Note de conjoncture

Mai 2026

L'AUDE
Agence de Développement Touristique

SOMMAIRE

3 SYNTHÈSE

4 L'ENQUÊTE DE CONJONCTURE

5 • Méthodologie
6 • Ressenti général des professionnels
7 • Niveau d'activité et fréquentation
8 • Fréquentation des hébergements
9 • Fréquentation des activités
10 • Lieux de gastronomie
11 • Vacances et ponts de mai & État des réservations

12 LA FRÉQUENTATION

13 • Fréquentation globale (Aude) & Grand Carcassonne
14 • Fréquentation Carcassonne Ville & Grand Narbonne
15 • Fréquentation Narbonne Ville & des stations
16 • Fréquentation Corbières-Salanque & Corbières-Minervois
17 • Fréquentation Pyrénées Audoises & Limouxin
18 • Fréquentation Montagne Noire & Castelnaudary Lauragais Audois
19 • Fréquentation Piège Lauragais Malepère

20 LE LOCATIF

22 LA SATISFACTION CLIENT

SYNTHÈSE

Mai 2026 affiche une fréquentation globalement en retrait par rapport à 2025, avec une fréquentation très calme en semaine et une clientèle de passage quasi absente. Les ponts ont été très inégaux : les week-ends des 1er et 8 mai ont déçu sous l'effet d'une météo défavorable et d'une faible mobilité, tandis que l'Ascension s'est distinguée par d'excellents résultats et la Pentecôte s'est maintenue à un niveau correct.

Les freins restent multiples et cumulatifs. La hausse du coût du carburant pèse directement sur les déplacements et réduit la présence des résidents secondaires. Le repli du pouvoir d'achat se traduit par des séjours plus courts, moins d'achats d'impulsion. Les réservations s'effectuent de plus en plus à la dernière minute, rendant la visibilité quasi nulle sur les semaines à venir. La clientèle étrangère – notamment espagnole et européenne – est en baisse sensible, partiellement compensée par la clientèle de proximité. L'image du territoire reste fragilisée par les incendies des Corbières de l'été 2025, certains visiteurs redoutant une chaleur excessive ou des paysages dégradés. Pour les mois à venir, les professionnels affichent une prudence teintée d'espoir. Août reste très incertain et les réservations avancées sont quasi inexistantes pour plusieurs établissements. Des points de vigilance sont identifiés comme un éventuel traitement médiatique alarmiste de la canicule dans le sud de la France,

En revanche, des signaux positifs émergent : les établissements situés en bord de Canal du Midi anticipent un effet vélo et misent sur l'itinérance douce ; certains professionnels ont engagé des démarches locales et éco-responsables qui commencent à porter leurs fruits. Les professionnels appellent collectivement à une communication renforcée sur la destination, valorisant la diversité de l'offre audoise au-delà du seul patrimoine, pour reconquérir une clientèle française et étrangère encore hésitante.

FOCUS MÉTÉO EN AVRIL
Relevés de Carcassonne

MAI 2026

CONDITION MÉTÉO PRINCIPALE
Ciel dégagé, pleinement ensoleillé
15 jours (48.4%)

AUTRES CONDITIONS FRÉQUENTES

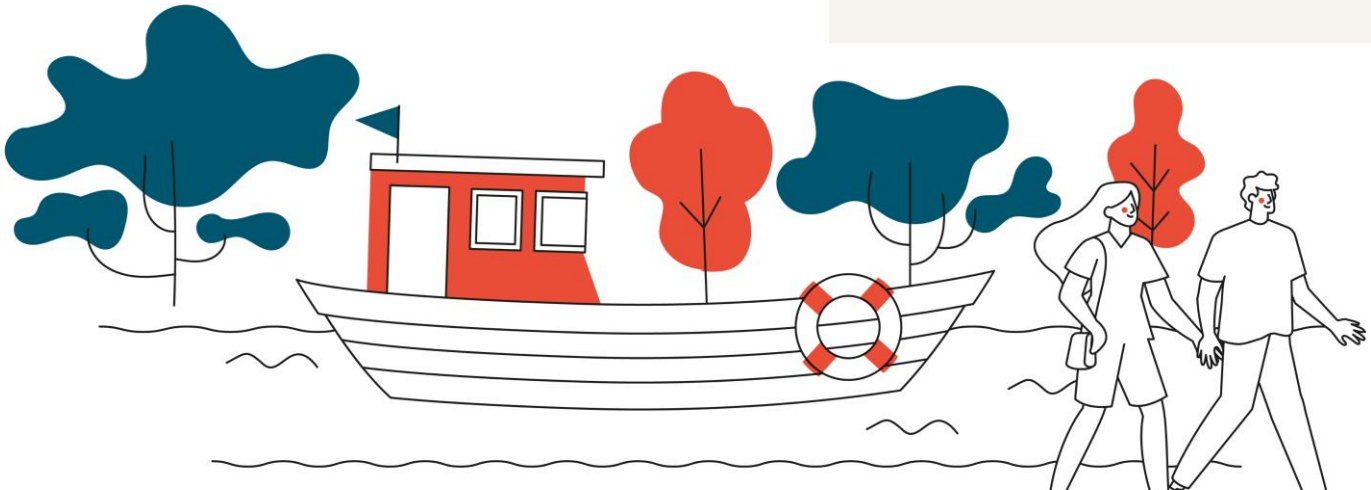
Nuageux	6 j 19,4%
Couvert	3 j 9,7%
Soleil et partiellement nuageux	3 j 9,7%

VS MAI 2025

CONDITION MÉTÉO PRINCIPALE
Ciel dégagé, pleinement ensoleillé
11 jours (35.5%)

AUTRES CONDITIONS FRÉQUENTES

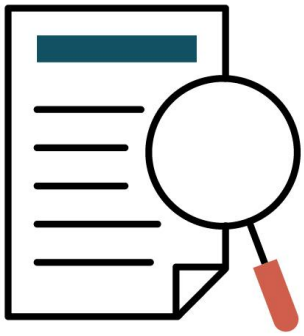
Pluie légère et soleil	7 j 22,6%
Nuageux	6 j 19,4%
Soleil et partiellement nuageux	5 j 16,1%



L'ENQUÊTE DE CONJONCTURE

EN PARTENARIAT AVEC AD'OCC

MÉTHODOLOGIE



L'enquête de conjoncture 2026 est le fruit d'un partenariat entre l'ADT de l'Aude et le CRTL Occitanie. Interrogés par courriel, les prestataires audois, constitués en panel, saisissent directement leurs réponses via un lien internet.

Pour le département, le panel comprend **505 prestataires** répartis en **5 catégories. 145 prestataires** ont répondu à cette vague soit **29% du panel.**

Type et répartition des prestataires répondants

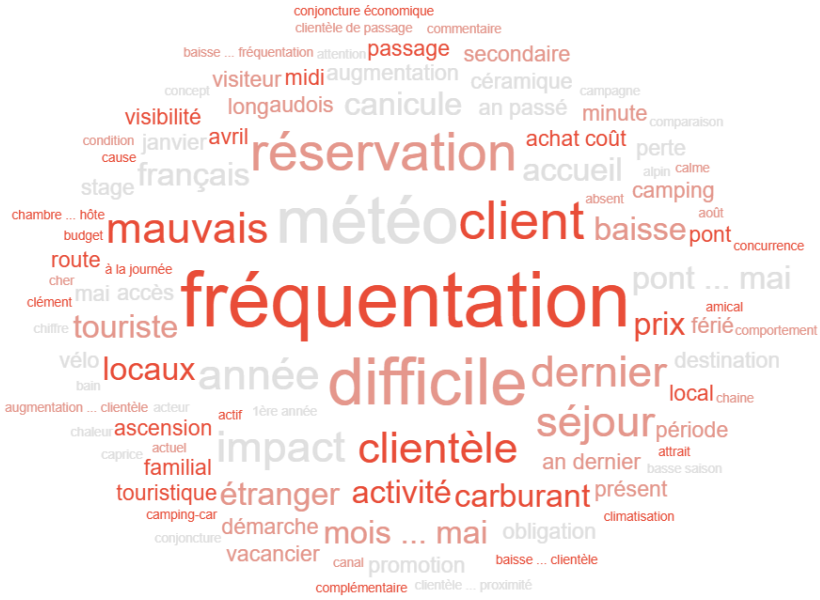
Réponses effectives : 146

	N	%
ACTIVITES	44	30%
HEBERGEMENT	43	29%
RESTAURATION	26	18%
COMMERCES ET SERVICES	21	14%
OFFICE DE TOURISME	12	8%
TOTAL	**146**	**100%**

Répartition des répondants par territoire

CA Carcassonne Agglo	30	21%
CA Le Grand Narbonne	37	26%
CC Castelnaudary Lauragais Audois	11	8%
CC Corbières Salanque Méditerranée	8	6%
CC de la Montagne Noire	6	4%
CC du Limouxin	15	10%
CC Lauragais Revel Sorezois	0	0%
CC Piège Lauragais Malepère	4	3%
CC Pyrénées Audoises	15	10%
CC Région Lézignanaise, Corbières et Minervois	19	13%
TOTAL	**145**	**100%**

Nuage de tags sur les commentaires et analyses récoltées



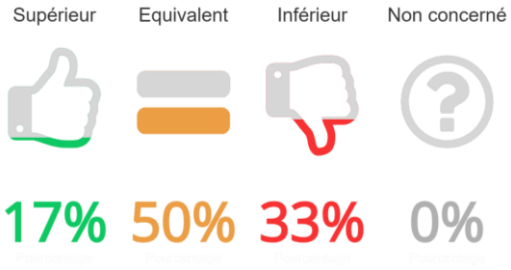
RESSENTI GÉNÉRAL DES PROFESSIONNELS

Votre niveau de fréquentation comparé au même mois de l'année dernière est ?

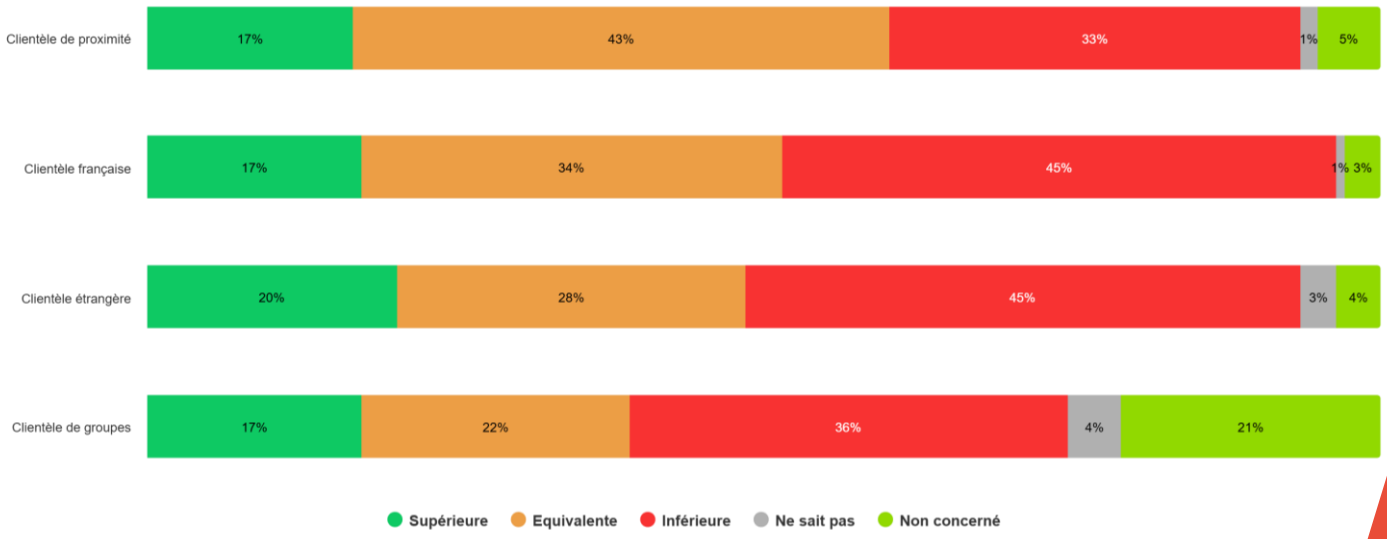
Ressenti par territoire

TERRITOIRES	SUPÉRIEUR	EQUIVALENT	INFÉRIEUR	NON CONCERNÉ
CA Carcassonne Agglo	33%	7%	60%	0%
CA Le Grand Narbonne	17%	44%	39%	0%
CC Corbières Salanque Méditerranée	0%	38%	63%	0%
CC de la Montagne Noire	40%	40%	20%	0%
CC du Limouxin	14%	14%	71%	0%
CC Castelnaudary Lauragais Audois	30%	50%	10%	10%
CC Lauragais Revel Sorezois	0%	0%	0%	0%
CC Piège Lauragais Malepère	25%	25%	50%	0%
CC Pyrénées Audoises	27%	27%	47%	0%
CC Région Lézignanaise, Corbières et Minervois	16%	5%	74%	5%

Ressenti des Offices de Tourisme

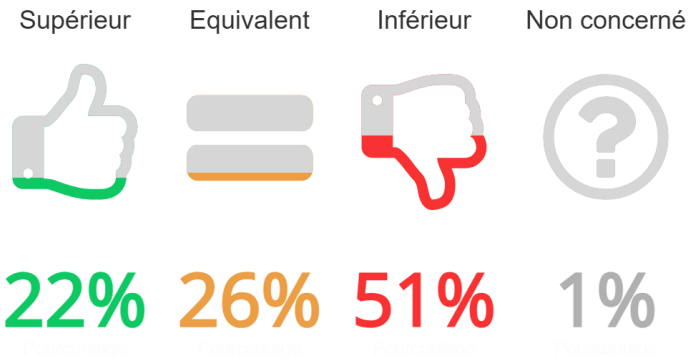


Par rapport au même mois de l'année dernière, comment jugez-vous la fréquentation des clientèles au sein de votre structure pour le mois de mai ?

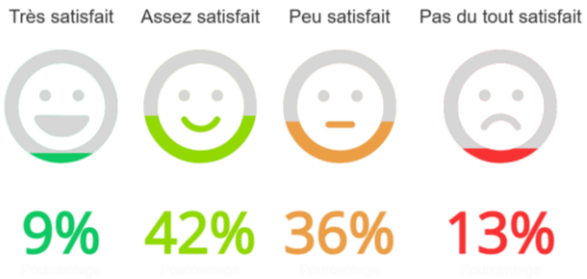


NIVEAU D'ACTIVITÉ ET FRÉQUENTATION

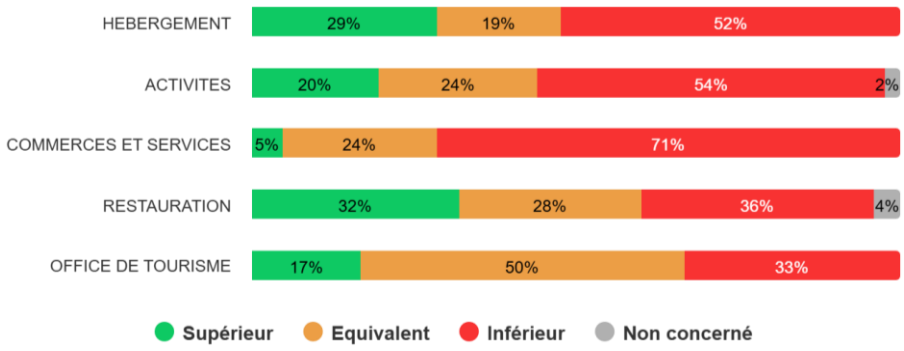
Par rapport au même mois de l'année dernière, vous diriez que votre niveau d'activité est ?

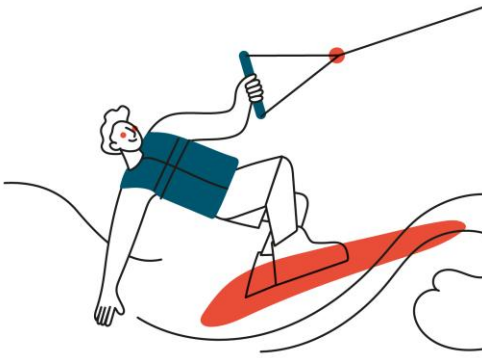


Globalement êtes-vous satisfait de la fréquentation de votre structure pour le mois de mai ?

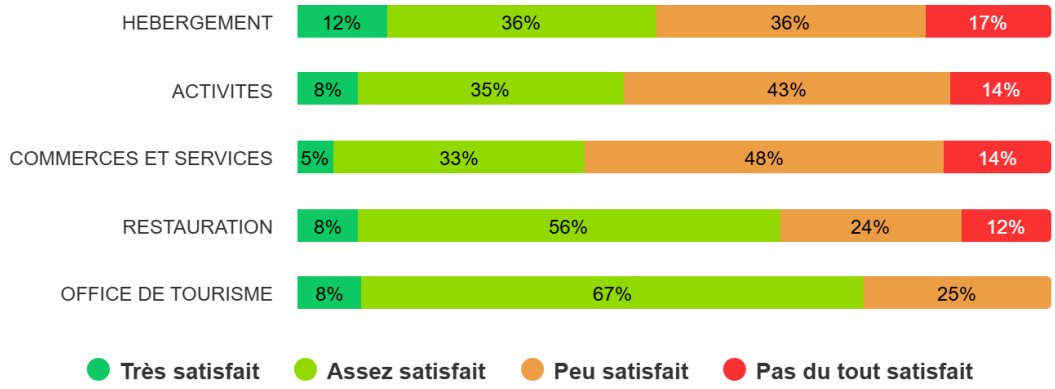


Résultats par type d'activité





Satisfaction par type d'activité



FRÉQUENTATION DES HÉBERGEMENTS

Par rapport au même mois de l'année dernière, vous diriez que votre niveau d'activité est ?

Hébergements collectifs

Supérieur	Equivalent	Inférieur	Non concerné
0%	67%	33%	0%

Hôtellerie

Réponses effectives : 7

Supérieur	Equivalent	Inférieur	Non concerné
14%	14%	71%	0%

Hôtellerie de plein Air

Réponses effectives : 8

Supérieur	Equivalent	Inférieur	Non concerné
25%	25%	50%	0%

Chambres d'Hôtes

Réponses effectives : 22

Supérieur	Equivalent	Inférieur	Non concerné
36%	14%	50%	0%

"Basse saison très calme, clientèle de passage quasi absente. En revanche W.E de l'ascension exceptionnel certainement due à la météo"

"Les W.E fériés du 1er et 8 mai ont été très mauvais contrairement aux suivants. De moins en moins de clients de toute dernière minute j-2 à j malgré des promo."

"Je pense que les vacanciers attendent la dernière minute et que le manque d'argent, la conjoncture, le prix des carburants font que les touristes et vacanciers sont sur leurs réserves."

"Quelques locaux ont réservé pour différentes occasions familiales ou amicales mais nous avons très peu de séjour et notamment peu de séjours français. Un peu de clientèle européenne mais bien moins que l'année dernière. Nous n'avons quasiment pas de visibilité pour cet été, voire davantage de réservations pour septembre. "

"Frein des réservations lors de l'augmentation du coût du gasoil Durée plus courte On constate que les clients font plus attention à leur budget"

FRÉQUENTATION DES ACTIVITÉS

Par rapport au même mois de l'année dernière, vous diriez que votre niveau d'activité est ?

Activités sportives et de loisirs

Réponses effectives : 16

Supérieur	Equivalent	Inférieur	Non concerné
19%	31%	50%	0%

Activités culturelles

Réponses effectives : 18

Supérieur	Equivalent	Inférieur	Non concerné
22%	11%	67%	0%

Activités fluviales

Réponses effectives : 3

Supérieur	Equivalent	Inférieur	Non concerné
0%	33%	33%	33%

Activités nautiques

Réponses effectives : 3

Supérieur	Equivalent	Inférieur	Non concerné
33%	67%	0%	0%

"Les jours fériés de l'ascension et de la Pentecôte meilleurs que ceux du 1er et 8 mai. Déficit de clientèle 2026 par rapport à 2025 : -200"

"L'impact des tensions internationales et de l'augmentation des coûts de transports se font sentir surtout le mois de mai (hors ponts et fériés) et sur début juin. La fréquentation est en baisse sur cette période et les comportements changent, il y a peu d'achats plaisirs, non essentiels."

"Il nous faut relancer collectivement pour l'ensemble de la chaine touristique une promotion et visibilité accrue de la destination audoise en capitalisant sur les conditions d'accueil optimales (fin de sécheresse etc.).Cette promotion doit mettre l'accent sur la diversité de l'offre complémentaire au culturel. Pour m'être déplacé professionnellement sur le secteur Alpin en Mai la fréquentation touristique était présente et déjà largement active sur les ponts de mai avec un taux de satisfaction important des acteurs des APN."

"Espérons que les médias ne vont pas nous "tuer" avec les infos en continues sur la canicule dans le Sud cet été; on voit que la canicule est sur toute la France"

FRÉQUENTATION DES LIEUX DE GASTRONOMIE

Par rapport au même mois de l'année dernière, vous diriez que votre niveau d'activité est ?

Restaurants

Réponses effectives : 25

Supérieur	Equivalent	Inférieur	Non concerné
32%	28%	36%	4%

Caveaux de dégustations et produits du terroir

Réponses effectives : 4

Supérieur	Equivalent	Inférieur	Non concerné
0%	0%	100%	0%

"La mauvaise météo lors des ponts du mois de mai n'ont pas aidés les clients à sortir ou partir en week-end. Le prix de l'essence/gasoil a un gros impact sur la population française"

"Plus que d'habitude tout se fera au dernier moment. on est au bord du canal de midi, je pense que l'on pourra profiter de l'effet vélo."

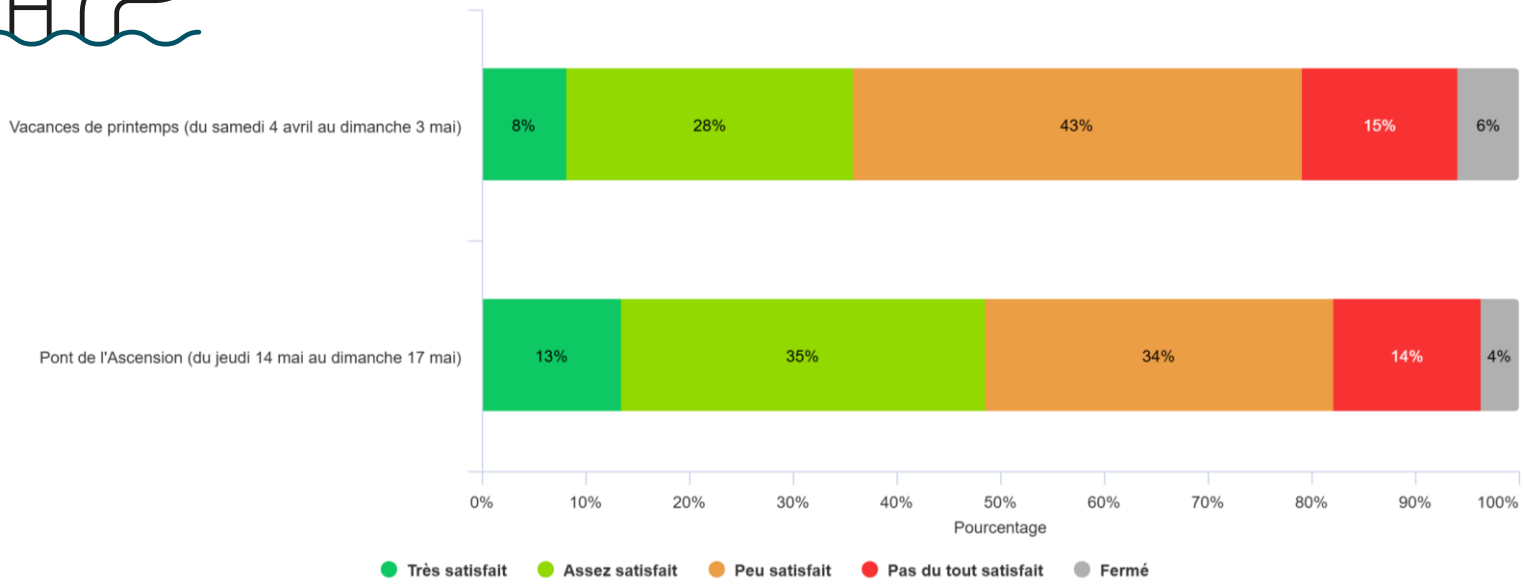
"fréquentation de janvier à avril difficile, commence à voir le positif car à fait une campagne de démarche locale. démarche éco responsable : travail uniquement avec prestataires et producteurs locaux audois"

"contexte difficile, étrangers qui ont des résidences secondaires en baisse"
"Il y a des débuts de semaine ou on ferme le midi car il n'y a personne au restaurant, c'est la 1ere année en 20 ans que je ferme aussi souvent"

"très mauvais mois de mai a cause des ponts, les locaux sont partis mais n ont pas été remplaces par des régionaux et encore moins des internationaux"

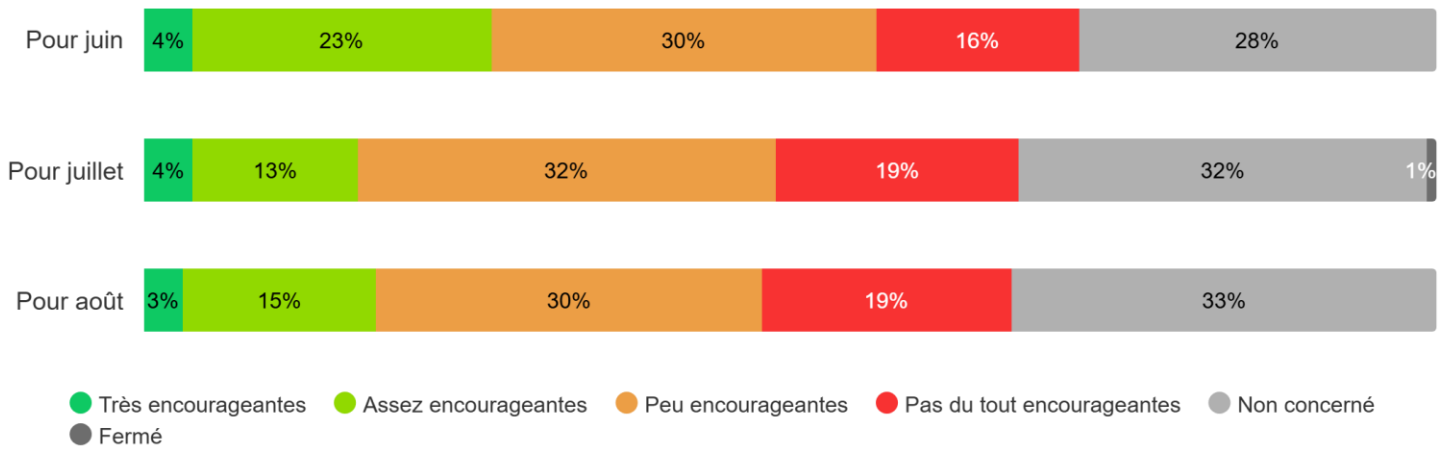
VACANCES ET PONTS DE MAI

Pour chacune des périodes suivantes, êtes-vous satisfait de la fréquentation de votre structure ?



ÉTAT DES RÉSERVATIONS

Concernant vos réservations, diriez-vous qu'elles sont à ce jour…



LA FRÉQUENTATION

FLUX VISION TOURISME

FRÉQUENTATION GLOBALE

AUDE

LES NUITÉES TOURISTIQUES

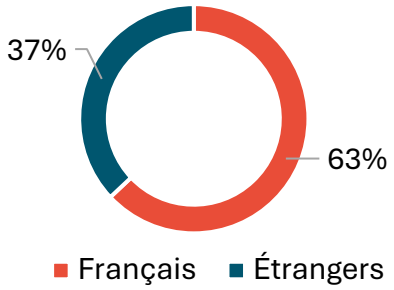
Nuitées touristiques

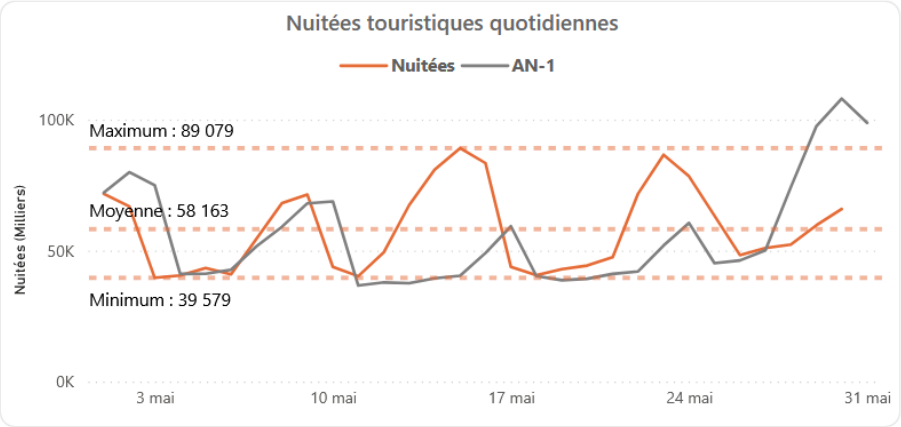
1 629 K

% Evolution AN-1

-6%

Part des français et étrangers





GRAND CARCASSONNE (CARCASSONNE INCLUS)

LES NUITÉES TOURISTIQUES

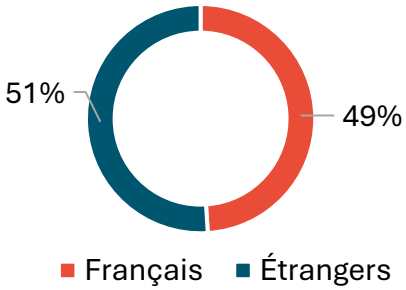
Nuitées touristiques

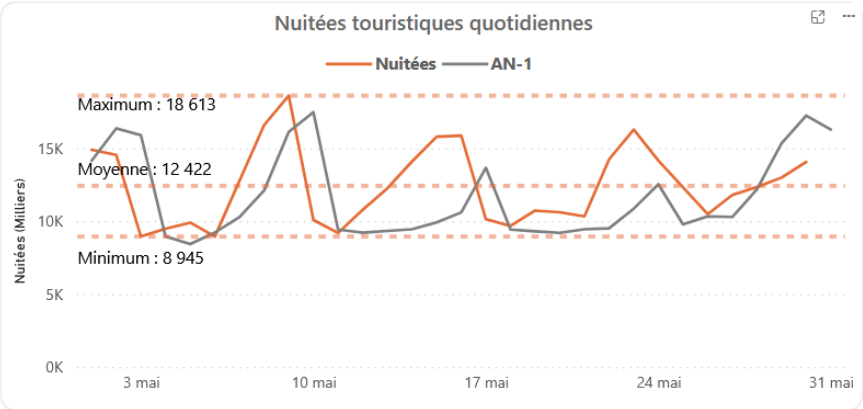
348 K

% Evolution AN-1

-4 %

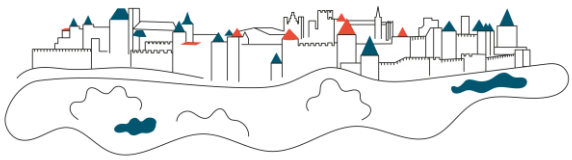
Part des français et étrangers





FRÉQUENTATION

CARCASSONNE VILLE



LES NUITÉES TOURISTIQUES

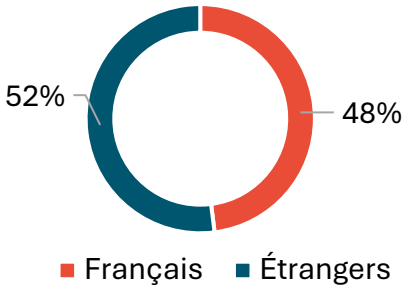
Nuitées touristiques

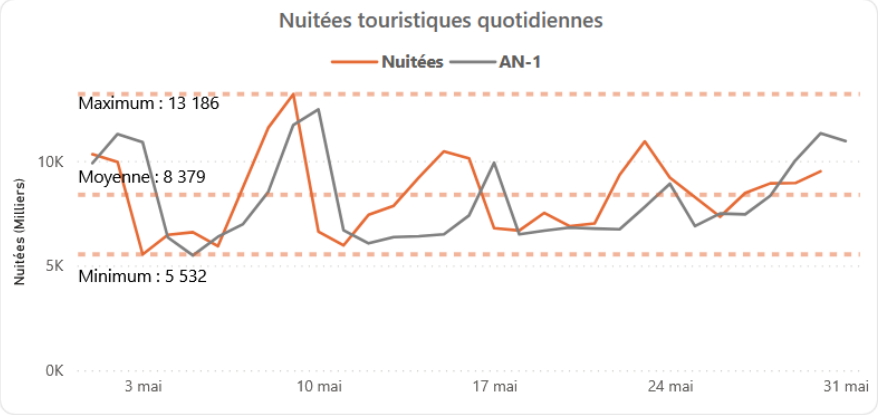
235 K

% Evolution AN-1

-7 %

Part des français et étrangers





GRAND NARBONNE (NARBONNE INCLUS)

LES NUITÉES TOURISTIQUES

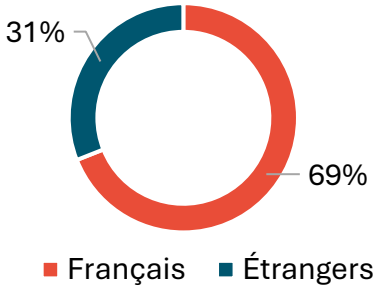
Nuitées touristiques

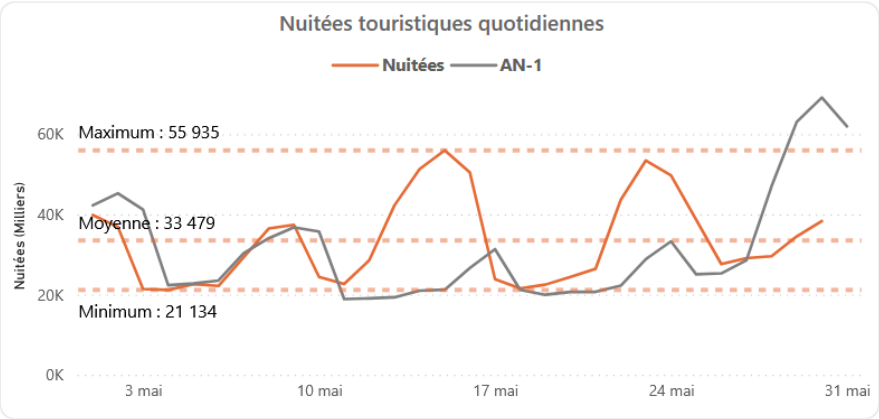
937 K

% Evolution AN-1

-4 %

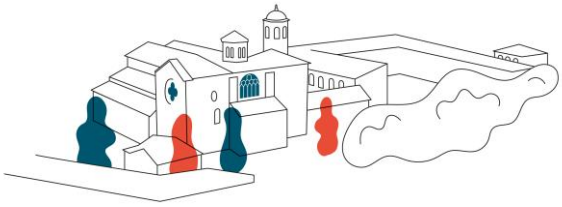
Part des français et étrangers





FRÉQUENTATION

NARBONNE VILLE



LES NUITÉES TOURISTIQUES

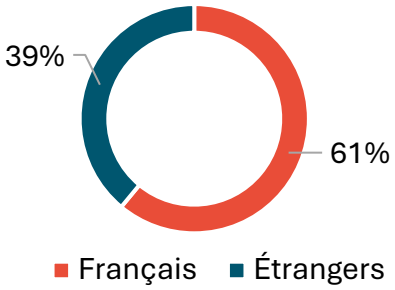
Nuitées touristiques

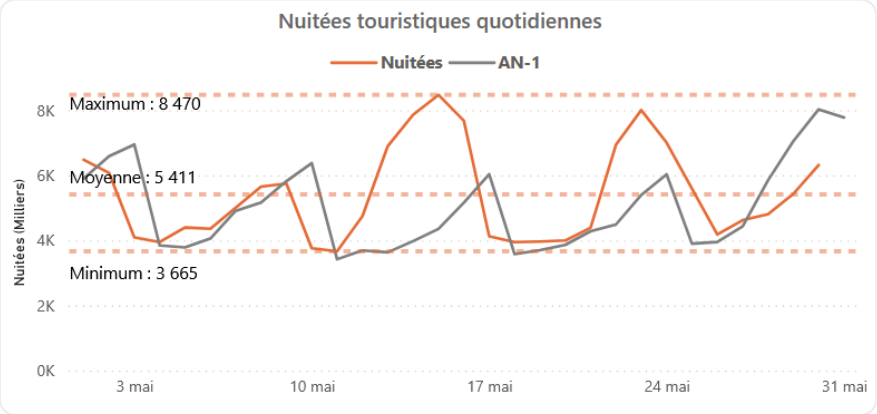
152 K

% Evolution AN-1

-3 %

Part des français et étrangers





NARBONNE-PLAGE,SAINT-PIERRE-LA-MER,GRUISSAN,PORT-LA-NOUVELLE, PORT-LEUCATE

LES NUITÉES TOURISTIQUES

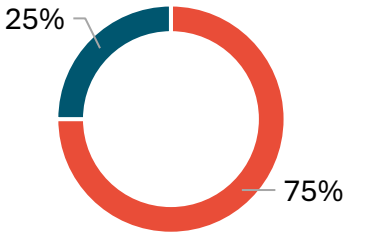
Nuitées touristiques

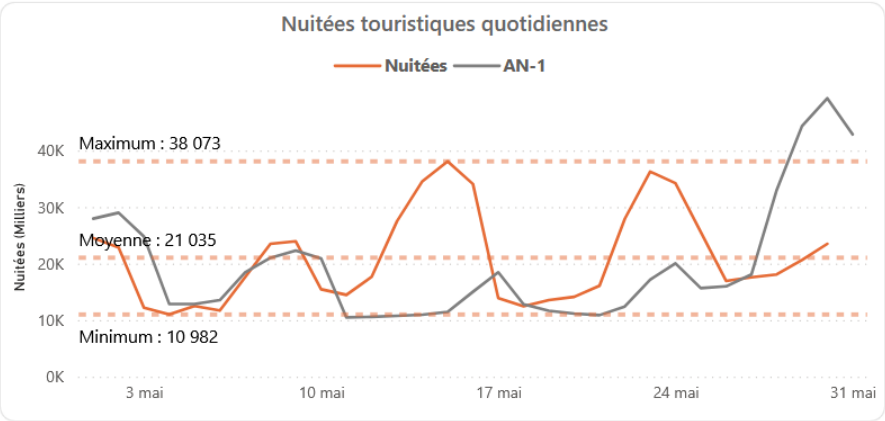
589 K

% Evolution AN-1

-3 %

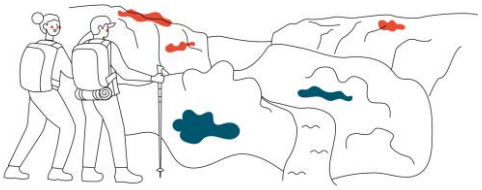
Part des français et étrangers





FRÉQUENTATION

CORBIÈRES-SALANQUE



LES NUITÉES TOURISTIQUES

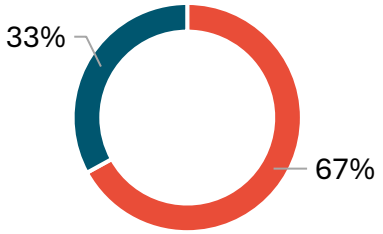
Nuitées touristiques

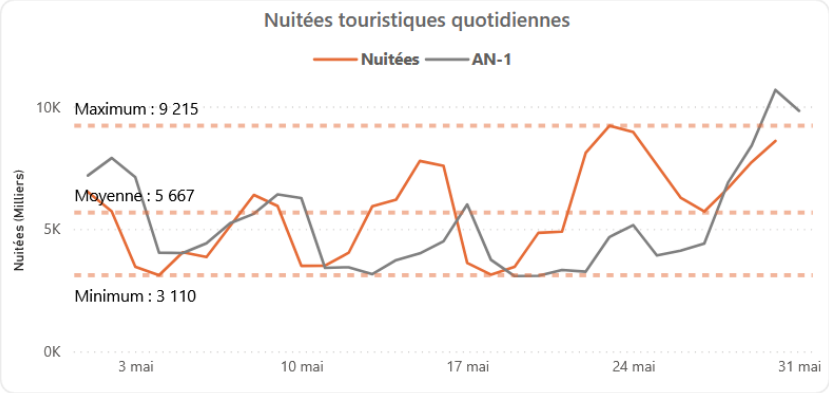
159 K

% Evolution AN-1

-1 %

Part des français et étrangers





CORBIÈRES-MINERVOIS

LES NUITÉES TOURISTIQUES

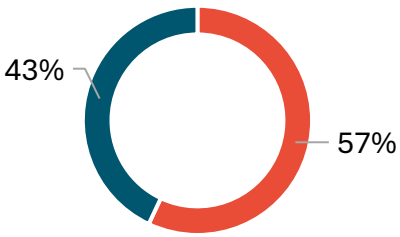
Nuitées touristiques

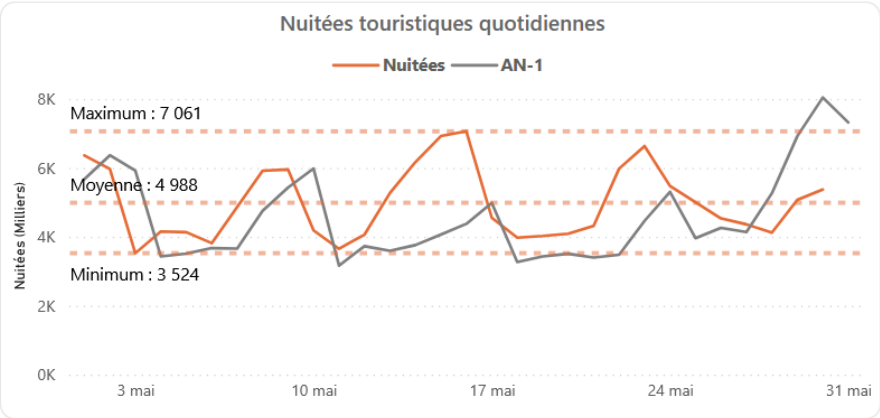
140 K

% Evolution AN-1

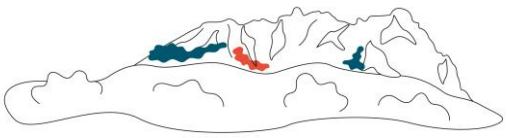
-2 %

Part des français et étrangers





FRÉQUENTATION
PYRÉNÉES AUDOISES



LES NUITÉES TOURISTIQUES

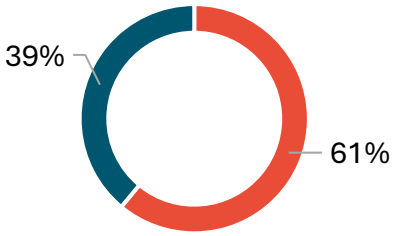
Nuitées touristiques

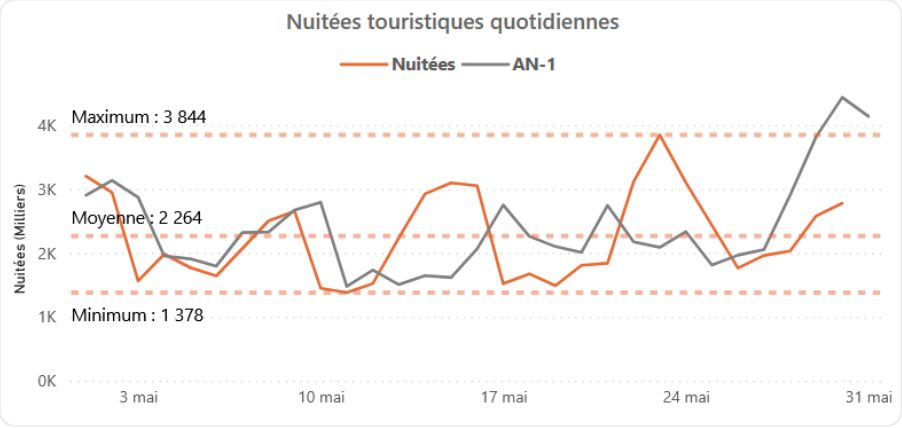
63 K

% Evolution AN-1

-15 %

Part des français et étrangers





LIMOUXIN

LES NUITÉES TOURISTIQUES

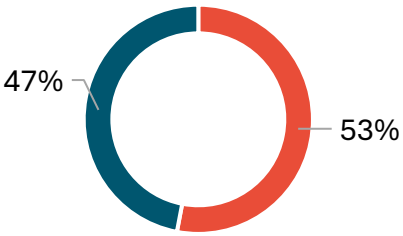
Nuitées touristiques

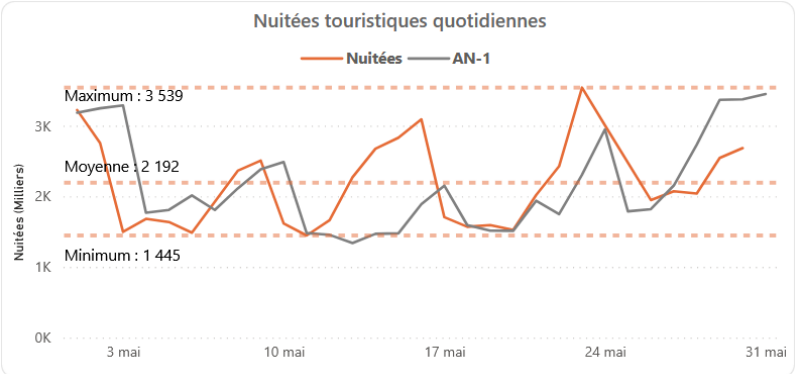
61 K

% Evolution AN-1

-9 %

Part des français et étrangers





FRÉQUENTATION

MONTAGNE NOIRE

LES NUITÉES TOURISTIQUES

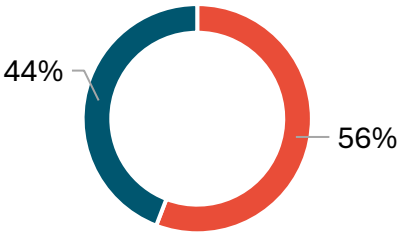
Nuitées touristiques

52 K

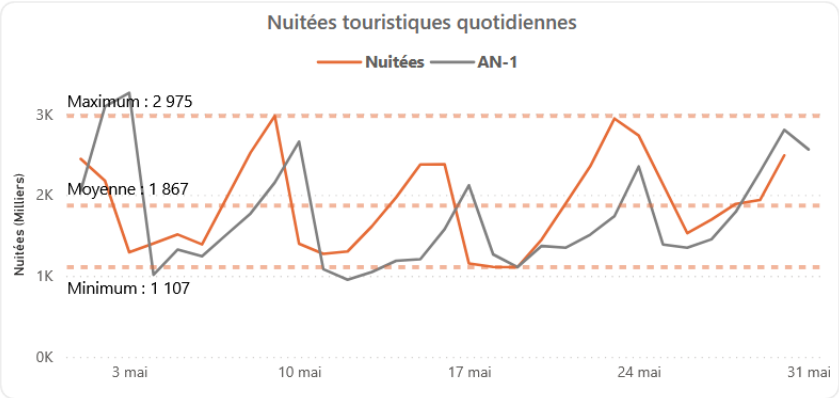
% Evolution AN-1

-2 %

Part des français et étrangers



■ Français ■ Étrangers



CASTELNAUDARY LAURAGAIS AUDOIS

LES NUITÉES TOURISTIQUES

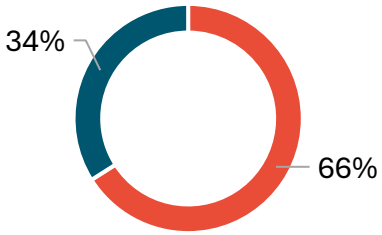
Nuitées touristiques

71 K

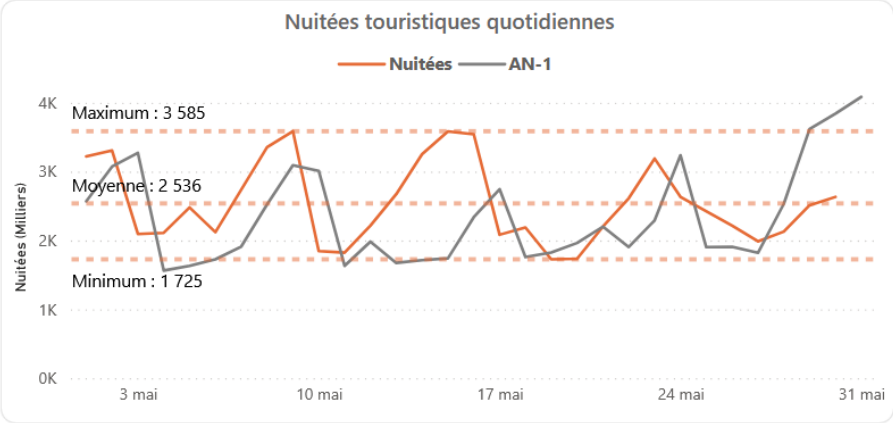
% Evolution AN-1

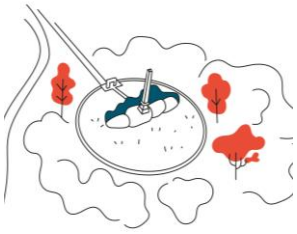
-3 %

Part des français et étrangers



■ Français ■ Étrangers





FRÉQUENTATION
PIEGE LAURAGAIS MALEPÈRE

LES NUITÉES TOURISTIQUES

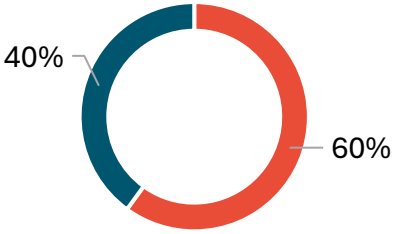
Nuitées touristiques

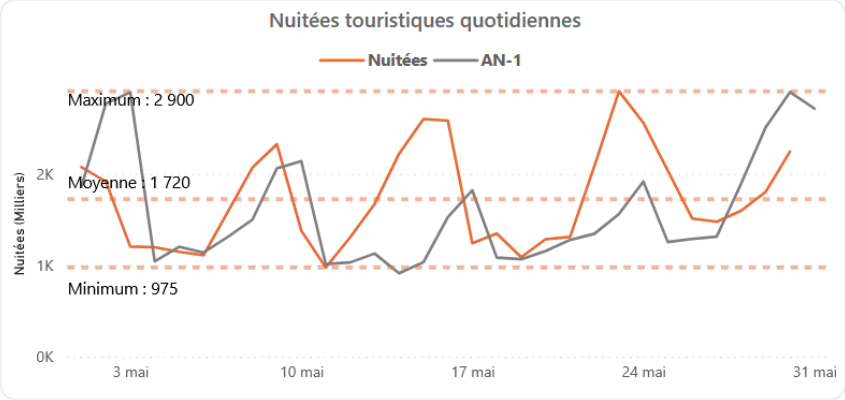
48 K

% Evolution AN-1

-3 %

Part des français et étrangers





LE LOCATIF

DONNÉES ISSUES DE LIWANGO (airbnb,homeway et abritel)

HÉBERGEMENT LOCATIF

Offres réservables

10 387

+ 3 % mai 2025

Offres d'hébergements proposées à la location au minimum une fois sur la destination sur la période étudiée.

Nuits réservées

83 249

+ 16 % mai 2025

Nombre de nuits réservées sur la période étudiée

Fréquentation estimée

250 105 *Nuitées*

+ 16% mai 2025

Fréquentation estimée en fonction du remplissage moyen potentiel d'une catégorie de logement en fonction de son nombre de chambres. (à titre d'exemple, un studio comptabilisera une occupation moyenne de 1,4 personne par nuit et un T2 un remplissage de 2,1 personnes, etc.)

Occupation moyenne

30 %

+ 2 pts mai 2025

Le taux d'occupation est calculé en divisant le nombre de nuits réservées avec le nombre de nuits réservables sur la période étudiée.

Prix moyen

113 €

+ 12 % mai 2025

Prix moyen par nuit des logements réservés pour un séjour sur la période étudiée (hors frais de plateforme).

Chiffre d'affaires global

8 988 K €

+ 29 % mai 2025

Prix moyen par nuit des logements réservés pour un séjour sur la période étudiée (hors frais de plateforme).

LA SATISFACTION CLIENT

DONNÉES ISSUES DE FAIRGUEST

NOTES FAIRGUEST

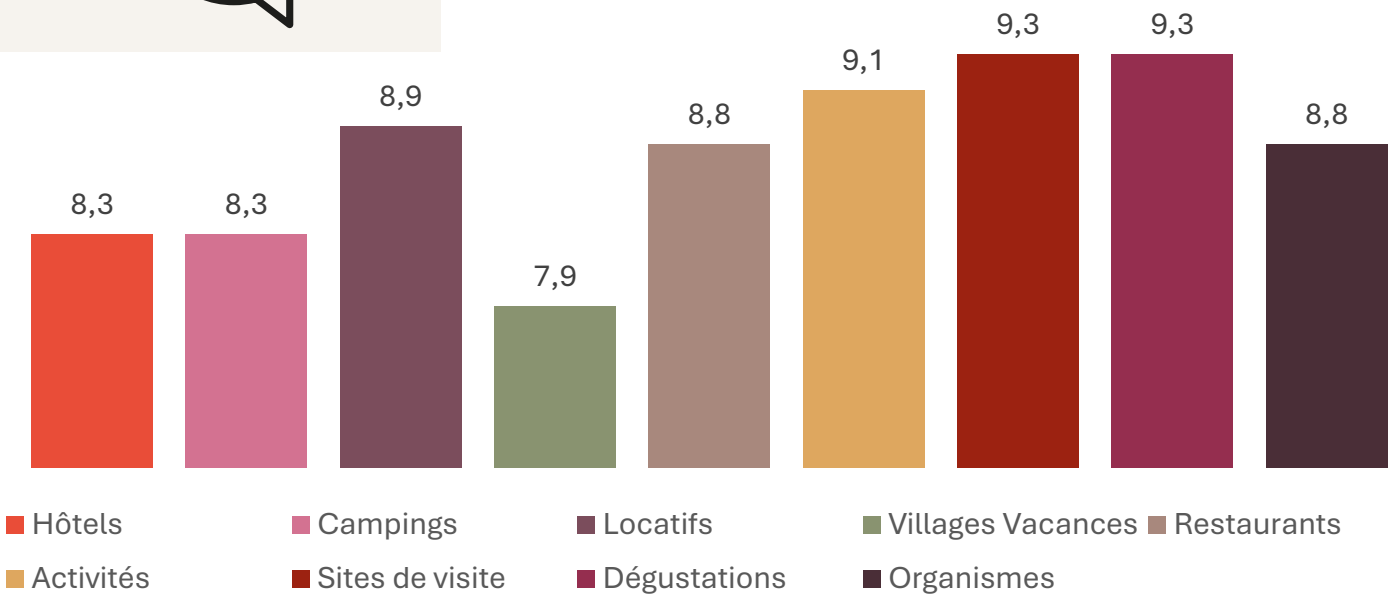
Note globale

8,8/10

Provenance des avis par site

1	2	3	4	5
Google	Booking	TripAdvisor	Camping2be	Staycation
5 871 avis	4 017 avis	574 avis	151 avis	27 avis
55%	37,6%	5,4%	1,4%	0,3%

Note par type de prestations



Provenance des avis par nationalités des clientèles

1	2	3	4	5
France	Espagne	Royaume-Uni	Allemagne	Pays-Bas
2 366 avis	493 avis	219 avis	133 avis	110 avis
58,9%	12,3%	5,5%	3,3%	2,7%

L'AUDE

Agence de Développement Touristique

Tél. : 04 68 11 63 15

e-mail : c.cazals@audetourisme.com

pro.audetourisme.com