

AGENCE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

DEPARTEMENT DE L'AUDE

BILAN MENSUEL DE CONJONCTURE

Juin 2015

« Les lumières de la ville »

Aude			
Tendances	2015	2014	Conjoncture
↗	32 %	20%	😊
=	37 %	35%	
↘	31 %	45%	

Littoral			
Tendances	2015	2014	Conjoncture
↗	26 %	31%	😞
=	30 %	29%	
↘	44 %	40%	

Campagne			
Tendances	2015	2014	Conjoncture
↗	32 %	18%	😊
=	42 %	34%	
↘	26 %	48%	

Montagne			
Tendances	2015	2014	Conjoncture
↗	14 %	12%	😞
=	43 %	53%	
↘	43 %	35%	

Ville			
Tendances	2015	2014	Conjoncture
↗	37 %	17%	😊
=	35 %	36%	
↘	28 %	47%	

Région Languedoc-Roussillon			
Tendances	2015	2014	Conjoncture
↗	33 %	29 %	😊
=	31 %	31 %	
↘	36 %	40 %	

Avec 69 % des professionnels interrogés qui jugent leur activité stable ou en hausse, Juin semble avoir été globalement un bon mois pour le tourisme audois. Cette tonalité optimiste doit toutefois être tempérée, l'activité des professionnels du littoral, en recul sur la période, risquant au vu de l'importance quantitative de l'offre, d'impacter négativement le niveau d'activité touristique du département.

Dans ce contexte le secteur urbain, confirme sa bonne forme dans la continuité du mois de mai et permet au secteur hôtelier, aux chambres d'hôtes et aux commerces de proximité d'enregistrer de fortes progressions par rapport à 2014. Ce regain d'attractivité « des lumières de la ville » peut en partie s'expliquer par une bonne fréquentation étrangère (76 % stable ou en hausse), fréquentation favorisée par la baisse du cours de l'euro au bénéfice des clientèles britanniques et nord américaines.

A contrario, comme évoqué supra, le secteur littoral enregistre une fréquentation moindre des clientèles européennes traditionnelles (Allemagne, Belgique, Pays-Bas) ressentie notamment au niveau de la fréquentation des hébergements locatifs (fréquentation étrangère en baisse pour 57 % des gestionnaires d'agences immobilières). Malgré une météo des plus clémentes, les prestataires situés en zone de montagne n'enregistrent pas de hausse de leur fréquentation.

Au plan régional la saison estivale débute également sous les meilleurs auspices avec une belle progression du secteur hôtelier. L'afflux de la clientèle d'affaires et des clientèles étrangères a principalement bénéficié au secteur urbain, le littoral et les zones rurales enregistrant un léger retrait de leur activité.

Confortés par les enquêtes de conjoncture réalisées au plan national et régional, et un début de saison plutôt dynamique, les professionnels audois affichent un optimisme certain quant à la fréquentation 2015 de la destination départementale, ceux-ci augurant d'un rééquilibrage au profit des mois de juillet et d'août et d'une fréquentation française en hausse sur le littoral, alors que les clientèles étrangères longs courrier devraient encore intensifier leur présence principalement en secteur urbain.

AUDE
PAYS CATHARE

LE SUD
A SON HISTOIRE

Info activités :**Hébergements**

Tendances	2015	2014	Conjoncture
↗	27 %	20 %	😊
=	37 %	33 %	
↘	36 %	47 %	

Déjà en progression au mois de mai, les professionnels de l'hébergement confirment la bonne dynamique de l'activité notamment dans les secteurs de l'hôtellerie de plein air (73 % stables ou en hausse) et des chambres d'hôtes (82 % stables ou en hausse), la demande émanant principalement de la clientèle française (68 % stable ou en hausse) et à un degré moindre de la clientèle étrangère (63 % stable ou en hausse).

Activités

Tendances	2015	2014	Conjoncture
↗	33 %	20 %	😊
=	40 %	37 %	
↘	27 %	43 %	

Boosté par la fréquentation des sites culturels (50 % en hausse), le secteur « Activité » connaît une bonne avant saison, notamment en ce qui concerne la clientèle française jugée stable ou en hausse par 75 % des professionnels. Seul le secteur du tourisme fluvial juge la fréquentation étrangère supérieure à celle de juin 2014.

Commerces / Services

Tendances	2015	2014	Conjoncture
↗	32 %	22 %	😊
=	38 %	36 %	
↘	30 %	42 %	

Avec 70 % des répondants affichant une activité stable ou en hausse, l'activité des « commerces et services » confirme un sentiment général de reprise de l'activité touristique liée à une plus forte consommation de la clientèle française. Plus dynamique dans les commerces de proximité (89 % stables ou en hausse), l'activité du mois de juin reste positive pour les restaurants (35 % en hausse). Seule ombre au tableau, les caveaux de dégustation qui, après un bon début de saison, jugent leur activité en diminution pour 50 % d'entre eux, la clientèle étrangère leur faisant cruellement défaut (54 % en baisse).

Offices de tourisme /Syndicats d'initiative

Tendances	2015	2014	Conjoncture
↗	47 %	13 %	😊
=	29 %	31 %	
↘	24 %	56 %	

En très forte augmentation par rapport à juin 2014, l'activité des Offices de Tourisme bénéficie tout à la fois d'une forte fréquentation française (70 % stable ou en hausse), mais aussi étrangère (53 % en hausse), et ce malgré une présence globale amoindrie des clientèles étrangères.

Par zones :

L'amélioration sensible de l'activité constatée par l'ensemble des prestataires audois recouvre de fortes disparités, le littoral affichant notamment un niveau d'activité diminué par rapport à 2014. Les difficultés du secteur montagne semblent récurrentes alors que les professionnels du secteur urbain affichent un bel optimisme se prévalant pour le 2^{ème} mois consécutif d'une activité en forte hausse (+ 20 points) générée par une très bonne fréquentation étrangère (76 % stables ou en hausse).

La clientèle française :

En augmentation sensible sur l'ensemble des secteurs d'activité, la fréquentation française aura principalement bénéficié aux résidences de tourisme (100 % stables ou en hausse) aux commerces de proximité (89 % stables ou en hausse) ainsi qu'aux sites culturels (42 % en hausse). La montagne bénéficie d'une fréquentation stable ou en hausse pour 83 % des répondants, les autres secteurs touristiques affichant une fréquentation française stable par rapport à 2014.

La clientèle étrangère :

Avec 67 % des professionnels jugeant la fréquentation étrangère stable (39 %) ou en hausse (28 %), le mois de juin ne se présente pas comme un grand crû mais marque une légère progression par rapport à 2014. Boudant le littoral (48 % en baisse) et le secteur montagne (83 % en baisse), la fréquentation étrangère se concentre sur l'urbain, grand gagnant de la période. En termes de consommation la demande reste stable en hôtellerie de plein air, dans les chambres d'hôtes (40 % et 55 % stables), ainsi qu'en restauration (63 % stable) mais apparaît en forte diminution dans le secteur des activités (39 % en baisse) et dans les caveaux de dégustation (54 % en baisse).

Etat des réservations pour juillet 2015

Tendances	Locatif	Campings	Hôtels	Ch. d'hôtes
Bon	17 %	33 %	36 %	36 %
Moyen	83 %	54 %	44 %	64 %
Mauvais	0 %	13 %	20 %	0 %

Avec une première vague de départs en vacances attendue dès le 4 juillet et une seconde vague « magistrale » le 11 juillet structurant fortement les plannings, les professionnels de l'hébergement affichent au seuil de juillet un optimisme certain.

Les tendances – Tous secteurs – Evolution Juin 2014 - Juin 2015

AUDE			CARCASSONNAIS			NARBONNAIS			CORBIERES / MINERVOIS			HAUTE VALLEE DE L'AUDE			LAURAGAIS AUDOIS			
NOTE D'AMBIANCE																		
Tendance	2015	2014	Conj	2015	2014	Conj	2015	2014	Conj	2015	2014	Conj	2015	2014	Conj	2015	2014	Conj
↗	32 %	20%	😊	26 %	14%	😊	37 %	28%	😊	15 %	21%	😊	44 %	25%	😊	30 %	8%	😊
=	37 %	35%		43 %	36%		27 %	27%		40 %	27%		28 %	39%		61 %	60%	
↘	31 %	45%		31 %	50 %		36 %	45%		45 %	52%		28 %	36%		9 %	32%	
Les cinq territoires audois jugent globalement très positif leur niveau d'activité par rapport à juin 2014.																		
LA CLIENTELE FRANCAISE																		
Tendance	2015	2014	Conj	2015	2014	Conj	2015	2014	Conj	2015	2014	Conj	2015	2014	Conj	2015	2014	Conj
↗	30 %	18%	😊	24 %	10%	😊	35 %	21%	😊	20 %	17%	😞	50 %	29%	😊	26 %	16%	😊
=	42 %	40%		44 %	36%		39 %	40%		35 %	45%		28 %	35%		65 %	52%	
↘	28 %	42%		32 %	53%		26 %	40%		45 %	38%		22 %	36%		9 %	32%	
En augmentation globale sur le département, la fréquentation française semble avoir essentiellement profité à la Haute Vallée de l'Aude et à la Narbonnaise, seul le secteur Corbières-Minervois affichant un recul.																		
LA CLIENTELE ETRANGERE																		
Tendance	2015	2014	Conj	2015	2014	Conj	2015	2014	Conj	2015	2014	Conj	2015	2014	Conj	2015	2014	Conj
↗	28 %	24%	😊	38 %	28%	😊	23 %	20%	😊	21 %	29%	😞	35 %	18%	😊	13 %	21%	😊
=	39 %	39%		32 %	36%		39 %	37%		26 %	43%		30 %	39%		74 %	50%	
↘	33 %	37%		30 %	36%		38 %	43%		53 %	28%		35 %	43%		13 %	29%	
En forte progression en Haute Vallée de l'Aude et sur le Carcassonnais, la clientèle étrangère aura essentiellement fait défaut au secteur Corbières-Minervois.																		
RESERVATIONS JUILLET 2015																		
Tendance	2015	2014	Conj	2015	2014	Conj	2015	2014	Conj	2015	2014	Conj	2015	2014	Conj	2015	2014	Conj
↗	31 %	15%	😊	31 %	19%	😊	28 %	12%	😊	50 %	0%	😊	43 %	17%	😊	40 %	22%	😊
=	52 %	46%		59 %	46%		42 %	44%		50 %	67%		29 %	42%		60 %	56%	
↘	17 %	38%		10 %	31%		24 %	44%		0 %	33%		28 %	41%		0 %	22%	
La hausse très marquée des réservations pour le mois de juillet se constate sur l'ensemble des territoires et notamment en Corbières-Minervois et en Haute Vallée de l'Aude.																		

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 361 prestataires dont :

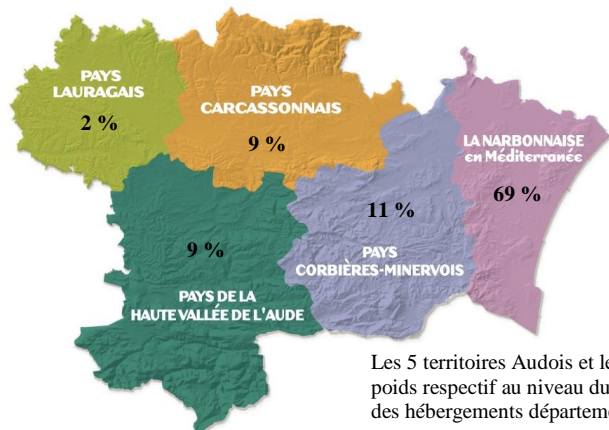
Territoires	Panel	Panel répondant en juin 2015
Carcassonnais	107	61
Narbonnais	119	73
Corbières-Minervois	54	20
Haute Vallée de l'Aude	44	18
Lauragais	37	23

Enquête menée par l'ADT de l'Aude en partenariat avec le CRT QSDF, la FRHPA, le GHPA, LR-UMIH, la FROTSI et les structures territoriales audoises.

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 2014/ 2015.
	Le niveau d'activité reste stable : plus ou moins 2 %.
	Le niveau d'activité régresse de 3 % ou plus.



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 : adt@audetourisme.com
Internet : www.audetourisme.com