

# AGENCE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

## DEPARTEMENT DE L'AUDE

### BILAN MENSUEL DE CONJONCTURE

Juin 2014

#### Surprenante Méditerranée !

Aude			
Tendances	2014	2013	Conjoncture
↗	20%	24%	☹
=	35%	29%	
↘	45%	47%	

Littoral			
Tendances	2014	2013	Conjoncture
↗	31%	18%	☺
=	29%	28%	
↘	40%	54%	

Campagne			
Tendances	2014	2013	Conjoncture
↗	18%	24%	☹
=	34%	30%	
↘	48%	46%	

Montagne			
Tendances	2014	2013	Conjoncture
↗	12%	30%	☹
=	53%	15%	
↘	35%	55%	

Ville			
Tendances	2014	2013	Conjoncture
↗	17%	28%	☹
=	36%	32%	
↘	47%	40%	

Région Languedoc-Roussillon			
Tendances	2014	2013	Conjoncture
↗	29 %	28%	☹
=	31 %	28%	
↘	40 %	44%	

Les éléments de conjoncture recueillis auprès des professionnels audois attestent d'une relative stabilité de l'activité touristique du mois de juin 2014 par rapport à l'année précédente. Sans se satisfaire de ce statu quo, il est encourageant de constater que, malgré les difficultés économiques, la destination touristique Aude Pays Cathare garde toute son attractivité, boostée par son littoral méditerranéen.

Ainsi, avec une hausse d'activité de près de 13 points comparée à juin 2013, le trait de côte s'affirme comme la locomotive du tourisme audois en ce début de saison. Après quelques avant-saisons difficiles la demande balnéaire revient en force et la Méditerranée surprend. Une bonne nouvelle pour l'économie touristique départementale eu égard au poids représenté par l'offre touristique littorale (70 % des capacités d'accueil du département).

Seul secteur en délicatesse, le tourisme urbain connaît un début de saison erratique, les clientèles de proximité ayant profité d'une météo clémente et du long week-end de Pentecôte pour s'adonner aux joies de la plage.

Après un printemps marqué par les rendez-vous électoraux en cascade, la fréquentation du mois de juin aura été freinée par des mouvements sociaux dans les transports et peut-être par l'engouement suscité auprès des inconditionnels du ballon rond par la Coupe du Monde de football. Loin d'être anecdotique, cet évènement planétaire impacte fortement la mobilité des clientèles touristiques (8 % des allemands et 6 % des belges déclarent modifier leurs départs en vacances en raison de cet évènement – Baromètre IPSOS / Europ Assistance 2014).

Toutefois, selon l'IPSOS, malgré une crise économique et un chômage qui enflent, surtout dans les pays du sud de l'Europe, le taux de départ en vacances des européens cet été semble se stabiliser à 54% pour un budget moyen de 2313 €, la palme revenant aux britanniques qui, avec un budget en hausse de près de 5 % à 2932 € devraient tout particulièrement animer la consommation touristique départementale.

Enfin, la forte augmentation des échanges numériques pointée par les Offices de Tourisme illustre la mutation en cours des circuits d'information touristique, les clientèles européennes plébiscitant internet et les réseaux sociaux pour préparer, réserver et acheter au meilleur prix leurs séjours.

**AUDE**  
PAYS CATHARE

**LE SUD**  
A SON HISTOIRE

**Info activités :****Hébergements**

Tendances	2014	2013	Conjoncture
↗	20 %	17 %	😊
=	33 %	30 %	
↘	47 %	53 %	

Les professionnels de l'hébergement affichent une activité stable ou en hausse pour 53 % d'entre eux, même si le secteur locatif (Agences immobilières et gîtes ruraux) affiche une fréquentation amoindrie. La hausse relative de l'activité hébergement relève d'une très bonne fréquentation étrangère, notamment dans les résidences de tourisme et les chambres d'hôtes, l'hôtellerie de plein air affichant quant à elle une fréquentation étrangère stable ou en hausse pour 67 % des répondants.

**Activités**

Tendances	2014	2013	Conjoncture
↗	20 %	40 %	😞
=	37 %	24 %	
↘	43 %	36 %	

Marquant nettement le pas en juin, le tourisme culturel et le tourisme sportif et de loisirs, connaissent un début de saison difficile. Les choix budgétaires nécessités par la crise orientant la consommation des clientèles sur les postes hébergement et restauration. Préférant les activités balnéaires gratuites, ou scotchées devant leur petit écran, les clientèles françaises sont pointées en recul par 55 % des prestataires d'activités sportives et de loisirs.

**Commerces / Services**

Tendances	2014	2013	Conjoncture
↗	22 %	13 %	😊
=	36 %	32 %	
↘	42 %	55 %	

En hausse par rapport à juin 2013, le secteur est marqué par une forte présence des clientèles françaises dans les commerces de proximité (85 % stables ou en hausse), par un regain d'activité des hypermarchés (71 % stables ou en hausse) et par une fréquentation somme toute satisfaisante des restaurants, notamment de la part des clientèles étrangères (77 % stables ou en hausse).

**Offices de tourisme /Syndicats d'initiative**

Tendances	2014	2013	Conjoncture
↗	13 %	52 %	😞
=	31 %	22 %	
↘	56 %	26 %	

La fréquentation en baisse des Offices de Tourisme pourrait être le corollaire de celle des activités de loisirs. Privilégiant le farniente et l'information dématérialisée, les touristes semblent délaisser les circuits traditionnels d'information touristique.

**Par zones :**

L'analyse spatiale des niveaux d'activité touristique est contrastée avec un littoral s'affichant clairement en hausse (+13 points), et en contrepoint une baisse d'activité perçue par les professionnels en zone urbaine (- 7 points par rapport à juin 2013) et en Corbières-Minervois (- 4 points).

**La clientèle française :**

Stable sur l'ensemble du département, la clientèle française a clairement boudé le Carcassonnais (53 % des déclarants pointent une baisse), se concentrant sur la Haute Vallée de l'Aude et le littoral méditerranéen. Peu présente en chambres d'hôtes et en location elle semble avoir opté pour les résidences de tourisme (67 % stables) et les villages de vacances (75% stables) et privilégié les commerces (85 % stables ou en hausse) et les restaurants (61 % stables ou en hausse) au détriment des activités de loisirs sportives ou culturelles. Délaissant les Offices de Tourisme (56 % en baisse) elle a renoué avec les caveaux de dégustation (70 % stables ou en hausse), l'oenotourisme s'affirmant en ce mois de juin comme un segment dynamique de l'offre touristique audoise.

**La clientèle étrangère :**

Stable ou en hausse pour 63 % des professionnels sur le département, la clientèle étrangère a privilégié l'hôtellerie de plein air (67 % stable ou en hausse) ainsi que les chambres d'hôtes (42 % en hausse). Concernant les hébergements, il faut également noter le bon ressenti des résidences de tourisme (67 % en hausse) et des villages de vacances ((50 % en hausse) qui drainent chaque année une part plus importante de clients étrangers. Délaissant les commerces de proximité (67 % en baisse), les étrangers restent friands de restauration (77 % stable ou en hausse) et d'activités de loisirs.

Les clientèles lointaines (USA, Canada, Russie) sont en augmentation, les marchés traditionnels européens (Pays-Bas, Belgique, Espagne) affichent des baisses significatives pour un mois de juin.

**Etat des réservations pour juillet 2014**

Tendances	Locatif	Campings	Hôtels	Ch. d'hôtes
Bon	14 %	20 %	14 %	25 %
Moyen	47 %	35 %	46 %	42 %
Mauvais	39 %	45 %	36 %	33 %

## Les tendances – Tous secteurs – Evolution Juin 2013 - Juin 2014

AUDE			CARCASSONNAIS			NARBONNAIS			CORBIERES / MINERVOIS			HAUTE VALLEE DE L'AUDE			LAURAGAIS AUDOIS			
<b>NOTE D'AMBIANCE</b>																		
Tendance	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj
↗	20%	24%	😊	14%	31%	😞	28%	18%	😊	21%	29%	😞	25%	30%	😊	8%	14%	😊
=	35%	29%		36%	25%		27%	33%		27%	23%		39%	25%		60%	36%	
↘	45%	47%		50%	44%		45%	49%		52%	48%		36%	45%		32%	50%	
Note d'ambiance stable pour l'ensemble du département avec une mention spéciale pour la Narbonnaise qui améliore de 10 points son nombre de professionnels estimant l'activité en hausse.																		
<b>LA CLIENTELE FRANCAISE</b>																		
Tendance	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj
↗	18%	17%	😊	10%	23%	😞	21%	16%	😊	17%	20%	😊	29%	21%	😊	16%	7%	😊
=	40%	37%		36%	40%		40%	39%		45%	20%		35%	28%		52%	64%	
↘	42%	46%		53%	37%		40%	45%		38%	60%		36%	51%		32%	29%	
Stable au plan départemental, la clientèle française affiche de belles progressions sur le littoral, en Haute Vallée de l'Aude et dans le Lauragais.																		
<b>LA CLIENTELE ETRANGERE</b>																		
Tendance	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj
↗	24%	29%	😊	28%	37%	😞	20%	26%	😊	29%	29%	😊	18%	28%	😞	21%	0%	😊
=	39%	28%		36%	25%		37%	27%		43%	26%		39%	28%		50%	43%	
↘	37%	43%		36%	38%		43%	47%		28%	45%		43%	44%		29%	57%	
Stables sur l'ensemble du département, les clientèles étrangères s'affichent en forte hausse sur le Lauragais.																		
<b>RESERVATIONS JUILLET 2014</b>																		
Tendance	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj
↗	15%	18%	😞	19%	32%	😞	12%	13%	😞	0%	0%	😞	17%	25%	😞	22%	0%	😊
=	46%	48%		46%	64%		44%	41%		67%	88%		42%	44%		56%	38%	
↘	38%	34%		31%	4%		44%	46%		33%	12%		41%	31%		22%	62%	
De plus en plus dépendants des réservations de dernière minute, beaucoup d'hébergeurs n'ont que peu de visibilité sur le planning du mois de juillet. Le Lauragais s'affiche lui en pleine confiance par rapport à juillet 2013.																		

## 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 :

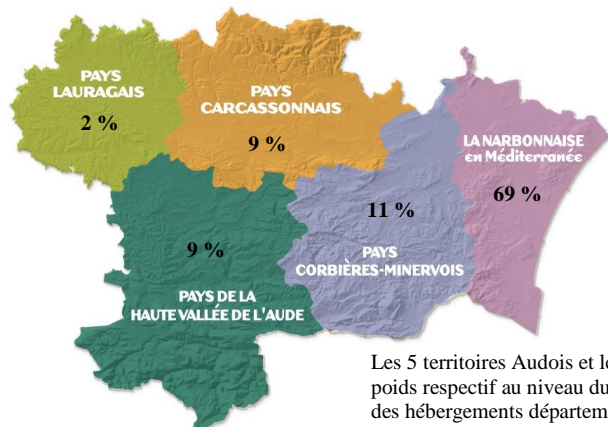
Territoires	Panel	Panel répondant en juin 2014
Carcassonnais	107	59
Narbonnais	119	83
Corbières-Minervois	54	29
Haute Vallée de l'Aude	44	28
Lauragais	37	25

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 2013/ 2014.
	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](mailto:adt@audetourisme.com)  
Internet : [www.audetourisme.com](http://www.audetourisme.com)