

## NOTE DE CONJONCTURE JUILLET 2022

L'enquête de conjoncture réalisée par téléphone et emailing les 1<sup>er</sup>, 2 et 3 août 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 (juillet) 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 (193 interrogés).**

**40 %** des structures déclarent une baisse de leur activité en juillet 2022 par rapport à juillet 2021. Tandis que **38 %** des répondants sont en hausse par rapport à juillet 2021.

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

Réponses effectives : 114

Taux de réponse : 100,0%



Et la comparaison avec un mois de juillet sur une année de référence comme 2019, affiche pour 40 % des répondants une baisse d'activité.

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

Réponses effectives : 98

Taux de réponse : 96,1%



[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**

Pour 41 % des répondants l'activité est supérieure à juillet 2019 et pour 23 % elle est identique. Les réservations de dernières minutes sont moins importantes cette année. Le remplissage est plus difficile cette année mais les clients plus qualitatifs avec des prix moyens plus élevés pour 50% des hôtels. Toujours un bon mix affaires/loisirs même en juillet.

Un mois de juillet agréable pour les équipes lors des échanges avec la clientèle.

Davantage de clients étrangers : niveau de 2019 retrouvé mais avec moins de nationalités très lointaines.

### **Résidences**

57 % des résidences répondantes sont en hausse par rapport à juillet 2021, et 43 % avec une activité identique. De plus, 60% des résidences répondantes sont sur un niveau supérieur à juillet 2019. Les prix en juillet 22 sont moyens 40 % des répondants et élevés également pour 40% des répondants.

Clientèle assez calme : séjour en famille ou des groupes de jeunes.

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

Une fréquentation majoritairement identique à juillet 2019.

Juillet a démarré tardivement.

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

Activité supérieure pour 50 % à juillet 2021 et pour 100% à juillet 2019.

Des réservations élevées pour le mois d'août.

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

## **III. COMMERCE ET SERVICES**

Faible consommation, le pouvoir d'achat est en berne.

Les accès au centre-ville actuellement impactés par les travaux limitent la venue des clients. Pour 56 % l'activité est en baisse par rapport à juillet 2021, et pour 55 % en baisse par rapport à 2019.

## **IV. RESTAURANTS ET BARS**

50 % des restaurants déclarent une baisse d'activité en comparant avant juillet 2021.

Seulement 20 % sont en hausse. Peu de clients sur les services du midi. Un mois globalement pas peu satisfaisant.

Les bars et cafés sont pour 75 % à la baisse par rapport à juillet 2021. Pour certains établissements les horaires d'activité sont restreints faute de personnel.

La clientèle étrangère est surtout constituée d'Allemands et Américains

Pas de réels impacts du Pont du 14 juillet et des week-ends.

## **V TOURISME CULTUREL**

La fréquentation est globalement meilleure qu'en 2020 et 2021 mais ce n'est pas encore du niveau de 2019.

Des situations différentes selon les lieux, 44 % des répondants sont sur un niveau de fréquentation en baisse par rapport à juillet 2019, 22 % sont en hausse et 33 % sur une tendance équivalente. 56% ont déclaré être en hausse de fréquentation par rapport à juillet 2021 et 33 % en baisse.

## **VI OENOTOURISME**

64 % des répondants se situent sur une activité en baisse par rapport à juillet 2021, 27 % d'un niveau équivalent et 9 % en hausse.

Par rapport à juillet 2019 c'est plus contrasté : 22 % sont en hausse, 44 % équivalent et 42 33 % en baisse.

Les visiteurs réalisent moins d'achats cette année.

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

Hausse d'activité pour 50 % des répondants et identique pour 17 % par rapport à juillet 2021.

Un niveau équivalent à juillet 2019 pour 46% des répondants, 27 % en hausse et 27 % en baisse.

Les activités en extérieur sont impactées par les fortes chaleurs : un peu d'affluence le matin et le soir, quasiment personne l'après -midi.

Août s'annonce meilleur que juillet jugé moyen par certains.

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

Des réservations nombreuses y compris de dernière minute.

Retour à une activité équivalente à juillet 2019 et unanimement en hausse par rapport à 2021.

Présence d'étudiants en provenance d'Europe majoritairement, un peu de destination très lointaine : quelques Américains et apprenants d'Asie.

## **Juillet 2022 en résumé**

**Un ressenti de calme avec des séjours davantage anticipés. Des niveaux de fréquentations différents en fonction des activités : très élevés dans les hébergements, plus décevants sur d'autres créneaux.**

### **Remarques de pros**

- **Les clientèles étrangères sont davantage présentes cette année : Allemands, Suisses, Néerlandais, Belges, Espagnols, Anglais et Américains.**
- **Les Français sont un peu moins nombreux qu'en juillet 2021.**
- **L'importance des travaux sur le secteur gare Saint-Roch et les modifications de circulation dans plusieurs quartiers du centre complexifient l'accès des visiteurs en voiture et en transport en commun également : visiteurs perdus avant d'arriver à leur hébergement, ou renonçant à se rendre sur certains lieux ensuite pendant leur séjour, durée écourtée à cause nuisance des travaux : l'image de la ville de Montpellier en pâtie actuellement.**
- **Des réservations plus anticipées qu'à l'habitude sur juillet avec une clientèle plus qualitative.**
- **Le pont du 14 juillet a été moins rempli qu'habituellement avec des visiteurs présents uniquement sur les 15 et 16 juillet.**
- **Un pouvoir d'achat plus limité : inflation, hausse des carburants.**
- **Une fréquentation sur l'accueil principal de l'Office de Tourisme en juillet plus importante qu'en 2021 (+19 %) mais qui reste toujours inférieure à 2019 (- 21 %).**