



# LES **CHIFFRES CLÉS** DU TOURISME

En Ariège-Pyrénées

ÉTÉ 2020

- › Hébergements
- › Sites touristiques
- › Activités outdoor
- › Clientèles touristiques



# SAISON ÉTÉ 2020

## Une activité touristique impactée par la crise sanitaire

La crise sanitaire liée à la pandémie de la Covid-19 a fortement marqué cette saison estivale 2020. Même si le cœur de la saison a été favorable, il ne compensera pas les pertes engendrées sur l'ensemble de la saison.

En effet, le mois de juin est rythmé par les phases de déconfinement successives ainsi que par la mise en place des mesures sanitaires dans les établissements touristiques. Ce contexte a induit pour certains établissements une ouverture progressive et pour d'autres un report de leur ouverture.

Le mois de juillet confirme une reprise de l'activité mais reste encore empreint par la crise sanitaire. L'activité est disparate selon les secteurs touristiques.

Appuyé par une météo estivale, le mois d'août,

cœur de la saison estivale, a été dynamique.

Après ce mois d'août performant pour la plupart des professionnels, le mois de septembre s'en distingue nettement. L'absence de la clientèle étrangère, groupe, scolaires, seniors et affaires a durement impacté cette fin de saison. A cela s'ajoute les annulations d'évènements culturels et sportifs ainsi qu'une météo contrastée.

Les profils de la clientèle ainsi que leur comportement se démarquent des années précédentes. Les réservations se font à l'ultra dernière minute, bien plus que les années précédentes, et les séjours sont plus courts. Ce comportement est dû aux incertitudes liées à l'évolution sanitaire. La clientèle locale et la clientèle de proximité sont plus importantes et boostent l'activité touristique. Sans grande surprise on relève un repli de la clientèle groupe et étrangère impactant les ailes de saison.

Conception et réalisation : Kudeta et ADT Ariège-Pyrénées.  
Rédaction : ADT Ariège-Pyrénées.  
Impression : SCOP Imprimerie de Ruffié.  
Photos : ADT09 / S. Meurisse, De beaux Lendemaïns, Shutterstock  
Infographie : Flaticon

## SOMMAIRE

MÉTHODOLOGIE

P°4

LEXIQUE

P°5

LA FRÉQUENTATION  
DANS LES HÉBERGEMENTS

P°6

LES SITES TOURISTIQUES

P°14

LES ACTIVITÉS OUTDOOR

P°16

LE BIEN-ÊTRE  
ET THERMALISME

P°18

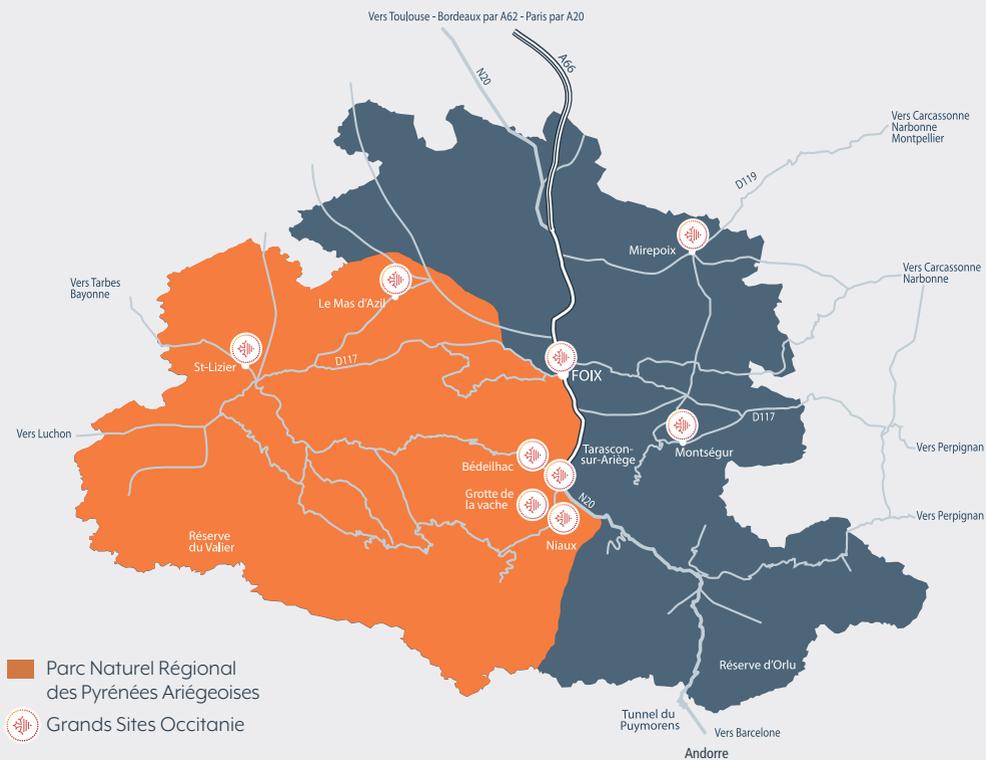
LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE

P°20

ÉTUDE DES CLIENTÈLES  
TOURISTIQUES

P°26

## LE TERRITOIRE ARIÉgeois



## DATES MARQUANTES DE LA SAISON

## VACANCES SCOLAIRES ET JOURS FÉRIÉS FRANÇAIS

VACANCES SCOLAIRES

Du 04 juillet au 31 août

JOURS FÉRIÉS

Lundi 01 juin / Mardi 14 juillet / Samedi 15 août

## VACANCES SCOLAIRES DES PRINCIPALES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES

 ESPAGNE

Du 20 juin au 07 septembre

 BELGIQUE

Du 01 juillet au 31 août

 GRANDE BRETAGNE

Du 07 juillet au 02 septembre

 PAYS-BAS

Du 07 juillet au 30 août

# MÉTHODOLOGIE

L'observation touristique nécessite de s'appuyer sur un large réseau de partenaires et d'associer différentes méthodes d'enquête dont l'objet est de recueillir les données utiles à la compréhension des phénomènes touristiques.

## Enquêtes réalisées

par le GOTA (groupe d'observation touristique Ariège-Pyrénées)

Chaque mois, les prestataires sont interrogés via un questionnaire en ligne qui permet d'établir les notes de conjoncture mensuelles. Ces enquêtes permettent de faire émerger le ressenti des professionnels sur leur activité ainsi que les tendances de consommation.

De plus afin de construire le bilan été, des enquêtes ont été menées auprès des professionnels : activités de loisirs, refuges et sites de visites. Elles ont été lancées en octobre 2020.

## Enquêtes de fréquentation

Les enquêtes de fréquentation dans les hébergements (hôtellerie, hôtellerie de plein air, autres hébergements collectifs) sont menées en partenariat avec l'INSEE et le CRT Occitanie. Elles constituent un outil de mesure de la fréquentation française et étrangère. L'INSEE collecte les données de fréquentation et fournit mensuellement et semestriellement les résultats bruts de ces enquêtes. Les données recueillies sont analysées par l'ADTAP afin d'alimenter la mesure de l'activité touristique.

## Flux Vision Tourisme

Depuis 2014, l'ADTAP s'est dotée d'un dispositif innovant, récent et évolutif qui apporte une connaissance d'une grande richesse dans l'observation touristique : Flux Vision Tourisme.

Qu'est-ce que Flux Vision Tourisme ?

« Flux Vision Tourisme » est une solution innovante développée par Orange, co-construite avec Tourisme & Territoires (réseau national des CDT/ADT). Elle produit des indicateurs de mobilité à partir de l'analyse du déplacement des personnes via le réseau mobile. Elle est développée en accord avec la CNIL grâce à une anonymisation des données. Une segmentation (qualification d'un mobile en « touriste », « résident »,...) est effectuée en tenant compte de l'adresse de facturation et des durées et fréquences de séjours. Un redressement est effectué pour passer de x mobiles à y personnes en tenant compte d'un ensemble de facteurs comme le taux d'équipement en mobile et la part de marché d'Orange.

Depuis 2019, la solution a fait l'objet d'une évolution majeure appelée « Tourisme Générique » et induit une rupture de série dans les données au 1er janvier 2019.

*Note d'utilisation : « Flux Vision Tourisme » est une méthode récente qui fait l'objet de travaux permanents d'optimisation tant dans les méthodes de production que de traitement. Les données sont donc sujettes à évolution dans l'avenir.*

### LISTE DES PARTENAIRES

- > Offices de Tourisme du département de l'Ariège,
- > Conseil départemental de l'Ariège,
- > Comité Régional du Tourisme Occitanie,
- > Confédération Pyrénéenne du Tourisme,
- > Tourisme & Territoires.

# LEXIQUE

Ce glossaire présente les définitions des principaux indicateurs utilisés dans cette édition.

## INDICATEURS GÉNÉRAUX



### NUITÉE TOURISTIQUE :

Unité de mesure de la fréquentation touristique, désignant une nuit passée dans un hébergement par un touriste (ex. : deux personnes séjournant trois nuits dans un hôtel comptent ainsi pour six nuitées de même que six personnes ne séjournant qu'une nuit).



### TAUX D'OCCUPATION :

Proportion des chambres, emplacements ou meublés occupés par rapport à l'offre disponible durant la période observée.



### DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR :

Exprime le rapport entre les arrivées et les nuitées. Elle est généralement exprimée en jours.



### HÉBERGEMENT MARCHAND :

Tout type d'hébergement qui implique une transaction commerciale et financière.



### HÉBERGEMENT COLLECTIF :

Auberges de jeunesse, centres internationaux de séjour, centres sportifs, résidences de tourisme, résidences hôtelières de chaîne, villages vacances, maisons familiales.



### HÉBERGEMENT NON MARCHAND :

Hébergement qui n'implique pas de transaction commerciale ou financière. On y retrouve les résidences secondaires et l'hébergement gratuit chez des amis ou dans la famille.

## INDICATEURS FLUX VISION



### TOURISTE :

Personne ayant passé au moins une nuitée sur le territoire pour tout motif et dans toute forme d'hébergement (marchands, résidences secondaires, famille...).



### EXCURSIONNISTE :

Personne présente plus de 2H sur la zone d'observation ne réalisant pas de nuitées la veille et le soir du jour étudié et présente moins de 5 fois en journée sur les 15 derniers jours.



### RÉSIDENT :

Personne dont la présence majoritaire est dans la zone d'observation et qui a réalisé au moins 22 nuits dans sa zone de présence majoritaire.



### HABITUELLEMENT PRÉSENT :

Personne qui n'est pas résident de la zone d'observation mais qui a été vue de manière récurrente sur cette zone : plus de 4 fois sur des semaines différentes au cours des 8 dernières semaines.



# LA FRÉQUENTATION DANS LES HÉBERGEMENTS

Avec la mise en place du confinement à la mi-mars 2020, l'Insee a décidé de suspendre l'enquête de fréquentation dans les hébergements touristiques (hôtels, campings et autres hébergements collectifs de tourisme). Un dispositif dit « allégé » a été mis en œuvre, portant uniquement sur les hôtels. Il consiste à récupérer les données en sollicitant le moins possible les hôtels, sur un nombre restreint de questions. Ainsi les données sur les origines de la clientèle ne sont pas disponibles sur cette saison.

*Sources : INSEE en partenariat avec la DGE et des partenaires régionaux, enquêtes réalisées par l'ADTAP auprès des gardiens de refuges, du club alpin français et de Gîtes de France Ariège.*

## LA FRÉQUENTATION HÔTELIÈRE

En juillet, la levée des restrictions de déplacement, conjuguée à l'arrivée des vacances scolaires, permet au secteur de retrouver des couleurs.

Au niveau régional, en juillet-août, le nombre de nuitées dans les hôtels baisse de 21 % par rapport à 2019, une évolution plus favorable qu'en France métropolitaine où la fréquentation diminue de 29 % sur la même période. En Occitanie, comme dans les autres régions, la présence de la clientèle résidant en France compense en partie l'absence de clientèle en provenance de l'étranger.

La reprise est plus nette au mois d'août, avec une fréquentation en baisse de 14 %, alors qu'en juillet les nuitées dans les hôtels diminuent de 29 %.

En septembre, la reprise de l'épidémie et le renforcement des mesures de restrictions sanitaires impactent fortement l'activité des hôtels de la région avec une fréquentation en baisse de 35 % par rapport à septembre 2019.

NUITÉES EFFECTUÉES  
EN AOÛT

43%

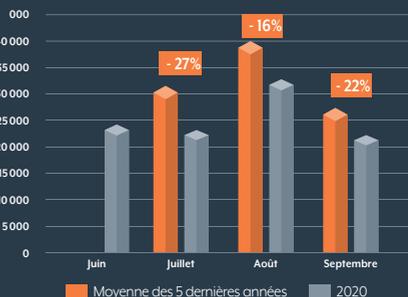
Juillet : **29%**  
Août : **43%**  
Septembre : **28%**

76 287

NUITÉES DE JUILLET À SEPTEMBRE  
(contre 97 774 en 2019)

UNE BAISSÉ DE  
21%

des nuitées par rapport à la moyenne des 5 dernières années



## Une clientèle majoritairement française



Sans surprise, sur la saison estivale, la clientèle étrangère est en nette baisse par rapport à la saison dernière (-55%).

La clientèle française quant à elle est en baisse de 10% par rapport à la saison dernière. Le mois d'août enregistre une hausse de 5% des nuitées.

## Un raccourcissement de la durée de séjour

DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR DE LA CLIENTÈLE FRANÇAISE

**1,74 jour**

(contre 1,73 en 2019)

Juillet : **1,6**  
Août : **1,8**  
Septembre : **1,82**

La durée moyenne de séjour reste stable par rapport à la saison dernière. Cependant la tendance observée ces dernières années liée au raccourcissement de la durée moyenne de séjour se poursuit. En effet, elle est de 1.74 jours en moyenne dans l'hôtellerie contre 1.83 jours sur la moyenne des 5 dernières années. .

## Nombre de nuitées françaises

## Nombre de nuitées étrangères

	juin	juillet	août	sept
Moyenne des 5 dernières années	19 371	23584	29 621	22 433
Saison 2020	NC	19 646	32 426	18 931
Variation		↘ -17%	↗ 9%	↘ -16%

	juin	juillet	août	sept
Moyenne des 5 dernières années	4 818	7 206	9 500	4 787
Saison 2020	NC	2 662	3 425	2 194
Variation		↘ -63%	↘ -64%	↘ -54%

## Un taux d'occupation en hausse de 1 point par rapport à la moyenne des 5 dernières années, marqué par une forte progression en juin



## LA FRÉQUENTATION DANS L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

Au niveau régional, l'hôtellerie de plein air enregistre une hausse de fréquentation de 1,6%, un rythme inférieur à la France métropolitaine (+2,9%). L'Occitanie se place au deuxième rang des régions accueillant le plus de campeurs, derrière la Nouvelle-Aquitaine.

Au niveau régional, la fréquentation des sites d'hôtellerie de plein air est en hausse de 5% par rapport à la saison dernière et de 4% par rapport à la moyenne des 5 dernières années.

On constate encore cette année un affaiblissement du mois de juillet et une augmentation sur le mois d'août que ce soit de la part de la clientèle française ou de la clientèle étrangère. Les tendances observées les années précédentes sont confortées cette saison, avec des dynamiques que ceux des campements nus.

## EN ATTENTE DONNÉES INSEE

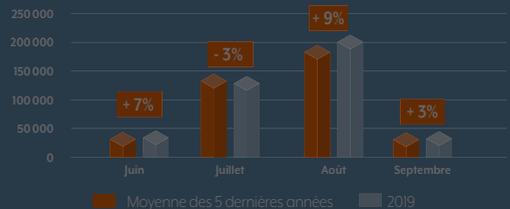
# 442 437

NUITÉES DE JUIN À SEPTEMBRE  
(contre 421 959 en 2018)

UNE HAUSSE DE

# 4%

par rapport à la moyenne des 5 dernières années



## Près de la moitié des nuitées effectuées en août

# 48%

Juin : **10%**  
 Juillet : **32%**  
 Août : **48%**  
 Septembre : **10%**

Les ailes de saison continuent leur progression avec notamment un mois de juin en hausse de 7% par rapport à la moyenne des 5 dernières années.

## ORIGINE DES CLIENTÈLES

Les données sur l'origine des clients de la saison 2019 sont en cours de validation. Les évolutions sur les variables de la saison 2019 sont donc à prendre avec grande précaution, portant sur peu d'unités. Elles sont extrêmement volatiles.

# EN ATTENTE DES DONNÉES INSEE

## Une clientèle majoritairement française



En comparaison avec l'année précédente la clientèle étrangère est en hausse de 8 points et en recul de 5 points par rapport à la moyenne des 5 dernières années. Ce sont les mois de juin, juillet et septembre qui semblent le plus impactés par cette baisse. A l'inverse, le mois d'août enregistre une hausse de 8 points.

La clientèle française quant à elle est en hausse de 6 points sur l'ensemble de la saison estivale en comparaison avec les 5 dernières années. Ce sont les mois de juin et d'août qui connaissent une plus forte progression.

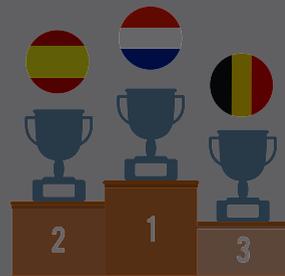
## Nombre de nuitées étrangères en baisse

	juin	juillet	août	sept
Moyenne des 5 dernières années	9 645	29 268	32 903	8 974
Saison 2019	7 970	24 999	35 617	7 725
Variation	▼-17%	▼-15%	▲8%	▼-14%

## Nombre de nuitées françaises stable

	juin	juillet	août	sept
Moyenne des 5 dernières années	35 350	114 228	160 965	34 490
Saison 2019	38 371	114 672	175 870	37 213
Variation	▲9%	▲0%	▲9%	▲8%

## Top 3 des clientèles internationales

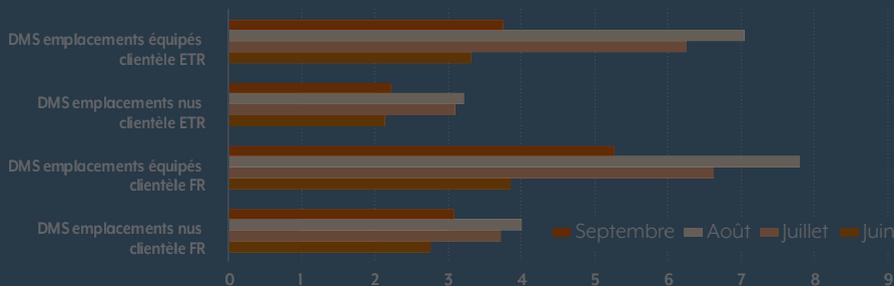


1. Pays-Bas (31%)
2. Espagne (26%)
3. Belgique (13%)

Des durées moyennes de séjour (DMS) plus longues en emplacements équipés et pour la clientèle française

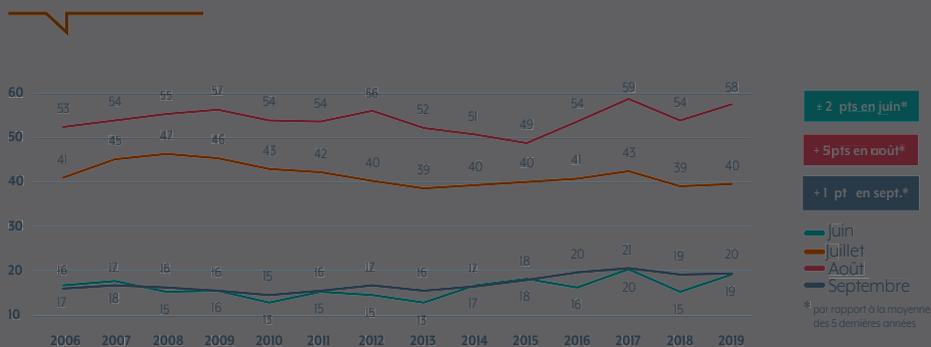
DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR

4 jours



**EN ATTENTE DES DONNÉES INSEE** Par rapport à la même période de l'année dernière, la fréquentation estivale (-5%) est plus étendue sur les ailes de saison particulièrement le mois de juin (+2%) porté par le weekend prolongé de pentecôte.

Un taux d'occupation en hausse de 1 point par rapport à la moyenne des 5 dernières années



Un meilleur taux d'occupation  
pour les emplacements équipés



# EN ATTENTE DONNÉES INSEE

## 28%

EN MOYENNE POUR LES EMBLEMES NUS SUR LA SAISON ESTIVALE

## 49%

EN MOYENNE POUR LES EMBLEMES EQUIPÉS SUR LA SAISON ESTIVALE



## LA FRÉQUENTATION DANS LES HÉBERGEMENTS COLLECTIFS

Les autres hébergements collectifs touristiques (AHCT) comprennent notamment les résidences de tourisme (dont les appart'hôtels), villages de vacances, maisons familiales et auberges de jeunesse. Fermés d'avril à juin et moins orienté vers la clientèle de proximité et française, ils enregistrent sur la période de juillet à septembre une baisse de 13% des nuitées par rapport à la même période de l'année précédente.

# 125 300

NUITÉES DE JUILLET À SEPTEMBRE

dans les résidences de tourisme et villages vacances.

Un taux d'occupation de 50% sur  
la saison estivale

	2019	2020	Évolution
Juillet	50,33	44,98	↘ -11%
Août	65,8	63,46	↘ -4%
Sept.	41,01	42,36	↗ 3%

## LA FRÉQUENTATION DANS LES REFUGES



La fréquentation dans les refuges est marquée par le contexte sanitaire. L'activité enregistre un net repli par rapport aux années précédentes, soit -38% par rapport à l'année précédente et -31% par rapport à la moyenne des 5 dernières saisons. Les mois de juillet et août concentrent 76% de l'activité de la saison. La clientèle est une clientèle majoritairement française et régionale.

### 3/4 DES NUITÉES EFFECTUÉES EN JUILLET ET AOÛT DURANT LA SAISON ESTIVALE :

Juin : 8%  
 Juillet : 34%  
 Août : 42%  
 Septembre : 16%

**-31% des nuitées par rapport à la moyenne des 5 dernières saisons**



EN MOYENNE

95%

de la clientèle est française

EN MOYENNE

5%

de la clientèle est étrangère

Une clientèle française, essentiellement régionale et locale.

### DES TENDANCES DE CONSOMMATION QUI ÉVOLUENT

Rajeunissement de la clientèle, plus de passage à la journée et plus de randonneurs en bivouac, plus de campeurs voulant profiter de la proximité du refuge (sécurité, restauration, sanitaires), hausse des réservations en ligne pour les établissements équipés.

## LA FRÉQUENTATION DANS LES MEUBLÉS DE TOURISME

**Note méthodologique :** Les données sont issues des réservations générées par la centrale de réservation de Gîte de France (téléphone + sites web).

En ce qui concerne le nombre de nuitées, sont ajoutées les réservations gérées par les propriétaires en location directe.

41 621 } NUITÉES DE JUIN  
À SEPTEMBRE 2020

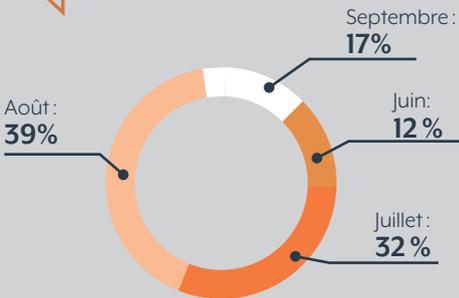
9,3 jours } DURÉE MOYENNE  
DE SÉJOUR

Le confinement du printemps a marqué l'activité des meublés de tourisme. Les demandes ont chuté de 67% durant cette période. A l'inverse, dès l'annonce de la fin du confinement la demande des séjours est repartie à la hausse avec une forte croissance.

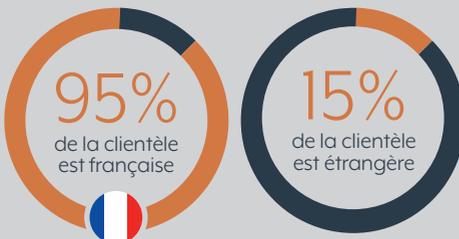
Ainsi le volume d'affaires progresse sur l'été, en dehors du mois de juin.

La demande de long séjour (15 jours) est plus importante qu'en 2019

### Un poids plus important pour le mois de septembre (+5 points par rapport à la saison dernière)



### Une clientèle majoritairement française



### Top 5 de la clientèle française



1. Haute Garonne : 11%
2. Loire Atlantique : 6%
3. Bouches-du Rhône : 4%
4. Gironde : 4%
5. Hérault : 4%

La clientèle de proximité, originaire de la Haute-Garonne est la première clientèle génératrice de nuitées. Elle est suivie par la clientèle de la façade ouest à savoir la Loire Atlantique.

A noter que l'on constate une hausse importante de la clientèle originaire de l'Hérault ainsi que des Bouches-du-Rhône.

La clientèle locale originaire du département est également génératrice de nuitées. Le contexte sanitaire a sans doute impulsé cette tendance.

# LA FRÉQUENTATION DES SITES TOURISTIQUES

Le mois de juin est marqué par le déconfinement progressif qui autorise notamment les déplacements à plus de 100Km. Néanmoins, près de la moitié des sites sont restés fermés sur ce mois, le temps de mettre en place les mesures sanitaires. Pour les sites ouverts au mois de juin, la clientèle locale a été au rendez-vous et a dynamisé l'activité, mais les groupes scolaires sont absents.

Le mois de juillet connaît une reprise de l'activité mais reste fortement impacté par l'absence de groupes. Le mois d'août enregistre un flux important. Le mois de septembre reste stable.

## ÉVOLUTION DE LA RÉPARTITION DE LA FRÉQUENTATION DES SITES DE VISITE SUR LA SAISON ESTIVALE

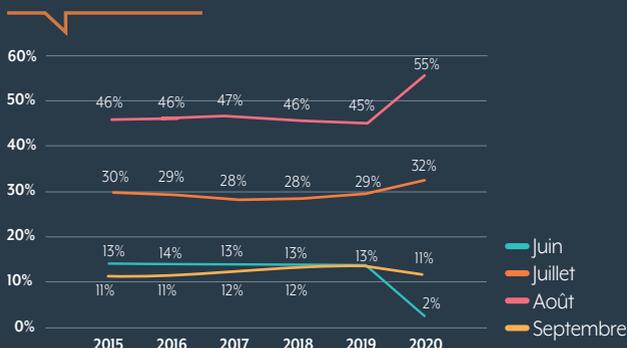
# 252 400

ENTRÉES VENDUES  
sur la saison estivale

Le poids du mois d'août représente plus de la moitié de la fréquentation des sites de visite.

**Note méthodologique :** La répartition de la fréquentation a été mesurée sur une base fixe de 7 sites de visite.

## Évolution de la répartition de la fréquentation des sites de visite sur la saison estivale



SITES AYANT PLUS DE 1500 ENTRÉES DURANT LA SAISON ESTIVALE	2019	2020	Évolution
Au Pays des Traces à Saint-Lizier	2 665	1 978	↘ -26%
Boutique des Colporteurs à Soueix-Rogalle	3 126	2 778	↘ - 11%
Carrière de Talc de Trimouns à Luzenac	5 376	Fermé	
Château de Foix	68 404	60 009	↘ -12 %
Château de Lagarde	3 210	nc	
Château de Lordat	2 947	accès libre	
Château de Montségur	28 375	30 397	↗ 7%
Château de Seix	2 748	3 538	↗ 29%
Château d'Usson	1 252	2 329	↗ 86%
Domaine des Oiseaux à Mazères	5 805	nc	
Ecomusée d'Alzen	nc	2 940	
Ferme aux bisons à Lapenne	4654	nc	
Ferme aux reptiles de La Bastide de Sérrou	7 319	7 807	↗ 7%
Ferme Mohair des Pyrénées à Moulis	2 235	2 438	↗ 9%
Forges de Pyrène à Montgaillard	21 835	10 351	↘ -53%
Grotte de Bedeilhac	4 525	5 414	↗ 20%
Grotte de Lombrives	nc	nc	
Grotte de Niaux	18 402	14 163	↘ -23%
Grotte et Musée du Mas d'Azil	23 556	25 562	↗ 9%
Rivière souterraine de Labouiche	46 096	Fermé	
Jardin de curé à Seix	4 943	1 778	↘ -64%
Maison des loups à Orlu	30 756	30 357	= -1%
Musée de Montségur	10 849	nc	↗ -6%
Musée du palais des évêques à Saint-Lizier	9 373	Fermé	
Musée du textile et du peigne en corne à Lavelanet	1 808	1 352	↘ -25%
Parc aux Bambous à Lapenne	4 472	nc	
Parc de la préhistoire de Tarascon-sur-Ariège	38 986	28 746	↘ -29%
Rail Modelisme Ariégeois (Reve et magie du rail)	2 243	1 050	↘ -53%
XPLORIA au Mas d'Azil	8 130	9 076	↗ 12%

# LES ACTIVITÉS DE LOISIRS

Les loisirs ont été impacté par la crise sanitaire notamment sur les ailes de saison. En effet, la clientèle groupe et particulièrement les scolaires ont été absents sur le mois de juin. La clientèle locale et de proximité ont toutefois dynamisé leur activité. La météo estivale, couplée à l'envie de la clientèle de pratiquer des activités en extérieur ont été favorables aux activités de loisirs. Enfin, le mois de septembre contraste avec l'activité performante de la saison. Le contexte sanitaire, ne favorisant pas les activités en groupe, et la météo peu clémente ont été préjudiciables aux activités de loisirs.

## LES ACTIVITÉS D'ÉTÉ DES STATIONS EN JUILLET ET AOÛT

**+8%** de passages en télécabine - télésiège et +9% de VTT descente par rapport à l'année précédente.

Les stations Ax 3 Domaines, Guzet et Les Monts d'olmes proposent des activités durant l'été qui séduisent la clientèle.



PIÉTONS TÉLÉCABINE - TÉLÉSIÈGE  
19 364 PASSAGES



VTT DE DESCENTE  
4 302 DESCENTES



LUGE GUZET EXPRESS  
8 282 DESCENTES EN LUGE



MOUNTAIN KART GUZET  
1 136 PASSAGES





## ZOOM SUR DES ACTIVITÉS

Source : une enquête a été lancée auprès des professionnels d'activités de loisirs. Les activités sélectionnées concernent les activités dont le taux de réponse est supérieur à 30%.

### ACCROBRANCHE ET PARCOURS AVENTURE

Les activités accrobranche et parcours aventure ont le vent en poupe.

Elles attirent une clientèle familiale, désireuse de partager un moment en famille.

L'activité du mois d'août a été intense. La clientèle locale a dynamisé les ailes de saison.



Source : enquêtes réalisées par l'ADTAP, taux de réponse : 33%

### EAUX VIVES

Les professionnels d'activités eaux vives sont impactés par l'absence de la clientèle groupe (colonies, comité d'entreprises, centres de loisirs) sur le début de saison et sur le mois de septembre.

Le coeur de saison (juillet et août) a été dynamique mais ne compensera pas les pertes engendrées.



### TENDANCES DE CONSOMMATION

- Des réservations à la dernière minute en fonction des conditions climatiques et des envies de la clientèle
- Budget maîtrisé, choix dans les sorties
- Une nouvelle clientèle, séduite par l'offre d'activité proposée

### PÊCHE

3 508

CARTES VENDUES AU LAC DE BETHMALE

DONT

3 705

CARTES VENDUES À L'ETANG DE LERS

DONT

74% 26%

D'ADULTES D'ENFANTS DE -DE 12 ANS

81% 19%

D'ADULTES D'ENFANTS DE -DE 12 ANS

Au total 7 213 cartes vendues sur ces 2 sites qui jouent pleinement leur rôle dans l'offre de pêche famille estivale.



### Une activité concentrée en juillet et août



Source : Fédération de l'Ariège de pêche et de protection

Source : enquêtes réalisées par l'ADTAP, taux de réponse 50%

# LE BIEN-ÊTRE ET THERMALISME

3 stations thermales (Ax-les-Thermes, Ussat-les-Bains et Aulus-les-Bains) accueillent des curistes en Ariège et 2 espaces de bien-être complètent cette offre. Cette année, en raison du contexte sanitaire, les établissements thermaux étaient fermés au mois de juin.

Source : Cneth, CRT Occitanie, Groupe Observatoire tourisme Ariège

## CURES THERMALES

**Une baisse du nombre de cures thermales** par rapport à la saison dernière

↘ 44%

**Une baisse du nombre de cures thermales** par rapport à la moyenne des 5 dernières années

↘ 42%

2 588

ASSURÉS SOCIAUX  
de juillet à septembre 2020

(assurés sociaux ayant suivi une cure de 18 jours sur prescription médicale).





## PRESTATIONS BIEN-ÊTRE

### Prestations bien-être

24 092

PRESTATIONS BIEN-ÊTRE  
SUR LA SAISON ESTIVALE

SOIT UNE BAISSSE DE

40%

par rapport à la saison d'été 2019

SOIT UNE BAISSSE DE

44%

par rapport à la moyenne des 5  
dernières années

Sur la saison estivale,  
le mois d'août représente près  
de la moitié de la fréquentation

21%  
Septembre

5%  
Juin



28%  
Juillet

46%  
Août



# LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE

La fréquentation touristique est mesurée à l'aide de l'outil Flux Vision Tourisme\*. L'analyse des données a permis notamment de déterminer le nombre de nuitées touristiques de la saison estivale 2020 (de juin à septembre) l'origine de la clientèle ainsi que les excursionnistes.

\*définition de la méthodologie Flux Vision Tourisme en page 4

## LES NUITÉES TOURISTIQUES

**Nombre de nuitées touristiques** entre juin et septembre 2020

**3 389 000**  
NUITÉES

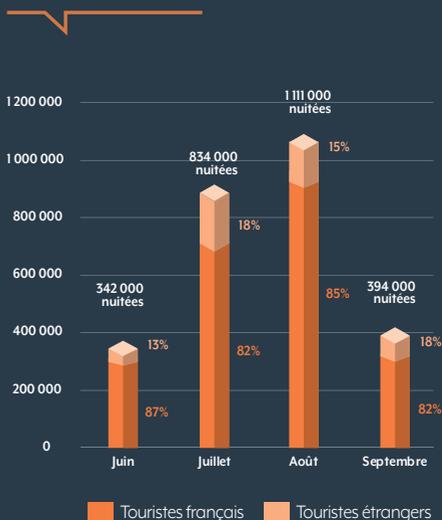
DONT

**2 682 000**  
NUITÉES EFFECTUÉES  
PAR DES TOURISTES

**707 000**  
NUITÉES EFFECTUÉES  
PAR DES PERSONNES  
HABITUELLEMENT  
PRÉSENTES

(personnes n'habitant pas sur le département mais y séjournant comme les résidents secondaires avec de fréquents séjours, les étudiants ou les travailleurs y venant pour la semaine).

**84% des nuitées touristiques**  
d'origine française (contre 75% en 2019)



**Une fréquentation concentrée**  
sur le mois d'août

FRÉQUENTATION  
EN AOÛT

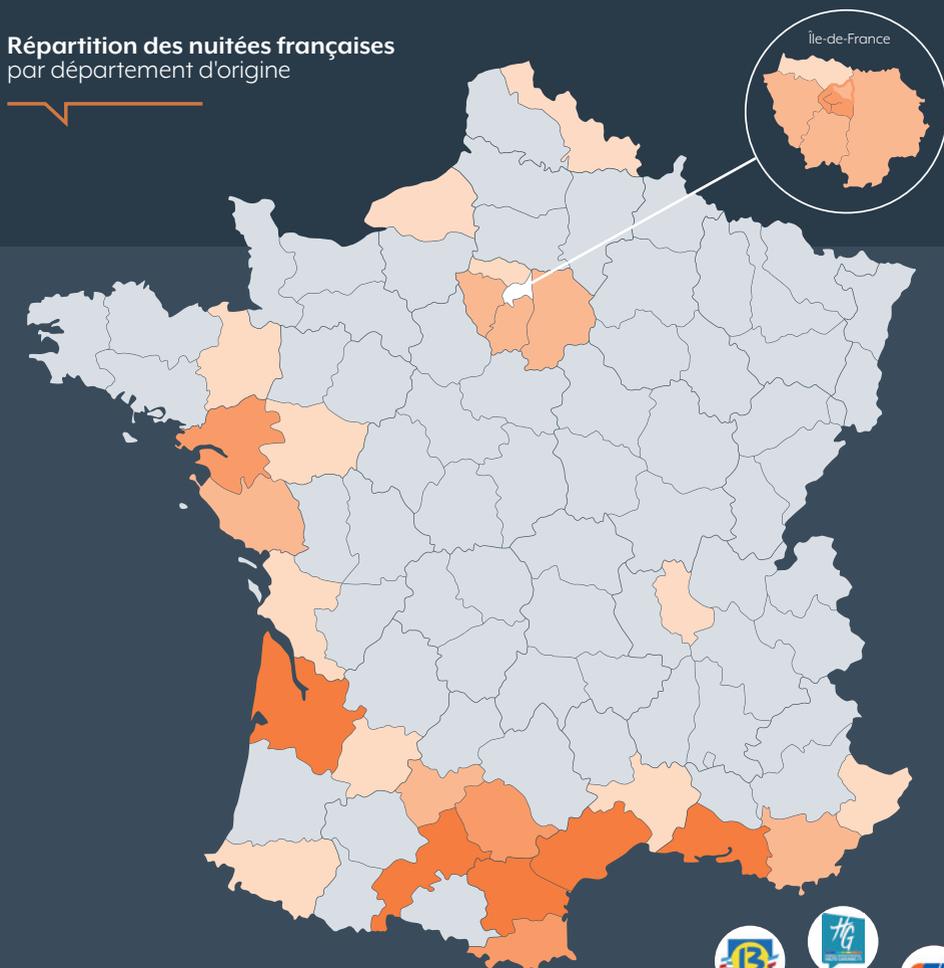
**41%**

Juin : **13%**  
Juillet : **31%**  
Août : **41%**  
Septembre : **15%**



## ORIGINE DE LA CLIENTÈLE FRANÇAISE

Répartition des nuitées françaises  
par département d'origine

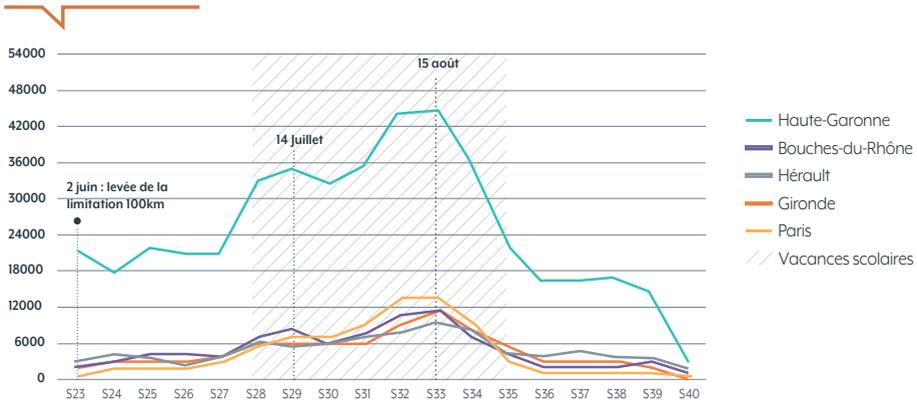


- Plus de 70 000 nuitées
- De 40 000 à 70 000 nuitées
- De 30 000 à 40 000 nuitées
- De 20 000 à 30 000 nuitées



1. Haute-Garonne (454 200 nuitées)
2. Bouches-du-Rhône (90 500 nuitées)
3. Hérault (85 300 nuitées)

## Nuitées touristiques des 5 clientèles départementales les plus représentées



Sur la saison estivale 2020 la clientèle française représente 84% des nuitées touristiques contre 76% en 2019.

La provenance des touristes français est équivalente à l'année précédente. En effet, on retrouve une part importante de la clientèle de proximité avec 39% de la clientèle originaire de l'Occitanie (en hausse de 2.8% par rapport à 2019). On constate une hausse de 9% par rapport à 2019 de la clientèle originaire d'Ile de France. Enfin la troisième clientèle régionale est originaire de la Nouvelle-Aquitaine (en hausse de 2%).

Les cinq départements les plus représentés sur la période estivale sont la Haute-Garonne (20%), les Bouches-du-Rhône, l'Hérault, la Gironde et Paris à hauteur de 4% pour chacun.

La clientèle originaire du département de la Haute-Garonne est présente dès la première semaine du mois de juillet (semaine 27) précédant les vacances scolaires. On observe également des pics de fréquentation sur les weekends de la part de cette clientèle de proximité.

On note également un flux important de ces clientèles les semaines 32 et 33 (du 03 août au 16 août).

## Top 3 des régions les plus représentées



1. Occitanie (38%)
2. Île-de-France (14%)
3. Nouvelle-Aquitaine (11%)



## LA FRÉQUENTATION DIURNE DES EXCURSIONNISTES

Les indicateurs de fréquentation diurne donnent la fréquentation des personnes présentes entre 06h et 00h sur la zone d'étude. Un excursionniste est une personne ne réalisant pas de nuitées la veille et le soir du jour étudié sur la zone d'observation et présente moins de 5 fois en journée sur les 15 derniers jours.

### Près d'1/4 d'excursionnistes

Sur la saison estivale, de juin à septembre les touristes présents en journée représentent 15% de la population présente et les excursionnistes 24%. On constate que les résidents sont en hausse de 8% par rapport à la même période l'an passé. Les excursionnistes, quant à eux, sont en baisse de -5%, les personnes habituellement présentes en baisse (-10%) ainsi que les touristes (-10%).

LE POIDS DES TOURISTES PRÉSENTS EN JOURNÉE EST DE 15% ET LES EXCURSIONNISTES DE 24%.

Résidents: **53%**

Habituellement présents: **8%**

Touristes: **15%**

Excursionnistes: **24%**

### 44% des excursionnistes originaires de la Haute-Garonne



- |                        |                              |
|------------------------|------------------------------|
| 1. Haute Garonne : 44% | 4. Pyrénées-Orientales : 4%  |
| 2. Aude : 9%           | 5. Tarn-et-Garonne : 3%      |
| 3. Tarn : 4%           | 6. Autres départements : 36% |

# 3 225 000

EXCURSIONNISTES DE  
JUN À SEPTEMBRE

DONT

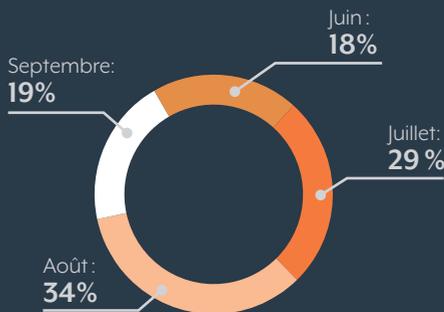
# 84%

D'EXCURSIONS DE PERSONNES  
D'ORIGINE FRANÇAISE (71% EN 2019)

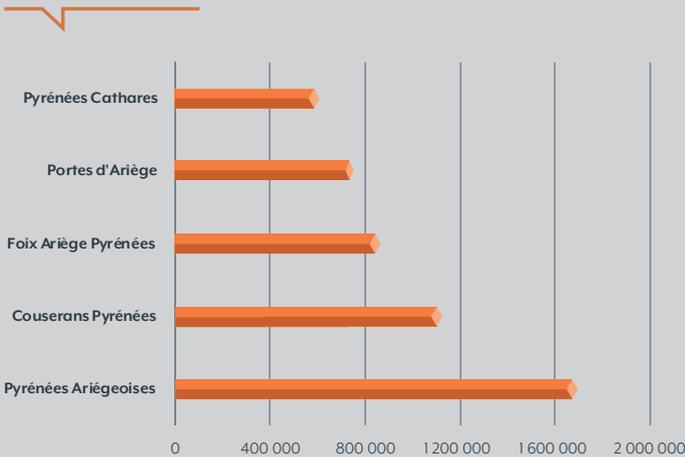
ET

# 16%

D'EXCURSIONS DE PERSONNES  
D'ORIGINE ÉTRANGÈRE (29% EN 2019)



## 34% des excursionnistes présents dans les Pyrénées Ariégeoises



Le poids du mois d'août est le plus prépondérant avec 34% des visites des excursionnistes et 29% sur le mois de juillet.

Plus précisément la clientèle française est en hausse sur les mois de juillet et août (+13%). Elle est plus dynamique sur le mois de juillet avec +22% des excursionnistes que sur le mois d'août (+6%).

Le mois de juin enregistre quant à lui une baisse de plus de 2% et le mois de septembre reste stable.

Les destinations qui ont enregistré la plus forte hausse des visites d'excursionnistes par rapport à 2019 sont les destinations de Foix Ariège Pyrénées avec +13% de visites d'excursionnistes et les Portes d'Ariège avec +10%.

Les destinations des Pyrénées Ariégeoises et les

Pyrénées Cathares enregistrent une baisse modérée avec -5% des visites d'excursionnistes pour chacune d'entre elles. Les visites d'excursionnistes de la destination du Couserans Pyrénées restent stables par rapport à l'année précédente.

Sur l'ensemble des destinations, la clientèle étrangère est en baisse ;

Les habitants du département ont participé à la dynamique touristique. Ainsi on note une hausse de cet excursionnisme local sur les destinations des Portes d'Ariège (+9%) et des Pyrénées Ariégeoises (+7%). Dans une moindre mesure on observe les Pyrénées Cathares (+4%), et Foix Ariège Pyrénées (+4%). La destination du Couserans enregistre une baisse de 6%



# ÉTUDE DES CLIENTÈLES TOURISTIQUES EN ARIÈGE-PYRÉNÉES

## ZOOM SUR LA SAISON ÉTÉ



L'Agence de Développement Touristique a réalisé une étude sur la connaissance des clientèles touristiques en Ariège sur une année pleine (de mai 2017 à fin avril 2018). Elle a été menée par le cabinet d'étude TCI Research au travers d'un double dispositif d'administration des enquêtes (en face-à-face sur 15 lieux d'enquête et post-séjour).

### Les objectifs visés peuvent être résumés autour de 4 grandes thématiques :

- › Étudier les profils de la clientèle touristique en séjour et excursionnistes en Ariège,
- › Analyser les caractéristiques des séjours et comportements sur tout le cycle d'expérience,
- › Mesurer la satisfaction des clientèles à propos des services et équipements touristiques sur les différentes facettes de leur parcours,
- › Quantifier les dépenses touristiques au global et en ventilant ces dépenses sur différents postes.

### Méthodologie de lecture

Une méthodologie ad'hoc a été déployée pour permettre l'atteinte des objectifs fixés. Un plan de sondage précis a été construit à partir des données de fréquentation et des volumétries mensuelles par territoire. En complément, la diversité des lieux d'enquête a permis de maximiser la représentativité de la clientèle pour couvrir les différentes motivations de séjour. Au final, le dispositif mis en place a permis le recrutement d'un échantillon robuste de 2 916 répondants.

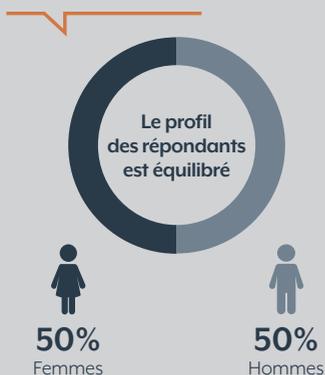
### Précautions de lecture

Panel été et annuel : l'étude a permis au travers des tris croisés d'obtenir des résultats par saison. Le panel été représente les données des touristes séjournant en Ariège durant cette saison. Afin de mettre en perspective ces résultats, les données annuelles départementales sont mentionnées.

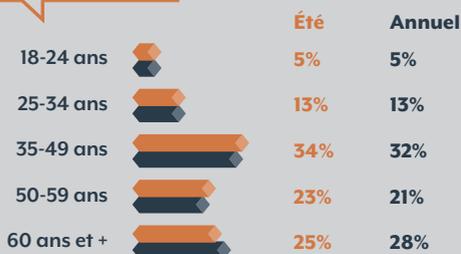
## PROFIL DES TOURISTES

## LES 35-49 ANS PLUS PRÉSENTS EN ÉTÉ

## Sexe



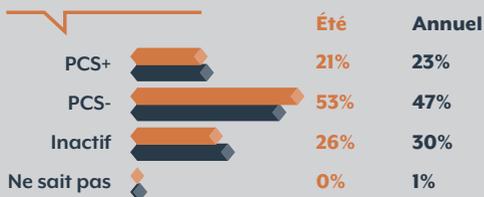
## Âge



Durant la saison estivale, la clientèle touristique est composée pour 57% de personnes ayant entre 35 et 59 ans, soit 4 points de plus que la moyenne annuelle départementale.

## UNE PÉRIODE PRIVILÉGIÉE PAR LES FAMILLES ET LES COUPLES

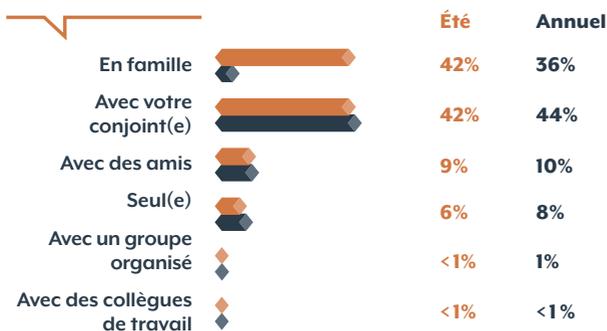
## Profession du chef de famille



En comparaison avec la moyenne annuelle, les PCS- correspondant aux employés et ouvriers sont plus représentés en été (53%). À l'inverse, les inactifs comportant les retraités sont moins représentés durant la période estivale.

PCS+ (directeur, manager, indépendant, professions libérales) / PCS- (employé, ouvrier) / Inactif (étudiant, femme/homme au foyer, sans emploi, retraité)

## Composition de la cellule de voyage



84%  
DES SÉJOURS  
SONT RÉALISÉS  
EN FAMILLE  
ET EN COUPLE

## UNE SAISON QUI ATTIRE LES PRIMO VISITEURS

### Antériorité de visite/ connaissance de la destination



**Près de 6 touristes sur 10 sont des « repeaters »**

dont 29% qui sont venus 5 fois et plus dans le département.

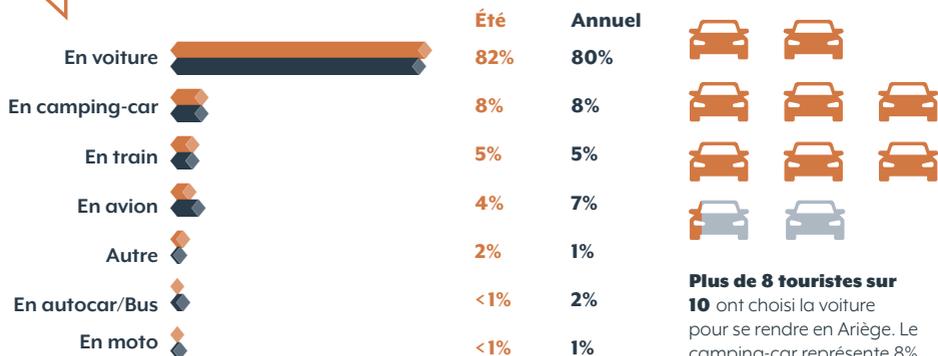
Même si l'Ariège continue d'attirer une clientèle fidèle durant la période estivale, l'été reste la période de prédilection pour les primo-visiteurs. En effet, 40% des séjours sont réalisés pour la 1<sup>re</sup> fois en été.



## CARACTÉRISTIQUES DES SÉJOURS

### LA VOITURE, AU CŒUR DE LA MOBILITÉ DES TOURISTES

#### Mode d'accès à la destination



**Plus de 8 touristes sur 10** ont choisi la voiture pour se rendre en Ariège. Le camping-car représente 8% des modes d'accès.

## L'ARIÈGE, DESTINATION PRINCIPALE DE SÉJOUR, MAIS...

## Destination principale du séjour

73% des touristes en été déclarent l'Ariège comme étant la destination principale de leur séjour. Les 27% restants ne font qu'une étape pour ensuite rejoindre leur destination, c'est 5 points de plus que la moyenne annuelle départementale.



Destination principale 73%  
Étape 27%

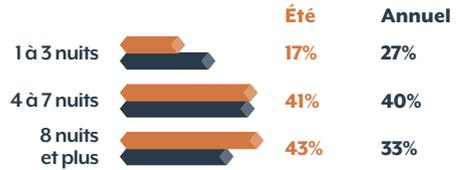


Destination principale 78%  
Étape 22%

## UNE DURÉE DE SÉJOUR PLUS LONGUE EN ÉTÉ

## Durée de séjour

C'est durant la période estivale que la durée moyenne de séjour est la plus longue. Elle est de 9.1 nuitées contre 8 nuitées en moyenne sur l'ensemble de l'année.

LES MEUBLÉS DE TOURISME  
ET LE CAMPING DOMINENTType(s) d'hébergement  
principalement utilisé(s)

Les meublés de tourisme et l'hôtellerie de plein air sont privilégiés par les touristes séjournant en été, en Ariège.



## MOTIVATIONS ET PRÉPARATION DU SÉJOUR

### Les événements spécifiques et la réputation de la destination, des facteurs de choix décisifs en été

En été, l'Ariège recrute ses primo-visiteurs grâce aux événements spécifiques qu'ils soient d'ordre culturels, sportifs ou familiaux. C'est un facteur décisif pour 40% des touristes. La réputation de la destination joue également un rôle important pour 28% des touristes.

#### LES FACTEURS DÉCISIFS DANS LE CHOIX DE LA DESTINATION POUR LES PRIMO-VISITEURS

	Été	Annuel
Événement spécifique culturel, sportif, familial...	40%	37%
C'est une destination incontournable, réputée	28%	20%
Quelqu'un de mon entourage me l'a conseillé	21%	26%
J'ai lu un article ou des informations sur internet concernant cette destination	6%	6%
C'est une destination géographiquement proche	6%	9%
J'ai vu une publicité attractive sur cette destination	3%	2%
Il y avait une offre spéciale /promotion	3%	3%
Je ne sais pas, ce n'est pas moi qui ai décidé	2%	5%
J'en ai entendu parler au journal TV	1%	1%
J'ai reçu une newsletter	1%	0,7%
J'étais déjà venu, et ça m'avait bien plu	0,5%	0,5%
Mon agence de voyage me l'a conseillé	0%	1%
J'ai lu un article dans la presse	0%	1%
Un film qui m'a donné envie d'y aller	0%	0%



## Détente, se mettre au vert et découverte au cœur des motivations de séjour en été

Durant la saison estivale, si l'envie de se détendre et de se relaxer domine, l'envie de se mettre au vert, de profiter des paysages et de découvrir de nouveaux endroits sont largement recherchés.



### MOTIVATION(S) DE SÉJOUR



## En été les Offices de Tourisme dominant comme source d'information pour préparer le séjour

De nombreuses sources d'information sont utilisées pour préparer le séjour. Cependant pour 1/3 des touristes, les Offices de Tourisme jouent un rôle essentiel en phase de préparation, soit 9 points de plus que la moyenne annuelle. Le web est mentionné par ¼ des touristes. 21% des répondants ne recherchent pas spécialement d'informations, étant hébergés dans l'entourage ou bien parce qu'ils connaissent parfaitement la destination.



# 33%

DES TOURISTES  
CONSULTENT  
LES OFFICES DE TOURISME  
LORS DE LA PHASE DE  
PRÉPARATION

### SOURCE(S) D'INFORMATION UTILISÉE(S) POUR PRÉPARER LE SÉJOUR

	Été	Annuel
Office de Tourisme	33%	24%
Moteurs de recherche sur internet	24%	30%
Pas de recherche	21%	24%
Site internet de la destination	20%	23%
Discussions avec votre entourage	19%	20%
Guide touristique	16%	11%
Brochures / Guides imprimés	10%	10%
Sites d'avis	5%	4%
Sites de réservation	4%	5%
Des forums	2%	1%
Comité régional ou départemental du tourisme	2%	2%
Quotidiens, magazines, presse	1%	1%
Conversations sur le lieu de travail, avec le comité d'entreprise	0,9%	1%
Réseaux sociaux	0,5%	2%



## PALMARÈS ÉTÉ

1

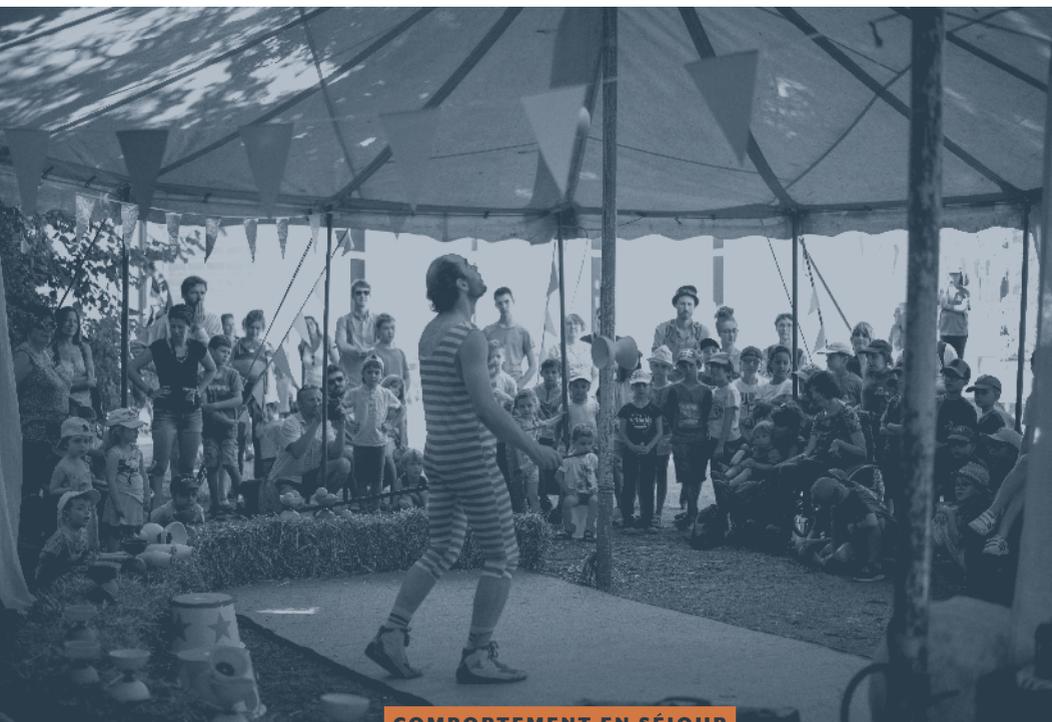
Offices de Tour.

2

Moteurs de recherche

3

Ne cherche pas

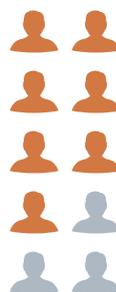
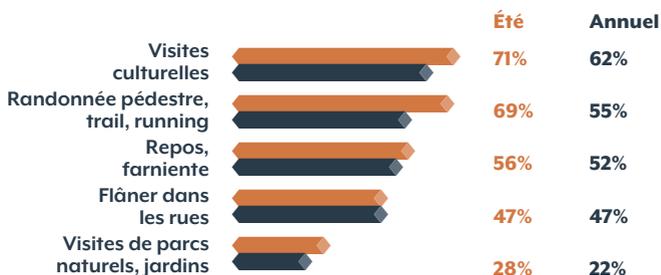


## COMPORTEMENT EN SÉJOUR

### TOP 5 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES EN ÉTÉ

#### 4.1 activités pratiquées en moyenne par les touristes en été (contre 3.8 sur la moyenne annuelle départementale)

La saison estivale est la période où les touristes pratiquent le plus d'activités. Les activités culturelles arrivent en première position et sont privilégiées par 7 touristes sur 10, suivies de près par les activités de montagne. Les activités détente (« repos, farniente » ; « flâner dans les rues ») sont largement plébiscitées.



**7 touristes sur 10** privilégient les activités culturelles lors de leur séjour.



## LA VISITE DE L'ARIÈGE SOUVENT COUPLÉE À CELLE DE L'ANDORRE

### Autres lieux touristiques visités en dehors de l'Ariège

En été, les touristes sont les plus enclins à faire des visites en dehors du territoire départemental. Ils représentent 43%, soit 7 points de plus que la moyenne annuelle.



### Si oui, lequel ou lesquels ?



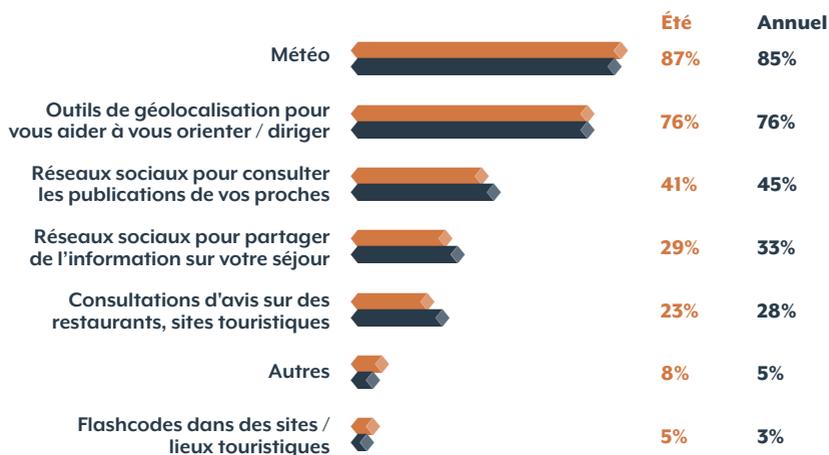
### PALMARÈS ÉTÉ

- 1 **Andorre** (Pas-de-la-Case...)
- 2 **Aude** (Carcassonne, Limoux...)
- 3 **Haute-Garonne** (Toulouse, Nailloux...)

## LA MÉTÉO ET LA GÉOLOCALISATION SONT LES PRINCIPAUX CONTENUS CONSULTÉS

## Utilisation d'applications sur smartphone

Si la météo et la géolocalisation sont les principaux contenus utilisés, les réseaux sociaux sont aussi consultés, notamment pour garder le contact avec les proches.



## PALMARÈS ÉTÉ

1

Météo

2

GPS

3

Réseaux sociaux





## LES ACCÈS :

### FOIX C'EST À :

- > 1 h de Toulouse
- > 1 h 20 de Carcassonne
- > 2 h de Tarbes
- > 2 h 30 de Montpellier
- > 3 h 15 de Bordeaux
- > 3 h 30 de Barcelone
- > 4 h de Marseille
- > 7 h de Paris

### AÉROPORTS LES PLUS PROCHES :

Toulouse / Carcassonne / Tarbes

**Contact** Observatoire de l'Agence  
de Développement Touristique  
Ariège-Pyrénées

**EDWIGE DANJOU-MARTINEZ**

*observatoire@ariegepyrenees.com*

Tél. : 05 61 02 06 96

**RETROUVEZ TOUTES LES ÉTUDES  
ET CHIFFRES CLÉS SUR NOTRE ESPACE PRO !  
[www.pro-ariegepyrenees.com](http://www.pro-ariegepyrenees.com)**

**ARIÈGE** PYRÉNÉES  
Tourisme

[www.ariegepyrenees.com](http://www.ariegepyrenees.com)