

AGENCE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

DEPARTEMENT DE L'AUDE

ETAT MENSUEL DE CONJONCTURE TOURISTIQUE

Août 2016

Aude

Tendances	2016	2015	Conjoncture
↗	30 %	38 %	☹
=	37 %	34 %	
↘	33 %	28 %	

Littoral

Tendances	2016	2015	Conjoncture
↗	28 %	24 %	☹
=	38 %	45 %	
↘	34 %	31 %	

Campagne

Tendances	2016	2015	Conjoncture
↗	33 %	40 %	☺
=	42 %	32 %	
↘	25 %	28 %	

Montagne

Tendances	2016	2015	Conjoncture
↗	33 %	83 %	☹
=	34 %	17 %	
↘	33 %	0 %	

Ville

Tendances	2016	2015	Conjoncture
↗	24 %	40 %	☹
=	24 %	30 %	
↘	52 %	30 %	

Les données de conjoncture recueillies par les partenaires touristiques pour le mois d'août 2016 font état, tout type d'activité confondu, des difficultés rencontrées par les professionnels audois, même si au total 67 % d'entre eux jugent leur activité stable ou en hausse par rapport à août 2015, alors que dans le même temps 33 % pointent une baisse d'activité.

A ce stade il convient toutefois de pondérer le propos et d'attendre des résultats plus consolidés pour tirer un bilan global, l'année 2016 étant plus que toute autre difficile à appréhender, certains secteurs ou certains territoires étant plus touchés que d'autres par un recul effectif de la fréquentation notamment de la part des clientèles étrangères.

La météo favorable du mois d'août aura fixé la clientèle française sur le littoral, permettant à ce secteur clé de l'économie touristique audoise de bien résister, le secteur urbain accusant lui un recul plus prononcé de son activité. Seul espace en progression le secteur campagne tire son épingle du jeu et devrait, au regard des mois précédents enregistrer une fréquentation stable ou en hausse sur l'ensemble de la saison.

Ces quelques tendances recueillies directement auprès des professionnels prouvent toute la complexité et la fragilité d'un secteur économique extrêmement sensible aux phénomènes extérieurs (météo, climat social, crises sanitaires, terrorisme, etc.) et à la concurrence des différentes formes d'hébergements ou d'activités sur un même territoire.

En ce sens, les cinq dernières années ont bouleversé les paradigmes traditionnels des vacances qui voyaient les vacanciers revenir chaque année sur le même emplacement de camping ou s'adresser au même opérateur de voyage pour réserver leur séjour. Le développement du parc hôtelier et de celui des résidences de tourisme, la multiplication des chambres d'hôtes et l'apparition de nouvelles formes d'hébergements dits « collaboratifs » multiplient dans l'Aude comme ailleurs le champ des possibles, alors que dans le même temps les séjours se raccourcissent et les taux de départ en congés diminuent.

Tous les professionnels du tourisme, conscients des effets dévastateurs des attentats, appréhendaient à juste titre la saison estivale 2016. Les reculs enregistrés sur certains hébergements prouvent que, malgré les multiples joyaux que recèle le département, rien n'est définitivement acquis et que les marges de progression se rétrécissent, nécessitant plus que jamais une mutualisation des moyens de promotion, un travail sur la qualité des prestations et un positionnement prix conforme à la réalité du marché et de la concurrence.

AUDE
PAYS CATHARE

LE SUD
A SON HISTOIRE

Info activités :**Hébergements**

Tendances	2016	2015	Conjoncture
↗	24 %	40 %	☹
=	44 %	40 %	
↘	32 %	20 %	

Avec 42 % des prestataires interrogés déclarant leur activité en recul, l'hôtellerie semble le secteur le plus touché alors que, dans le même temps, les gestionnaires de l'hôtellerie de plein air ainsi que les agences immobilières semblent plus optimistes, 80 % d'entre eux jugeant la fréquentation du mois d'août 2016 égale ou supérieure à celle du mois d'août 2015.

Activités

Tendances	2016	2015	Conjoncture
↗	40 %	44 %	☺
=	36 %	28 %	
↘	24 %	28 %	

Globalement orientée à la hausse, la fréquentation des activités de loisirs connaît des écarts importants, les sites culturels jugeant leur activité stable ou en hausse (85 %) alors que pour les activités sportives un tiers des prestataires déclare leur activité en recul. Autre secteur en progression, le tourisme fluvial dont 86 % des prestataires jugent leur activité stable ou en hausse.

Commerces / Services

Tendances	2016	2015	Conjoncture
↗	24 %	30 %	☹
=	40 %	35 %	
↘	36 %	35 %	

La situation s'affiche tout autant contrastée pour les commerces alimentaires, la grande distribution jugeant à 50 % son activité en baisse, les commerces de proximité (71 % stables ou en hausse), les restaurants (62 % stables ou en hausse) et les caveaux de dégustation (57 % en hausse, 14 % stables) semblant eux, aux dires de leurs gestionnaires, avoir passé un été globalement positif.

Offices de tourisme /Syndicats d'initiative

Tendances	2016	2015	Conjoncture
↗	37 %	37 %	☹
=	5 %	21 %	
↘	58 %	42 %	

La baisse de fréquentation des Offices de Tourisme peut s'expliquer à la fois par une météo fixant les clientèles près de l'eau, mais également par la banalisation de l'information mobile.

La clientèle française :

Incontestablement la présence massive de la clientèle française aura permis aux territoires et aux prestataires de maintenir un niveau d'activité suffisant pour afficher un bilan estival globalement positif. Ainsi 75 % des prestataires interrogés déclarent leur activité stable (37 %) ou en hausse (38 %) par rapport à août 2015. S'agissant des hébergements la fréquentation s'affiche stable ou en hausse pour 80 % des campings, des agences immobilières et des chambres d'hôtes ; elle apparaît stable pour 100 % des villages de vacances et des résidences de tourisme, la situation étant plus mitigée pour les hôtels dont 30 % des gestionnaires déclarent une activité en recul. Avec respectivement 58 % et 57 % des gestionnaires déclarant la fréquentation française en hausse, les activités de tourisme culturel et de tourisme fluvial semblent les principales bénéficiaires de l'augmentation de la fréquentation nationale même si 82 % des sites de tourisme sportifs déclarent la clientèle française stable (41 %) ou en hausse (41 %).

La clientèle étrangère :

Annoncée en forte baisse sur le territoire national, le recul de la clientèle étrangère aura effectivement pesé lourdement sur l'activité touristique estivale. Avec 60 % des prestataires déclarant la fréquentation étrangère en baisse, le secteur urbain aura été le plus touché, les zones de montagne (58 % en baisse) et le littoral (49 % en baisse) accusant également un déficit important. Peu présents dans les commerces de bouche (49 % en baisse), si ce n'est dans les caveaux de dégustation (43 % en hausse), les étrangers auront également fait faux bond dans les sites de tourisme culturel qui déclarent cette clientèle en recul pour 53 % d'entre eux. Aux dires des professionnels les allemands (48 % en baisse), les italiens (45 % en baisse) et les britanniques (39 % en baisse) enregistrent les plus forts reculs alors que les clientèles nord-américaines (USA, Canada) ont été jugées stables par plus de la moitié (53 %) des prestataires répondants. Au titre des satisfactions il faut noter la forte présence de la clientèle belge jugée en hausse par 40 % des prestataires.

Etat des réservations pour septembre 2016

Tendances	Locatif	Campings	Hôtels	Ch. d'hôtes
Bon	40 %	29 %	21 %	18 %
Moyen	50 %	29 %	45 %	46 %
Mauvais	10 %	42 %	34 %	36 %

D'une manière générale les gestionnaires d'hébergement restent très prudents sur l'état des réservations pour le mois de septembre, la météo et le développement de l'actualité pouvant à tout moment peser sur les choix de séjour et la consommation touristique.

Les tendances – Tous secteurs – Evolution Août 2015 – 2016

AUDE			CARCASSONNAIS			NARBONNAISE EN MEDITERRANEE			CORBIERES / MINERVOIS			HAUTE VALLEE DE L'AUDE			LAURAGAIS			
NOTE D'AMBIANCE																		
Tendance	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2014	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj
↗	30 %	38 %	☹	21 %	45 %	☹	26 %	33 %	☹	53 %	42 %	☹	36 %	41 %	☺	24 %	36 %	☺
=	37 %	34 %		34 %	25 %		33 %	41 %		20 %	42 %		27 %	12 %		71 %	50 %	
↘	33 %	28 %		45 %	30 %		41 %	26 %		27 %	16 %		36 %	47 %		5 %	14 %	
<p>Avec une augmentation de 15 points des prestataires du Carcassonnais et de la Narbonnaise jugeant la fréquentation globale en recul, août 2016 restera comme une petite année pour les territoires les plus touristiques du département. Il faut toutefois noter un regain global de fréquentation en Haute Vallée de l'Aude et dans le Lauragais.</p>																		
LA CLIENTELE FRANCAISE																		
Tendance	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj
↗	38 %	36 %	☺	28 %	40 %	☹	40 %	31 %	☹	47 %	50 %	☺	50 %	29 %	☺	24 %	21 %	☺
=	37 %	40 %		38 %	36 %		35 %	47 %		20 %	17 %		23 %	24 %		71 %	58 %	
↘	25 %	24 %		34 %	24 %		25 %	22 %		33 %	33 %		27 %	47 %		5 %	21 %	
<p>Stable sur le département, la clientèle française a boudé les pôles urbains de Carcassonne et de Narbonne pour s'afficher en forte progression sur la Haute Vallée de l'Aude.</p>																		
LA CLIENTELE ETRANGERE																		
Tendance	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj
↗	18 %	33 %	☹	25 %	40 %	☹	8 %	30 %	☹	20 %	55 %	☹	18 %	35 %	☹	24 %	14 %	☺
=	35 %	41 %		28 %	33 %		36 %	43 %		33 %	18 %		27 %	41 %		62 %	65 %	
↘	47 %	26 %		47 %	27 %		56 %	27 %		47 %	27 %		55 %	24 %		14 %	21 %	
<p>A l'exception du Lauragais, la fréquentation des clientèles étrangères durant ce mois d'août aura été en retrait de près de 20 points pour l'ensemble des territoires du département et notamment pour la Haute Vallée de l'Aude qui enregistre un recul de 30 points.</p>																		
NIVEAU DES RESERVATIONS SEPTEMBRE 2016																		
Tendance	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj	2016	2015	Conj
Bon	31 %	35 %	☺	24 %	36 %	☹	37 %	41 %	☺	31 %	0 %	☹	32 %	0 %	☺	24 %	29 %	☺
Moyen	47 %	41 %		41 %	47 %		46 %	37 %		54 %	100 %		42 %	57 %		76 %	43 %	
Faible	22 %	24 %		35 %	17 %		17 %	22 %		15 %	0 %		26 %	43 %		0 %	28 %	
<p>L'état des réservations pour septembre 2016 se révèle positif pour la Narbonnaise, la Haute Vallée de l'Aude et le Lauragais, mais largement en deçà des espérances des professionnels sur le Carcassonnais et en Corbières-Minervois.</p>																		

Les partenaires départementaux :

Carcassonnais :

- Chambre de Commerce et d'Industrie de Carcassonne
- Office de Tourisme Intercommunal du Haut Minervois / Carcassonne Agglo – Caunes-Minervois
- Office de Tourisme de la Montagne Noire
- 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
- Office de Tourisme 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

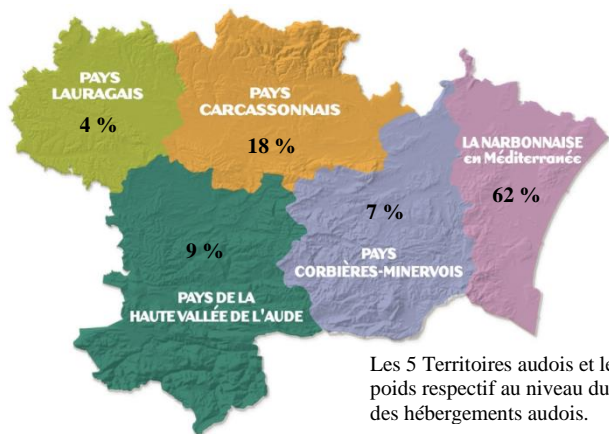
Méthode utilisée :

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 2016
Carcassonnais	102	53
Narbonnais	119	68
Corbières-Minervois	51	15
Haute Vallée de l'Aude	57	22
Lauragais	36	21
Total	365	179

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
Internet : www.audetourisme.com