CHIFFRES CLÉS DU TOURISME

DANS LE TARN EN 2022





L'OFFRE EN HÉBERGEMENTS CAPACITÉ D'ACCUEIL

- **07** Capacité d'accueil
- **08** Nombre de lits non marchands (résidences secondaires) par EPCI
- **09** Nombre de lits marchands par EPCI
- 10 Niveau de classement des lits marchands

PROFIL DES TOURISTES FRANÇAIS DANS LE TARN

- 13 Profil
- 13 Modes d'hébergement
- 13 Dépense moyenne / nuit / touriste
- 13 Origine des visiteurs

SOMMAIRE

POIDS ÉCONOMIQUE DU TOURISME

- 15 Recettes
- 15 Parts de marché du Tarn au niveau régional
- **15** Investissements
- 16 Emploi

LA FRÉQUENTATION EN 2022

- 19 Nuitées
 - **20** Origine des touristes
 - 21 Nuitées par territoire
 - **21** Excursions
 - 22 Locatif
 - 23 Hôtels
 - 24 Hôtellerie de plein air
 - **26** Offices de tourisme
 - **27** Sites de visites et loisirs
 - 28 Digital
 - 29 Place de marche Open experiences

NOUVELLES TENDANCES SUR LE TOURISME DES FRANÇAIS

31 Nouvelles tendances



UN CADRE NATUREL ET UN PATRIMOINE RENOMMÉ



- 1. LA CITÉ ÉPISCOPALE Albi
- 2. L'ÉGLISE NOTRE DAME DU BOURG Rahastens monument remarquable sur les chemins de St-Jacques
- 3. LA RIGOLE DE LA MONTAGNE NOIRE ET LA VOÛTE VAUBAN CANAL DU MIDI • Les Cammazes
- 4. LE SAVOIR-FAIRE D'AUBUSSON Sorèze où ont été tissé les tapisseries de Dom Robert
- 5. LA MAPPA MUNDI Albi





ALBI - VALLÉE DU TARN CORDES SUR CIEL ET LES CITÉS MÉDIÉVALES. **BASTIDES PERCHÉES** AUX SOURCES DU CANAL DU MIDI

LE PATRIMOINE EN CHIFFRES













≈ 5 500km

de sentiers de randonnées inscrits au PDIPR

(Plan Départemental des itinéraires de Promenades et de Randonnées).

Et +de **400** itinéraires pédestres inscrits.

1 Parc naturel régional

le PNR du Haut-Languedoc

14 musées

ont recu l'appellation « Musée de France »



Le Tour du Tarn à cheval

Un sentier équestre d'intérêt départemental.

4 Voies Vertes

Passa Pais. Chemin des mineurs. Chemin des droits de l'homme, Chemin blanc, et Giiounet/lacaune.



8 Espaces Naturels Sensibles





5 villages

Plus Beaux Villages de France® Cordes sur Ciel, Puvcelsi. Monestiés, Lautrec & Castelnau-de-Montmiral



3 « Petites cités de caractère® »

Ambialet, Lacaze, Lisle-sur-Tarn



38 établissements

labellisés Tourisme et Handicap



33 établissements

labellisés Qualité Tourisme Sud de France



17 communes

labellisés Villes et Villages Fleuris



1 destination labellisée Vignobles et Découverte :

vignoble de Gaillac



5 jardins labellisés Jardins Remarquables

jardin des Paradis (Cordes), Parc Rochegude et jardin du palais de la Berbie (Albi), Jardin des Martels (Giroussens), jardin de l'évêché (Castres).



7 stations Vertes

Anglès, Brassac, Cordes sur Ciel, Lacaune, Murat sur Vèbre, ST Pierre de Trivisy, Trébas-les-bains.



4 sites labéllisés Pavillon Bleu

Nages plage, Trébas-les-Bains plage, Rivières- lac d'Aiguelèze et lac Sainte Marie à Blaye-les-Mines.



4 sites et cités remarquables de France

Castres Gaillac Cordes-sur-Ciel Sorèze



3 Plus Beaux Détours de France

Revel Saint-Ferréol Mazamet



2 sites labellisés Maisons des Illustres

Château musée du Cayla (Andillac) Abbaye école de Sorèze



2 villes labellisées Ville et Pays d'Art et d'Histoire

Gaillac Castres



1 villes labellisée Ville et métiers d'art

Giroussens

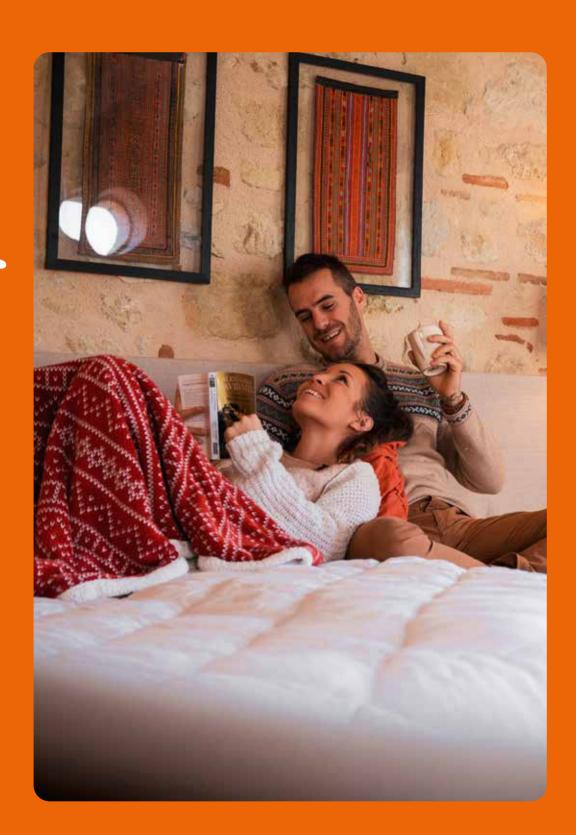


196

immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques

5

L'offre en hébergements



L'OFFRE EN HÉBERGEMENTS CAPACITÉ D'ACCUEIL



UNE CAPACITÉ D'ACCUEIL TOTALE

DE 117 000 LITS

touristiques pour le département du Tarn soit 2 % des lits de la région Occitanie.

68%
DE LITS
en hébergement
non marchand

(79 588 lits en résidences secondaires)



32%
DE LITS
en hébergement
marchand

(37 412 lits en hébergement marchand) dont :



58% EN MEUBLÉS ET CHAMBRES D'HÔTES



28% EN HÔTELLERIE DE PLEIN AIR



10% EN HÔTELS



3%

EN HÉBERGEMENTS COLLECTIFS



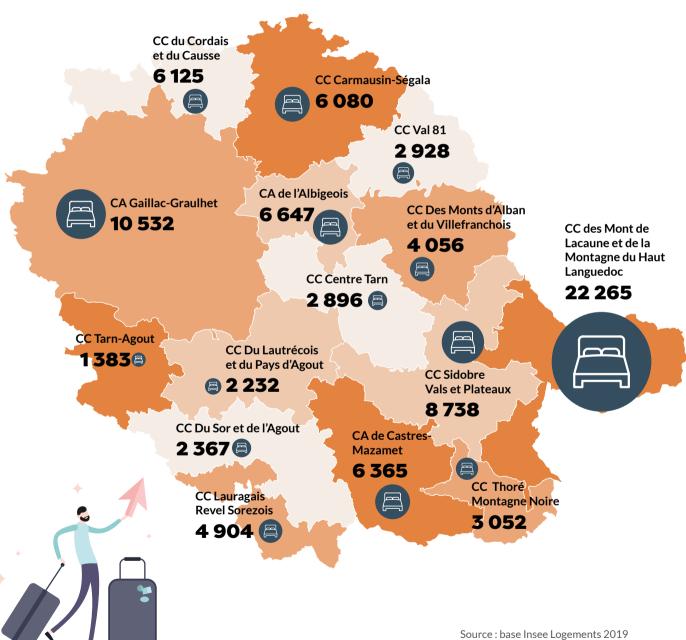
hébergements touristiques marchands.



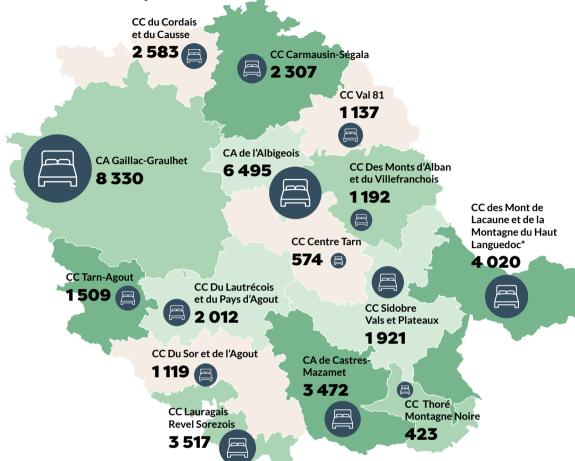
L'OFFRE EN HÉBERGEMENTS CAPACITÉ D'ACCUEIL

Nombre de lits non marchands (résidences secondaires) par EPCI :

Une forte concentration des résidences secondaires sur le territoire des Monts et Lacs en H.L. (Héraultais qui ont des résidences secondaires sur le territoire).



Nombre de lits marchands par EPCI:



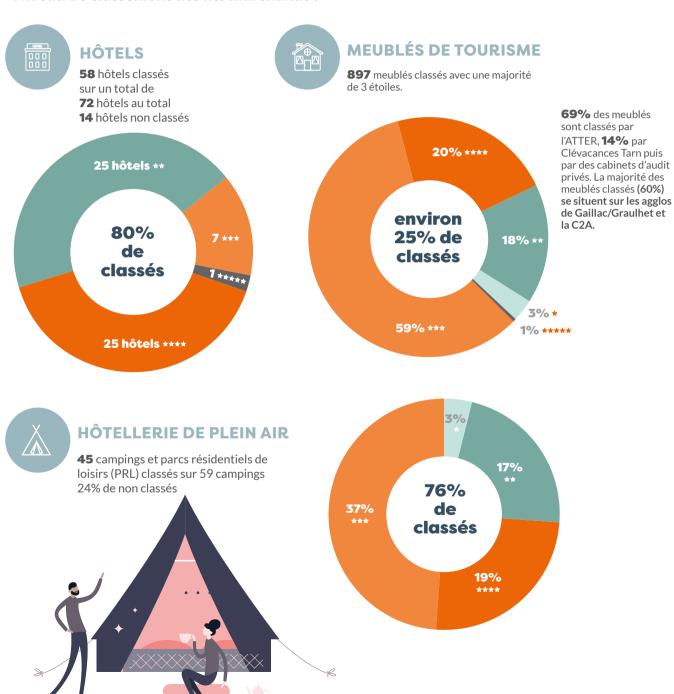
*comprend les hébergements hors département du Tarn pour les Epci à cheval sur d'autres départements (CC Monts de Lacaune et CC Lauraguais).

-

EPCI	HLO	нот	НРА	нсо	Total marchand
CA Gaillac-Graulhet	5 632	369	1 925	404	8 330
CA de l'Albigeois (C2A)	4 2 1 6	1 887	392	0	6 495
CC des Monts de Lacaune et de la Montagne du Haut Languedoc*	1 588	102	2 330	0	4 020
CC Lauragais Revel et Sorezois*	1 390	168	1 649	310	3 5 1 7
CA Castres Mazamet	2 001	813	658	0	3 472
CC du Cordais et du Causse (4C)	1 566	90	927	0	2 583
CC Carmausin-Ségala	1 428	64	573	242	2 307
CC du Lautrécois et du Pays d'Agout	1 216	32	764	0	2012
CC Sidobre Vals et Plateaux	837	36	848	200	1 921
CC Tarn-Agout	1 246	178	0	85	1509
CC des Monts d'Alban et du Villefranchois	479	51	570	92	1 192
CC Val 81	397	44	622	74	1 137
CC du Sor et de l'Agout	859	177	83	0	1 119
CC Centre Tarn	410	0	164	0	574
CC Thoré Montagne Noire	184	22	141	76	423

L'OFFRE EN HÉBERGEMENTS CAPACITÉ D'ACCUEIL

Niveau de classement des lits marchands :





Labels du parc d'hébergements : Nombre d'hébergements par labels

OSTES DE LA	CleVacances	vigonobles à découvertes	PARG NATUREL	Chambre d'hôtes	BIENVENUE 3W Ferme	ACCUEIL S
590	105	60	51	40	37	32
Sud France	Logis ACTULA AND TOWNSHAPE	QUALITÉ	Statell Agent	100	RELAIS & CHATEAUX	



PROFIL DES TOURISTES FRANÇAIS DANS LE TARN



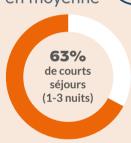
72%

des touristes privilégient l'hé-

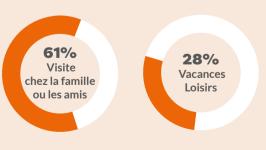
MOYENNE D'ÂGE **45,9** ans

CSP **39%** PCS+ **37%** d'inactifs

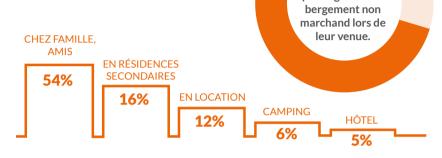
DURÉE MOYENNE
DE SÉJOUR
4,7 nuits
en moyenne



MOTIVATIONS DE VENUE DANS LE TARN







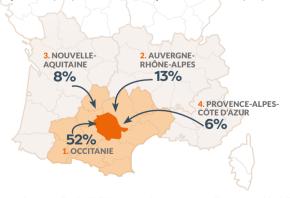
DÉPENSE MOYENNE / NUIT / TOURISTE

43€ au global

66€ en hébergement marchand **32€** en hébergement non marchand

ORIGINE DES VISITEURS:

Plus de la moitié du bassin de clientèle du Tarn vient de l'Occitanie (52%) et plus d'un quart des régions limitrophes : Auvergne-Rhône-Alpes (13%) suivi de Nouvelle-Aquitaine (8%) et Provence-Alpes-Côte d'Azur (6%).



Sources : Etude SDT Kantar sur les voyages des Français en 2018/2019, étude CSD CRTL/Tarn Tourisme 2020.

Poids économique du tourisme



POIDS ÉCONOMIQUE DU TOURISME



Estimation* recettes liées au tourisme en 2022

366 millions d'euros de retombées économiques

(718%/2021)

Source: Tarn Tourisme, Estimation 2022 (Nuitées FVT Orange 2022*panier moyen)

PARTS DE MARCHÉ DU TARN AU NIVEAU RÉGIONAL

12.3%

(sur les voyages effectués en région Occitanie)

Source: Etude SDT Kantar sur les voyages des Français en 2018/2019



Investissements touristiques 2019:

44,4 millions d'euros d'investissements touristiques*

soit 3% des investissements réalisés dans la région dont :

- → 39.2 millions dans l'hébergement
- → Et 2.9 millions dans les équipements (parcs de loisirs, musées, etc.)

Source: *Total investissements 2019 Atout France TBIT - hors restauration et monuments historiques = hébergements +équipements



3 POIDS ÉCONOMIQUE DU TOURISME

EMPLOI

5 269

emplois touristiques totaux en 2019

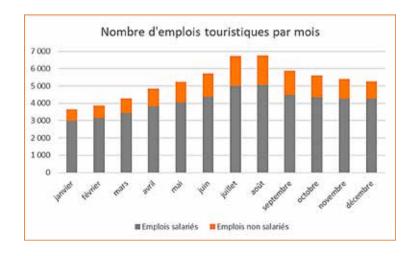
soit 5% de l'emploi tarnais (hors public)

78% d'emplois salariés (soit 4.8% de l'emploi salarié global du Tarn)



22% d'emplois non-salariés

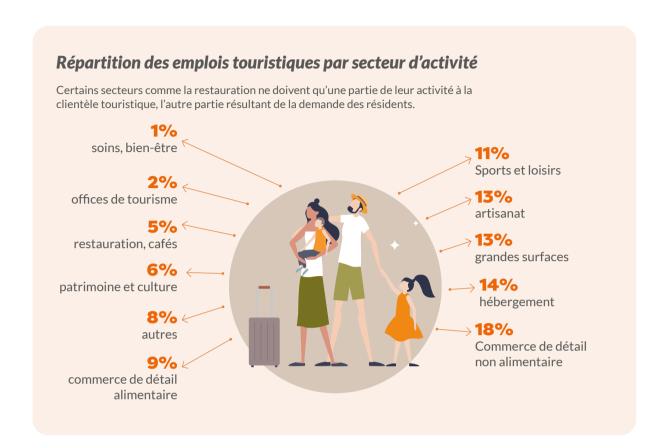




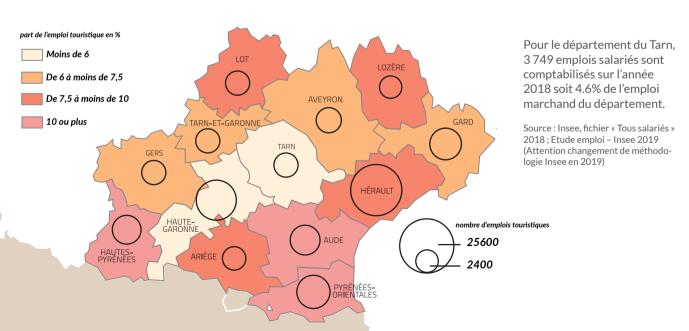
Jusqu'à 6 700 emplois en haute saison.

En juillet et août le nombre d'emplois touristiques est multiplié par x1.8

Une saisonnalité moins marquée qu'en région Occitanie où le nb d'emplois est multiplié par x2.1 en août mais qui correspond à la moyenne nationale (x1.6)

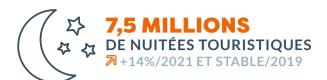


Nombre d'emplois salariés touristiques et part dans l'emploi salarié par département d'Occitanie en 2018





LA FRÉQUENTATION EN 2022

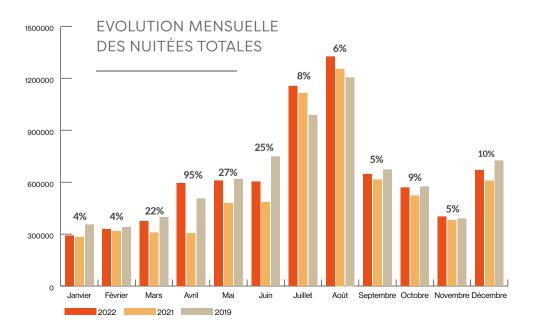


72%
de nuitées
françaises

28%
de nuitées
étrangères

LE TARN CONSERVE SA PLACE DE 9° DÉPARTEMENT de la région Occitanie en nb de nuitées en 2022.

2.8 MILLIONS d'arrivées de touristes (₹ 2021)



LA FRÉQUENTATION EN 2022

ORIGINE DES TOURISTES FRANÇAIS*

Plus de

5.4 millions

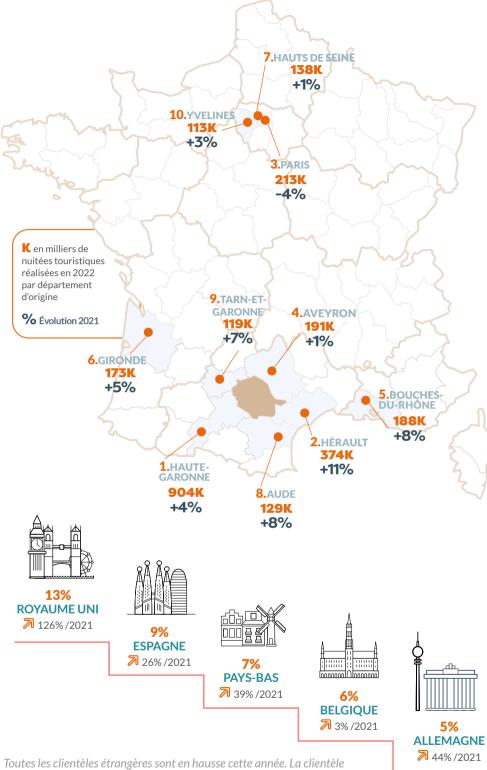
38% des nuitées proviennent d'Occitanie, nos clientèles principales restent identiques.

* hors excursionistes

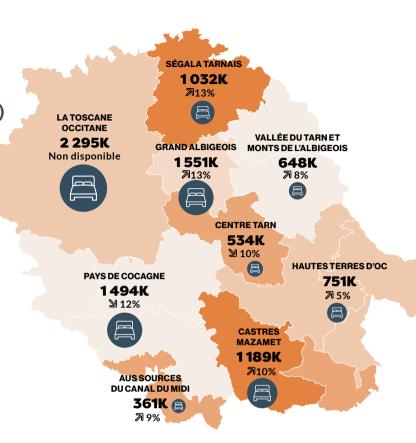
ORIGINE DES TOURISTES ÉTRANGERS

Plus de

2.1 millions



Toutes les clientèles étrangères sont en hausse cette année. La clientèle britannique retrouve sa première place et le niveau d'avant crise.



EXCURSIONS

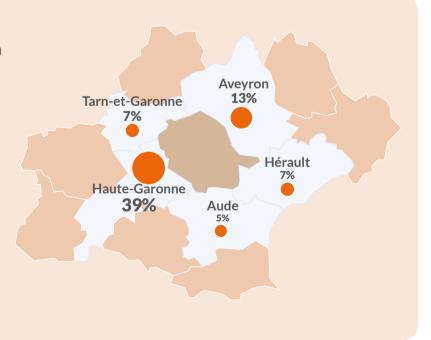
Le nombre d'excursions (visites à la journée) est en hausse depuis la crise sanitaire

12%/2021 **8%**/2019

avec 10.3 millions d'excursions en 2022.

Près de 7 excursionnistes sur 10

sont originaires de la région Occitanie.



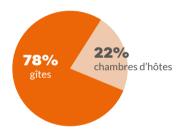
FRÉQUENTATION PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ



4 471 annonces

actives sur l'année 2022 (ayant eu au moins un jour de réservable dans l'année sur les plateformes Airbnb et Vrbo)

11%/2021





En moyenne

2 980 annonces sont disponibles chaque mois.

Sur les mois de juillet et d'août on atteint les

3 600 annonces mensuelles.

EN GÎTES:

• Taux d'occupation annuel :

52% soit **≥2 points** /2021 Le taux d'occupation est en léger recul cette année car il y a plus d'annonces sur le marché. Il reste en hausse en comparaison aux années précédentes (**>6 points**/2019).

• Nombre de nuits réservées : 277 139 nuits soit **₹ 19%**/2021 et **₹ 39%**/2019

39 millions d'euros en 2022 soit **₹ 23%**/2021

EN CHAMBRES D'HÔTES:

• Taux d'occupation annuel : 38%

• Nombre de nuits réservées : 59 771 nuits

 Revenu généré: + de 4 millions d'euros soit environ 4 300€ de revenu moyen annuel par annonce.

Nuits réservées = Nombre total de nuits réservées à partir des listes actives. Différent de la nuitée car l'on ne sait pas le nombre de personnes qui ont réservés. Source : Airdna, 2022 Vrbo = Abritel, Homeways et Expedia.





Une fréquentation qui reste en retrait par rapport à 2019 avec une clientèle étrangère nettement en baisse.

285 869

arrivées (≥8%/2019)

Dont 89% de nuitées françaises (≥5%)

Et 11% de nuitées étrangères (**≥ 27%**)

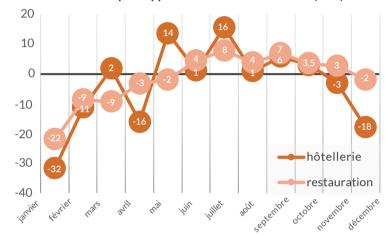
440 127

nuitées (**½11%**/2019)

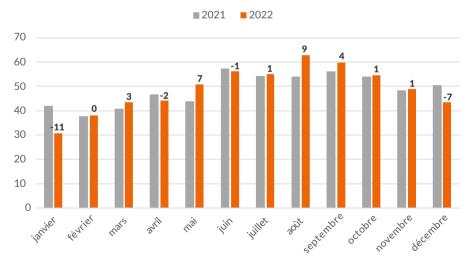
TO = 49,9% (1pts/2019)

Un Chiffre d'affaires meilleur que l'an passé mais qui reste en dessous de 2019 en particulier pour l'hôtellerie. Sur la pleine saison le CA est supérieur à 2019.

Evolution CA Hôtellerie et restauration dans le Tarn en 2022 par rapport au même mois de 2019 (en%)



Taux d'occupation dans les hôtels





HÔTELLERIE DE PLEIN AIR D'AVRIL 2022 À SEPTEMBRE 2022

Une clientèle française en hausse mais des arrivées étrangères toujours en retrait par rapport à 2019 (post COVID) hormis la clientèle néerlandaise qui est en hausse.







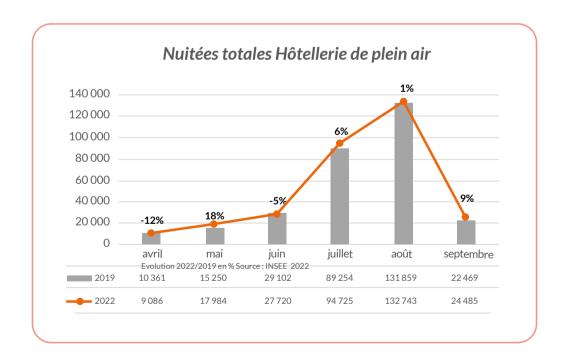
Durée moyenne de séjour totale

4.3 jours (≥ 2 jours/2019)

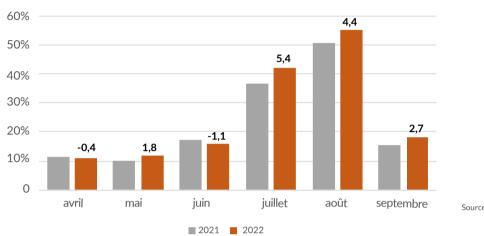


Taux d'occupation annuel

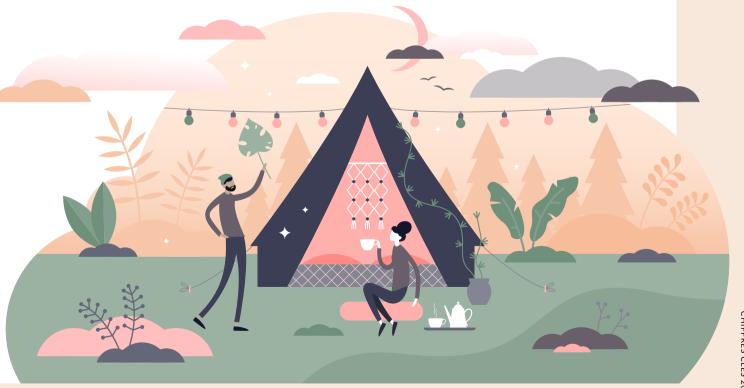
(**≥ 2pts**/2019 en hausse sur les emplacements équipés)



Taux d'occupation dans l'hôtellerie de plein air



Source: INSEE 2022



LA FRÉQUENTATION EN 2022



383 050 visiteurs

accueillis dans les offices de tourisme tarnais en 2022 (₹ 4%/2021) et (₹ -22/2019).

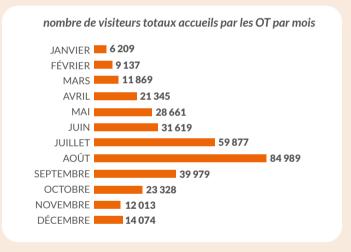


69% de satisfaitsTAUX DE SATISFACTION sur la saison 2022

Près de 29 500 visiteurs en moyenne

accueillis annuellement dans chaque office de tourisme.





TOP 3 CLIENTÈLES FRANÇAISES ACCUEILLIES EN OFFICE:



TOP 4 CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES ACCUEILLIES EN OFFICE :



Source: Enquête annuelle 2022 en ligne - 13 OTSI répondants - Tarn Tourisme



SITES DE VISITES ET LOISIRS

2.4 millions de visiteurs

en 2022 dans les différents sites de visites et activités de loisirs du Tarn (en ₹/2021 ₹/2019).

TOP 10 DES SITES AYANT ACCUEILLIS LE PLUS DE VISITEURS*:

- 1 Cathédrale Sainte Cécile à Albi 687 715 visiteurs
- **Espace Nautique Atlantis à Albi** 237 047 visiteurs
- **L'Archipel à Castres** 183 521 entrées piscine
- 4 Musée Toulouse Lautrec à Albi 129 148 visiteurs
- **5** Passerelle de Mazamet 106 044 visiteurs
- 6 Jardin des Martels à Giroussens 59 889 visiteurs
- **7 Espace des sources chaudes à Lacaune** 39 534 visiteurs
- **8** Base de loisirs Rieumontagné à Nages 29 650 visiteurs
- 9 Château de Penne 26 896 visiteurs
- **10** Maison du bois et du jouet à Mazamet 19 038 visiteurs

TOP 3 DES MUSÉES ET SITES D'INTERPRÉTATIONS



TOP 3 DES ACTIVITÉS DE LOISIRS



TOP 3 DES SITES PATRIMONIAUX



 * sur les sites et activités ayant répondus à l'enquête annuelle 2022 en ligne - 64 répondants - Tarn Tourisme



1,1M de visites

(**29%** /2021) sur le site internet www.tourisme-tarn.com et **3,3 M de pages vues** (**79%** /2021)

RÉPARTITION DU TRAFIC





#TOURISMETARN

25 485 abonnés

(70 10%)



« Vos vacances dans le Tarn »

231 374 fans (**₹** 15.52%)

NEWSLETTER « Le Petit Espanté » **38 500 adresses mails**

25%/2021



307 011 pages vues sur la page :

Trouver une randonnée en 2022 (**7 30%** / 2021)

BALADES & RANDOS TARN:

Poursuite du développement de l'application dédiée à la pleine nature présente sur Android et iOS.

+ de 18 000 utilisateurs dont **8 000 nouveaux** en 2022.

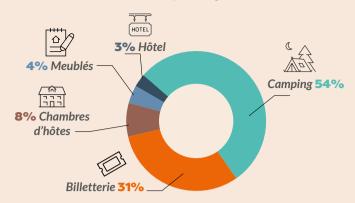
108 016 Consultations (**№ 13%** / 2021) **3 846 156** Affichages (**№ 7%** / 2021)



Place de marché par catégorie VA 2022

PLACE DE MARCHÉ OPEN EXPÉRIENCES

Depuis près de 20 ans, Tarn Tourisme met à disposition des prestaires touristiques du département un outil de gestion en ligne et en temps réel de leur activité (gestion des dossiers de réservation, des plannings, des prix et promos, distribution vers les canaux de commercialisation). 656 prestataires sont adhérents (en direct ou via une passerelle) à la place de marché en 2022 (stable/2021).



Cette année, les réservations en camping représentent **54%** du volume d'affaires généré sur la place de marché contre **42%** en 2021.

La billetterie (visites et activités) représente **31** % du volume d'affaires contre **47**% en 2021.

Volume d'affaires global généré en 2022

861 915€

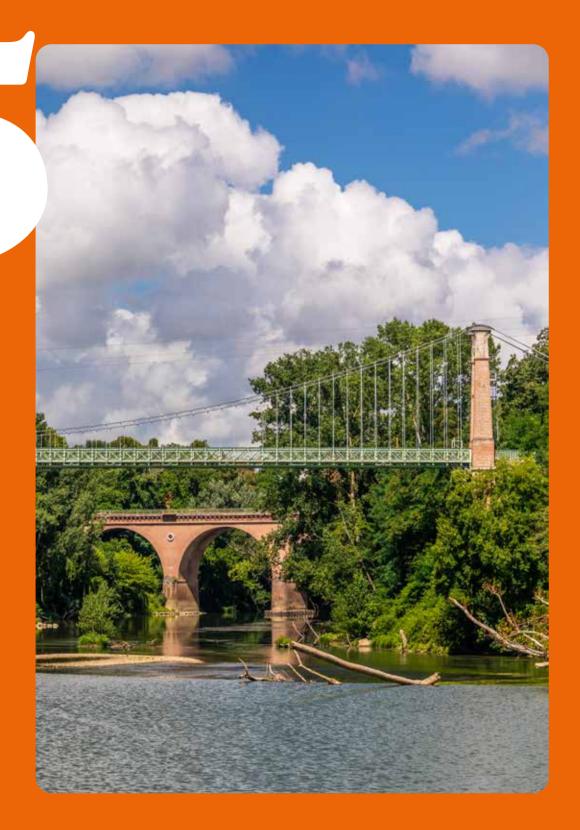
Soit ≥6%/2021 et **20%**/2020.

Après un énorme bond en 2021, le volume d'affaires global généré sur la place de marché a connu une légère baisse en 2022. En 2021, la mise en place de quotas afin de réguler les flux dans les sites touristiques avait fait gonfler les résultats de la vente en ligne. Autre cause de la chute de la billetterie des activités de loisirs cette année, les fortes périodes de chaleur sur l'été 2022.

Evolution du Volume d'affaires de la Place de Marché



Nouvelles tendances sur le tourisme des Français



NOUVELLES TENDANCES SUR LE TOURISME DES FRANÇAIS

#1

Si la peur du COVID s'éloigne, la crise sanitaire a laissé des traces dans les attentes des Français en matière de vacances

Oubliés masques, gestes barrières, confinements... les Français ont retrouvé leur liberté et leur envie de profiter. La peur de l'autre s'éloigne et ils recherchent de nouveau les contacts et rencontres.

Le besoin de renouer avec la nature, qui s'est accéléré avec la crise, se confirme, tout comme la recherche de bien-être. Les activités de pleine nature, découvertes durant les confinements ou qui ont pu faire défaut sur cette période, retiennent toute leur attention.

Ils restent cependant prudents, avec toujours de nombreuses réservations d'ultra dernière minute même au cœur de l'été.

#2

Quel que soit le contexte, les vacances sont sacralisées. Elles font figure d'exutoire pour relâcher la pression des contextes.

Le taux de départ en vacances a rapidement retrouvé des niveaux proches de ceux d'avant crise, avec la volonté de sacraliser des temps longs pour profiter pleinement, et sans stress, mais aussi de multiplier des séjours courts de proximité pour déconnecter. L'importance des vacances est telle que les Français ont besoin de maîtriser leur organisation afin de profiter pleinement une fois sur place. La règle des 3R (Rupture, Retrouvailles, Ressourcement) reste au cœur des attentes en matière de vacances, avec en prime un réel besoin de confort (sécurité?) et de nature.

#3

Le concept de Vacances Durables ou Responsables n'attire pas, cependant les comportements adoptés ou recherchés révèlent la sensibilisation accrue des Français

Que ce soit dans la recherche de la Destination (proche de la nature, éloignée du tourisme de masse...) ou des activités pratiquées (activités de pleine nature, découverte des savoir-faire...), les Français sont de plus en plus vigilants à l'impact de leur comportement sur l'environnement. Certains habitudes prises dans la vie quotidienne perdurent désormais en vacances (tris, déplacements doux...). La recherche d'hébergements engagés arrive cependant au second plan. La crainte

d'une perte de confort, primordial en vacances, freine leur attractivité.

Après la crise sanitaire, l'inflation pourrait impacter les comportements de vacances des Français Les vacances resteront incontournables mais avec des adaptations permettant de se faire plaisir dans un budget plus contraint. Déjà conscients, la recherche de l'effet « Waouh » tant attendu semble se temporiser, l'expérience pouvant être perçue comme onéreuse.

Le défi : Proposer des offres « vraies » propices aux 3R, alliant confort et responsabilité, permettant de vivre un moment exceptionnel, à un coût acceptable!

Changements majeurs prévus en 2023 :

- Partir moins loin, moins longtemps
- Partir hors saison ou hors vacances scolaires
- Faire attention à son budget, voire le réduire
- Limiter ses consommations (énergie, déchets, impact carbone, ...) et ses déplacements
- Rester en France

Source: Conclusion du 3ème volet de l'Etude sur les nouvelles aspirations des Français en matière de vacances, ADN - 12CRT – UNAT – Mars 2023.

LE TOURISME DANS LE TARN EN 4 CHIFFRES



117 000 LITS

Nombre de lits « potentiellement » touristiques (lits en hébergement marchand + non marchand)



+ DE 7,5 MILLIONS DE NUITÉES

Nombre de nuitées touristiques (+14%/2021). En 2022, le Tarn conserve sa place de 9^{ème} département d'Occitanie en nombre de nuitées touristiques.



+ de 366 millions d'euros

DE RECETTES LIÉES AU TOURISME (hors dépenses des excursionnistes)



PRÈS DE **5 300**EMPLOIS
TOURISTIQUES

Retrouver toutes nos publications sur tourisme-tarn-pro.com

Rubrique Chiffres et Statistiques

Tarn Tourisme remercie l'ensemble des acteurs : Comité Régional du Tourisme et des Loisirs Occitanie, partenaires et professionnels du tourisme tarnais qui ont contribués de près ou de loin à la réalisation de ce document.

Crédits photos : Entre 2 poles ; Olivier Octobre ; Loïc Lagarde.





Contact: audrey.mertes@tourisme-tarn.com