

COMITE DEPARTEMENTAL DU TOURISME DE L'AUDE

DEPARTEMENT DE L'AUDE

ETAT MENSUEL DE CONJONCTURE

Juin 2013

La pluie fait des adeptes

Qui, il y a quelques jours encore, aurait parié un seul euro sur une note de conjoncture « souriante » alors que Juin 2013 restera dans les annales pour sa pluviométrie record.

Contre toute attente, les 410 professionnels audois interrogés jugent majoritairement leur niveau d'activité stable ou en hausse au titre du mois écoulé.

Certes la fréquentation de juin 2013 reste encore très éloignée de l'optimum de 2011, année record s'il en est, mais le ressenti des professionnels plutôt positif est de bonne augure pour la suite de la saison.

Ainsi, aussi vrai que « le Sud a son Histoire », l'Aude Pays Cathare a aussi ses adeptes, une clientèle de proximité fidèle, une clientèle étrangère à fort pouvoir d'achat qui privilégie les commerces, les restaurants de qualité et plébiscite les sites de tourisme culturel.

Attirées par le label Patrimoine Mondial de l'Humanité, les clientèles lointaines (USA, Canada, Australie, Russie, ...) boostent les hébergements, notamment en secteur urbain carcassonnais.

La baisse du chiffre d'affaires concerne essentiellement les hébergements de milieu de gamme et les commerces (grande distribution). Celle-ci était prévisible au regard de la conjoncture économique qui érode fortement le pouvoir d'achat des clientèles européennes et les incline à la retenue.

Au chapitre de la crise, le cabinet Protourisme pointe une baisse historique des intentions de départ en vacances des Français pour l'été 2013.

Selon ce cabinet, le budget des vacances estivales recule de 4,5 % à 1230 € par foyer, pour une durée moyenne des séjours de 11,5 jours cet été contre 12,5 jours en 2012. Dans ce contexte la mer restera la destination phare de l'été avec 58 % des intentions de séjour, suivie par la campagne (20, %), la ville (13 %) et la montagne (9 %).

Nul doute par ailleurs qu'au seuil de la haute saison touristique, les nouveaux outils de communication numérique (téléphonie mobile) joueront à plein, favorisant une mobilité accrue des clientèles et une adaptation toujours plus rapide des comportements de consommation aux conditions météo et aux « bons plans » de dernière minute.

Aude			
Tendances	2012	2013	Conjoncture
↗	16 %	24 %	😊
=	29 %	29 %	
↘	55 %	47 %	

Littoral			
Tendances	2012	2013	Conjoncture
↗	15 %	18 %	😊
=	30 %	28 %	
↘	55 %	54 %	

Campagne			
Tendances	2012	2013	Conjoncture
↗	22 %	24 %	😊
=	19 %	30 %	
↘	59 %	46 %	

Montagne			
Tendances	2012	2013	Conjoncture
↗	20 %	30 %	😊
=	18 %	15 %	
↘	62 %	55 %	

Ville			
Tendances	2012	2013	Conjoncture
↗	13 %	28 %	😊
=	35 %	32 %	
↘	52 %	40 %	

Région Languedoc-Roussillon			
Tendances	2012	2013	Conjoncture
↗	20 %	28 %	😊
=	28 %	28 %	
↘	52 %	44 %	

AUDE
PAYS CATHARE

LE SUD
A SON HISTOIRE

Info activités :**Hébergements**

Tendances	2012	2013	Conjoncture
↗	17 %	17 %	😊
=	25 %	30 %	
↘	58 %	53 %	

Les professionnels de l'hébergement attestent de la stabilité de la fréquentation même si l'hôtellerie et les agences immobilières s'affichent en baisse pour 60 % des répondants.

Activités

Tendances	2012	2013	Conjoncture
↗	14 %	40 %	😊
=	22 %	24 %	
↘	64 %	36 %	

Pour le 2^{ème} mois consécutif, le tourisme culturel booste le secteur des activités de loisirs (75 % en hausse) et compense largement le sentiment mitigé des prestataires de tourisme sportif (46 % des déclarants affichent une baisse d'activité).

Commerces / Services

Tendances	2012	2013	Conjoncture
↗	17 %	13 %	😞
=	37 %	32 %	
↘	46 %	55 %	

La relative stabilité du secteur de la restauration (50 % des répondants déclarent une activité en hausse ou égale) ne suffit pas à compenser la baisse d'activité des commerces de proximité (57 %) et surtout des hypermarchés (100 % en baisse). Les aléas climatiques n'ont pas suffi à drainer les clientèles dans les commerces de bouche, la tendance générale étant aux économies...

Offices de tourisme /Syndicats d'initiative

Tendances	2012	2013	Conjoncture
↗	18 %	52 %	😊
=	24 %	22 %	
↘	58 %	26 %	

Comme pour le secteur des activités culturelles, la forte hausse de fréquentation des Offices de Tourisme semble être en corrélation directe avec la météo, les vacanciers étant plus qu'à l'accoutumé en quête d'activités de loisirs. Même si la fréquentation française des Offices de Tourisme semble en progression (71 % stables ou en hausse), ce sont essentiellement les étrangers (50 % en hausse) qui dopent la statistique en faisant massivement appel aux conseillers en séjours.

Par zones :

L'analyse de l'activité touristique par zone dégage un panorama homogène de l'ensemble des espaces touristiques du département. La forte hausse d'activité perçue par les professionnels en ville (+ 15 points par rapport à juin 2012) et en zone de montagne (+ 10 points) peut partiellement s'expliquer par la comparaison à un mois de juin 2012 particulièrement morose.

La clientèle française :

Stable sur l'ensemble du département, la clientèle française s'est toutefois inégalement répartie selon les espaces. Avec plus de 70 % de fréquentation perçue comme égale ou supérieure au même mois de l'année précédente, le Carcassonnais et le Lauragais semblent avoir fait le plein de clientèle française.

Par ailleurs les agences immobilières (63 % en baisse) et les hypermarchés (67 % en baisse) ont connu un mois de juin difficile, les commerces de proximité (stables à 71 %), les restaurants (stables ou en hausse à 60 %) et le tourisme culturel (stable ou en hausse à 75 %) semblent être passés entre les gouttes.

La clientèle étrangère :

Stable ou en hausse pour 57 % des professionnels sur le département, la clientèle étrangère a été particulièrement présente sur les sites de tourisme culturel (63 % en hausse), en montagne (71 % stable ou en hausse) et dans le secteur urbain (64 % stable ou en hausse). Elle semble cependant avoir particulièrement délaissé ses approvisionnements en hypermarché (100% en baisse) et avoir été moins nombreuse dans l'hôtellerie de plein air (59 % en baisse) et en chambres d'hôtes (59 % en baisse).

Etat des réservations pour juillet 2013

Tendances	Locatif	Campings	Hôtels	Ch. d'hôtes
Bon	22 %	18 %	10 %	25 %
Moyen	45 %	59 %	54 %	50 %
Mauvais	33 %	23 %	36 %	25 %

Les tendances – Tous secteurs – Evolution Juin 2012 - Juin 2013

AUDE				CARCASSONNAIS			NARBONNAIS			CORBIERES / MINERVOIS			HAUTE VALLEE DE L'AUDE			LAURAGAIS AUDOIS		
NOTE D'AMBIANCE																		
Tendance	2012	2013	Conj	2012	2013	Conj	2012	2013	Conj	2012	2013	Conj	2012	2013	Conj	2012	2013	Conj
↗	16 %	24 %	☺	13 %	31 %	☺	15 %	18 %	☺	22 %	29 %	☺	20 %	30 %	☺	8 %	14 %	☺
=	29 %	29 %		35 %	25 %		30 %	33 %		19 %	23 %		18 %	25 %		42 %	36 %	
↘	55 %	47 %		52 %	44 %		55 %	49 %		59 %	48 %		62 %	45 %		50 %	50 %	
Note d'ambiance positive pour l'ensemble du département avec une mention spéciale pour le Carcassonnais.																		
LA CLIENTELE FRANCAISE																		
Tendance	2012	2013	Conj	2012	2013	Conj	2012	2013	Conj	2012	2013	Conj	2012	2013	Conj	2012	2013	Conj
↗	16 %	17 %	☺	17 %	23 %	☺	13 %	16 %	☺	17 %	20 %	☹	20 %	21 %	☹	-	7 %	☺
=	39 %	37 %		44 %	40 %		37 %	39 %		29 %	20 %		35 %	28 %		50 %	64 %	
↘	45 %	46 %		39 %	37 %		50 %	45 %		54 %	60 %		45 %	51 %		50 %	29 %	
Stable au plan départemental, la clientèle française est en retrait de 6 points en Cobières-Minervois et en Haute Vallée de l'Aude .																		
LA CLIENTELE ETRANGERE																		
Tendance	2012	2013	Conj	2012	2013	Conj	2012	2013	Conj	2012	2013	Conj	2012	2013	Conj	2012	2013	Conj
↗	24 %	29 %	☺	31 %	37 %	☺	19 %	26 %	☺	32 %	29 %	☺	16 %	28 %	☺	25 %		☺
=	22 %	28 %		25 %	25 %		29 %	27 %		18 %	26 %		16 %	28 %		8 %	43 %	
↘	54 %	43 %		44 %	38 %		55 %	47 %		50 %	45 %		68 %	44 %		67 %	57 %	
En hausse sensible sur le département, les clientèles étrangères ont été globalement présentes sur l'ensemble des territoires.																		
RESERVATIONS JUILLET 2013																		
Tendance	2012	2013	Conj	2012	2013	Conj	2012	2013	Conj	2012	2013	Conj	2012	2013	Conj	2012	2013	Conj
↗	27 %	18 %	☹	24 %	32 %	☺	31 %	13 %	☹	29 %		☺	19 %	25 %	☹	17 %		☹
=	50 %	48 %		60 %	64 %		48 %	41 %		43 %	88 %		62 %	44 %		33 %	38 %	
↘	23 %	34 %		16 %	4 %		21 %	46 %		28 %	12 %		19 %	31 %		50 %	62 %	
Avec 96% des prestataires affichant un taux de réservations égal ou en hausse par rapport à 2012, le Carcassonnais confirme son rôle de locomotive de la destination touristique départementale.																		

Les partenaires départementaux :

Carcassonnais :

- Chambre de Commerce et d'Industrie de Carcassonne, Limoux, Castelnaudary
- Office de Tourisme Intercommunal du Haut Minervois – Caunes-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 Région Lézignanaise Corbières et Minervois
- Office du Tourisme Intercommunal des Corbières – Cucugnan
- Office de Tourisme Intercommunal de Lagrasse
- Office Municipal du Tourisme de Lézignan-Corbières

Pays de la 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 Communauté de communes Limouxin et St Hilairois
- Communauté de Communes Razès Malepère
- Communauté de Communes du Pays de Couiza.

Pays 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.

Pays de la Narbonnaise :

(selon le zonage en vigueur au 01/01/2013)

- 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 Grand narbonne - le Somail

Méthode utilisée :

Le dispositif de conjoncture est réalisé mensuellement de mai à septembre, par téléphone.

Le panel est composé de 410 prestataires dont :

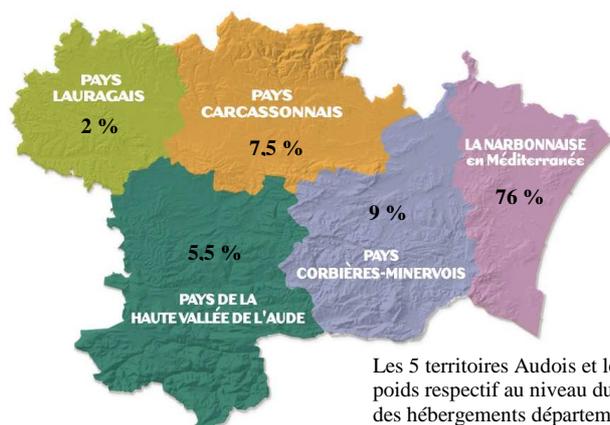
- 109 du Carcassonnais
- 123 du Narbonnais,
- 60 du Pays Corbières /Minervois.
- 68 de la Haute Vallée de l'Aude
- 40 du Lauragais Audois.

Enquête menée par le CDT de l'Aude en partenariat avec le CRT 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 2012/ 2013.
☹	Le niveau d'activité reste stable : plus ou moins 2 %.
☹	Le niveau d'activité régresse de 3 % ou plus.



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
Internet : www.audetourisme.com