

BILAN DE SAISON TOURISTIQUE

ARCHIPEL DE THAU DESTINATION MÉDITERRANÉE

DOSSIER DE PRESSE 2024



**Archipel**
DE THAU DESTINATION
MÉDITERRANÉE

BILAN DE SAISON TOURISTIQUE

ARCHIPEL DE THAU
DESTINATION MÉDITARRANÉE

20 24

**Une saison ambivalente
marquée par l'évolution
des comportements.**

Des touristes présents sur le
territoire et dans les hébergements
mais qui dépensent moins.



Une stabilité du nombre de touristes en séjour avec une légère évolution de la répartition dans le temps

Près de 8,4 millions de nuitées ont été réalisées depuis le 1^{er} janvier, soit un chiffre très proche de celui de 2023 qui avait connu une belle saison. La fréquentation du cœur de l'été est identique à celle de 2023 (+1%) mais le début d'année a été légèrement plus dynamique (+3%). C'est un résultat encourageant pour l'Archipel de Thau qui œuvre pour une meilleure répartition de la fréquentation tout au long de l'année. Être attractif et séduire nos clientèles en toute saison est un véritable enjeu pour le développement d'un tourisme responsable.

De JANVIER au 15 SEPT

8,4 M. DE NUITÉES
+1 % / 2023



5,8 M de nuitées

↑ +2,5 % / 2023



2,4 M de nuitées

↓ -1 % / 2023



De JANVIER au 30 JUIN

3,7 M. DE NUITÉES
+3 % / 2023



2,7 M de nuitées

↑ +5 % / 2023



2,7 M de nuitées

↓ -2 % / 2023

JUILLET ET AOÛT

4,1 M. DE NUITÉES
+1 % / 2023



2,8 M de nuitées

↑ +2 % / 2023



1,1 M de nuitées

↑ +1 % / 2023

DES CLIENTÈLES FRANÇAISES BIEN PRÉSENTES

La présence de la clientèle française, notamment en avant saison (+5%), a tiré vers le haut la fréquentation globale de l'Archipel de Thau. Le nombre de nuitées dues aux clientèles étrangères est identique à l'an dernier (-1%) et représente près de 30% des nuitées.

1	Rhône
2	Isère
3	Haute-Garonne
4	Bouches-du-Rhône
5	Paris
6	Nord

1	Allemagne
2	Suisse
3	Pays-Bas
4	Belgique
5	Royaume-Uni
6	Espagne

DES VISITEURS À LA JOURNÉE EN LÉGÈRE DIMINUTION



De **JANVIER** au **15 SEPT**

6,5 M. D'EXCURSIONS*
= - 5 % / 2023



- 7% / 2023



- 2% / 2023

De **JANVIER** au **30 JUIN**

3,4 M. D'EXCURSIONS*
- 11 % / 2023

JUILLET ET AOÛT

2,5 M. D'EXCURSIONS*
= + 6 % / 2023

* Présence de 2 heures minimum en journée de visiteurs non originaire de l'Hérault

1	Gard
2	Bouche-du-Rhône
3	Haute-Garonne
4	Aude
5	Pyrénées-Orientales

6,5 millions de visiteurs sont venus découvrir l'Archipel de Thau depuis leur résidence principale ou leur lieu de vacances.

Après la forte chute de 2023 qui constituait un rattrapage de l'euphorie constatée après les « années Covid », 2024 marque le pas en affichant une baisse de 5%. Le niveau de 2019 reste cependant toujours bien en deçà de la fréquentation des excursionnistes de 2024.



Le pic de saison est atteint cette année le 14 août avec **137 700 touristes et visiteurs présents dans l'Archipel de Thau**, soit approximativement l'équivalent de la population permanente de l'Archipel de Thau (130 500 habitants).

UNE FRÉQUENTATION GLOBALE STABLE MAIS QUI CACHE DE GRANDES DISPARITÉS ET REFLÈTE L'ÉVOLUTION DE LA SOCIÉTÉ

Même si globalement la fréquentation reste proche du très bon niveau de 2023, l'évolution des comportements touristiques se poursuit et impacte les activités et habitudes des professionnels.

- ▶ A contrario du phénomène observé les années précédentes, les touristes privilégient cette année davantage les hébergements marchands et notamment
 - **Les locations saisonnières**
+2,6 points de taux d'occupation d'avril au 15 septembre, +9,2 points en juillet-août,
 - **Les villages vacances**
+6,6 points de de taux d'occupation d'avril au 15 septembre, +3 points en juillet-août,
 - **Les campings**
+2,9 points de de taux d'occupation d'avril au 15 septembre, + 0,4 points en juillet-août,

- ▶ Les réservations de dernière minute sont désormais une pratique bien installée avec laquelle les hôteliers notamment doivent composer.

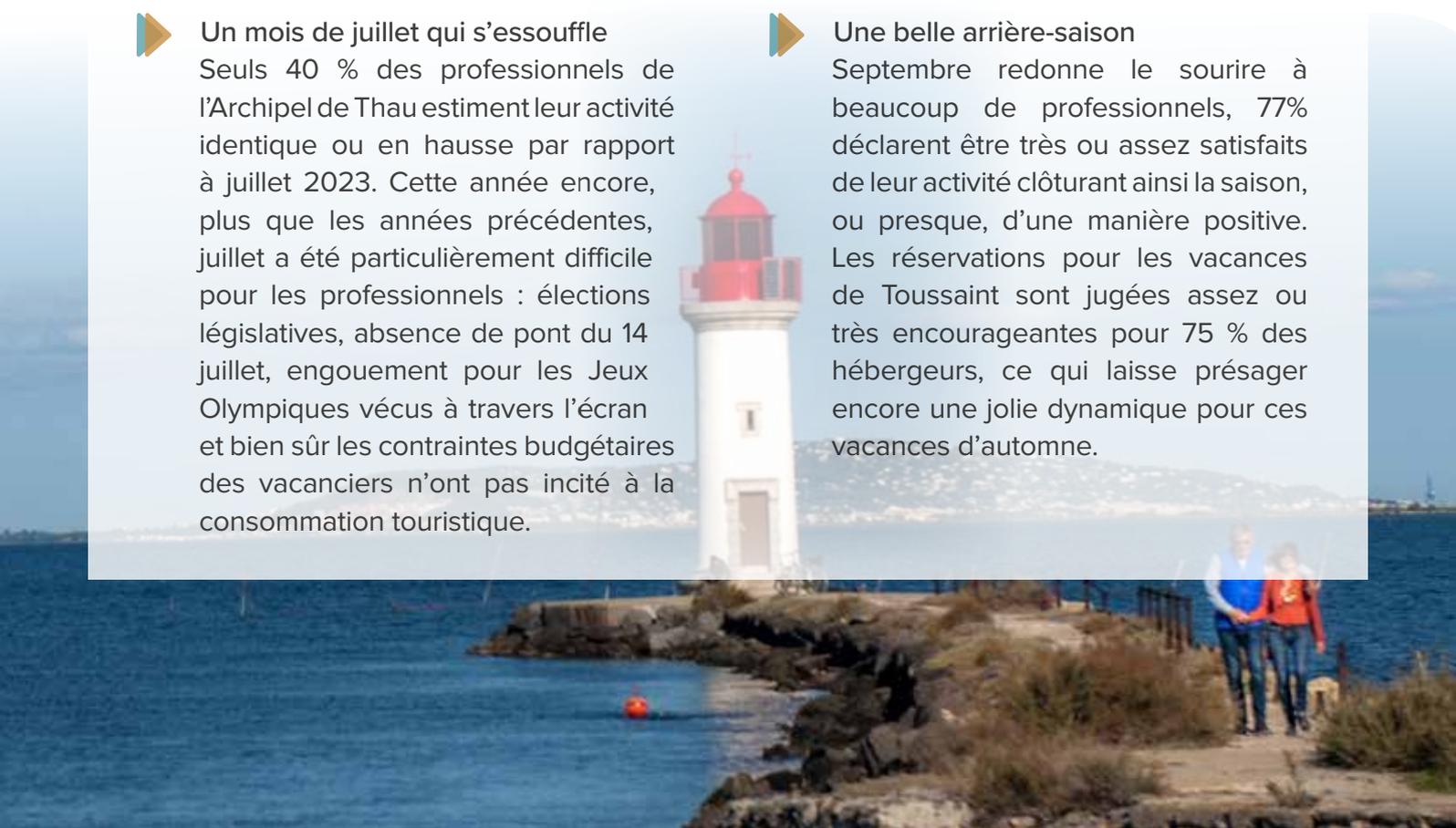
- ▶ Ces choix d'hébergement impactent la restauration, les activités de loisirs et les commerces. La possibilité de préparer ses propres repas, de profiter des activités proposées par les campings et villages vacances inclus dans les tarifs n'incitent pas les touristes à découvrir la destination et à dépenser à « l'extérieur ».

Un printemps maussade donnant le ton de l'activité touristique

La météo peu clémente conjuguée à un pouvoir d'achat limité face à la hausse des prix qui oblige à réaliser des arbitrages financiers n'a pas toujours permis de réaliser une avant-saison à la hauteur des attentes des professionnels. 68% sont tout de même satisfaits de leur activité en avril, 76% en mai, dopé par des ponts favorables, et 62% en juin.

- ▶ **Un mois de juillet qui s'essouffle**
Seuls 40 % des professionnels de l'Archipel de Thau estiment leur activité identique ou en hausse par rapport à juillet 2023. Cette année encore, plus que les années précédentes, juillet a été particulièrement difficile pour les professionnels : élections législatives, absence de pont du 14 juillet, engouement pour les Jeux Olympiques vécus à travers l'écran et bien sûr les contraintes budgétaires des vacanciers n'ont pas incité à la consommation touristique.

- ▶ **Une belle arrière-saison**
Septembre redonne le sourire à beaucoup de professionnels, 77% déclarent être très ou assez satisfaits de leur activité clôturant ainsi la saison, ou presque, d'une manière positive. Les réservations pour les vacances de Toussaint sont jugées assez ou très encourageantes pour 75 % des hébergeurs, ce qui laisse présager encore une jolie dynamique pour ces vacances d'automne.





► Hébergeurs :

"Beaucoup plus de séjours courts et de dernière minute."

"Un très bon mois à partir de fin avril - complet sur juillet août."

"Nous n'avons pas de visibilité - beaucoup de réservations de dernière minute."

"La clientèle française dépense moins - réservations en progression, surtout sur septembre."

"Beaucoup d'étrangers, Allemands mais surtout Suisses début mai. Réservations timides en juillet, un peu plus en août."

"Très bien malgré de moindres dépenses."

"Réservations tardives mais complet. Bonne clientèle fidèle. Le remplissage se fait de plus en plus à la dernière minute."

"Baisse de fréquentation par rapport aux deux étés précédents."

"Réservations de dernière minute et séjours de plus courte durée. Année difficilement comparable mais satisfaisante malgré une baisse."

► Prestataires de loisirs :

"Météo peu favorable, pouvoir d'achat faible."

"La mauvaise météo du printemps n'a pas favorisé les réservations."

"Clientèle étrangère en augmentation."

► Restaurateurs :

"Avril et mai avec une mauvaise météo qui impacte notre fréquentation. »

"Malgré la météo, très bon mois de juin, avec une clientèle très agréable, les clients ont déserté les pailotes et se sont reportés sur les restaurants du fait du mauvais temps. »

► Commerçants :

"Météo pas favorable et pouvoir d'achat en berne. »

"Pouvoir d'achat en baisse, achat à la bouteille plus qu'au carton. »





ÉTÉ

► Hébergeurs :

"Début juillet plus creux mais cela est désormais traditionnel."

"Difficulté à fidéliser la clientèle touristique classique et la clientèle curiste, ce n'est plus comme avant."

"Il y a clairement un problème de pouvoir d'achat, j'ai réalisé moins 50% sur les petits-déjeuners, les clients ne prennent plus le parking sécurisé."

"Comme en juillet, les réservations de dernière minute ont été la norme plutôt que l'exception. Une grosse chute de taux d'occupation par rapport à 2023 mais taux comparable à 2022."



► Prestataires de loisirs :

"La fréquentation est en baisse d'au moins 20%, le panier moyen connaît également une baisse significative."

"Réservation à la dernière minute, activité tributaire de la météo, bonne activité depuis le 15 juillet."

"Davantage de locations de vélos pour des balades à la journée mais aussi augmentation de la clientèle qui vient en vacances en train et en avion et loue des vélos comme moyen de déplacement."

"Petite année alors qu'il y a du monde sur la station, les parkings sont pleins."

► Restaurateurs :

"Pour plus de temps travaillé moins bon résultat que l'année dernière."

"Fréquentation en dents de scie, imprévisible. Moins de monde mais le ticket moyen est identique à l'an dernier. Les touristes réduisent leur nombre de sorties au restaurant."

"Activité intense uniquement pendant 10 jours."



"Notre problème est de trouver du personnel compétent pour répondre aux besoins de la clientèle."

"Catastrophique 80% de CA en moins comparé à juillet 2023 !"

"Fréquentation très irrégulière mais hausse de 5%."

► Commerçants :

"Légère baisse de fréquentation qui se poursuit depuis avril mais les personnes qui rentrent achètent."

"Meilleure clientèle au mois d'août, panier supérieur."

"Baisse de la fréquentation et du CA de 20%."



SEPTEMBRE

► Hébergeurs :

"Un mois de septembre exceptionnel avec une très forte présence de clientèle étrangère, encore beaucoup de demandes, j'ai décidé de rester ouverte début octobre (chambre d'hôtes)".

"Un excellent mois de septembre, nous avons dû refuser beaucoup de demandes car le camping était complet."

"Excellente saison, encore meilleure que l'an dernier, pas d'impact de la météo pour le camping".



► Prestataires de loisirs :

"Beaucoup de demandes de paiement en chèques vacances, très bon mois de septembre et bonne saison même si la météo a impacté l'activité (prestataire de loisirs)".

"Un mois de septembre catastrophique, une saison assez difficile entre une météo peu clémente et un pouvoir d'achat clairement à la baisse (activité nautique)"

► Restaurateurs :

"Toujours plus de problèmes de recrutement. 5 saisonniers sur 10 n'ont pas terminé la saison".

"Besoin de plus de logements pour les saisonniers, bonne saison conforme à nos attentes".

"Saison très médiocre, la clientèle n'ayant pas de pouvoir d'achat".

► Commerçants :

"Météo pas favorable, été particulièrement court en termes de météo."



BALARUC-LES-BAINS

Une très jolie dynamique cette année à Balaruc-les-Bains avec un taux d'occupation moyen des hébergements marchands supérieur de 7 points d'avril au 15 septembre et une fréquentation par les touristes et visiteurs à la journée en **augmentation de plus de 10% sur l'ensemble de l'année.**

La santé pleinement retrouvée de l'activité thermale se répercute sur le niveau de fréquentation de la ville. Balaruc-les-Bains n'échappe pas pour autant aux phénomènes constatés sur l'ensemble de la destination: un cœur de saison avec une moindre dynamique que le printemps, une consommation plus contrainte et les locations saisonnières grandes gagnantes de cette augmentation de fréquentation.



FRONTIGNAN VIC-LA-GARDIOLE MIREVAL

1,1M de nuitées, près de 2M de visiteurs à la journée hors Héraultais, 3,6 M avec les Héraultais qui viennent fréquenter le massif de la Gardiole, les plages ou les domaines viticoles, ce territoire est clairement récréatif par nature !

Avec un taux d'occupation supérieur de 3,6 points à celui de l'an dernier à Frontignan, la cité muscatière semble plutôt bien tirer son épingle du jeu même si, là encore, une météo radieuse aurait sûrement permis une activité plus forte.



MARSEILLAN

Avec 2,3M de nuitées au 15 septembre et 2 M de visiteurs à la journée, 2024 se caractérise par une légère augmentation de la fréquentation (+5% de nuitées) portée par une présence étrangère plus importante (+8%) notamment au cœur de l'été (+17%).

Le taux d'occupation des hébergements marchands continue de légèrement progresser en dépit d'un niveau déjà très élevé, +1,3 point d'avril au 15 septembre. A contrario des autres communes, ce sont les hébergements professionnels portés par l'hôtellerie de plein-air qui bénéficient le plus de cette dynamique (+2,5pts) notamment au printemps et en septembre. Le taux d'occupation des campings atteint ou frôle les 100% de fin juin à début septembre, la progression ne peut donc se faire qu'en dehors de cette période.

Là encore, la météo et les contraintes budgétaires des vacanciers n'ont pas été favorables à la consommation dans les restaurants, les activités de loisirs et les commerces qui tirent moins bien leur épingle du jeu que les hébergeurs.

SÈTE

Une saison marquée par un recul global de 10% du nombre de nuitées au 15 septembre et une très légère augmentation des excursions (+4%). Cette baisse fait suite à une augmentation de 10% des nuitées en 2023.

Le cœur de l'été accuse un recul de 17% des nuitées et un même niveau de fréquentation par les visiteurs à la journée que l'an dernier. Le 1^{er} semestre bénéficie quant à lui d'un nombre de nuitées stable en référence à 2023 et une augmentation des excursions de 7% portée par Escala à Sète et les ponts de mai. En résumé, plus de touristes au printemps et en hiver et moins en été, ce qui correspond parfaitement à la stratégie mise en place depuis plusieurs années pour obtenir une fréquentation plus apaisée de la ville en cœur d'été.

Cependant les contraintes budgétaires des vacanciers, combinées à un choix plus important de séjours en locations saisonnières au détriment de l'hôtellerie traditionnelle, impactent la consommation dans les autres secteurs d'activités touristiques et les commerces de la ville.



Du côté de l'Office de tourisme

Au 30 août, 265 000 personnes ont franchi les portes des 7 bureaux d'accueil de l'Office de tourisme, soit une augmentation de 7% comparativement à 2023.

Cette fréquentation reflète celle du territoire : plus forte progression au printemps notamment en raison d'Escale à Sète, baisse de fréquentation en juillet et août, beaucoup de demandes d'information en lien avec les vélos, les bus et les animations

L'Office de tourisme est sorti de ses murs lors d'événements et animations sur l'ensemble du territoire de l'Archipel de Thau, telles que les Augustales à Loupian, les Médiévales à Balaruc-le-Vieux, les Estivales de l'Archipel de Thau, le marché nocturne de Bouzigues ou sur des sites fréquentés comme l'Abbaye Saint-Félix de Gigean et au départ de bateaux bus à Mèze et Sète.

Ces accueils en mobilité permettent d'aller à la rencontre des vacanciers mais aussi de nombreux habitants du territoire qui n'ont pas l'habitude de se rendre à l'Office de tourisme et apprécient particulièrement ces temps d'échange.



Une offre de festivals toujours plébiscitée

L'Archipel de Thau bénéficie d'une offre culturelle de première envergure portée en saison par la richesse et la diversité de la programmation des festivals, qui contribue à la notoriété de la destination et qui **attire un public très nombreux**.

- **Théâtre de la mer : 161 289 spectateurs**
- **Fiesta Sète : 14 539**
- **Voix Vives : 72 628**
- **Demi-festival : 7 000**
- **Worldwide festival : 2 500**
- **Scopie Fun Fest : 1 600**
- **Festival de Thau : 11 370**
- **Family Piknik :**
- **Festival du Roman noir :**
- **Festival du Muscat :**

Données non
communiquées
à ce jour

SOURCES :

- **Taux de réservation/ occupation**
Données issues du dispositif G2A de collecte des réservations des hébergeurs professionnels et particuliers analysant 69% des lits commercialisés.
- **Fréquentation**
Données Flux vision Tourisme Orange dans le cadre d'un partenariat avec Hérault Tourisme / VisitData
- **Avis des professionnels**
Établi à partir de l'enquête de conjoncture menée dans le cadre du dispositif régional du CRTL Occitanie, en partenariat avec Hérault Tourisme. Enquête réalisée par mail et appels téléphoniques sur une base de 220 professionnels de la destination Archipel de Thau.



DÉCOUVREZ
les multiples facettes de notre Archipel



Simplement **unique.**