



© N.BIRRIEN

TOURISME :

LES BONNES NOUVELLES

DE LA SAISON D'ÉTÉ

(Données de conjoncture de la saison d'été 2019)

- 2** De bons résultats sur tout le département
- 3** Des raisons objectives de ces bonnes nouvelles
- 5** Des faits marquants et... une anecdote

DE BONS RÉSULTATS SUR TOUT LE DÉPARTEMENT

- Une grande majorité des professionnels interrogés fait état d'une hausse sensible de la fréquentation pour la saison 2019, comparée aux saisons 2017 et 2018.
- Certains hébergeurs, gestionnaires de sites et autres opérateurs enregistrent même des taux de progression à deux chiffres :

HÉBERGEMENTS

- **La Boutique (HPTE) :**
+ 10 % en juin, + 23 % en juillet,
+ 24,5 % en août
- **Le relais des gîtes
des Hautes-Pyrénées :**
+18 % sur l'été
- **Hôtel Mercure Sensoria
à Saint-Lary-Soulan :**
+ 10 % en juillet et bonne tenue le
reste de la saison
- **Hôtel Beauséjour à Lourdes :**
Progression de +20 à +30 % sur la
saison
- **Hôtel Miramont à Argelès-Gazost :**
En progression constante sur toute la
saison
- **Les jardins de Balnéa
à Loudenvielle :**
Un taux d'occupation record

SITES

- **Le Pic du Midi :**
+ 17 % depuis le début de la saison
- **Cauterets - Pont d'Espagne :**
+ 29 % en juin, + 17 % en juillet, idem
en août
- **Aquensis :**
+8 % en août et globalement en
progression sur toute la saison
thermale
- **Balnéa :**
Ouverture du nouveau bassin été
2019 :
+ 11 % en juillet, + 19 % en août

- Plusieurs professionnels relatent aussi le bon niveau de consommation de leur clientèle et l'augmentation du « panier moyen » sur les séjours.
- L'activité n'a pas chuté après le 15 août et septembre se présente bien.

De nombreux hébergeurs ont affiché « complet » jusqu'au 24.08

DES RAISONS OBJECTIVES DE CES BONNES NOUVELLES

→ La prise en compte par les professionnels des attentes, des besoins et des comportements des **clients** ; leur préoccupation d'y répondre par **une offre adaptée, régulièrement renouvelée**.

- **La Boutique d'HPTE** compose des séjours sur mesure (activités + hébergement) dans sa gamme de produits « Pyrénées trip » avec remise au client d'un carnet de voyage détaillé et d'un itinéraire tracé sur carte routière.
- **Le Relais des gîtes** a mis en place une assistance téléphonique pour accompagner ses clients après qu'ils aient réservé sur internet (confirmation sur les prestations, idées d'activités pendant le séjour...).
- **De nombreux hôteliers** offrent des services à la pointe aux clients cyclo-sportifs et diversifient avec succès leur clientèle. **Hôtel ALBA à Lourdes** : 30% de sa clientèle de juin.
- **De nombreux campings** récoltent aujourd'hui le fruit de leurs investissements dans de véritables complexes de loisirs et des hébergements locatifs haut de gamme. Lavedan à Lau Balagnas, Sunélia à Argelès-Gazost, Pène Blanche à Loudenvielle, Monlôo à Bagnères de Bigorre, Azun Nature à Aucun...
- **Au Pic du Midi**, le ponton dans le ciel et le nouvel espace de médiation continuent d'attirer de nouveaux visiteurs sur le site.
- **A Balnéa**, les nouveaux bains Maya ont diversifié l'offre et augmenté la capacité d'accueil. Ils contribuent à fidéliser la clientèle et à en attirer une nouvelle.
- **A Troumouse**, le petit train rend désormais le cirque à la nature (pas de voitures) et satisfait pleinement la clientèle familiale.

→ La mise en œuvre **d'actions commerciales efficaces** pour s'adapter à **une grande disparité** des **modes de réservation** ou de la **durée de séjours**, et à de **nouveaux comportements** : le besoin d'être accompagné, guidé, rassuré dans la composition de son séjour ; la part toujours plus grande de clients non « experts de la montagne », souvent en quête de contemplation plus que de transpiration, et aussi de sens, de saveurs, d'émerveillement, et surtout de choses faciles à consommer.

- Des hôteliers, comme le **Mercure à Saint-Lary-Soulan**, constatent la part toujours plus grande de ces clientèles « non expertes » des destinations de montagne qu'il faut accompagner et guider.
- **De nombreux campings** comme le Rioumajou à Bourisp, le Pène Blanche à Loudenvielle, le Lavedan à Lau Balagnas, proposent des locations de courtes durées voire à la nuitée, au vue de l'importance des courts séjours qui se décident à la dernière minute.

→ **Le succès de certains événements culturels** (Jazz In Marciac, Tarbes en Tango, Comédie Musicale « Bernadette de Lourdes »...) ou **sportifs** (GRP, Pyrénées Cycl'n Trip, Marmotte, Haute Route...) sont **pourvoyeurs de clientèles pour les hébergeurs** qui savent s'en emparer en se positionnant sur le public qui les fréquentent.

- **L'Alba** à Lourdes, propose un produit « Pyrénées Cycl'n Trip » aux Tour-Opérateurs.
- **Le Mercure** à Saint-Lary-Soulan compte 50% de traileurs parmi ses clients pendant le GRP.
- **Le Beauséjour** à Lourdes a vu sa fréquentation progresser cet été en accueillant des clients venus pour la comédie musicale « Bernadette de Lourdes ».

→ Les étapes du **TOUR DE FRANCE** dans les Hautes-Pyrénées : marqueur de la saison touristique, vecteur d'image, pourvoyeur de clientèle, animateur XXL pour tout le département.

- **4,65 millions** de téléspectateurs sur France TV pour l'arrivée à Bagnères de Bigorre.
- **6,93 millions** de téléspectateurs sur France TV pour l'arrivée au Tourmalet, avec un record de part d'audience (51,1%) pour l'édition 2019.
- **40 000 spectateurs*** à Bagnères de Bigorre et sur les pentes de la Hourquette d'Ancizan.
- **12 000 spectateurs*** autour du village départ à Tarbes.
- **80 000 spectateurs*** sur les pentes du Tourmalet.

**participants à l'évènement hors population résidente – comptage par système Flux Vision Tourisme (ORANGE)*



DES FAITS MARQUANTS ET... UNE ANECDOTE

→ **La Boutique de HPTÉ enregistre une augmentation importante des ventes** sur les mois de juin, juillet et août (10, 23 et 24.5%).

*Les principales ventes se font sur des séjours « **cousus main** » et confectionnés en fonction des **attentes spécifiques** de chaque client. La plupart des clients de la Boutique sont séduits par une **itinérance** à travers les grands sites et les vallées et à cheval entre **les versants français et espagnols**. Un **carnet de voyage personnalisé** et une carte routière sont remis à chaque client pour le guider dans son séjour et l'aider à choisir ses activités.*

Ce succès confirme plusieurs tendances :

- la recherche de produits, d'expériences, d'aventures à vivre (l'hébergement sec n'est plus suffisant pour créer l'envie).
- un besoin de densité de sites à visiter et d'activités à pratiquer.
- la recherche de services, d'hébergements et de sites de qualité.
- l'intérêt persistant et grandissant de certains clients pour un accompagnement « humain » dans leurs choix et leurs réservations (activités, itinéraires, hébergements).
- l'offre globale (services, activités, hébergement, restauration...) est un facteur d'attractivité supérieur au prix : le panier moyen de la Boutique a considérablement augmenté avec la gamme de produits « Pyrénées Trip ».

Il y a un **fort intérêt pour les Hautes-Pyrénées (et la montagne en général)** à persévérer dans cette voie, **sur le marché du Grand Tourisme**, pour gagner en attractivité et en fréquentation, au travers de produits qui les présentent comme une grande destination à visiter, facile à « consommer », avec **des grands sites, des services de qualité, une grande diversité d'activités et une grande accessibilité**.

LE PYRÉNÉES CYCLN TRIP S'INSTALLE...

• Une fréquentation en hausse

3000 passages de cyclistes en bas des cols sur les 5 jours

• De plus en plus de cyclistes en séjour venus spécialement

Nombreux témoignages recueillis au cours des ravitaillements

• Les Hautes-Pyrénées confirmées comme destination vélo

Nombreux témoignages spontanés de cyclistes découvrant l'opération « Après le Tour, la fête continue »

• Une mobilisation collective qui se renforce d'année en année

Un partenariat exemplaire entre le Département et les collectivités

→ Les Espagnols en force

De nombreux hébergeurs ont constaté un retour en force des clients espagnols. Première nationalité étrangère lors des étapes du Tour de France avant les britanniques.

fui la côte basque le WE du 24 et 25 août.

Les Hautes-Pyrénées seraient-ils à la Côte Basque ce que le Lubéron est à la Côte d'Azur... ?

→ Merci le G7 !

Des hébergeurs ont accueilli des clients ayant

CONTACT PRESSE :

Séverine CUESTA, Relations presse

Tél. : 07 50 67 27 33 - severine.cuesta@ha-py.fr