



# <OBSERVATOIRE DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE>

## SCORES ET INDICATEURS AU 7 NOVEMBRE 2022

OFFICE DE TOURISME LA GRANDE MOTTE

13 504 lits Hébergeurs pros



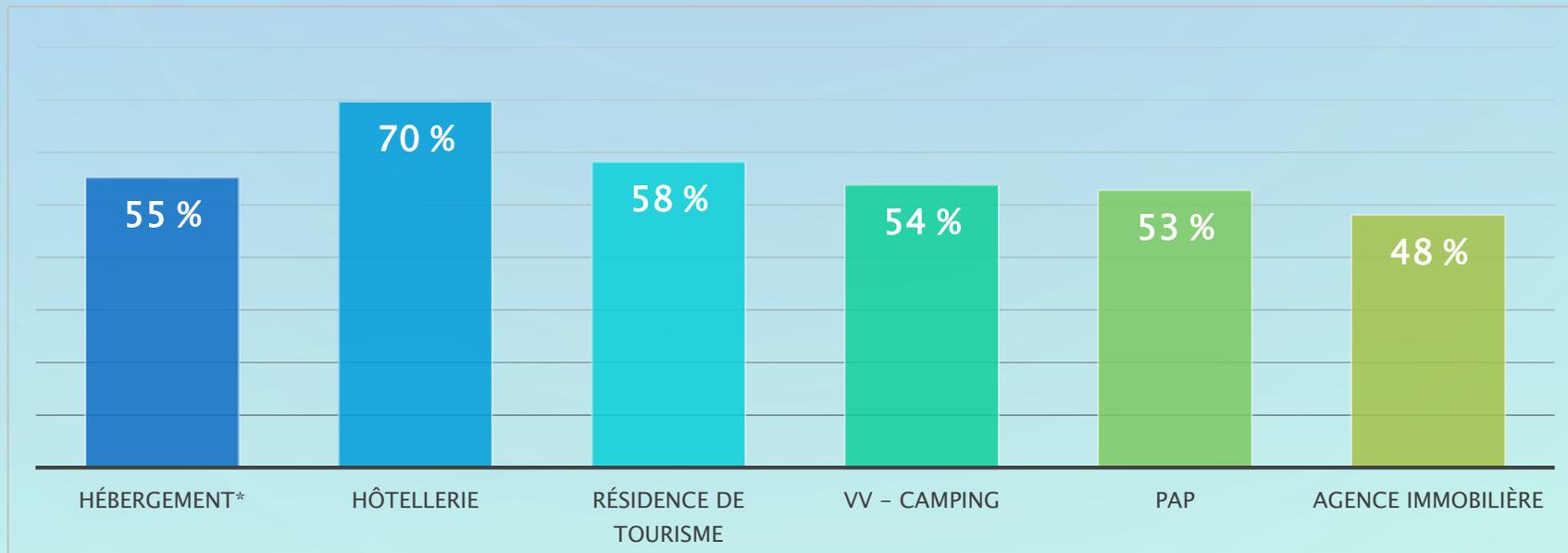
7 378 lits Particuliers à particuliers

Nombre de Lits analysés à La Grande Motte : 20 882 soit **92%**

Le Taux d'Occupation est calculé sur la base du nombre de chambres/lots réservés ou déjà effectués entre le **2 avril et 29 octobre 2022**.

Taux d'Occupation à LGM à date du 7 novembre 2022 : **55%**

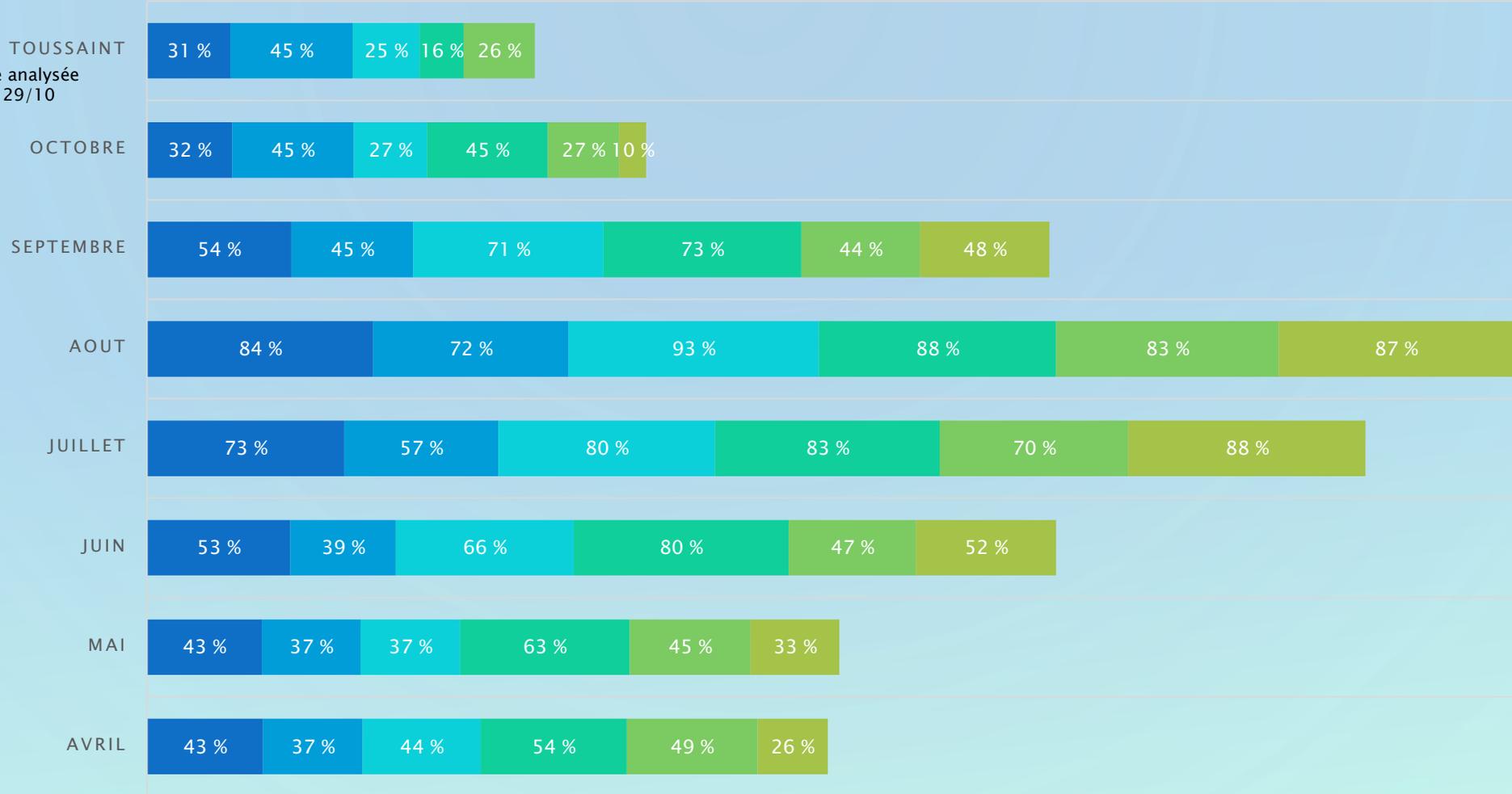
Ce taux provient de passerelles qui analysent en direct les réservations chez tous les professionnels du Tourisme (Hôtels, AI, campings, VV, Résidences de Tourisme) ainsi que les plateformes de réservations de particuliers à particuliers (Airbnb, Abritel, Le Bon Coin,...).



# TAUX D'OCCUPATION DES LITS TOURISTIQUES DU 2 AU 29 OCTOBRE 2022 A DATE DU 7 NOVEMBRE 2022

■ Hébergement\* ■ Agence Immobilière ■ Résidence de tourisme ■ Hôtellerie ■ PAP ■ VV - Camping

VACANCES DE TOUSSAINT  
1<sup>ère</sup> semaine analysée  
du 22 au 29/10

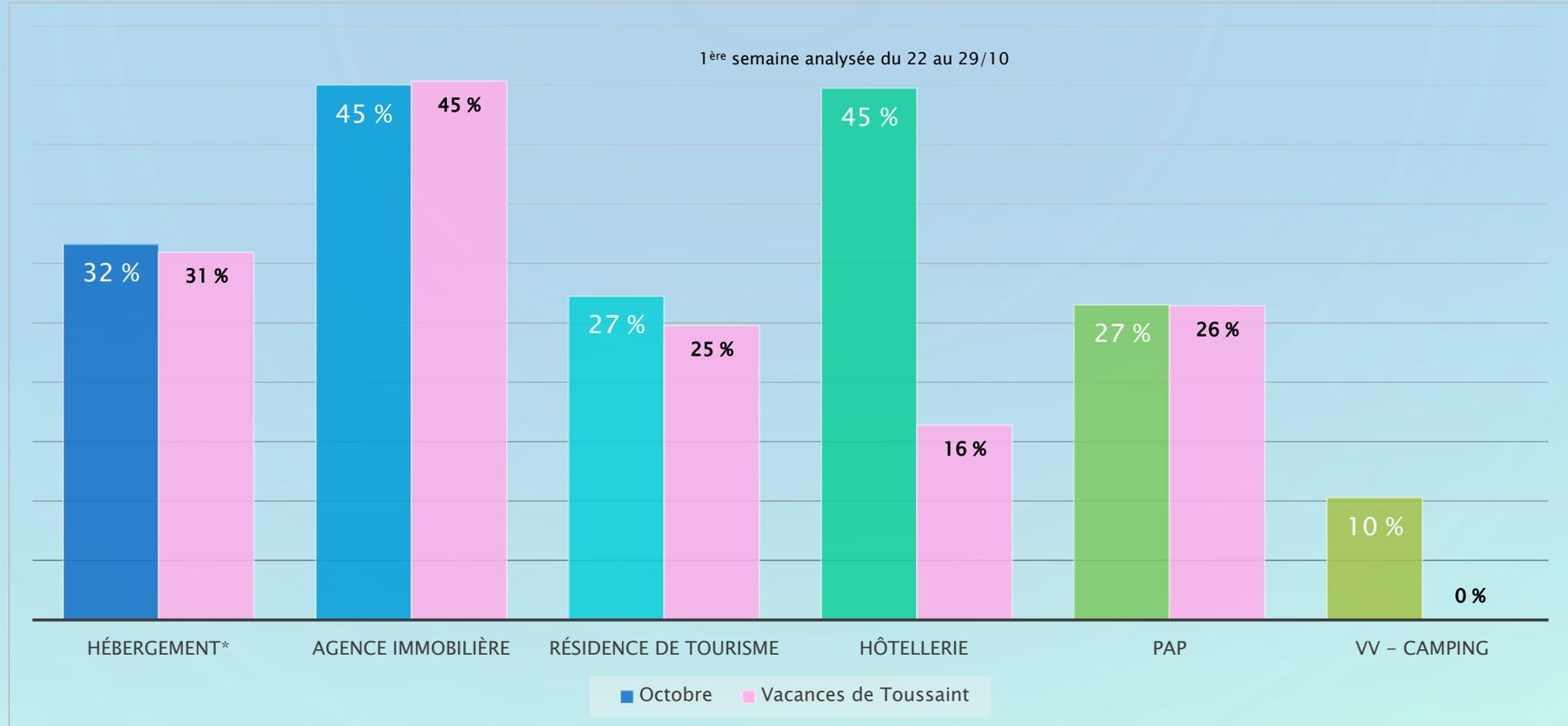


\* Hébergement : toutes filières confondues

# TAUX D'OCCUPATION DES LITS TOURISTIQUES DU 2 au 29 octobre 2022

A DATE DU 7 NOVEMBRE 2022

## COMPARAISON PAR TYPOLOGIES



\* Hébergement : toutes filières confondues

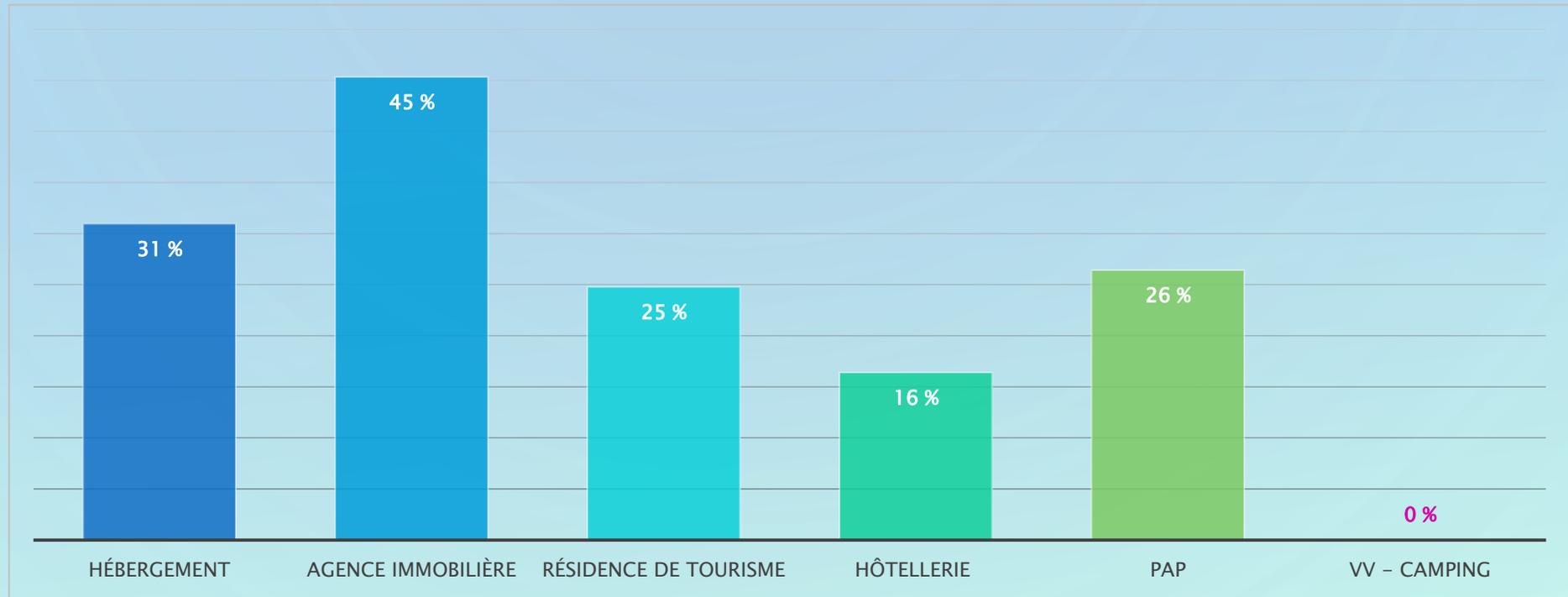


# Zoom Vacances Toussaint

1<sup>ère</sup> semaine analysée du 22 au 29/10

## 31% TAUX D'OCCUPATION DES LITS TOURISTIQUES DU 22 au 29 octobre 2022

A DATE DU 7 NOVEMBRE 2022  
COMPARAISON PAR TYPLOGIES



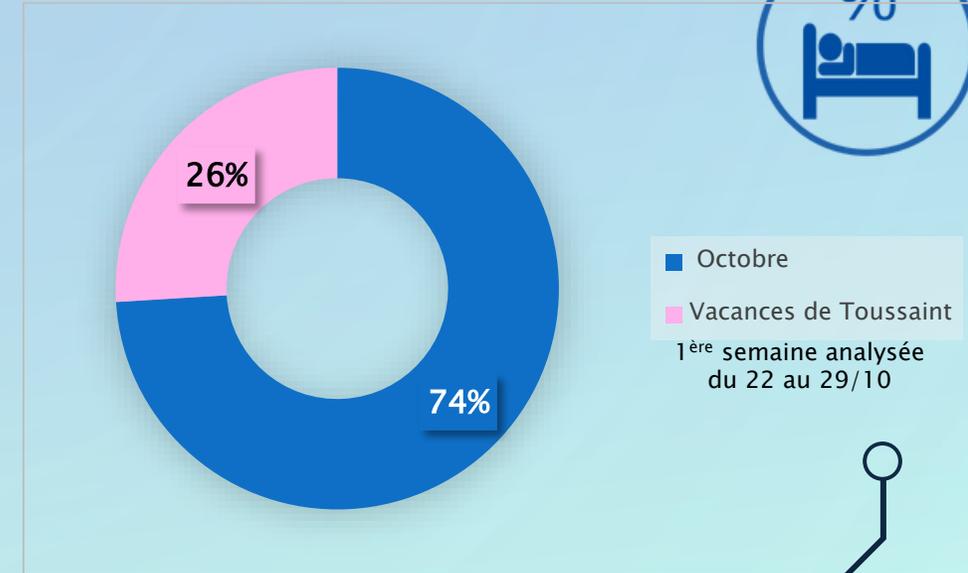
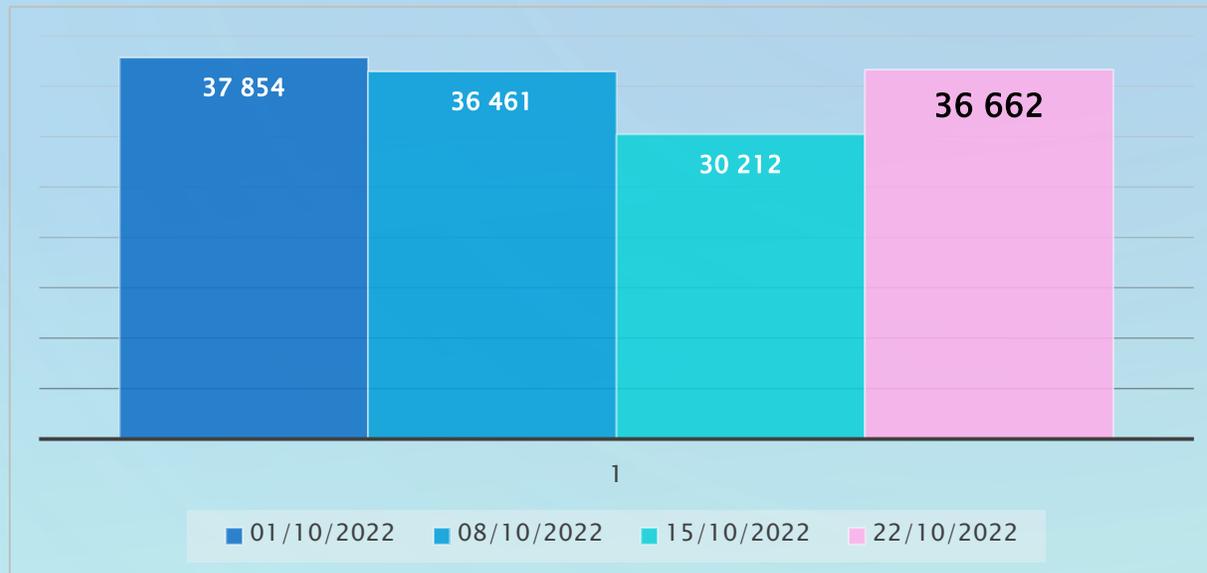
\* Hébergement : toutes filières confondues



# Zoom Vacances Toussaint

36 662 nuitées du 22 au 29 octobre 2022

A DATE DU 7 NOVEMBRE 2022



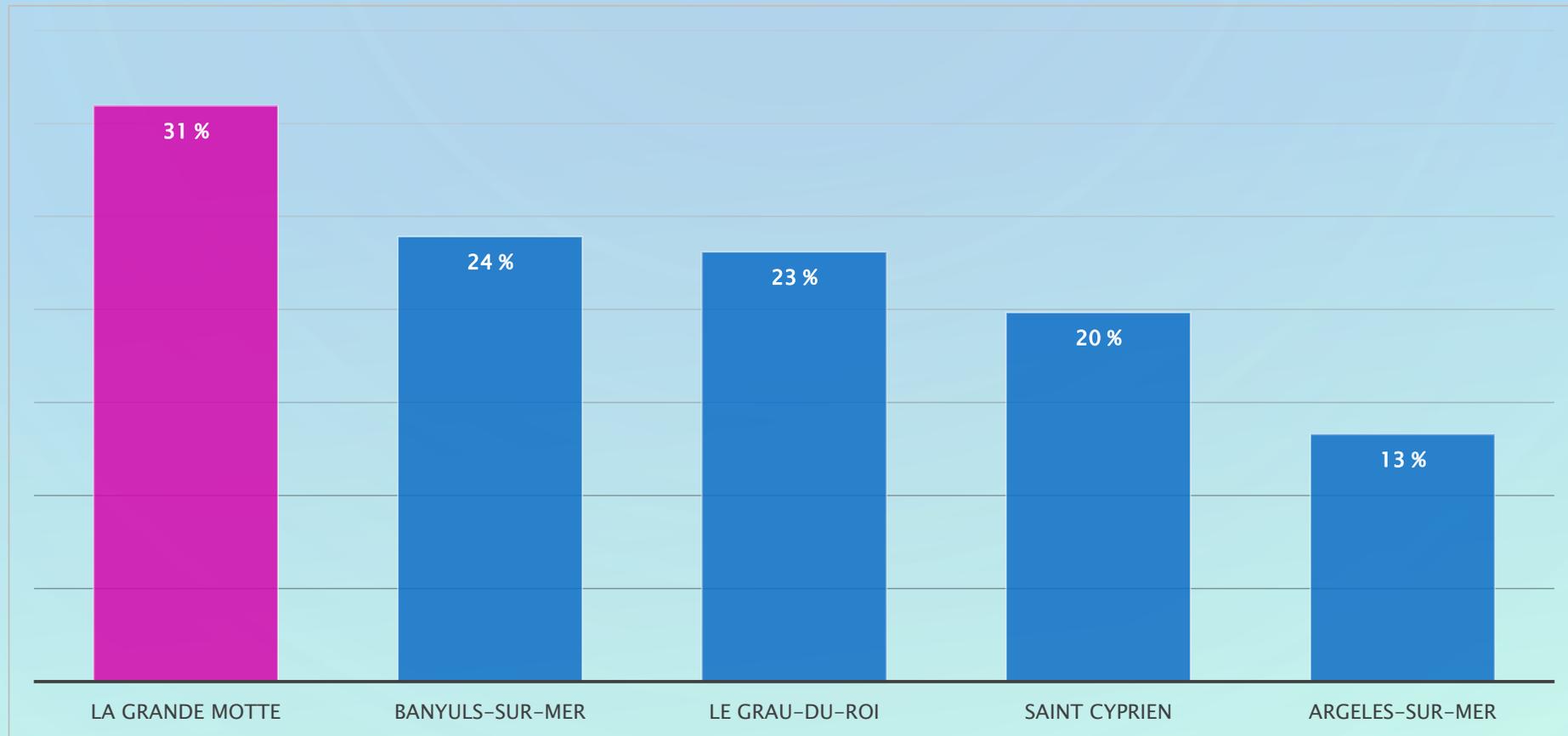
# Zoom Vacances Toussaint

1<sup>ère</sup> semaine analysée du 22 au 29/10

**31%** TAUX D'OCCUPATION DES LITS TOURISTIQUES DU 22 au 29 octobre 2022

A DATE DU 7 NOVEMBRE 2022

COMPARAISON PAR TYPLOGIES



# Zoom Vacances Toussaint

## LITTORAL OCCITANIE :

Les vacances d'octobre affichent un retard -1.1 pts VS N-1 en moyenne sur l'ensemble des stations et destinations littorales.

Voici le détail par semaine à date du 7 novembre :

- Semaine du 22/10 : +5.2 pts
- Semaine du 29/10 : -3.5 pts

Détail par hébergement :

Agences Immobilières : -1.1 pts

PAP : -10.4 pts

Campings : -1.2 pts

Hôtels : +8.2 pts

Résidences de Tourisme : +1.7 pts

Villages Vacances : -13.8 pts

# Zoom Vacances Toussaint

## LA GRANDE MOTTE :

**Pour rappel du constat du mois d'octobre, peu de visibilité sur le mois d'octobre, inquiétude des hébergeurs par rapport à la pénurie de l'essence ... mais nos clientèles étaient bien présentes. Clientèle famille pour des réservations à la semaine, couple sur des courts séjours, retraités sur le mois d'octobre et cette clientèle est encore présente encore cette semaine.**

Hôtellerie : Bons taux de réservation avec des réservations anticipées sur la 1<sup>ère</sup> semaine des vacances et des réservations de dernières minutes sur le week-end de la Toussaint. Augmentation du TO de 15% en 1 mois.

Mercure TO 70% - Les Corallines : TO 80% - Hôtel Europe : TO 60%

Clientèles couples et personnes âgées qui ont voulu profiter de la douceur des températures.

Agences Immobilières : Réservations anticipées, clientèle famille surtout pour la semaine avec Halloween. Cette filière enregistre des bons taux d'occupation sur le mois d'octobre (45%) à égalité avec l'hôtellerie. La clientèle « âgées » plébiscitent davantage la location de logements par des professionnels avec des réservations de longs séjours (au-delà de 15 jours).

PAP : Cette filière est en deçà de la filière des AI, mais elle gagne des réservations de dernières minutes et des courts séjours.

Résidences de Tourisme : Clientèle d'habitues, familiale, sur des logements de 5/6 personnes et aussi des réservations de dernières minutes favorisées par la météo.

Campings : Ils ont très bien travaillé sur la 1<sup>ère</sup> semaine mais cette filière est pénalisée par leur date de fermeture obligatoire et ainsi être fermée sur la deuxième semaine des vacances.

Loisirs : une vingtaine de loisirs ouverts durant les vacances pour une clientèle famille, qui favorisent ainsi l'attractivité de la destination.

Fréquentation supérieure à 2021 grâce à 3 forts week-ends, aux flux de proximité et à la présence des propriétaires des résidences secondaires.

Les animations Halloween et le Salon du Livre ont beaucoup participé à cette réussite. Attractivité confirmée pour La Grande Motte.

Les professionnels ont joué le jeu de rester ouverts, ils en ont été récompensés.

L'objectif des 4 saisons devient un objectif atteignable.