COMITE DEPARTEMENTAL DU TOURISME DE L'AUDE

DEPARTEMENT DE L'AUDE

ETAT MENSUEL DE CONJONCTURE

Vacances Printemps / Mai 2013

Aude			
Tendances	2012	2013	Conjoncture
↗	34 %	32 %	☹
=	27 %	25 %	
↘	39 %	43 %	

Littoral			
Tendances	2012	2013	Conjoncture
↗	46 %	26 %	☹
=	25 %	28 %	
↘	29 %	46 %	

Campagne			
Tendances	2012	2013	Conjoncture
↗	34 %	26 %	☹
=	29 %	28 %	
↘	37 %	46 %	

Montagne			
Tendances	2012	2013	Conjoncture
↗	16 %	26 %	☺
=	21 %	22 %	
↘	63 %	52 %	

Ville			
Tendances	2012	2013	Conjoncture
↗	31 %	37 %	☺
=	26 %	21 %	
↘	43 %	42 %	

Région Languedoc-Roussillon			
Tendances	2012	2013	Conjoncture
↗	31 %	30 %	☹
=	27 %	25 %	
↘	42 %	45 %	

AUDE PAYS CATHARE

LE SUD A SON HISTOIRE

Printemps 2013 :… Mai, Mai, …mais

Dégagé du calendrier électoral, doté de 4 jours fériés incitant à construire des ponts voire de véritables viaducs, le mois de mai s'annonçait sous les meilleurs auspices …Mai, Mai, mais.

Déficit d'ensoleillement, pluviométrie record et températures exceptionnellement basses ont douché les désirs de vacances des plus motivés.
Ceci étant, malgré cette ambiance morose où se font ressentir toujours plus prégnants les effets de la crise économique, l'Aude Pays Cathare résiste plutôt bien grâce notamment à une bonne fréquentation des 2 pôles urbains de Carcassonne et de Narbonne, une relative satisfaction des professionnels de la Haute Vallée de l'Aude et la présence d'une clientèle groupe traditionnellement moins sensible aux aléas climatiques.

Nul doute que l'offre culturelle et patrimoniale du département n'y est pas pour rien et qu'elle joue ici à plein, un rôle d'amortisseur face à la désaffection du littoral en offrant une large palette de possibles « à voir / à faire ».

En termes de prospective, le baromètre Ipsos / Europ Assistance de mai 2013 détaille les intentions et préoccupations des européens pour les vacances d'été 2013. Pour la 2ème année consécutive les intentions de départ baissent (- 12 points par rapport à 2011), année record du tourisme pour le département) pour atteindre le niveau le plus bas depuis 8 ans. Si la chute des intentions de départ des italiens (- 10 points par rapport à 2012) et des espagnols (- 9 points par rapport à 2012) était prévisible vu l'ampleur de la crise dans ces pays, la morosité semble également s'emparer des belges (-9 points) et des allemands (-3 points).

Les intentions de départ des français chutent quant à elles de 8 points par rapport à 2012, seulement 62 % de nos compatriotes comptant partir en vacances cet été. Face à cet avis de « grand frais », seuls les britanniques affichent une augmentation de leurs intentions de départ (+5 points), ce qui est intéressant pour la consolidation des liaisons aériennes sur Carcassonne.

Enfin, raison d'espérer pour les professionnels du littoral particulièrement impactés en ce début de saison, les Français et les Européens continuent d'afficher majoritairement (+ 2pts) leurs intentions de séjours balnéaires…sous le soleil si possible.

Info activités :

Hébergements			
Tendances	2012	2013	Conjoncture
↗	30 %	18 %	☹
=	31 %	31 %	
↘	39 %	51 %	

La perception de l'activité des professionnels de l'hébergement est à l'image du temps du mois de mai : maussade…
L'hôtellerie et l'hôtellerie de plein air (57 % des déclarants notent une baisse d'activité), ainsi que les chambres d'hôtes (42% en baisse) sont les secteurs les plus touchés. Moins tributaires des clientèles individuelles, l'activité des villages de vacances reste stable pour 66 %. des déclarants.

Activités			
Tendances	2012	2013	Conjoncture
↗	35 %	38 %	☺
=	23 %	20 %	
↘	43 %	42 %	

La stabilité du secteur « Activités » cache de forte disparités entre le tourisme culturel (67 % des prestataires déclarent une activité en progression) et le tourisme sportif et de loisirs (60 % des prestataires déclarent une activité en baisse), fortement impacté par les conditions météo.
Le tourisme fluvial quant à lui reste stable pour 2/3 des répondants.

Commerces / Services			
Tendances	2012	2013	Conjoncture
↗	39 %	35 %	☹
=	25 %	26 %	
↘	36 %	39 %	

L'activité « Commerces et Services » baisse légèrement par rapport à 2012. Toutefois si les hypermarchés (80 % en hausse) et les commerces de proximité (50 % en hausse) tirent bien leur épingle du jeu, les restaurants et les caveaux de dégustation (respectivement 41 % et 45 % en baisse) souffrent particulièrement de ce début de saison frileux peu propice à la consommation.

Offices de tourisme /Syndicats d'initiative			
Tendances	2012	2013	Conjoncture
↗	33 %	67 %	☺
=	17 %	10 %	
↘	50 %	23 %	

La forte hausse de fréquentation des Offices de Tourisme est en corrélation directe avec la météo, les vacanciers étant plus qu'à l'accoutumé en quête d'activités de loisirs. Cette fréquentation des OT peut également être rapprochée de la forte hausse de fréquentation des sites culturels.

Par zones :

Les augmentations de fréquentation perçues en ville (hausse d'activité pour 37 % des répondants) et à la montagne (hausse d'activité pour 26 % des répondants) contrastent avec la perception négative des professionnels du littoral et de la campagne.

La clientèle française :

En recul marqué sur l'ensemble des territoires touristiques audois, la clientèle française semble avoir fait particulièrement défaut à l'hôtellerie (en baisse pour 57 % des répondants) et aux chambres d'hôtes (en baisse pour 64 % des répondants).Se décidant traditionellement à la dernière minute, la clientèle de proximité semble avoir souvent annulé ou écourté ses vacances.
Les prestataires d'activités sportives et de loisirs on été particulièrement touchés par ce phénomène (en baisse pour 64 % des déclarants), seules les clientèles groupe maintenant leur niveau de fréquentation.

La clientèle étrangère :

Pointée en baisse par 45 % des professionnels audois interrogés, la clientèle étrangère résiste toutefois mieux que la clientèle française.
Il est important de noter, malgré la crise, une relative stabilité des clientèles européennes et une augmentation sensible des clientèles lointaines (Canada, Australie, Russie) et ce notamment dans le secteur urbain.

Les vacances de printemps - Zoom :

Avec un week-end pascal situé hors vacances scolaires, les vacances de printemps 2013, ne resteront pas dans les annales !
Le littoral (64 % des répondants déclarent une baisse d'activité) et la montagne (69 % de répondants en baisse) ont été les plus touchés par la désaffection des clientèles.
Les zones urbaines et campagne quant à elles résistent mieux, notamment sur les prestations de tourisme culturel.

Tendances ressenties par les professionnels durant les vacances de printemps 2013				
Tendances	Héberg.	Activités	Com. et Services	OTSI
↗	13 %	21 %	24 %	50 %
=	24 %	31 %	19 %	11 %
↘	63 %	48 %	57 %	39 %

Les tendances – Tous secteurs – Evolution Mai 2012 - Mai 2013

AUDE				CARCASSONNAIS			NARBONNAIS			CORBIERES / MINERVOIS			HAUTE VALLEE DE L'AUDE			LAURAGAIS AUDOIS		
NOTE D'AMBIANCE																		
Tendance	**2012**	**2013**	**Conj**	**2012**	**2013**	**Conj**	**2012**	**2013**	**Conj**	**2012**	**2013**	**Conj**	**2012**	**2013**	**Conj**	**2012**	**2013**	**Conj**
↗	34 %	32 %	☹	28 %	31 %	☺	44 %	34 %	☹	50 %	42 %	😐	30 %	25 %	☹	17 %	17 %	☹
=	27 %	25 %		25 %	21 %		23 %	23 %		13 %	26 %		19 %	17 %		66 %	57 %	
↘	39 %	43 %		47 %	48 %		33 %	43 %		37 %	32 %		51 %	58 %		17 %	26 %	
La relative stabilité au plan départemental masque de fortes disparités entre les territoires audois.																		
LA CLIENTELE FRANCAISE																		
Tendance	**2012**	**2013**	**Conj**	**2012**	**2013**	**Conj**	**2012**	**2013**	**Conj**	**2012**	**2013**	**Conj**	**2012**	**2013**	**Conj**	**2012**	**2013**	**Conj**
↗	30 %	28 %	☹	30 %	23 %	☹	32 %	30 %	☹	42 %	33 %	😐	22 %	31 %	☹	32 %	22 %	☹
=	40 %	31 %		33 %	33 %		42 %	34 %		16 %	35 %		54 %	17 %		56 %	35 %	
↘	30 %	41 %		37 %	44 %		26 %	36 %		42 %	32 %		24 %	53 %		12 %	43 %	
Le recul général de la clientèle française est particulièrement marqué dans la Haute Vallée de l'Aude et le Lauragais.																		
LA CLIENTELE ETRANGERE																		
Tendance	**2012**	**2013**	**Conj**	**2012**	**2013**	**Conj**	**2012**	**2013**	**Conj**	**2012**	**2013**	**Conj**	**2012**	**2013**	**Conj**	**2012**	**2013**	**Conj**
↗	25 %	29 %	😐	25 %	32 %	☺	32 %	26 %	☹	29 %	46 %	☺	11 %	17 %	☺	29 %	22 %	☹
=	33 %	26 %		32 %	24 %		33 %	24 %		29 %	27 %		27 %	23 %		46 %	35 %	
↘	42 %	45 %		43 %	44 %		35 %	50 %		42 %	27 %		62 %	60 %		25 %	43 %	
La fréquentation des clientèles étrangères en avant saison est particulièrement marquée en Carcassonnais et en Corbières-Minervois, ce qui confirme l'intérêt des clientèles internationales pour le tourisme patrimonial.																		
RESERVATIONS JUIN 2013																		
Tendance	**2012**	**2013**	**Conj**	**2012**	**2013**	**Conj**	**2012**	**2013**	**Conj**	**2012**	**2013**	**Conj**	**2012**	**2013**	**Conj**	**2012**	**2013**	**Conj**
↗	25 %	23 %	☹	29 %	21 %	😐	22 %	24 %	☹	14 %	13 %	😐	31 %	11 %	☹	56 %	45 %	☹
=	50 %	47 %		52 %	58 %		47 %	39 %		43 %	75 %		62 %	44 %		33 %	28 %	
↘	25 %	30 %		19 %	21 %		31 %	37 %		43 %	12 %		7 %	44 %		11 %	27 %	
Seul le Pays Corbières-Minervois affiche un certain optimisme quant à l'état des réservations pour le mois de juin.																		

Les partenaires départementaux :

Carcassonnais :

- Chambre de Commerce et d'Industrie de Carcassonne, Limoux, Castelnaudary
- Office de Tourisme Intercommunal du Haut Minervois – Caunes-Minervois
- Communauté de Communes Piémont d'Alaric
- Syndicat d'Initiative du Haut Cabardès – Les Ilhes Cabardès
- Office de Tourisme Intercommunal du Cabardès au Canal du Midi – 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

Pays de la Haute Vallée de l'Aude :

- Communauté de Communes du Canton d'Axat
- Office de Tourisme Intercommunal Aude en Pyrénées – Quillan
- Office de Tourisme Intercommunal du Quercorb
- Service Tourisme Communauté de communes Limouxin et St Hilairois
- Communauté de Communes Razès Malepère
- Communauté de Communes du Pays de Couiza.

Pays Lauragais :

- Chambre de Commerce et d'Industrie de Carcassonne, Limoux, Castelnaudary
- GAL Terroirs du Lauragais/C C Piège en Lauragais
- Office de Tourisme Piège/Lauragais – Fanjeaux
- Office de Tourisme de Castelnaudary et du Bassin Lauragais.

Pays de la Narbonnaise :

(selon le zonage en vigueur au 01/01/2013)

- Chambre de Commerce et d'Industrie de Narbonne
- Office Municipal du Tourisme de Narbonne
- Office Municipal du Tourisme de Gruissan
- Office de 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 410 prestataires dont :

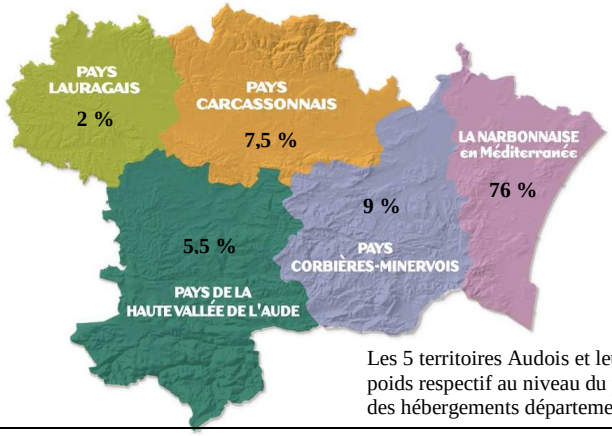
- 109 du Carcassonnais
- 123 du Narbonnais,
- 60 du Pays Corbières /Minervois.
- 68 de la Haute Vallée de l'Aude
- 40 du Lauragais Audois.

Enquête menée par le CDT de l'Aude en partenariat avec le CRT QSDF, la FRHPA, le GHPA, LR-UMIH, la FROTSI et les structures territoriales audoises (cf. listing).

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 2012/ 2013.
😐	Le niveau d'activité reste stable : plus ou moins 2 %.
☹	Le niveau d'activité régresse de 3 % ou plus.



Les 5 territoires Audois et leur poids respectif au niveau du parc des hébergements départemental.

Comité Départemental du Tourisme 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 : observatoire@audetourisme.com
Internet : www.audetourisme.com