

AGENCE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

DEPARTEMENT DE L'AUDE

ETAT MENSUEL DE CONJONCTURE TOURISTIQUE

Septembre 2015

Aude			
Tendances	2014	2015	Conjoncture
↗	27 %	40 %	☺
=	36 %	30 %	
↘	37 %	30 %	

Littoral			
Tendances	2014	2015	Conjoncture
↗	33 %	24 %	☹
=	41 %	33 %	
↘	26 %	43 %	

Campagne			
Tendances	2014	2015	Conjoncture
↗	27 %	41 %	☺
=	31 %	33 %	
↘	42 %	26 %	

Montagne			
Tendances	2014	2015	Conjoncture
↗	19 %	25 %	☺
=	31 %	25 %	
↘	50 %	50 %	

Ville			
Tendances	2014	2015	Conjoncture
↗	28 %	52 %	☺
=	41 %	25 %	
↘	31 %	23 %	

Région Languedoc-Roussillon			
Tendances	2014	2015	Conjoncture
↗	30 %	33 %	☺
=	39 %	37 %	
↘	31 %	30 %	

Sur la plage abandonnés, coquillages et crustacés...

La dernière vague d'enquête de conjoncture 2015 permet d'apporter la touche finale au tableau de la saison estivale écoulée.

Très diversifiée, à la fois maritime et montagnarde, urbaine et rurale, la destination touristique départementale mobilise une grande diversité de clientèles et subit, outre les aléas climatiques inhérents aux espaces géographiques considérés, les multiples tendances comportementales du moment.

Dans ce contexte, le secteur urbain aura été le grand gagnant de l'été 2015 avec un ressenti positif constant des professionnels sur la fréquentation des 5 mois d'enquête. Profitant pleinement de l'attraction de la Cité médiévale de Carcassonne et de la fréquentation soutenue du Canal du Midi tant par les plaisanciers que par les cyclotouristes, les professionnels carcaissonnais, et notamment ceux du secteur hôtelier ont retrouvé le sourire même si le panier moyen, tout particulièrement en restauration, a tendance à diminuer.

Regroupant près de 70 % de l'offre d'hébergement départementale, le littoral aura connu une saison contrastée, alternant le bon (mai et août), le très bon (juillet), mais aussi le « demi teinte » (juin et septembre), les clientèles des ailes de saison devenant de plus en plus exigeantes au regard d'un rapport qualité / prix très concurrentiel entre les destinations méditerranéennes.

La forte fréquentation franco-française aura elle fait le bonheur des zones rurales qui s'affichent en progression sur les 5 mois enquêtés, la fréquentation des sites patrimoniaux et culturels fluctuant toutefois au grès des conditions climatiques (canicule de juillet) et des profils des clientèles.

La montagne audoise paraît quant à elle toujours en difficulté, sa fréquentation étant fortement dépendante de la météo et impactée par un déficit d'attractivité ressenti globalement à l'échelle de l'ensemble des massifs.

A l'heure où se marquent de profondes mutations économiques et sociétales, la revendication d'une double identité touristique, à la fois balnéaire et patrimoniale, portée par les politiques marketing de l'ADT, des territoires et d'une partie du secteur privé, devra encore s'intensifier pour consolider les acquis et installer fortement le Pays Cathare et le bouquet de Marques associé dans le nouveau paysage des destinations touristiques des régions Languedoc-Roussillon – Midi-Pyrénées fusionnées.

AUDE
PAYS CATHARE

LE SUD
A SON HISTOIRE

Info activités :				Par zones				
Hébergements								
Tendances	2014	2015	Conjoncture	Affichant une hausse d'activité pour 52 % des prestataires et une activité stable pour 25 autres pour cent, le secteur urbain confirme en septembre toute son attractivité. En ce début d'automne le rural n'est pas en reste avec 74 % des professionnels stables ou en hausse. En contrepoint avec 50 % des professionnels déclarant leur activité en baisse par rapport à 2014, l'embellie enregistrée en août sur le secteur montagne aura été de courte durée. Stable (33 %) ou en hausse (24 %), le mois de septembre aura été difficile pour le littoral audois, les scores mitigés des agences immobilières et de l'hôtellerie de plein air témoignant tout particulièrement de la relative raréfaction des clientèles.				
↗	24 %	38 %	☺					
=	41 %	30 %						
↘	35 %	32 %						
Avec 68 % des professionnels affichant un niveau d'activité stable ou en hausse, le mois de septembre confirme les tendances positives enregistrées tout au long de l'été. L'hôtellerie, notamment en secteur urbain, semble être la première bénéficiaire de cette conjoncture favorable. Boostée par une bonne fréquentation étrangère (87 % stable ou en hausse), elle s'affiche en progression pour 53 % des répondants. Avec 38 % des professionnels déclarant leur activité en hausse, et 31% constatant une stabilité, l'hôtellerie de plein air aura également bénéficié d'une forte fréquentation étrangère (61% des répondants en hausse). Le bilan semble plus mitigé pour le secteur locatif et celui des chambres d'hôtes.								
Activités								
Tendances	2014	2015	Conjoncture	Le recul de la clientèle française a principalement affecté l'hôtellerie de plein air et les résidences de tourisme qui affichent pour 50 % d'entre elles une baisse d'activité, celle-ci étant encore plus marquée pour les villages de vacances (67 % en baisse). Si quantitativement la fréquentation automnale française semble avoir été « moyenne », la consommation est restée élevée pour les activités culturelles (100 % stables ou en hausse), les restaurants (77 % stables ou en hausse) ainsi que pour les commerces de proximité (100 % stables ou en hausse), preuve d'un pouvoir d'achat et de modes de consommation fondamentalement très différents de ceux des clientèles de la haute saison.				
↗	28 %	43 %	☺					
=	26 %	30 %						
↘	46 %	27 %						
La fréquentation des sites culturels du département est jugée en hausse (87 %) ou stable (13 %) par l'ensemble des prestataires interrogés, et ceci quelque soit l'origine des clientèles. Le mois de septembre, drainant une clientèle plus âgée à fort pouvoir d'achat, confirme ainsi son importance pour l'équilibre économique des sites culturels audois. Les prestataires de tourisme sportif et d'activités de loisirs semblent quant à eux moins enthousiastes, même si, avec une activité stable ou en hausse pour 63 % d'entre eux, l'arrière saison aura contribué à consolider de manière significative le chiffre d'affaires 2015.								
Commerces / Services								
Tendances	2014	2015	Conjoncture	En augmentation pour 63 % des gestionnaires de campings et pour 47 % des hôteliers, la clientèle étrangère s'affiche globalement stable ou en augmentation pour 71 % des prestataires interrogés. Plébiscitant les commerces de proximité (100 % en hausse) et en hausse pour plus de 50 % des restaurateurs, des gestionnaires de caveaux de dégustation et de sites culturels, la fréquentation étrangère semble globalement satisfaisante lors de ce mois de septembre. Les Allemands, les Britanniques et les Espagnols s'affichent en forte progression, les clientèles lointaines (Australie, Canada, USA) restant globalement stables.				
↗	31 %	38 %	☺					
=	38 %	38 %						
↘	31 %	24 %						
Dotées d'un pouvoir d'achat amélioré, les clientèles de septembre confirment leur capacité à consommer en local au bénéfice des commerces de proximité (67 % en hausse, 33 % stables), des restaurants (77 % stables ou en hausse) et des caveaux de dégustation qui jugent leur fréquentation en augmentation pour 57 % d'entre eux.								
Offices de tourisme /Syndicats d'initiative								
Tendances	2014	2015	Conjoncture	Des perspectives pessimistes pour les hébergeurs à l'exception du secteur locatif qui appréhende positivement la fin de saison.				
↗	30 %	37 %	☺					
=	25 %	21 %						
↘	45 %	42 %						
La fréquentation des Offices de Tourisme s'affiche en légère hausse du fait notamment d'une forte fréquentation étrangère (47 % en hausse), la clientèle française privilégiant de plus en plus l'information dématérialisée pour organiser son séjour.								
				La clientèle française :				
				La clientèle étrangère :				
				L'état des réservations :				
				Etat des réservations pour octobre et vacances de Toussaint 2015				
Tendances	Locatif	Campings	Hôtels	Ch. d'hôtes				
Bon	56 %	20 %	20 %	13 %				
Moyen	33 %	30 %	34 %	37 %				
Mauvais	11 %	50 %	46 %	50 %				

Les tendances – Tous secteurs – Evolution Septembre 2014 – 2015

AUDE				CARCASSONNAIS			NARBONNAISE			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
↗	27 %	40 %	☺	23 %	42 %	☺	32 %	42 %	☹	25 %	50 %	☺	25 %	%		21 %	14 %	☺
=	36 %	30 %		34 %	29 %		40 %	27 %		29 %	25 %		31 %	%		36 %	64 %	
↘	37 %	30 %		43 %	29 %		28 %	31 %		46 %	25 %		44 %	%		43 %	21 %	
Positif pour 3 territoires sur 4 (la Haute vallée de l'Aude n'a pu être analysée faute d'un volant de répondants suffisant), le mois de septembre aura été contrasté pour la Narbonnaise qui enregistre simultanément une hausse d'activité pour 42 % des professionnels et une diminution de celle-ci pour 31 % 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
↗	20 %	26 %	☺	22 %	29 %	☺	17 %	28 %	☹	27 %	42 %	☺	32 %	%		0 %	0 %	☺
=	40 %	38 %		30 %	37 %		54 %	35 %		23 %	25 %		23 %	%		50 %	71 %	
↘	40 %	36 %		48 %	34 %		29 %	37 %		50 %	33 %		42 %	%		50 %	29 %	
En hausse au plan départemental, la fréquentation française enregistre des scores très positifs en Corbières-Minervois, Carcassonnais et Lauragais, les ressentis étant beaucoup plus partagés pour les professionnels de la Narbonnaise.																		
LA CLIENTELE ETRANGERE																		
Tendance	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj
↗	34 %	45 %	☺	35 %	51 %	☺	45 %	44 %	☹	19 %	67 %	☺	16 %	%		21 %	21 %	☺
=	34 %	26 %		32 %	18 %		35 %	28 %		31 %	0 %		32 %	%		36 %	65 %	
↘	32 %	29 %		33 %	13 %		20 %	28 %		50 %	33 %		52 %	%		43 %	14 %	
La hausse de la clientèle étrangère a été particulièrement sensible en Carcassonnais et en Corbières-Minervois.																		
NIVEAU DES RESERVATIONS OCTOBRE / VACANCES DE TOUSSAINT																		
Tendance	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj
Bon	5 %	25 %	☹	5 %	8 %	☹	4 %	29 %	☺	25 %	50 %	☺	8 %	%		-	50 %	☹
Moyen	51 %	32 %		50 %	38 %		57 %	39 %		50 %	50 %		50 %	%		60 %	0 %	
Mauvais	44 %	43 %		45 %	54 %		39 %	32 %		25 %	0 %		42 %	%		40 %	50 %	
L'éloignement des vacances de Toussaint et les recours de plus en plus marqués aux réservations de dernières minutes rendent difficiles les projections pour les semaines à venir.																		

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 :

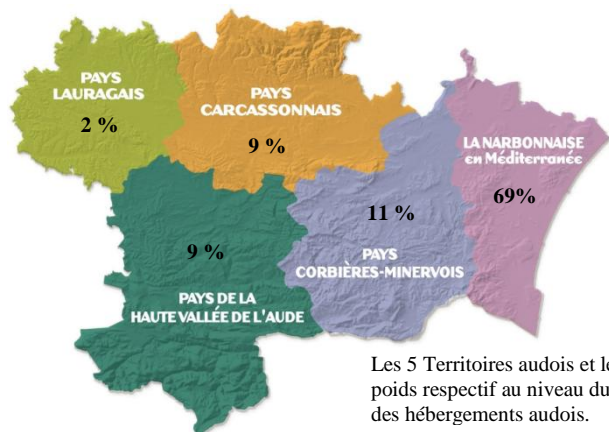
Territoires	Panel	Panel répondant en septembre 2015
Carcassonnais	107	52
Narbonnais	119	67
Corbières-Minervois	54	12
Haute Vallée de l'Aude	44	3
Lauragais	37	14
Total	361	148

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