

## NOTE DE CONJONCTURE AOUT 2022

L'enquête de conjoncture réalisée par téléphone et emailing les 31 août, 1<sup>er</sup> et 2 septembre 2022 consiste à interroger les professionnels du tourisme de Montpellier Méditerranée Métropole pour connaître leur ressenti en temps réel sur la tendance du mois écoulé (août) par rapport au même mois de l'année précédente mais aussi en comparant avec 2019 (année de référence avant Covid).

Cette enquête est réalisée en partenariat avec Hérault Tourisme et le CRTL Occitanie.

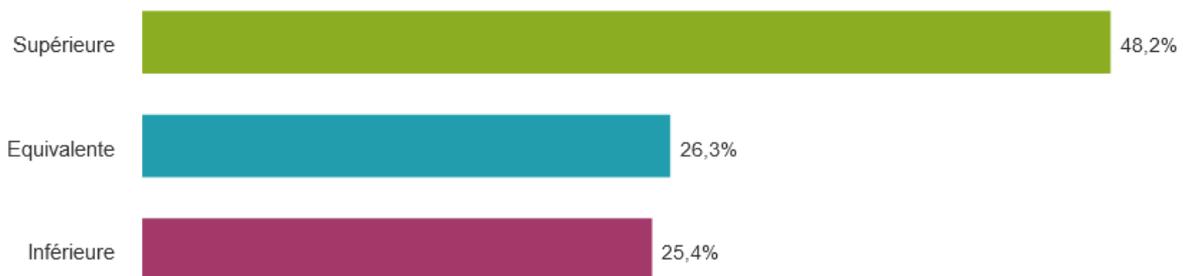
### **114 Professionnels répondants sur la métropole (188 interrogés).**

**48 %** des structures déclarent une hausse de leur activité en août 2022 par rapport à août 2021. Et **26 %** des répondants sont sur un niveau d'activité identique à août 2021.

#### **Comment jugez-vous votre fréquentation par rapport à l'année dernière ?**

Réponses effectives : 114

Taux de réponse : 100,0%

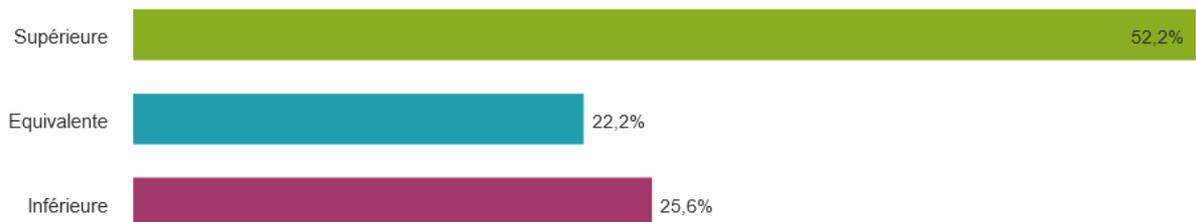


Par ailleurs, la comparaison avec un mois d'août sur une année de référence comme 2019, affiche pour **52 %** des répondants une hausse d'activité.

#### **Comment jugez-vous votre fréquentation par rapport à une année normale (2019 avant crise sanitaire)**

Réponses effectives : 90

Taux de réponse : 97,8%



[www.montpellier-tourisme.fr](http://www.montpellier-tourisme.fr)

**Office de Tourisme et des Congrès de Montpellier Méditerranée Métropole**

30, allée Jean de Lattre de Tassigny • F-34000 Montpellier  
T. +33 (0)4 67 60 60 60 • F. +33 (0)4 67 60 60 61 • [contact@ot-montpellier.fr](mailto:contact@ot-montpellier.fr)



france.fr



## **I. HEBERGEMENTS (33 % des réponses totales)**

### **Hôtels**

Des taux d'occupation parfois moins élevés (36 % déclarent une baisse de fréquentation, 32% une hausse et 32 % un niveau équivalent) par rapport à 2021 mais souvent compensée par des prix plus élevés cet été. Le remplissage était de dernière minute et globalement plus difficile qu'en août 2021.

Les séjours sont souvent de 2 ou 3 nuits, une journée sur les plages est systématiquement au programme. Davantage de Français que d'étrangers, mais la clientèle étrangère est revenue dans des proportions équivalentes à l'avant Covid.

Pour 86 % des répondants l'activité est supérieure à août 2019 et pour 14 % elle est d'un niveau identique.

### **Résidences**

Fréquentation plus élevée majoritairement qu'en août 2021 avec 56 % des résidences répondantes en hausse. 33 % des répondants ont indiqué une activité identique.

En revanche, 67 % des résidences répondantes sont sur un niveau inférieur à août 2019 et 33% déclarent être en hausse par rapport à 2019.

Les clientèles étrangères présentes sont les Hollandais, les Espagnols, les Allemands, Italiens, les Américains du Nord et du Sud

### **Meublés de tourisme et Chambres d'hôtes**

Très peu de répondants sur cette section : une fréquentation identique pour 50 % à août 2021 et en baisse pour 50%. Idem pour la comparaison avec août 2019.

Les clients anglais sont de retour, ils avaient été absents depuis le Brexit. Hausse des clientèles européennes.

## **II. CAMPINGS (peu de structures dans notre échantillon)**

De très bon résultats : ce mode d'hébergement connaît toujours plus de succès.

Activité supérieure pour 75 % des répondants par rapport à août 2021 et 2019.

Activité identique pour 25 % à la fois en comparant avec août 2021 et 2019.

Présence de Néerlandais, Belges, Espagnols, Allemands, Suisses et Italiens.

## **III. COMMERCE ET SERVICES**

Les avis sont partagés : certains affichent des hausses par rapport à août 2021 (37%) et 2019 (36%), d'autres constatent des diminutions de fréquentation 37 % par rapport à 2021 et 46 % par rapport à août 2019.

Les facteurs suivants auraient contribué à la baisse de fréquentation de certains commerces : période d'ouverture réduite, inflation, forte chaleur, difficultés d'accès au centre-ville de Montpellier.

#### **IV. RESTAURANTS ET BARS**

36 % des restaurants déclarent une hausse d'activité en comparant avant août 2021 et 55% une activité équivalente.

71 % déclarent avoir une activité équivalente à août 2019 et 29 % une baisse.

Les clients sont majoritairement Français mais la clientèle étrangère est en hausse.

Les bars et cafés sont pour 75 % en hausse par rapport à août 2021 et pour 67% également en hausse par rapport à août 2019. Meilleure activité en août qu'en juillet cette année.

#### **V TOURISME CULTUREL**

Toujours des situations différentes selon les lieux mais 80 % des répondants sont sur un niveau de fréquentation en hausse par rapport à août 2021, 10 % sur une tendance équivalente à l'année dernière. Les visiteurs étrangers sont bien présents et en hausse notamment les Allemands.

57% des établissements ont déclaré être en hausse de fréquentation par rapport à août 2019 et 43 % en baisse.

#### **VI OENOTOURISME**

Les vendanges ayant débutées, il y a un peu moins de répondants ce mois-ci.

29 % des répondants se situent sur une activité en hausse par rapport à août 2021, 43 % sur un niveau équivalent et 28 % en baisse.

Par rapport à août 2019, 40 % sont en hausse, 40% équivalent et 20 % en baisse.

La clientèle française est majoritairement de proximité. Les clientèles étrangères sont européennes pour la majorité (notamment Espagnole et Allemande).

#### **VII ACTIVITES SPORTIVES ET DE LOISIRS**

Hausse d'activité pour 62 % des répondants et en baisse pour 38 % par rapport à août 2021.

Un niveau en hausse par rapport à août 2019 pour 62% des répondants, équivalent pour 15 % et pour 23 % en baisse.

#### **VIII. ECOLES DE LANGUES FLE**

Fréquentation supérieure à août 2021 et équivalente à août 2019.

Présence d'étudiants en provenance d'Europe majoritairement, les destinations plus lointaines (Canada, USA par exemple) reviennent progressivement.

Des réservations importantes pour septembre, au-delà peu de visibilité.

## **Août 2022 en résumé**

**Août 2021 avait été exceptionnel, l'activité d'août 2022 est parfois un peu en baisse mais les professionnels sont globalement satisfaits. Les clientèles sont qualitatives et les prix sont souvent plus élevés dans les hébergements.**

### **Remarques de pros**

- **Les clientèles étrangères sont davantage présentes cette année : Espagnols Allemands, Italiens, Suisses, Néerlandais, Anglais, Américains et Canadiens.**
- **Les Français sont un peu moins nombreux qu'en août 2021 qui avait été hors norme sur ce segment de clientèle.**
- **Les travaux sur les lignes de tramway et les modifications de circulation routière dans plusieurs quartiers de la ville complexifient l'accès des visiteurs en voiture et en transports en commun : comme en juillet, les accès en août jusqu'aux hébergements étaient difficiles, et les visites en centre-ville perturbées.**
- **Quelques remarques sur le sentiment d'insécurité en centre-ville notamment avec une mendicité importante et des clients victimes de pickpockets. Les professionnels ont conscience que des actions sont en cours pour améliorer la situation.**
- **Un pouvoir d'achat plus limité (inflation, hausse des carburants) qui affecte certains acteurs davantage que d'autres.**
- **Une fréquentation sur l'accueil principal de l'Office de Tourisme en août plus importante qu'en 2021 (+36 %) mais qui reste toujours inférieure à 2019 (- 22 %). La part des clientèles étrangères est de 38 % (record), avant Covid c'était de 24 à 33 % en août.**