PYRÉNÉES ARIÈGE Tourisme

Février 2021

La Note de Conjoncture

En Ariège-Pyrénées

Tendances Générales

Le secteur touristique fortement impacté par les mesures liées à la crise sanitaire

Le contexte sanitaire lié à la pandémie de la Covid-19 pèse fortement sur le secteur touristique.
En janvier, les décisions gouvernementales concernant notamment le maintien des fermetures des remontées mécaniques et la menace d'un éventuel confinement avaient été néfastes sur les taux de réservations du mois de février.
Le besoin de changement d'air des clientèles associé à un ensoleillement favorable sur les vacances du mois de février, notamment sur la zone C (correspondant à notre zone) ont néanmoins été propices aux réservations d'ultra dernière minute et aux courts séjours.
Malgré un contexte économique compliqué, les domaines ont proposé à ces clientèles des espaces sécurisés et des animations, réjouissant les clientèles familiales. Les professionnels qui ont pu proposer leurs services sont satisfaits tout en affirmant que cela ne rattrapera pas les pertes engendrées.
Les espaces nordiques de Beille et du Chioula enregistrent toujours des taux de fréquentation importants, valorisant ainsi l'image du ski nordique.
L'hôtellerie et les hébergements collectifs sont les plus impactés par la baisse d'activité, tandis que les locatifs restent les plus prisés. Les professionnels d'activités de loisirs quant à eux ont été sollicité par la clientèle présente.

Faits marquants

- Depuis le 16 janvier, passage du couvre feu dès 18h réduisant le temps imparti aux déplacements,
- Les sites de visites et remontées mécaniques restent fermées, seuls les espaces nordiques sont autorisés à ouvrir,
- Depuis le 15 janvier, les restaurateurs peuvent ouvrir aux salariés travaillant en extérieur sous certaines conditions. Les autres structures restent fermées,
- Une météo favorable sur les vacances de février impulsant des déplacements de dernières minutes.

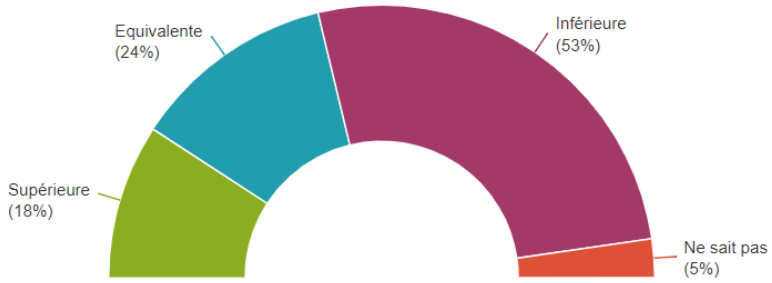
Témoignages de professionnels ....

"On observe également l'arrivée de clientèle nouvelle à la recherche d'une expérience montagne hiver avec activités douces...L'image du ski nordique est redorée!!! ..."

"On a vu des familles en recherche d'activité malgré la fermeture des sites culturels, des promeneurs sur les sentiers de rando (...) les gens ont besoin de changer d'air, clairement!"

L'activité du mois de février

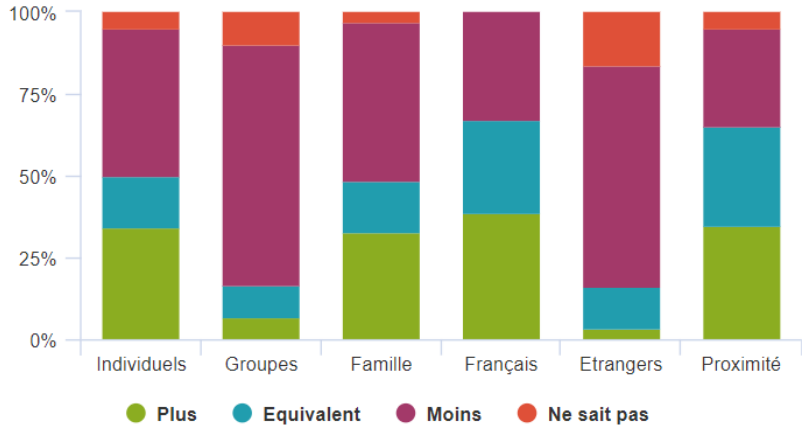
Plus de la moitié des professionnels enregistrent une baisse d'activité

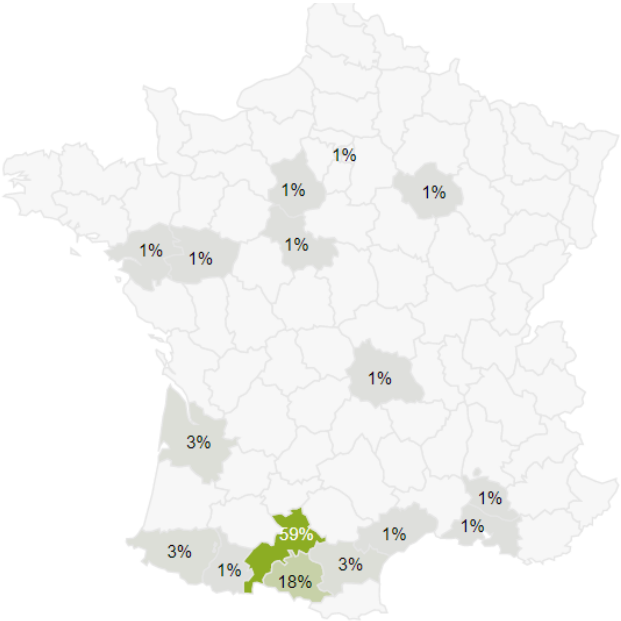


L'activité touristique reste toujours impactée par la crise sanitaire.
Ainsi près de la moitié des professionnels estime leur activité en baisse.

Une clientèle française et de proximité

La période des vacances scolaires de la zone C (correspondant à notre zone) a été la plus dynamique. L'ensoleillement a été propice aux réservations d'ultra dernière minute et aux courts séjours. La clientèle est essentiellement une clientèle française et de proximité. La clientèle familiale également présente a ainsi profité des grands espaces.





La clientèle reste essentiellement composée d'une clientèle locale et de proximité originaire du bassin toulousain.

Hébergements

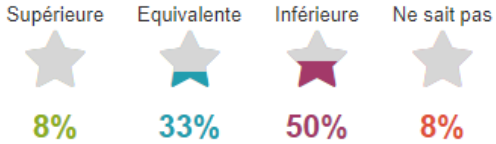
Une situation toujours difficile pour les hébergeurs hormis pour les locatifs qui tirent leur épingle du jeu

55% des hébergeurs estiment leur niveau d'activité en baisse par rapport à l'année dernière, 27% équivalente, 13% supérieure et 5% qui ne se prononcent pas. L'activité reste toujours critique pour les hébergements touristiques. Toutefois, elle a été un peu plus dynamique durant les vacances scolaires notamment avec des réservations d'ultra dernière minute. Les hôtels et les hébergements collectifs sont les plus impactés par cette baisse d'activité, les meublés de tourisme comme c'est le cas depuis le début de la crise ont été les plus prisés.

Hôtels

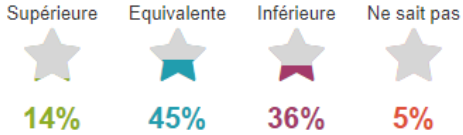
Les hôteliers restent dans une situation préoccupante. Plus de 9 hôteliers sur 10 jugent leur activité en baisse par rapport à l'année précédente. La fermeture des restaurants et le couvre feu dès 18h ne favorisent pas les séjours dans l'hôtellerie.

Chambres d'hôtes



La moitié des propriétaires de chambres d'hôtes estiment leur activité en baisse par rapport à l'année dernière. La clientèle est majoritairement une clientèle de proximité. les propriétaires qui ne servent pas de repas, sont fortement impactés par la fermeture des restaurants.

Locatifs



Près de la moitié des propriétaires de meublés de tourisme estiment leur activité équivalente à l'année précédente. La clientèle est une clientèle familiale présente durant les vacances d'hiver. Les réservations d'ultra dernière minute ont été abondantes.

Hôtellerie de plein air

La moitié des professionnels de l'hôtellerie de plein air estime leur activité inférieure à l'année précédente. Les vacances scolaires ont toutefois attiré une clientèle familiale et de proximité.

Hébergements collectifs

En raison du contexte sanitaire de nombreux hébergements collectifs de tourisme sont restés fermés. Parmi le peu d'établissements ouverts 6 gestionnaires sur 10 jugent leur activité inférieure à l'année précédente.

Les activités

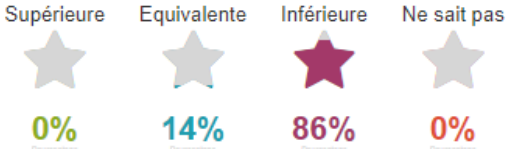
Les activités outdoor

6 professionnels d'activités outdoor sur 10 jugent son activité supérieure par rapport à l'année précédente. Ils ont bénéficié de la clientèle présente durant les vacances scolaires désireure de pratiquer des activités et ne pouvant pas s'adonner aux plaisirs du ski de piste. Ce boom durant les vacances a permis de sauver la saison mais ne compensera pas les pertes globales engendrées.

Dans les domaines skiables

Dans les stations de ski, le contexte sanitaire pèse toujours. En effet, les remontées mécaniques sont restées fermées n'ayant pas eu l'autorisation d'ouverture. Cette situation engendre des pertes économiques d'envergure. Malgré ce contexte et le manque de moyen des animations et activités ont été mises en place. Ainsi, alors que les taux de réservations étaient aux plus bas, on atteint une fréquentation satisfaisante, mais sans commune mesure avec une saison normale. La météo ensoleillée des vacances scolaires et notamment celle correspondant à notre zone, a attiré une clientèle désireuse de profiter des bienfaits de la montagne. Un fort engouement pour la luge et l'initiation ski a été constaté.
Dans les espaces nordiques, l'activité est supérieure à l'année précédente. Le pouvoir d'achat de la clientèle présente semble être supérieur aux années précédentes. Les demandes évoluent également, et se portent plus sur des cours et activités en famille. Enfin, l'activité biathlon connait un fort engouement.

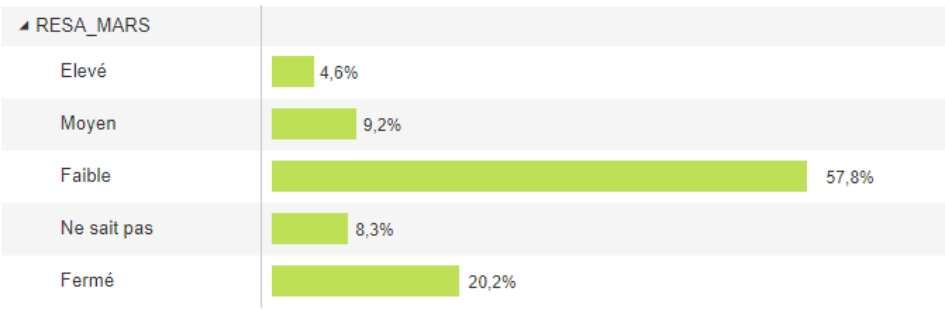
Offices de tourisme



Même si les bureaux d'accueil des offices de tourisme enregistrent une baisse de leur activité en comparaison avec l'année précédente, la clientèle est de plus en plus nombreuse à demander conseil auprès des offices de tourisme pour obtenir des informations vérifiées via leur site internet et le téléphone.
L'activité se concentre sur les vacances de la zone C correspondant à notre zone. La clientèle est une clientèle familiale en recherche d'activité montagne.

Perspectives pour le mois de mars

Des perspectives fébriles liées à l'incertitude



Clé de lecture : 9.2% des professionnels estiment les réservations du mois de février moyennes.

Les perspectives pour le mois prochain restent fébriles. L'incertitude liée à la crise sanitaire pèse sur le moral des socio professionnels.

Ainsi pour le mois de mars, seulement 13.8% des professionnels estiment leur activité de moyen à élevé.

Merci aux 116 participants à cette enquête !
Méthodologie : *La note de conjoncture détermine les ressentis sur la période écoulée et les tendances du mois à venir à partir de l'opinion des professionnels interrogés. Ces résultats ne peuvent en aucun cas se substituer aux analyses quantitatives et qualitatives. Les résultats présentés sont issus d'une enquête en ligne menée du 28 février au 12 mars 2021 (taux de réponse : 15%).*
Partenaires : *Offices de Tourisme, CRTL Occitanie*

Contact : Observatoire touristique de l'ADT Ariège-Pyrénées
Edwige Danjou-Martinez
Tel : 05 61 02 06 96 - observatoire@ariegepyrenees.com