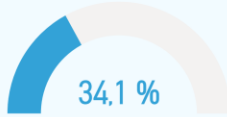


### TAUX D'OCCUPATION À DATE

lits marchands professionnels et de particulier à particulier

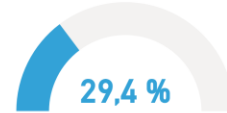


**-1,8 pt(s)**  
VS N-1



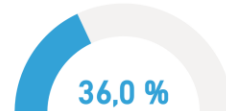
### FOCUS PRO ET PAP

LITS MARCHANDS PROFESSIONNELS



**-0,8 pt(s)**  
VS N-1

LITS MARCHANDS DE PARTICULIER A PARTICULIER



**-2,3 pt(s)**  
VS N-1

### DÉTAIL PAR TYPE D'HÉBERGEMENT



Hôtels

**35,0** %  
**-3,5 pt(s)**



Campings

**30,8** %  
**-0,5 pt(s)**



### TAUX D'OCCUPATION À DATE - VUE SUR LA SAISON

VACANCES DE PRINTEMPS

**32,5 %**  
**- 7,0 pt(s)**

MAI

**32,8 %**  
**+ 2,4 pt(s)**

JUIN

**34,0 %**  
**- 2,9 pt(s)**

JUILLET

**47,6 %**  
**- 2,0 pt(s)**

AOÛT

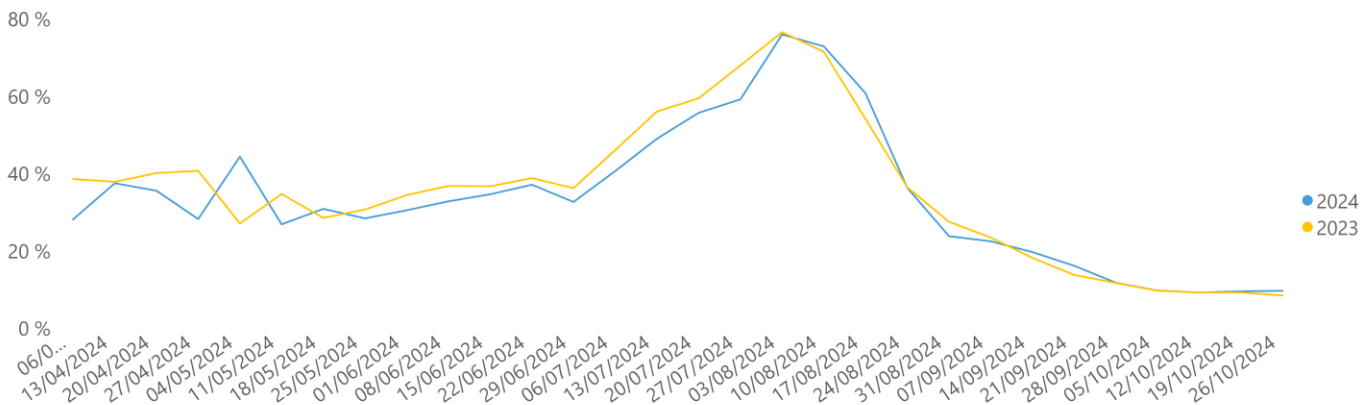
**61,7 %**  
**+ 0,2 pt(s)**

SEPTEMBRE

**20,7 %**  
**- 0,2 pt(s)**

OCTOBRE

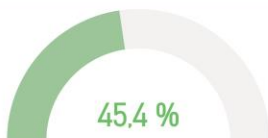
**10,2 %**  
**- 0,2 pt(s)**



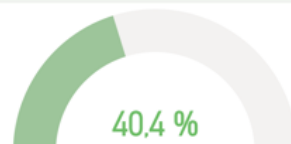
## PONT DE L'ASCENSION



**+ 9,6 pt(s)**  
VS N-1

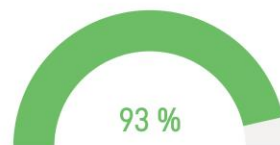


**+ 4,7 pt(s)**  
VS N-1



**+ 4,6 pt(s)**  
VS N-1

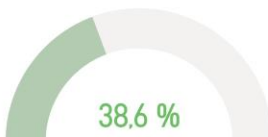
TAUX D'OUVERTURE DES LITS  
MARCHANDS



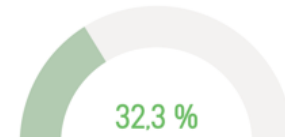
## PENTECÔTE



**+ 0,2 pt(s)**  
VS N-1

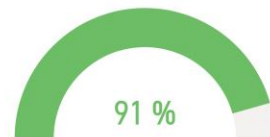


**- 0,2 pt(s)**  
VS N-1



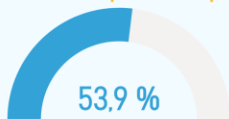
**- 2,1 pt(s)**  
VS N-1

TAUX D'OUVERTURE DES LITS  
MARCHANDS

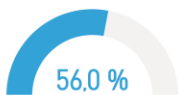


### TAUX D'OCCUPATION À DATE

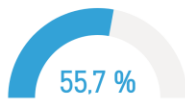
lits marchands professionnels et de particulier à particulier



**-2,4 pt(s)**  
VS N-1



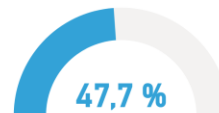
**+ 0,9 pt(s)**  
VS N-1



**+ 1,2 pt(s)**  
VS N-1

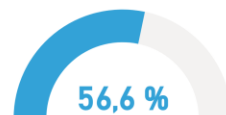
### FOCUS PRO ET PAP

LITS MARCHANDS PROFESSIONNELS



**-0,2 pt(s)**  
VS N-1

LITS MARCHANDS DE PARTICULIER A PARTICULIER



**-3,6 pt(s)**  
VS N-1

### DÉTAIL PAR TYPE D'HÉBERGEMENT



Hôtels

**37,2 %**  
**+ 1,5 pt(s)**

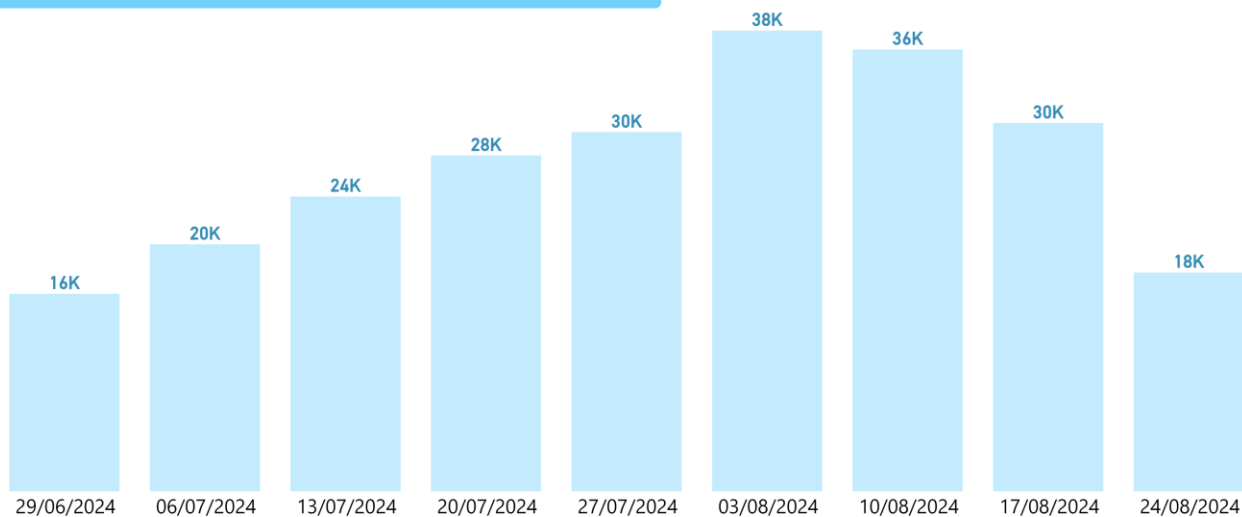


Campings

**55,7 %**  
**-1,5 pt(s)**



### DÉTAIL DES NUITÉES RESERVEES PRO ET PAP À DATE



### ÉVOLUTION DES RÉSERVATIONS



**+ 1,8 pt(s)**  
VS J-15



**+ 1,5 pt(s)**  
VS J-15

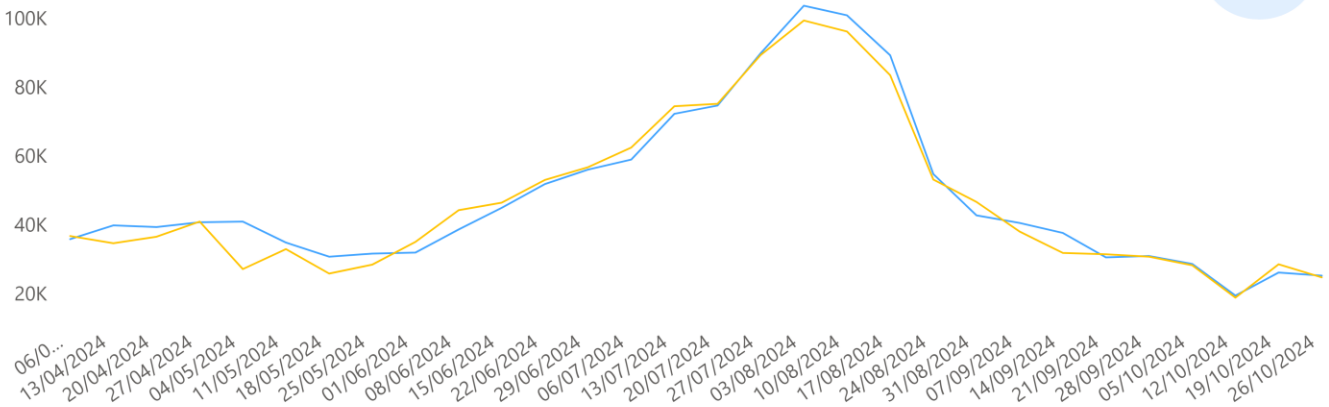


**+ 1,7 pt(s)**  
VS J-15



### PRÉVISIONS DES NUITÉES ATTENDUES POUR 2024

● 2024 ● 2023



#### Méthodologie

La prévision est réalisée sur la base d'un modèle statistique prédictif, prenant en compte des historiques de données provenant des observatoires de l'activité touristique de G2A, des tarifs publics des hébergements du territoire, des données de taux de remplissage à date et les volumétries des lits connus à ce jour.

Les volumétries de nuitées calculées permettent d'apprécier la situation en fin de saison sur l'ensemble des lits de la destination (lits professionnel, lit de particulier à particulier et lits résidences secondaires) comparativement aux volumes recensés en fin de saison dernière.

### MÉTHODOLOGIE

Période d'enquête du 06/04/2024 au 01/11/2024  
Date de mise à jour de la Plateforme G2A : 12/06/2024



Analyse de **9 665**  
de lits professionnels et pàp  
dont les données sont transmises en temps  
réel (lits en passerelle)

Représentant  
**70 %** des lits marchands (pro et  
pàp de la destination)

Agences  
immobilières



Particulier à  
particulier



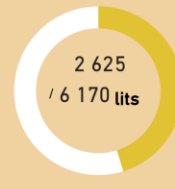
Résidences de  
Tourisme



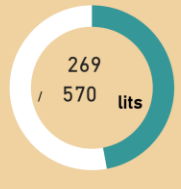
Villages  
vacances



Campings



Hôtels



## Analyse marché littoral occitan

A trois semaines des vacances scolaires d'été, les réservations continuent à progresser à un rythme régulier dans les destinations du panel littoral occitan qui affiche désormais un taux d'occupation de 37,3% pour la période comprise entre les vacances de printemps et celles de la Toussaint. A date, le niveau de réservation du panel reste stable par rapport à l'année dernière (-0,1pt).

Après des vacances de printemps en recul, le mois de mai qui a profité d'une très belle semaine cumulant les jours fériés du 8 mai et de l'Ascension s'est soldé sur une performance en hausse de +1pt d'occupation malgré des réservations de dernière minute freinées, en fin de mois notamment, par une météo instable. Le mois de juin, au calendrier moins favorable que l'an passé, sans jour férié ni congés allemands jusqu'au 20 juin, bénéficie tout de même d'un niveau d'occupation quasi-équivalent à celui de l'année dernière (-0,5pt).

Par ailleurs, les perspectives pour le cœur de l'été (juillet-août) s'améliorent encore, portées par un mois d'août qui conforte son avance (+4,3pts) avec des réservations en hausse pour les agences immobilières (+9,1pts), les résidences de tourisme (+6pts), les campings (+5,6pts) ou encore le secteur de la location entre particuliers (+4,2pts).

## Pour votre destination

A date, la destination des Pyrénées Méditerranée enregistre un taux d'occupation moyen de 34,1% entre les vacances d'avril et celles d'octobre. Ces performances sont légèrement en baisse VS N-1 avec -1,8pt par rapport à l'année dernière.

L'avant saison affiche un bilan mitigé avec des vacances d'avril en baisse de performances (à mettre en lien avec un weekend de Pâques hors période de vacances scolaires cette année) suivi d'un Pont de l'Ascension qui a particulièrement attiré les visiteurs sur la destination cette saison. Ce Pont a très largement été favorisé par le calendrier qui lui a accolé cette année le 8 mai. Les hébergements marchands de la destination ont été occupés à plus de 44,5% sur cette semaine (+9,6pts VS N-1). Contrairement à ce que l'on peut constater sur la moyenne de notre panel Pyrénées-Orientales, le week-end de Pentecôte a également performant dans le territoire des Pyrénées Méditerranée, affichant une stabilité VS N-1 de 0,2pt.

## Les infos-clés sur votre territoire

A date, la catégorie des lits professionnels est légèrement en retard avec -0,8pt vs N-1 sur l'ensemble de la saison. Alors que les campings et hôtels voient leurs fréquentations en baisse entre avril et octobre, la catégorie des hôtels est tout de même en avance sur le cœur de saison, enregistrant 37,2% d'occupation et une évolution de +1,5pt vs N-1.

D'après notre modèle de prévisions des nuitées touristiques globales, la destination des Pyrénées Méditerranées devrait voir évoluer à la hausse de +2,3% sa fréquentation, atteignant cette année près d'1 445 000 nuitées entre début avril et fin octobre.



### MON CONTACT G2A

CLEMENT BERTHOUT

☎ 0661909131

✉ clement.berthout@g2a-consulting.fr