

AGENCE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

DEPARTEMENT DE L'AUDE

BILAN MENSUEL DE CONJONCTURE

Juillet 2015

Le nombre pas le chiffre !

| Aude | | | |
|-----------|------|------|-------------|
| Tendances | 2014 | 2015 | Conjoncture |
| ↗ | 18 % | 28 % | ☺ |
| = | 18 % | 32 % | |
| ↘ | 64 % | 40 % | |

| Littoral | | | |
|-----------|------|------|-------------|
| Tendances | 2014 | 2015 | Conjoncture |
| ↗ | 20 % | 40 % | ☺ |
| = | 20 % | 27 % | |
| ↘ | 60 % | 33 % | |

| Campagne | | | |
|-----------|------|------|-------------|
| Tendances | 2014 | 2015 | Conjoncture |
| ↗ | 18 % | 23 % | ☺ |
| = | 18 % | 37 % | |
| ↘ | 64 % | 40 % | |

| Montagne | | | |
|-----------|------|------|-------------|
| Tendances | 2014 | 2015 | Conjoncture |
| ↗ | 4 % | 11 % | ☹ |
| = | 15 % | 0 % | |
| ↘ | 81 % | 89 % | |

| Ville | | | |
|-----------|------|------|-------------|
| Tendances | 2014 | 2015 | Conjoncture |
| ↗ | 23 % | 26 % | ☺ |
| = | 15 % | 33 % | |
| ↘ | 62 % | 41 % | |

| Région Languedoc-Roussillon | | | |
|-----------------------------|------|------|-------------|
| Tendances | 2014 | 2015 | Conjoncture |
| ↗ | 19 % | 29 % | ☺ |
| = | 20 % | 28 % | |
| ↘ | 61 % | 43 % | |

Avec un ensoleillement et des niveaux de température records, le mois de juillet 2015 permet à la destination Pays Cathare de retrouver sa dynamique et une large attractivité. De l'avis des professionnels du littoral qui déclarent une activité stable ou en hausse pour les 2/3 d'entre eux, la fréquentation est là et bien là !

Toutefois les effets de la crise profonde qui secoue les économies française et européennes sont largement perceptibles et impactent à la baisse la consommation touristique, celle-ci restant globalement atone, notamment pour le secteur de la restauration. En contrepoint, les activités de tourisme culturel et sportif semblent bien résister.

En termes d'hébergement les juilletistes se sont majoritairement tournés vers le secteur locatif, permettant aux agences immobilières de déclarer une activité en hausse (40 %) ou identique (40 %), contrastant avec l'hôtellerie de plein air dont plus de la moitié des gestionnaires (54 %) déclarent l'activité en baisse. Autres bénéficiaires de cette embellie, les propriétaires de meublés de tourisme qui retrouvent le niveau d'occupation de 2013 et s'attendent à un bon mois d'août. Les chambres d'hôtes, du moins pour les hébergements de ce type ayant pignon sur rue, affichent une fréquentation contrastée en lien avec une chalandise de passage inconstante sollicitée par une offre pléthorique.

La présence des clientèles européennes, notamment des néerlandais, des britanniques et des belges aura sans aucun doute boosté la fréquentation des zones littorales et urbaines, compensant un certain retrait des clientèles espagnoles et italiennes.

La fréquentation constatée sur le département de l'Aude est confirmée par les résultats régionaux qui attestent d'une forte fréquentation littorale (66 % stables ou en hausse) alors que les destinations montagne de la Région sont en régression pour 74 % des professionnels interrogés.

Dans ce contexte, les efforts de communication consentis pour afficher et promouvoir les sites patrimoniaux et les professionnels du Pays Cathare sur l'Aude et le littoral héraultais (Agde, Béziers) et catalan (Canet, Argelès, Perpignan) auront sans aucun doute contribué à soutenir une consommation touristique et à atténuer les effets conjugués de la crise et de la canicule.

AUDE
PAYS CATHARE

LE SUD
A SON HISTOIRE

Info activités :**Hébergements**

| Tendances | 2014 | 2015 | Conjoncture |
|-----------|------|------|-------------|
| ↗ | 13 % | 25 % | ☺ |
| = | 12 % | 31 % | |
| ↘ | 75 % | 44 % | |

Le ressenti des professionnels de l'hébergement sur la période est globalement positif, même si l'hôtellerie de plein air et les chambres d'hôtes semblent avoir connu un début de mois relativement « poussif ». En nette hausse par rapport à 2014, le secteur locatif (agences immobilières et meublés de tourisme) a bénéficié d'une forte fréquentation française alors que le secteur hôtelier et surtout les chambres d'hôtes ont eu du mal à faire le plein, notamment en zone de montagne.

Activités

| Tendances | 2014 | 2015 | Conjoncture |
|-----------|------|------|-------------|
| ↗ | 28 % | 39 % | ☺ |
| = | 19 % | 37 % | |
| ↘ | 53 % | 24 % | |

Les fortes chaleurs du mois de juillet n'ont pas empêché les vacanciers de visiter les sites culturels et de pratiquer les activités sportives. Ainsi au plan départemental 75 % des prestataires de tourisme culturel interrogés jugent leur activité supérieure ou égale à celle de juillet 2014, seul le territoire Corbières Minervois accuse une activité moindre sur les sites culturels.

Commerces / Services

| Tendances | 2014 | 2015 | Conjoncture |
|-----------|------|------|-------------|
| ↗ | 9 % | 27 % | ☺ |
| = | 25 % | 29 % | |
| ↘ | 66 % | 44 % | |

En progression par rapport à 2014, l'activité des commerces et services a été boostée en juillet par une forte fréquentation des grandes surfaces, alors que dans le même temps le secteur de la restauration a souffert de l'étranglement des budgets vacances et des fortes chaleurs. Avec 55 % de prestataires jugeant leur activité supérieure ou en hausse, les caveaux de dégustation semblent également avoir marqué le pas, la clientèle française étant jugée en recul par 55 % des professionnels du secteur.

Offices de Tourisme /Syndicats d'initiative

| Tendances | 2014 | 2015 | Conjoncture |
|-----------|------|------|-------------|
| ↗ | 45 % | 17 % | ☹ |
| = | 18 % | 33 % | |
| ↘ | 36 % | 50 % | |

Les OTSI de l'Aude auront connu un mois de juillet particulièrement calme, une structure sur deux jugeant son activité en recul par rapport à 2014 et pointant le déficit des clientèles françaises.

Par zones :

Le calendrier des grands départs et l'épisode caniculaire auront essentiellement bénéficié au secteur littoral qui affiche pour 67 % de professionnels une activité stable ou en hausse. Le secteur montagne est en recul pour 9 prestataires sur dix, posant par là même de fortes interrogations sur l'équilibre économique des entreprises sur ces zones.

Les prestataires des zones urbaines jugent quant à eux favorablement la fréquentation du mois de juillet, même si les professionnels de la restauration semblent avoir particulièrement souffert de la conjoncture économique et climatique (88 % de l'activité restauration en baisse sur le carcassonnais).

La clientèle française :

Estimée identique ou en hausse par 62 % des répondants, alors qu'elle est annoncée majoritairement en baisse au plan régional, la clientèle française aura été particulièrement présente sur le secteur littoral (38 % en hausse) ainsi que dans les structures d'activités sportives et de loisirs (60 % en hausse). Avec les fortes chaleurs les activités aquatiques auront séduit nombre de nos compatriotes qui ont par contre délaissé les caveaux de dégustation et les commerces de proximité (respectivement 55 % et 75 % en baisse). En termes d'hébergement les français ont privilégié le secteur locatif mais se sont fait plus rares dans les villages de vacances et dans les campings. Nul doute que la campagne d'affichage menée sur Paris / Ile de France, Lyon et Toulouse, en partenariat avec le Grand Narbonne, aura conforté la destination « Pays Cathare – Surprenante Méditerranée » et drainé les clientèles urbaines vers les stations du littoral méditerranéen audois.

La clientèle étrangère :

Jugée relativement stable par la majorité des hébergeurs à l'exception des chambres d'hôtes (54 % en baisse), la clientèle étrangère semble avoir privilégié le littoral (66 % stables ou en hausse), le secteur urbain tirant toutefois son épingle du jeu avec 56 % des professionnels jugeant leur activité stable ou en hausse.

Moins friands qu'à l'accoutumée des commerces de proximité (50 % stables ou en hausse) et des caveaux de dégustation (55 % stables ou en hausse), les clientèles étrangères ont largement consommé les prestations de tourisme sportif et de loisirs, 78 % des professionnels jugeant leur activité stable ou en hausse pour cette clientèle.

Etat des réservations pour août 2015

| Tendances | Locatif | Campings | Hôtels | Ch. d'hôtes |
|-----------|---------|----------|--------|-------------|
| Bon | 42 % | 38 % | 36 % | 54 % |
| Moyen | 50 % | 62 % | 48 % | 38 % |
| Mauvais | 8 % | 0 % | 16 % | 8 % |

Tous types d'hébergements confondus, l'état des réservations pour le mois d'août est jugé bon ou moyen par 89 % des répondants, ce qui augure d'une saison estivale réussie, la fréquentation hôtelière étant de plus en plus dépendante des réservations de dernière minute.

Les tendances – Tous secteurs – Evolution 2014 – 2015

| AUDE | | | | CARCASSONNAIS | | | NARBONNAISE EN MEDITERRANEE | | | CORBIERES / MINERVOIS | | | HAUTE VALLEE DE L'AUDE | | | LAURAGAIS | | |
|---|------|------|------|---------------|------|------|-----------------------------|------|------|-----------------------|------|------|------------------------|------|------|-----------|------|------|
| NOTE D'AMBIANCE | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tendance | 2014 | 2015 | Conj | 2014 | 2015 | Conj | 2014 | 2015 | Conj | 2014 | 2015 | Conj | 2014 | 2015 | Conj | 2014 | 2015 | Conj |
| ↗ | 18 % | 28 % | 😊 | 17 % | 23 % | 😊 | 17 % | 38 % | 😊 | 36 % | 12 % | ☹️ | 14 % | 22 % | 😊 | 0 % | 26 % | 😊 |
| = | 18 % | 32 % | | 18 % | 30 % | | 23 % | 27 % | | 9 % | 24 % | | 14 % | 22 % | | 20 % | 59 % | |
| ↘ | 64 % | 40 % | | 65 % | 47 % | | 60 % | 35 % | | 55 % | 64 % | | 72 % | 56 % | | 80 % | 15 % | |
| Au hit parade de la satisfaction, les professionnels du Lauragais arrivent en tête suivi par ceux de la Narbonnaise qui, concernés à la fois par le tourisme urbain et le tourisme littoral présentent un niveau d'activité stable ou en hausse pour 65 % d'entre eux. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| LA CLIENTELE FRANCAISE | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tendance | 2014 | 2015 | Conj | 2014 | 2015 | Conj | 2014 | 2015 | Conj | 2014 | 2015 | Conj | 2014 | 2015 | Conj | 2014 | 2015 | Conj |
| ↗ | 14 % | 26 % | 😊 | 7 % | 23 % | 😊 | 21 % | 36 % | 😊 | 32 % | 6 % | ☹️ | 7 % | 24 % | 😊 | 0 % | 26 % | 😊 |
| = | 28 % | 37 % | | 37 % | 43 % | | 29 % | 26 % | | 27 % | 29 % | | 16 % | 35 % | | 30 % | 59 % | |
| ↘ | 58 % | 38 % | | 56 % | 34 % | | 50 % | 38 % | | 41 % | 65 % | | 77 % | 41 % | | 70 % | 15 % | |
| Jugée en hausse sur l'ensemble du département à l'exception de Corbières-Minervois, la clientèle française aura été au rendez-vous de ce mois de juillet, la clientèle de proximité profitant pleinement du trait de côte audois. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| LA CLIENTELE ETRANGERE | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tendance | 2014 | 2015 | Conj | 2014 | 2015 | Conj | 2014 | 2015 | Conj | 2014 | 2015 | Conj | 2014 | 2015 | Conj | 2014 | 2015 | Conj |
| ↗ | 20 % | 22 % | 😊 | 15 % | 20 % | 😊 | 19 % | 27 % | 😊 | 23 % | 12 % | ☹️ | 27 % | 23 % | 😊 | 0 % | 12 % | 😊 |
| = | 28 % | 40 % | | 27 % | 41 % | | 30 % | 33 % | | 41 % | 35 % | | 18 % | 33 % | | 40 % | 69 % | |
| ↘ | 52 % | 38 % | | 58 % | 39 % | | 51 % | 40 % | | 36 % | 53 % | | 55 % | 44 % | | 60 % | 19 % | |
| La présence confirmée des clientèles traditionnelles européennes (britanniques, allemands, belges, néerlandais) aura permis à la quasi-totalité des territoires d'enregistrer une hausse sensible de fréquentation des clientèles étrangères. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ETAT DES RESERVATIONS POUR AOUT 2014 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tendance | 2014 | 2015 | Conj | 2014 | 2015 | Conj | 2014 | 2015 | Conj | 2014 | 2015 | Conj | 2014 | 2015 | Conj | 2014 | 2015 | Conj |
| ↗ | 26 % | 41 % | 😊 | 16 % | 50 % | 😊 | 36 % | 36 % | 😊 | 0 % | 33 % | 😊 | 35 % | 50 % | 😊 | 33 % | 62 % | 😊 |
| = | 46 % | 47 % | | 52 % | 42 % | | 46 % | 56 % | | 25 % | 34 % | | 35 % | 38 % | | 0 % | 15 % | |
| ↘ | 28 % | 12 % | | 32 % | 8 % | | 18 % | 8 % | | 75 % | 33 % | | 30 % | 12 % | | 67 % | 23 % | |
| Avec des plannings quasiment bouclés pour les trois premières semaines d'août, les professionnels de l'hébergement abordent cette deuxième partie d'été en confiance, même si le secteur hôtelier doit plus que jamais attendre les dernières minutes pour consolider sa fréquentation. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

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 Lézignanais 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

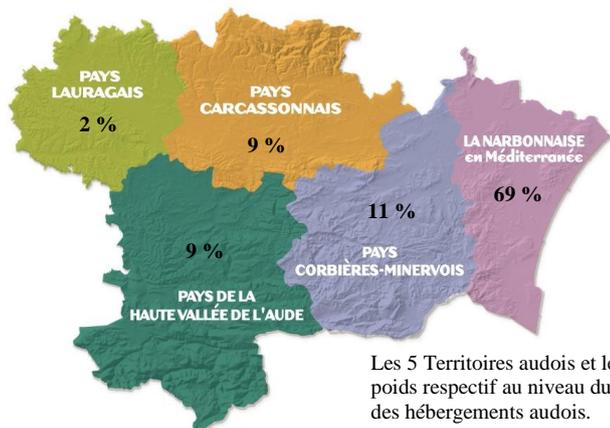
Méthode utilisée :

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 juillet 2015 |
|------------------------|-------|---------------------------------|
| Carcassonnais | 107 | 47 |
| Narbonnais | 119 | 78 |
| Corbières-Minervois | 54 | 17 |
| Haute Vallée de l'Aude | 44 | 18 |
| Lauragais | 37 | 27 |

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