



### Littoral



Niveau de fréquentation équivalent ou en hausse pour 78% des prestataires.



En août 2011, 67 % d'entre eux affichaient ce niveau d'activité.



### Campagne

Niveau de fréquentation équivalent ou en hausse pour 58% des prestataires.



En août 2011, 76 % d'entre eux affichaient ce niveau d'activité.



### Montagne

Niveau de fréquentation équivalent ou en hausse pour 44% des prestataires.



En août 2011, 64 % d'entre eux affichaient ce niveau d'activité.



### Ville

Niveau de fréquentation équivalent ou en hausse pour 54 % des prestataires.



En août 2011, 83 % d'entre eux affichaient ce niveau d'activité.

### Août 2012 : Entre clair et obscur

Siège de 80% des hébergements locatifs, le **Littoral audois affiche globalement de très bons résultats pour le mois d'août écoulé**, avec un taux record de **78% de prestataires annonçant un volume d'activité égal ou supérieur au même mois de l'année précédente** (2011 étant considérée comme année de référence du tourisme audois, avec plus de 6 millions de nuitées enregistrées sur la période). Ce dynamisme du trait de côte, ne doit pour autant pas occulter le ressenti des professionnels des zones Rurales, des Villes et de la Montagne qui pointent tous un niveau d'activité inférieur à celui du mois d'août 2011.

Au final, tous secteurs géographiques confondus, 60% des professionnels audois jugent leur niveau d'activité stable ou en hausse. Ceci étant, l'analyse de la situation est particulièrement complexe avec des perceptions très contrastées selon le secteur. La clientèle française en repli dans l'hôtellerie se marque en hausse dans les campings et les résidences de tourisme, idem pour la clientèle espagnole qui se raréfie dans la restauration et maintient une présence forte sur certains sites : parc animalier etc... **Dans ce clair-obscur, un point fait tout de même consensus auprès de tous les prestataires : la progression marquée de la clientèle belge.** Point auquel s'ajoute le constat d'un changement des comportements de consommation des clientèles françaises et étrangères ; pour certaines réellement impactées par la crise, pour d'autres, préférant adopter une attitude de précaution avec en corolaire une course effrénée aux bons plans du net, la recherche systématique des formules d'hébergements chez les parents et les amis, le choix des packages tout inclus en lieu et place des hébergements marchands secs.

Pour septembre, côté Littoral audois on garde le sourire. **89% des professionnels affichent un état des réservations stable ou en hausse.** De la couleur de la rentrée économique, sociale et météorologique, dépend désormais la coloration définitive de la haute saison touristique 2012.

### La Météo du Mois

Le mois d'Août 2012 a tenu toutes ses promesses avec un soleil généreux, des températures élevées supérieures aux moyennes saisonnières (+2°C) et peu de précipitations. Du 8 au 11, déferle une première vague de chaleur (39,2°C à Lézignan-Corbières), constituant un véritable épisode de canicule. Par la suite, les températures baissent progressivement pour devenir conformes aux moyennes saisonnières. Avec les orages et l'orientation des vents au Nord/Ouest, les températures chutent en fin de mois (Source : Chaîne Météo).

**Info activités :****Hébergements**

Tendances	2011	2012	Conjoncture
↗	27%	27%	☹
=	48%	33%	
↘	25%	40%	

En août 2012, 40 % des professionnels audois de l'Hébergement déclarent une baisse d'activité.

Selon le type d'hébergement les choses apparaissent toutefois contrastées :

- Les campings, les résidences de tourisme et les meublés de l'arrière pays progressent,
- Les villages de vacances sont stables,
- L'hôtellerie se marque en recul, principalement auprès de la clientèle étrangère, à l'exception de la zone littorale qui affiche des résultats stables.

**Activités**

Tendances	2011	2012	Conjoncture
↗	40%	38%	☹
=	20%	24%	
↘	40%	38%	

Globalement stable au plan départemental, le secteur des activités connaît comme en 2011 quelques difficultés liées à l'action conjuguée d'une météo favorable aux activités balnéaires et d'un pouvoir d'achat limité. En conséquence, le tourisme culturel se marque en recul (auprès de 69% des prestataires), la clientèle ayant plutôt porté son choix sur la pratique d'activités sportives et de loisirs qui elle, est stable ou en hausse.

**Commerces / Services**

Tendances	2011	2012	Conjoncture
↗	38 %	23 %	☹
=	44 %	40 %	
↘	18 %	37 %	

Tiré vers le haut par la grande distribution qui enregistre une progression significative de son activité (80% de prestataires en hausse), le secteur des Commerces et Services est toutefois en recul par rapport à 2011.

Les difficultés économique rencontrées par les clientèles touristiques impactent notamment les commerces de proximité, les caveaux de dégustation et la restauration. Il est ici clairement établi que la clientèle touristique qui a pu préserver son séjour estival a adopté des modes de consommation plus économiques, privilégiant la confection des repas avec des produits de base, aux sorties gastronomiques.

**Offices de tourisme /Syndicats d'initiative**

Tendances	2011	2012	Conjoncture
↗	77 %	35 %	☹
=	8 %	5 %	
↘	15 %	60 %	

Les conseillers en séjour notent une clientèle touristique en baisse, phénomène essentiellement constaté auprès des clientèles étrangères (baisse auprès de 62% des OT/SI du Département).

**Par zones**

Au plan départemental, la période se marque par un recul ressenti de l'activité. Seul le Littoral tire son épingle du jeu avec une forte présence des clientèles françaises qui ont choisi un hébergement en hôtellerie de plein air (75% des camping du Littoral pointent une hausse des français).

La destination Urbaine est en repli, frappée par l'érosion du pouvoir d'achat des Français et des clientèles étrangères emblématiques (Espagnols, Anglais). Dans ce contexte, l'hôtellerie (82% d'hôtels) affiche une baisse de fréquentation des clientèles étrangères. Dans le même temps, Campagne et Montagne se marquent également en recul, mais dans une plus faible amplitude.

**La clientèle française :**

Hormis le Littoral qui connaît une bonne stabilité, la clientèle française fait défaut cette année à l'ensemble des zones touristiques du département. Par soucis d'économie, elle s'héberge en camping et meublé (au détriment de l'hôtellerie et des villages de vacances), délaisse les commerces de proximité et les caveaux de dégustation, concentre ses sorties sur des offres d'animation gratuites et quelques activités de pleine nature.

**La clientèle étrangère :**

La clientèle étrangère elle aussi est globalement en repli. Le département, destination de choix des clientèles espagnoles et anglaises subit les effets de la crise, ces clientèles ayant pendant de nombreuses années assurées le tempo de l'économie touristique audoise.

Dans le même temps, la **clientèle belge**, moins impactée que les autres nationalités par les problèmes économiques, fait une percée remarquable et d'autant plus notable, qu'elle est la seule à progresser.

**Les Nationalités :**

Rang	Nationalités
1 <sup>er</sup>	Belgique
2 <sup>ème</sup>	Allemagne/Grande Bretagne
3 <sup>ème</sup>	Pays Bas

Pays Lauragais mis à part, la clientèle belge se positionne désormais au 1<sup>er</sup> rang du palmarès des nationalités étrangères sur le Département. Les clientèles espagnoles disparaissent du top 3 et les anglais sont relégués au second rang, faisant désormais jeu égal avec les clientèles allemandes. Août enregistre également un léger recul des clientèles allemandes et italiennes.

**L'état des réservations :**

A ce jour, l'état des réservations pour le mois de septembre est globalement jugé moyen à l'échelle du département. Il apparaît plus satisfaisant pour les professionnels de la Narbonnaise en Méditerranée. Ces éléments prévisionnels peuvent évoluer plus favorablement, à condition que la météo soit de la partie.

### Les tendances – Tous secteurs – Evolution Août 2011 - 2012

AUDE			PAYS CARCASSONNAIS			NARBONNAISE EN MEDITERRANEE			PAYS CORBIERES / MINERVOIS			PAYS HAUTE VALLEE DE L'AUDE			PAYS LAURAGAIS			
<b>NOTE D'AMBIANCE</b>																		
Tendance	2011	2012	Conj	2011	2012	Conj	2011	2012	Conj	2011	2012	Conj	2011	2012	Conj	2011	2012	Conj
↗	35%	29%	☹	38%	24%	☹	32%	41%	☺	36%	23%	☹	35%	23%	☹	33%	20%	☹
=	40%	31%		38%	33%		40%	31%		38%	37%		38%	20%		44%	30%	
↘	25%	40%		24%	43%		28%	28%		26%	40%		27%	57%		21%	50%	
Note d'ambiance orientée à la baisse au plan départemental et sur 4 des 5 territoires touristiques. Seul le Pays de la Narbonnaise s'affiche en dynamique.																		
<b>LA CLIENTELE FRANCAISE</b>																		
Tendance	2011	2012	Conj	2011	2012	Conj	2011	2012	Conj	2011	2012	Conj	2011	2012	Conj	2011	2012	Conj
↗	32%	31%	☹	28%	33%	☹	27%	36%	☹	36%	32%	☹	35%	33%	☹	56%	20%	☹
=	52%	37%		54%	36%		56%	38%		53%	32%		38%	27%		41%	43%	
↘	16%	32%		18%	31%		17%	26%		11%	36%		27%	40%		3%	37%	
La clientèle française est en recul marqué sur l'ensemble des territoires analysés, elle avait largement progressé durant l'été 2011.																		
<b>LA CLIENTELE ETRANGERE</b>																		
Tendance	2011	2012	Conj	2011	2012	Conj	2011	2012	Conj	2011	2012	Conj	2011	2012	Conj	2011	2012	Conj
↗	32%	27%	☹	38%	20%	☹	25%	35%	☺	30%	24%	☹	43%	30%	☹	15%	28%	☺
=	44%	32%		40%	30%		51%	40%		45%	26%		32%	10%		44%	34%	
↘	24%	41%		22%	50%		24%	25%		25%	50%		25%	60%		41%	38%	
Globalement en recul, la clientèle étrangère se montre stable sur la Narbonnaise et progresse en Lauragais.																		
<b>LES NATIONALITES</b>																		
N° ordre	Origine	N° ordre	Origine	N° ordre	Origine	N° ordre	Origine	N° ordre	Origine	N° ordre	Origine	N° ordre	Origine	N° ordre	Origine	N° ordre	Origine	
1	B	1	B	1	B	1	B	1	B	1	B	1	B	1	B	1	GB	
2	D/GB	2	GB/NL	2	GB/D	2	D	2	D	2	GB /NL	2	GB /NL	2	E	2	E	
3	NL	3	D	3	NL	3	NL	3	GB /I	3	D	3	D	3	NL	3	NL	
Forte progression de la clientèle belge qui compense quelque peu le recul des clientèles étrangères traditionnelles : espagnols, anglais, allemands.																		
<b>RESERVATIONS SEPTEMBRE 2012</b>																		
Tendance	2011	2012	Conj	2011	2012	Conj	2011	2012	Conj	2011	2012	Conj	2011	2012	Conj	2011	2012	Conj
↗	34%	24%	☺	30%	32%	☺	42%	30%	☺	34%	13%	☹	29%	20%	☹	40%	21%	☹
=	45%	55%		53%	52%		38%	59%		33%	38%		50%	33%		50%	64%	
↘	21%	21%		17%	16%		20%	11%		33%	49%		21%	47%		10%	15%	
L'état des réservations pour le mois de septembre est globalement stable comparé à 2011, des disparités apparaissent selon le territoire enquêté.																		

## Les partenaires départementaux :

### Carcassonnais :

- Chambre de Commerce et d'Industrie de Carcassonne, Limoux, Castelnaudary
- Office de Tourisme Intercommunal du Haut Minervois
- Communauté de Communes Piémont d'Alaric
- Syndicat d'Initiative du Haut Cabardès – Les Ilhes Cabardès
- Office de Tourisme Intercommunal du Cabardès au Canal du Midi – Montolieu
- Office de Tourisme de Trèbes
- Office Municipal de Tourisme de Carcassonne.

### Corbières / Minervois :

- Pays Touristique Corbières / Minervois
- Communauté de Communes du Massif de Mouthoumet
- Office du Tourisme des Corbières Sauvages
- Office de Tourisme Intercommunal de Lagrasse
- Office Municipal du Tourisme de Lézignan-Corbières.

### Haute Vallée de l'Aude :

- Communauté de Communes du Canton d'Axat
- Office de Tourisme Intercommunal Aude en Pyrénées – Quillan
- Office de Tourisme Intercommunal du Quercorb
- Service Tourisme de la Ville de Limoux
- Communauté de Communes Razès Malepère
- Communauté de Communes du Pays de Couiza.

### Lauragais :

- Chambre de Commerce et d'Industrie de Carcassonne, Limoux, Castelnaudary
- GAL Terroirs du Lauragais/C C Piège en Lauragais
- Office de Tourisme Piège/Lauragais – Fanjeaux
- Office de Tourisme de Castelnaudary et du Bassin Lauragais.

### Narbonnaise en Méditerranée :

(selon le zonage en vigueur au 01/01/2012)

- Chambre de Commerce et d'Industrie de Narbonne
- Office Municipal du Tourisme de Narbonne
- Office Municipal du Tourisme de Gruissan
- Office de Tourisme de Leucate
- Office de Tourisme de Port la Nouvelle
- Office de Tourisme le Somail

## Méthode utilisée :

Le dispositif de conjoncture est réalisé mensuellement des vacances de printemps à septembre, par téléphone.




Le panel est composé de 410 prestataires dont :

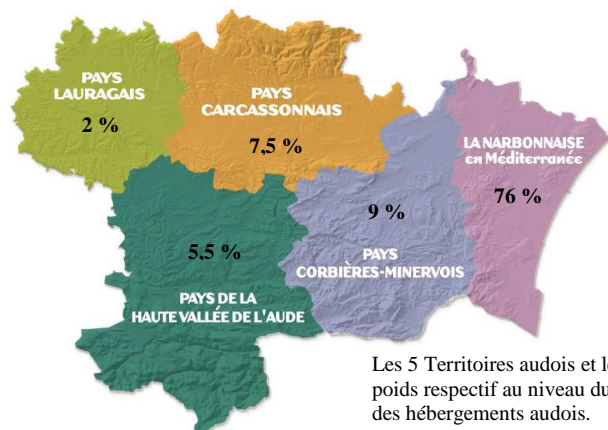
- 111 en Carcassonnais,
- 130 en Narbonnaise en Méditerranée,
- 61 en Corbières /Minervois.
- 75 en Haute Vallée de l'Aude,
- 40 en Lauragais.

Enquête menée par le CDT de l'Aude en partenariat avec le Conseil Régional LR/ QSDF, la FRHPA, le GHPA, LR-UMIH, la FROTSI et les structures territoriales audoises (cf. listing).

## Echelle de conjoncture :

Le niveau d'activité de l'entreprise pour le mois qui vient de s'écouler, est comparé au même mois de l'année précédente.

	Le niveau d'activité progresse de 3 % ou plus dans les évolutions 2011/ 2012.
	Le niveau d'activité reste stable : plus ou moins 2 %.
	Le niveau d'activité régresse de 3 % ou plus.



Les 5 Territoires audois et leur poids respectif au niveau du parc des hébergements audois.

**Comité Départemental du Tourisme de l'Aude**  
**Conseil Général de l'Aude**  
**11855 CARCASSONNE Cedex 09**  
**Tél. : 04 68 11 66 00 – Fax. : 04 68 11 66 01**  
**Email : [observatoire@audetourisme.com](mailto:observatoire@audetourisme.com)**  
**Internet : [www.audetourisme.com](http://www.audetourisme.com)**