

**COMITE DEPARTEMENTAL DU TOURISME
DEPARTEMENT DE L'AUDE**

NOTE DE CONJONCTURE

Vacances de printemps / Mai 2014

Le soleil se lève à l'Est

Aude			
Tendances	2013	2014	Conjoncture
↗	32 %	23 %	☹
=	25 %	29 %	
↘	43 %	48 %	

Littoral			
Tendances	2013	2014	Conjoncture
↗	26 %	40 %	☺
=	28 %	25 %	
↘	46 %	35 %	

Campagne			
Tendances	2013	2014	Conjoncture
↗	26 %	18 %	☹
=	28 %	34 %	
↘	46 %	48 %	

Montagne			
Tendances	2013	2014	Conjoncture
↗	26 %	10 %	☹
=	22 %	20 %	
↘	52 %	70 %	

Ville			
Tendances	2013	2014	Conjoncture
↗	37 %	24 %	☹
=	21 %	24 %	
↘	42 %	52 %	

Région Languedoc-Roussillon			
Tendances	2013	2014	Conjoncture
↗	30 %	30 %	☺
=	25 %	31 %	
↘	45 %	39 %	

En rapprochant les vacances de printemps (12 avril au 12 mai) avec les premiers ponts du mois de Mai, le calendrier 2014 a concentré les départs du début de saison, pondérant par la même les avantages d'une météo plutôt clémente.

Dans ce contexte près d'un professionnel audois sur deux, juge son niveau d'activité en diminution sur la période. Les gestionnaires d'hébergements marchands pointant un volume d'accueil en net retrait.

A contrario, le littoral audois, siège de la part dominante de l'offre touristique départementale, constate une hausse d'activité au mois de Mai et éclaire la morosité de ce début de saison.

Le secteur montagne, où seuls 30 % des professionnels interrogés pointent un niveau d'activité égal ou en hausse et le tourisme urbain connaissent un démarrage poussif.

Les différentes études prospectives sur les intentions de départ des français et des européens (Baromètre IPSOS / Europ Assistance et étude du cabinet Protourisme) convergent en pointant la progression des inégalités dans les intentions de départ. Ainsi la tendance favorable des pays germaniques (En hausse de 4 points pour les allemands et de 11 points pour les autrichiens) contraste avec celle des pays du sud de l'Europe qui atteint ses plus bas niveaux pour l'Espagne et l'Italie.

Le même contraste apparaît entre Paris et la France rurale et entre les CSP + et les classes moyennes.

Ce différentiel qui se retrouve dans les budgets consacrés aux vacances (En hausse moyenne de 100 € pour les français selon Protourisme) dictera sans aucun doute les choix de consommation 2014 de plus en plus sensibles aux « bons plans » de dernière minute.

Avec 17 % des intentions de séjours, à égalité avec l'Italie, la France reste en tête des destinations préférées des européens. Le bord de mer représente pour 62 % d'entre eux le lieu de villégiature idéal pour les vacances d'été. Les français, eux, ne déroge pas à l'attitude dominante mais manifestent un désir de montagne en hausse (+ 9 points) ainsi que de vacances actives (+ 4 points). Ces tendances ouvrent des perspectives encourageantes à la diversité de l'offre touristique audoise.

A l'orée de la haute saison, faisant feu de tout bois - séduction sur le net, campagne nationale sur les ondes de France-Inter, offres commerciales avantageuses - la communauté des acteurs professionnels du tourisme audois apparaît mobilisée et prête pour la grande compétition estivale.

AUDE
PAYS CATHARE

LE SUD
A SON HISTOIRE

Info activités :**Hébergements**

Tendances	2013	2014	Conjoncture
↗	18 %	10 %	☹
=	31 %	29 %	
↘	51 %	61 %	

Particulièrement sensible dans les secteurs de l'hôtellerie et de l'hôtellerie de plein air (respectivement 70 % et 67 % des professionnels déclarant une activité diminuée), les hébergements marchands connaissent un début de saison difficile. Les agences immobilières et les chambres d'hôtes, dont 60 % et 58 % des gestionnaires déclarent une activité stable, semblent moins souffrir de l'érosion des clientèles.

Activités

Tendances	2013	2014	Conjoncture
↗	38 %	38 %	☺
=	20 %	32 %	
↘	42 %	30 %	

Bénéficiant d'une clientèle de proximité venue à la journée, les visites culturelles et patrimoniales, ainsi que les activités sportives et de loisirs se marquent en dynamique. Le raccourcissement de la durée des séjours et le recours aux différentes formes d'hébergements non marchands, permettent aux clientèles de consacrer une part de leur budget vacances aux activités de visite.

Commerces / Services

Tendances	2013	2014	Conjoncture
↗	35 %	24 %	☹
=	26 %	32 %	
↘	39 %	44 %	

Globalement l'activité des commerces et services reste stable. Ceci étant, la part de professionnels jugeant leur activité en baisse augmente de 5 points. Ce déficit d'activité est essentiellement le fait des restaurateurs qui déclarent à 56 % une activité en baisse. Les commerces de proximité et les caveaux de dégustation se déclarent majoritairement stable ou en hausse pour 70 % d'entre eux.

Offices de tourisme /Syndicats d'initiative

Tendances	2013	2014	Conjoncture
↗	67 %	45 %	☹
=	10 %	10 %	
↘	23 %	45 %	

La fréquentation des OTSI apparait très contrastée selon les secteurs. Les territoires de la Narbonnaise et de Corbières-Minervois jugent d'une activité en hausse, les autres territoires pointent une baisse, notamment sur le Carcassonnais.

Par territoire:

Les débuts de saison se suivent et ne se ressemblent pas. Ainsi la montagne et la ville qui s'affichaient en hausse en 2013 déclarent une activité en baisse, voire en très forte baisse pour le secteur montagne. Inversément la campagne qui se stabilise et le littoral, avec 40 % des professionnels qui déclarent une activité en hausse, abordent la saison de manière dynamique.

La clientèle française :

Rares dans les hôtels, les campings et les villages de vacances (+ de 60 % en baisse), les français semblent avoir orienté leur choix d'hébergement vers les locations via les agences immobilières (80 % identique ou en hausse) et vers les résidences de tourisme (50 % en hausse, 50 % identique). Fidèles aux commerces de proximité les français ont également retrouvé le chemin des caveaux de dégustation, des sites culturels (76 % identiques ou en hausse) et des activités de sport et de loisirs (70 % identiques ou en hausse).

Profitant d'un printemps clémente, les français ont délaissé la montagne (50 % en baisse) pour préférer littoral et campagne.

La clientèle étrangère :

Avec 57 % des répondants déclarant la fréquentation étrangère stable ou en hausse, la clientèle étrangère résiste mieux que la clientèle française même si les hôtels et campings du département jugent leur fréquentation en recul. Concernant les hébergements seules les chambres d'hôtes semblent satisfaites de ce début de saison (80 % stables ou en hausse). Peu présents dans les offices de tourisme et les commerces de proximité (50 % en baisse), les étrangers maintiennent leur fréquentation des caveaux de dégustation et des activités sportives et de loisirs. Fidèles au littoral audois (71 % stable ou en hausse), les étrangers ont fait faux bond au zones de montagne (63 % en baisse) durant ce mois de mai.

Les vacances de printemps - Zoom :**Tendances ressenties par les professionnels sur la période des vacances de printemps 2014**

Tendances	Héberg.	Activités	Com. et Services	OTSI
↗	13 %	38 %	29 %	33 %
=	37 %	32 %	32 %	33 %
↘	50 %	30 %	39 %	34 %




Les tendances – Tous secteurs – Evolution Mai 2013 - Mai 2014

AUDE			CARCASSONNAIS			NARBONNAIS			CORBIERES / MINERVOIS			HAUTE VALLEE DE L'AUDE			LAURAGAIS AUDOIS			
NOTE D'AMBIANCE																		
Tendance	2013	2014	Conj	2013	2014	Conj	2013	2014	Conj	2013	2014	Conj	2013	2014	Conj	2013	2014	Conj
↗	32 %	23 %	☹	31 %	15 %	☹	34 %	31 %	☺	42 %	29 %	☹	25 %	18 %	☹	17 %	6 %	☹
=	25 %	29 %		21 %	30 %		23 %	26 %		26 %	22 %		17 %	18 %		57 %	35 %	
↘	43 %	48 %		48 %	55 %		43 %	43 %		32 %	39 %		58 %	64 %		26 %	59 %	
Ambiance globalement morose pour l'ensemble des territoires audois. Seul la Narbonnaise stabilise sa fréquentation. La Haute Vallée de l'Aude et le Lauragais accusent un déficit notable de fréquentation																		
LA CLIENTELE FRANCAISE																		
Tendance	2013	2014	Conj	2013	2014	Conj	2013	2014	Conj	2013	2014	Conj	2013	2014	Conj	2013	2014	Conj
↗	28 %	23 %	☺	23 %	14 %	☹	30 %	25 %	☹	33 %	33 %	☹	31 %	25 %	☺	22 %	12 %	☹
=	31 %	34 %		33 %	36 %		34 %	36 %		35 %	28 %		17 %	30 %		35 %	35 %	
↘	41 %	43 %		44 %	50 %		36 %	39 %		32 %	39 %		53 %	45 %		43 %	53 %	
Relativement stable au plan départemental, la clientèle française est moins nombreuse à Carcassonne et dans l'ouest audois pour se concentrer sur la Narbonnaise.																		
LA CLIENTELE ETRANGERE																		
Tendance	2013	2014	Conj	2013	2014	Conj	2013	2014	Conj	2013	2014	Conj	2013	2014	Conj	2013	2014	Conj
↗	29 %	23 %	☺	32 %	29 %	☺	26 %	20 %	☺	46 %	27 %	☹	17 %	16 %	☺	22 %	6 %	☹
=	26 %	34 %		24 %	25 %		24 %	42 %		27 %	39 %		23 %	25 %		35 %	29 %	
↘	45 %	43 %		44 %	46 %		50 %	38 %		27 %	34 %		60 %	59 %		43 %	65 %	
Toujours présente sur l'ensemble du département, la clientèle étrangère est toutefois perçue comme en diminution sur le Carcassonnais et le Lauragais.																		
RESERVATIONS JUIN 2012																		
Tendance	2013	2014	Conj	2013	2014	Conj	2013	2014	Conj	2013	2014	Conj	2013	2014	Conj	2013	2014	Conj
↗	23 %	23 %	☺	21 %	21 %	☹	24 %	26 %	☺	13 %	0 %	☹	11 %	20 %	☺	45 %	20 %	☹
=	47 %	50 %		58 %	50 %		39 %	44 %		75 %	75 %		44 %	53 %		28 %	20 %	
↘	30 %	27 %		21 %	29 %		37 %	30 %		12 %	25 %		44 %	27 %		27 %	60 %	
Une tendance positive à consolider pour ce mois de juin. Nombre de professionnels constatent un planning très évolutif, particulièrement impacté par les inflexions de dernière minute.																		

Les partenaires départementaux :

Carcassonnais :

- Chambre de Commerce et d'Industrie de Carcassonne
- Office de Tourisme Intercommunal du Haut Minervois / Carcassonne Agglo – Caunes-Minervois
- Syndicat d'Initiative du Haut Cabardès – Les Ilhes Cabardès
- Office de Tourisme Intercommunal du Cabardès / Carcassonne Agglo– 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

Haute Vallée de l'Aude :

- Communauté de Communes des Pyrénées Audoises
- Service Tourisme Communauté de communes du Limouxin
- Office de Tourisme Intercommunal du Pays de Couiza.

Lauragais :

- Office de Tourisme Intercommunal Piège/Lauragais – Fanjeaux
- Office de Tourisme Intercommunal de Castelnaudary et du Lauragais Audois.

Narbonnaise :

- Chambre de Commerce et d'Industrie de Narbonne
- Office Municipal du Tourisme de Narbonne
- Office Municipal du Tourisme de Gruissan
- Office Municipal du 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 381 prestataires audois dont :

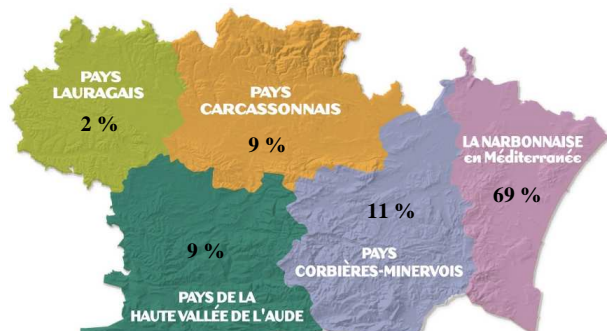
- 107 du Carcassonnais
- 119 du Narbonnais,
- 54 de Corbières /Minervois.
- 6 de la Haute Vallée de l'Aude
- 37 du Lauragais Audois.

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 2013/ 2014.
☹	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 départemental.

Agence de Développement Touristique 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 : f.raynaud@audetourisme.com
Internet : www.audetourisme.com