

Note de conjoncture

Juillet 2026



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 • Pont du 14 juillet et état des réservations

12

LA FRÉQUENTATION

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

26

LE LOCATIF

28

LA SATISFACTION CLIENT



SYNTHÈSE

Une météo estivale caniculaire, qui ne laisse pas de répit pour séjourner, pratiquer des activités, visiter sereinement la destination.

Juillet 2026 a bénéficié d'un ensoleillement nettement supérieur à celui de juillet 2025 (87 % de jours de ciel dégagé contre 65 % l'an dernier), ce temps très ensoleillé, accompagné de températures élevées (+3°C) a fait du mois de juillet, l'un des plus chauds jamais enregistré.

Un ressenti professionnel très dégradé

73 % des professionnels jugent leur fréquentation inférieure à juillet 2025, contre seulement 18 % la jugeant supérieure. Ce ressenti négatif touche l'ensemble des filières, avec une satisfaction particulièrement faible dans l'hébergement, les activités et la restauration (près de 7 professionnels sur 10 se disent peu ou pas satisfaits). Les commentaires recueillis pointent unanimement un cocktail de facteurs pénalisants : épisodes de canicule, risque incendie et son impact sur l'image de la destination, prix des carburants, contexte économique difficile, concurrence de l'Espagne et effet Coupe du monde.

Une fréquentation globale en repli

Les données Flux Vision confirment ce ressenti à l'échelle du département : les nuitées touristiques reculent de 7 % et les excursions de 1,6 % par rapport à juillet 2025. La baisse est marquée sur Corbières-Minervois (-13%), tandis que les territoires ruraux comme Corbières-Salauque (+14%), Montagne Noire (+10%) et Pyrénées Audoises (+1%) semblent tirer leur épingle du jeu.

Un secteur locatif également en retrait

Sur les plateformes de location (Airbnb, HomeAway, Abritel), le nombre d'offres réservables recule de 10 % et les nuits réservées de 9 %, pour une fréquentation estimée à 426 000 nuitées (-9 %). Le taux d'occupation moyen s'établit à 51 % (-0,7 pt), tandis que le prix moyen progresse de 3 % (138 €), limitant partiellement l'impact sur le chiffre d'affaires global (-2 %, à 18,9 M€).

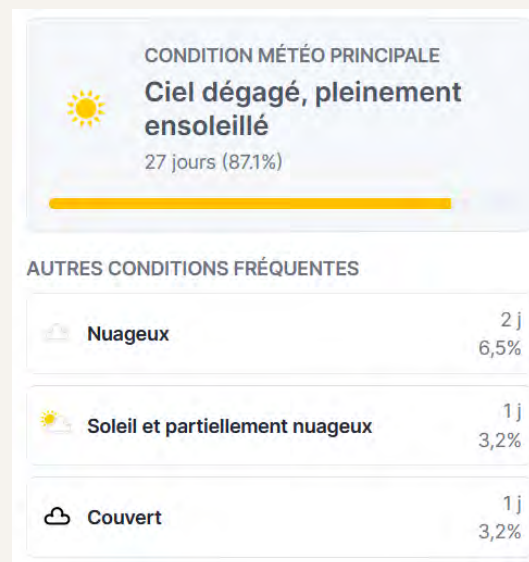
Des perspectives de réservation prudentes, une satisfaction client qui reste bonne

Les réservations pour août, septembre et octobre sont jugées majoritairement peu ou pas encourageantes par les professionnels. À noter toutefois un point positif : malgré ce contexte difficile, la satisfaction des clientèles reste élevée, avec une note globale de 8,5/10 sur les avis collectés, portée notamment par les activités, sites de visite et dégustations.

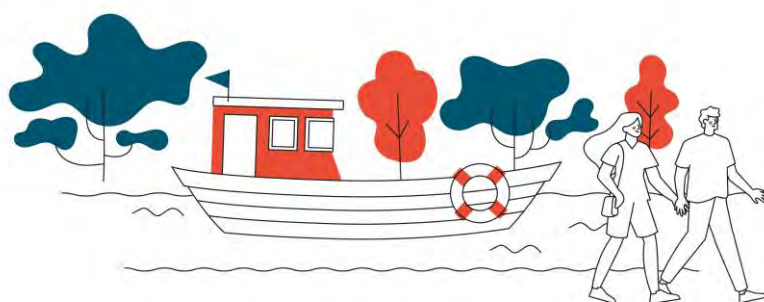
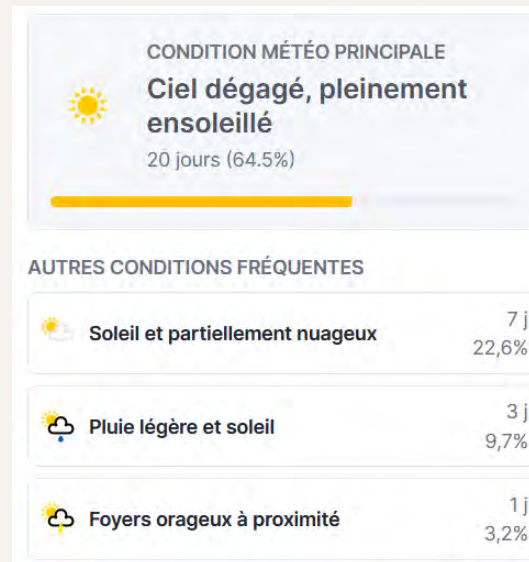
FOCUS MÉTÉO EN JUILLET

Relevés de Carcassonne

Juillet 2026



VS Juillet 2025



A decorative white arc spans across the page, starting from the left edge, curving upwards and then downwards to the right edge. It features two solid red circular dots: one at the top left and one at the bottom right.

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 Ad'Occ. 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**. **170 prestataires** ont répondu à cette vague soit **34% du panel**.



Type et répartition des prestataires répondants

Réponses effectives : 170

	N
HEBERGEMENT	56
ACTIVITES	44
RESTAURATION	36
OFFICE DE TOURISME	23
COMMERCES ET SERVICES	11
TOTAL	170

Répartition des répondants par territoire

CA Carcassonne Agglo	40	24%
CA Le Grand Narbonne	41	24%
CC Castelnaudary Lauragais Audois	11	6%
CC Corbières Salanque Méditerranée	9	5%
CC de la Montagne Noire	5	3%
CC du Limouxin	10	6%
CC Lauragais Revel Sorezois	0	0%
CC Piège Lauragais Malepère	5	3%
CC Pyrénées Audoises	26	15%
CC Région Lézignanaise, Corbières et Minervois	23	14%
TOTAL	170	100%

Nuage de tags sur les commentaires et analyses récoltées





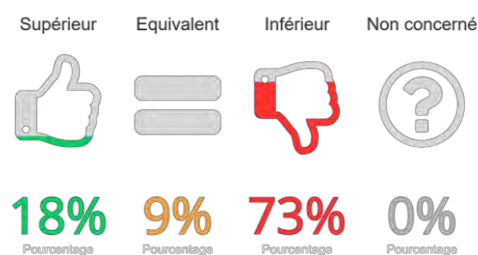
RESSENTI GÉNÉRAL DES PROFESSIONNELS

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

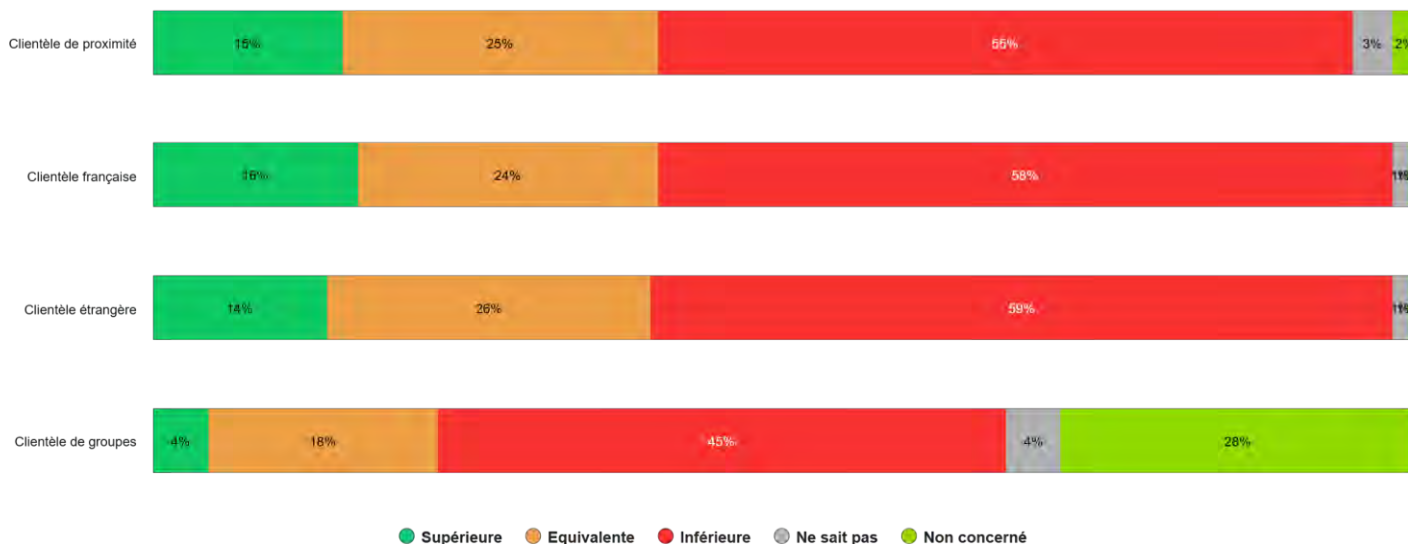
Ressenti par territoire

TERRITOIRES	SUPÉRIEUR	EQUIVALENT	INFÉRIEUR	NON CONCERNÉ
CA Carcassonne Agglo	14%	14%	71%	0%
CA Le Grand Narbonne	23%	15%	63%	0%
CC Corbières Salanque Méditerranée	0%	0%	100%	0%
CC de la Montagne Noire	20%	0%	80%	0%
CC du Limouxin	11%	0%	89%	0%
CC Lauragais Revel Sorezois	0%	0%	0%	0%
CC Piège Lauragais Malepère	0%	25%	75%	0%
CC Pyrénées Audoises	19%	23%	54%	4%
CC Région Lézignanaise, Corbières et Minervois	13%	17%	70%	0%

Ressenti des Offices de Tourisme



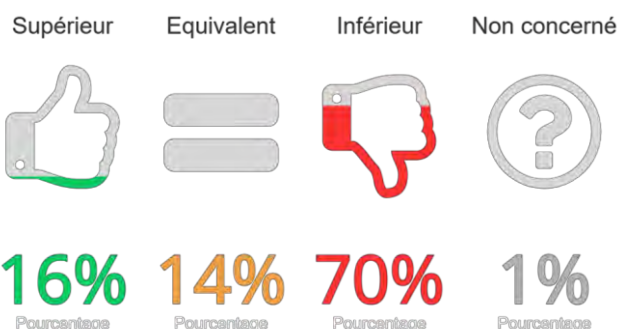
Par rapport au mois de juillet de l'année dernière, comment jugez-vous la fréquentation des clientèles au sein de votre structure ?



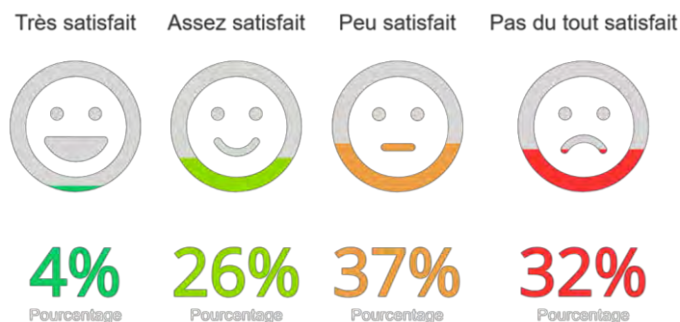
NIVEAU D'ACTIVITÉ ET FRÉQUENTATION



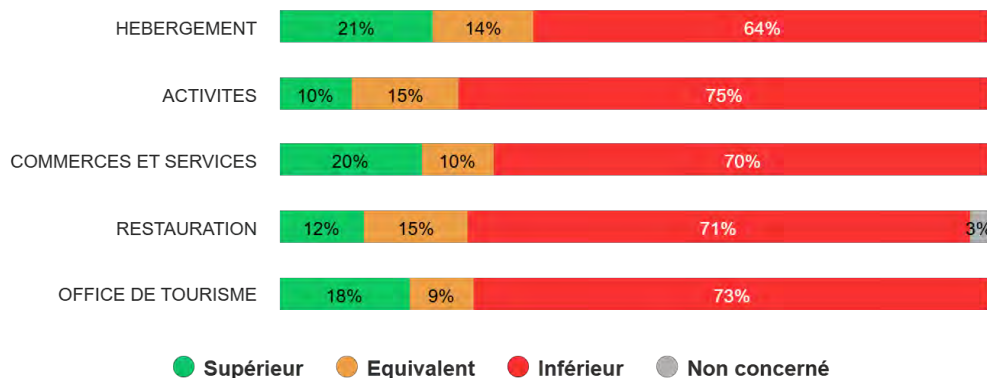
**Par rapport au même mois
de l'année dernière, vous diriez que
votre niveau d'activité
est ?**



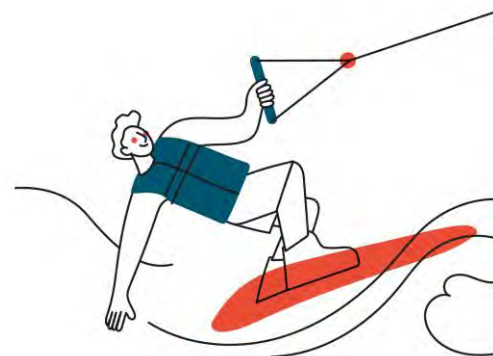
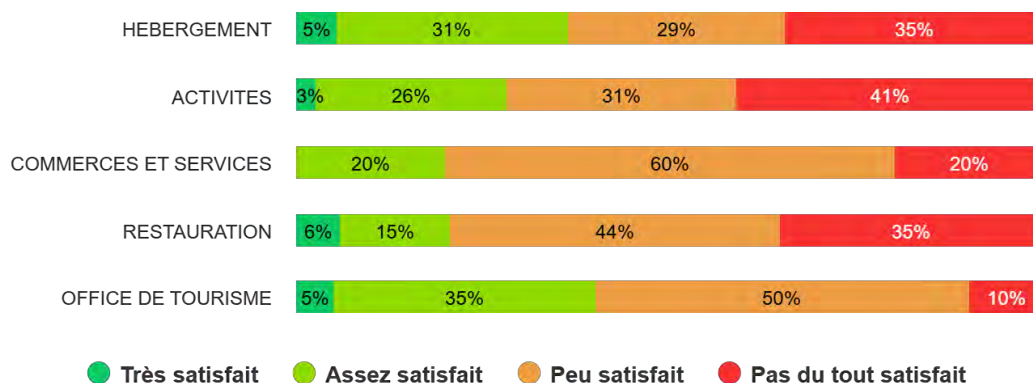
**Globalement êtes-vous satisfait de la
fréquentation de votre structure
pour le mois de Juillet ?**



Résultats par type d'activité



Satisfaction par type d'activité



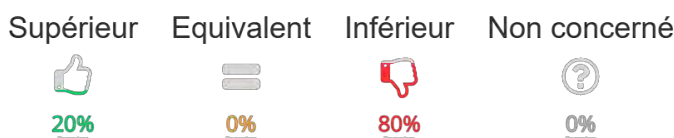
FRÉQUENTATION DES HÉBERGEMENTS

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

Hébergements collectifs



Réponses effectives : 5

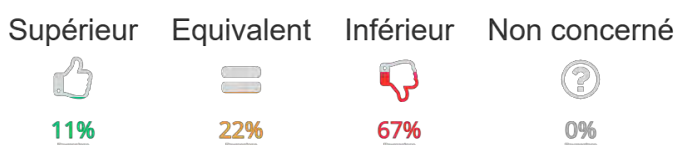


“Nous avons constaté un nombre important d'annulations, qui persiste encore, ce qui est très préoccupant et frustrant. Nous prévoyons de verser des compensations dans les prochains mois.”

“Canicule, incendies (même ailleurs), budget 2027 qui est annoncé difficile... Tout est réuni.”

Hôtellerie

Réponses effectives : 9

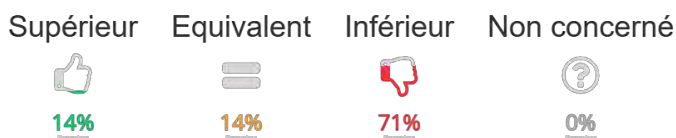


“Baisse d'environ 30% par rapport à juillet 2025. Pour aout, des vacanciers ayant réservé sur l'ouest viennent sur la méditerranée, réservation de dernière minute.”

“Moins de réservations en juillet, mais les clients sur place ont plus consommé sur place à la restauration. Petite augmentation de la clientèle Allemande”

Hôtellerie de plein Air

Réponses effectives : 14

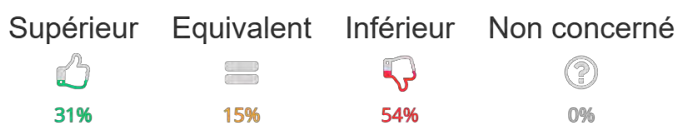


“Le fait de parler de canicule et des incendies la clientèle a peur et annule. Il faut parler plus positif de cette région qui est en perdition ”

“la fréquentation du mois de juillet est catastrophique C'est du jamais vu ”

Chambres d'Hôtes

Réponses effectives : 26



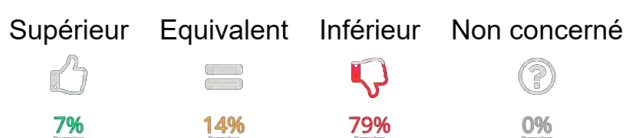
FRÉQUENTATION DES ACTIVITÉS



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

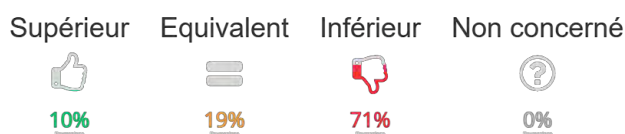
Activités sportives et de loisirs

Réponses effectives : 14



Activités culturelles

Réponses effectives : 21



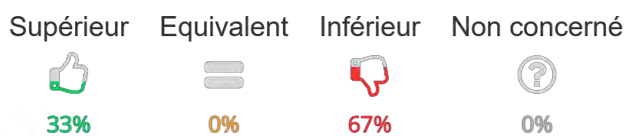
Activités fluviales

Réponses effectives : 2



Activités nautiques

Réponses effectives : 3



“Une année compliquée et difficile à analyser en raison de facteurs négatifs indépendants du territoire: prix du carburant, pouvoir d'achat, voitures électriques (temps de recharge et surtout manque de bornes) image négative de l'Aude (2025 l'Aude brûlait), canicules à répétition...Pas de solutions miracles”

“il n'y a aucun touriste sur les bords du canal du midi à Castelnaudary”

“situation catastrophique, jamais vue en 40 ans d'accueil touristique. Beaucoup de questions sur la pérennité de l'accueil des touristes.”

“100 bateaux de location en moins en escale sur la période avril à juillet / bateaux privés constant”

“Prix de l'essence très impactant, concurrence de l'Espagne également.”

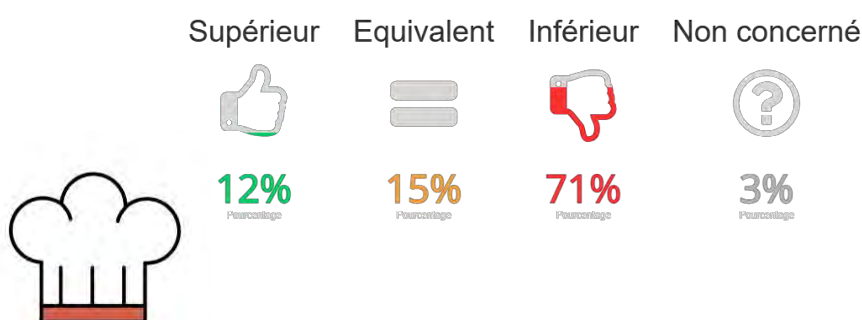
“ La conjoncture économique est de plus en plus difficile avec la hausse des prix du carburant, l'inflation générale et donc même si une partie des Français partent en vacances ils privilégient les activités gratuites et de proximité. Rajoutons à cela 3 canicules en l'espace de 2 mois, une quatrième à venir (et sûrement d'autres encore), des incendies partout en France cela ne permet pas de visiter sereinement les sites, surtout les châteaux perchés...”

FRÉQUENTATION DES LIEUX DE GASTRONOMIE

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

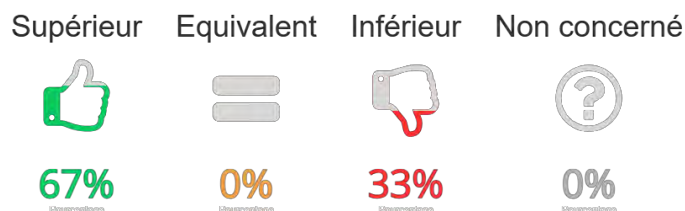
Restaurants

Réponses effectives : 34



Caveaux de dégustations et produits du terroir

Réponses effectives : 3



"canicule , incendie , tarifs des carburants ,coupe du monde un cocktail détonnant dont le résultat de fréquentation touristique paye le prix fort "

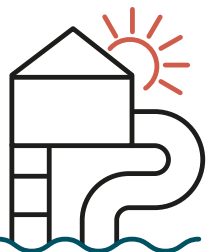
"Un 14 juillet mauvais. Match de la France "

"La saison est plus que "rocambolesque", il faut s'accrocher psychologiquement pour ne pas "perdre le goût des choses". Tout est fait en dernière minute donc toujours un besoin d'une grande flexibilité et adaptabilité, surtout au niveau de la gestion des ressources humaines. Nous faisons des choix su une base mensuelle. La baisse de la clientèle des "visiteurs" (Français et étrangers) est le facteur principal qui a affecté le chiffre d'affaires de Juillet. Les demandes de réservation pour Août sont très faibles mais il y de la demande de groupes pour Septembre et Octobre. "

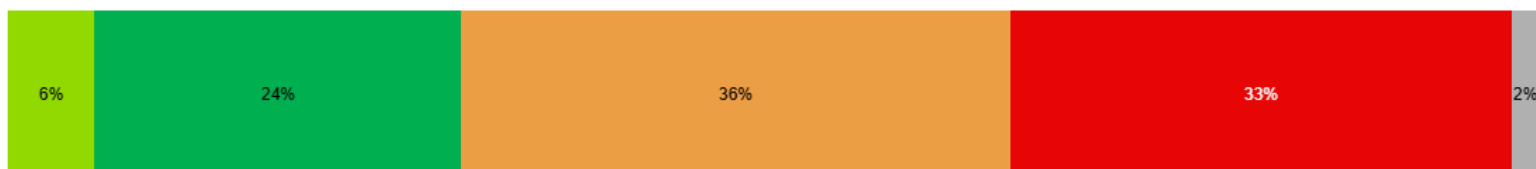
"Les restrictions d'accès, les difficultés de circulation et de stationnement peuvent dissuader une partie de la clientèle de venir passer la soirée dans la Cité. Cette expérience, lorsqu'elle est ensuite relayée par les visiteurs auprès de leur entourage ou sur Internet, peut également avoir un effet dissuasif sur de futurs touristes. Au-delà de ces événements ponctuels, une réflexion de fond sur l'attractivité de la Cité apparaît aujourd'hui indispensable. Un monument classé au patrimoine mondial de l'UNESCO ne peut vivre uniquement de son histoire ; il doit également offrir aux visiteurs une expérience à la hauteur de sa renommée. "



PONT DU 14 JUILLET



Pour la période suivante, êtes-vous satisfait de la fréquentation de votre structure ?



● Très satisfait ● Assez satisfait ● Peu satisfait ● Pas du tout satisfait ● Fermé

ÉTAT DES RÉSERVATIONS



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

Pour août



Pour septembre



Pour octobre



● Très encourageantes ● Assez encourageantes ● Peu encourageantes ● Pas du tout encourageantes ● Non concerné
● Fermé



LA FRÉQUENTATION

FLUX VISION TOURISME

FRÉQUENTATION GLOBALE

AUDE



LES NUITÉES TOURISTIQUES



Nuitées
touristiques

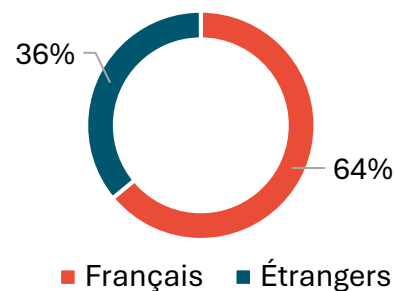
3 445 K



% Evolution AN-1

-7%

Part des français et étrangers



LES EXCURSIONS



Excursionnistes

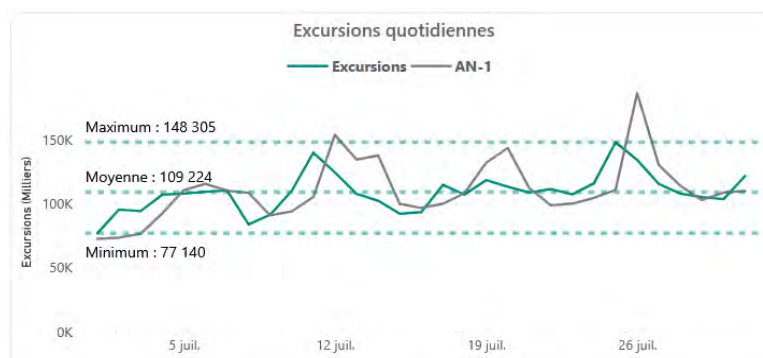
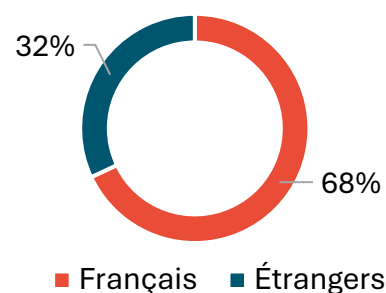
3 386 K



% Evolution AN-1

-1,6%

Part des français et étrangers





FRÉQUENTATION

GRAND CARCASSONNE (CARCASSONNE INCLUS)

LES NUITÉES TOURISTIQUES

Part des français et étrangers



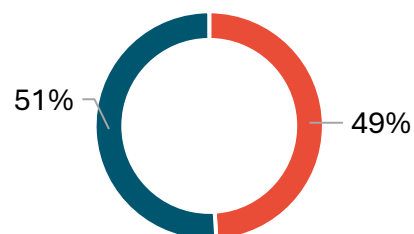
Nuitées
touristiques

567 K

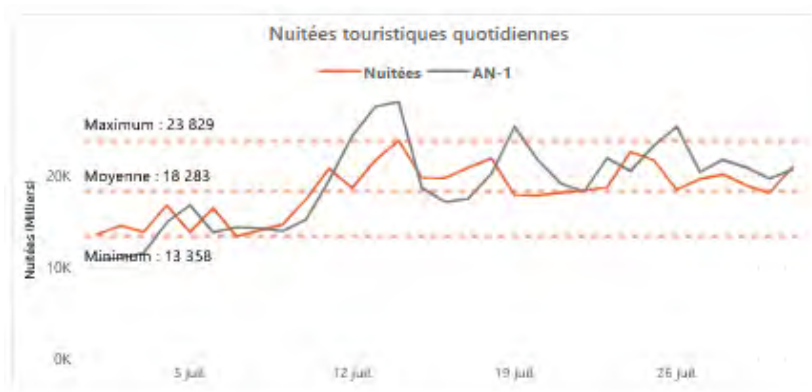


% Evolution AN-1

-4 %



■ Français ■ Étrangers



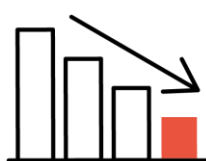
LES EXCURSIONS

Part des français et étrangers



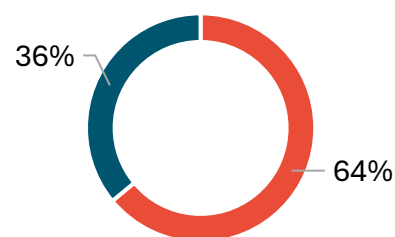
Excursionnistes

867 K

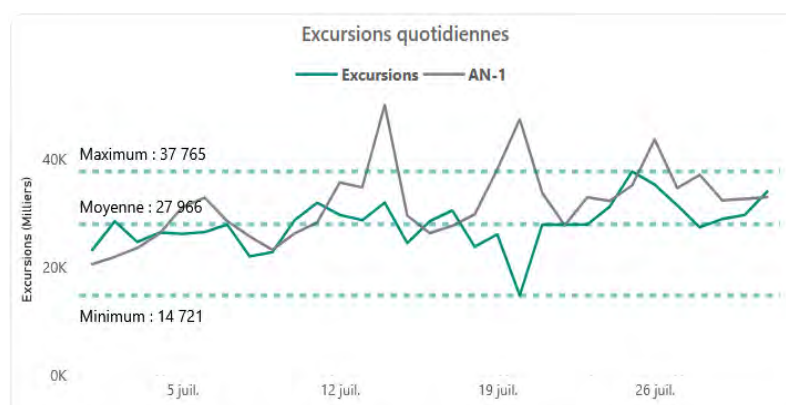


% Evolution AN-1

-11,9%



■ Français ■ Étrangers



FRÉQUENTATION

CARCASSONNE VILLE



LES NUITÉES TOURISTIQUES



Nuitées
touristiques

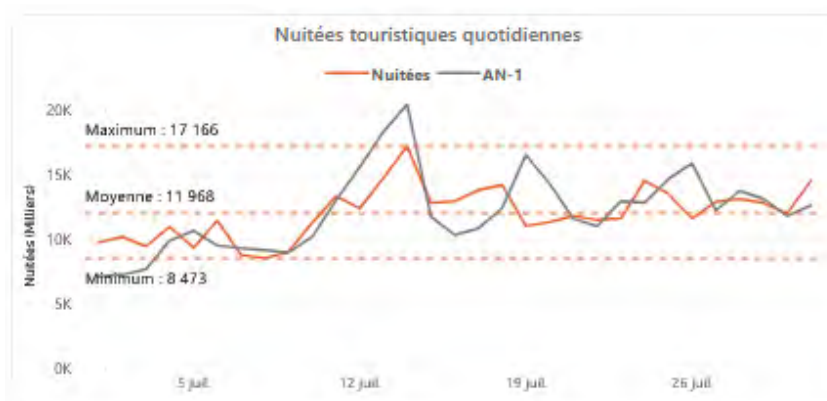
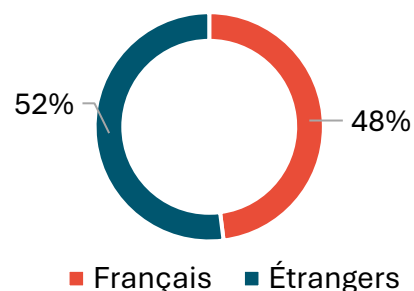
371 K



% Evolution AN-1

-1 %

Part des français et étrangers

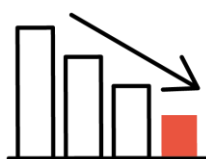


LES EXCURSIONS



Excursionnistes

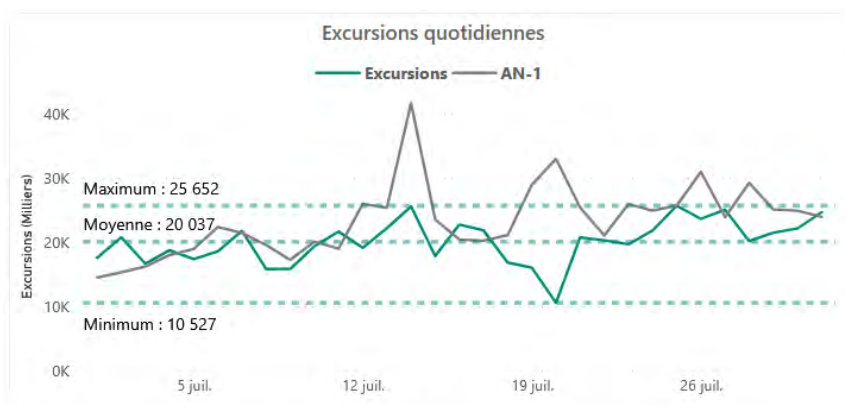
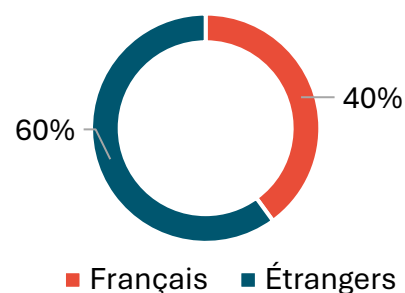
621 K



% Evolution AN-1

-14,1%

Part des français et étrangers



FRÉQUENTATION

GRAND NARBONNE (NARBONNE INCLUS)



LES NUITÉES TOURISTIQUES



Nuitées
touristiques

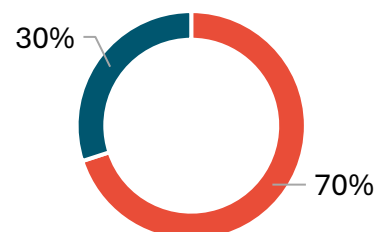
2 260 K



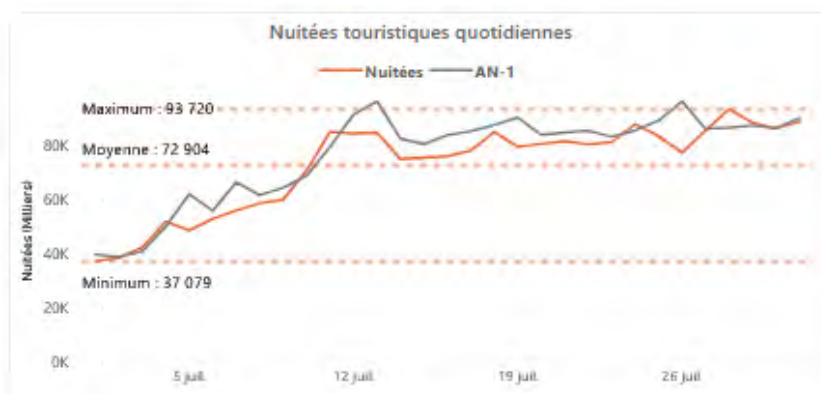
% Evolution AN-1

-5 %

Part des français et étrangers



■ Français ■ Étrangers

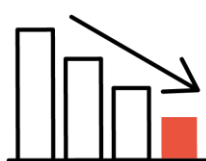


LES EXCURSIONS



Excursionnistes

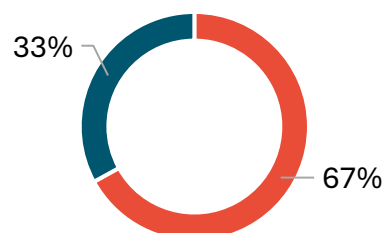
1 857 K



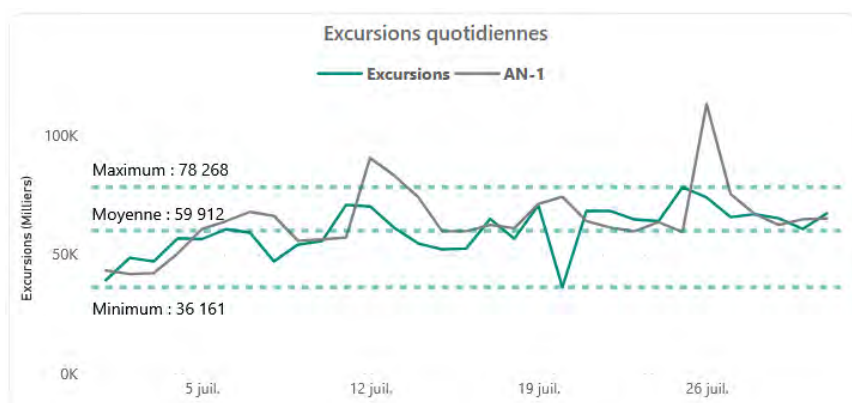
% Evolution AN-1

-7%

Part des français et étrangers

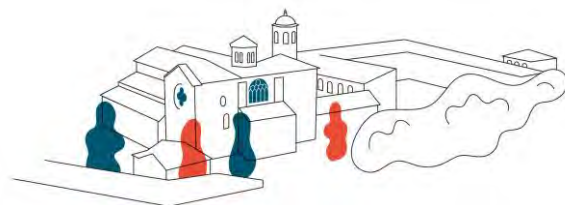


■ Français ■ Étrangers



FRÉQUENTATION

NARBONNE VILLE



LES NUITÉES TOURISTIQUES



Nuitées
touristiques

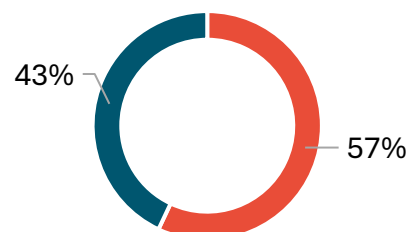
261 K



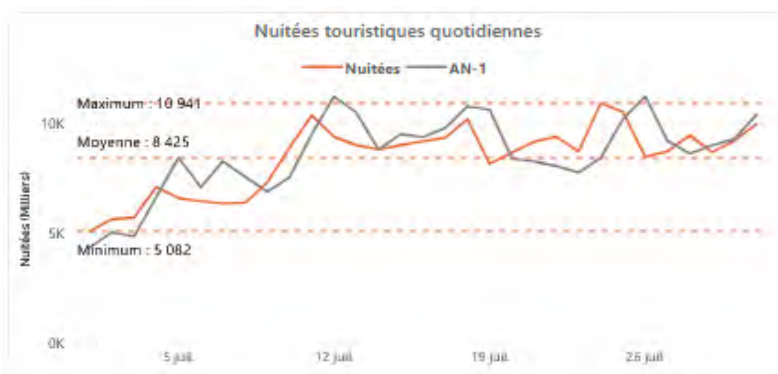
% Evolution AN-1

-2 %

Part des français et étrangers



■ Français ■ Étrangers

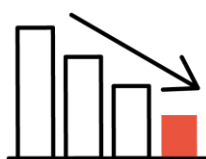


LES EXCURSIONS



Excursionnistes

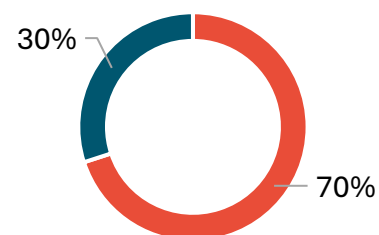
731 K



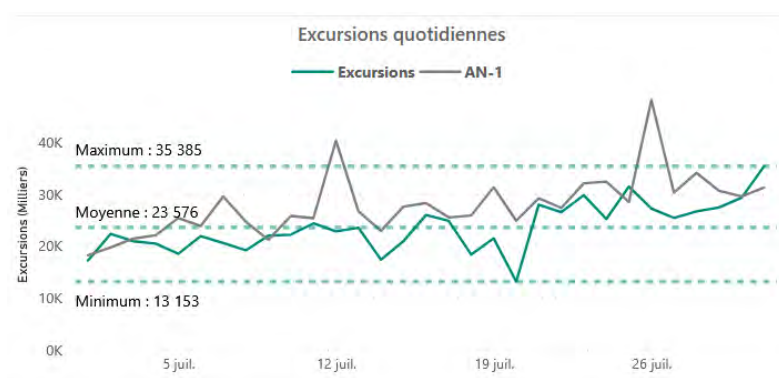
% Evolution AN-1

-15,5%

Part des français et étrangers



■ Français ■ Étrangers



FRÉQUENTATION DES STATIONS

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



LES NUITÉES TOURISTIQUES



Nuitées
touristiques

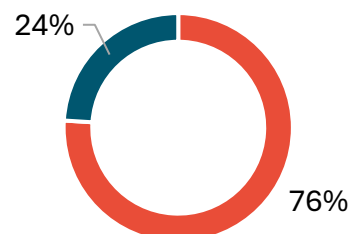
1 580 K



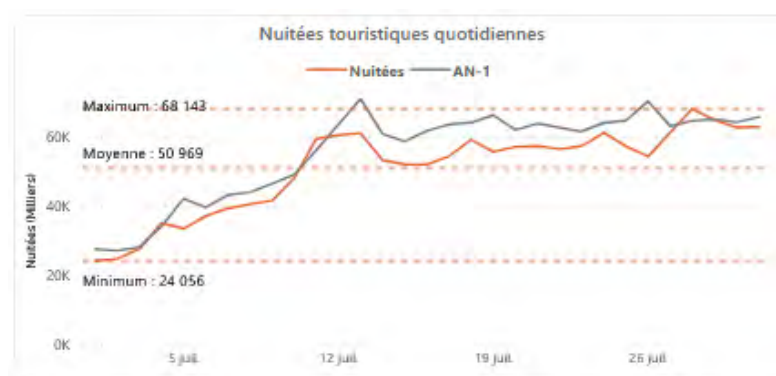
% Evolution AN-1

-8 %

Part des français et étrangers



■ Français ■ Étrangers



LES EXCURSIONS



Excursionnistes

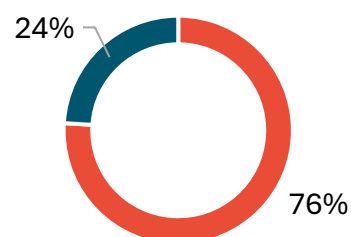
1 457 K



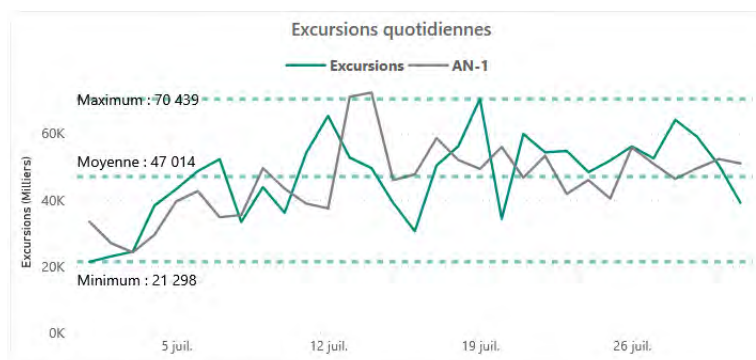
% Evolution AN-1

+2,5%

Part des français et étrangers



■ Français ■ Étrangers



FRÉQUENTATION

CORBIÈRES-SALANQUE



LES NUITÉES TOURISTIQUES



Nuitées
touristiques

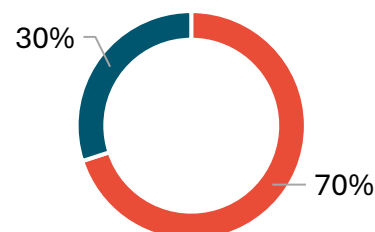
481 K



% Evolution AN-1

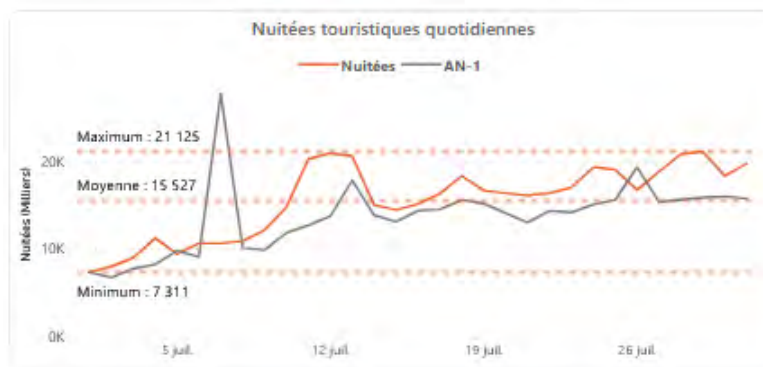
+ 14 %*

Part des français et étrangers



■ Français ■ Étrangers

* Zones soumises à des évolutions de captation d'antennes



LES EXCURSIONS



Excursionnistes

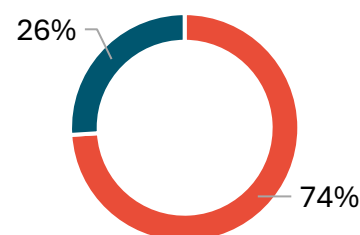
716 K



% Evolution AN-1

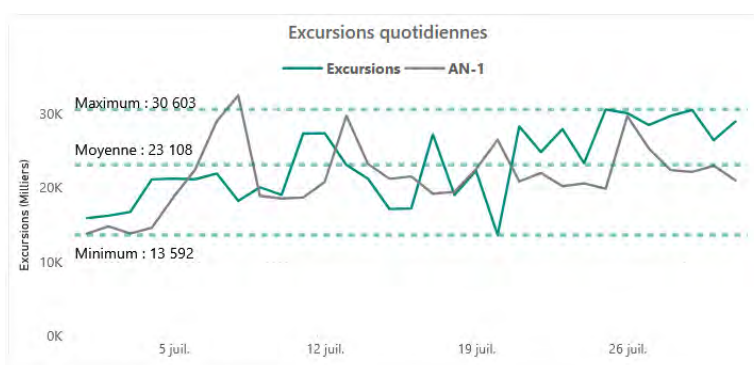
+7,4%*

Part des français et étrangers



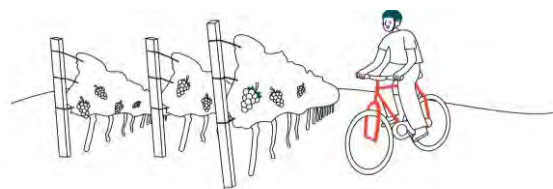
■ Français ■ Étrangers

* Zones soumises à des évolutions de captation d'antennes



FRÉQUENTATION

CORBIÈRES-MINERVOIS



LES NUITÉES TOURISTIQUES



Nuitées
touristiques

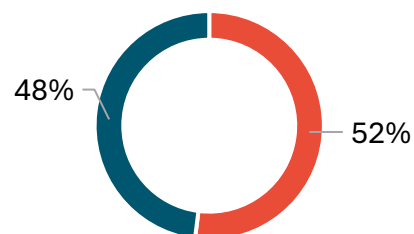
257 K



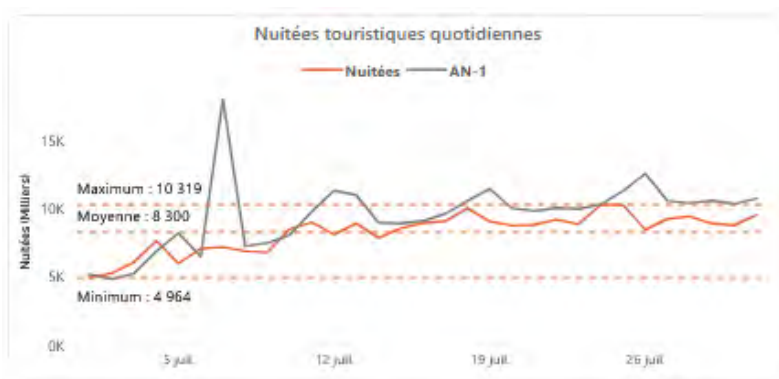
% Evolution AN-1

-13 %

Part des français et étrangers



■ Français ■ Étrangers



LES EXCURSIONS



Excursionnistes

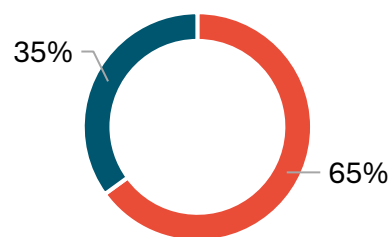
338 K



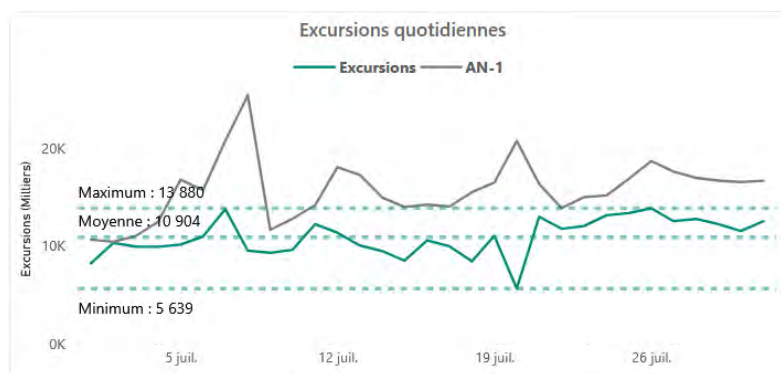
% Evolution AN-1

-30,8%

Part des français et étrangers

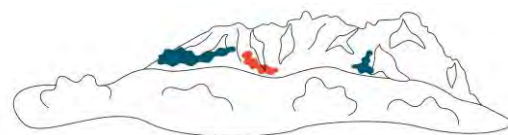


■ Français ■ Étrangers



FRÉQUENTATION

PYRÉNÉES AUDIOISES



LES NUITÉES TOURISTIQUES



Nuitées
touristiques

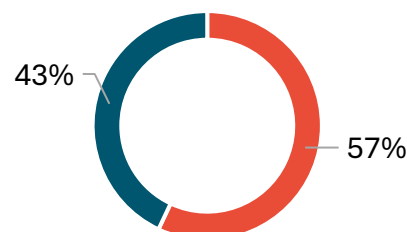
137 K



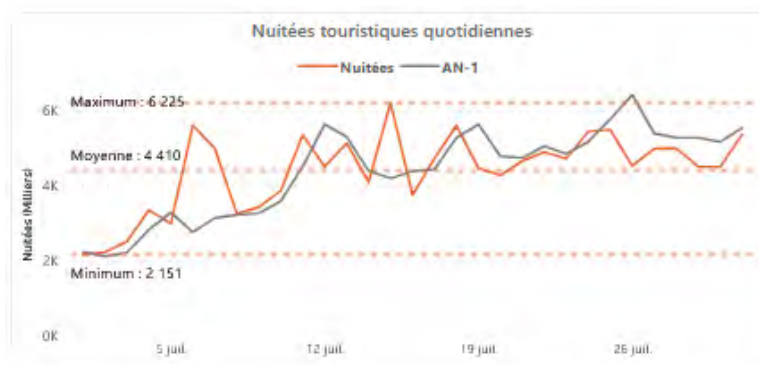
% Evolution AN-1

+1 %

Part des français et étrangers



■ Français ■ Étrangers

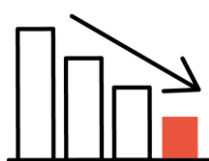


LES EXCURSIONS



Excursionnistes

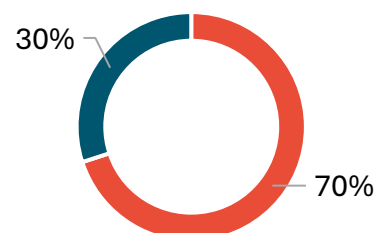
180 K



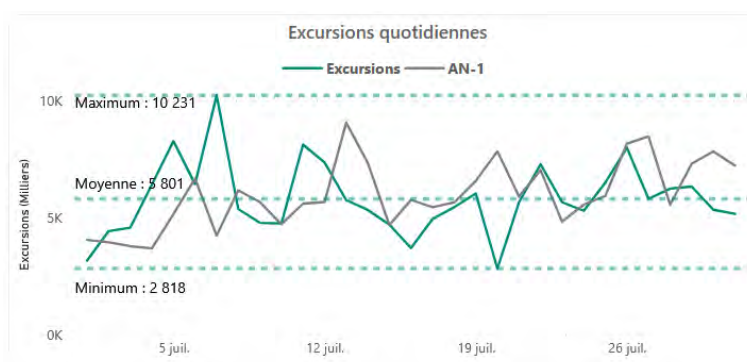
% Evolution AN-1

-3%

Part des français et étrangers



■ Français ■ Étrangers



FRÉQUENTATION LIMOUXIN



LES NUITÉES TOURISTIQUES



Nuitées
touristiques

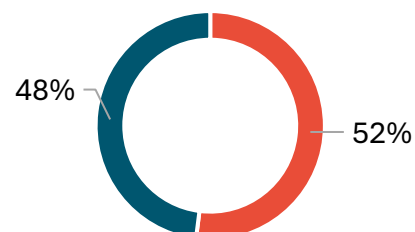
115 K



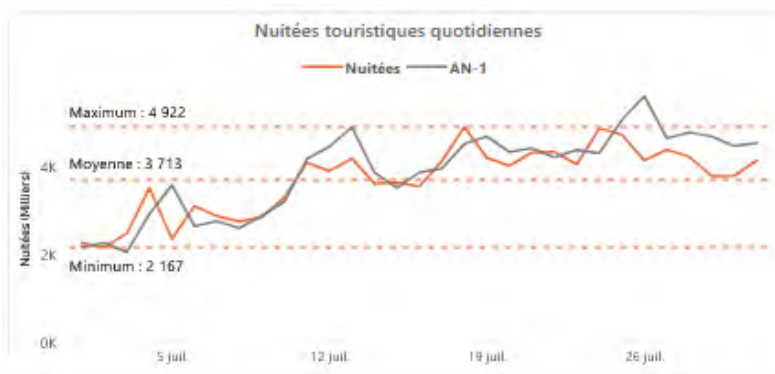
% Evolution AN-1

-5 %

Part des français et étrangers



■ Français ■ Étrangers



LES EXCURSIONS



Excursionnistes

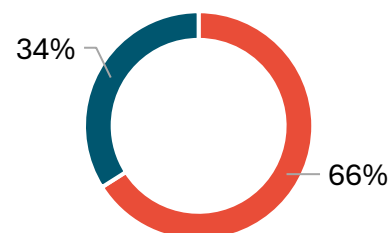
127 K



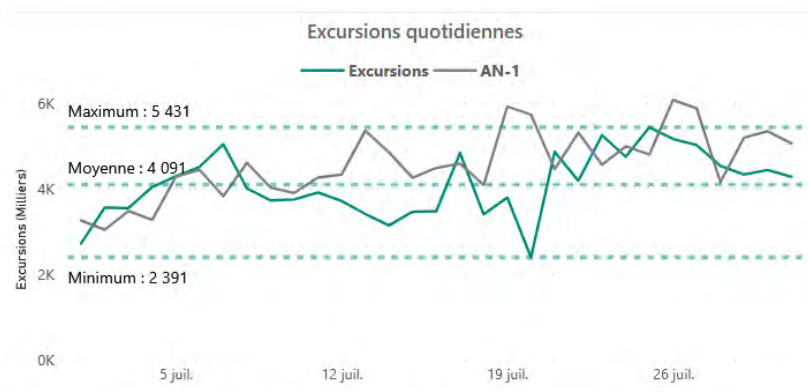
% Evolution AN-1

-10,5%

Part des français et étrangers



■ Français ■ Étrangers



FRÉQUENTATION

MONTAGNE NOIRE



LES NUITÉES TOURISTIQUES



Nuitées
touristiques

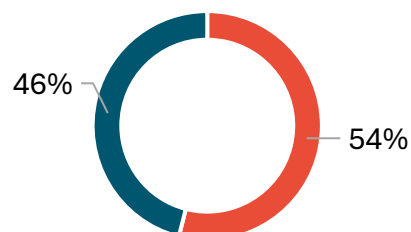
107 K



% Evolution AN-1

+10 %*

Part des français et étrangers



■ Français ■ Étrangers

* Le nombre d'antennes de captation a évolué entre 2025 et 2026 d'où cette évolution



LES EXCURSIONS



Excursionnistes

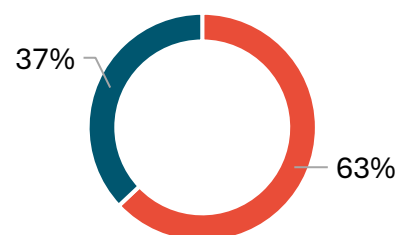
285 K



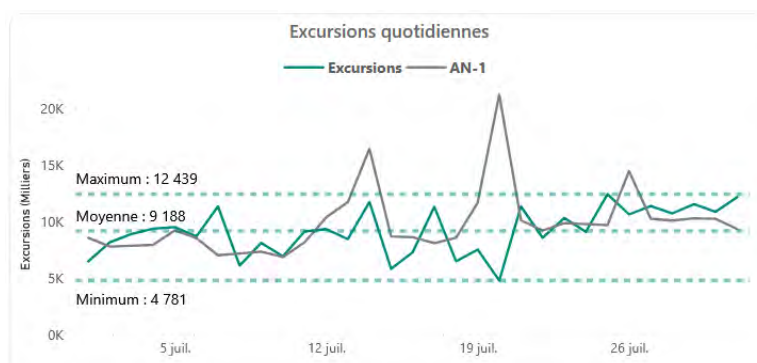
% Evolution AN-1

-6,8%

Part des français et étrangers

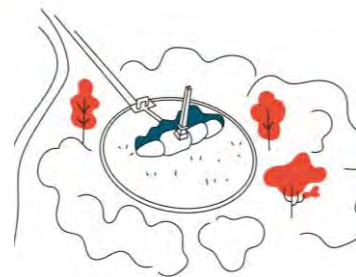


■ Français ■ Étrangers



FRÉQUENTATION

CASTELNAUDARY LAURAGAIS AUDOIS



LES NUITÉES TOURISTIQUES



Nuitées
touristiques

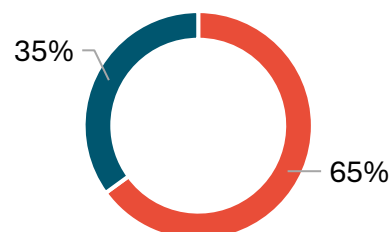
110 K



% Evolution AN-1

-6 %

Part des français et étrangers



■ Français ■ Étrangers

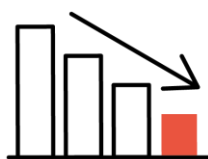


LES EXCURSIONS



Excursionnistes

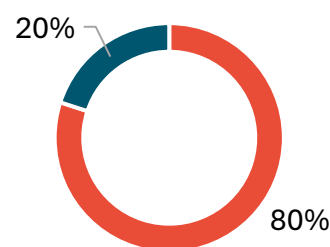
311 K



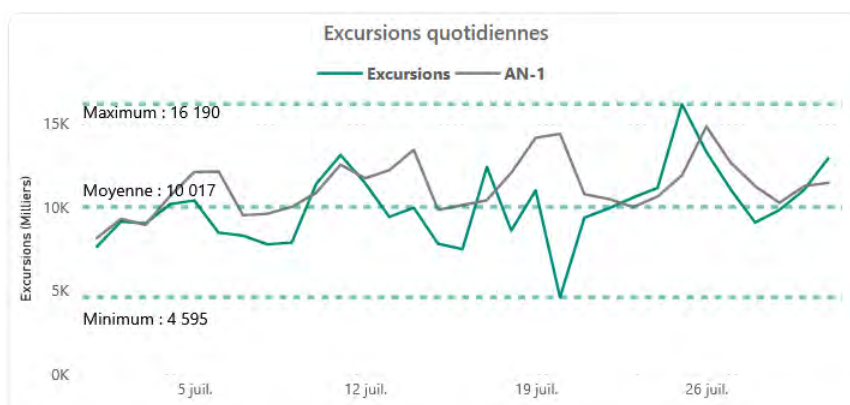
% Evolution AN-1

-10,7%

Part des français et étrangers



■ Français ■ Étrangers



FRÉQUENTATION

PIEGE LAURAGAIS MALEPÈRE



LES NUITÉES TOURISTIQUES



Nuitées
touristiques

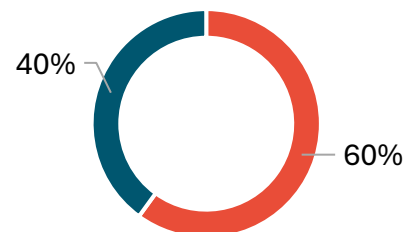
91 K



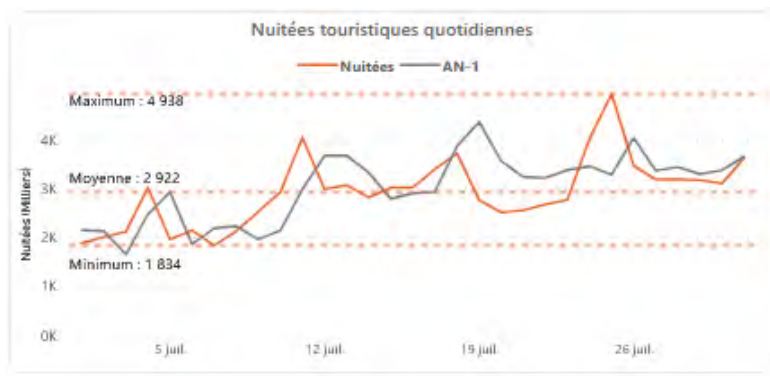
% Evolution AN-1

-3 %

Part des français et étrangers



■ Français ■ Étrangers

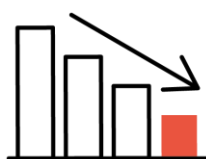


LES EXCURSIONS



Excursionnistes

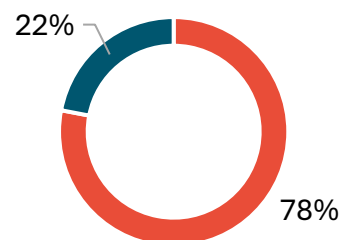
242 K



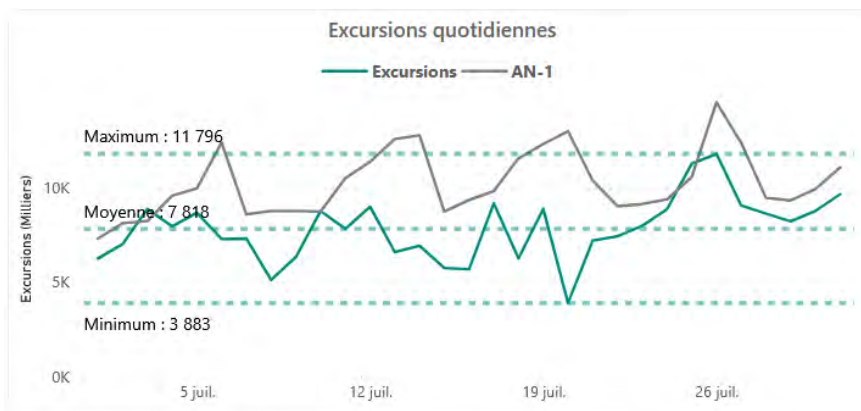
% Evolution AN-1

-23,7%

Part des français et étrangers



■ Français ■ Étrangers





LE LOCATIF

DONNÉES ISSUES DE LIWANGO
(airbnb, homeway et abritel)

HÉBERGEMENT LOCATIF

Offres réservables

10 736

- 10% Juillet 2025



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



Nuits réservées

139 800

- 9 % Juillet 2025

Nombre de nuits réservées sur la période étudiée



Fréquentation estimée

426 217 Nuitées

- 9% Juillet 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.)

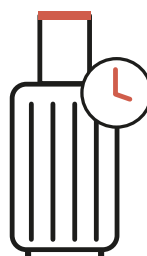


Prix moyen

138 €

+ 3% Juillet 2025

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



Occupation moyenne

51 %

- 0,7 pts Juillet 2025

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

Chiffre d'affaires global



18 896K €

- 2% Juillet 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

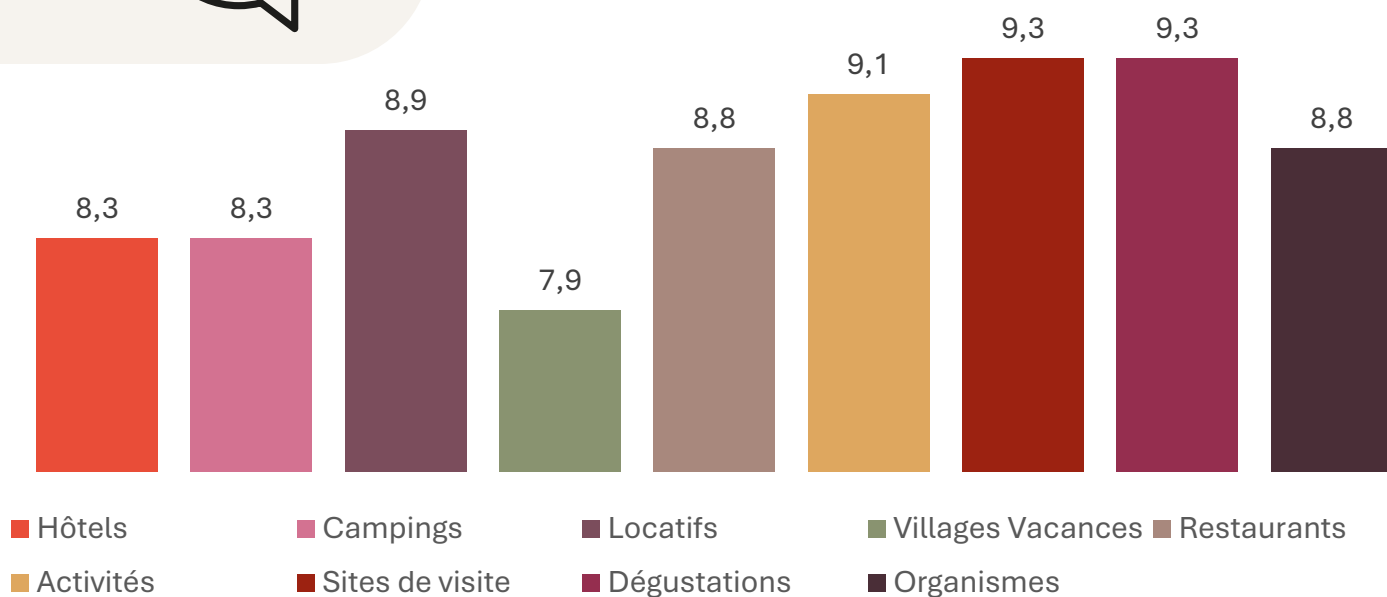
8,5/10



Provenance des avis par site

①	②	③	④	⑤
Google	Booking	TripAdvisor	Camping2be	Logis Hôtels
5 850 avis	5 108 avis	855 avis	231 avis	60 avis
48,3%	42,2%	7,1%	1,9%	0,5%

Note par type de prestations



Provenance des avis par nationalités des clientèles

①	②	③	④	⑤
France	Espagne	Royaume-Uni	Italie	Belgique
2 719 avis	633 avis	270 avis	214 avis	206 avis
53,2%	12,4%	5,3%	4,2%	4%

L'AUDE

**Agence de
Développement
Touristique**

Tél. : 04 68 11 63 15

e-mail : c.cazals@audetourisme.com

pro.audetourisme.com