

# AGENCE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

## DEPARTEMENT DE L'AUDE

### BILAN MENSUEL DE CONJONCTURE

Juin 2016

#### Aude

Tendances	2015	2016	Conjoncture
↗	32 %	31 %	☹
=	37 %	27 %	
↘	31 %	42 %	

#### Littoral

Tendances	2015	2016	Conjoncture
↗	26 %	30 %	☺
=	30 %	30 %	
↘	44 %	40 %	

#### Campagne

Tendances	2015	2016	Conjoncture
↗	32 %	29 %	☹
=	42 %	31 %	
↘	26 %	40 %	

#### Montagne

Tendances	2015	2016	Conjoncture
↗	14 %	33 %	☺
=	43 %	27 %	
↘	43 %	40 %	

#### Ville

Tendances	2015	2016	Conjoncture
↗	37 %	34 %	☹
=	35 %	16 %	
↘	28 %	50 %	

#### CLAIR OBSCUR

Après un mois de mai en demi-teinte, la fréquentation touristique du mois de juin s'affiche globalement en retrait par rapport au même mois de l'année précédente pour 42 % des professionnels interrogés, le climat social et la météorologie étant les causes d'explication les plus citées pour expliquer ce début de saison poussif.

Dans cette ambiance morose le littoral, avec 60 % des prestataires déclarant une activité stable ou en hausse par rapport à juin 2015, résiste plutôt bien et s'inscrit en contre point du secteur urbain sur lequel 50 % des prestataires affichent une baisse d'activité.

Autre point positif le regain d'attractivité du secteur montagne dont un tiers des professionnels déclare une activité en hausse. Après la progression enregistrée au mois de mai ce secteur semble confirmer son dynamisme après des années 2014 et 2015 difficiles.

Le bon niveau d'activité des professionnels du littoral et de la montagne ne cache toutefois pas les interrogations de l'ensemble du secteur touristique au regard de la situation économique des clientèles et surtout face aux menaces terroristes.

Dans le contexte du Brexit et de perte de parité monétaire de la Livre Sterling, la clientèle britannique, première clientèle étrangère du département, est jugée en recul par 61 % des répondants. Recul durable ? Il est trop tôt pour le dire. Toutefois cela rajoute à coup sûr une touche sombre au tableau d'une saison touristique qui vire au clair-obscur...

Dans un contexte économique déprimé, de plus en plus concurrentiel, face aux menaces terroristes qui génèrent un climat anxiogène, le tourisme audois doit plus que jamais veiller à homogénéiser sa communication et s'attacher à soigner la qualité de l'accueil, la convivialité et un bon rapport qualité prix.

Plus que jamais l'avenir est à l'excellence.

**AUDE**  
PAYS CATHARE

**LE SUD**  
A SON HISTOIRE

**Info activités :****Hébergements**

Tendances	2015	2016	Conjoncture
↗	27 %	33 %	☹
=	37 %	21 %	
↘	36 %	46 %	

Avec 54 % des prestataires interrogés jugeant leur activité stable ou en hausse, le secteur de l'hébergement marchand affiche un recul de 10 points par rapport à juin 2015, ce recul impactant essentiellement le secteur hôtelier (53 % en baisse), les résidences de tourisme (67 % en baisse) et les chambres d'hôtes (64 % en baisse). A contrario l'hôtellerie de plein air (68 % stable ou en hausse), les agences immobilières et les villages de vacances (75 % stables ou en hausse) ainsi que la centrale de réservation des Gîtes de France affichent une activité supérieure à celle de 2015.

**Activités**

Tendances	2015	2016	Conjoncture
↗	33 %	32 %	☹
=	40 %	25 %	
↘	27 %	43 %	

Le climat maussade de ce mois de juin aura profité aux sites culturels qui déclarent une activité stable ou en hausse pour 69 % d'entre eux alors que, dans le même temps, 50 % des gestionnaires d'activités sportives et de loisirs déclarent une activité en recul par rapport à juin 2015.

**Commerces / Services**

Tendances	2015	2016	Conjoncture
↗	32 %	21 %	☹
=	38 %	40 %	
↘	30 %	38 %	

La baisse de fréquentation de 8 points des commerces et services cache d'importante disparités et semble toucher principalement le secteur de la grande distribution qui déclare une baisse d'activité. A contrario, avec 73 % des restaurateurs répondants qui déclarent une activité stable ou en hausse, les métiers de bouche semblent profiter d'un regain d'intérêt pour les vacances gastronomiques.

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

Tendances	2015	2016	Conjoncture
↗	47 %	40 %	☹
=	29 %	25 %	
↘	24 %	35 %	

La baisse de fréquentation constatée dans les Offices de Tourisme semble s'inscrire dans une tendance à long terme, les tablettes et autres smartphones se substituant pour nombre de vacanciers au traditionnel passage à l'Office de Tourisme du lieu de villégiature.

**La clientèle française :**

Jugée stable par 40 % des prestataires répondants, la clientèle française semble avoir privilégié l'hébergement en camping (42 % en hausse), les chambres d'hôtes (73 % stables ou en hausse) ainsi que les locations via les agences immobilières (75 % stables). Alors que 55 % des prestataires de commerce ou de service jugent la fréquentation française stable, les prestataires d'activité sportives semblent plus réservés, 46 % d'entre eux jugeant la fréquentation française en régression.

Les zones rurales semblent avoir fait le plein de la clientèle française (68 % stables ou en hausse), alors qu'en zone urbaine seuls 19 % des prestataires estiment cette clientèle en progression.

**La clientèle étrangère :**

Estimée stable par 29 % des professionnels et en hausse par 34 % d'entre eux, la fréquentation étrangère du mois de juin aura été marquée par un fort recul des clientèles britanniques (43 % en baisse) et néerlandaises (44 % en baisse), deux clientèles majeures de la destination Pays Cathare. Cette relative désaffection ne semble toutefois ne pas avoir touché l'hôtellerie de plein air dont 53 % des gestionnaires estiment la fréquentation étrangère en hausse. En termes de consommation les étrangers confirment leur intérêt pour les commerces de proximité (100 % en hausse) et restent une clientèle essentielle des restaurateurs (62 % stables ou en hausse). Avec 47 % des prestataires jugeant la fréquentation étrangère en hausse, le secteur urbain reste une locomotive, notamment pour les clientèles extra européennes, la fréquentation du littoral étant jugée plus mitigée (36 % en hausse, 31 % stable, 33 % en baisse).

**Etat des réservations pour juillet 2016**

Tendances	Locatifs	Campings	Hôtels	Chambres d'hôtes
Bon	27 %	42 %	42 %	30 %
Moyen	63 %	42 %	46 %	30 %
Mauvais	10 %	16 %	12 %	40 %

Côté réservation les professionnels de l'hébergement affichent un certain optimisme pour la suite de la saison estivale, le secteur montagne étant le plus enthousiaste suivi de près par les secteurs urbains et littoral.

## Les tendances – Tous secteurs – Evolution Juin 2015 - Juin 2016

AUDE				CARCASSONNAIS			NARBONNAIS			CORBIERES / MINERVOIS			HAUTE VALLEE DE L'AUDE			LAURAGAIS AUDOIS		
NOTE D'AMBIANCE																		
Tendance	2015	2016	Conj	2015	2016	Conj	2015	2016	Conj	2015	2016	Conj	2015	2016	Conj	2015	2016	Conj
↗	32 %	31 %	☹	26 %	25 %	☹	37 %	33 %	☹	15 %	35 %	☺	44 %	33 %	☹	30 %	36 %	☺
=	37 %	27 %		43 %	13 %		27 %	28 %		40 %	30 %		28 %	29 %		61 %	55 %	
↘	31 %	42 %		31 %	62 %		36 %	39 %		45 %	35 %		28 %	38 %		9 %	9 %	
Générale sur l'ensemble du territoire départemental, la baisse d'activité du secteur touristique en juin affecte tout particulièrement le Carcassonnais.																		
LA CLIENTELE FRANCAISE																		
Tendance	2015	2016	Conj	2015	2016	Conj	2016	2016	Conj	2015	2016	Conj	2015	2016	Conj	2015	2016	Conj
↗	30 %	23 %	☹	24 %	18 %	☹	35 %	25 %	☹	20 %	25 %	☺	50 %	33 %	☹	26 %	9 %	☹
=	42 %	40 %		44 %	28 %		39 %	38 %		35 %	40 %		28 %	38 %		65 %	64 %	
↘	28 %	37 %		32 %	54 %		26 %	37 %		45 %	35 %		22 %	29 %		9 %	27 %	
Seuls les prestataires de Corbières-Minervois affichent une fréquentation des clientèles françaises en progression.																		
LA CLIENTELE ETRANGERE																		
Tendance	2015	2016	Conj	2015	2016	Conj	2015	2016	Conj	2015	2016	Conj	2015	2016	Conj	2015	2016	Conj
↗	28 %	34 %	☹	38 %	35 %	☹	23 %	25 %	☹	21 %	30 %	☹	35 %	30 %	☹	13 %	18 %	☹
=	39 %	30 %		32 %	15 %		39 %	50 %		26 %	15 %		30 %	35 %		74 %	55 %	
↘	33 %	36 %		30 %	50 %		38 %	25 %		53 %	55 %		35 %	35 %		13 %	27 %	
La hausse de 6 points des clientèles étrangères constatée au plan départemental est tempérée par les résultats en retrait du secteur carcassonnais.																		
RESERVATIONS JUILLET 2016																		
Tendance	2015	2016	Conj	2015	2016	Conj	2015	2016	Conj	2015	2016	Conj	2015	2016	Conj	2015	2016	Conj
<b>Bon</b>	31 %	39 %	☺	31 %	42 %	☹	28 %	40 %	☺	50 %	31 %	☹	43 %	31 %	☺	40 %	36 %	☹
<b>Moyen</b>	52 %	47 %		59 %	44 %		42 %	49 %		50 %	38 %		29 %	44 %		60 %	36 %	
<b>Mauvais</b>	17 %	14 %		10 %	14 %		24 %	11 %		0 %	31 %		28 %	25 %		0 %	27 %	
Le bon niveau des réservations pour le mois de juillet est boosté par la Haute Vallée de l'Aude et surtout par les professionnels du Narbonnais qui prévoient affichent un avis de grand beau.																		

## 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 365 prestataires dont :

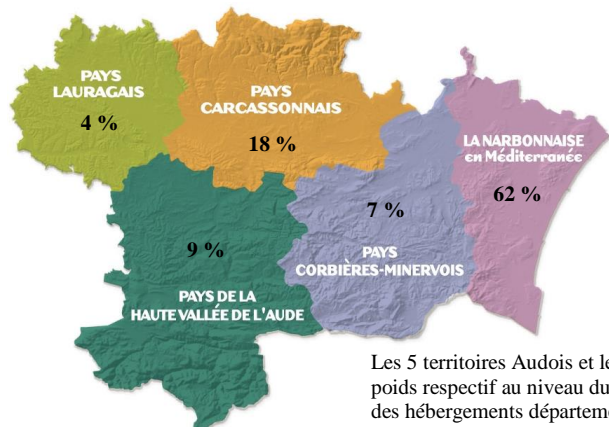
Territoires	Panel	Panel répondant en juin 2016
Carcassonnais	102	40
Narbonnais	119	67
Corbières-Minervois	51	20
Haute Vallée de l'Aude	57	24
Lauragais	36	11

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 2015/ 2016.
	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](mailto:adt@audetourisme.com)**  
**Internet : [www.audetourisme.com](http://www.audetourisme.com)**