

AGENCE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

DEPARTEMENT DE L'AUDE

BILAN MENSUEL DE CONJONCTURE

Juillet 2016

Aude			
Tendances	2016	2015	Conjoncture
↗	31 %	28 %	☺
=	29 %	32 %	
↘	40 %	40 %	

Littoral			
Tendances	2016	2015	Conjoncture
↗	38 %	40 %	☹
=	25 %	27 %	
↘	37 %	33 %	

Campagne			
Tendances	2016	2015	Conjoncture
↗	23 %	23 %	☺
=	35 %	37 %	
↘	42 %	40 %	

Montagne			
Tendances	2016	2015	Conjoncture
↗	33 %	11 %	☺
=	22 %	0 %	
↘	44 %	89 %	

Ville			
Tendances	2016	2015	Conjoncture
↗	41 %	26 %	☺
=	22 %	33 %	
↘	37 %	41 %	

Dans une situation politique et sociale tendue exacerbée par l'attentat du 14 juillet à Nice, l'ensemble du tourisme hexagonal fait le dos rond en ce début d'été, les clientèles étrangères hésitant plus que jamais à visiter les grands sites du tourisme français et notamment la capitale qui annonce d'ores et déjà une baisse de fréquentation de 10 %. Déjà éprouvée par les attaques terroristes de 2015, puis par un climat social délétère au printemps auquel s'est ajouté l'euro de foot qui a fixé les supporters dans les grandes métropoles, la destination France accuse une baisse de fréquentation essentiellement dûe au fort recul des clientèles lointaines (Chine, Japon, USA) particulièrement sensibles aux images véhiculées par les médias.

Dans ce contexte difficile la destination Aude Pays Cathare résiste bien, l'ensemble des professionnels interrogés jugeant la fréquentation globalement stable par rapport à juillet 2015.

En terme territorial, seul le littoral audois affiche une activité en léger retrait, alors que les professionnels du tourisme urbain (Carcassonne et Narbonne), qui avaient réalisé un mois de juillet 2015 en demi teinte, jugent à 41 % la fréquentation en hausse. Grande satisfaction de ce mois de juillet, le secteur montagne continue son redressement, la météo incertaine de la 1^{ère} quinzaine de juillet n'ayant pas eu d'effets repoussoir sur la fréquentation.

Après un début de saison difficile, cette relative stabilité de la fréquentation en juillet est de bonne augure et devrait permettre au tourisme audois de renouer avec la croissance et de conforter son rôle moteur dans la vie économique du département.

AUDE
PAYS CATHARE

LE SUD
A SON HISTOIRE

Info activités :**Hébergements**

Tendances	2016	2015	Conjoncture
↗	31 %	25 %	☺
=	26 %	31 %	
↘	43 %	44 %	

En légère hausse par rapport à juillet 2015, le secteur de l'hébergement touristique aura compensé la baisse de fréquentation étrangère par une forte présence des clientèles françaises (57 % stable ou en hausse).

Avec 63 % des gestionnaires de camping et 60 % des hôteliers qui déclarent leur activité stable ou en hausse, les hébergements marchands semblent avoir enregistré au mois de juillet la fréquentation habituelle, seuls les propriétaires de chambres d'hôtes étant moins enthousiastes concernant la clientèle étrangère. Il est également important de noter les bons scores enregistrés par les résidences de tourisme (67 % en hausse).

Activités

Tendances	2016	2015	Conjoncture
↗	33 %	39 %	☹
=	22 %	37 %	
↘	35 %	24 %	

Le recul de fréquentation ressenti par les professionnels doit être relativisé, les résultats s'affichant en dents de scie selon le type d'activité et le territoire. Avec 44 % des gestionnaires déclarant une activité en augmentation, les sites de tourisme culturel auront su séduire la clientèle française alors que le bilan est plus contrasté pour les touristes étrangers (21 % en hausse, 34 % stable). Destination patrimoniale pour nombre de nos visiteurs, la fréquentation des sites culturels apparaît comme plus régulière, la pratique des activités sportives ou de loisirs étant plus sujette aux caprices de la météo, mais aussi à un pouvoir d'achat en baisse.

Commerces / Services

Tendances	2016	2015	Conjoncture
↗	23 %	27 %	☺
=	38 %	29 %	
↘	39 %	44 %	

L'activité des commerces et services bénéficie d'une forte fréquentation des commerces de proximité (80 % stable ou en hausse), le secteur de la restauration étant plus mitigé avec un déficit de clientèle étrangère.. Avec un prestataire sur deux jugeant leur activité en baisse, les caveaux de dégustation semblent également avoir marqué le pas.

Offices de Tourisme /Syndicats d'initiative

Tendances	2016	2015	Conjoncture
↗	56 %	17 %	☺
=	6 %	33 %	
↘	38 %	50 %	

Belle embellie pour les OTSI de l'Aude qui font le plein de clientèle française (56 % en hausse), alors que dans le même temps la clientèle étrangère s'étiole.

Par zones :

Tirée vers le haut par les professionnels du secteur carcaissonnais qui déclarent une activité stable ou en hausse pour 2/3 d'entre eux, la fréquentation de juillet aura été également jugée satisfaisante pour le secteur montagne (55 % stable ou en hausse), le littoral accusant plus que les autres territoires une forte baisse de la fréquentation étrangère souvent hébergée en hôtellerie de plein air.

La clientèle française :

Estimée identique ou en hausse par 63 % des répondants, la clientèle française a répondu présente même si les agences immobilières semblent avoir souffert (100 % en baisse) à l'inverse des campings (65 % stable ou en hausse) et surtout des chambres d'hôtes (77 % stable ou en hausse).

En terme de consommation, les français ont été présents à la fois dans les commerces de proximité (80 % stable ou en hausse) et dans la grande distribution (33 % en hausse, 77 % stable), sans pour autant renier les restaurants dont 2/3 des gestionnaires ont enregistré une hausse ou une stabilité de cette clientèle.

Présente également sur les sites culturels (61 % stable ou en hausse) et sur les sites de loisirs (75 % stable ou en hausse) la clientèle française, même si elle a réduit sa durée de séjour, aura fortement contribué au déroulement globalement stable de ce mois de juillet.

La clientèle étrangère :

Jugée en recul par près de 50 % des hébergeurs, la clientèle étrangère aura fait faux bond, le secteur des chambres d'hôtes semblant le plus touché par cette désaffection (62 % en baisse).

Estimée stable (40 %) ou en hausse (20 % dans les commerces de proximité, la clientèle étrangère a plébiscité les sites de tourisme culturel puisque 82 % des gestionnaires ont attesté d'une présence stable ou en augmentation de cette catégorie de visiteurs, ce qui n'est pas le cas pour les sites de loisirs (53 % en baisse), les restaurants et les caveaux de dégustation étant eux plus mitigés (respectivement 54 % et 50 % stable ou en hausse).

Etat des réservations pour août 2016

Tendances	Locatif	Campings	Hôtels	Ch. d'hôtes
Bon	50 %	38 %	20 %	42 %
Moyen	50 %	54 %	46 %	50 %
Mauvais	0 %	8 %	34 %	8 %

Après un mois de juillet difficile, les agences immobilières et les résidences de tourisme devraient faire le plein au mois d'août, seul le secteur hôtelier étant encore tributaire des réservations de dernière minute et accusant la baisse de réservation des clientèles étrangères.

Les tendances – Tous secteurs – Evolution 2016 – 2015

AUDE				CARCASSONNAIS			NARBONNAISE EN MEDITERRANEE			CORBIERES / MINERVOIS			HAUTE VALLEE DE L'AUDE			LAURAGAIS		
NOTE D'AMBIANCE																		
Tendance	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj
↗	31 %	28 %	☹	34 %	23 %	☺	35 %	38 %	☹	33 %	12 %	☺	19 %	22 %	☺	17 %	26 %	☹
=	29 %	32 %		33 %	30 %		24 %	27 %		29 %	24 %		30 %	22 %		43 %	59 %	
↘	40 %	40 %		33 %	47 %		41 %	35 %		38 %	64 %		51 %	56 %		39 %	15 %	
Les hausses de fréquentation constatées dans les secteurs Carcassonnais, Corbières-Minervois et Haute Vallée de l'Aude contrastent avec un mois de juillet en retrait pour la Narbonnaise et le Lauragais.																		
LA CLIENTELE FRANCAISE																		
Tendance	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj
↗	26 %	25 %	☹	37 %	23 %	☺	28 %	36 %	☹	25 %	6 %	☺	19 %	24 %	☹	17 %	26 %	☹
=	37 %	37 %		33 %	43 %		31 %	26 %		46 %	29 %		40 %	35 %		39 %	59 %	
↘	37 %	38 %		30 %	34 %		41 %	38 %		29 %	65 %		41 %	41 %		43 %	15 %	
Jugée stable au plan départemental, la clientèle française aura fortement progressé en Carcassonnais et en Corbières-Minervois mais semble avoir diminué en Lauragais et surtout en Narbonnais.																		
LA CLIENTELE ETRANGERE																		
Tendance	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj
↗	19 %	22 %	☹	22 %	20 %	☹	17 %	27 %	☹	17 %	12 %	☺	22 %	23 %	☹	13 %	12 %	☹
=	34 %	40 %		28 %	41 %		38 %	33 %		33 %	35 %		26 %	33 %		39 %	69 %	
↘	48 %	38 %		50 %	39 %		45 %	40 %		50 %	53 %		52 %	44 %		48 %	19 %	
En baisse sensible sur l'ensemble des territoires à l'exception de Corbières-Minervois, la clientèle étrangère aura été particulièrement absente du secteur Carcassonnais, secteur sensible aux comportements des clientèles internationales et notamment des clientèles lointaines.																		
ETAT DES RESERVATIONS POUR AOUT 2016																		
Tendance	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj
↗	36 %	41 %	☹	41 %	50 %	☹	42 %	36 %	☹	29 %	33 %	☺	29 %	50 %	☹	17 %	62 %	☺
=	45 %	47 %		39 %	42 %		48 %	56 %		41 %	34 %		42 %	38 %		61 %	15 %	
↘	19 %	12 %		20 %	8 %		10 %	8 %		29 %	33 %		29 %	12 %		22 %	23 %	
En recul par rapport aux réservations enregistrées l'année dernière à la même époque, les perspectives restent optimistes pour le mois d'août, la météo favorable de ce début de mois permettant d'espérer une saison réussie.																		

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

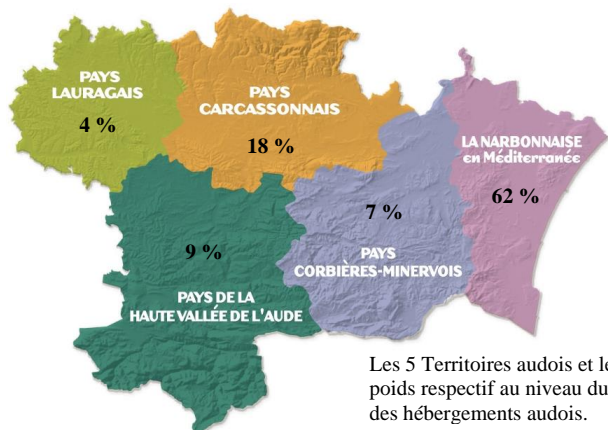
Méthode utilisée :

Le dispositif de conjoncture est réalisé mensuellement de mai à septembre, par téléphone.

Le panel est composé de 365 prestataires dont :

Territoires	Panel	Panel répondant en juillet 2016
Carcassonnais	102	58
Narbonnais	119	72
Corbières-Minervois	51	24
Haute Vallée de l'Aude	57	27
Lauragais	36	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.



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

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 2016 /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 Départemental 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