

NOTE DE CONJONCTURE SEPTEMBRE ET BILAN SAISON 2022

L'enquête de conjoncture réalisée par téléphone et emailing les 3, 4 et 5 octobre 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 (septembre) 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.

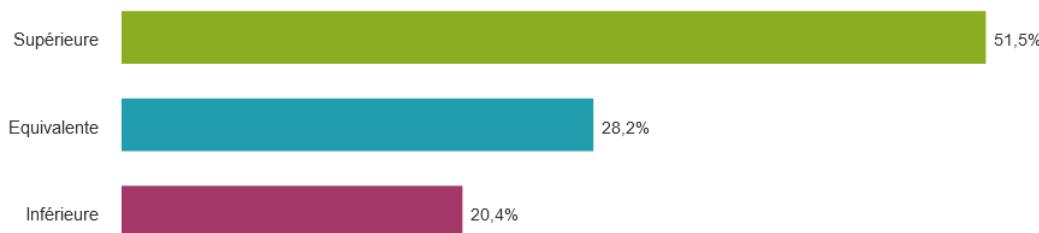
103 Professionnels répondants sur la métropole (184 interrogés).

52 % des structures déclarent une hausse de leur activité en septembre 2022 par rapport à septembre 2021. Et **28 %** des répondants sont sur un niveau d'activité identique à septembre 2021.

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

Réponses effectives : 103

Taux de réponse : 100,0%



Par ailleurs, la comparaison avec un mois de septembre sur une année de référence comme 2019, affiche pour **28 %** des répondants une hausse d'activité ainsi que pour 43 % un niveau identique, ce qui est très positif septembre étant un mois habituellement très chargé.

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

Réponses effectives : 83

Taux de réponse : 95,4%



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

I. HEBERGEMENTS (30 % des réponses totales)

Hôtels

Pour 63 % des répondants l'activité est supérieure à septembre 2021 et pour 29 % elle est d'un niveau identique.

Par rapport à septembre 2019, c'est 33 % qui déclarent être en hausse et 38 % sont sur un niveau d'activité identique.

Ce n'est pas nécessairement le TO qui est plus élevé qu'en 2019, en revanche les prix moyens le sont d'où un meilleur Chiffre d'Affaires sur l'ensemble de la saison.

Des clientèles plus cordiales et sympathiques cet été.

Résidences

Fréquentation plus élevée majoritairement qu'en septembre 2021 avec 57 % des résidences répondantes en hausse, 29 % ont indiqué une activité identique.

Bilan plus mitigé par rapport à septembre 2019 : 28 % des résidences répondantes sont sur un niveau inférieur, 43% déclarent être en hausse et 29 % ont un niveau équivalent.

Les clientèles étrangères présentes sont les Espagnols, les Allemands, Italiens, les Anglais.

Une saison qui s'est passée mieux que prévu pour 57 % des résidences répondantes, et comme prévu pour 43%.

Meublés de tourisme et Chambres d'hôtes

Très peu de répondants sur cette section ce mois-ci : une fréquentation identique à septembre 2021 et à septembre 2019. La saison s'est déroulée comme attendue.

II. CAMPINGS (peu de structures dans notre échantillon)

Activité supérieure pour 50 % des répondants par rapport à septembre 2021 et 2019.

Activité identique pour 50 % à la fois en comparant avec septembre 2021 et 2019.

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

Un CA jugé élevé sur l'ensemble de la saison pour 67% des répondants.

III. COMMERCES ET SERVICES

Les avis sont partagés : certains affichent des hausses par rapport à septembre 2021 (54 %) et 2019 (25 %), d'autres constatent des diminutions de fréquentation 38 % par rapport à 2021 et 25 % par rapport à septembre 2019. 50 % déclarent avoir un niveau de fréquentation équivalent à septembre 2019.

Baisse d'activité dans les commerces sur la saison. Les facteurs suivants auraient contribué à la baisse de fréquentation de certains commerces : moins de consommation notamment les samedis, les fortes chaleurs qui ne favorisent pas le shopping en ville, des difficultés d'accès avec des travaux sur les axes et dans les tramways, la mise en place de la ZFE.

Le CA sur l'ensemble de la saison est estimé comme moyen pour 50% des répondants, 27% le considère comme élevé et 23 % comme faible.

IV. RESTAURANTS ET BARS

33 % des restaurants déclarent une hausse d'activité en comparant avant septembre 2021 et 33% une activité équivalente.

44 % déclarent avoir une activité équivalente à septembre 2019 et 38 % une baisse.

Présence de clientèles étrangères en septembre.

Les restaurants sont assez satisfaits de la saison malgré des mois surprenants et pas toujours bons.

Dans l'ensemble bonne activité en septembre pour les bars : 33 % sont en hausse par rapport à septembre 2021 et 67 % d'un niveau équivalent.

Par rapport à septembre 2019 100% déclarent une baisse d'activité.

Des remarques clients concernant les accès difficiles, les parkings, et la sécurité dans la ville.

V TOURISME CULTUREL

Toujours des situations différentes selon les lieux mais 83 % des répondants sont sur un niveau de fréquentation en hausse par rapport à septembre 2021, 17 % sur une tendance équivalente à l'année dernière. Les visiteurs étrangers sont bien présents et en hausse notamment les Allemands, les Anglais, les Américains, les Belges et Espagnols.

Les groupes restent manquants sur ce secteur d'activité.

50% des établissements ont déclaré être en hausse de fréquentation par rapport à septembre 2019, 25 % sur un niveau équivalent et 25 % en baisse.

VI OENOTOURISME

22 % des répondants se situent sur une activité en hausse par rapport à septembre 2021, 34 % sur un niveau équivalent et 44 % en baisse.

Par rapport à septembre 2019, 25 % sont en hausse, 50% équivalent et 25 % 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 54 % des répondants et identique pour 31 % par rapport à septembre 2021.

Un niveau en hausse par rapport à septembre 2019 pour 22% des répondants, équivalent pour 67 % et pour 11 % en baisse.

VIII. ECOLES DE LANGUES FLE

Fréquentation supérieure à septembre 2021 et équivalente à septembre 2019.

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

Septembre 2022 en résumé

Globalement un bon mois de septembre, des niveaux d'activité identiques à l'avant Covid. Seul bémol sur certains commerces qui signale une baisse de clientèle.

Remarques de pros

- Les clientèles étrangères présentes en septembre sont : Espagnols Allemands, Italiens, Suisses, Néerlandais, Anglais, Américains et Canadiens.
- Des situations qui peuvent être très différentes : les hébergements qui sont très satisfaits, une attractivité de destination en record, tandis que certains professionnels peinent parfois à retrouver des niveaux d'activité d'avant Covid et ressentent davantage un effet crise économique avec baisse du pouvoir d'achat.
- En septembre présence d'une clientèle 3ème Age très exigeante.
- Une fréquentation sur l'accueil principal de l'Office de Tourisme en septembre plus importante qu'en 2021 (+ 24%) mais qui reste toujours inférieure à 2019 (- 26%).

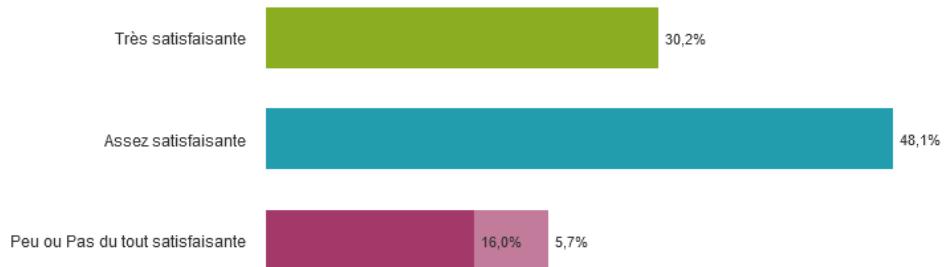
Une activité meilleure qu'en 2021 globalement avec 590 réponses collectées sur l'ensemble de la saison !

La saison 2022 s'est avérée meilleure que prévue pour 46 % des répondants et comme attendue pour 33 % : clientèle plus agréable, plus qualifiée, prix des hébergements hôteliers en hausse.

On constate malgré le contexte lié aux 2 années de pandémie que Montpellier continue de gagner en attractivité : d'une part auprès de clientèles européennes et britanniques et d'autre part auprès des touristes et excursionnistes français, plus enclins à voyager moins loin et différemment. C'est le segment clientèles familiales qui a notamment progressé cette année, tandis qu'il y a eu moins de groupes de jeunes et d'amis.

Les clientèles plus lointaines sont de nouveau présentes mais les proportions restent moins importantes qu'avant Covid. Là aussi la notoriété de Montpellier est maintenue. Au global les résultats sont mitigés concernant le niveau d'activité en cumul d'avril à septembre inclus : des répondants « très satisfaits » pour 30 %, « assez satisfaits » pour 48 %, « peu ou pas satisfaits » pour 22 %.

Comment jugez-vous votre activité sur la saison qui vient de s'achever ?



***Majoritairement le Chiffre d’Affaires sur l’ensemble de la saison est perçu comme élevé pour 45%, moyen pour 43 %, et faible pour 12% des répondants.
48 % des répondants sur la métropole ont rencontré des difficultés de recrutement pour cette saison.***