

ÉDITION 2022 / 2023

# Mémento du tourisme

MIEUX CONNAÎTRE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE

  
Archipel  
DE THAU DESTINATION  
MÉDITERRANÉE



## 2 ÉDITO

## 4 LES CHIFFRES REPÈRES

## 5 UNE DESTINATION SIMPLEMENT UNIQUE

## 7 L'ENJEU CRUCIAL DE LA MOBILITÉ

## 9 FRÉQUENTATION ARCHIPEL DE THAU 2022

## 26 RETOMBÉES ÉCONOMIQUES ET EMPLOI

## 27 LA CAPACITÉ D'ACCUEIL TOURISTIQUE 2023

## 29 PROFILS DES VISITEURS

- Les activités pratiquées
- Les caractéristiques des excursionnistes
- Les caractéristiques des touristes qui viennent pour la première fois

## 33 L'ACTIVITÉ THERMALE

## 34 LA CROISIÈRE, SECTEUR EN MUTATION

## 35 ZOOM SUR LA CLIENTÈLE DE L'HOTELLERIE DE PLEIN AIR

## 37 L'ATTRACTIVITÉ DES JOUTES



## EDITO

Ce memento offre des clefs de compréhension de l'activité touristique dans l'Archipel de Thau et permet de mieux appréhender le tourisme aussi bien du côté de l'offre que de la demande.

Notre société est en pleine mutation : Urgence écologique et climatique, évolution du rapport au travail et de l'organisation du temps loisirs/travail, climats géopolitique et social, émergence de l'intelligence artificielle...

Et le tourisme n'échappe pas à ces évolutions profondes qui doivent nous pousser à proposer une destination plus vertueuse et soutenable.

Les données observées doivent aussi évoluer et s'adapter pour tenir compte de ces nouveaux paradigmes. Nous ne sommes qu'au début d'une évolution qui va s'accélérer pour permettre de proposer une autre approche du tourisme et de ses outils d'analyse et de compréhension.

Vous découvrirez au fil des pages les principales données aujourd'hui à notre disposition, certaines peuvent bien sûr être approfondies selon vos besoins et vos projets, **nous sommes à votre écoute !**





## LES OUTILS À NOTRE DISPOSITION POUR PRODUIRE CE MEMENTO

L'Office de tourisme s'est organisé pour disposer, produire et analyser de nombreuses données touristiques fiables.

Ce mémento s'appuie principalement sur :

- Le dispositif Flux Vision Tourisme proposé par Orange Business, rendu accessible par Visit Data grâce à un partenariat avec Hérault Tourisme, il permet une analyse de la fréquentation grâce aux données des antennes-relais d'Orange qui sont ensuite retraitées.
- L'outil G2A permet de connaître les taux de réservation à venir de tous les hébergements mis en marché et les taux d'occupation réalisés. Il offre ainsi une vision prospective. Cet outil est mis gratuitement à la disposition de tous les hébergeurs professionnels, ce qui leur permet de se positionner par rapport à la tendance des autres hébergements.
- La plateforme Airdna pour l'observation des meublés de tourisme.
- Des études (clientèles, retombées économiques...) réalisées par l'Office de tourisme ou d'autres partenaires et institutions (Hérault Tourisme, CCI, INSEE, Observatoire thermal...).

Au sein de l'Office de tourisme, le service Observatoire collecte et analyse ces données et permet d'apporter des éléments pour faciliter les prises de décisions des collectivités ou des porteurs de projets et éclairer ainsi les stratégies touristiques, marketing ou commerciales.



# Les chiffres repères



9,13 M de nuitées



72% de Français



12 M d'excursionnistes



13,3M de visiteurs



1<sup>ère</sup> station thermale de France



Population de Sète Agglopoles x2  
en juillet/ août



1 milliard de dépenses touristiques

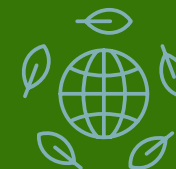


**23** km de plage Pavillon bleu

**9** zones Natura 2000

**200** km de pistes cyclables

**38** professionnels engagés dans  
des démarches vertueuses reconnues  
(Accueil vélo, Clef verte)







**14 villes et villages** offrent une diversité de paysages et une complémentarité de découvertes remarquable. Cette palette d'activités est à même de satisfaire nos visiteurs et leur donne envie de revenir goûter à notre art de vivre !

# Une destination simplement unique

## Vibrant

### Une offre culturelle et patrimoniale dense

**18 FESTIVALS** musique, cinéma, poésie, littérature, BD... : 75 000 spectateurs payants

**8 MUSÉES** accueillant près de 180 000 visiteurs

**ESCALE À SÈTE, L'ÉVÉNEMENT MARITIME MAJEUR**  
438 000 visiteurs en 2022

**1 SCÈNE NATIONALE** et une programmation culturelle riche sur l'ensemble de l'Archipel de Thau et de l'année

**1 THÉÂTRE DE LA MER**, écrin pour les spectacles de l'été

#### DES SITES PATRIMONIAUX REMARQUABLES

Abbaye de Valmagne, Abbaye Saint-Félix de Montceau, Canal du Midi

**DES TRADITIONS SOLIDEMENT ANCRÉES** Joutes, animaux totémiques, capelet, tambourin

#### DES ARTISTES CÉLÈBRES D'HIER ET D'AUJOURD'HUI

Brassens, Valéry, Varda, Di Rosa, Combas, Cervera, Denant...

#### UN TERRITOIRE CINÉGÉNIQUE

Près d'une centaine de longs-métrages tournés dans l'Archipel de Thau, des séries télévisées...

## Apaisant

### Des espaces naturels remarquables

**23 KM DE PLAGE** labellisées Pavillon bleu

#### LAGUNE DE THAU

Une des plus grandes lagunes côtières méditerranéennes, écrin pour l'élevage des coquillages

**960 HA** propriété du **CONSERVATOIRE DU LITTORAL**

#### 9 ZONES NATURA 2000

#### DÉCOUVERTE ET SENSIBILISATION

67 balades nature proposées en partenariat avec CPIE, EID, SAM, EPTP Lez.

#### ACTIVITÉS PROPOSÉES DANS CES MILIEUX

52 km de sentiers de randonnée labellisés  
66 km de boucles VTT  
200 km de pistes cyclables  
72 Activités nautiques

**UN TERRITOIRE REMARQUABLE  
RECONNU GRAND SITE  
D'OCCITANIE**



## Vivant

### Un terroir exceptionnel

Près de **600 MAS CONCHYLICOLES** avec le développement pour certains d'une offre de visite et de dégustation

#### LA PÊCHE ANIME LES PORTS

19 thoniers, 28 chalutiers 221 « petits métiers »  
SOURCE CRPME 2021

#### DES CAVES ET APPELLATIONS RENOMMÉES

Noilly Prat, Richemer, Beauvignac, Caves coopératives de muscat de Frontignan et de Mireval

#### VIGNOBLE ET DÉCOUVERTES

63 prestataires labellisés

#### UNE OFFRE GASTRONOMIQUE REMARQUABLE

363 restaurants traditionnels, 2 étoilés Michelin

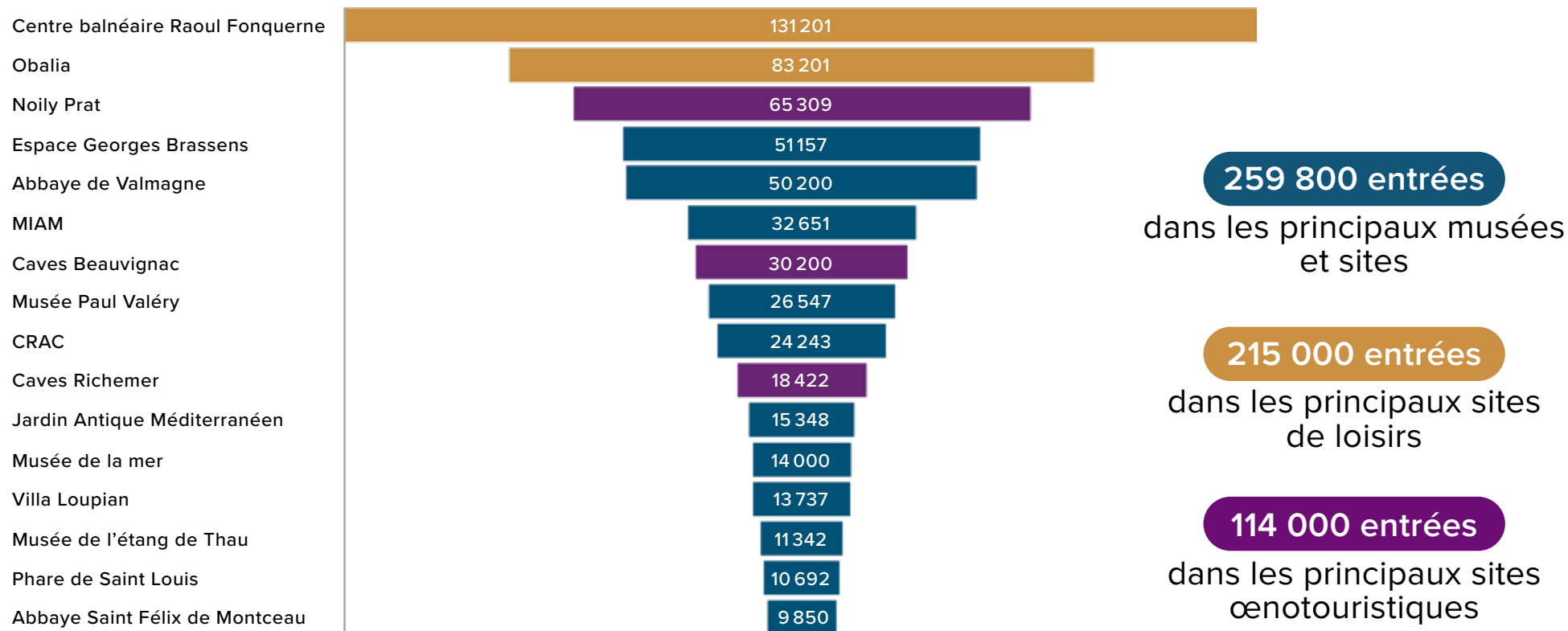
#### DES HALLES ET MARCHÉS ATTRACTIFS





## 202 prestataires touristiques (loisirs, culture, terroir) font vivre l'offre de découverte et de loisirs de l'Archipel de Thau

### ENTRÉES DANS LES PRINCIPAUX SITES\*



\* Données 2022. Certains sites n'ont pas communiqué leur fréquentation et ne figurent donc pas dans cette présentation.



# L'enjeu crucial de la mobilité

## L'accessibilité du territoire est aisée que l'on vienne par la route, le train, le bateau ou l'avion.

Quand on sait que **77% des externalités négatives du tourisme proviennent des déplacements** (essentiellement domicile-lieu de vacances), il est facile de comprendre que l'enjeu est aujourd'hui d'orienter les mobilités vers des transports bas carbone pour accéder à notre destination mais aussi pour se déplacer pendant le séjour.

Chacun a un rôle à jouer pour faciliter l'accès à l'information et inciter à d'autres moyens de transport que la voiture ! Tour d'horizon de la situation.

Découvrez la quantité de CO2 que vous émettez (par personne) pour les trajets suivants :

### Toulouse ▶ Sète

TGV	229 km	<b>0,5</b> kg CO <sub>2</sub> e
Intercité	229 km	<b>1,4</b> kg CO <sub>2</sub> e
Autocar	225 km	<b>7</b> kg CO <sub>2</sub> e
Voiture électrique	225 km	<b>23</b> kg CO <sub>2</sub> e
Moto	225 km	<b>43</b> kg CO <sub>2</sub> e
Voiture	225 km	<b>49</b> kg CO <sub>2</sub> e

### Paris ▶ Frontignan

TGV	761 km	<b>1,8</b> kg CO <sub>2</sub> e
Intercité	761 km	<b>4,5</b> kg CO <sub>2</sub> e
Autocar	763 km	<b>23</b> kg CO <sub>2</sub> e
Voiture électrique	763 km	<b>79</b> kg CO <sub>2</sub> e
Avion		<b>140</b> kg CO <sub>2</sub> e
Moto	763 km	<b>147</b> kg CO <sub>2</sub> e
Voiture	763 km	<b>166</b> kg CO <sub>2</sub> e

### Berlin (Allemagne) ▶ Marseillan

TGV	1570 km	<b>3,7</b> kg CO <sub>2</sub> e
Intercité	1570 km	<b>9</b> kg CO <sub>2</sub> e
Autocar	1570 km	<b>46</b> kg CO <sub>2</sub> e
Voiture électrique	1570 km	<b>162</b> kg CO <sub>2</sub> e
Avion		<b>224</b> kg CO <sub>2</sub> e
Moto	1570 km	<b>301</b> kg CO <sub>2</sub> e
Voiture	1570 km	<b>342</b> kg CO <sub>2</sub> e

## EN TRAIN



- Gare TGV à Sète
- Gare de Frontignan
- Haltes ferroviaires à Marseillan-plage et Vic-Mireval

13,5 % des visiteurs ont utilisé le train pour venir dans l'Archipel de Thau\*

## EN VOITURE



- A9 avec une sortie sur le territoire (Sète) ou à sa porte (Bessan).

84% des visiteurs ont utilisé la voiture pour venir dans l'Archipel de Thau\*.

## EN AVION



- 2 aéroports à 30 minutes du territoire

### MONTPELLIER

- 9 destinations en France métropolitaine et Corse
- 15 destinations en Europe
- 8 destinations au Maghreb

### BÉZIERS

- 9 destinations en Europe

1 % des visiteurs ont utilisé l'avion pour venir dans l'Archipel de Thau\*.

## ON Y VIENT AUSSI EN BATEAU



- de plaisance

Les ports en mer et sur la lagune et haltes fluviales offrent des places pour les bateaux de passage, 8 550 escales et 23 800 nuitées ont ainsi été réalisées en 2022.

- En ferry

Liaison avec le Maroc Tanger / Nador

- Cette activité est toutefois essentiellement liée à du transit et s'avère peu touristique.

## DÉPLACEMENT SUR PLACE



- 24 lignes de bus
- Bateaux navettes en saison
  - Sète intramuros (Plus de 115 000 voyages comptabilisés en 2023)
  - Sète - Mèze (Fin août 2023, 36 000 voyageurs comptabilisés sur la saison).
- Location de 330 vélos courte durée (déploiement début 2024)
- Navette Ecothau Sète / Balaruc-les-Bains

## LES DÉPLACEMENTS À VÉLO



- 200 km d'itinéraires cyclables dont la boucle de la lagune de Thau

21 loueurs de vélo dans l'Archipel de Thau

**32**  
prestataires labellisés  
Accueil Vélo.  
**Pourquoi pas vous ?**



# Fréquentation Archipel de Thau 2022

## 9,13 M de nuitées touristiques comme en 2019

Le nombre de nuitées, en progression de 15% par rapport à 2021, **retrouve son niveau de 2019.**

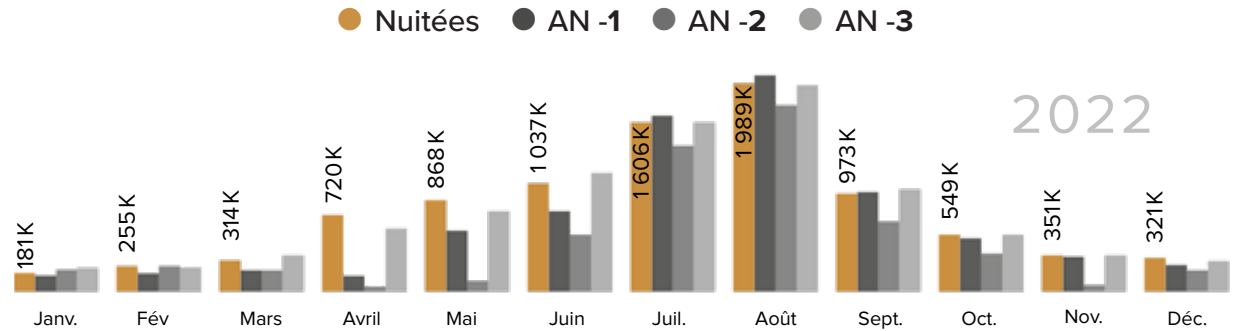
Nuitées touristiques  
**9130 K**

Moyenne par jour  
**25 K**

% évolution AN -1  
**0,2%**

% évolution AN -3  
**21K**

### NUITÉES TOURISTIQUES MENSUELLES

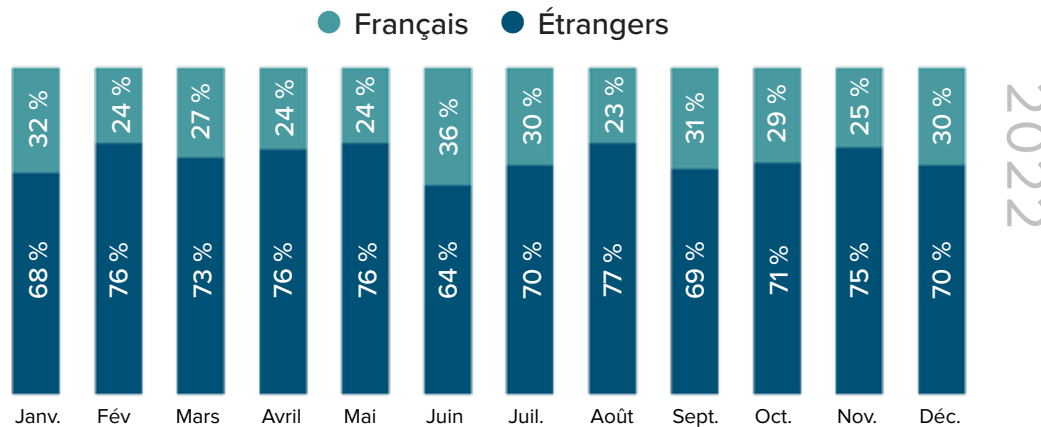


La saison estivale reste fortement concentrée en juillet et août d'où un enjeu d'étalement de la saison pour mieux répartir les flux.

## Une répartition des nuitées françaises et étrangères comparable à 2019

Une proportion Français/étrangers relativement stable tout au long de l'année.

### RÉPARTITION DES NUITÉES TOURISTIQUES MENSUELLES



Nationalité % Tot nuitées

**Français 72,3%**

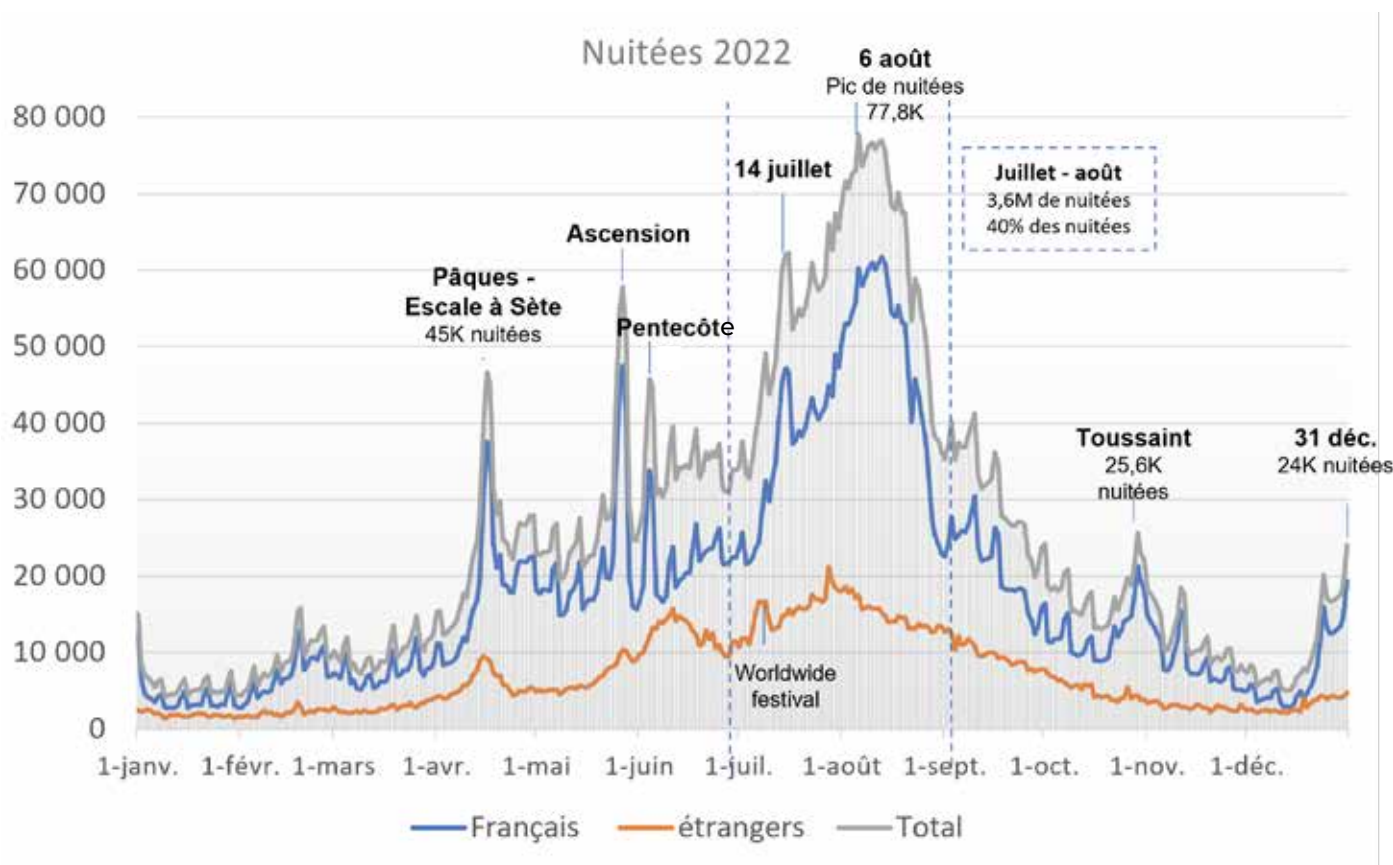
**Étrangers 27,7%**

TENDANCES  
2023



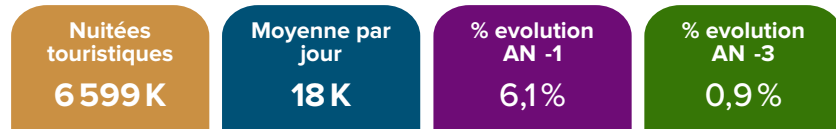
## Répartition dans le temps des nuitées

En moyenne **60 000 visiteurs dorment chaque soir des 2 mois d'été** dans les communes de l'Archipel de Thau: 44 000 Français et 16 000 étrangers, soit l'équivalent de la moitié de la population permanente du territoire.

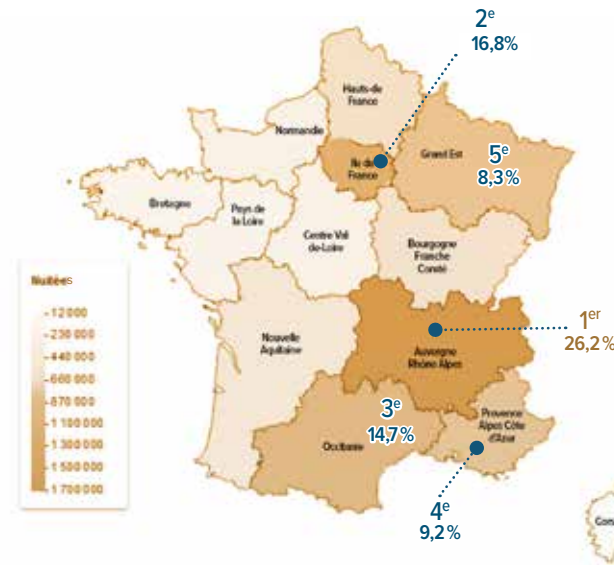




## 6,6 M de nuitées réalisées par des Français



- Auvergne-Rhône-Alpes est la première région émettrice et génère autant de nuitées que les 3 principales clientèles étrangères réunies (Allemagne, Suisse, Espagne)
- Ile-de-France, 2<sup>e</sup> région, a généré 8% de nuitées de plus qu'en 2019, soit la plus forte hausse régionale.



La crise Covid, les nouvelles organisations du travail et la prise de conscience environnementale ont impacté les habitudes de déplacements. Parmi les clientèles les plus significatives pour notre territoire, les parisiens ont connu la plus forte augmentation depuis 2019 (+15,8%), suivis de près par les habitants de la Seine-Saint-Denis (+11%) et de la Haute-Garonne (+11,4%).

## Les périodes scolaires plébiscitées par les Français

57% des nuitées sont réalisées pendant les vacances scolaires, principalement les vacances d'été (67%) et de printemps (16%). Les congés de Toussaint, février et Noël représentent chacun 6 % des nuitées.

Département émetteurs de nuitées touristiques

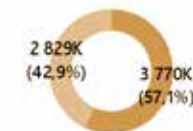


Hits-parade des départements émetteurs de nuitées touristiques

Département émetteur	Nuitées	Part nuitées	Part nuitées AN-1	Part nuitées AN-3	% Evol. AN-1	% Evol. AN-3
Rhône	373 665	5,7%	5,5%	5,6%	9,2% ▲	1,8% ▲
Isère	323 286	4,9%	4,8%	4,9%	9,0% ▲	1,6% ▲
Haute-Garonne	294 986	4,5%	4,5%	4,1%	6,1% ▲	11,4% ▲
Bouches-du-Rhône	264 735	4,0%	3,8%	4,2%	10,6% ▲	-4,2% ▼
Paris	220 035	3,3%	3,5%	2,9%	0,8% ▬	13,8% ▲
Nord	181 489	2,8%	2,8%	2,7%	4,1% ▲	2,3% ▲
Loire	176 534	2,7%	2,6%	2,9%	8,8% ▲	-7,0% ▼
Gard	172 860	2,6%	2,5%	2,8%	12,7% ▲	-6,2% ▼
Seine-Saint-Denis	162 989	2,5%	2,6%	2,2%	1,0% ▬	11,9% ▲
Puy-de-Dôme	158 519	2,4%	2,4%	2,3%	4,7% ▲	3,8% ▲
Drôme	133 949	2,0%	2,0%	2,1%	8,1% ▲	-0,3% ▬
Moselle	133 255	2,0%	1,8%	2,0%	19,9% ▲	3,3% ▲
<b>Total</b>		<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>6,1%</b>	<b>0,9%</b>

Nuitées des touristes pendant les vacances et hors vacances

● Hors vacances ● Vacances



Période de vacances	%Total nuitées	Nuitées	Moy. par jour
Été	67%	2 515K	45K
Hiver	6%	226K	8K
Noël	5%	183K	10K
Printemps	16%	615K	20K
Toussaint	6%	231K	14K
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>3 770K</b>	<b>25K</b>

## Répartition dans le temps des nuitées

Les habitudes de séjour des clientèles françaises sont très différentes que l'on habite Paris ou Toulouse.

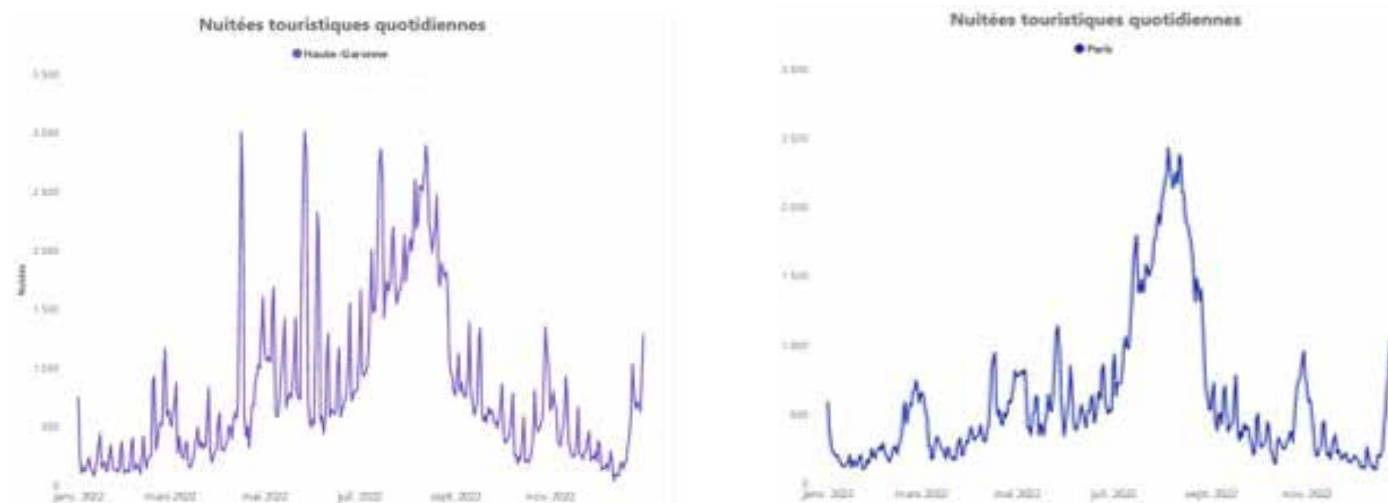
Les présences lors de week-ends sont très marquées toute l'année pour les clientèles les plus proches : Haute-Garonne et Bouches-du-Rhône.

Les Parisiens concentrent davantage leur venue en été et ceux du Rhône et de l'Isère sont présents tout au long de l'année, mais privilégient les ponts de mai, les vacances de printemps et bien sûr les vacances d'été.

**Les clientèles à favoriser pour améliorer l'étalement de la saison apparaissent ainsi clairement.**

### Nuitées touristiques quotidiennes

NUITÉES (EN MILLIERS)





# 2,5 M de nuitées réalisées par des étrangers

Nuitées touristiques  
2 531K

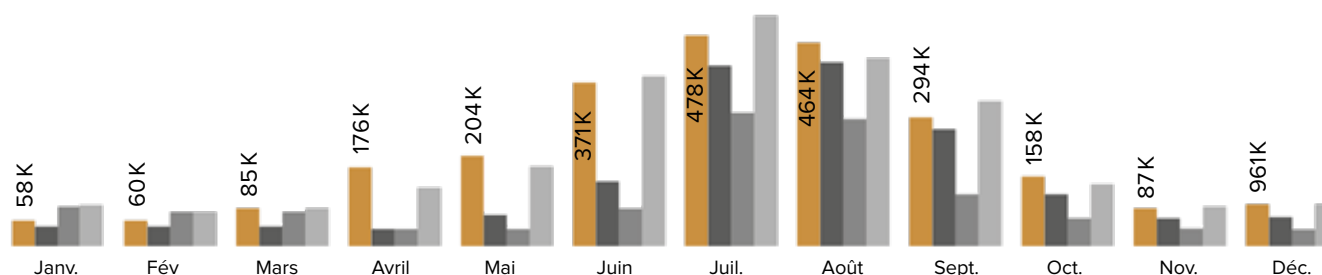
Moyenne par jour  
7K

% evolution AN -1  
↑ 47,8%

% evolution AN -3  
↓ -1,4%

## NUITÉES TOURISTIQUES MENSUELLES

● Nuitées ● AN -1 ● AN -2 ● AN -3



Les étrangers sont largement revenus comparativement à 2021 et aux conséquences de la crise du COVID. Le nombre de nuitées étrangères avoisine celui de 2019.

Les marchés allemands, néerlandais et britanniques sont en retrait de respectivement 11%, 22% et 8% par rapport à 2019, ils constituaient alors le trio de tête des clientèles étrangères. Il s'agit de clientèles à reconquérir.

La clientèle suisse a au contraire fait une percée fulgurante avec une augmentation de 53% du nombre de nuitées en 3 ans et se « hisse » à la 2<sup>e</sup> place ! Nos voisins espagnols sont également plus présents qu'en 2019 (+9%).

### Evolution des nuitées touristiques par marchés étrangers de proximité

Pays	Nuitées	Part nuitées	Part nuitées AN-1	Part nuitées AN-3	% Evol. AN-1	% Evol. AN-3
Autres pays monde	917 259	36,3%	29,3%	35,1%	91,2% ▲	2,2% ▲
Allemagne	567 698	22,4%	25,0%	24,9%	38,3% ▲	-10,8% ▼
Suisse	231 508	9,2%	9,2%	5,9%	53,3% ▲	52,8% ▲
Espagne	194 362	7,7%	8,9%	6,9%	32,7% ▲	9,3% ▲
Pays-Bas	190 620	7,5%	11,0%	9,5%	6,1% ▲	-21,5% ▼
Royaume-Uni	187 744	7,4%	4,0%	8,0%	183,7% ▲	-7,7% ▼
Belgique	162 607	6,4%	9,8%	6,8%	1,7% ▲	-6,7% ▼
Italie	77 689	3,1%	2,8%	3,0%	71,5% ▲	2,9% ▲
<b>Total</b>	<b>2 529 487</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>54,4%</b>	<b>-1,2%</b>

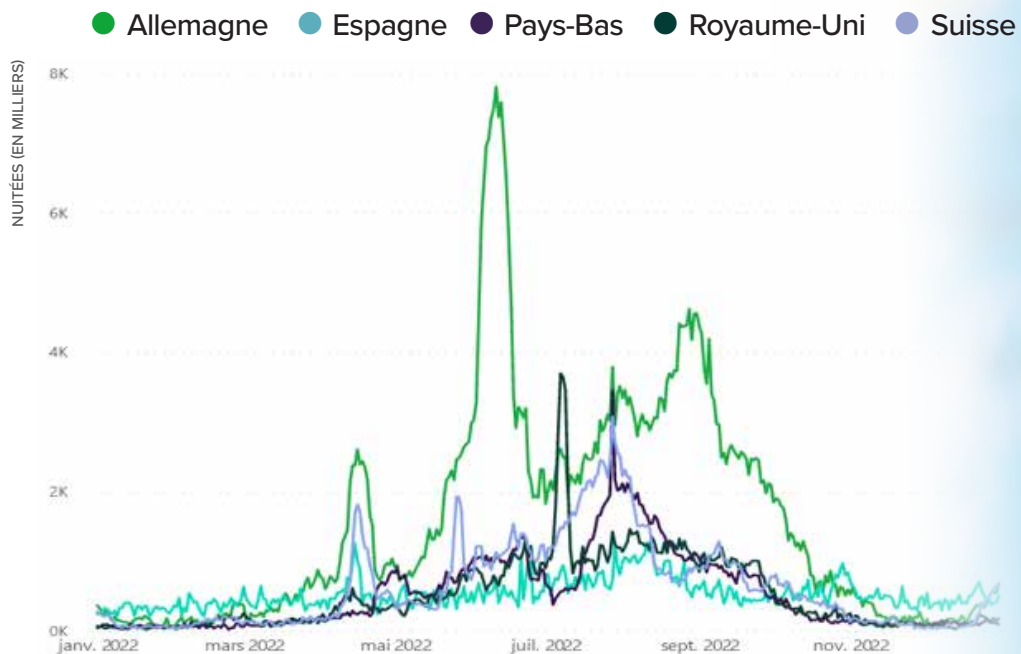


TENDANCES 2023  
Au 31 août  
+18% / 2022



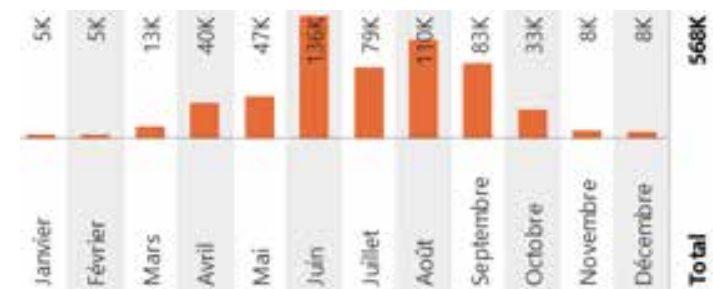
## À chaque nationalité ses habitudes

### NUITÉES TOURISTIQUES QUOTIDIENNES



**La clientèle allemande** plébiscite le mois de juin, la fin août et le début septembre. Elle constitue la clientèle étrangère la plus présente sur le territoire (22,4% des nuitées étrangères). Les Allemands privilégient l'hôtellerie de plein air. Ils représentent 35,6% de la clientèle étrangère à Marseillan, 22% à Frontignan et à peine 15% à Sète.

Leurs vacances décalées avec celles des Français en font une clientèle privilégiée pour les mois de juin et septembre. Ils demeurent en deçà de plus de 10% de leur niveau de 2019 et constituent une clientèle à reconquérir.







**Les Suisses** privilégient Pâques, les ponts de mai, l'été et septembre pour découvrir l'Archipel de Thau. C'est à Sète qu'ils sont les plus présents (91k nuitées), puis à Marseillan (81K nuitées), Frontignan (26k) mais également dans les 10 communes hors stations classées (37K).



**Les Néerlandais** concentrent leur séjour à la belle saison, près des ¾ de leurs nuitées ont lieu de juin à septembre. Ils privilégient les stations balnéaires et leurs campings. Ils représentent 7,5% des nuitées étrangères sur l'ensemble de l'Archipel mais 11% à Marseillan (75K nuitées), 7% à Frontignan (17K) et Balaruc-les-Bains (9K) et seulement 4,5% Sète (44K).



**Les Espagnols** viennent toute l'année. 15% de leurs nuitées sont réalisées en août mais près de 9% le sont en octobre ou en avril. Ils sont autant présents en mai, septembre, novembre ou décembre ! Ils apprécient particulièrement la ville de Sète (2° clientèle étrangère /85k nuitées) et les communes hors stations (Mèze, Bouzigues, Vic...). Leur venue est facilitée par une bonne desserte ferroviaire de Sète. Il s'agit donc d'une clientèle à dorloter pour le printemps, l'automne et encore plus pour l'hiver !



**Les britanniques** viennent à 75% de juin à septembre. Leur présence atteint son apogée début juillet lors du Worldwide festival. Sur les 188000 nuitées 78 000 sont réalisées à Sète, 69 000 à Marseillan, et 9 000 à Frontignan.



# 12 M D'EXCURSIONS : L'EXPLOSION !

➤ 769 600 excursions d'Héraultais



➤ 11,26 M de visiteurs à la journée hors Héraultais

Soit une augmentation de 52% du nombre d'excursions depuis 2019. La fin de toutes les restrictions liées au Covid en 2022 s'est traduite par une frénésie des sorties qui avait déjà été constatée en 2021 dès que les contraintes avaient été assouplies.



### QU'EST-CE QU'UNE EXCURSION ?

Il s'agit d'une présence sur le territoire de plus de 2 heures sans nuitée la veille ni le soir du jour étudié et captée moins de 5 fois au cours des 15 derniers jours de manière à ne pas comptabiliser les travailleurs ou étudiants par exemple.



Département émetteur hors Hérault	Excursions	Part excur.	Région émettrice	Excursions	Part excur.
Gard	731 494	9,4%	Occitanie	2 407 229	31,1%
Bouches-du-Rhône	626 778	8,1%	Auvergne-Rhône-Alpes	1 496 337	19,3%
Haute-Garonne	501 205	6,5%	Provence-Alpes-Côte d'Azur	1 184 351	15,3%
Aude	375 622	4,9%	Ile-de-France	927 654	12,0%
Rhône	354 659	4,6%	Nouvelle-Aquitaine	425 043	5,5%
Pyrénées-Orientales	322 825	4,2%	Grand Est	339 338	4,4%
Isère	281 702	3,6%			
Vaucluse	217 945	2,8%			
Paris	208 944	2,7%			
Var	172 250	2,2%			
Drôme	165 168	2,1%			
Gironde	145 449	1,9%			
Tarn	129 361	1,7%			
Nord	129 183	1,7%			
<b>Total</b>		<b>100,0%</b>			



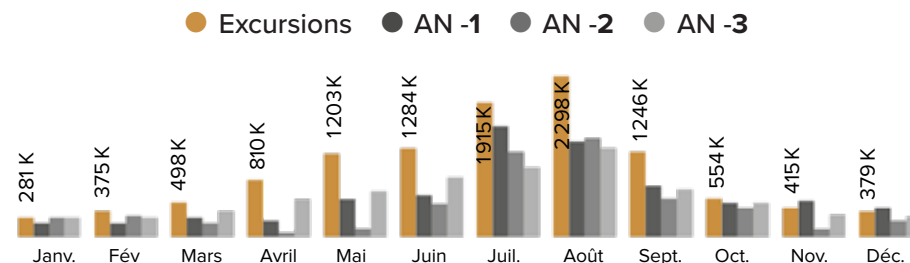
Autres pays monde	Excursions	Part
Espagne	600 696	17,1%
Allemagne	536 538	15,3%
Pays-Bas	265 630	7,6%
Suisse	228 946	6,5%
Belgique	196 138	5,6%
Royaume-Uni	178 011	5,1%
Italie	170 725	4,9%
<b>Total</b>		<b>100,0%</b>

### Part des Français et étrangers

Nationalité	%Total excursions
<b>Français</b>	<b>68,8%</b>
<b>Étrangers</b>	<b>31,2%</b>

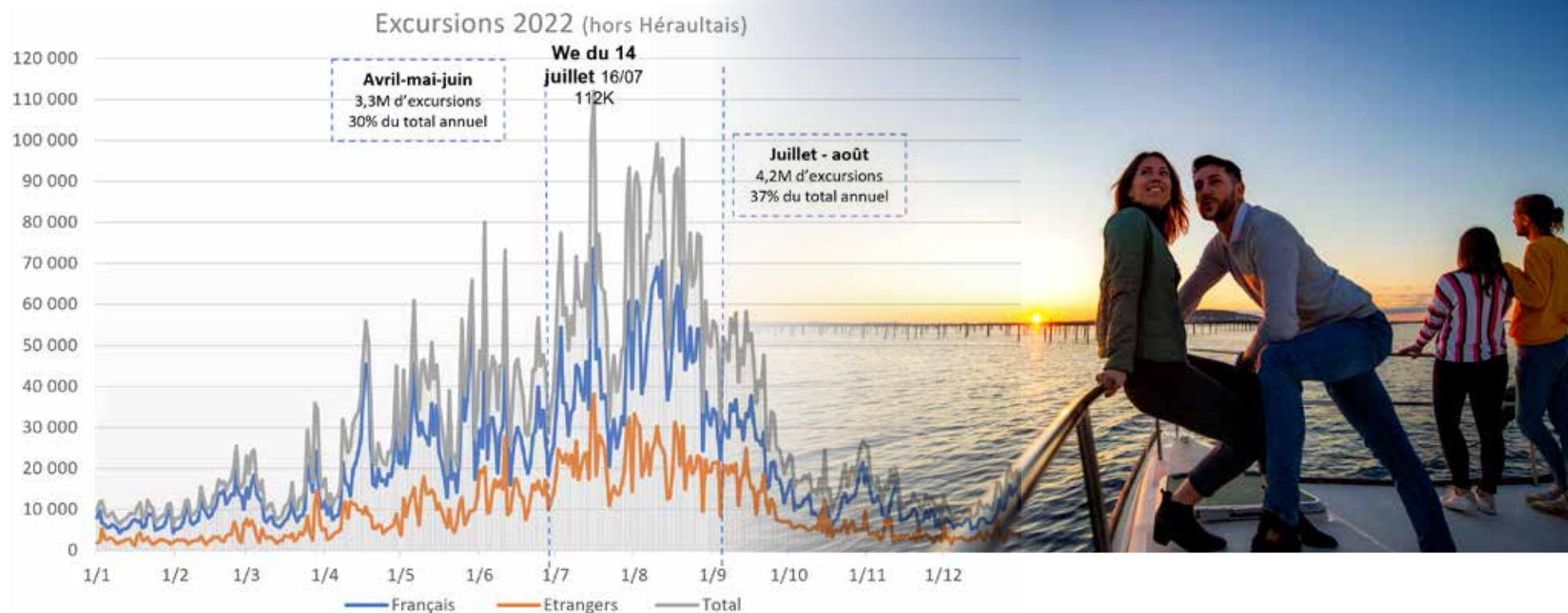
Nos visiteurs d'un jour viennent depuis leur résidence principale située à proximité ou depuis leur lieu de vacances d'où la présence de départements éloignés ou d'étrangers parmi les excursionnistes

### EXCURSIONS MENSUELLES





## Répartition dans le temps des excursions

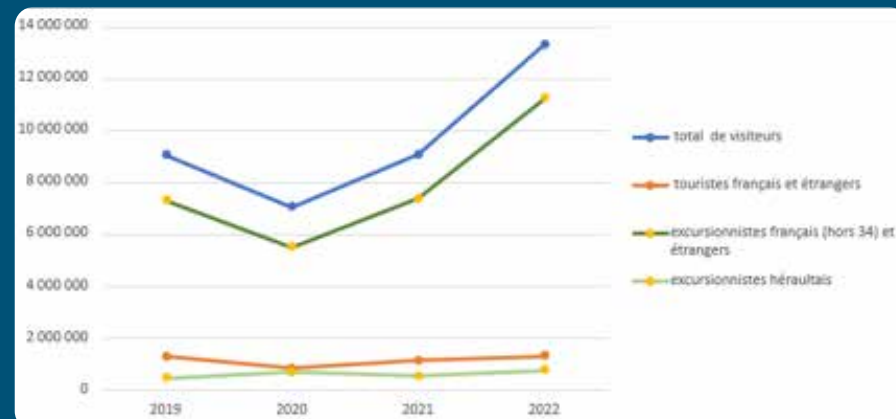


## FREQUENTATION TOTALE ARCHIPEL DE THAU - 2022

En moyenne, chaque jour de l'année 58 000 personnes sont présentes dans l'Archipel de Thau (25 000 touristes en séjour et 33 000 excursionnistes), soit près de la moitié de la population de Sète Agglopôle.

Pendant les 2 mois d'été la moyenne de population supplémentaire est de 126 000 personnes par jour (58 000 touristes en séjour et 68 000 excursionnistes).

**En juillet et août le territoire voit donc sa population doubler.**



# Sète 2022

Sète a connu une très forte augmentation du nombre de nuitées (+48%) et d'excursions (+44%) comparativement à 2019.

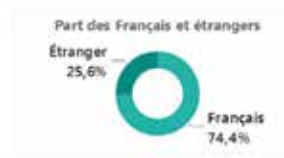
Touristes et excursionnistes représentent l'équivalent d'une population permanente annuelle de 24 000 personnes, ce chiffre grimpe jusqu'à 54 000 personnes durant les 2 mois d'été (population 44 576 habitants).

## Nuitées

Nuitées touristiques 3 755 K  
 Moy. par jour 10 K  
 % Evolution AN-1 **53,7%**  
 % Evolution 2019 48 %

## Excursions

Excursions 5 048 K  
 Moy. par jour 14 K  
 % Evolution AN-1 **44%**  
 % Evolution 2019 32 %



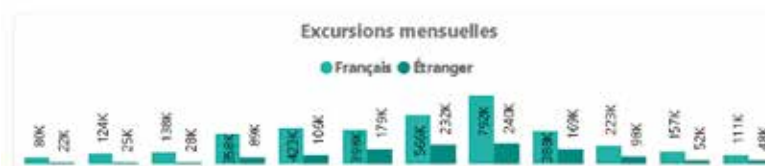
Nuitées des touristes pendant les vacances & hors vacances



Période de vacances	% Total nuitées	Nuitées	Moy. par jour
Été	66%	1 398K	25K
Printemps	16%	332K	11K
Toussaint	7%	144K	9K
Hiver	6%	133K	4K
Noël	5%	107K	6K
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>2 115K</b>	<b>14K</b>

Répartition dans l'année

Mois	Part nuitées
Janv.	2%
Fév.	3%
Mars	3%
Avril	6%
Mai	9%
Juin	10%
Juil.	18%
Août	22%
Sept.	10%
Oct.	7%
Nov.	4%
Déc.	4%
<b>Total</b>	<b>100%</b>



Période de vacances	% Total excur.	Excursions	Moy. par jour
Été	63%	1 709K	31K
Printemps	19%	515K	17K
Toussaint	7%	184K	11K
Hiver	7%	178K	6K
Noël	4%	115K	6K
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>2 700K</b>	<b>18K</b>

Excursions pendant les vacances & hors vacances





### Nuitées par marchés FR (département)

Département	Part nuitées	% Evol. AN-1
Rhône	6,4%	42,0% ▲
Paris	5,5%	11,9% ▲
Haute-Garonne	5,0%	36,7% ▲
Isère	4,3%	40,2% ▲
Bouches-du-Rhône	4,1%	52,3% ▲
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>-30,8%</b>

### Excursions par marchés FR (département)

Département	Part excur.	% Evol. AN-1
Gard	6,7%	44,8% ▲
Bouches-du-Rhône	5,6%	48,6% ▲
Haute-Garonne	5,6%	39,1% ▲
Rhône	5,2%	40,5% ▲
Isère	4,2%	36,4% ▲
Paris	3,1%	30,1% ▲
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>-33,3%</b>

### Nuitées par marchés étrangers de proximité

Pays	Part nuitées	% Evol. AN-1
Autres pays monde	43,9%	150,0% ▲
Allemagne	14,9%	139,6% ▲
Suisse	9,6%	115,6% ▲
Espagne	8,8%	88,5% ▲
Royaume-Uni	8,1%	308,0% ▲
Belgique	6,0%	71,4% ▲
Pays-Bas	4,6%	164,2% ▲
Italie	4,2%	206,5% ▲
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>141,2%</b>

### Excursions par marchés étrangers de proximité

Pays	Part excur.	% Evol. AN-1
Autres pays monde	40,5%	119,1% ▲
Allemagne	17,9%	126,3% ▲
Suisse	8,3%	102,4% ▲
Espagne	8,2%	34,9% ▲
Belgique	7,2%	20,7% ▲
Royaume-Uni	7,2%	272,3% ▲
Pays-Bas	6,4%	62,2% ▲
Italie	4,3%	93,5% ▲
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>97,5%</b>



# Marseillan 2022

Le périmètre de captation s'étant affiné au 1er mai 2022, la comparaison avec les années précédentes est impossible. De ce fait, les 4 premiers mois de l'année et notamment le pic de Pâques sont vraisemblablement sur-représentés dans les graphiques. Touristes et excursionnistes représentent l'équivalent d'une population permanente annuelle de 14 700 personnes, ce chiffre atteint 33 000 personnes en moyenne sur les 2 mois d'été (population 7 692 habitants), la population est ainsi multipliée par 4 au cœur de l'été.

Marseillan accueille 27% de nuitées étrangères avec une forte prédominance des Allemands.



## Nuitées

Total des nuitées touristiques

2 488K

Moyenne par jour

6,8K

Nuitées

Part des Français et étrangers

Nationalité	%Total nuitées
Français	72,8%
Étranger	27,2%

## Excursions

Total des excursions

2 866K

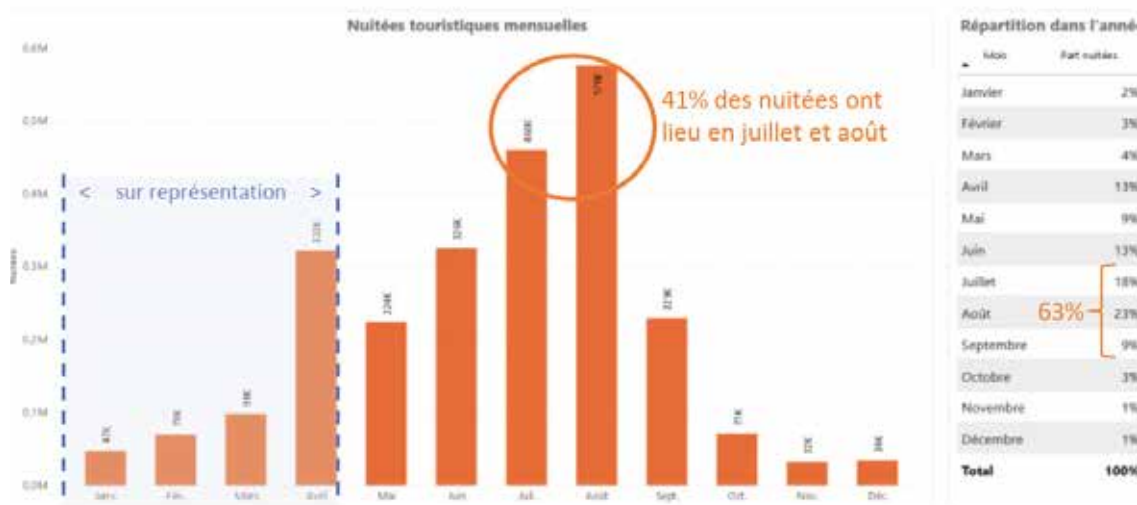
Moyenne par jour

7,9K

Excursions

Part des Français et étrangers

Nationalité	%Total excursions
Français	77,7%
Étranger	22,3%





### Nuitées par marchés FR (département)

Département	Part nuitées
Isère	6,2%
Rhône	5,8%
Haute-Garonne	4,6%
Puy-de-Dôme	4,3%
Bouches-du-Rhône	3,7%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>

### Excursions par marchés FR (département)

Département	Part excur.
Haute-Garonne	6,7%
Gard	5,7%
Bouches-du-Rhône	5,6%
Rhône	5,4%
Isère	4,4%
Aude	4,0%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>

### Nuitées par marchés étrangers de proximité

Pays	Part nuitées
Allemagne	41,7%
Autres pays monde	17,9%
Pays-Bas	11,0%
Suisse	10,8%
Royaume-Uni	8,9%
Belgique	6,0%
Espagne	3,0%
Italie	0,8%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>

### Excursions par marchés étrangers de proximité

Pays	Part excur.
Autres pays monde	28,2%
Allemagne	26,3%
Suisse	11,5%
Espagne	9,4%
Royaume-Uni	8,5%
Pays-Bas	6,9%
Belgique	6,8%
Italie	2,3%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>



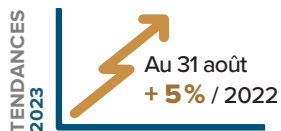
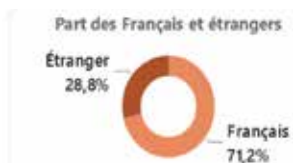
# frontignan 2022

Avec 861 000 nuitées réalisées en 2022 Frontignan est en retrait de près de 12% par rapport à 2019 mais connaît une progression de 36% des visiteurs à la journée. Touristes et excursionnistes représentent l'équivalent d'une population permanente annuelle de 8 800 personnes, ce chiffre atteint 21 000 personnes durant les 2 mois d'été soit un quasi-doublement de la population (23 485 habitants).



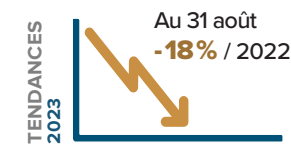
## Nuitées

Nuitées touristiques 861 K  
 Moy. par jour 2 358  
 % Evolution AN-1 **50,4 %**  
 % Evolution 2019 -11,6 %



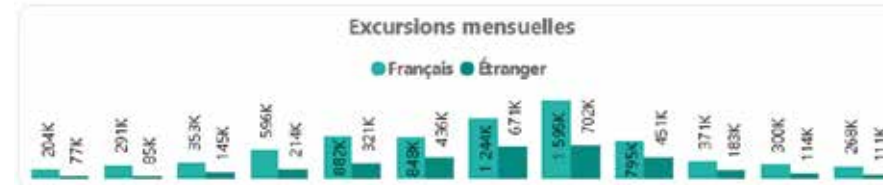
## Excursions

Excursions 2 368 K  
 Moy. par jour 6 489  
 % Evolution AN-1 **80,3 %**  
 % Evolution 2019 35,8 %



Répartition dans l'année

Mois	Part nuitées
Janv.	2%
Fév.	2%
Mars	3%
Avril	7%
Mai	10%
Juin	10%
Juil.	19%
Août	23%
Sept.	10%
Oct.	6%
Nov.	4%
Déc.	4%
Total	100%



Période de vacances	%Total nuitées	Nuitées	Moy. par jour
Eté	69%	341K	6K
Hiver	5%	24K	1K
Noël	6%	28K	2K
Printemps	15%	74K	2K
Toussaint	5%	27K	2K
Total	100%	493K	3K



Période de vacances	%Total excur.	Excursions	Moy. par jour
Eté	62%	884K	16K
Hiver	5%	67K	2K
Noël	4%	54K	3K
Printemps	16%	208K	7K
Toussaint	5%	70K	4K
Total	100%	1 283K	9K



### Nuitées par marchés FR (département)

Département	Part nuitées	% Evol. AN-1
Rhône	5,7%	9,2% ▲
Isère	4,9%	9,0% ▲
Haute-Garonne	4,5%	6,1% ▲
Bouches-du-Rhône	4,0%	10,6% ▲
Paris	3,3%	0,8% ▼
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>-47,0%</b>

### Excursions par marchés FR (département)

Département	Part excur.	% Evol. AN-1
Gard	9,4%	42,4% ▲
Bouches-du-Rhône	8,1%	59,8% ▲
Haute-Garonne	6,5%	46,9% ▲
Aude	4,9%	37,9% ▲
Rhône	4,6%	47,2% ▲
Pyrénées-Orientales	4,2%	45,7% ▲
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>-31,6%</b>

### Nuitées par marchés étrangers de proximité

Pays	Part nuitées	% Evol. AN-1
Autres pays monde	36,3%	91,2% ▲
Allemagne	22,4%	38,3% ▲
Suisse	9,2%	53,3% ▲
Espagne	7,7%	32,7% ▲
Pays-Bas	7,5%	6,1% ▲
Royaume-Uni	7,4%	183,7% ▲
Belgique	6,4%	1,7% ▲
Italie	3,1%	71,5% ▲
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>54,4%</b>

### Excursions par marchés étrangers de proximité

Pays	Part excur.	% Evol. AN-1
Autres pays monde	38,0%	129,1% ▲
Espagne	17,1%	70,3% ▲
Allemagne	15,3%	140,8% ▲
Pays-Bas	7,6%	121,0% ▲
Suisse	6,5%	106,7% ▲
Belgique	5,6%	33,7% ▲
Royaume-Uni	5,1%	248,4% ▲
Italie	4,9%	163,7% ▲
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>112,6%</b>



# Balaruc-les-Bains 2022

En 2022 l'activité thermale a repris progressivement son rythme de croisière. Touristes et excursionnistes représentent l'équivalent d'une population permanente annuelle de près de 10 000 personnes, soit plus de 40% de la population permanente de Balaruc-les-Bains (7 115 habitants). L'activité thermale de la ville lui permet de bénéficier d'une fréquentation étalée dans l'année et qui reste quasi exclusivement française (89%).



Nuitées touristiques  
1 120 K

Moy. par jour  
3 068

% Evolution AN-1  
**36,6 %**



Excursions  
2 227 K

Moy. par jour  
6 237

% Evolution AN-1  
**40,9 %**



Mois	Part nuitées
Janv.	1%
Fév.	2%
Mars	4%
Avril	9%
Mai	12%
Juin	12%
Juil.	13%
Août	16%
Sept.	11%
Oct.	10%
Nov.	7%
Déc.	3%
<b>Total</b>	<b>100%</b>



Période de vacances	%Total nuitées	Nuitées	Moy. par jour
Été	60%	311K	6K
Hiver	5%	25K	1K
Noël	4%	21K	1K
Printemps	21%	107K	4K
Toussaint	10%	51K	3K
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>515K</b>	<b>3K</b>



Période de vacances	%Total excur.	Excursions	Moy. par jour
Été	50%	656K	12K
Hiver	10%	114K	4K
Noël	5%	56K	3K
Printemps	20%	220K	7K
Toussaint	7%	79K	5K
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>1 125K</b>	<b>7K</b>

### Nuitées par marchés FR (département)

Département	Part nuitées	% Evol. AN-1
Rhône	5,6%	29,6% ▲
Isère	5,2%	45,9% ▲
Bouches-du-Rhône	4,5%	32,3% ▲
Haute-Garonne	3,7%	37,8% ▲
Loire	3,5%	34,6% ▲
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>-33,4%</b>

### Excursions par marchés FR (département)

Département	Part excur.	% Evol. AN-1
Gard	9,2%	32,7% ▲
Bouches-du-Rhône	8,7%	45,4% ▲
Haute-Garonne	5,9%	32,8% ▲
Aude	4,5%	27,9% ▲
Rhône	4,5%	30,5% ▲
Isère	3,7%	41,2% ▲
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>-34,3%</b>

### Nuitées par marchés étrangers de proximité

Pays	Part nuitées	% Evol. AN-1
Autres pays monde	43,5%	132,8% ▲
Allemagne	11,3%	114,8% ▲
Espagne	10,8%	26,9% ▲
Belgique	8,3%	76,8% ▲
Suisse	7,9%	79,4% ▲
Pays-Bas	7,3%	62,8% ▲
Royaume-Uni	7,0%	141,1% ▲
Italie	4,0%	77,7% ▲
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>95,6%</b>

### Excursions par marchés étrangers de proximité

Pays	Part excur.	% Evol. AN-1
Autres pays monde	33,2%	177,3% ▲
Espagne	20,4%	86,2% ▲
Allemagne	13,8%	132,9% ▲
Suisse	7,7%	112,0% ▲
Pays-Bas	7,2%	107,3% ▲
Belgique	6,7%	43,1% ▲
Royaume-Uni	6,2%	257,0% ▲
Italie	4,9%	187,0% ▲
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>127,0%</b>



# Retombées économiques et emploi

Dépense moyenne d'un touriste **36€ /jour**  
Dépense moyenne d'un excursionniste **53€ /jour**

En 2022, 1 milliard de retombées économiques  
générées par les 13,3 millions de visiteurs

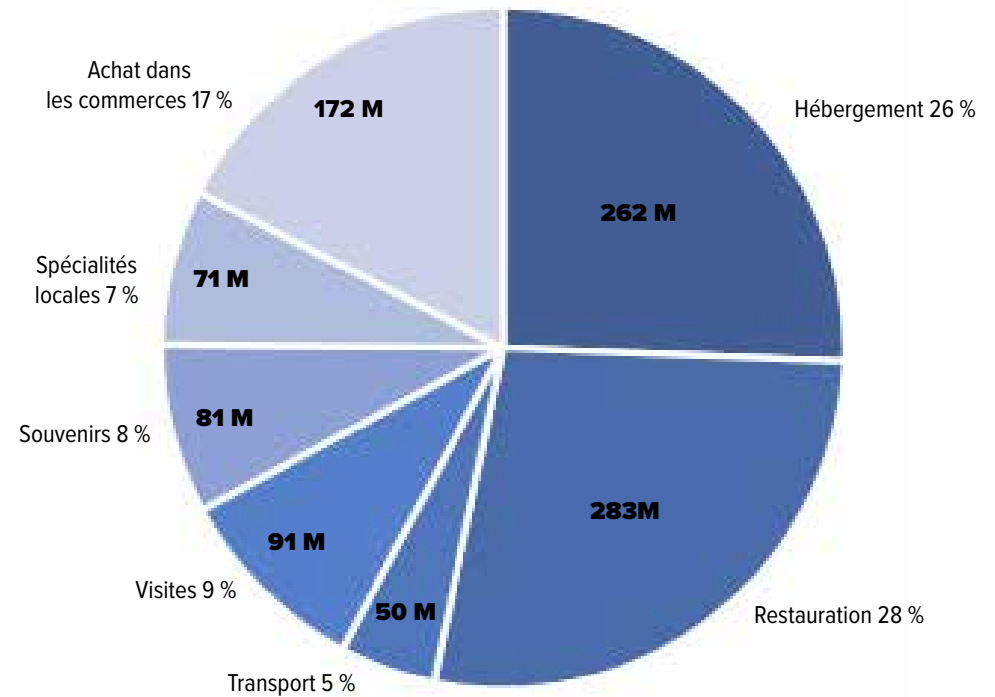
+25% / 2019



5300 emplois salariés directs  
(3 200) et indirects (2 100)  
soit 19% de l'emploi local de  
Sète Agglopôle Méditerranée

Source Etude CRP 2019

## RÉPARTITION DE LA DÉPENSE TOURISTIQUE PAR POSTE DE DÉPENSE



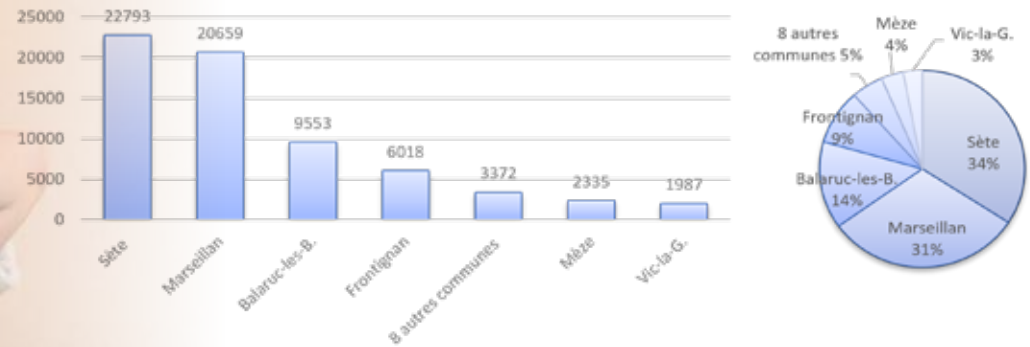
# La capacité d'accueil touristique 2023

66 700 lits touristiques marchands et 116 000 lits en résidences secondaires sont disponibles dans l'Archipel de Thau.

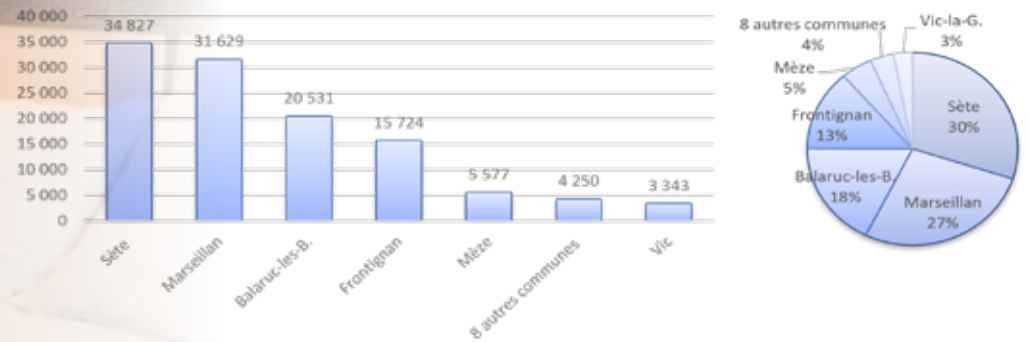
2/3 de lits touristiques sont situés à Sète et Marseillan qui concentrent également 57% des résidences secondaires.

Les meublés constituent 43% des lits touristiques mis en marché, juste devant les campings (41%).

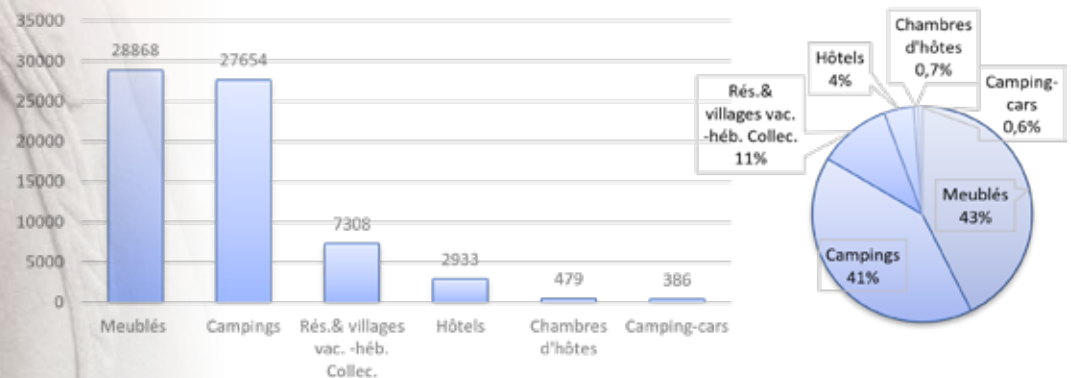
Lits touristiques marchands par commune



Nombre de lits en résidences secondaires



Lits touristiques marchands par typologie

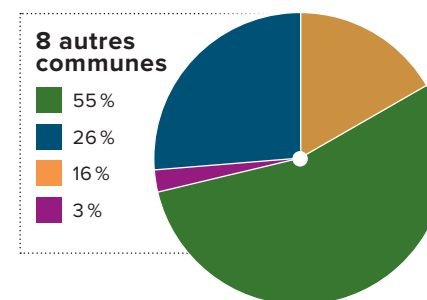
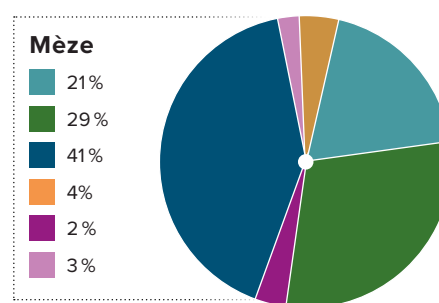
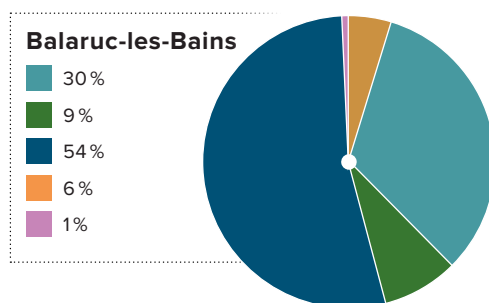
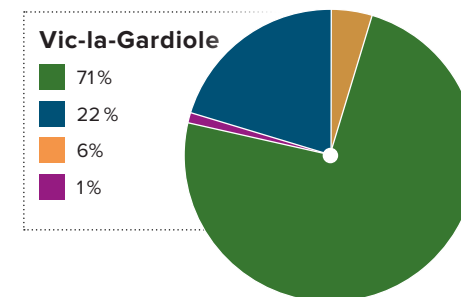
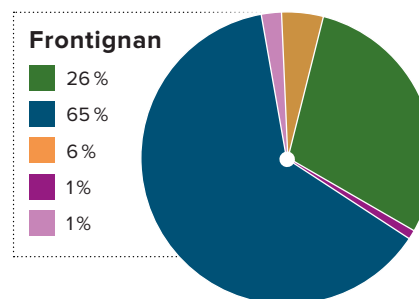
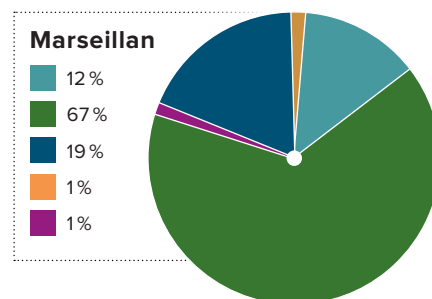
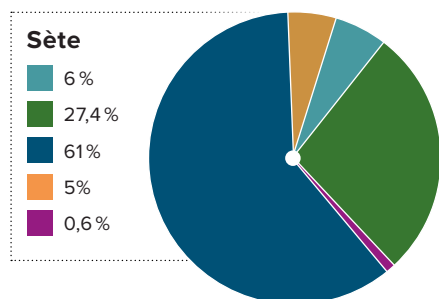




## LES RÉPARTITIONS SONT CEPENDANT TRÈS DIFFÉRENTES SELON LES COMMUNES.

La typologie des hébergements a un impact sur les clientèles accueillies. Par exemple, les Allemands et les Néerlandais privilégiant l'hôtellerie de plein air, ils sont proportionnellement plus présents dans les communes où les campings sont fortement représentés.

Balaruc-les-Bains se distingue par l'importance des meublés ainsi que des villages vacances et résidences de tourisme.



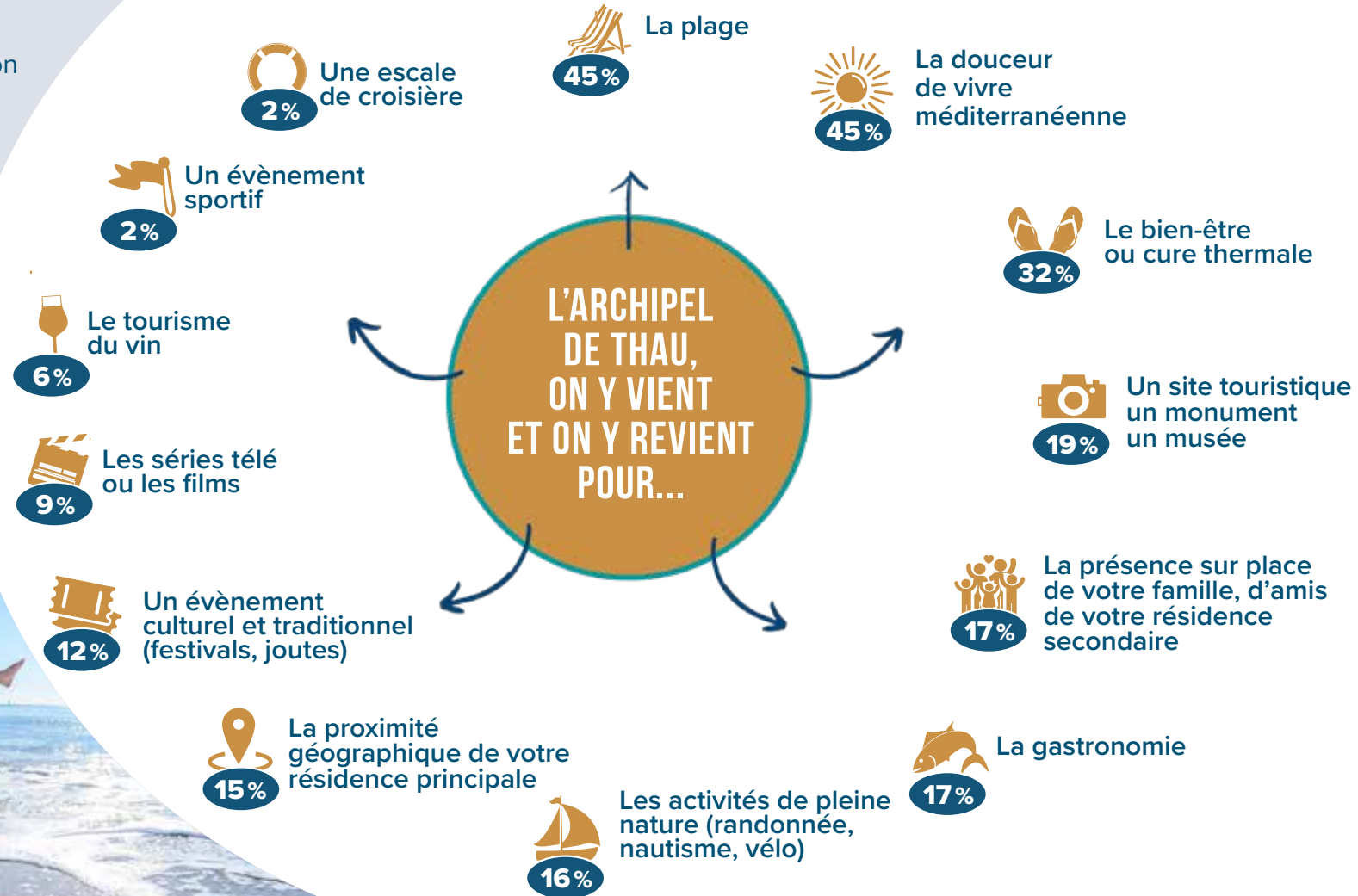
### ZOOM SUR LES PLATEFORMES LOCATIVES

En moyenne **4 120 meublés** sont proposés à la location tous les mois

# Profil des visiteurs

Des études de clientèle ont été réalisées en 2019 (2018 répondants) et en 2021 (1 137 répondants), elles sont disponibles dans leur intégralité dans la rubrique pro du site [archipel-thau.com](http://archipel-thau.com)

**La plage** est la première motivation pour venir dans l'Archipel de Thau avec la douceur de vivre méditerranéenne, pourtant elle ne représente « que » 45% des raisons de venue, un pourcentage faible pour un territoire balnéaire. Cela prouve que l'Archipel de Thau dispose de nombreux autres atouts.



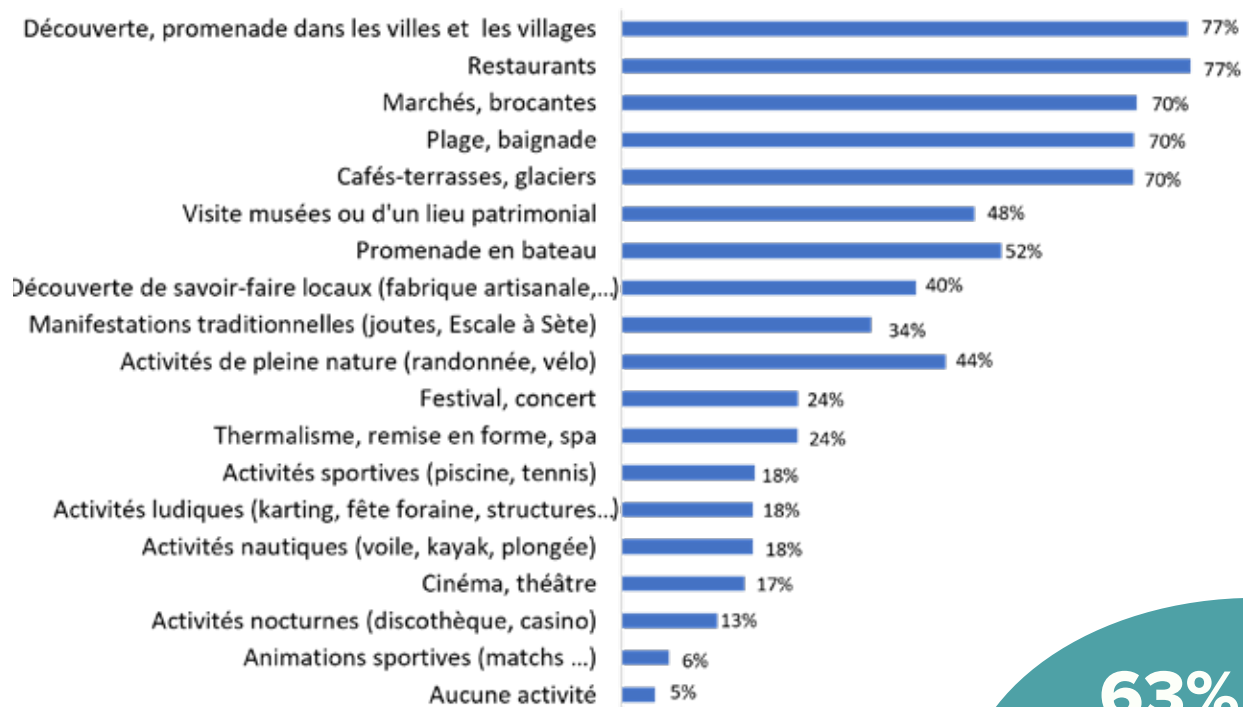
Source : Etudes CRP 2019 (2018 répondants) et 2021 (1137 répondants)



## Les activités pratiquées par les visiteurs

Elles sont multiples et variées à l'image de notre destination !

Avez-vous ou allez-vous pratiquer ces activités dans l'une des 14 communes de l'Archipel de Thau ?



### Quelle image garde le visiteur de la destination ?

En repartant, le visiteur garde l'image d'une destination conviviale où il fait bon vivre, et a apprécié ses promenades dans les villes, les animations et les manifestations.

**63%** des visiteurs constatent une évolution positive de leur image de la destination Archipel de Thau suite à leur séjour



- L'âge moyen des visiteurs est de **42 ans**.
- La destination capte des visiteurs de toutes les régions de France même si les habitants d'Occitanie et des régions voisines d'Auvergne-Rhône Alpes et PACA représentent 45% de l'ensemble des visiteurs.
- Un touriste sur deux vient en famille avec des enfants aussi bien de 6 à 12 ans que des adolescents de 13 à 18 ans.
- 1 visiteur sur 3 découvre la destination pour la première fois.
- Les excursionnistes présentent le même profil. Il s'agit essentiellement de touristes en séjour dans les autres stations du littoral héraultais.
- Durant l'été, les touristes en séjour restent en moyenne 10 jours soit 1 ou 2 semaines en choisissant de préférence un hébergement marchand (79%). Ils se montrent satisfaits de la qualité de son hébergement.



## Les visiteurs en un coup d'oeil

Il est ...	Touriste	Curiste	Excursionniste
Il a ...	49 ans	64 ans	48 ans
Il reste ...	10,7 jours	21 jours	À la journée
Il vient ...	En famille	En couple	En couple ou en famille
Il réside ...	Occitanie, ARA et Ile de France (1 sur 2)	Occitanie, ARA et Grand Est (1 sur 2)	Dans une station voisine du littoral où il est en vacances
Il s'informe ...	Bouche à oreille, les films et les séries	Le bouche à oreille	Les films et les série en plus du bouche à oreille
Il est motivé par ...	La douceur de vivre méditerranéenne, la plage	La cure thermale	Un site touristique, un événement, un film, la découverte à proximité de son lieu de séjour
Il va surtout ...	À la plage, au café, au restaurant	Au marché	A la découverte de la ville, au café
Il aime...	La convivialité, la vie locale, les villes, les animations	Pas toujours satisfait de l'accueil par la population locale, il garde toutefois une image de convivialité au-delà des bienfaits de la cure	L'image de la convivialité et de ses balades urbaines dans les villes et les villages
Il dépense en moyenne...	525 €	1 550 €	53 €



## Les caractéristiques des excursionnistes



Ils viennent le plus souvent **en famille** (48%) ou en couple (38%). En moyenne, ils ont 42 ans.



En vacances à proximité, ils séjournent à 60% dans un **hébergement marchand**.



34% viennent pour la première fois sur leur destination de séjour et/ou l'Archipel de Thau.



14% sont en courts séjours (de 1 à 2 nuits) sur l'Archipel de Thau.



**La voiture avant tout** pour se déplacer au sein de la destination. Le recours au transport collectif est marginal.



**Les films et les séries télévisées : un vrai levier d'attractivité.** Un excursionniste sur 4 vient dans l'archipel après avoir vu des images dans un film ou une série.



Principale activité : la visite des villes et des villages associée à **des instants de convivialité au restaurant et dans les cafés.**



De même que tous les visiteurs de la destination, ils visitent Sète. Toutefois leur lieu de séjour dans les autres stations du littoral et l'itinérance les poussent à visiter les grands pôles voisins : Montpellier, Nîmes, Béziers, Carcassonne au-delà de la Grande Motte et d'Agde où ils sont souvent hébergés.



Aussi satisfaits de leur visite que les autres publics, ils apprécient en particulier l'accueil dans les commerces. **Ils gardent de la destination l'image de la convivialité** et de leurs balades urbaines dans les villes et les villages.

## Les caractéristiques des touristes qui viennent pour la première fois



Ils viennent le plus souvent **en famille** (51% d'entre eux contre 39% pour les anciens). Ils ont en moyenne 42 ans.



Ils séjournent le plus souvent dans un **hébergement marchand** (84% contre 76% pour les anciens).



**Les plateformes de réservation en ligne**, un levier essentiel de la réservation : 47% des primo-visiteurs ont utilisé une plateforme.



Ils optent plus souvent **pour un court séjour ou un séjour d'une semaine** (59% contre 40 % pour les anciens).



**1 touriste sur 3 découvre la destination pour la première fois lors de ses vacances : il est enchanté de son séjour.**



Ils ont connu la destination par **un film, une série** (31% contre 9% pour les anciens), par **des informations trouvées sur Internet** (31% contre 19% pour les repeaters).



**Les films et les séries télévisées** motivent 20% des primo-visiteurs à venir sur la destination.



**Ils visitent avant tout Sète**, phare de la destination (83%).



**Ils sont enchantés de leur visite.** Un tiers déclare que leur image est nettement meilleure après leur visite et ils en sont même surpris. Ils sont très satisfaits de l'accueil par la population locale. Ils gardent de la destination l'image des villes visitées.

# L'activité thermique

## Balaruc-les-Bains, 1<sup>ère</sup> station thermique de France

### LES SPÉCIFICITÉS THERMALES

Les thermes de Balaruc-les-Bains, ouverts de fin février à mi-décembre sont spécialisés en rhumatologie, phlébologie et pour la prise en charge post cancer du sein (nouveau).

Les cures durent 3 semaines avec des soins quotidiens d'environ 2h par jour (sauf dimanche) laissant ainsi aux curistes de larges moments de découverte du territoire. Des minis cures non médicalisées personnalisables sont aussi proposées, qui peuvent durer 5 jours (5 soins par jours).

**43 518 curistes en 2022. 68,2 M€ de chiffre d'affaires** et 615,4 ETP ont été générés de manière directe et indirecte par l'activité thermique\*

*\*Source : Observatoire national de l'économie des stations thermales / Nomadéis*

### Les caractéristiques des curistes



Ils viennent le plus souvent en couple (55%) ou seuls (22%).



Ils séjournent exclusivement dans un hébergement marchand. Ils optent pour la location de meublés (64%). Les autres solutions d'hébergement représentent environ 7% chacune. Du fait de la récurrence de leur venue, ils effectuent une réservation en direct. Leur taux de réservation via les plateformes est marginal (11% des curistes).



19% des curistes viennent pour la première fois en cure à Balaruc-les-Bains.



1 curiste sur 5, utilise les transports collectifs pour venir en cure, soit bien plus que tous les autres visiteurs.  
45% utilisent un transport collectif pour se déplacer au sein de la destination.



Ils ont connu la destination par le bouche à oreille (68%) et par prescription. Plus que tous les autres publics, ils sont attachés au contact avec l'Office de tourisme (22% contre 16% tous visiteurs).



La durée du séjour et le fait d'être en location les poussent tout naturellement à fréquenter plus souvent les marchés.



La durée de leur séjour les conduit à visiter intensément la destination. Ils ont visité en moyenne 9 villes (contre 7 pour les touristes).



Plus que tous les publics, ils gardent de la destination l'image de la convivialité au-delà des bienfaits de la cure.



# La croisière, secteur en mutation

## L'activité de la croisière en 2022



### Le top 3 des excursions vendues à bord



### Les visites



## Le profil des croisiéristes

### Le top 5 des origines des croisiéristes



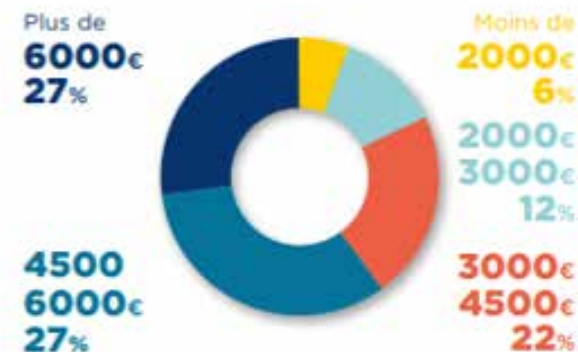
### Une clientèle majoritairement de séniors...



### À deux ou en tribu



### ... avec un fort pouvoir d'achat



Le secteur de la croisière a été particulièrement mis à mal par la crise sanitaire mais s'est relevé plus rapidement que prévu avec une nouvelle donne pour le port de Sète : l'accueil d'unités plus petites caractéristiques de segments premium et luxe (bateau de 250 m maximum avec une capacité maximale d'environ 1000 personnes), et un positionnement plus vertueux en matière de développement durable, tant au niveau des infrastructures portuaires que des paquebots accueillis.

# Zoom sur la clientèle de l'hôtellerie de plein air

## Le profil

Des familles avec enfants en priorité (46 % vs 34 %).

## L'hôtellerie de plein air constitue une source de captation supérieure de primo-visiteurs :

39,5% découvrent la destination pour la première fois.

## Les motivations de venue

- Les films, séries TV et le web ont un impact supérieur par rapport aux autres catégories de clientèles (30% vs 22%).
- La plage constitue réellement la première motivation de venue, loin devant les autres propositions et bien supérieure aux autres publics : 61% viennent pour la plage vs 41% pour les autres publics.

## Une consommation du territoire resserrée et moins dense

- Les touristes qui choisissent l'hôtellerie de plein air visitent moins de villes, en moyenne 7 contre 9 pour les autres visiteurs.

## ILS EFFECTUENT MOINS D'ACTIVITÉS :

- Ils pratiquent moins d'activités culturelles et patrimoniales : moins de musées (36% vs 55%), moins de visites des villes et des villages (70% vs 86%)
- Ils fréquentent moins les restaurants (69% vs 84%)
- Ils se rendent moins sur les marchés, les brocantes (67% vs 81%)
- Ils pratiquent moins d'activités de pleine nature (36% vs 43%)  
(cf : à mettre en corrélation avec la motivation principale qui est de profiter de la plage)
- En revanche, ils pratiquent plus d'activités ludiques (25% vs 17%)
- Ils fréquentent un peu moins les Offices de tourisme (70% vs 82%)





## Les particularités des visiteurs (suite)

### La satisfaction et l'image de la destination

- Ils se montrent tout autant satisfaits que les autres publics suite à leur séjour dans l'Archipel de Thau.
- En revanche, ils conservent une image plus teintée de deux caractères « la plage en famille » (29% vs 18%) et les « joutes » qu'ils placent en première position dans leur image de la destination (30% vs 21%), affirmant là leur intérêt pour la plage et le côté festif / typique.

### EN CONCLUSION

- Il est clair que la motivation principale constituée par la plage guide leur séjour au détriment d'une consommation plus large et dense du territoire.
- L'hôtellerie de plein air constitue un puissant levier de conquête de clientèle et en ce sens de promotion de la destination.
- La qualité de leur vécu exprimé au travers de leur satisfaction et de leur image fait des amateurs de l'hôtellerie de plein air des promoteurs positifs de la destination.



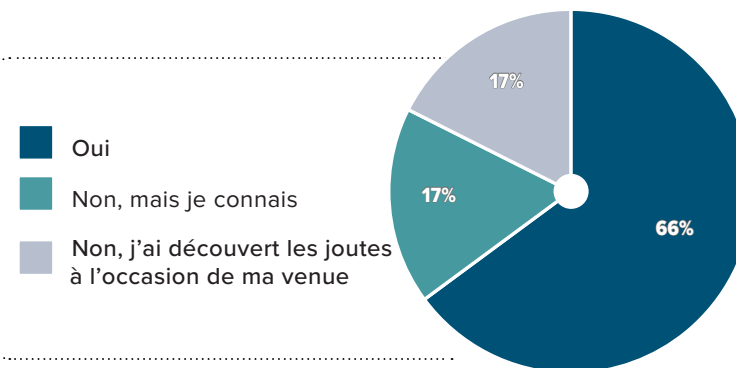
# L'attractivité des joutes



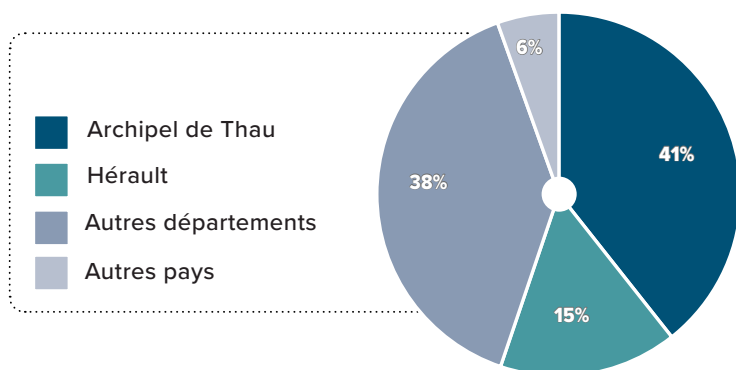
**Les joutes languedociennes sont un marqueur fort de l'identité de l'Archipel de Thau qui influence l'image de notre destination.**

Ci-après des premiers éléments d'appréciation de leur attractivité.

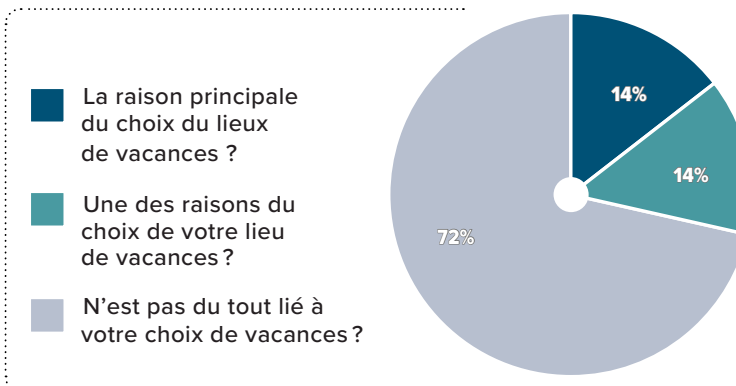
1/3 des spectateurs assistent pour la première fois à un tournoi.



Les joutes attirent aussi bien les habitants du territoire ou de l'Hérault (56%) que des touristes (44%).



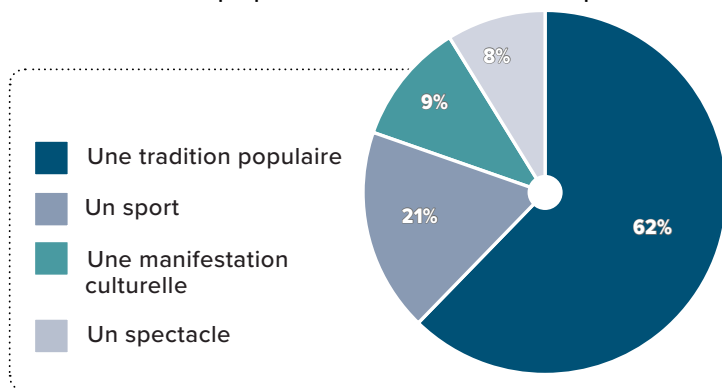
Les joutes ont influencé le choix de l'Archipel de Thau comme destination de vacances d'été pour plus d'un 1/4 des spectateurs.







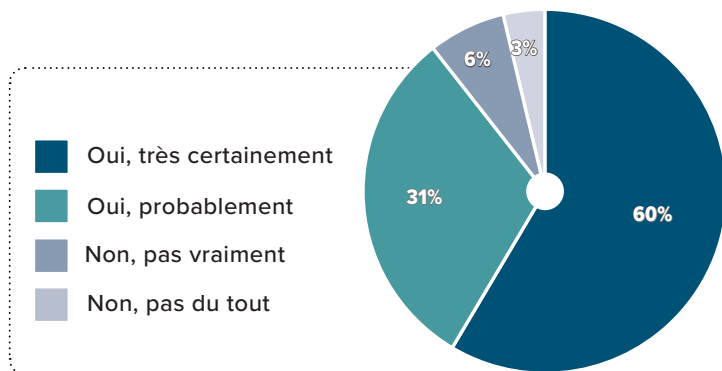
Les joutes majoritairement perçues comme une tradition populaire avant d'être un sport.



**Spontanément les spectateurs attribuent aux joutes des valeurs liées à la tradition, la convivialité et au sport.**



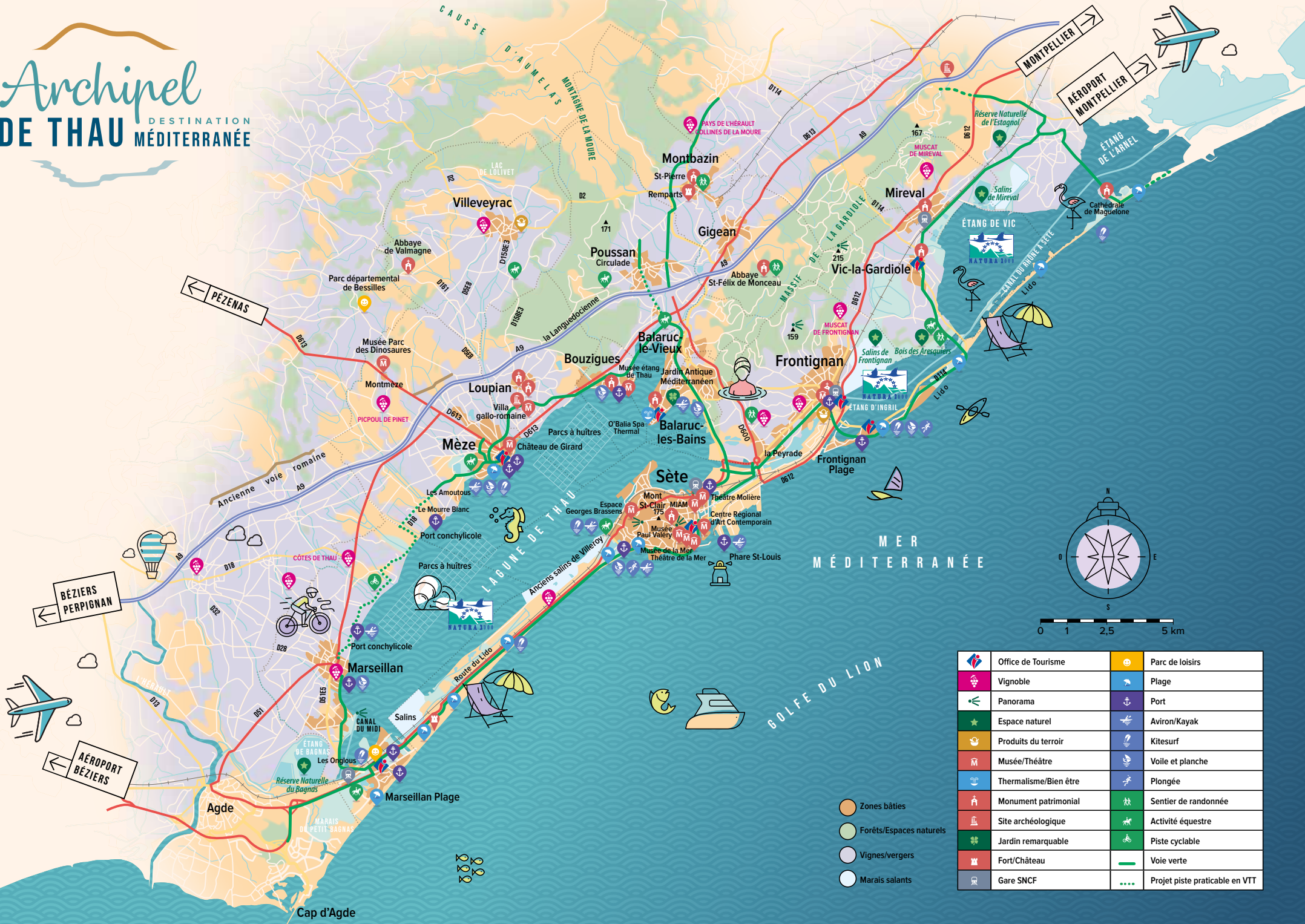
Des spectateurs conquis, 91 % recommanderaient à leurs amis d'assister à un tournoi.





# Archipel DE THAU

DESTINATION MÉDITERRANÉE



	Office de Tourisme		Parc de loisirs
	Vignoble		Plage
	Panorama		Port
	Espace naturel		Aviron/Kayak
	Produits du terroir		Kitesurf
	Musée/Théâtre		Voile et planche
	Thermalisme/Bien être		Plongée
	Monument patrimonial		Sentier de randonnée
	Site archéologique		Activité équestre
	Jardin remarquable		Piste cyclable
	Fort/Château		Voie verte
	Gare SNCF		Projet piste praticable en VTT

- Zones bâties
- Forêts/Espaces naturels
- Vignes/vergers
- Marais salants





Archipel  
DE THAU DESTINATION  
MÉDITERRANÉE



[archipel-thau.com](http://archipel-thau.com)

Simplement **unique.**