

NOTE DE CONJONCTURE

Saison 2020

Fréquentation :

Après la crainte d'une saison blanche, la destination Hérault a bénéficié d'une réelle saison touristique, même si les résultats peuvent être très contrastés d'un établissement à l'autre.

Plus de 6 professionnels sur 10 se disent satisfaits voire très satisfaits de la saison estivale 2020 et malgré le contexte.

La fréquentation française a été légèrement supérieure à 2019 et le département a enregistré une perte d'environ un tiers de nuitées étrangères.

- Juin : 3,3 millions de nuitées réalisées, soit environ la moitié de la fréquentation de 2019.
- Juillet : 8,3 millions de nuitées touristiques, soit une fréquentation française en hausse de 4 % et une perte de 35 % des nuitées étrangères.
Un bon niveau de fréquentation lors du weekend du 14 juillet 2020, mais un fléchissement sur la deuxième quinzaine.
- Août : 10,5 millions de nuitées touristiques, soit une fréquentation française stable et une baisse de 30 % des nuitées étrangères.
- Septembre : 3,7 millions de nuitées, avec un recul de 4 % des clientèles domestiques et une chute de 60 % des clientèles internationales.

C'est sur le littoral que le recul de fréquentation a été le plus sensible, alors que les destinations rurales et la Métropole de Montpellier ont vu leur fréquentation française progresser.

Clientèles :

Les professionnels du tourisme héraultais ont témoigné d'une évolution dans le profil des clientèles accueillies, à savoir :

- Une clientèle prioritairement française,
- Une part importante de clientèle de proximité,
- Une clientèle locale qui a consommé sur son bassin de vie,
- Un recul marqué des clientèles de groupe,
- La présence soutenue de familles,
- Une hausse de séjours en camping-cars,
- Un report de clientèles habituées à se rendre en Espagne,
- Une clientèle de « jeunes » à la recherche de lieux festifs,
- Moins d'étrangers malgré la présence de touristes Belges, Néerlandais et Allemands.

Origine des clientèles françaises :

- 1/ Hérault
- 2/ Paris
- 3/ Haute-Garonne
- 4/ Rhône
- 5/ Gard



Filières :

Hébergements :

Les hébergements marchands héraultais ont subi une baisse d'activité sur les mois de juillet et septembre, mais ont pu globalement redresser la barre avec des arrivées et des réservations de dernière minute au mois d'août.

Les plus touchés par le recul d'activité sont les campings et les agences immobilières.

Les résidences de tourisme et les hôtels ont pu tirer leur épingle du jeu, avec des séjours plutôt plus longs que d'habitude.

Les modes d'hébergements qui ont bien fonctionné : les locations sur les plateformes de réservation, les gîtes, la location de camping-cars, le logement chez parents et amis et les résidences secondaires.

Loisirs :

Une bonne consommation de loisirs en plein air, avec pour certains prestataires d'activités de loisirs un chiffre d'affaires en progression. A l'inverse les sites culturels ou activités indoor ont subi l'impact direct des contraintes sanitaires du Covid, de même que les stations thermales, qui ont vu leur activité fortement impactée, ainsi que les hébergements accueillants la clientèle curiste.

Restauration :

Dans le secteur de la restauration, certains établissements ont témoigné de très bons résultats, notamment au mois d'août avec parfois même un chiffre d'affaires exceptionnel.

Les touristes ont largement profité des terrasses durant la pleine saison. Les gestionnaires de plages privées ont également fait part d'une fréquentation soutenue malgré le contexte.

Commerces :

Une nette satisfaction des commerces et des caveaux de dégustation qui ont bénéficié d'un bon niveau de consommation et parfois même constaté une hausse des dépenses des touristes.

Les produits du terroir semblent avoir eu la faveur des consommateurs, en quête de plus de nature depuis le confinement, les points de ventes de produits fermiers ont tiré un bilan positif de cette saison.

Méthodologie :

L'enquête de conjoncture est réalisée mensuellement auprès de 600 professionnels par Hérault Tourisme et ses partenaires, afin de cerner, en temps réel, de la manière la plus fiable et la plus cohérente possible, les tendances de la saison touristique.

Les partenaires d'Hérault Tourisme : Les Offices de Tourisme de Montpellier Méditerranée Métropole, de la Communauté d'Agglomération Béziers Méditerranée, de Balaruc-les-Bains, du Bassin de Thau, du Canal du Midi, du Cap d'Agde Méditerranée, de Frontignan, de La Grande-Motte, du Grand Orb, de Marseillan et de Sète, Bienvenue à la Ferme, le Comité Régional du Tourisme Occitanie et la Direction Régionale du Tourisme.

