

Perpignan. Une année touristique 2021 meilleure que 2020 ?

la-clau.net/info/14729/perpignan-une-annee-touristique-2021-meilleure-que-2020



Résidence Copacabana, Canet-en-Roussillon © Gregor Pelfats

L'année touristique 2021 devrait ressembler fortement à 2020, sans surprise bonnes ni mauvaises, selon l'Agence de Développement Touristique des Pyrénées-Orientales.

L'expérience de 2020, le Covid-19, le passeport vaccinal, la réouverture des frontières et l'appétit du voyage sont les conditions d'une année touristique 2021 réussie en Pays Catalan. L'Agence de Développement Touristique des Pyrénées-Orientales (ADT 66) expose son analyse par la voix de ses collaborateurs Pierre Anglade et Amandine Brea, en charge de son observatoire. Ces deux scrutateurs de tendances voient venir une fréquentation estivale équivalente à celle de 2020, avec une inconnue : davantage de Français ou moins d'étrangers, ou plus d'étrangers et moins de Français. Ils justifient ce scénario après en avoir écarté trois autres, visant une augmentation des flux, une diminution des flux et une paralysie due à une aggravation de la crise pandémique. L'option médiane faisant de 2021 une simple réplique de 2020 mérite ainsi de rappeler les chiffres territoriaux de l'année dernière : 22 % de baisse des nuitées touristiques annuelles par rapport à 2019, accentuée à 43 % pour les étrangers. Cependant, la fréquentation française *“a répondu présent au cours de la saison estivale 2020”*.

2021 n'a pas commencé si mal

Pour l'année en cours, à l'heure des bilans, la période située entre mi-mars et fin mai *“sera sans doute supérieur à la même période de 2019”*, indique l'observatoire. Cependant, décembre sera déterminant, car l'activité des stations de ski (en sous-régime cette saison hivernale 2020-2021) influera sur les chiffres globaux de l'année, en fournissant une hausse ou une baisse, sous réserve d'un enneigement convenable. Attention cependant, le critère majeur retenu par l'ADT 66 est celui de la quantité, c'est-à-dire le nombre de nuitées touristiques, et non pas le panier moyen dépensé par les touristes. Consultez à ce sujet notre article “Tourisme de présence, tourisme de dépense”.

David Senyarich