

AGENCE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

DEPARTEMENT DE L'AUDE

ETAT MENSUEL DE CONJONCTURE TOURISTIQUE

Août 2015

Lumières d'août

Après la bonne conjoncture du printemps, marquée par un mois de mai particulièrement dynamique, l'optimisme des professionnels un temps altéré par les effets de la canicule et le pouvoir d'achat amoindri des clientèles repart en août résolument à la hausse.

Un ressenti corroboré par l'annonce des premiers chiffres INSEE pour l'hôtellerie audoise qui font état d'une hausse de 13,6 % des nuitées en mai et de 9,4 % en juin par rapport à 2014.

Principal sujet de satisfaction la clientèle française qui a mis le cap au sud et s'affiche stable ou en hausse pour 76% des prestataires interrogés. Nul doute que la garantie soleil et le climat de troubles politiques affectant le Maghreb et les pays de la Méditerranée orientale auront fait pencher la balance vers l'Hexagone, le Languedoc-Roussillon et l'Aude Pays Cathare. De bons résultats liés au climat d'insécurité politique certes, mais aussi aux actions de communication des socioprofessionnels et de l'ADT visant à positionner la destination face à la concurrence des pays d'Europe du sud et des autres destinations balnéaires françaises (PACA, Aquitaine, Bretagne, Normandie). Autre point de satisfaction, la présence de la clientèle française sur les sites culturels notamment dans le carcassonnais où celle-ci est pointée en augmentation par 80 % des opérateurs.

Concernant la clientèle étrangère, 75 % des professionnels de l'hébergement l'estiment stable ou en hausse et pointent le rebond de la clientèle espagnole. Le mois d'août aura par ailleurs également fait le bonheur des sites culturels qui, toutes destinations infra départementales confondues, s'affichent en hausse pour 50 % d'entre eux.

D'une manière générale les bons scores affichés par le secteur littoral et le secteur urbain qui regroupent 70 % de l'offre, ainsi que la reprise d'activité des zones de montagne consolident notablement les résultats de la saison touristique.

Ainsi, les efforts déployés par nombre de prestataires pour innover et mettre leur offre au niveau des attentes des clientèles, conjugués aux premiers effets de la stratégie de coopération marketing portée par l'ADT de l'Aude, s'avèrent globalement positifs pour l'activité touristique audoise, même si les difficultés économiques du moment en pondèrent quelque peu les effets en termes de consommation.

Aude			
Tendances	2014	2015	Conjoncture
↗	27 %	38 %	☺
=	33 %	34 %	
↘	40 %	28 %	

Littoral			
Tendances	2014	2015	Conjoncture
↗	24 %	24 %	☺
=	38 %	45 %	
↘	38 %	31 %	

Campagne			
Tendances	2014	2015	Conjoncture
↗	30 %	40 %	☺
=	28 %	32 %	
↘	42 %	28 %	

Montagne			
Tendances	2014	2015	Conjoncture
↗	15 %	83 %	☺
=	35 %	17 %	
↘	50 %	0 %	

Ville			
Tendances	2014	2015	Conjoncture
↗	29 %	40 %	☺
=	38 %	30 %	
↘	33 %	30 %	

Région Languedoc-Roussillon			
Tendances	2014	2015	Conjoncture
↗	29 %	34 %	☺
=	37 %	37 %	
↘	34 %	29 %	

AUDE
PAYS CATHARE

LE SUD
A SON HISTOIRE

Info activités :**Hébergements**

Tendances	2014	2015	Conjoncture
↗	25 %	40 %	☺
=	36 %	40 %	
↘	39 %	20 %	

Avec 80 % des répondants jugeant leur activité stable ou en hausse par rapport à août 2014, les gestionnaires d'hébergements touristiques attestent d'un mois d'août très réussi. Au titre des satisfactions, il faut souligner les bons résultats de l'hôtellerie de plein air (86 % stables ou en hausse) et de l'hôtellerie (81 % stable ou en hausse) ; les résidences de tourisme, les villages de vacances ainsi que la centrale de réservation des Gîtes de France ayant également fait le plein. Seule ombre au tableau, les agences immobilières qui estiment leur activité en baisse pour 50 % d'entre elles.

Activités

Tendances	2014	2015	Conjoncture
↗	33 %	44 %	☺
=	20 %	28 %	
↘	47 %	28 %	

L'afflux des clientèles en séjour s'est normalement répercuté sur la consommation d'activités culturelles et sportives qui s'affiche stable ou en augmentation pour 72% des opérateurs. Cette fréquentation soutenue a principalement bénéficiée aux sites de tourisme culturels dont un gestionnaire sur deux se déclare en hausse. Pour les activités sportives la fréquentation est jugée en augmentation par 40 % des gestionnaires.

Commerces / Services

Tendances	2014	2015	Conjoncture
↗	22 %	30 %	☺
=	37 %	35 %	
↘	41 %	35 %	

En nette amélioration par rapport à août 2014, les niveaux de consommation sont contrastés et plafonnés en volume du fait notamment d'une fréquentation étrangère moins importante. A la bonne fréquentation des restaurants (73% stables ou en hausse) répond une fréquentation moyenne des caveaux de dégustation (46 % en baisse) et des commerces de proximité.

Offices de tourisme /Syndicats d'initiative

Tendances	2014	2015	Conjoncture
↗	36 %	37 %	☹
=	32 %	21 %	
↘	32 %	42 %	

La forte fréquentation du mois d'août n'est pas synonyme de prise d'assaut des Offices de Tourisme, 42 % des structures interrogées estimant leur fréquentation en baisse, preuve du développement des canaux d'informations numériques et de leur utilisation de plus en plus généralisée via les terminaux mobiles, évitant par là-même le passage autrefois indispensable à l'Office de Tourisme de la station.

Par zones :

L'unanimité des prestataires touristiques audois pour juger la fréquentation touristique globalement positive quelque soit le territoire est assez rare pour être soulignée. Après un mois de juillet difficile les prestataires des zones de montagne retrouvent le sourire (100 % stables ou en hausse), la satisfaction des professionnels étant également forte dans les zones de campagne et en secteur urbain (40 % des répondants en hausse). Habitué des grandes migrations estivales les prestataires du littoral sont moins enthousiastes tout en jugeant la fréquentation stable ou en hausse pour près de 70 % d'entre eux.

La clientèle française :

A l'image des tendances nationales soulignées par les médias, les professionnels audois attestent d'une forte fréquentation française dans les hébergements marchands sur l'ensemble du territoire départemental, optimisant les taux de fréquentation pourtant très élevés au mois d'août. Avec 83 % de répondants déclarant une activité stable ou en hausse, les restaurateurs semblent être les premiers bénéficiaires de cette présence massive. Grands gagnants de la fréquentation française, les sites culturels s'affichent stables (33 %) ou en hausse (58 %), prouvant par là-même que l'offre de loisirs culturels correspond aux attentes de la clientèle touristique de la destination Pays Cathare.

La clientèle étrangère :

Perçue stable par 41 % des professionnels et en augmentation par 33 % d'entre eux, la clientèle étrangère, et notamment européenne n'a pas répondu de façon homogène à l'appel de la destination. Bonne nouvelle pour notre département, les espagnols ont pris massivement le chemin du Pays Cathare, 41 % des professionnels jugeant leur présence en augmentation notamment dans les secteurs de l'hébergement et des activités de loisirs, ce qui ouvre des perspectives intéressantes pour cette fin de saison. D'un autre côté la clientèle belge, jugée stable par 60 % des hébergeurs, a également fortement consommé des activités de loisirs culturels (70 % en hausse) et semble être restée stable sur les autres postes de consommation. Toutes nationalités confondues, le secteur montagne avec 100 % des répondants jugeant la fréquentation étrangère stable ou en hausse, a su séduire les clientèles étrangères et redresser une courbe de fréquentation à la peine jusque là. En termes d'hébergement, les hôtels avec 47 % de fréquentation étrangère en hausse semblent les premiers bénéficiaires de cette bonne fréquentation étrangère.

Etat des réservations pour septembre 2015

Tendances	Locatif	Campings	Hôtels	Ch. d'hôtes
Bon	20 %	38 %	28 %	36 %
Moyen	80 %	16 %	53 %	28 %
Mauvais	0 %	46 %	19 %	36 %

Seule l'hôtellerie de plein air n'affiche pas un état des réservations consolidé.

Les tendances – Tous secteurs – Evolution Août 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
↗	27 %	38 %	☺	31 %	45 %	☺	28 %	33 %	☺	38 %	42 %	☺	23 %	41 %	☹	4 %	36 %	☺
=	33 %	34 %		23 %	25 %		36 %	41 %		25 %	42 %		31 %	12 %		54 %	50 %	
↘	40 %	28 %		46 %	30 %		36 %	26 %		37 %	16 %		46 %	47 %		42 %	14 %	
Note d'ambiance positive pour l'ensemble des territoires audois, la palme allant au lauragais dont la fréquentation est jugée stable ou en hausse par 86 % des répondants. Tendances plus contrastées pour la Haute vallée de l'Aude dont le secteur montagne a connu une embellie mais dont la moyenne vallée n'a pas tiré les bénéfices escomptés notamment au niveau des commerces et des services																		
LA CLIENTELE FRANCAISE																		
Tendance	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj
↗	25 %	36 %	☺	27 %	40 %	☺	25 %	31 %	☺	29 %	50 %	☺	23 %	29 %	☹	16 %	21 %	☺
=	42 %	40 %		36 %	36 %		50 %	47 %		29 %	17 %		36 %	24 %		46 %	58 %	
↘	33 %	24 %		37 %	24 %		25 %	22 %		42 %	33 %		41 %	47 %		38 %	21 %	
En forte augmentation sur la totalité du territoire, la clientèle française s'affiche en forte hausse sur l'ensemble du département, seuls les professionnels de la Haute Vallée de l'Aude jugent la fréquentation française en baisse																		
LA CLIENTELE ETRANGERE																		
Tendance	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj
↗	31 %	33 %	☺	44 %	40 %	☺	25 %	30 %	☺	38 %	55 %	☺	23 %	35 %	☺	16 %	14 %	☺
=	29 %	41 %		17 %	33 %		36 %	43 %		29 %	18 %		28 %	41 %		38 %	65 %	
↘	40 %	26 %		39 %	27 %		39 %	27 %		33 %	27 %		49 %	24 %		46 %	21 %	
La fréquentation des clientèles étrangères durant ce mois d'août aura été positive pour l'ensemble du département et notamment pour le territoire Corbières-Minervois dont 55 % des professionnels déclarent une hausse de ces clientèles,																		
NIVEAU DES RESERVATIONS SEPTEMBRE 2014																		
Tendance	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj	2014	2015	Conj
Bon	24 %	35 %	☺	11 %	36 %	☺	32 %	41 %	☺	0 %	0 %	☺	32 %	0 %	☹	20 %	29 %	☹
Moyen	47 %	41 %		46 %	47 %		43 %	37 %		50 %	100 %		36 %	57 %		70 %	43 %	
Faible	29 %	24 %		43 %	17 %		25 %	22 %		50 %	0 %		32 %	43 %		10 %	28 %	
L'état des réservations pour septembre 2015 se révèle positif pour le Carcassonnais et la Narbonnaise et faible pour la Haute vallée de l'Aude et le Lauragais, territoires pour lesquels les réservations de dernière minute sont inscrites dans les pratiques.																		

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 :

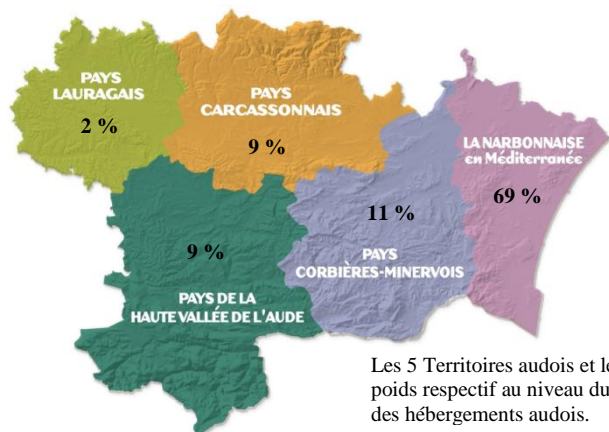
Territoires	Panel	Panel répondant en Août 2015
Carcassonnais	107	67
Narbonnais	119	68
Corbières-Minervois	54	12
Haute Vallée de l'Aude	44	17
Lauragais	37	14
Total	361	178

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