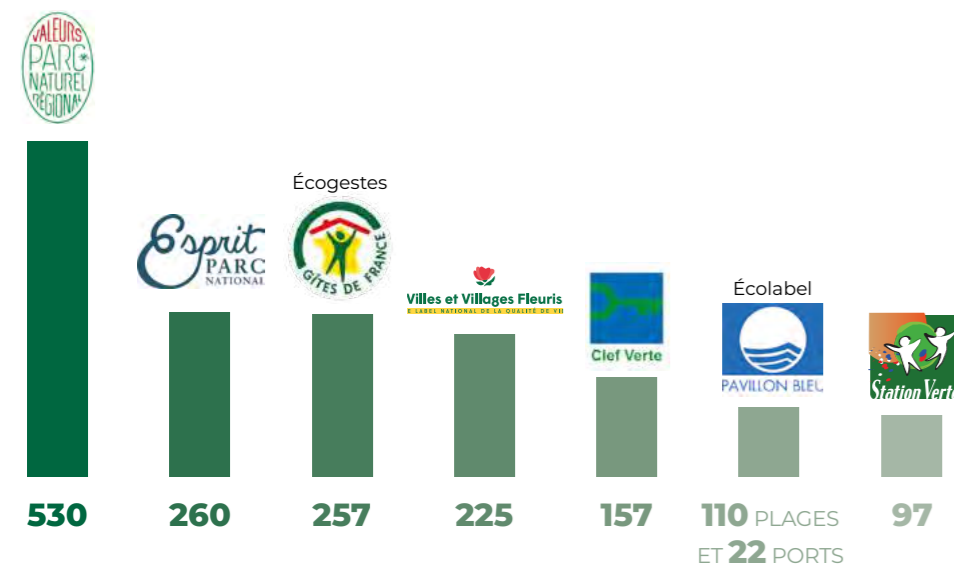
Ces chiffres traduisent une volonté politique forte de protection de l'environnement qui concourt à un tourisme plus durable au sein de destinations engagées.

## DES PROFESSIONNELS ET DES COLLECTIVITÉS ENGAGÉS POUR UN TOURISME PLUS RESPONSABLE

Près de 500 collectivités et 1 500 entreprises engagées

Les labels environnementaux participent pleinement à la transformation d'un territoire en permettant aux acteurs touristiques de s'engager vers un tourisme plus vertueux et répondre ainsi aux nouvelles attentes des clientèles. Ces labels sont de plus en plus représentés en Occitanie, permettant à la région de proposer une véritable offre alternative plus respectueuse de l'environnement et de ses habitants.

Quelques exemples des labels les plus emblématiques (nombre de structures labellisées)



Retrouvez sur [pro.tourisme-occitanie.com](http://pro.tourisme-occitanie.com) le Guide des labels du Tourisme, un outil d'aide à la décision pour les professionnels et les destinations.

### Le Pass Transformation Écologique de la Région Occitanie

La Région accompagne les entreprises régionales dans leurs démarches de transformation écologique. Adopté par l'Assemblée régionale en décembre 2022, le Pass Transformation Écologique soutient les entreprises ayant décidé d'engager des travaux d'amélioration (par exemple, production de chaleur ou de froid renouvelable, gestion de l'eau et des déchets, sobriété énergétique, ...).

### En janvier 2022, le CRTL a lancé un dispositif d'accompagnement des hôteliers d'Occitanie vers une transition écologique

Dans le cadre de son plan d'actions en faveur du tourisme durable et en partenariat avec l'ADEME, le CRTL Occitanie accompagne une quarantaine d'hôtels de la région désireux de s'engager dans la transition écologique à travers notamment le déploiement de l'Affichage Environnemental. Ces hôtels bénéficient d'un accompagnement technique de 3 ans coordonné par le CRTL et d'un soutien financier de l'ADEME à hauteur de 70 %, afin de mener à bien cette démarche d'amélioration.



## L'ÉCONOMIE

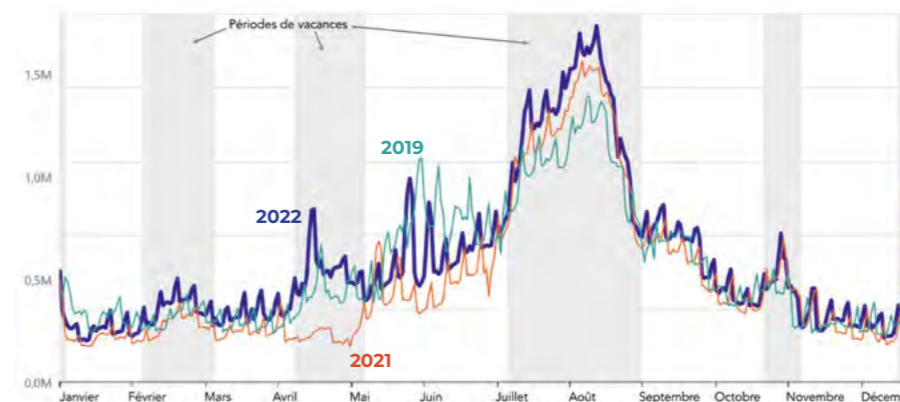
L'analyse des performances de l'économie touristique s'enrichit et s'enrichira progressivement d'indicateurs nouveaux, plus précis, plus complets qui, en lien avec les données sociales et environnementales, permettront de poser un regard objectif sur les réalités du secteur. La recherche d'un équilibre entre externalités négatives et bénéfiques de l'activité passe par la capacité à mesurer finement l'impact économique du tourisme à l'échelle des territoires.

### LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE TOUS MODES D'HÉBERGEMENTS CONFONDUS

Le socle intangible de l'activité touristique reste la présence de populations additionnelles sur un territoire. Il est donc indispensable de disposer d'indicateurs fiables et solides pour mesurer et apprécier la fréquentation touristique. L'analyse de ses évolutions (nuitées) et de sa structure (origines, profils), dans une logique de maîtrise des flux au regard de la capacité de charge des territoires, de bilan carbone des déplacements et bien sûr d'apports économiques, est un pilier de l'observation touristique d'hier, d'aujourd'hui et de demain.

Nuitées touristiques OCCITANIE	Volume année 2022	Évolutions	
		2022/2021	2022/2019
Nuitées françaises	145 millions	+4 %	+8 %
Nuitées étrangères	75 millions	+62 %	+1 %
<b>Nuitées totales</b>	<b>220 millions</b>	<b>+19 %</b>	<b>+6 %</b>

Nuitées touristiques quotidiennes en Occitanie



Source : FluxVision Tourisme – Orange Business

## LES « PERFORMANCES » DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE EN OCCITANIE

### UNE ANALYSE CROISÉE DES INDICATEURS ÉCONOMIQUES ET DE PERFORMANCE

En favorisant les comparaisons entre régions, l'analyse de performance permet d'enrichir la réflexion, de faire apparaître des problématiques spécifiques à l'Occitanie et d'identifier des pistes d'amélioration.

Les chiffres clés de l'économie touristique classent régulièrement la région Occitanie dans le top 4 des régions françaises. Si cette dernière apparaît clairement comme l'une des premières régions touristiques en termes de poids économique, on observe qu'elle dispose d'une marge de progression en ce qui concerne la performance de son économie touristique.

Il ne s'agit pas de tirer des conclusions définitives à partir de ce constat ; chaque région a ses spécificités, liées à sa taille, la disparité de son offre ou au caractère diffus de son économie touristique.

Précisons aussi que l'analyse ne prend pas en compte, faute d'indicateurs comparables, l'importance considérable du locatif (boosté par l'essor des plateformes dites collaboratives), sans parler du secteur non-marchand qui représente les 2/3 de la fréquentation.

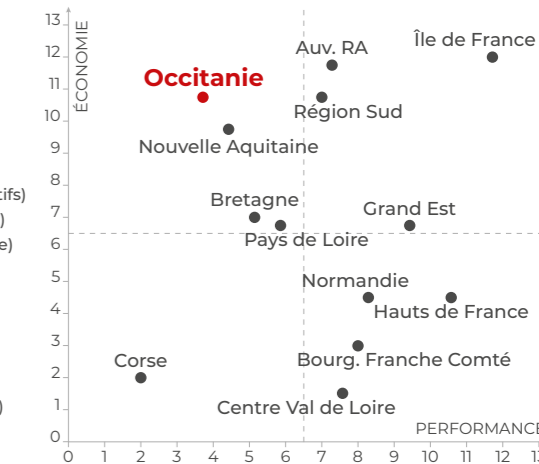
Matrice performance

#### Indicateurs économiques

- La consommation touristique (Comptes satellites du tourisme - DGE)
- Les nuitées marchandes (Insee : hôtellerie, hôtellerie de plein air, autres hébergements collectifs)
- L'emploi salarié touristique (Memento du tourisme)
- L'offre d'hébergement marchand hors locatif (Insee)

#### Indicateurs de performance

- Nombre de nuitées par lit
- Consommation générée par lit
- Consommation générée par nuitée
- Emplois par nuitées (X nuitées pour 1 emploi)
- Emplois par consommation (X euros pour 1 emploi)
- Emplois par lits (X lits pour 1 emploi)
- Nombre de lits par hébergement

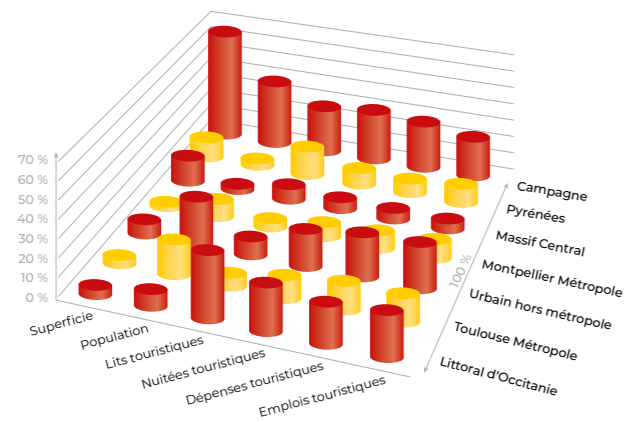


Les régions françaises sont positionnées sur la matrice ci-contre en croisant leur rang moyen au regard des 4 indicateurs de l'économie touristique (axe « économie ») et leur rang moyen pour les 7 indices de performance (axe « performance »).

En conclusion, l'Occitanie tire beaucoup plus ses performances de son volume de fréquentation que des taux d'occupation des lits marchands, donc des emplois directs qui y sont liés. La raison principale de cette situation est liée à une saisonnalité plus forte en Occitanie que dans les autres régions françaises. L'Occitanie est avant tout une destination touristique de grandes vacances, quand les autres régions tirent beaucoup plus profit de leur implantation géographique, plus facilement accessible des grands centres urbains.

Des disparités par espaces de destination

Répartition des indicateurs touristiques par espaces



LES REVENUS GÉNÉRÉS PAR LE SECTEUR TOURISTIQUE

• Chiffre d'affaires dans l'Hôtellerie et la Restauration

Les courbes d'évolution des chiffres d'affaires des secteurs de l'hôtellerie et de la restauration illustrent clairement l'impact de la crise sanitaire, la reprise progressive amorcée après mai 2021 et le retour en 2022 à des niveaux proches de ceux de 2019.

Source : DGFIP - Insee

Évolution du chiffre d'affaires dans l'hôtellerie et la restauration en Occitanie (en %)



À noter : les évolutions ne sont pas déflatées (corrigées de l'inflation existante).

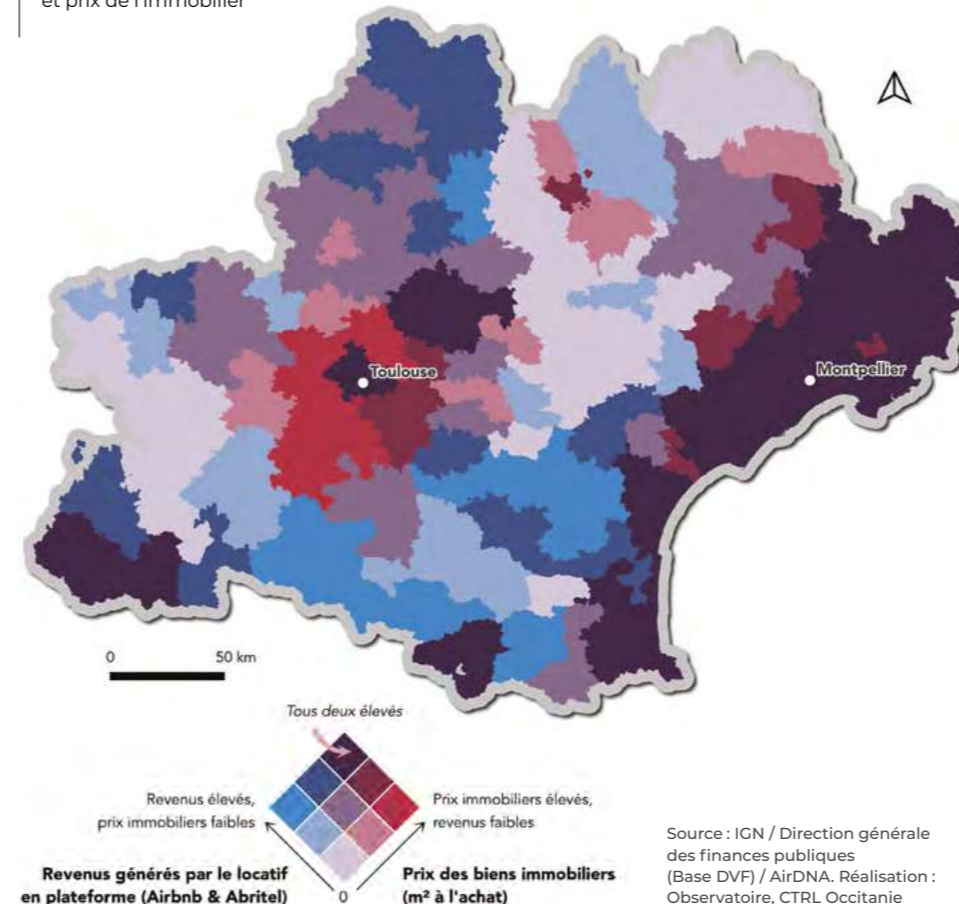
• Les revenus du locatif en plateforme en Occitanie

En 2022 la dynamique de croissance du locatif en plateforme en Occitanie se confirme tant en termes d'offre que de fréquentation et de revenu. Avec une offre régionale de 150 000 annonces actives, le locatif en plateforme (Airbnb et groupe Vrbo) a généré en 2022 un revenu de 1,3 milliard d'euros.

	Revenu généré en 2022 (en millions d'euros)	Poids de l'univers
Campagne	469 millions	36 %
Littoral	293 millions	23 %
Pyrénées	183 millions	14 %
Urbain hors métropoles	176 millions	14 %
Montpellier	69 millions	5 %
Toulouse	50 millions	4 %
Massif central	41 millions	3 %
Lourdes	6 millions	< 1 %
<b>Occitanie</b>	<b>1,3 milliard</b>	<b>100 %</b>



Location touristique en plateforme et prix de l'immobilier



Source : IGN / Direction générale des finances publiques (Base DVF) / AirDNA. Réalisation : Observatoire, CTRL Occitanie

La carte ci-dessus propose une typologie de territoires en croisant les revenus générés par le locatif en plateforme et les prix de l'immobilier. Ainsi les territoires les plus « foncés » sont soumis à une forte pression immobilière avec des difficultés possibles d'accèsion à la propriété. À l'inverse, la carte fait aussi apparaître des territoires sur lesquels il peut être intéressant d'investir, les revenus générés par le locatif étant assez élevés avec des prix de l'immobilier plutôt raisonnables.

LA TRANSFORMATION DES ENTREPRISES

Accompagner la montée en performance des acteurs du tourisme

Le CRTL Occitanie produit un **programme régional de formation annuel (PRF) certifié Qualiopi** qui s'adresse principalement aux personnels des organismes locaux de tourisme régional.

- **500 stagiaires formés par an soit ¼ des salariés** des OGD (Organismes de Gestion des Destinations) d'Occitanie
- **En 2022, en complément du PRF, le CRTL a mis en place des Ateliers Pro à destination des entreprises : 3 050 entreprises** (uniques) ont bénéficié des ateliers en ligne du CRTL (live ou replay)

Les webinaires et podcasts des « Têtes chercheuses », qui permettent de croiser les regards entre universitaires et professionnels du tourisme, ouvrent le champ de la réflexion autour de la transformation de l'activité.

- **Webinaires : 2 500** visionnages en replay
- **Podcast : 600 écoutes** dont 400 pour la collection métiers

Les évènements Pros :

- **Convergences 2022 – La Grande Motte** : près de **800 participants !**
- **Rencontres Tourisme Universités 230 participants**, 433 visionnages en replay en 2022
- **Journées Activités de Pleine Nature 2022** à Millau : 250 participants, 1 261 visionnages en replay

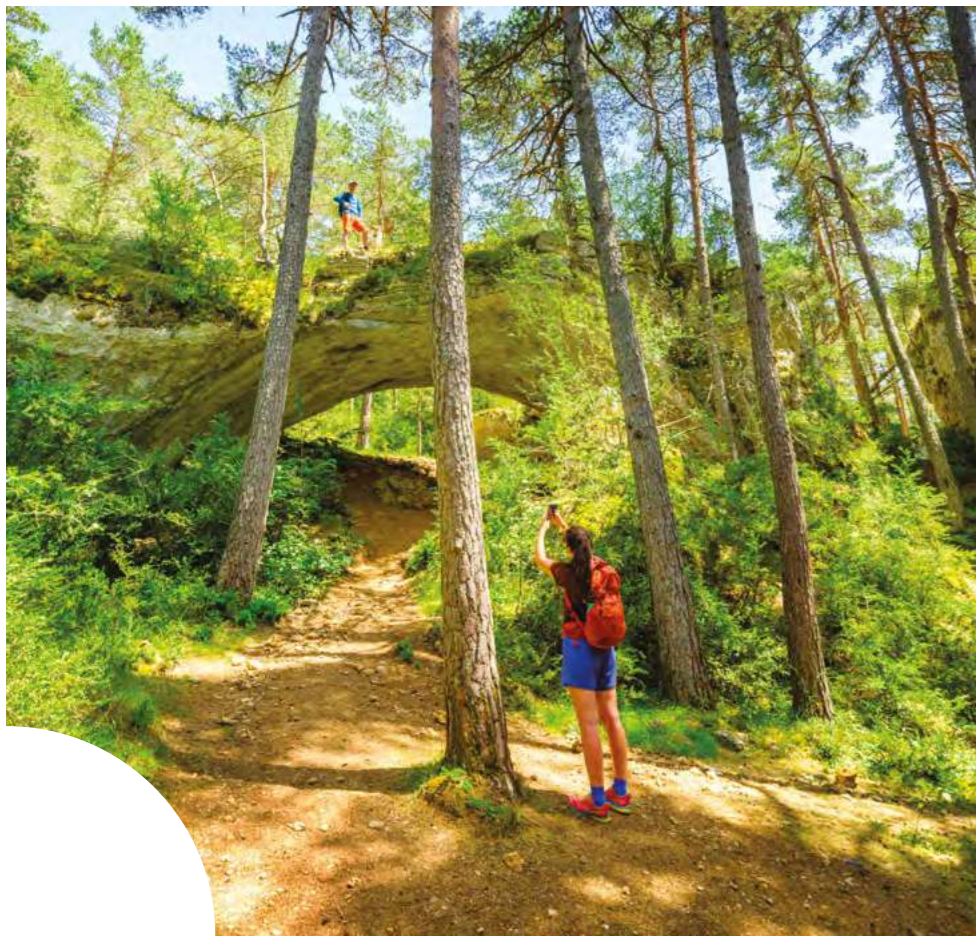
**1,62 milliard d'euros investis dans le secteur touristique**

Première région touristique pour la clientèle française, l'Occitanie se place au quatrième rang national pour les investissements touristiques. 61 % de ces investissements bénéficient aux 4 départements du littoral.

Source : Atout France, chiffres de 2019.

## LE SOCIAL

L'Occitanie peut être citée en exemple pour son caractère inclusif tout au long de son histoire, le volet social du tourisme va au-delà de la question du tourisme pour tous, même si c'est un des fondements de la politique régionale. La nécessaire approche systémique de l'activité touristique impose d'en prendre en compte toutes les composantes, toutes les parties prenantes, au premier rang desquelles, les habitants sont bien souvent les grands oubliés du développement touristique. Le caractère social, voire sociétal de l'activité touristique doit aussi être pris en compte, à la fois d'un point de vue économique et sociologique.



### LES HABITANTS AU CŒUR DU PROJET TOURISTIQUE

#### Des « habitants touristes »

**56 %** des habitants d'Occitanie déclarent avoir l'habitude de **passer leurs vacances principales dans la région.**

**74 %** des habitants pratiquent régulièrement au moins **une activité culturelle ou de loisirs dans la région**



#### Des hôtes

**71 %** des habitants d'Occitanie en moyenne accueillent chaque année des amis, des proches à leur domicile pour des vacances ou des week-ends. Ils génèrent en moyenne 25 nuitées touristiques par an par ménage



#### Des ambassadeurs

**94 %** font découvrir leur région quand ils reçoivent des amis ou de la famille

**79 %** d'entre eux, conscients des impacts du développement touristique de leur territoire sur leur qualité de vie estiment qu'un engagement fort de la Région en matière de **tourisme durable serait un avantage** pour eux



Retrouvez sur [pro.tourisme-occitanie.com](http://pro.tourisme-occitanie.com) l'enquête auprès des habitants d'Occitanie, menée par le CRTL entre octobre et novembre 2021.

### L'OCCITANIE S'ENGAGE POUR UN TOURISME POUR TOUS ET PLUS DURABLE

Source : Région Occitanie

Parce que le tourisme ne peut pas toujours être pris pour un secteur de rente et qu'il représente aussi un facteur de cohésion sociale, l'Occitanie multiplie les initiatives en misant notamment sur le tourisme social et solidaire. Les 3 dispositifs prioritaires portés par la Région :

#### • La mobilité pour tous : le train à 1 euro

2,2 millions de billets l'IO Train à 1€ vendus en 2022.

Depuis décembre 2022, tous les trains régionaux l'IO sont à 1 € pour tous chaque premier week-end du mois (52 000 billets vendus le premier week-end de décembre 2022).

#### • L'accès aux loisirs pour tous : la carte Occ'Ygène (Saison 3)

Lancé en 2020 comme une action phare du plan de relance, le dispositif Carte Occ'Ygène vise à encourager la consommation touristique et de loisirs des habitants de la région, à favoriser l'accès des activités de loisirs aux jeunes et familles aux revenus modestes et à générer du chiffre d'affaires auprès des professionnels.

> Près de 28 000 foyers détenteurs d'une carte Occ'Ygène (19 900 nouveaux titulaires en 2022).

> Plus de 10 000 cartes monétisées Famille Plus<sup>4</sup> (pour un total de 853 000 euros).

> 302 prestataires partenaires. 313 000 euros reversés aux professionnels.



#### Carte Occ'Ygène Famille Plus : un réel levier d'accès aux loisirs pour les familles les plus défavorisées



> 70 % des détenteurs de la carte Famille Plus ont utilisé leur crédit Occ'Ygène en 2022.

> Les trois quarts de ces utilisateurs ont ainsi découvert une activité jamais pratiquée auparavant grâce au dispositif.

> Sans le crédit accordé par La Région, 73 % des utilisateurs n'auraient pas consommé de prestations de loisirs.

**Récompense :** le dispositif Carte Occ'Ygène a été récompensé par les Trophées Horizons 2022 dans la catégorie Tourisme de Proximité.

#### • L'aide aux premiers départs des enfants

Ce dispositif, piloté par l'UNAT<sup>5</sup> Occitanie, a permis à 2 000 enfants de profiter de séjours organisés en Occitanie au cours de l'été 2022. 50 000 enfants sont partis depuis 1996.

### L'EMPLOI TOURISTIQUE

Sources : Insee, « L'accueil des touristes génère 125 000 emplois en 2019 en Occitanie », novembre 2022  
Insee Pôle Emploi, « L'emploi saisonnier : une ressource importante pour l'économie d'Occitanie », septembre 2022  
Pôle emploi, Offres d'emploi et recrutements.



**125 000** emplois touristiques salariés et non-salariés en moyenne sur l'année

Soit **7 %** de l'emploi marchand de la région

Un maximum de

**181 000** emplois atteint au mois d'août

**1** emploi touristique sur **3** dans le secteur de l'hébergement ou de la restauration

**+15 %** d'offres d'emploi recensées par Pôle emploi entre 2021 et 2022



L'activité économique du secteur touristique bénéficie directement aux habitants de la région grâce à la source d'emplois qu'elle génère : en 2019, 125 000 emplois marchands (en moyenne) étaient liés à la présence de touristes en Occitanie, dont 41 900 dans l'hébergement et la restauration (34 %).

4. Carte Famille Plus : carte gratuite pour les familles modestes (quotient familial inférieur à 1 000 €). Monétisation accordée par la Région d'un montant de 70 € par personne (plafonné à 300 € par famille).

5. L'Union nationale des associations du tourisme (UNAT) d'Occitanie est composée de 120 associations actives dans le domaine des vacances et loisirs et de 201 établissements répartis sur la région. Source : Région – UNAT Occitanie

## La répartition de l'emploi par espace de destination

Espace de destination	Nombre d'emplois touristiques	Répartition régionale	Part de l'emploi touristique dans l'emploi marchand (en %)
Urbain (yc métropoles)	29 000	44 %	5 %
Littoral	26 100	21 %	22 %
Montagne	16 900	20 %	16 %
Campagne	24 800	14 %	6 %
Lourdes	1 900	2 %	28 %
<b>OCCITANIE</b>	<b>125 000</b>	<b>100 %</b>	<b>7 %</b>

Le poids du secteur touristique dans l'emploi marchand régional (6,8 %) est plus élevé que dans l'ensemble de la France (6,4 %). Il varie sensiblement selon les dynamiques touristiques locales : les territoires littoraux (22 % d'emplois touristiques) et de montagne (16 %) sont plus dépendants de cette activité que les espaces urbains (5 %) ou la campagne (6 %). Il en est de même pour Lourdes (28 %).

Les espaces urbains regroupent 44 % des emplois touristiques de la région : l'activité économique y est dynamisée par les courts séjours dus au tourisme d'affaire et par la présence de nombreux équipements culturels. Les emplois régionaux du patrimoine et de la culture s'y concentrent pour moitié.

Le deuxième espace de destination pourvoyeur de postes dans le secteur du tourisme est le littoral, avec 26 000 emplois en moyenne sur l'année (21 % du volume total). Il accueille majoritairement une clientèle de loisirs.

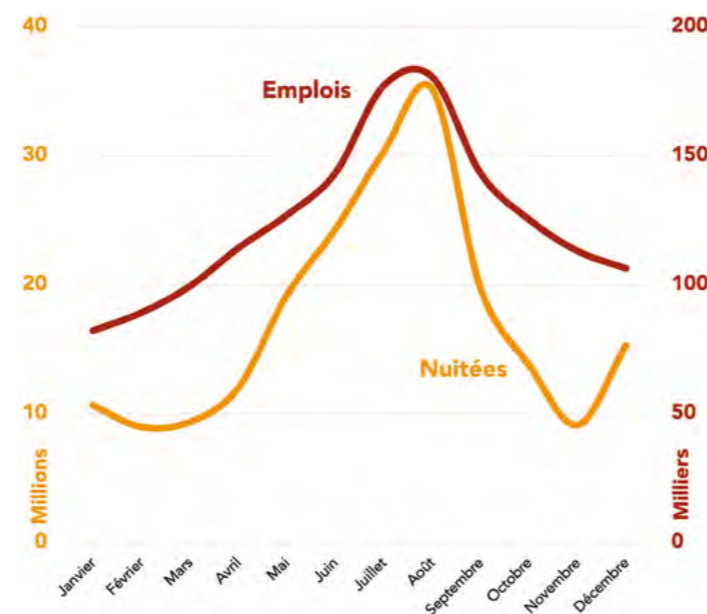
### L'emploi saisonnier : une ressource importante pour l'économie touristique d'Occitanie

L'Occitanie est la troisième région française pour le recours à l'emploi de saisonniers tous secteurs confondus. Les saisonniers travaillent principalement dans les secteurs de l'hébergement et de la restauration, des arts, des spectacles et des activités récréatives et dans l'agriculture. L'activité saisonnière se concentre particulièrement sur la période estivale, notamment dans les secteurs liés au tourisme.

## Une forte saisonnalité

Corrélé aux tendances d'évolution des nuitées touristiques et au pic de fréquentation observé chaque année durant la période estivale, l'emploi du secteur est marqué par une forte saisonnalité. Le nombre d'emplois touristiques est ainsi multiplié par 1,6 en moyenne durant l'été : en août 2019, 181 000 salariés et non-salariés travaillaient pour l'industrie touristique en Occitanie, contre 82 000 en janvier de la même année. Le recours à des emplois saisonniers y est donc important pour répondre à des besoins ponctuels.

La saisonnalité des nuitées et de l'emploi touristique



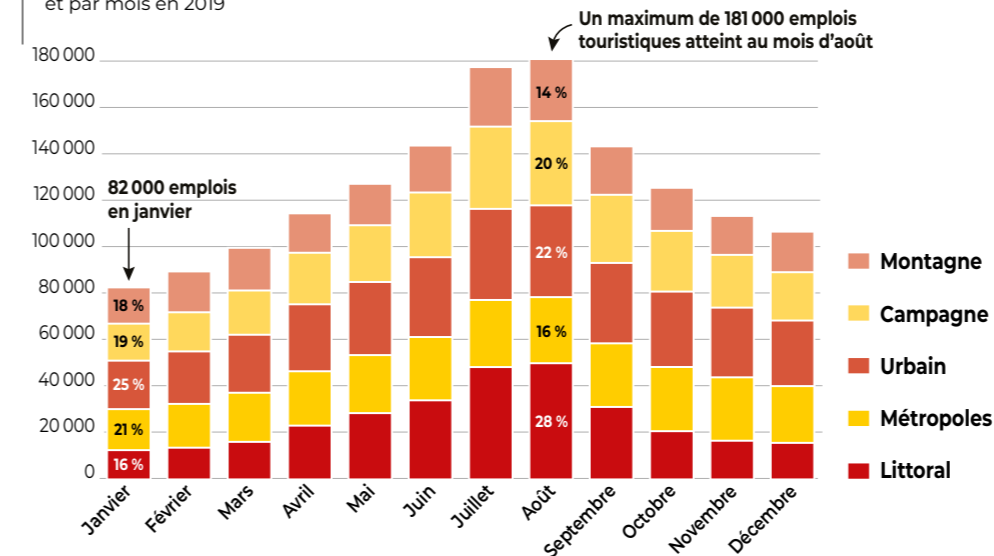
## Les besoins en main-d'œuvre

15 % d'offres d'emploi dans le secteur de l'« Hôtellerie-restauration, tourisme, loisirs et animation » de plus qu'en 2021

61 % de projets de recrutement saisonniers

57 % des prestataires interrogés par le CRTL Occitanie déclarent avoir rencontré des difficultés de recrutement en amont de la saison touristique

Répartition de l'emploi touristique marchand par espace de destination et par mois en 2019



## Le profil des salariés du secteur touristique

Type d'emploi :

**79 %**  
d'emplois salariés

**21 %**  
d'emplois non-salariés  
(hôteliers, restaurateurs,  
commerçants, artisans ;  
alors que l'emploi non-salarié ne  
représente que 14 % de l'emploi  
marchand de la région)

**54 %**  
de femmes

**46 %**  
d'hommes



Âge moyen  
**39 ans**

CSP :

**59 %**  
d'employés

**14 K€**  
de revenu annuel  
moyen







# L'état du tourisme en Occitanie en 2022



Le tourisme a pris une place singulière au cœur du débat public, suscitant des prises de position affirmées et des échanges nourris.

Si la transformation des modèles et l'évolution de l'écosystème sont engagées, le tourisme est une réalité, ici et maintenant, il est donc indispensable de produire une image la plus fidèle et la plus complète possible de l'activité touristique, avec les indicateurs disponibles aujourd'hui.

Le tourisme en Occitanie en 2022, qu'est-ce que ça représente ?

Comment se situe la Région dans un contexte global (mondial, national et régional) incertain et en pleine mutation ?

Qui sont les visiteurs de l'Occitanie ?

Quelles sont les filières qui portent l'activité ?

Comment est structurée la Région en termes d'hébergements touristiques ?

Comment peut-on produire une vision

d'ensemble du tourisme dans une région grande comme un pays sans s'intéresser aux différents univers qui la rendent aussi attractive : son littoral, ses montagnes, sa campagne, ses villes et ses deux métropoles mais aussi des espaces particuliers comme le Canal du Midi ou les sites majeurs qui jalonnent son territoire ?

Les chapitres suivants s'efforcent d'amener des éléments de réponses synthétiques complétés par des informations mises à jour régulièrement sur le site professionnel du Comité Régional du Tourisme et de Loisirs : [pro.tourisme-occitanie.com](http://pro.tourisme-occitanie.com) dans la rubrique « Observatoire » .

## L'OFFRE D'HÉBERGEMENT



Depuis des temps immémoriaux, l'Occitanie est une terre d'accueil :

- De nombreux itinéraires de pèlerinages, dont le plus célèbre mène à Saint Jacques de Compostelle, sont encore parcourus aujourd'hui par les voyageurs. Du monde entier, on est venu visiter la cité de Lourdes, qui a longtemps été la deuxième ville de France (après Paris) en matière d'offre hôtelière.
- Le thermalisme dans les années 30, a fortement marqué de son empreinte les stations des Pyrénées.
- La mission « Racine » dans les années 60, a façonné le littoral languedocien et permis d'accueillir un tourisme populaire qui en a fait la renommée ; la station de la Grande Motte en est un symbole intéressant.
- Et enfin, le territoire rural du sud de la France a vu se développer l'agritourisme dès les années 70.

En résulte un hébergement touristique assez disparate et diffus, qui en dehors de quelques concentrations spécifiques (hôtellerie à Lourdes, campings sur le littoral), se caractérise par une prépondérance de l'hébergement non marchand. Avec un nombre important de résidences secondaires, et une part non négligeable de touristes accueillis chez l'habitant, la fréquentation touristique et l'économie régionales sont en effet impactées par la structuration et les tendances d'évolution des offres d'hébergement marchandes comme non-marchandes.

Estimation du nombre de lits dans les hébergements touristiques

Accueil de parents et d'amis à son domicile  
\*estimation

2,5 millions de lits en résidences principales

Résidences secondaires

2,5 millions de lits en résidences secondaires

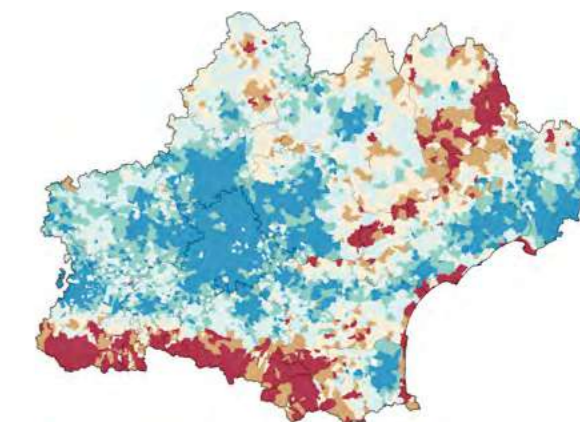
Campings, hôtels, résidence de tourisme, villages-vacances, auberge de jeunesse, locatifs en plateforme, meublé, gîtes, chambres d'hôtes...

1 million de lits dans le secteur marchand

Le taux de fonction touristique est le nombre de lits touristiques pour 100 habitants. Il permet de rendre compte de la capacité de charge des territoires, et de l'importance des variations de population lors de pics de fréquentation. En Occitanie, les Pyrénées, le littoral méditerranéen et le Massif central sont les trois univers les plus concernés par un nombre de lits élevés, au regard de la démographie locale.

Taux de fonction touristique par commune

- Inf. à 20 lits/100 hab.
- de 20 à 50 lits/100 hab.
- de 50 à 150 lits/100 hab.
- de 150 à 300 lits/100 hab.
- de 300 à 500 lits/100 hab.
- sup. à 500 lits/100 hab.



### À retenir :

- Le poids du secteur marchand "traditionnel" (hors locatif en plateforme) repose à 50 % sur la capacité d'accueil des campings, concentrés sur le littoral.
- L'Occitanie est la 1<sup>re</sup> région française pour le nombre de ses résidences secondaires (plus de 500 000), qui représentent près de 14 % de son parc de logements.
- Elle se situe au 4<sup>e</sup> rang national pour le nombre d'hôtels (plus de 1 800), en majorité situés dans les espaces urbains.
- La capacité d'accueil du locatif en plateforme (Airbnb, Vrbo) est en progression continue depuis plusieurs années, et ce dans tous les espaces de destination.

## RÉPARTITION DE L'OFFRE RÉGIONALE PAR UNIVERS (% LIGNE)

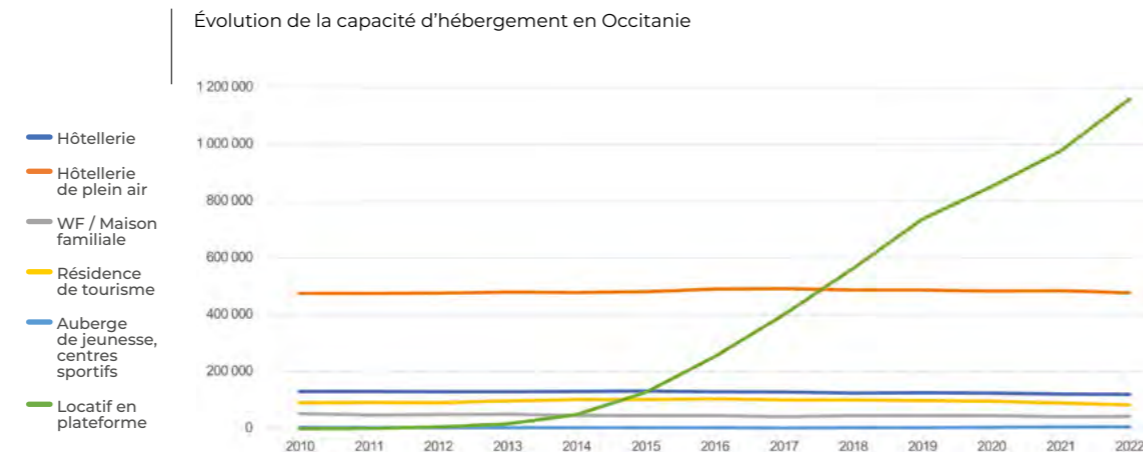
	Littoral	Campagne	Urbain hors métropoles	Massif central	Métropoles		Pyrénées	Lourdes
					Montpellier	Toulouse		
<b>Pourcentage par rapport à l'offre globale (marchande et non marchande)</b>	<b>29 %</b>	<b>35 %</b>	<b>11 %</b>	<b>6 %</b>	<b>3 %</b>	<b>5 %</b>	<b>11 %</b>	<b>0,7 %</b>
dont % marchand	21 %	12 %	12 %	21 %	13 %	9 %	19 %	71 %
Détail hébergement marchand								
<b>Hôtellerie</b> en pourcentage (par rapport à l'offre régionale hôtelière)	12 %	16 %	25 %	5 %	7 %	12 %	7 %	16 %
<b>Hôtellerie de plein air</b> en pourcentage (par rapport à l'offre régionale en hôtellerie de plein air)	52 %	26 %	6 %	7 %	1 %	0,2 %	8 %	0,4 %
<b>Hébergements collectifs</b> en pourcentage (par rapport à l'offre régionale d'hébergement collectif)	31 %	19 %	6 %	6 %	6 %	6 %	23 %	4 %
<b>Résidences secondaires</b> en pourcentage (par rapport à l'offre régionale hôtelière)	41 %	26 %	5 %	8 %	2 %	1 %	17 %	0,1 %
<b>Locatif en plateforme</b> en pourcentage (par rapport à l'offre régionale de locatif en plateforme)	26 %	31 %	14 %	3 %	5 %	5 %	14 %	1 %

**Note de lecture :** Le littoral représente 29 % de l'offre régionale, tous modes d'hébergements confondus. Dans l'hôtellerie de plein air, près d'un lit sur deux se situe dans cet univers (52 %).

## Évolution de l'offre d'hébergement : le calme plat, vraiment ?

Entre 2010 et 2022, on observe une relative stabilité de l'hébergement marchand traditionnel (hôtellerie, hôtellerie de plein air, hébergement collectif, locatif classé ou labellisé) et en parallèle une explosion de l'offre locative en plateforme (Airbnb, Vrbo).

Si cette capacité d'accueil émergente ne constitue pas une offre professionnalisée et permanente dans sa totalité, il est indispensable d'en prendre en compte la pleine mesure puisqu'en 2022, les lits en plateforme représentent plus que la capacité marchande « historique » de la Région. Ce phénomène dépasse la question de l'hébergement, c'est aussi un phénomène social qui concerne les clients et leurs modes de consommation, mais aussi une partie non négligeable de la population qui peut y trouver un complément de revenu et qui se confronte à la réalité de l'accueil touristique.



## LE CRTL OCCITANIE EXPLOITE LES AVIS CLIENTS POUR LE BÉNÉFICE DE L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE

Source : Fairquest, agrégateur d'avis clients, 2022  
Données mutualisées avec les ADT/CDT

**700 000 avis clients**  
sur **6 500 établissements**  
suivis en Occitanie.



Dans ce cadre collectif, ce sont plus de 3 millions d'avis qui sont stockés et exploités dans la base de données, historisés entre 2002 et aujourd'hui (la collecte est réalisée en quasi-temps réel).

Nombre d'avis et notes moyennes par typologie d'établissement en 2022



**Sites de visites**

**9,2 /10**

**579 établissements suivis**  
**67 000 avis déposés**



**Hébergements locatifs**

**9,1 /10**

**1 273 établissements suivis**  
**27 000 avis déposés**



**Activités**

**9 /10**

**927 établissements suivis**  
**50 000 avis déposés**



**Restaurants**

**8,5 /10**

**1 296 établissements suivis**  
**206 000 avis déposés**



**Hôtellerie de plein air**

**8,2 /10**

**880 établissements suivis**  
**75 000 avis déposés**



**Hôtels**

**8,1 /10**

**1 246 établissements suivis**  
**350 000 avis déposés**



**Villages vacances**

**8 /10**

**449 établissements suivis**  
**71 000 avis déposés**

Parmi les thématiques qui récoltent le plus d'avis positifs : la qualité de l'accueil et le bon rapport qualité-prix. À l'inverse la propreté et le confort sont les éléments les plus évoqués de façon négative. Une analyse par filières permet d'identifier des atouts et des points d'amélioration plus précis.

Notes moyennes (/10) 2022 selon l'origine des clientèles tous types d'établissements confondus (Nombre d'avis > 5 000 par clientèle)



**États-Unis : 8,6**



**Royaume-Uni : 8,6**



**Suisse : 8,0**



**Belgique : 8,0**



**Espagne : 7,9**



**Allemagne : 7,8**



**Pays-Bas : 7,7**



**Italie : 7,7**

## Qualité Tourisme Occitanie Sud de France, un réseau d'établissements engagés



La marque Qualité Tourisme™ est la seule marque d'État attribuée aux professionnels du tourisme pour la qualité de leur accueil et de leurs prestations.

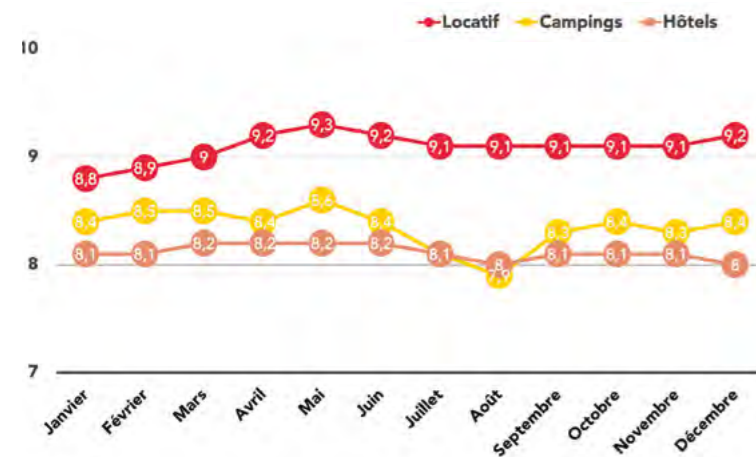
1 442 structures labellisées Qualité Tourisme Occitanie Sud de France à fin 2022

Un quart de ces structures sont suivies dans Fairquest : elles bénéficient en tendance d'une meilleure appréciation (note moyenne 8,8/10 contre 8,4/10 sur l'ensemble des établissements suivis)

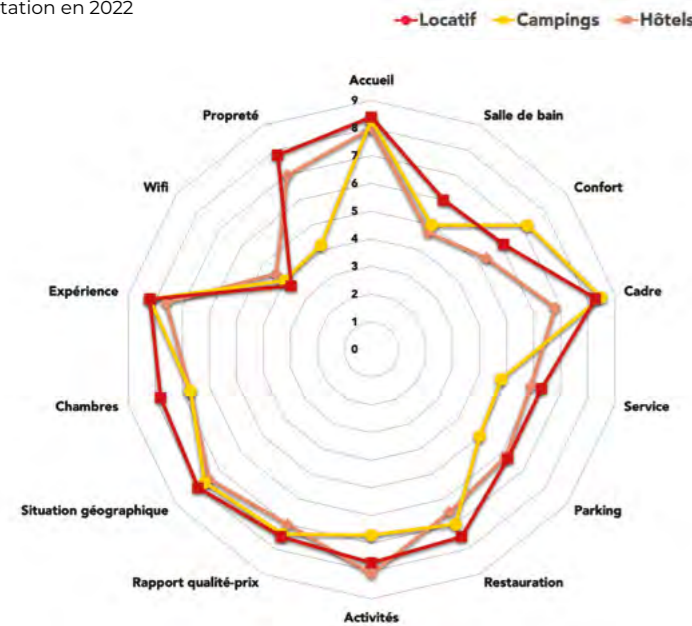
+ d'infos : [qualite-tourisme-occitanie.fr](http://qualite-tourisme-occitanie.fr)

## Avis clients et notes moyennes par type d'établissement

Note moyenne par type d'établissement et par mois en 2022



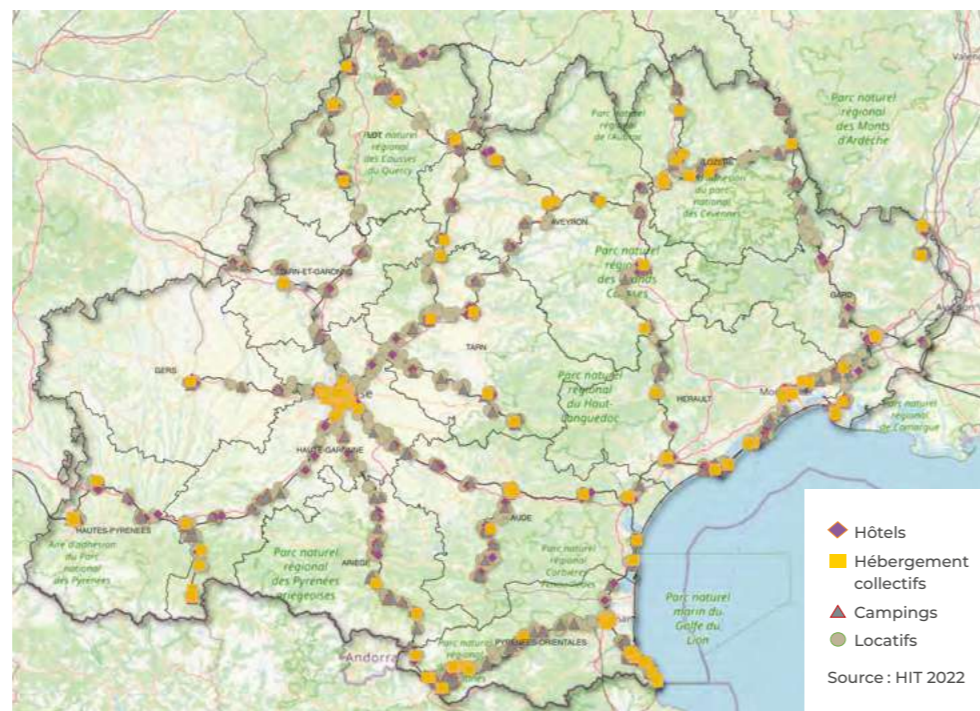
Note moyenne par type d'établissement et de prestation en 2022



Sources :  
Fairquest, agrégateur d'avis clients

## HÉBERGEMENT ET MOBILITÉS

L'un des enjeux majeurs du tourisme dans les années à venir consiste à apporter des solutions de mobilités plus adaptées au contexte, moins carbonées, mais qui permettent néanmoins de proposer une expérience touristique riche. Dès lors, et c'est une priorité régionale affirmée, il faut s'intéresser à l'accessibilité ferroviaire de l'offre touristique et en premier lieu de l'hébergement.



Grâce à la mutualisation des données départementales avec les différents partenaires territoriaux (ADT / CDT), le croisement des offres d'hébergement avec la localisation des gares régionales permet désormais d'estimer l'accessibilité des logements marchands : aujourd'hui plus de **8 000 hébergements** (hors locatif en plateforme) se trouvent à **moins de 30 minutes à pied d'une gare**, soit près de **15 % du parc**.

## LE BILAN DE LA FRÉQUENTATION RÉGIONALE 2022

## LE CONTEXTE INTERNATIONAL ET NATIONAL

Avec **58 milliards d'euros de recettes**, soit une hausse de 1,2 milliard d'euros par rapport à 2019, les chiffres du tourisme en France ont atteint un niveau record en 2022. Au-delà d'un « effet prix », lié notamment à l'inflation, Atout France confirme « l'appétence des clientèles internationales pour la France ».

Cette tendance masque toutefois des disparités entre les différents marchés touristiques. Les chiffres importants de visiteurs d'Amérique du Nord, le réel rebond du Royaume-Uni, l'existence de clientèles fidèles de Belges, d'Allemands ou d'Espagnols, compensent pour partie la situation encore très dégradée de l'Asie.

Les grandes métropoles suscitent prioritairement l'engouement des touristes internationaux **mais trois régions bénéficient elles aussi d'un attrait certain**, il s'agit du Grand Est, de l'Île-de-France et bien sûr de **l'Occitanie**.

Mais Atout France constate que « si les destinations françaises ont souvent été moins impactées par la crise que nos voisins proches », le principal concurrent de la France en matière touristique, l'Espagne, a retrouvé lui aussi en 2022 une forme de leadership en Europe.

En ce qui concerne le tourisme domestique, les performances nationales sont encore en léger retrait par rapport à 2019 (-5 % en volumes de nuitées), conséquence de la reprise progressive des voyages à l'international et des enjeux de pouvoir d'achat dans un contexte d'inflation.

Les prévisions d'occupation dans les différents hébergements touristiques annoncent de belles performances pour l'ensemble de la filière pour 2023, sauf incident géopolitique majeur.

## Les évolutions par rapport à 2021 sont à apprécier au regard du contexte sanitaire et du calendrier de l'année 2021

La fréquentation touristique 2021 avait été :

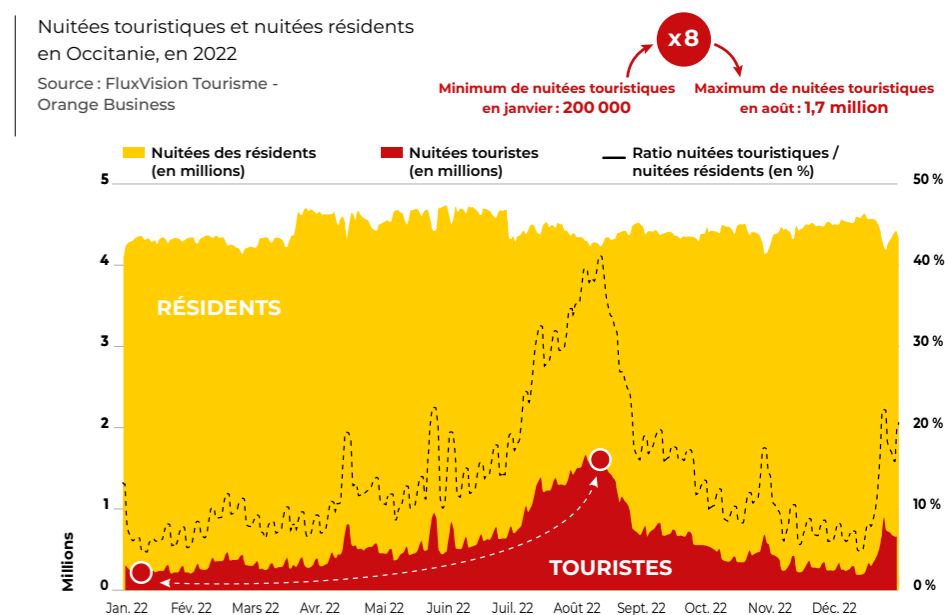
- affectée par la crise sanitaire notamment au 1<sup>er</sup> semestre (non-ouverture des stations de ski, confinement en avril intégrant les vacances de Pâques, ...). Ce n'est que le 9 juin que les touristes vaccinés ont pu de nouveau se déplacer en Europe.
- pénalisée par un calendrier réduisant les départs au mois de mai, les 1ers et 8 mai tombant un samedi... également pendant l'été, le 15 août tombant un dimanche.

## PENSER L'IMPACT DU TOURISME SUR LES TERRITOIRES ET POPULATIONS RÉSIDENTES

La mise en perspective des nuitées journalières des touristes avec celles de la population locale met en exergue, au-delà de la saisonnalité de l'activité touristique, son poids par rapport à la population locale... Des constats qui nous incitent à réfléchir aux externalités positives et négatives de la fréquentation touristique et aux capacités de charge des territoires.

Nuitées touristiques et nuitées résidents en Occitanie, en 2022

Source : FluxVision Tourisme - Orange Business



Trois univers se démarquent affichant les plus forts coefficients de variation - entre le minimum et le maximum des nuitées journalières - et les poids les plus élevés des nuitées touristiques sur la population locale : le littoral, le Massif central et les Pyrénées.

## Variation entre le minimum et le maximum des nuitées touristiques :

**Littoral : X 24**

(Le jour du pic de fréquentation, les nuitées touristiques représentent 145 % du volume de nuitées des résidents)

**Pyrénées : X 17**

(185 % de nuitées des résidents)

## LA FRÉQUENTATION TOUS MODES D'HÉBERGEMENTS CONFONDUS (MARCHANDS ET NON MARCHANDS)

Source : FluxVision Tourisme - Orange Business

NUITÉES TOURISTIQUES EN OCCITANIE	ANNÉE			SAISON de juin à septembre			JUILLET - AOÛT		
	2022 en millions	Évolution 2021 à 2022	Évolution 2019 à 2022	2022 en millions	Évolution 2021 à 2022	Évolution 2019 à 2022	2022 en millions	Évolution 2021 à 2022	Évolution 2019 à 2022
<b>Nuitées totales</b>	<b>220</b>	<b>+ 19%</b>	<b>+ 6%</b>	<b>119</b>	<b>+ 12%</b>	<b>+ 8%</b>	<b>78</b>	<b>+ 8%</b>	<b>+ 19%</b>
<b>Nuitées françaises</b>	<b>145</b>	<b>+ 4%</b>	<b>+ 8%</b>	<b>77</b>	<b>- 3%</b>	<b>+ 11%</b>	<b>52</b>	<b>- 4%</b>	<b>+ 23%</b>
<b>Nuitées étrangères</b>	<b>75</b>	<b>+ 62%</b>	<b>+ 1%</b>	<b>42</b>	<b>+ 55%</b>	<b>+ 4%</b>	<b>26</b>	<b>+ 46%</b>	<b>+ 12%</b>

En 2022, la dynamique des nuitées touristiques régionales (+19 % par rapport à 2021, soit un supplément de 35 millions de nuitées) est portée par la forte progression des clientèles étrangères (+62 % ; + 29 millions de nuitées) après deux années de faible fréquentation en lien avec la crise sanitaire.

La clientèle française demeure toutefois majoritaire, représentant deux tiers des nuitées touristiques de l'Occitanie (66 % vs 75 % en 2021). Sa fréquentation progresse pour la 2<sup>e</sup> année consécutive de 4 % (soit +6 millions de nuitées par rapport à 2021) ... de façon toutefois inégale sur l'année : avec un fort rebond au 1<sup>er</sup> semestre (à relativiser car la fréquentation du 1<sup>er</sup> semestre 2021 était encore affectée par les contraintes sanitaires) et à l'inverse des volumes légèrement en baisse sur la saison estivale en lien avec les records atteints l'an dernier.

Ainsi en 2022, l'Occitanie réussit à dépasser de 6 % son volume global de nuitées touristiques 2019 bénéficiant avant tout d'un gain de nuitées françaises.



## LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE PAR UNIVERS DE DESTINATION

	Littoral	Campagne	Urbain hors métropoles	Massif central	Métropoles		Pyrénées	Lourdes	Occitanie
					Montpellier	Toulouse			
<b>Nuitées touristiques</b> en pourcentage	<b>23 %</b>	<b>30 %</b>	<b>19 %</b>	<b>5 %</b>	<b>6 %</b>	<b>9 %</b>	<b>7 %</b>	<b>1 %</b>	<b>100 %</b>
<b>Évolution 2022/2021</b>	<b>+20 %</b>	<b>+17 %</b>	<b>+11 %</b>	<b>+4 %</b>	<b>+17 %</b>	<b>+19 %</b>	<b>+19 %</b>	<b>ND</b>	<b>+19 %</b>
<b>Évolution 2022/2019</b>	<b>+8 %</b>	<b>+7 %</b>	<b>-10 %</b>	<b>+3 %</b>	<b>-4 %</b>	<b>-14 %</b>	<b>-6 %</b>	<b>ND</b>	<b>+6 %</b>

En 2022, tous les univers voient leur fréquentation globale progresser par rapport à l'année précédente et ce pour la 2<sup>e</sup> année consécutive. Comparativement à 2019, après deux années de fréquentation atypique, trois univers se démarquent avec des volumes de nuitées touristiques légèrement supérieurs : le littoral, la campagne et le Massif central. À l'inverse, les espaces urbains, les métropoles et les Pyrénées n'ont pas encore réussi à atteindre leur volume de 2019 mais s'en rapprochent toutefois.

## LA FRÉQUENTATION PAR TYPE D'HÉBERGEMENT



**46 %**  
nuitées dans des hébergements marchands  
(hôtels, campings, Airbnb, etc.)



**54 %**  
nuitées dans des hébergements non marchands  
(31 % générées par l'accueil de parents ou amis et 23 % dans les résidences secondaires)

En Occitanie, on estime que la majorité des nuitées (54 %) se déroulent dans des hébergements non-marchands, c'est-à-dire qui ne donnent pas lieu à une rémunération : hébergement chez la famille, des amis ou dans une résidence secondaire. Du fait de son caractère informel, ce type de fréquentation est difficile à quantifier.

Grâce aux données de fréquentation disponibles pour les hébergements marchands, il est en revanche possible de déterminer plus précisément la répartition des clientèles et de leurs origines par type d'hébergement.



### L'hôtellerie de plein air

Source : Insee, Enquête de fréquentation dans les hébergements marchands collectifs, 2022

	NUITÉES TOTALES (en millions)	ÉVOLUTIONS 2019-2022			% NUITÉES FRANÇAISES	DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR (jours)
		Nuitées totales	Nuitées françaises	Nuitées étrangères		
<b>Saison avril à septembre</b>	<b>27,9</b>	+ 6%	+ 9%	0%	<b>75%</b>	<b>5,4</b>
Emplacements équipés	<b>18,0</b>	+ 14%	+ 15%	+ 11%	<b>81%</b>	<b>5,7</b>
Emplacements nus	<b>9,9</b>	- 5%	- 3%	- 9%	<b>66%</b>	<b>5,0</b>
<b>Saison juin à septembre</b>	<b>23,6</b>	+ 5%	+ 7%	+ 1%	<b>75%</b>	<b>6,0</b>
<b>Juillet - août</b>	<b>18,9</b>	+ 5%	+ 6%	+ 3%	<b>77%</b>	<b>7,1</b>

En 2022, la fréquentation des hébergements collectifs dits « traditionnels » (campings, hôtels et résidences de tourisme) est dynamisée par l'hôtellerie de plein air : l'Occitanie est la première région française pour ce type d'hébergement, à la fois en termes d'offre hébergée (17 % de l'offre nationale) et de fréquentation. 28 millions de nuitées ont ainsi été enregistrées en 2022, en progression de 6 % par rapport à 2019. Les emplacements équipés d'habitats légers sont de plus en plus plébiscités par les touristes, et la progression de l'activité est portée par les clientèles françaises (+ 9 %).

### L'hôtellerie

Source : Insee, Enquête de fréquentation dans les hébergements marchands collectifs, 2022

	NUITÉES TOTALES (en millions)	ÉVOLUTIONS 2019-2022			% NUITÉES FRANÇAISES	DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR (jours)
		Nuitées totales	Nuitées françaises	Nuitées étrangères		
<b>Année</b>	<b>15,2</b>	- 7%	0%	- 28%	<b>80%</b>	<b>1,7</b>
<b>Saison juin à septembre</b>	<b>7,5</b>	- 5%	+ 1%	- 23%	<b>77%</b>	<b>1,8</b>
<b>Juillet - août</b>	<b>4,3</b>	- 3%	+ 4%	- 19%	<b>77%</b>	<b>1,8</b>

Dans l'hôtellerie, la fréquentation annuelle reste encore en-deçà des niveaux observés avant la crise sanitaire (- 7 %). Avec une clientèle française nombreuse en juillet et août (+ 4 %), le secteur hôtelier regagne néanmoins progressivement des couleurs, particulièrement dynamique sur le littoral (+ 10 %). Néanmoins, le retour progressif des clientèles en provenance de l'étranger ne suffit pas encore à combler le fossé creusé par les restrictions sanitaires.



### Lourdes

Lourdes, deuxième ville hôtelière de France après Paris, reste largement impactée par l'absence des pèlerins internationaux qui représentent 2/3 de sa clientèle (- 33 % de fréquentation par rapport à 2019). En la retirant du champ d'observation, le volume de nuitées dans les hôtels se rapproche donc davantage du niveau d'avant-crise (- 3 %).



### Les résidences de tourisme, villages-vacances et auberges de jeunesse

Source : Insee, Enquête de fréquentation dans les hébergements marchands collectifs, 2022

	NUITÉES TOTALES (en millions)	ÉVOLUTIONS 2019-2022			% NUITÉES FRANÇAISES	DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR (jours)
		Nuitées totales	Nuitées françaises	Nuitées étrangères		
<b>Année</b>	<b>11,4</b>	- 7%	- 6%	- 19%	<b>88%</b>	<b>3,9</b>
<b>Saison juin à septembre</b>	<b>6,1</b>	- 6%	- 4%	- 16%	<b>87%</b>	<b>4,3</b>
<b>Juillet - août</b>	<b>4,0</b>	- 6%	- 4%	- 17%	<b>88%</b>	<b>4,8</b>

11,4 millions de nuitées ont été enregistrées en 2022 dans ce type d'hébergement. Comme pour l'hôtellerie, la fréquentation semble toujours ralentie en comparaison du niveau de 2019 (- 7 %), que cela soit pour les touristes français (- 6 %) ou étrangers (- 19 %).

### Le locatif en plateforme (Airbnb, Vrbo)

Source : AirDNA, 2022

LOCATIF EN PLATEFORME 2022 EN OCCITANIE	NUITS <sup>6</sup> DISPONIBLES (en millions)	ÉVOLUTIONS		NUITS <sup>6</sup> LOUÉES (en millions)	ÉVOLUTIONS	
		de 2021 à 2022	de 2019 à 2022		de 2021 à 2022	de 2019 à 2022
<b>Année</b>	<b>21,3</b>	+ 29%	+ 28%	<b>11,0</b>	+ 29%	+ 36%
<b>Saison juin à septembre</b>	<b>9,0</b>	+ 27%	+ 16%	<b>5,4</b>	+ 22%	+ 20%
<b>Juillet - août</b>	<b>5,1</b>	+ 28%	+ 14%	<b>3,5</b>	+ 20%	+ 22%

Le secteur des hébergements locatifs en plateforme demeure très dynamique en 2022, à l'instar de la majorité des régions françaises et de nombreux pays européens. On dénombre 150 000 offres actives en 2022, soit un potentiel de 21 millions de nuits disponibles (+ 28 % par rapport à 2019). La demande progresse également sensiblement : 11 millions de lits ont été loués en 2022 (+ 36 %), confirmant l'attrait des clientèles pour ce type d'hébergement, et ce malgré la hausse tendancielle des tarifs. Deux espaces de destination concentrent le plus d'offres disponibles et génèrent logiquement les plus forts volumes de nuits louées : la campagne (30 % du volume régional) et le littoral (25 %).

6. Attention, les données du locatif en plateforme portent sur des nuits et non pas des nuitées : le nombre de personnes présentes pour chaque nuit louée n'est pas disponible.

### Les Gîtes de France

Source : Gîtes de France Sud



Les 8 000 hébergements labellisés « Gîtes de France » en Occitanie ont enregistré un total de 1,3 million de nuitées sur l'année 2022. Bien que l'activité ait été ralentie entre mars et mai (du fait de la guerre en Ukraine, des élections présidentielles et de l'absence de ponts au printemps), la fréquentation touristique sur l'année est jugée satisfaisante, dynamisée notamment durant la période estivale. Sont notées une présence accrue des clientèles de proximité (originaires d'Occitanie) ainsi qu'une augmentation significative des séjours de courte durée.



# LES CLIENTÈLES

Des profils de plus en plus transverses, une définition extensible (habitant de proximité, pratiquant de sport ou de loisirs, télétravailleur, ...), qu'il semble loin le « bon » temps des persona bien définis et d'un marketing centré autour de la demande.

La quête de sens, la nécessité de voyager moins loin, plus vertueux, de prendre en compte les externalités (les émissions de GES, la consommation, ...) a tendance à inverser les approches qui s'ancrent désormais sur les territoires, leur potentiel, leur identité et parfois les limites de leur « exploitation ».

Pour autant, les « clients » qui fréquentent nos territoires restent bien une source prioritaire de l'économie touristique et une partie prenante de notre vision systémique.

En cela, une connaissance plus fine de leurs attentes, de leurs comportements, de leurs dépenses et de leur satisfaction est indispensable.

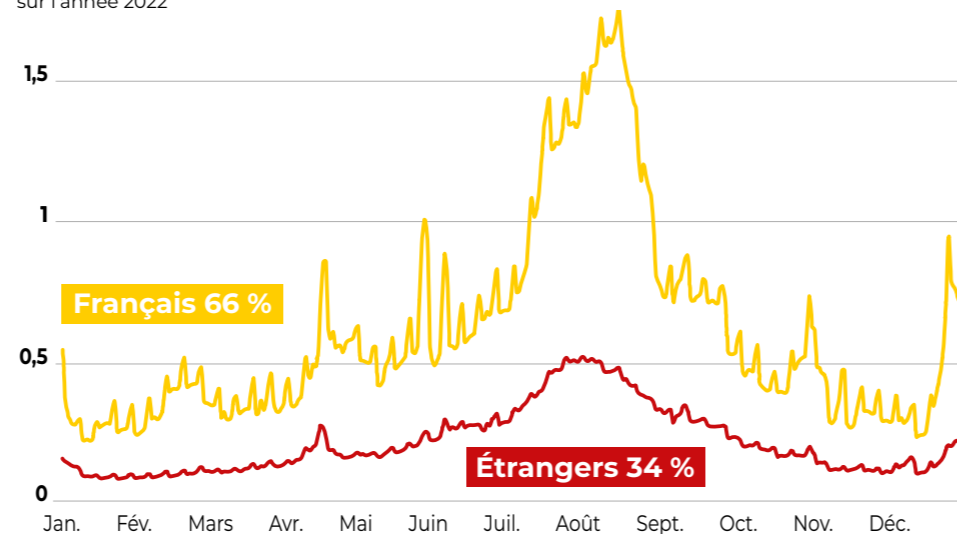


## L'ORIGINE DES CLIENTÈLES – TOUS MODES D'HÉBERGEMENT CONFONDUS

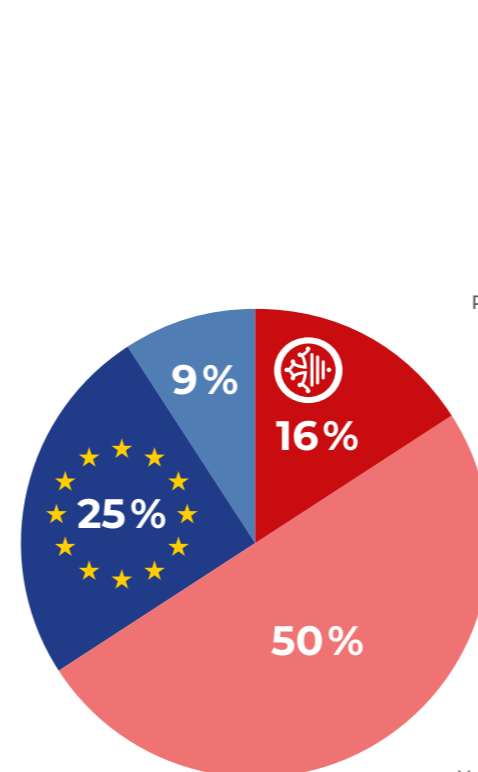
En 2022, deux tiers des nuitées touristiques régionales sont issues des clientèles françaises, un poids comparable à celui observé en 2019, l'année 2022 étant marquée par une forte progression des nuitées internationales et une légère hausse des nuitées françaises par rapport à 2021.

NUITÉES TOURISTIQUES OCCITANIE	VOLUME ANNÉE 2022	ÉVOLUTIONS	
		de 2021 à 2022	de 2019 à 2022
Nuitées françaises	145 millions	+ 4%	+ 8%
Nuitées étrangères	75 millions	+ 62%	+ 1%

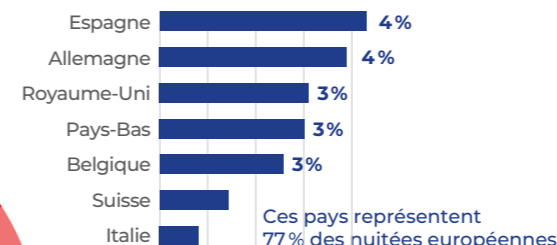
Répartition des nuitées sur l'année 2022



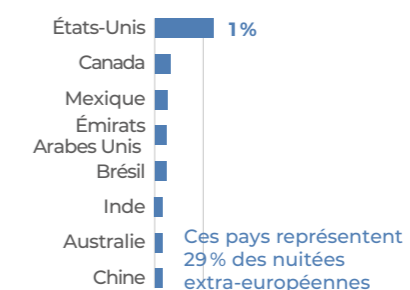
Poids des différentes clientèles dans l'ensemble des nuitées régionales



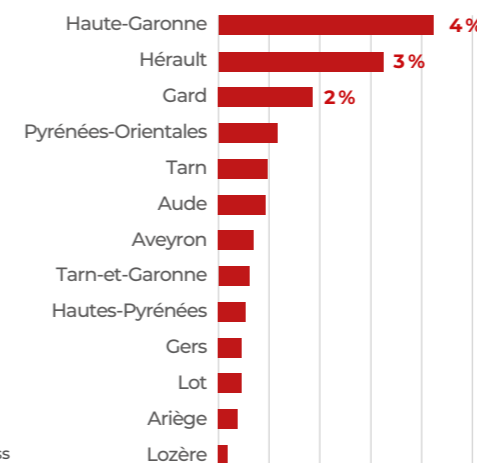
### Nuitées étrangères européennes



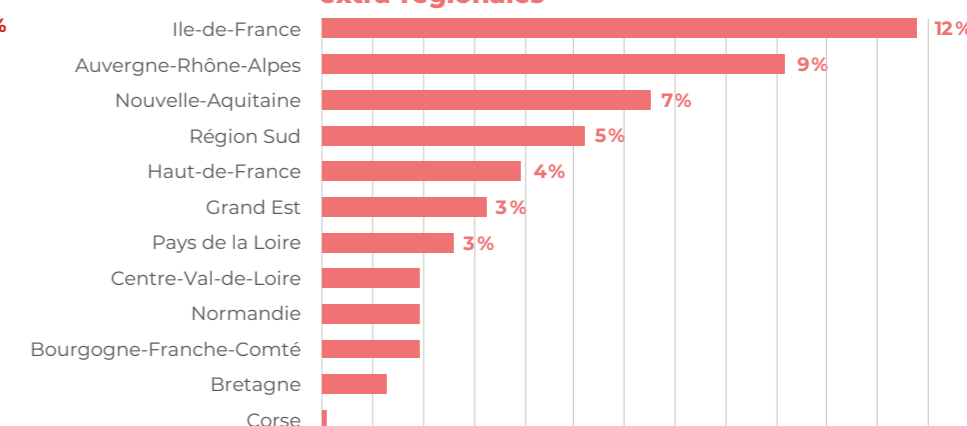
### Nuitées étrangères extra-européennes



### Nuitées françaises intra-régionales



### Nuitées françaises extra-régionales



Les principales clientèles en Occitania (≥ 3% des nuitées totales)

- Occitania : 16%
- Île-de-France : 12%
- Auvergne-Rhône-Alpes : 9%
- Nouvelle-Aquitaine : 7%
- Région Sud : 5%
- Espagne : 4%
- Hauts-de-France : 4%
- Allemagne : 4%
- Grand Est : 3%
- Royaume-Uni : 3%
- Pays Bas : 3%
- Pays de la Loire : 3%
- Belgique : 3%

Source : FluxVision Tourisme - Orange Business

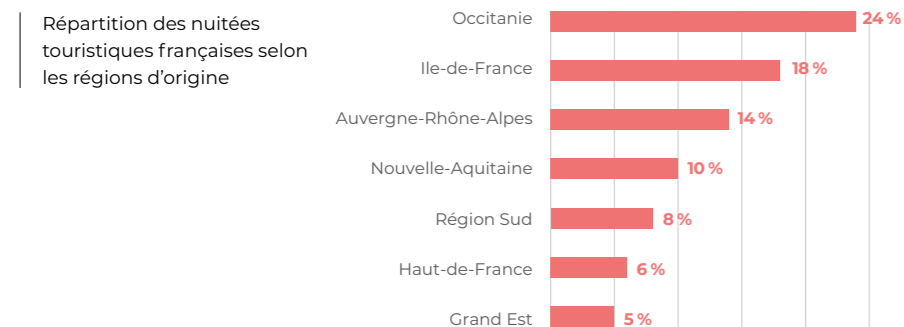
## LES CLIENTÈLES FRANÇAISES

### NUITÉES TOURISTIQUES FRANÇAISES EN OCCITANIE

	NUITÉES 2022 (millions)			ÉVOLUTIONS 2022-2021		
	Année	Saison juin à septembre	Juillet-août	Année	Saison juin à septembre	Juillet-août
Nuitées françaises intra-régionales	35	16	10	+ 7%	+ 2%	+ 1%
Nuitées françaises extra-régionales	109	61	42	+ 3%	- 4%	- 5%

Tous modes d'hébergements confondus, les nuitées françaises continuent leur progression amorcée depuis deux ans (+4 % par rapport à 2021) et dépassent ainsi de 8 % leur volume de 2019. Près d'un quart des nuitées françaises est généré par les habitants de la région (35 millions de nuitées). Elles progressent de 7 % sur l'année par rapport à 2021, en particulier sur l'avant-saison (pour rappel les contraintes sanitaires avaient impacté les séjours de proximité lors de l'avant-saison 2021) et se maintiennent sur la saison estivale. La Haute-Garonne et l'Hérault, territoires aux populations les plus importantes de la région, sont logiquement les principaux départements émetteurs.

Les nuitées des clientèles françaises extra-régionales demeurent majoritaires : elles représentent 75 % des nuitées françaises (109 millions de nuitées). Elles bénéficient d'une hausse annuelle de 3 % par rapport à 2021. Toutefois, elles évoluent à la baisse sur la saison de juin à septembre, après avoir atteint des niveaux records en 2021 (-4 % par rapport à 2021) ; il s'agit en particulier d'une baisse des clientèles franciliennes (-4 %).



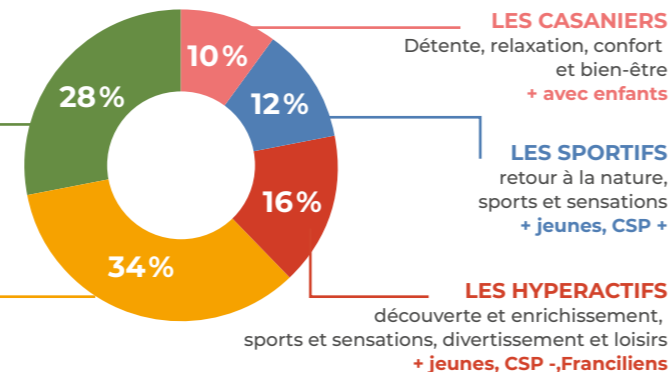
### Les nouvelles aspirations des Français

Depuis 2021, une grande étude nationale pilotée par Tourisme Bretagne en partenariat avec ADN Tourisme, l'UNAT et 12 CRT est menée auprès des Français afin de mieux qualifier les tendances émergentes, les comportements et attentes des voyageurs en matière de tourisme ces dernières années. La troisième phase de cette étude vérifie l'inscription dans le temps des nouvelles pratiques identifiées.

Typologie des vacanciers

**LES EXPLORATEURS**  
Dépaysement, déconnexion, découverte, retour à la nature, sports et sensations  
**+ jeunes**

**LES FARNIENTES**  
Détente, relaxation, confort, et bien-être  
**+ 35-49 ans, CSP-, avec enfants**



**LES CASANIERS**  
Détente, relaxation, confort et bien-être  
**+ avec enfants**

**LES SPORTIFS**  
retour à la nature, sports et sensations  
**+ jeunes, CSP +**

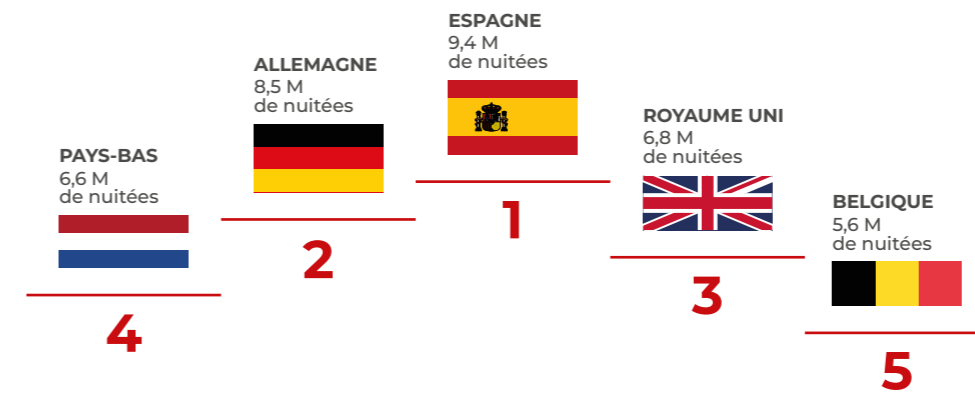
**LES HYPERACTIFS**  
découverte et enrichissement, sports et sensations, divertissement et loisirs  
**+ jeunes, CSP -, Franciliens**

### À retenir :

- La crise sanitaire semble avoir durablement impacté les envies des Français, qui plébiscitent de plus en plus la simplicité et l'authenticité durant leurs vacances.
- Confort, bien-être et envie de nature sont les principales tendances qui se dégagent des réponses des enquêtés
- Des pratiques bien ancrées : prendre son temps, (94 %), favoriser les activités de plein air (84 %), privilégier les pratiques de consommation locale (84 %), être en recherche de nature et de grands espaces (82 %), etc.
- Un intérêt croissant pour la recherche de modes de transports plus doux, comme le train, ou de destinations plus proches du domicile, moins fréquentées
- Des pratiques respectueuses de l'environnement relevant du quotidien déjà adoptées : tri des déchets (82 %), respect des espaces naturels (80 %), attention portée à la consommation des ressources (76 %), etc.
- 38 % des enquêtés se disent prêts à accepter une augmentation de 10 % du prix de leur séjour afin d'accéder à des prestations plus responsables

## LES CLIENTÈLES INTERNATIONALES

La fréquentation touristique 2022 est marquée par la forte progression des clientèles internationales (+62 % par rapport à 2021) après deux années difficiles en raison de la crise sanitaire. L'Occitanie retrouve ainsi son niveau de fréquentation de 2019 (+1 %). Cette dynamique est portée à la fois par le retour de certaines clientèles européennes, mais aussi l'arrivée de clientèles nord-américaines (en lien avec la parité euro/dollar) ou de nouvelles clientèles, telles que la Suisse.



L'Espagne conforte son 1er rang, avec plus de 9 millions de nuitées enregistrées. Le Royaume-Uni, qui était le seul pays à cumuler des évolutions négatives depuis 2 ans, enregistre la plus forte hausse par rapport à 2021 (+ 186 %, au même titre que l'Irlande (+ 197 %)). La clientèle suisse progresse sensiblement pour la seconde année consécutive (+57 % par rapport à 2021) et se positionne ainsi au 6e rang. Parmi les clientèles lointaines, les Américains et les Canadiens se démarquent, enregistrant de très fortes progressions par rapport à 2021 (+116 % et +138 %).

PAYS D'ORIGINE	NUITÉES EN VOLUME (millions)	ÉVOLUTIONS	
		de 2021 à 2022	de 2019 à 2022
Espagne	9,4	+ 36 %	+ 12 %
Allemagne	8,5	+ 70 %	- 13 %
Royaume-Uni	6,8	+ 186 %	- 2 %
Pays Bas	6,6	+ 47 %	+ 6 %
Belgique	5,6	+ 17 %	+ 4 %
Suisse	3,1	+ 57 %	+ 43 %
États-Unis	2,6	+ 116 %	NC
Italie	1,8	+ 96 %	- 22 %



### Une image globalement positive de l'Occitanie auprès de ses principales clientèles européennes

D'après une enquête en ligne menée en 2022, la grande majorité des répondants ont une vision très positive de la région, lui attribuant une note supérieure ou égale à 8 sur 10. La richesse de son **patrimoine culturel** et de ses **paysages** ainsi que sa **météo agréable et ensoleillée** sont d'importants facteurs d'appréciation, et ce tout particulièrement chez les touristes les plus âgés. Les 55 ans et plus ont en effet tendance à être plus enthousiastes que les 18-34 ans vis-à-vis de leur séjour.

Ces atouts sont également les principales raisons du choix de séjour en Occitanie auxquels s'ajoutent la **variété des activités touristiques** et la **gastronomie**.

Si 4 touristes sur 10 ne trouvent aucun point faible à la région, soulignons toutefois que le principal point faible ressortant des réponses collectées relève des **moyens de transport disponibles sur place** : 30 % des touristes interrogés déplorent les difficultés de déplacement rencontrées durant leur séjour, et tout particulièrement les plus jeunes (50 %). Si la voiture reste de loin le mode de transport le plus utilisé pour se rendre dans la région ou se déplacer sur place (80 %), près de la moitié des répondants déclarent envisager de recourir davantage au train, à la marche ou au bus lors de leurs prochains voyages.

Source : Enquête menée en ligne par le CRTL Occitanie avec la société POTLOC - Échantillon de 500 Européens (Allemagne, Belgique, Pays-Bas, Royaume-Uni et Espagne) dont 70 % ayant déjà séjourné en Occitanie et 30 % d'intentionnistes.

### Les dépenses des clientèles internationales

Les clientèles internationales confirment leur rôle fortement contributeur en termes de dépenses, avec un budget moyen journalier par personne de 212 €/jour pour les clientèles lointaines (244 €/jour pour les États-Unis notamment), 166 €/jour pour l'Europe du Sud et 161 €/jour pour l'Europe de l'Ouest.

Source : Atout France publication avril 2023

## ESPAGNE

NUITÉES EN VOLUME (millions)	ÉVOLUTIONS		 <b>Poids</b> <b>13 %</b> des nuitées touristiques étrangères en 2022 (Versus 16 % en 2021)
	2022	de 2021 à 2022	
<b>9,4</b>	<b>+ 36 %</b>	<b>+ 12 %</b>	

La courbe des nuitées en 2022

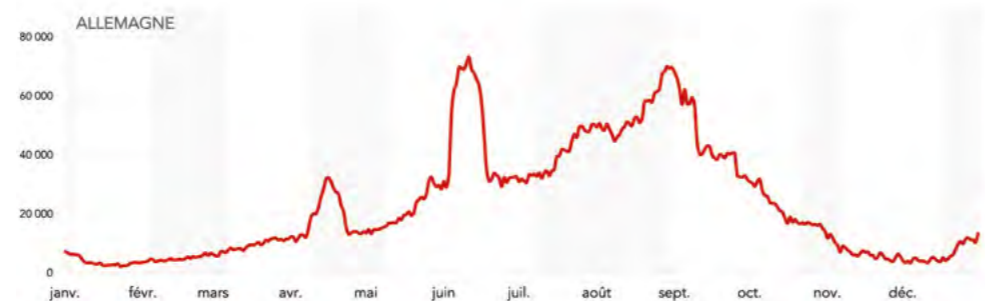


Première clientèle étrangère d'Occitanie, les Espagnols sont présents de manière assez régulière tout au long de l'année, avec des pics sur les weekends prolongés avec jours fériés et une saisonnalité estivale moins marquée que pour les autres clientèles. Pour la première fois depuis la crise sanitaire, la fréquentation de cette clientèle dépasse son niveau de 2019 (+ 12 %). Compte tenu de leur proximité géographique, les Espagnols réalisent la moitié des nuitées étrangères dans les Pyrénées, et sont également bien présents dans les deux métropoles occitanes. Il s'agit de la clientèle internationale la plus représentée dans les hôtels de la région.

## ALLEMAGNE

NUITÉES EN VOLUME (millions)	ÉVOLUTIONS		 <b>Poids</b> <b>11 %</b> des nuitées touristiques étrangères en 2022 (Versus 12 % en 2021)
	2022	de 2021 à 2022	
<b>8,5</b>	<b>+ 70 %</b>	<b>- 13 %</b>	

La courbe des nuitées en 2022

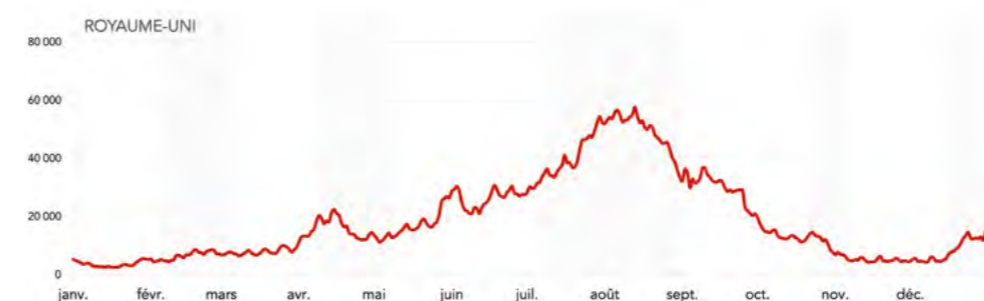


Les clientèles allemandes représentent 11% des nuitées touristiques étrangères en 2022, et se positionnent à la seconde place du top 5 des clientèles internationales. Elles ne retrouvent toujours pas leur niveau de fréquentation de 2019, mais affichent une très belle progression par rapport à 2021(+70%), avec des pics de fréquentation en avril et juin, ainsi qu'à la fin du mois d'août. Les Allemands sont tout particulièrement présents sur le littoral où ils réalisent près d'une nuitée étrangère sur 4 en 2022 (24 %), et ce notamment dans les campings, au même titre que les clientèles belges et néerlandaises.

## ROYAUME-UNI

NUITÉES EN VOLUME (millions)	ÉVOLUTIONS		 <b>Poids</b> <b>9 %</b> des nuitées touristiques étrangères en 2022 (Versus 5 % en 2021)
	2022	de 2021 à 2022	
<b>6,8</b>	<b>+ 186 %</b>	<b>- 2 %</b>	

La courbe des nuitées en 2022

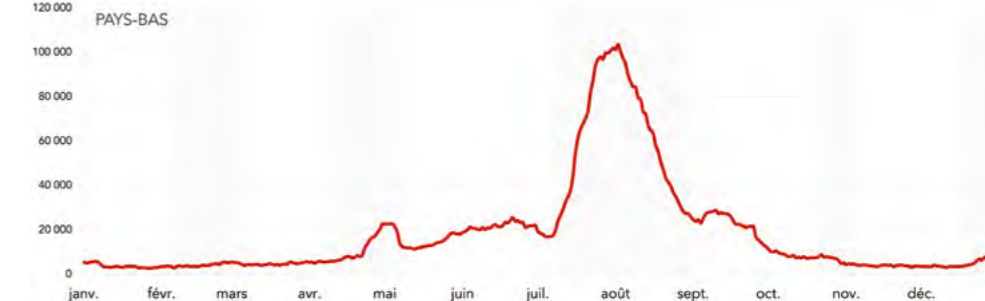


Les Britanniques représentent 9% des nuitées touristiques étrangères en 2022, en baisse de 2% par rapport au niveau de 2019. Il s'agit néanmoins de la clientèle affichant la plus forte hausse de fréquentation par rapport à 2021. Elle est en progression depuis deux ans. A noter une belle présence mi-avril et juin, ainsi que sur août 2022. Détenteurs de nombreuses résidences secondaires en Occitanie (14 500 en 2017), les touristes originaires du Royaume-Uni sont les plus représentés dans l'univers Campagne (14 % des nuitées étrangères).

## PAYS-BAS

NUITÉES EN VOLUME (millions)	ÉVOLUTIONS		 <b>Poids</b> <b>9 %</b> des nuitées touristiques étrangères en 2022 (Versus 10 % en 2021)
	2022	de 2021 à 2022	
<b>6,6</b>	<b>+ 47 %</b>	<b>+ 6 %</b>	

La courbe des nuitées en 2022



Les touristes néerlandais ont fortement fréquenté la région cette année, avec des niveaux de nuitées supérieurs à ceux de 2019 (+ 6 %). On note une concentration des nuitées touristiques sur la période estivale : 55% des nuitées sont enregistrées sur les mois de juillet et août. Par ailleurs, avec 2,2 millions de nuitées réalisées dans l'hôtellerie de plein air en 2022, les Néerlandais sont les touristes étrangers les plus représentés dans ce type d'hébergement.



## BELGIQUE

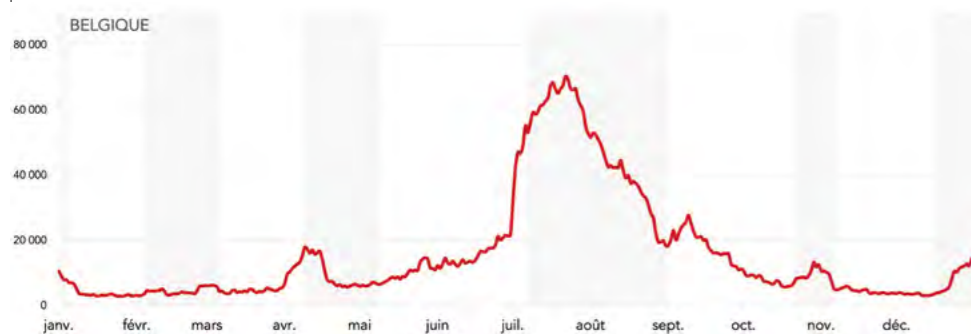
NUITÉES EN VOLUME (millions)	ÉVOLUTIONS	
	2022	de 2021 à 2022
5,6	+ 17 %	+ 4 %



Poids  
**7%**

des nuitées  
touristiques  
étrangères en 2022  
(Versus 11 % en 2021)

La courbe des nuitées  
en 2022



Les nuitées touristiques belges, qui représentent 7 % des nuitées étrangères en Occitanie, sont en progression de 4 % par rapport à 2019. Ces dernières sont particulièrement concentrées sur la haute saison 2022, et on observe également un pic mi-avril. Comme leurs voisins néerlandais, les touristes belges séjournent tout particulièrement dans les campings et sur le littoral, où ils détiennent de nombreuses résidences secondaires.

## Les passagers internationaux enregistrés dans les aéroports d'Occitanie en 2022

Source : Union des Aéroports Français (UAF)



	NOMBRE DE PASSAGERS INTERNATIONAUX EN 2022	POIDS DE L'AÉROPORT	ÉVOLUTION 2022 / 2019	ÉVOLUTION 2022 / 2021
<b>Toulouse Blagnac</b>	3 480 000	66 %	- 27 %	+ 151 %
<b>Montpellier Méditerranée</b>	630 000	12 %	- 4 %	+ 128 %
<b>Carcassonne Sud de France</b>	280 000	5 %	- 21 %	+ 222 %
<b>Lourdes Pyrénées</b>	270 000	5 %	- 18 %	+ 279 %
<b>Nîmes - Alès - Camargue - Cévennes</b>	180 000	3 %	- 20 %	+ 170 %
<b>Perpignan - Rivesaltes Méditerranée</b>	160 000	3 %	- 12 %	+ 179 %
<b>Béziers - Cap d'Agde Hérault Occitanie</b>	160 000	3 %	- 22 %	+ 188 %
<b>Brive Vallée de la Dordogne</b>	60 000	1 %	+ 48 %	+ 236 %
<b>Rodez Aveyron</b>	30 000	1 %	- 3 %	+ 302 %
<b>TOTAL DES AÉROPORTS OCCITANS</b>	<b>5 260 000</b>	<b>100 %</b>	<b>- 22 %</b>	<b>+ 159 %</b>

Les aéroports des deux métropoles occitanes concentrent 78 % des passagers internationaux. Si l'activité aérienne reste en deçà de celle de 2019 pour presque tous les aéroports (- 22 % sur l'ensemble de la région), l'année 2022 est marquée par une reprise considérable après deux années de ralentissement significatif de l'activité (+ 159 % vs. 2021).

## LES FILIÈRES

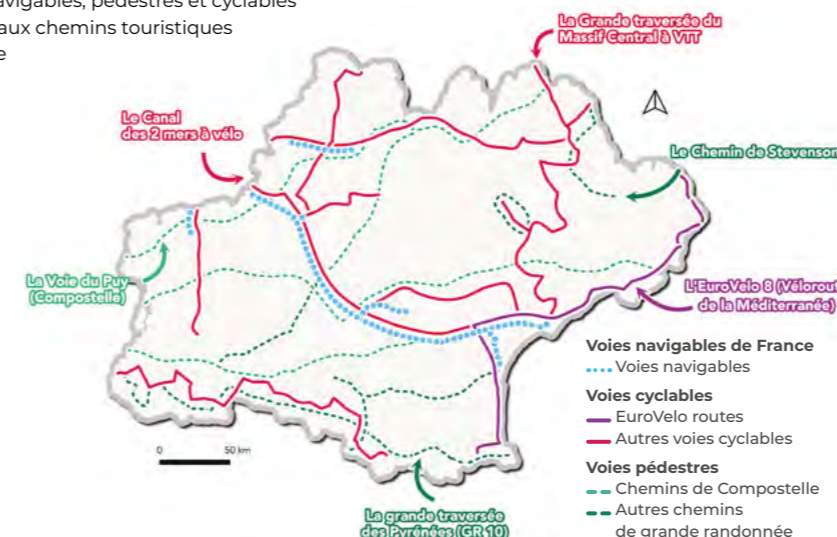
Le tourisme, c'est aussi une large gamme d'activités différentes, de thématiques, de filières qui se traduisent par des profils d'acteurs et de clientèles parfois différentes.

La connaissance et le suivi de ces activités thématiques peuvent se révéler déterminants pour ajuster l'action publique dans des contextes de plus en plus mouvants.

La richesse et l'attractivité de l'Occitanie s'expriment aussi à travers la diversité des expériences qu'elle peut proposer à ses visiteurs.

### L'Occitanie, une région pleine nature

Une région maillée par un réseau de voies navigables, pédestres et cyclables les principaux chemins touristiques d'Occitanie



**La grande majorité des touristes français pratiquent une activité de pleine nature (APN) durant leur séjour en Occitanie**

**C'est le motif principal de séjour dans la région pour 1 touriste sur 5, soit une estimation de 26 millions de nuitées**

Source : Enquête régionale (Comportements-Satisfaction-Dépenses) - CRTL Occitanie et ses partenaires - 2018-2019

## L'ITINÉRANCE PÉDESTRE

**15 000 km de chemins**

de Grande Randonnée en Occitanie



Une pratique répandue

**74 %** des répondants

à l'enquête sur les activités de pleine nature en France déclarent avoir randonné au cours des deux dernières années

plus de

**500 associations**

de randonnée en Occitanie

### Des itinéraires de légende :

les chemins de Saint-Jacques de Compostelle, la Grande Traversée des Pyrénées, le chemin de Stevenson...



### Les Chemins de Saint-Jacques de Compostelle

Abritant 3 des principales voies pèlerines (d'Arles, du Puy et du Piémont Pyrénéen), l'Occitanie est traversée par une large partie des cheminants de Compostelle. Afin d'améliorer et parfaire la connaissance de ces publics et de leurs pratiques, une étude nationale a été menée auprès d'eux par l'Agence Française des Chemins de Compostelle et ses partenaires territoriaux entre mai et novembre 2021.

### Le profil des cheminants

**73 % des cheminants interrogés**

au niveau national ont traversé l'Occitanie, donc 75 % sur la Voie du Puy

**57 % de femmes**

**2 cheminants sur 3** âgés de plus de 55 ans

**Près de la moitié** d'entre eux **cheminent seuls**

Des étapes de **25 km** par jour en moyenne

Un budget moyen quotidien de **47 €** par personne

### Les principaux motifs de départ :

L'envie de s'extraire du quotidien et de se ressourcer **51 %**

Le souhait de pratiquer l'itinérance, la randonnée **46 %**

Le partage, la rencontre de nouvelles personnes **42 %**

Source : Enquête sur les publics des chemins de Saint-Jacques de Compostelle 2021 - Agence française des Chemins de Saint-Jacques de Compostelle



### LE TOURISME À VÉLO

La France se positionne aujourd'hui comme la seconde destination mondiale pour le tourisme à vélo après l'Allemagne, avec plus de 9 millions de séjours cyclistes par an et attire 20 % de cyclo touristes étrangers. La crise sanitaire n'a fait qu'amplifier cette dynamique. Porté par des évolutions structurelles de la demande, et la crise sanitaire, le tourisme à vélo affiche une croissance à 2 chiffres, de façon encore plus marquée pour le vélo à assistance électrique.

Chiffres-clés Occitanie :

- **Une cinquantaine** de voies vertes
- **2 EuroVélo routes** : EV8 La Méditerranée à vélo et EV17 – Via Rhôna
- **3 Grandes traversées à VTT** (Grande Traversée du Massif central, Grande Traversée de l'Ariège et Grande Traversée de l'Hérault)
- **8 véloroutes** (itinéraire de moyenne et longue distance) - V80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87
- Plus de **800 établissements avec le label Accueil Vélo**
- **Une cinquantaine de sites VTT-FFC®**

La carte détaillée des principaux itinéraires et spots vélo est disponible dans la Stratégie Vélo du CRTL. [pro.tourisme-occitanie.com/veille-economique/suivi-de-l-activite/informations/une-strategie-tourisme-a-velo-pour-une-destination-qui-roule](http://pro.tourisme-occitanie.com/veille-economique/suivi-de-l-activite/informations/une-strategie-tourisme-a-velo-pour-une-destination-qui-roule)

Sources : Vélo & Territoires - Schéma national des véloroutes, Données issues de la mutualisation des données départementales (HIT Occitanie), Fédération Française de Cyclisme

**+** **Le Tour de France 2022 est passé en Occitanie du 16 au 23 juillet pour 7 jours de bonus !**

- En moyenne, + 116 % de population additionnelle (touristes et excursionnistes) sur les zones d'arrivée et de départ le jour J par rapport à une période sans événement. Cette fréquentation a été portée par les excursions à la journée (+ 171 %).
- Au-delà d'une fréquentation additionnelle le jour J, le Tour de France a généré une forte audience médiatique et numérique. Parmi les 4 étapes à plus de 5 millions de téléspectateurs, deux sont situées en Occitanie : Rodez Carcassonne et Lourdes-Hautacam.



Sources : CRTL Occitanie – ASO – France TV – FluxVision  
Tourisme-Orange Business

### LE TOURISME FLUVIAL

Sur la saison allant de janvier à septembre 2022, le nombre de passage aux écluses demeure inférieur à celui de 2019 (- 19 %), mais les données de fréquentation du secteur fluvial sont néanmoins satisfaisantes après deux années de ralentissement marqué.

Près de 48 000 passages de bateaux ont ainsi été comptabilisés sur 23 écluses de comptage, soit 30 % de plus qu'en 2021.

Nombre de passages aux écluses dans le secteur VNF Sud-Ouest (en milliers)



Source : Voies Navigables de France - Direction territoriale Sud-Ouest



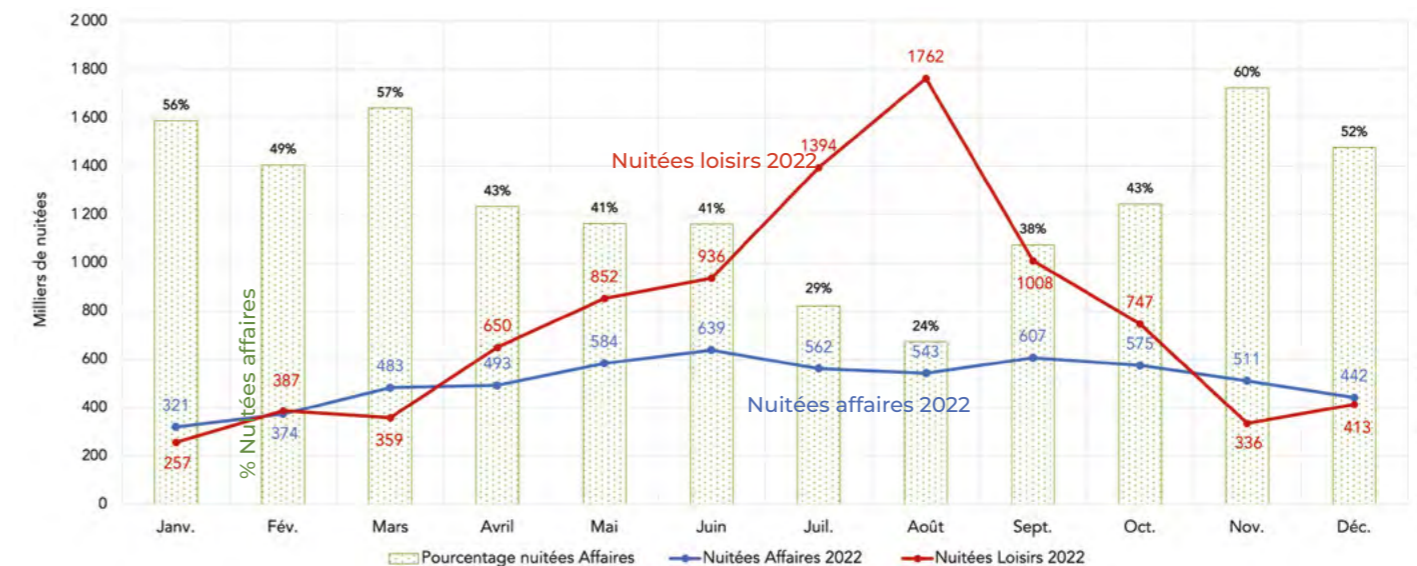
### LE TOURISME D'AFFAIRES

Sur l'ensemble de l'année 2022, le Tourisme d'affaires a généré 6,1 millions de nuitées hôtelières en Occitanie, soit 4 nuitées hôtelières sur 10. 77% de ces nuitées hôtelières « Affaires » sont réalisées dans l'univers urbain : 38% dans les agglomérations/villes moyennes, 25% à Toulouse Métropole et 14% à Montpellier Métropole.

	% des nuitées « affaires » dans le total des nuitées hôtelières en 2022	Nombre de nuitées « affaires » en 2022 (en millions)	Évolution de 2019 à 2022
<b>Urbain hors métropoles</b>	53 %	<b>2,4</b>	<b>- 5 %</b>
<b>Toulouse Métropole</b>	68 %	<b>1,5</b>	<b>- 15 %</b>
<b>Montpellier Métropole</b>	57 %	<b>0,9</b>	<b>- 9 %</b>
<b>OCCITANIE – Total des nuitées « affaires »</b>	<b>40 %</b>	<b>6,1</b>	<b>- 10 %</b>

Au contraire du tourisme de loisirs, les nuitées « affaires » sont relativement stables tout au long de l'année, avec un maximum atteint au mois de septembre (607 000). En-dehors de la haute-saison touristique, de novembre à mars, les clientèles d'affaires génèrent la majorité des nuitées hôtelières de la région (> 50 %) atteint durant les mois de juin et septembre (resp. 639 000 et 607 000).

Répartition des nuitées hôtelières « affaires » et loisirs en 2022



Source : Insee, Enquête de fréquentation dans les hôtels, 2022





## L'AGRITOURISME

**1<sup>ère</sup>** région agricole de France,  
avec **60 000** exploitations  
et **3 millions** d'hectares agricoles

 **Prix européen**  
de l'agriculture **biologique**  
dans la catégorie « Meilleure Région »



**Un quart**  
des exploitations bio  
sont en Occitanie

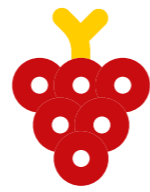
**1 586** prestations et équipement labellisés<sup>7</sup> « Bienvenue à la Ferme »

**169** structures labellisées « Accueil paysan » (hébergement, repas, activité, accueil social)

Sources : Accueil Paysan Occitanie Pyrénées-Méditerranée / Mutualisation des données départementales (HIT Occitanie) / Chambre régionale d'agriculture Occitanie

7. Un prestataire peut être comptabilisé plusieurs fois.

## L'ŒNOTOURISME



**1<sup>ère</sup>** région viticole de France,  
**1<sup>er</sup>** vignoble national  
260 000 ha en production soit 34 % de la surface viticole nationale  
**1<sup>er</sup>** vignoble national Bio  
57 000 ha certifiés bios ou en conversion (1/3 de la production de vins bio)

**59** appellations  
d'origine protégée  
(AOP), 34 IGP

**22 600**  
entreprises vitivinicoles,  
dont 230 caves coopératives et unions

**738** labellisés  
Vignobles & Découvertes

**21** destinations labellisés  
Vignobles & Découvertes

Le label Vignobles & Découvertes est un label national d'excellence attribué par Atout France. Il vise à promouvoir les territoires et leurs prestataires engagés dans un accueil œnotouristique qualifié. Les prestations concernent les caveaux de dégustation, l'hébergement, la restauration, les visites de sites, les événements et les activités permettant la découverte de l'identité viticole des territoires.

**393** labellisés  
Qualité Tourisme  
Occitanie Sud de France



Source : Région Occitanie et CRTL Occitanie



## LE THERMALISME

Une année 2022 portée par un retour progressif des curistes en Occitanie !

**28**  
stations thermales  
et 30 centres thermoludiques  
ou spas thermaux

**1<sup>ère</sup>** région  
thermale de France,  
(avec 31 % du marché national)

**136 000**  
curistes assurés sociaux  
accueillis en 2022

**+33%**  
de fréquentation  
par rapport à 2021

La fréquentation continue  
de se rapprocher du niveau  
de référence de 2019 (-25 %)

Source : CNETH, curistes assurés sociaux



## LES SITES TOURISTIQUES (CULTURE, PATRIMOINE ET LOISIRS)

Les Grands Sites d'Occitanie

Les Grands Sites Occitanie Sud de France, c'est une collection régionale unique autour de richesses patrimoniales, culturelles, naturelles ou historiques remarquables.

Des Pyrénées à la Méditerranée, l'Occitanie se révèle au détour de ces 41 lieux incontournables, majestueux, authentiques, sauvages et légendaires.


Pour découvrir la collection : [www.grands-sites-occitanie.fr](http://www.grands-sites-occitanie.fr)


Source : Région Occitanie



## LA FRÉQUENTATION DES SITES TOURISTIQUES 2022

Source : ADT, CDT, OT, gestionnaires de sites

 SITES PAYANTS (+300 000 visiteurs)	DÉP.	FRÉQUENTATION 2022
Pont du Gard	30	1 000 000
Remparts et Château Comtal de Carcassonne	11	535 000
Les Monuments Romains de Nîmes (Arènes de Nîmes + La Maison Carrée + Tour Magne)	30	535 000
Gouffre de Padirac	46	475 000
Abbatiale de St-Guilhem-Le-Désert	34	427 000
Cité de l'Espace - Toulouse	31	424 000
Seaquarium du Grau-du-Roi	30	415 000
Planet Ocean Montpellier	34	402 000
Réserve Africaine de Sigean - Sigean	11	374 000
Ensemble conventuel des Jacobins - Toulouse	31	366 000
Espace Nautique Jean Vauchère - Colomiers	31	359 000
Écluses de Fonsérannes - Béziers	34	357 000
Calicéo - Toulouse L'Union	31	321 000

 SITES GRATUITS (+300 000 visiteurs)	DÉP.	FRÉQUENTATION 2022
Sanctuaire de Lourdes	65	2 600 000
Cité médiévale de Carcassonne	11	1 772 000
Rocamadour	46	1 300 000
Centre historique de Narbonne	11	1 271 000
Cathédrale Sainte-Cécile à Albi	81	696 000
Basilique Saint Sernin - Toulouse	31	645 000
Cirque de Gavarnie	65	575 000
Viaduc de Millau	12	433 000
Cathédrale de Rodez	12	319 000



## MUSÉES

(+ 100 000 visiteurs)

	DÉP.	FRÉQUENTATION 2022
Muséum d'Histoire Naturelle – Toulouse	31	275 000
La Halle de la Machine – Toulouse	31	214 000
Musée du Bonbon Haribo – Uzès	30	198 000
Musée Fabre – Montpellier	34	190 000
Aérosopia, Musée des avions – Blagnac	31	165 000
Espace contemporain des Abattoirs – Toulouse	31	160 000
Moulin de Boly – Lourdes	65	140 000
Musée de la Romanité - Nîmes	30	138 000
Le cachot – Lourdes	65	127 000
Musée Soulages – Rodez	12	125 000
Espace EDF Bazacle – Toulouse	31	124 000
Narbovia – Narbonne	11	121 000
MO.CO Hôtel des Collections – Montpellier	34	112 000
Quai des Savoirs – Toulouse	31	106 000



## FESTIVALS

(+ 100 000 visiteurs)

	DÉP.	FRÉQUENTATION 2022
Festival des Lanternes – Montauban (Durée : 2 mois)	82	2 000 000
Festival International des Sports Extrêmes (FISE) - Montpellier (Durée : 4 jours)	34	600 000
Festival de Nîmes (Durée : 7 jours)	30	160 000

Les données collectées dans les tableaux émanent des ADT/CDT départementaux ou des gestionnaires des sites eux-mêmes. Elles sont déclaratives et données à titre indicatif, car issues de méthodes de comptabilisation différentes (billetteries, compteurs de passage, estimations réalisées grâce à l'outil Flux Vision, etc.) Les gestionnaires n'ayant pas d'obligation de diffusion des statistiques de fréquentation, la liste n'est pas exhaustive.

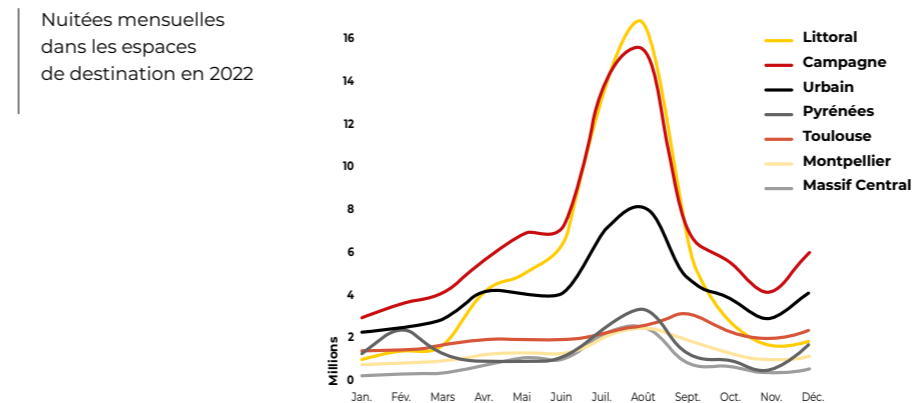
## LES DESTINATIONS

La région propose quasiment toute la gamme possible d'espaces, depuis un littoral aux multiples visages, jusqu'aux plus hauts sommets des Pyrénées, en passant par deux métropoles, des vallées, un Canal de renom international... Bref, des atouts dont toutes les régions, voire bien des pays du monde ne peuvent pas se prévaloir.

Ces espaces différents induisent des comportements différents de la part des clientèles qui les fréquentent et donc une approche différenciée et des dispositifs adaptés.



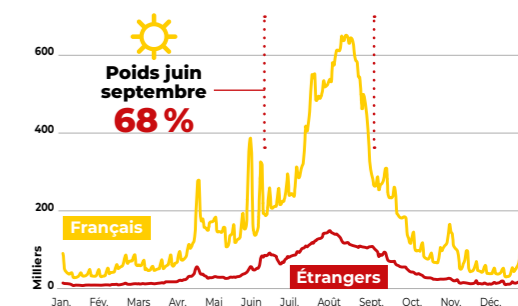
Le graphique ci-dessous met en perspective les courbes des nuitées touristiques 2022 dans les différents univers de destination de la région. Il met en évidence les différentes saisonnalités liées aux spécificités des univers et le poids prépondérant du littoral et de la campagne sur la période de juin à septembre.



## LITTORAL

	NUITÉES FRANÇAISES	NUITÉES ÉTRANGÈRES	NUITÉES TOTALES
2022 vs. 2021	+ 9 %	+ 68 %	+ 20 %
2022 vs. 2019	+ 6 %	+ 13 %	+ 8 %

Répartition des nuitées durant l'année 2022 sur le littoral



## À retenir :

- Près de 1 nuitée régionale sur 4 réalisée sur le littoral en 2022
- Le littoral affiche les meilleures performances de fréquentation touristique par rapport à 2021 (+ 20 % de nuitées), dépassant son niveau de 2019 (+ 8 %)
- La densité touristique<sup>8</sup> y est la plus élevée des territoires d'Occitanie, ce qui entraîne de fortes variations de population : le volume journalier de nuitées est multiplié par 24 entre le minimum observé en janvier et le maximum atteint en août.
- Les EPCI du littoral regroupent près de la moitié des emplacements de campings disponibles, et 40 % des résidences secondaires de la région.
- Top 3 clientèles étrangères : Allemagne (3,9 M), Pays Bas (2 M) et Belgique (1,8 M)



## Bilan de saison estivale 2022

Sur la base d'1,2 millions de lits enquêtés situés dans 25 destinations du littoral :

**31 %** de remplissage de mai à octobre

**79 %** de taux d'occupation pendant le cœur de saison (lits pros)

Source : G2A, panel Stations Littorales

8. Nombre de lits au km<sup>2</sup>.



Poids offre  
**29 %**

Offre d'hébergement (marchande et non-marchande)



Poids nuitées  
**23 %**

Nuitées touristiques tous types d'hébergements confondus (source : FluxVision Tourisme-Orange Business 2022)



Poids emploi  
**21 %**

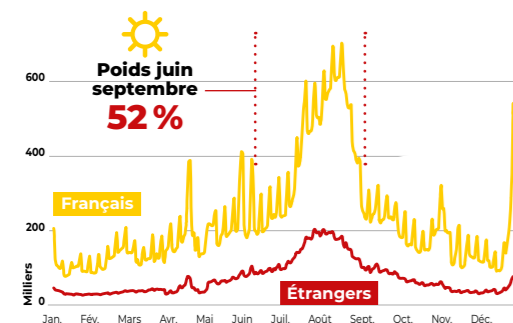
Nombre d'emplois touristiques salariés et non-salariés (source : Insee 2019)

## CAMPAGNE

	NUITÉES FRANÇAISES	NUITÉES ÉTRANGÈRES	NUITÉES TOTALES
2022 vs. 2021	+ 6 %	+ 53 %	+ 17 %
2022 vs. 2019	+ 8 %	+ 4 %	+ 7 %



Répartition des nuitées durant l'année 2022 sur le littoral



### À retenir :

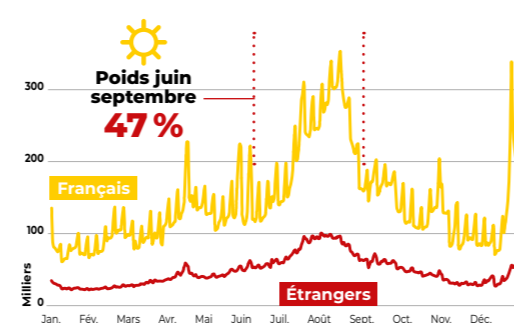
- Plus d'un tiers des nuitées touristiques réalisées dans la campagne en 2022.
- Des niveaux de fréquentation qui dépassent ceux de 2019 (+ 7 %) à l'instar du littoral
- Cet espace de destination concentre 30 % des offres locatives proposées sur Airbnb et les sites Vrbo.
- Second univers le plus fréquenté pour les campings après le littoral.
- Top 3 clientèles étrangères : Royaume-Uni (3,6 M), Espagne (3,1 M) et Pays Bas (2,8 M)

## URBAIN HORS MÉTROPOLIS

	NUITÉES FRANÇAISES	NUITÉES ÉTRANGÈRES	NUITÉES TOTALES
2022 vs. 2021	- 2 %	+ 52 %	+ 11 %
2022 vs. 2019	- 14 %	0 %	- 10 %



Répartition des nuitées durant l'année 2022 sur le littoral



### À retenir :

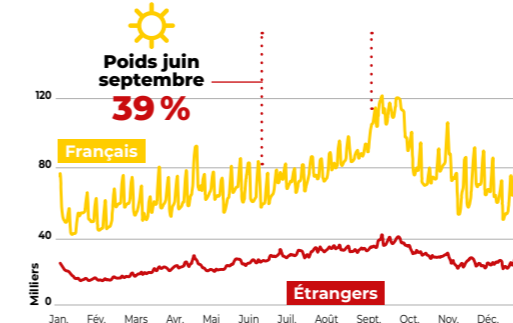
- Malgré un retour important des clientèles étrangères en 2022, la fréquentation touristique reste en deçà de celle observée en 2019 (- 10 %) du fait d'une clientèle française en retrait (-14 %).
- En 2022, les nuitées hôtelières dans les villes moyennes pèsent plus lourd que celles des deux métropoles réunies (4,4 millions contre 3,8).
- Top 3 clientèles étrangères : Espagne (2,6 M), Allemagne (1,4 M) et Pays Bas (1,2 M)

## TOULOUSE AGGLOMÉRATION ÉLARGIE

	NUITÉES FRANÇAISES	NUITÉES ÉTRANGÈRES	NUITÉES TOTALES
2022 vs. 2021	+ 2 %	+ 70 %	+ 19 %
2022 vs. 2019	- 19 %	- 2 %	- 13 %



Répartition des nuitées durant l'année 2022 sur le littoral

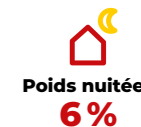


### À retenir :

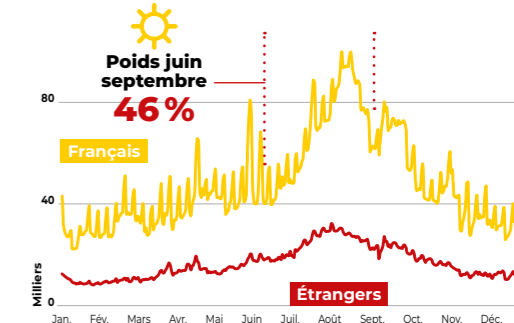
- Une fréquentation qui s'étale sur toute l'année, boostée par les courts séjours dus au Tourisme d'Affaires et à la présence de nombreux établissements culturels.
- Plus d'1 nuitée sur 3 est réalisée par un touriste étranger : c'est l'espace de destination où les clientèles internationales sont les plus représentées, au même titre que Montpellier.
- Le taux d'occupation des logements proposés sur Airbnb et Vrbo y est le plus élevé d'Occitanie (62 % vs. 50 % au niveau régional).
- Top 3 clientèles étrangères : Espagne (1 M), Allemagne (0,6 M) et Royaume-Uni (0,5 M)

## MONTPELLIER MÉTROPOLIS

	NUITÉES FRANÇAISES	NUITÉES ÉTRANGÈRES	NUITÉES TOTALES
2022 vs. 2021	+ 1 %	+ 67 %	+ 17 %
2022 vs. 2019	- 10 %	+ 11 %	- 3 %



Répartition des nuitées durant l'année 2022 sur le littoral



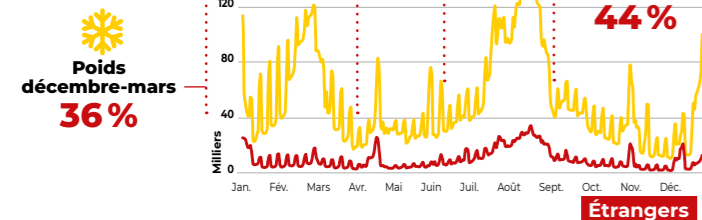
### À retenir :

- La courbe des nuitées journalières de Montpellier Métropole est un mix entre un profil urbain et un profil littoral
- C'est l'univers qui enregistre la plus forte progression de clientèles internationales par rapport à 2019 (+11 %). Ainsi en 2022 un tiers des nuitées touristiques sont d'origine étrangère.
- Top 3 clientèles étrangères : Espagne (0,5 M), Allemagne (0,5 M) et Royaume-Uni (0,3 M)

## PYRÉNÉES

	NUITÉES FRANÇAISES	NUITÉES ÉTRANGÈRES	NUITÉES TOTALES
2022 vs. 2021	+ 13 %	+ 58 %	+ 19 %
2022 vs. 2019	- 4 %	- 12 %	- 6 %

Répartition des nuitées durant l'année 2022 sur le littoral



Poids offre **11%**

Poids nuitées **7%**

Poids emploi **10%**

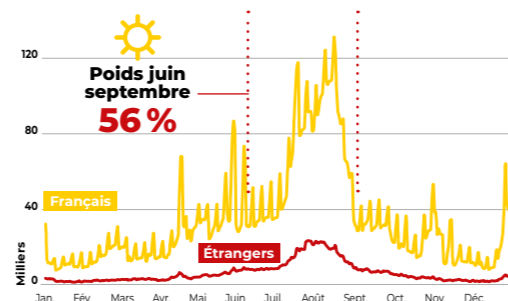
### À retenir :

- La fréquentation touristique se répartit sur deux saisons du fait des sources d'attractivité diverses (sports d'hiver, thermalisme, APN, ...) : en hiver et en été.
- 2 étapes du Tour de France se sont déroulées dans les Pyrénées en 2022, attirant comme chaque année des milliers de passionnés
- Top 3 clientèles étrangères : Espagne (1,9 M), Royaume-Uni (0,4 M) et Pays-Bas (0,2 M)

## MASSIF CENTRAL

	NUITÉES FRANÇAISES	NUITÉES ÉTRANGÈRES	NUITÉES TOTALES
2022 vs. 2021	- 1 %	+ 35 %	+ 4 %
2022 vs. 2019	+ 5 %	- 8 %	+ 3 %

Répartition des nuitées durant l'année 2022 sur le littoral



Poids offre **6%**

Poids nuitées **5%**

Poids emploi **3%**

### À retenir :

- Les clientèles étrangères sont moins présentes dans cet espace de destination que dans les autres, à l'instar des Pyrénées : 19 % des nuitées totales (contre 34 % en moyenne en Occitanie).
- Dans la région, c'est dans une partie de cet univers que les résidences secondaires pèsent le plus dans le parc de logements, bien qu'elles soient bien plus nombreuses en volume sur le littoral
- Top 3 clientèles étrangères : Pays-Bas (0,4 M), Allemagne (0,3 M) et Belgique (0,3 M)



### Les chiffres-clés de la saison hivernale 2022-2023

Le taux d'occupation moyen dans les hébergements suivis par l'Agence des Pyrénées – Panel Pyrénées\* est de **45,6 %** (- 1,7 points par rapport à 2022, à comparer à -2,4 points par rapport à 2022 du panel charme G2A sur l'ensemble des massifs).

Les deux premiers mois de l'année ont été marqués par une fréquentation touristique en retrait par rapport à début 2022 : un bon démarrage en décembre et ensuite la fréquentation a marqué le pas à partir de la dernière semaine de décembre et en janvier en l'absence de neige (ce qui a eu un impact sur la dynamique des réservations de la période).

Sur les vacances d'hiver, le taux d'occupation s'élève à **77,1 %**, à comparer à 76,6% du panel charme G2A tous massifs. Ces chiffres sont toutefois en retrait de 5,3 pts par rapport à 2022 (qui avait toutefois bénéficié d'une répartition très favorable des zones académiques de vacances).

\* Zones observées : 14 territoires et stations des vallées pyrénéennes, y compris situées en Nouvelle-Aquitaine (Pyrénées 2 Vallées, Haute-Ariège, Pyrénées Catalanes, Cauterets, Barèges, Tourmalet -Pic du Midi, Vallée d'Ossau).

Source : Agence des Pyrénées et ses partenaires – panel Pyrénées – G2A. Données portant sur la période allant du 3 décembre 2022 au 8 mars 2023



## Rejoignez le Fonds en mécénat régional OCC'YGENE et devenez acteur du tourisme de demain !

Intégrez la communauté des acteurs du tourisme et des loisirs qui oeuvrent pour :

- >> L'accès au tourisme et aux loisirs pour tous,
- >> L'éducation et la sensibilisation à l'environnement,
- >> Favoriser l'impact positif et inclusif du tourisme pour les territoires et leurs habitants.

#### LA COMMUNAUTÉ DES MÉCÈNES



Pour nous rejoindre, scannez ce QR-Code avec votre smartphone

La qualité de donateur est accessible à tous : que ce soit pour un soutien de mécénat financier, de mécénat de compétence (ressources humaines), de matériel ou de prestations en nature.

#### Les bénéficiaires :

- >> Création de valeur et de sens portés par votre entreprise,
- >> Défisicalisation moyenne de 60% à 66% dans la limite des lois en vigueur,
- >> Engagements dans le cadre de démarches RSE,
- >> Valorisation d'initiatives d'intérêt général sur votre territoire,
- >> Programme de reconnaissance et de communication pour votre entreprise (présence sur les documents officiels, événementiels dédiés, publications sur les Réseaux Sociaux, kit de communication du CRTL ...)

Pour plus d'information : [mecenat@crtoccitanie.fr](mailto:mecenat@crtoccitanie.fr)





# Datavisualisation raconter l'histoire autrement

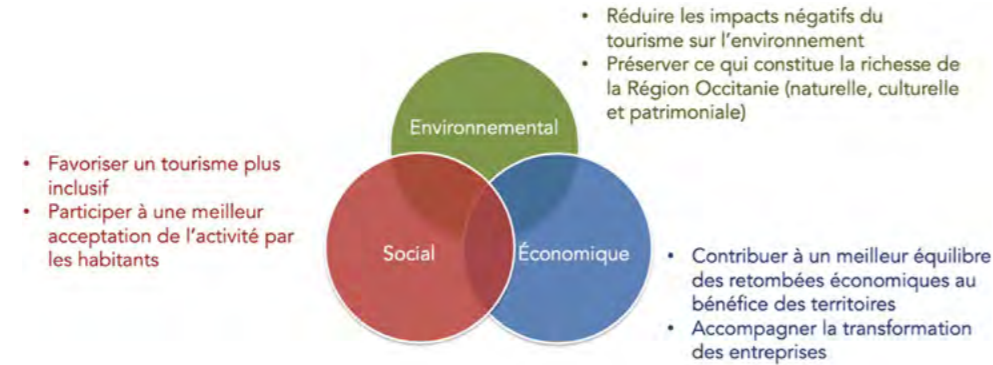
Les modèles relatifs à l'économie touristique vont nécessairement subir de profonds changements dans les années qui viennent.

Ces mutations (en cours et à venir) imposent de changer nos méthodes et de faire évoluer notre vision mais aussi de partager ces changements avec l'ensemble des parties prenantes.

Le tourisme est une activité complexe, difficile à appréhender dans toutes ses composantes et qui le sera de plus en plus via l'approche systémique que nous mettons en place.

L'objectif d'un équilibre entre externalités négatives et positives par exemple, repose sur la prise en compte de nombreux éléments objectifs qui devront permettre de mesurer, de juger le niveau (positif ou négatif) de l'externalité et d'en suivre les évolutions.

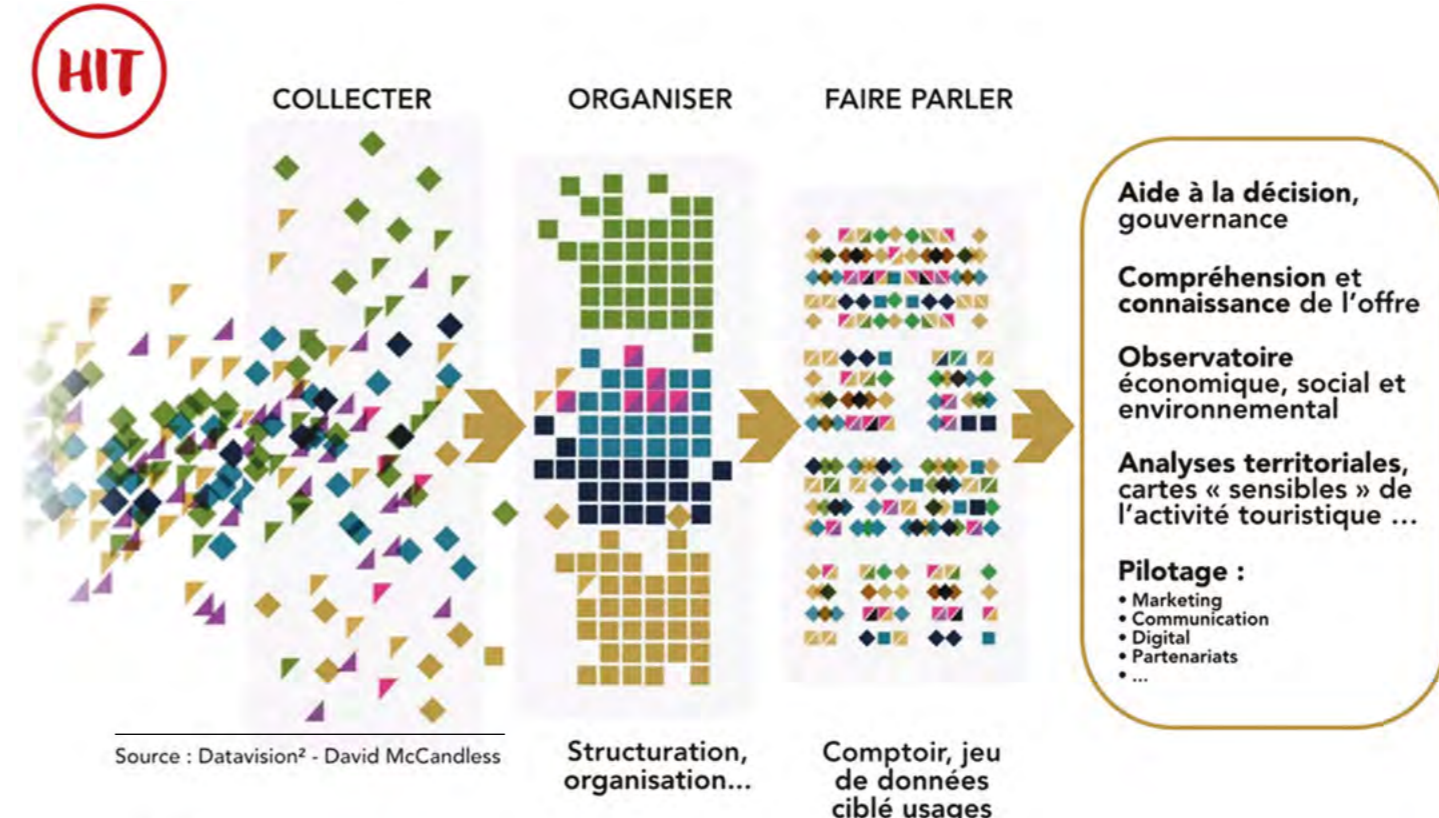
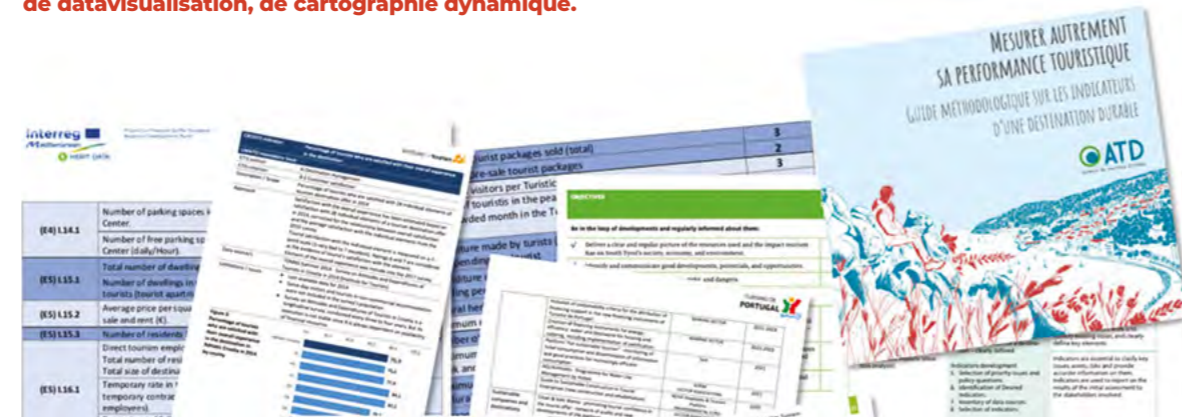
Identifier ces indicateurs peut se révéler laborieux, tant les sources sont nombreuses et hétérogènes, et ce n'est qu'une étape de la démarche.



Reste à en valider la qualité, la fiabilité, la disponibilité (dans la durée), de manière à pouvoir les mobiliser dans un tableau de bord de l'activité.

Mais la question principale reste entière, quelle exploitation faire de ces indicateurs, quel « récit » construire sur ces bases objectives, et surtout comment les partager de manière utile avec l'ensemble de l'écosystème ?

**Rendre intelligible toute cette matière pas toujours facile à interpréter implique d'explorer de nouveaux outils de médiation, de se doter de compétences renforcées en matière de gestion de la data elle-même, de datavisualisation, de cartographie dynamique.**



Source : Datavision² - David McCandless



Mettre toute cette data disponible au service d'un message concret et opérationnel à destination des partenaires, va demander des investissements importants en termes financiers mais aussi en termes de ressources humaines, avec des compétences nouvelles.

C'est à ce prix que nous pourrons mettre au service de la décision et de l'accompagnement des changements, des outils et une géographie plus « sensible » aux enjeux.

**Le CRTL Occitanie développe et utilise depuis 2020 le HIT Occitanie (HUB d'Information Touristique), plateforme d'intégration, de gestion et de traitement des données. Véritable HUB, le HIT est conçu comme une plateforme interconnectant des systèmes pour agréger, relier et croiser des données issues de sources diverses.**

- Le HIT se veut :**
- **AGILE** : en évolution permanente
  - **OUVERT** : accessible aux partenaires sources et utilisateurs
  - **INNOVANT** : exploitations de nouvelles données multi-univers
  - **UTILE** : répond aux enjeux et besoins métiers (Destinations, voyageurs, professionnels...)



# Les chiffres-clés et les grands repères de l'économie touristique régionale

Sources : Insee, FluxVision Tourisme – Orange Business, DGE, HIT – base de données territoriale CRTL, AirDNA

**220 millions**

Nombre de nuitées touristiques pour l'année 2022  
En hausse de 6 % par rapport à 2019

**66 %**

Poids des nuitées françaises  
Comparable à 2019

**55 %**

Poids des nuitées pendant les vacances scolaires

**1,7 million de nuitées**

Nombre maximum de nuitées journalières enregistré les 6 et 13 août

**0,2 million de nuitées**

Nombre minimum de nuitées journalières enregistré entre le 9 et 13 janvier

**+8 %**

Record de progression des nuitées françaises enregistré sur la campagne entre 2022 et 2019

**+13 % et +11 %**

Records de progression des nuitées étrangères enregistrés sur le littoral et Montpellier Métropole entre 2022 et 2019

**+36 %**

Hausse des nuits louées dans le locatif en plateforme entre 2022 et 2019 (Airbnb, Vrbo)

**+9 %**

Record de progression des nuitées françaises dans l'hôtellerie de plein air entre les saisons 2022 et 2019



## LES REPÈRES DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE RÉGIONALE

**125 000** emplois touristiques en moyenne sur l'année 2019  
soit **7 %** de l'emploi marchand régional

Avec une saisonnalité marquée : l'emploi touristique passe du simple au double entre janvier et août

Avec deux emplois sur dix qui sont des non-salariés

Avec un emploi sur trois dans l'hébergement et la restauration



**15,9 milliards** d'euros de retombées économiques en 2018



Plus de **6 millions** de lits (potentiellement touristiques)  
dont près d'**1 million** dans le secteur marchand

OCCITANIE NUITÉES	NUITÉES 2022 (millions)			ÉVOLUTION					
	Année	Saison juin à septembre	Juillet-août	Année		Saison juin à septembre		Juillet-août	
				2022-2021	2022-2019	2022-2021	2022-2019	2022-2021	2022-2019
<b>Nuitées totales</b>	220	119	78	+19%	+6%	+12%	+8%	+8%	+19%
<b>Nuitées françaises</b>	145	77	52	+4%	+8%	-3%	+11%	-4%	+23%
<b>Nuitées étrangères</b>	75	42	26	+62%	+1%	+55%	+4%	+46%	+12%

## ÉVOLUTION DES NUITÉES TOURISTIQUES SELON LES UNIVERS

	NUITÉES FRANÇAISES		NUITÉES ÉTRANGÈRES	
	Évolution 2022/2021	Évolution 2022/2019	Évolution 2022/2021	Évolution 2022/2019
<b>Campagne</b>	+ 6%	+ 8%	+ 53%	+ 4%
<b>Littoral d'Occitanie</b>	+ 9%	+ 6%	+ 68%	+ 13%
<b>Urbain hors métropoles</b>	- 2%	- 14%	+ 52%	0%
<b>Toulouse agglomération élargie</b>	+ 2%	- 19%	+ 70%	- 2%
<b>Montagne Pyrénées</b>	+ 13%	- 4%	+ 58%	- 12%
<b>Montpellier Métropole</b>	+ 1%	- 10%	+ 67%	+ 11%
<b>Massif central</b>	- 1%	+ 5%	+ 35%	- 8%



Pour en savoir plus :  
[pro.tourisme-occitanie.com](http://pro.tourisme-occitanie.com)  
rubrique Observatoire

**L'équipe Observatoire du Pôle 3D :**

Antoine Chalut  
Nina Grard  
Séverine Sénac





# Destination Occitanie

Comité Régional du Tourisme et des Loisirs

**voyage-occitanie.com**

**SITE DE MONTPELLIER (SIÈGE)**  
64, rue Alcyone • CS 79507  
F • 34960 Montpellier Cedex 2

**SITE DE TOULOUSE**  
15, rue Rivals • CS 78543  
F • 31685 Toulouse Cedex 6



#VoyageOccitanie



Projet cofinancé par le Fonds Européen de Développement Régional