

AGENCE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

DEPARTEMENT DE L'AUDE

BILAN MENSUEL DE CONJONCTURE

Juillet 2014

Aude			
Tendances	2014	2013	Conjoncture
↗	18 %	15 %	☹
=	18 %	21 %	
↘	64 %	64 %	

Littoral			
Tendances	2014	2013	Conjoncture
↗	20 %	9 %	☺
=	20 %	13 %	
↘	60 %	78 %	

Campagne			
Tendances	2014	2013	Conjoncture
↗	18 %	12 %	☹
=	18 %	25 %	
↘	64 %	63 %	

Montagne			
Tendances	2014	2013	Conjoncture
↗	4 %	14 %	☹
=	15 %	34 %	
↘	81 %	52 %	

Ville			
Tendances	2014	2013	Conjoncture
↗	23 %	27 %	☹
=	15 %	17 %	
↘	62 %	56 %	

Région Languedoc-Roussillon			
Tendances	2014	2013	Conjoncture
↗	19 %	18 %	☹
=	20 %	24 %	
↘	61 %	58 %	

Sous l'effet conjugué d'une météo pour le moins capricieuse, d'une coupe du monde de foot qui a fixé nombre de supporters européens devant leur petit écran et incité plus de 500 000 français à acheter des écrans plats pour suivre l'évènement, et d'une crise économique qui ampute le pouvoir d'achat d'une grande majorité de nos compatriotes, le mois de juillet 2014 marque un tournant dans le déroulement des saisons touristiques.

Depuis plus de 10 ans, professionnels et institutionnels du tourisme travaillent au développement des « ailes de saison », considérant les mois de juillet et août comme le cœur du réacteur.

Force est de constater que la haute saison touristique se réduit aujourd'hui au mois d'août et que français et européens ont modifié leurs comportements d'achat, aidés en cela par l'avènement des nouvelles technologies et par une culture touristique de plus en plus aiguisée, leur permettant de comparer, de commenter, de s'organiser seuls, d'attendre l'éclaircie et l'opportunité pour acheter leurs vacances en solde quand et où bon leur semble.

Ce nouveau paradigme ne peut être ignoré. Il impose une remise en question du modèle économique de nombre d'opérateurs touristiques, mais aussi du projet global porté par l'ensemble des territoires du département.

Portée par les sites emblématiques de Carcassonne et du Canal du Midi et par un littoral à la fois moderne et préservé, l'Aude Pays Cathare doit jouer de la complémentarité de ses différentes facettes – patrimoine, gastronomie, oenotourisme, sites naturels – pour s'affirmer comme une destination toutes saisons et s'émanciper de sa dépendance au tourisme estival.

L'adaptation de nos prix face à la concurrence internationale, la rénovation de nos hébergements locatifs, l'implication globale de la population, la professionnalisation des acteurs, sont autant de challenges à relever pour conforter l'activité touristique, créer des emplois et des revenus, et conforter la vocation d'accueil international de l'Aude Pays Cathare.

AUDE
PAYS CATHARE

LE SUD
A SON HISTOIRE

Info activités :**Hébergements**

Tendances	2014	2013	Conjoncture
↗	13 %	16 %	☹
=	12 %	21 %	
↘	75 %	63 %	

Les hébergements marchands accusent de plein fouet la baisse de fréquentation globale du département. L'hôtellerie départementale, avec 90 % des professionnels déclarant leur activité en recul par rapport à juillet 2013, semble le secteur le plus touché, malheureusement suivi par les chambres d'hôtes (71 % en baisse) et les campings (70 % en baisse). Seules les agences immobilières (58 % stables ou en hausse) et dans une moindre mesure les résidences de tourisme (50 % stables ou en hausse) limitent le recul. Parallèlement la diminution du chiffre d'affaire dans le secteur de l'hébergement touristique est pointée par 71 % des répondants, seules les résidences de tourisme affichant une situation identique ou en hausse pour 75 % des répondants.

Activités

Tendances	2014	2013	Conjoncture
↗	28 %	14 %	☺
=	19 %	20 %	
↘	53 %	66 %	

Dynamisé par le tourisme culturel (62 % stables ou en hausse) et par une météo pour le moins aléatoire, le secteur des activités de loisirs résiste à la morosité ambiante. Toutefois, la baisse marquée des activités de tourisme sportif et des sites de loisirs (55 % des prestataires déclarent leur activité en recul) s'accompagne d'un recul plus marqué du chiffre d'affaire, situation inquiétante pour nombre d'activités saisonnières à l'équilibre fragile.

Commerces / Services

Tendances	2014	2013	Conjoncture
↗	9 %	13 %	☹
=	25 %	24 %	
↘	66 %	63 %	

Avec respectivement 66 % et 65 % des prestataires déclarant leur activité et leur chiffre d'affaires en recul, les commerces patissent de la situation économique actuelle. Particulièrement sensible dans la grande distribution (100% en baisse), le recul est moins marqué dans les commerces de proximité (63 % stables ou en hausse). Si le secteur de la restauration accuse également un recul important (68 % en baisse), les caveaux de dégustation, malgré un recul de fréquentation affichent un chiffre d'affaires stable ou en hausse pour 53 % d'entre eux.

Offices de Tourisme / Syndicats d'initiative

Tendances	2014	2013	Conjoncture
↗	45 %	14 %	☺
=	18 %	18 %	
↘	36 %	68 %	

Net regain d'activité pour les OTSI qui jouent tout leur rôle dans l'orientation des clientèles et dans le choix d'excursions et de valorisation des territoires.

Par zones

Globalement stable sur l'ensemble du département, l'activité touristique s'améliore sur le littoral par rapport à juillet 2013. Le secteur montagne, impacté par une situation météo instable souffre particulièrement, la baisse du chiffre d'affaires étant particulièrement sensible (83 % des prestataires en recul). Autre secteur en difficulté, le tourisme urbain subit les contre coups de la crise économique tant en termes de fréquentation que de chiffre d'affaires, l'hôtellerie urbaine étant fortement impactée tant sur le carcassonnais que sur la narbonnaise (respectivement 82 % et 89 % des hôteliers déclarent leur activité en recul).

La clientèle française :

Tous secteurs confondus la clientèle française s'affiche en recul pour 58 % des prestataires interrogés, l'hébergement restant le secteur le plus impacté (69 % en recul). Au titre des satisfactions, il est important de noter la bonne fréquentation des commerces de proximité (57 % stables) et celle du tourisme culturel (62 % stables ou en hausse), preuve s'il en est, dans un contexte difficile, de l'intérêt de la clientèle française pour les produits identitaires de l'Aude Pays Cathare.

Sur le plan territorial, la clientèle française a déserté la montagne (81 % des prestataires en baisse), le bord de mer affichant quant à lui une situation plus contrastée (22 % des prestataires en hausse, 18 % stables, 60 % en baisse).

Il est par ailleurs important de noter la confiance des français dans l'information diffusée par les Offices de Tourisme (59 % en hausse), preuve de l'importance des dispositifs d'information mis en place notamment dans des contextes de moindre fréquentation.

La clientèle étrangère :

La fréquentation étrangère résiste mieux en ce mois de juillet, même si les hébergements touristiques, et notamment l'hôtellerie (79 % en baisse) accusent un net recul. Il faut noter le maintien de la fréquentation étrangère dans le secteur locatif (57 % stables) et surtout dans les résidences de tourisme (75 % stables ou en hausse).

Même si la fréquentation étrangère est en baisse dans la restauration, il faut souligner les bons résultats enregistrés par les commerces de proximité (50 % en hausse), le secteur des loisirs (61 % stables ou en hausse) et surtout par les sites de tourisme culturel qui, pour 92 % d'entre eux, déclarent une fréquentation étrangère stable (42 %) ou en hausse (50 %).

Représentant globalement 30 % des touristes du département, la contribution des étrangers à l'économie touristique départementale est plus que jamais indispensable.

Le chiffre d'affaires

Au-delà d'une fréquentation globale en recul, les touristes présents sur le département, français ou étrangers, diminuent leurs dépenses et opèrent des choix parfois drastiques. Concernant les hébergements, les résidences de tourisme affichent un CA en augmentation pour 50 % d'entre elles. Concernant les activités, les commerces de proximité et les sites de tourisme culturels tirent leur épingle du jeu et déclarent majoritairement une hausse de leur chiffre d'affaires.

Les tendances – Tous secteurs – Evolution 2013 – 2014

AUDE				CARCASSONNAIS			NARBONNAISE EN MEDITERRANEE			CORBIERES / MINERVOIS			HAUTE VALLEE DE L'AUDE			LAURAGAIS		
NOTE D'AMBIANCE																		
Tendance	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj
↗	18 %	15 %	☹	17 %	25 %	☹	17 %	14 %	☺	36 %	3 %	☺	14 %	10 %	☹	0 %	22 %	☹
=	18 %	21 %		18 %	17 %		23 %	15 %		9 %	29 %		14 %	37 %		20 %	-	
↘	64 %	64 %		65 %	58 %		60 %	71 %		55 %	68 %		72 %	53 %		80 %	78 %	
<p>Si le sentiment des professionnels reste stable sur l'ensemble du département, la situation du mois de juillet semble se redresser pour le Pays Corbières-Minervois et pour la Narbonnaise. Les mauvaises conditions météo impactent fortement la fréquentation de la Haute Vallée de l'Aude, le Lauragais connaissant quant à lui un 2^{ème} mois de juillet consécutif très difficile.</p>																		
LA CLIENTELE FRANCAISE																		
Tendance	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj
↗	14 %	17 %	☹	7 %	22 %	☹	21 %	17 %	☺	32 %	10 %	☺	7 %	12 %	☹	0 %	22 %	☹
=	28 %	23 %		37 %	26 %		29 %	23 %		27 %	19 %		16 %	26 %		30 %	11 %	
↘	58 %	60 %		56 %	52 %		50 %	60 %		41 %	71 %		77 %	62 %		70 %	67 %	
<p>Majoritairement stable ou en hausse en Corbières-Minervois et dans la Narbonnaise, la clientèle française est en net recul sur les autres espaces touristiques. Représentant près de 70 % des nuitées, son absence impacte l'ensemble de l'économie touristique départementale.</p>																		
LA CLIENTELE ETRANGERE																		
Tendance	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj
↗	20 %	24 %	☹	15 %	28 %	☹	19 %	20 %	☺	23 %	17 %	☺	27 %	33 %	☹	0 %	22 %	☺
=	28 %	23 %		27 %	24 %		30 %	20 %		41 %	35 %		18 %	21 %		40 %	11 %	
↘	52 %	53 %		58 %	48 %		51 %	60 %		36 %	48 %		55 %	46 %		60 %	67 %	
<p>Avec 64 % de fréquentation étrangère stable ou en hausse, les professionnels de Corbières-Minervois font exception, même si il faut souligner le redressement du Lauragais et surtout de la Narbonnaise qui, malgré les aléas climatiques et économiques reste un atout majeur pour les clientèles européennes.</p>																		
ETAT DES RESERVATIONS POUR AOUT 2014																		
Tendance	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj	2014	2013	Conj
↗	26 %	37 %	☹	16 %	42 %	☹	36 %	41 %	☺	0 %	23 %	☹	35 %	44 %	☹	33 %	67 %	☹
=	46 %	42 %		52 %	42 %		46 %	40 %		25 %	44 %		35 %	34 %		0 %	0 %	
↘	28 %	21 %		32 %	16 %		18 %	19 %		75 %	33 %		30 %	22 %		67 %	33 %	
<p>Même si l'état des réservations semble se dégrader par rapport à l'année précédente, la modification des comportements d'achat des clientèles touristiques permet d'espérer, avec l'aide d'une météo plus clémente, une fréquentation « normale » au mois d'août. La stabilité des réservations sur la Narbonnaise, qui regroupe 69 % de l'hébergement touristique du département, est le gage d'un mois d'août réussi, sachant qu'en 2013 la fréquentation des aoûtiers avait battu tous les records.</p>																		

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

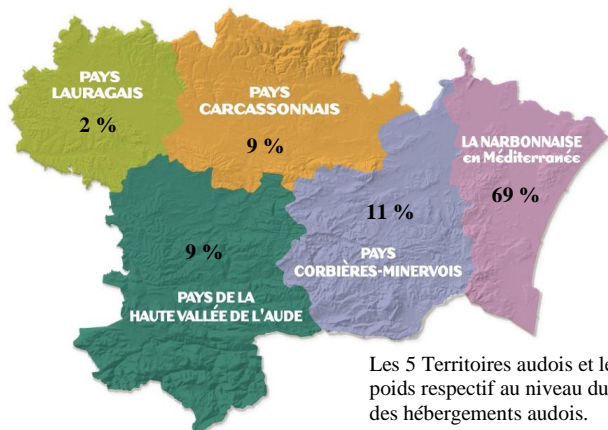
Méthode utilisée :

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 2014
Carcassonnais	107	72
Narbonnais	119	77
Corbières-Minervois	54	22
Haute Vallée de l'Aude	44	44
Lauragais	37	10

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 201 /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
Internet : www.audetourisme.com