

DOSSIER DE PRESSE

9 MOIS EN PAYS CATALAN & FENOUILLEDÈS

UNE FRÉQUENTATION TOURISTIQUE SOLIDE ET DES RÉSULTATS CONTRASTÉS



9 MOIS

EN PAYS CATALAN
& FENOUILLEDES

**UNE FRÉQUENTATION
TOURISTIQUE
SOLIDE
& DES RÉSULTATS
CONTRASTÉS**



Hermeline MALHERBE,
*Présidente du Département
des Pyrénées-Orientales*

« L'économie du tourisme et des loisirs est indissociable du développement économique des Pyrénées-Orientales ! En renforçant l'économie locale, en favorisant l'aménagement durable du territoire, les activités de pleine nature, en valorisant la gastronomie et les produits du terroir, en contribuant à la promotion du patrimoine historique et naturel, en attirant l'attention sur notre culture catalane, les parcs naturels... le tourisme est une chance pour notre Pays Catalan et notre Fenouillèdes ! Et il a un impact sur nos vies, il est facteur de "bien-être et de cohésion". Le Département est résolument aux côtés des entreprises et des structures du tourisme et des loisirs, avec son Agence de développement touristique ! »



Aude VIVÈS,
*Présidente de l'Agence de
développement touristique
des Pyrénées-Orientales*

« Notre priorité est de positionner les Pyrénées-Orientales comme une destination de vacances incontournable en favorisant le développement de l'activité des entreprises touristiques et des loisirs et en faisant émerger un tourisme partagé entre le visiteur et le visité. C'est le sens de notre nouvelle feuille de route pour le développement du tourisme et des loisirs, résultat de plusieurs mois de concertation avec les acteurs publics et privés. Il est grand temps de considérer l'impact multiforme du tourisme qui va au-delà du simple loisir et du voyage pour apporter un supplément d'âme, l'énergie des femmes et des hommes qui accueillent, accompagnent et créent pour faire de notre destination, une destination à nulle autre pareille. »

NOTRE TOURISME, UNE ÉCONOMIE QUI ESSAIME AU BÉNÉFICE DE TOUT UN DÉPARTEMENT

7^{ème} département touristique de France et le 2^{ème} en le ramenant à sa population permanente (après la Haute-Savoie - Source INSEE).

7,6 millions de visiteurs par an dont 3,5 millions de touristes et près de 4 millions d'excursionnistes.

1,3 milliard de consommation touristique générée annuellement par les visiteurs sur le département

55 000 emplois salariés et non-salariés liés au tourisme (source INSEE) soit près de 15% de l'emploi salarié marchand du département

29,6 millions de nuitées marchandes et non marchandes (Source F. Marchand)

86% des nuitées sont françaises, 14% sont des nuitées étrangères.

94% viennent en voiture, 4% en train, 2% en avion.

Une durée moyenne de séjour de 10 jours contre 8,8 jours pour le reste de la France.

> 10 stations balnéaires / 9 stations de montagne / 5 stations thermales / 3 centres de thalassothérapie

MALGRÉ UNE CONJONCTURE DÉFAVORABLE ET DES CHANGEMENTS DE COMPORTEMENTS

- La baisse du pouvoir d'achat induit des changements de comportements de consommation : les vacanciers privilégient hébergement et activités gratuites et font de plus en plus attention à leurs dépenses au détriment des achats dans les commerces et des sorties au restaurant...
- Le décalage des départs sur le mois d'août : fin tardive de l'année scolaire (brevet des collèges 1er et 2 juillet et épreuves du bac jusqu'au 3 juillet et le rattrapage jusqu'au 11 juillet), élections législatives les 30 juin et 7 juillet, effet Coupe d'Europe de football (14 juin au 14 juillet) et Jeux olympiques (14 au 30 juillet) ;
- Une météo contrastée : frais en juillet et très chaud en août
- L'absence de pont en juillet (le 14 juillet était un dimanche)

- Un cœur de saison estivale concentré sur trois semaines
- L'augmentation des courts séjours
- Un glissement des départs en vacances de juillet vers septembre boosté par des tarifs attractifs et une météo plus douce

A noter des évènements climatiques et une couverture médiatique plus favorable

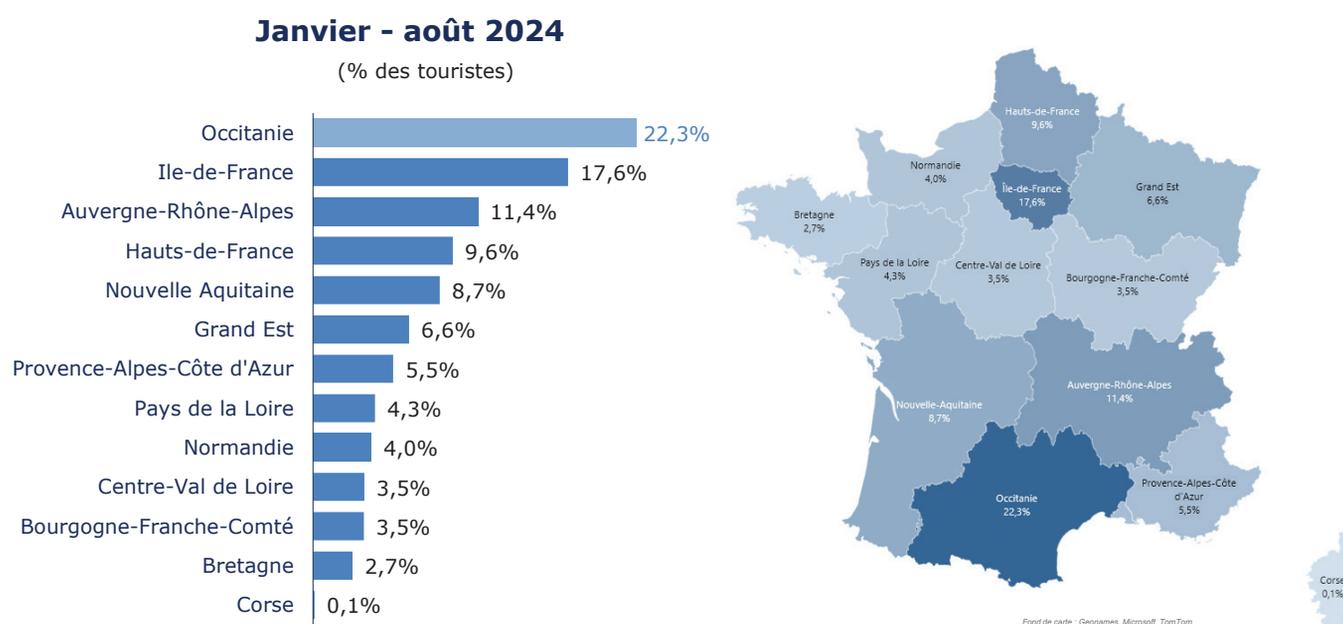
Contrairement à l'année 2023, l'absence d'évènements climatiques majeurs (incendies) malgré une sécheresse installée n'a pas généré de couverture médiatique négative de la destination

Les données utilisées pour déterminer la fréquentation touristique proviennent de l'exploitation des traces laissées par les utilisateurs de téléphones portables, collectées en temps réel de manière anonymisée et issu d'un partenariat avec ADN Tourisme. Ces données ont été analysées par Eric Maurence consultants.

> A NOTER UNE CONFIRMATION DE L'IMPORTANCE POUR LE DÉPARTEMENT DU TOURISME DE PROXIMITÉ ET DU TOURISME EN PROVENANCE D'ÎLE DE FRANCE

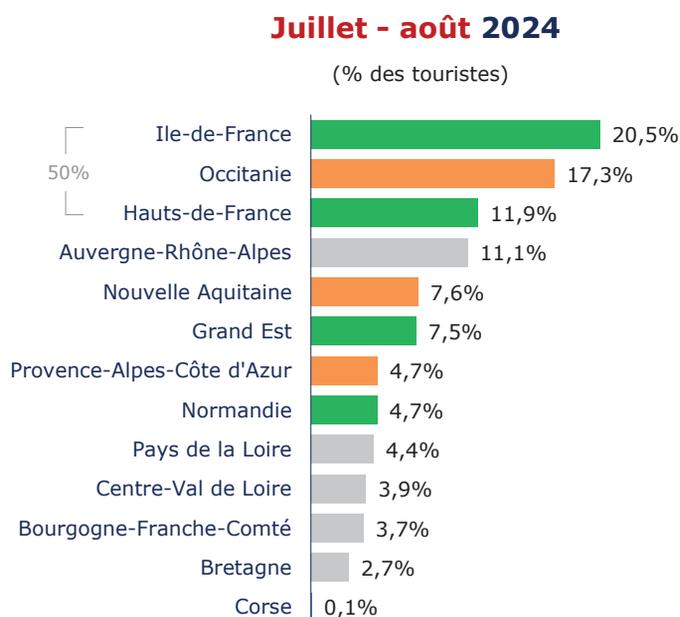
De janvier à août 2024 :

- 22,3% provenance de l'Occitanie
- 17,6% en provenance d'Ile de France
- 11,4% en provenance d'Auvergne-Rhône-Alpes



Sur la période estivale Juillet/Août 2024 :

- 20,5% en provenance d'Ile de France
- 7,3 % en provenance de l'Occitanie
- 11,9 % en provenance des Hauts de France



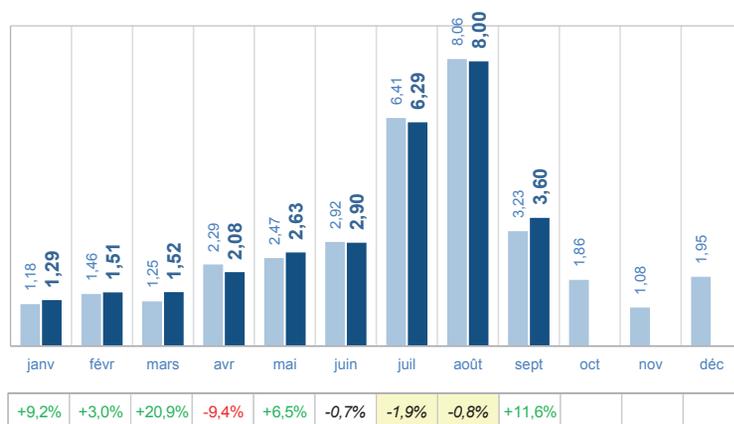
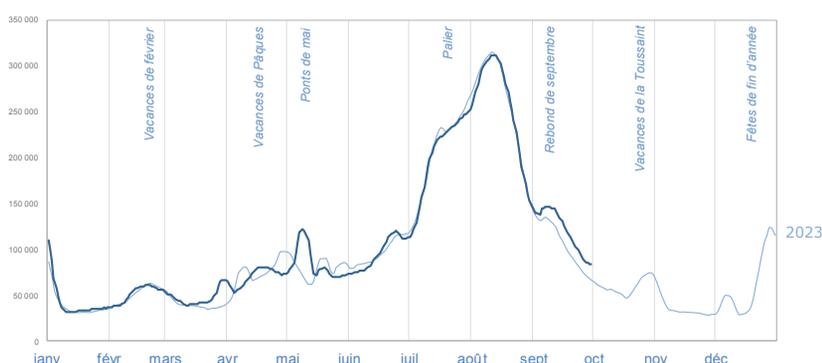
UNE ANNÉE TOURISTIQUE QUI CONFIRME UNE MEILLEURE RÉPARTITION DES FLUX

La fréquentation touristique des Pyrénées-Orientales de janvier à septembre se traduit par une fréquentation globalement stable (+1,8% par rapport à 2023) avec des flux touristiques mieux répartis sur l'année :

- Une hausse concentrée sur le début et la fin de la saison (de janvier à mai et septembre) : malgré un mois d'avril en baisse (-9%) et des vacances de Pâques en chute (-12,9%) ;
- Une stabilité de la fréquentation pour les mois de juin et d'août (-0,7% et -0,8%) ;
- Une légère baisse (-1,9%) en juillet que l'on retrouve également dans l'Aude, l'Hérault et le Gard ;
- Le mois de septembre, qui gagne chaque année des parts de marché, semble cette année encore plus attractif (+11,6%)

Évolution de la fréquentation. Nuitées touristiques

Nombre de nuitées touristiques. Visiteurs extra-départementaux



+10,6%

-1,2%

-1,3%

LITTORAL : UNE FRÉQUENTATION TOURISTIQUE STABLE ET EN HAUSSE EN DÉBUT ET FIN DE SAISON

La fréquentation touristique sur la côte est équivalente à celle de l'an dernier avec un premier trimestre en forte hausse (+19,2%) et des vacances de février pleines de surprises (+13,3%).

Les pluies d'avril et la dégradation des conditions météo en mer et sur les plages en juin ont eu des répercussions sur l'activité (-9,4% pour le seul mois d'avril dont -14,9% pour les vacances de Pâques) et -3,6% pour le mois de juin.

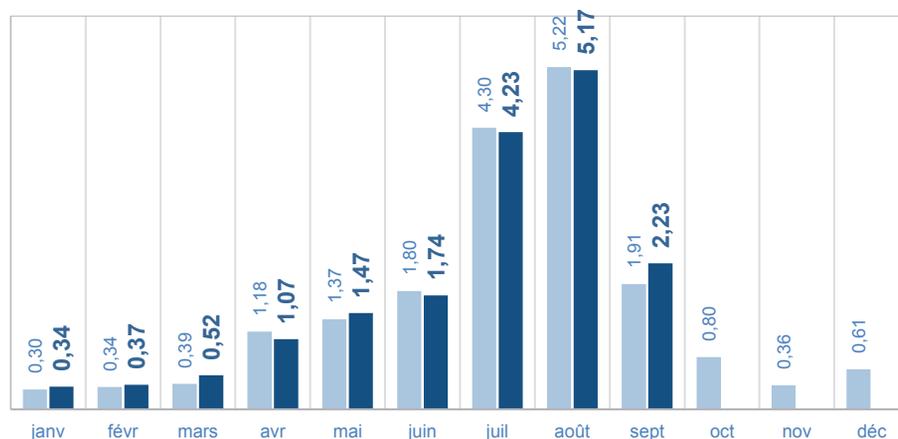
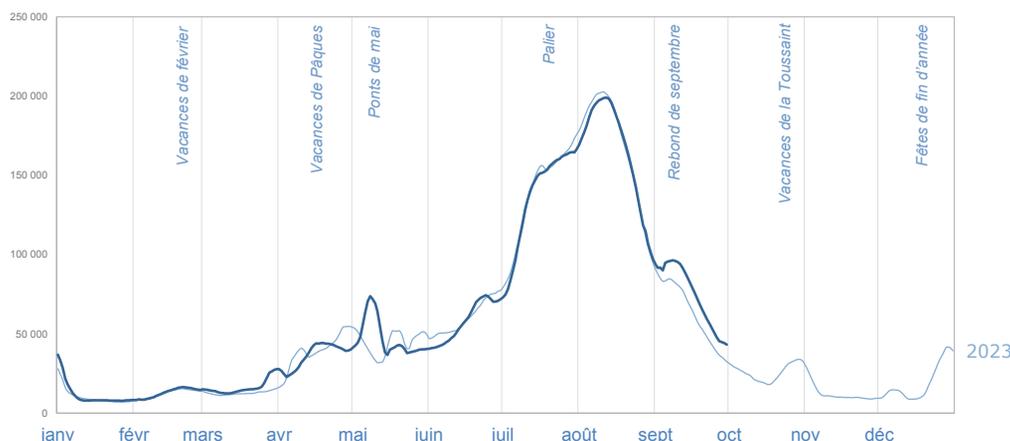
L'été indien a entraîné une hausse de la fréquentation (septembre : + 16,6%).

Évolution de la fréquentation. Nuitées touristiques

Janv. - Sept.

+1,9%

Zone littorale



+13,1%	+9,0%	+33,0%	-9,4%	+7,1%	-3,6%	-1,6%	-0,9%	+16,6%			
--------	-------	--------	-------	-------	-------	-------	-------	--------	--	--	--

+19,3%

-0,6%

-1,2%

MONTAGNE : UNE FRÉQUENTATION TOURISTIQUE STABLE

Fréquentation touristique en hausse pour les trois premiers mois de l'année (+2%), malgré une activité en repli lors des vacances de février due à la douceur des températures qui a pénalisé les stations de ski des Pyrénées-Orientales où la neige n'était pas au rendez-vous.

Activité en hausse sensible (+11%) en mai et en juin contrairement aux mois de juillet et août (-3%) où la clientèle étrangère (+1,7%) compense la baisse de la clientèle française (-6%) ;

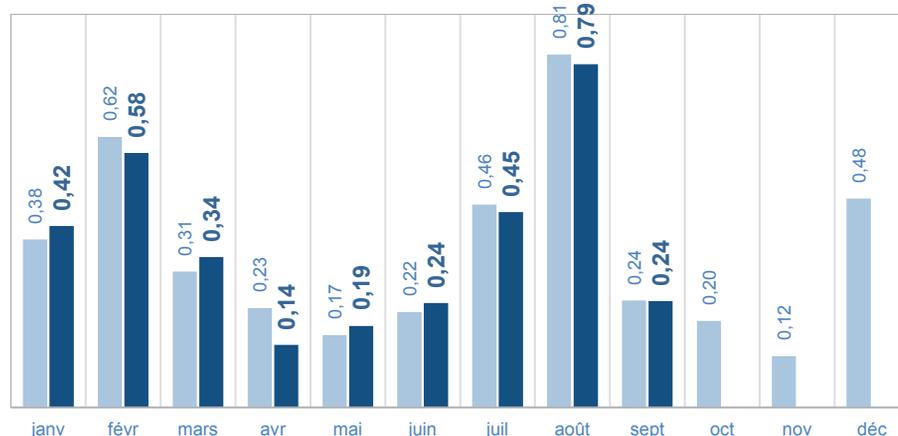
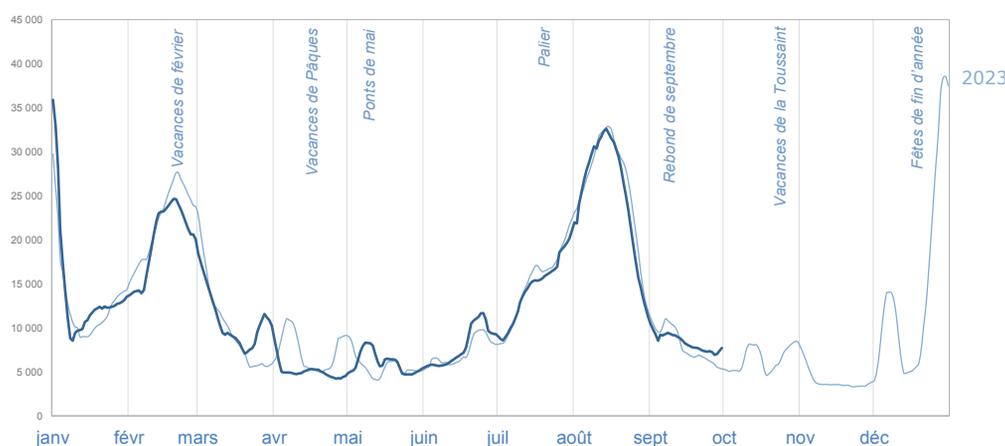
La fréquentation au mois de septembre est stable.

Évolution de la fréquentation. Nuitées touristiques

Janv. - Sept.

-1,7%

Zone montagne



+8,0%	-5,9%	+10,4%	-37,0%	+12,6%	+9,4%	-3,6%	-2,8%	-0,6%			
-------	-------	--------	--------	--------	-------	-------	-------	-------	--	--	--

+1,9%

-16,1%

-3,1%

EN MILIEU RURAL, LES GÎTES SÉDUISENT DE PLUS EN PLUS DE VACANCIERS

Face à une contrainte de leur pouvoir d'achat les comportements des vacanciers ont évolué en privilégiant notamment des hébergements individuels, comme le locatif, souvent perçus comme plus avantageux économiquement et plus souple en termes d'organisation des vacances (notamment pour les courts séjours).

Les gîtes dans les Pyrénées-Orientales ont capté ces nouveaux comportements avec une fréquentation en hausse (+9%).

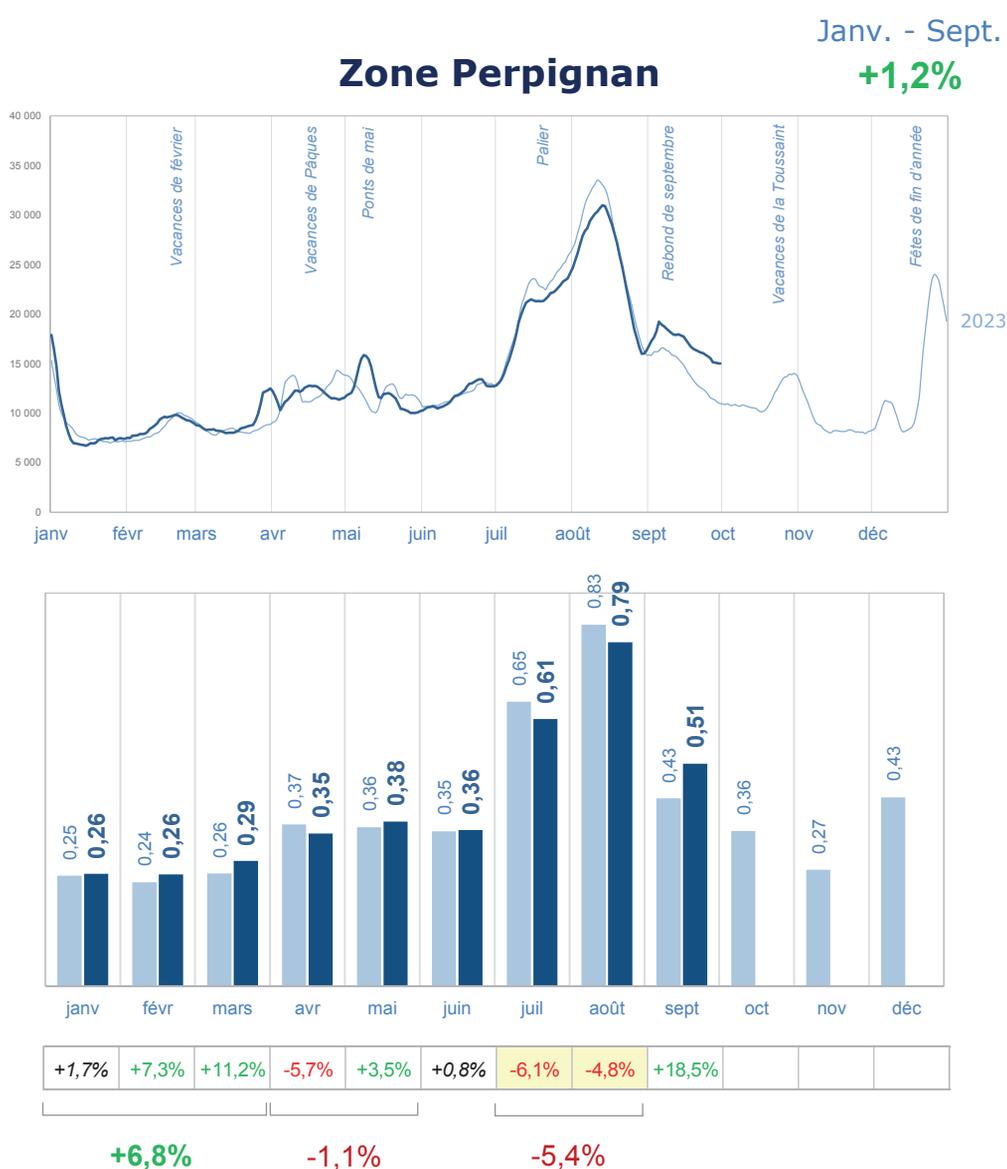


PERPIGNAN : UN BON DÉBUT D'ANNÉE ET UNE FIN D'ANNÉE PROMETTEUSE

A Perpignan, le début d'année est marqué par un pic d'activité touristique (+3%) de janvier à juin (en progression tous les mois sauf en avril avec -5,7%). La fréquentation touristique est en baisse cet été (-5,4%) dont -9,2% pour les clientèles françaises.

L'arrière-saison réserve de bonnes surprises avec une augmentation de la fréquentation touristique au mois de septembre (+18,5%) qui devrait se confirmer avec les jours fériés de novembre et la venue de touristes espagnols en décembre pour la célébration de l'Immaculée Conception* (fêtes dites de "La Prurissima").

Évolution de la fréquentation. Nuitées touristiques



AUTRES TENDANCES DANS LES PYRÉNÉES-ORIENTALES

Albères-Vallespir : un premier trimestre en forte augmentation (+20,7%)

Roussillon-Aspres-Conflent : fréquentation en hausse en septembre et prometteur pour l'arrière-saison (+10,7%)

Vallée de l'Agly - Fenouillèdes : un très bon mois de mars (+28%) et les mois de mai et juin en progression (+2,1%) ; très bon démarrage de l'arrière-saison avec une hausse de 18,5% de la fréquentation touristique au mois de septembre

L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR TIRE SON ÉPINGLE DU JEU

De manière générale les professionnels de l'hôtellerie de plein air sont satisfaits de la saison.

La fréquentation est le résultat des investissements menés par les établissements afin de proposer des produits et services de plus en plus qualitatifs ainsi que l'accueil de groupes/séminaire.

LA SITUATION CONTRASTÉE DE L'HÔTELLERIE

L'été 2024 a vu une moindre fréquentation des hébergements collectifs marchands (tendance nationale). Les établissements qui ont privilégié des investissements, nouveaux produits, politique de promotion et davantage de personnels se sont démarqués avec une progression du panier moyen.

Les hôtels 4 et 5 étoiles se démarquent avec une clientèle étrangère en augmentation et une saison en hausse en août et en septembre.

LOISIRS : LE VÉLO, PARCS AQUATIQUES, ACTIVITÉS NAUTIQUES ET JEUX AQUATIQUES GONFLABLES

La saison touristique 2024 marquée par une météo défavorable sur les ailes de saison (avril-mai-juin-septembre), une pression accrue sur le pouvoir d'achat des vacanciers, et un changement des attentes des jeunes générations (moins tentés par les activités aventures) ont pesé sur l'activité des loisirs.

A noter, l'augmentation de la fréquentation des groupes.

Certains secteurs tirent leur épingle du jeu. Les parcs aquatiques, indoor et certaines bases nautiques ont rapporté des augmentations de chiffre d'affaires. Le vélo a vu des hausses dans la location et les réparations. Ce sont notamment les structures ayant diversifié leurs offres avec de la restauration ou des activités annexes qui ont pu limiter les pertes et, dans certains cas, sauver leur saison.

LE DÉPARTEMENT ACTEUR DU TOURISME AVEC L'AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Avec l'adoption de la stratégie départementale du tourisme et des loisirs 2024-2030, le Département et l'Agence de développement touristique ont défini des priorités pour le développement de l'économie touristique des Pyrénées-Orientales.

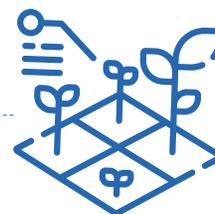
Une nouvelle feuille de route pour le tourisme et les loisirs : pour mieux accueillir les visiteurs, mieux soutenir les acteurs publics et privés en respectant l'environnement et en favorisant le bien être des catalan-e-s !

> La Stratégie départementale de développement du tourisme et des loisirs porte 3 ambitions déclinées en 46 actions pour coordonner, préserver, sensibiliser et valoriser les atouts des Pyrénées-Orientales :

- Se positionner comme une destination singulière et plurielle
- Vers un tourisme et des loisirs répondant aux défis environnementaux et humain
- Renforcer les liens et la coordination entre territoires, entreprises et habitants

Actions prioritaires

- > **Promouvoir** la destination et stimuler l'économie locale via une offre d'évènements durables sur tous les territoires en toutes saisons
- > **Déployer** une solution numérique d'accès à l'information en temps réel pour la clientèle en séjour ou de loisirs
- > **Optimiser** la collecte et la visibilité des informations touristiques
- > **Renforcer** et adapter nos actions de communication pour une meilleure gestion des cibles clientèles dans l'espace et le temps



UNE VITRINE DE LA DESTINATION PAYS CATALAN & FENOUILLEDÉS AU SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE EN 2025

Le Département, la Chambre d'Agriculture, la Chambre de Commerce et de l'Industrie, la Chambre de Métiers et de l'Artisanat, Cap Sud 66, l'agence d'attractivité de Perpignan Méditerranée Métropole et l'Agence de développement touristique se fédèrent sous la bannière commune Pays Catalan pour offrir une vraie visibilité à l'économie agricole et touristique des Pyrénées-Orientales.

C'est un espace de plus de 150m², 20 producteurs (domaines viticoles, brasseur, charcutier, coopérative agricole, producteur d'huile d'olive, miellerie, saleurs d'anchois...), des espaces d'animations, de restauration, une vitrine touristique...

CONTACTS PRESSE

Département des Pyrénées-Orientales - Vincianne LAURENT · 06 76 10 60 59 - vincianne.laurent@cd66.fr

Agence de Développement Touristique - Julien FOLCHER · 07 70 19 41 27 - julien.folcher@adt66.com

- Catherine Gillot · 06 49 80 17 24 - catherine.gillot@adt66.com