

Note de conjoncture

Août 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 • Etat des réservations

12

LA SATISFACTION CLIENT



Des données exceptionnellement non diffusées ce mois-ci

Afin de garantir la fiabilité et la comparabilité des résultats, les données de fréquentation et du locatif ne seront exceptionnellement pas diffusées ce mois-ci.

La note de conjoncture sera rééditée une fois les données consolidées.

SYNTHÈSE

Une fréquentation touristique en retrait et des professionnels confrontés à un contexte difficile

Le mois d'août 2026 se caractérise par une activité touristique globalement en retrait et surtout très contrastée selon les périodes, les territoires et les secteurs. Les professionnels évoquent un début de mois parfois dynamique, suivi d'un ralentissement plus marqué en seconde partie de période, avec des réservations de dernière minute qui permettent ponctuellement de soutenir l'activité.

Plusieurs facteurs sont identifiés pour expliquer cette situation : **fortes chaleurs, incendies, hausse du prix des carburants et contexte économique incertain**. Ces éléments semblent peser à la fois sur les déplacements, les visites et les dépenses des clientèles. Les professionnels constatent notamment une plus grande prudence dans les dépenses et une évolution des comportements, avec des réservations plus tardives.

L'hébergement, les activités et la restauration présentent ainsi des résultats hétérogènes. Certains établissements et activités parviennent à maintenir leur niveau d'activité, tandis que d'autres font état d'une baisse sensible de fréquentation ou de chiffre d'affaires. La restauration souligne notamment l'impact des conditions météorologiques et une fréquentation davantage concentrée en fin de journée.

Pour les prochains mois, les perspectives restent **prudentes**, même si certains professionnels entrevoient une demande plus favorable en septembre. L'évolution de la saisonnalité apparaît également comme un enjeu, avec une activité qui semble progressivement mieux répartie sur les ailes de saison.

Enfin, **la satisfaction des visiteurs demeure un point positif**, avec une note globale de **8,1/10**, particulièrement élevée pour les dégustations, les activités et les sites de visite.

FOCUS MÉTÉO EN Août Relevés de Carcassonne

Août 2026

CONDITION MÉTÉO PRINCIPALE



Ciel dégagé, pleinement ensoleillé

24 jours (77.4%)

AUTRES CONDITIONS FRÉQUENTES



Couvert

4 j
12,9%



Soleil et partiellement nuageux

2 j
6,5%



Nuageux

1 j
3,2%

VS Août 2025

CONDITION MÉTÉO PRINCIPALE



Ciel dégagé, pleinement ensoleillé

23 jours (74.2%)

AUTRES CONDITIONS FRÉQUENTES



Pluie légère et soleil

3 j
9,7%



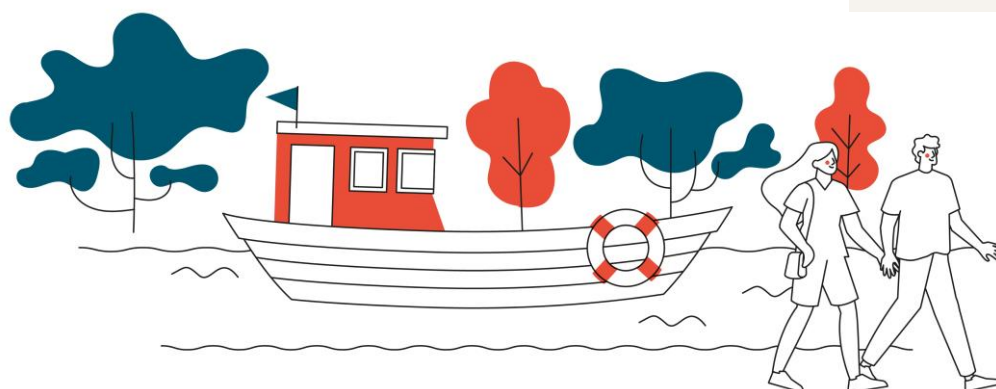
Soleil et partiellement nuageux

2 j
6,5%



Faibles averses de pluie

2 j
6,5%





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**. **167 prestataires** ont répondu à cette vague soit **33% du panel**.



Type et répartition des prestataires répondants

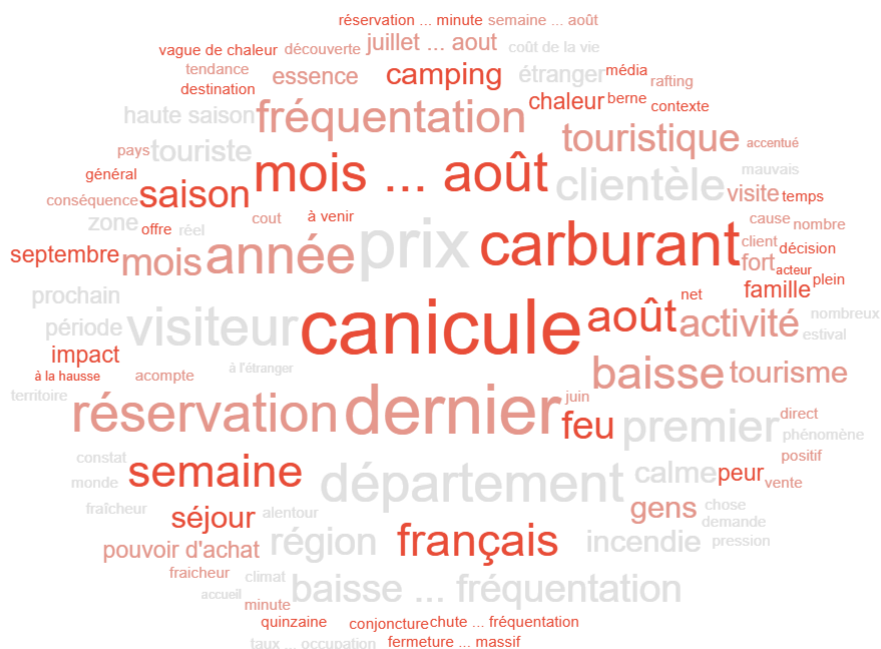
Réponses effectives : 167

	N
HEBERGEMENT	47
ACTIVITES	39
RESTAURATION	37
OFFICE DE TOURISME	29
COMMERCE ET SERVICES	15
TOTAL	167

Répartition des répondants par territoire

	N	%
CA Carcassonne Agglo	39	23%
CA Le Grand Narbonne	37	22%
CC Castelnaudary Lauragais Audois	11	7%
CC Corbières Salanque Méditerranée	6	4%
CC de la Montagne Noire	6	4%
CC du Limouxin	14	8%
CC Lauragais Revel Sorezois	1	1%
CC Piège Lauragais Malepère	4	2%
CC Pyrénées Audoises	27	16%
CC Région Lézignanaise, Corbières et Minervois	22	13%
TOTAL	167	100%

Nuage de tags sur les commentaires et analyses récoltées





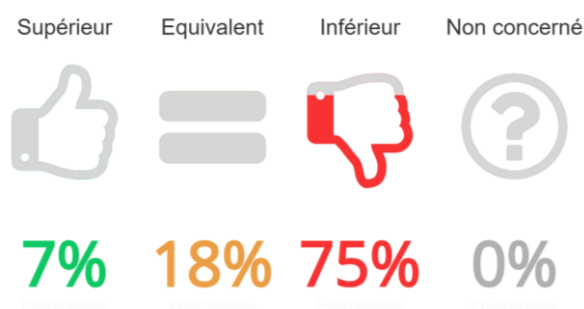
RESSENTI GÉNÉRAL DES PROFESSIONNELS

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

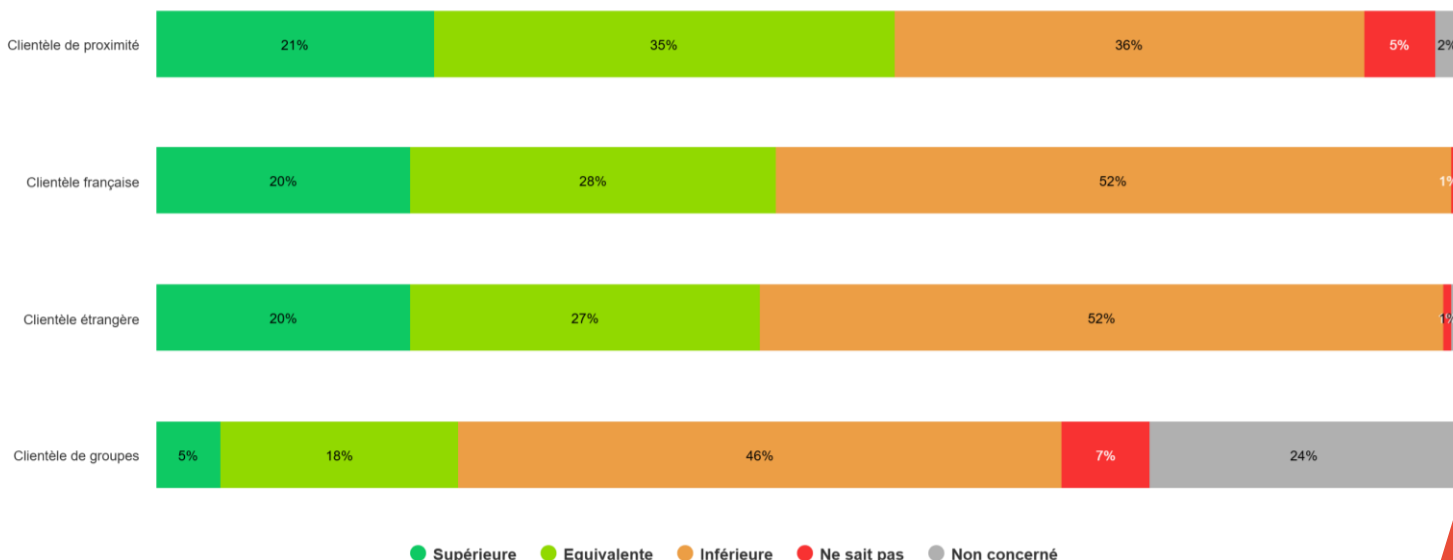
Ressenti par territoire

TERRITOIRES	VOTRE NIVEAU DE FRÉQUENTATION COMPARÉE AU MÊME MOIS DE L'ANNÉE DERNIÈRE EST :			
	SUPÉRIEUR	EQUIVALENT	INFÉRIEUR	NON CONCERNÉ
CA Carcassonne Agglo	16%	24%	61%	0%
CA Le Grand Narbonne	16%	27%	57%	0%
CC Corbières Salanque Méditerranée	0%	0%	100%	0%
CC de la Montagne Noire	17%	17%	67%	0%
CC du Limouxin	7%	43%	50%	0%
CC Lauragais Revel Sorezois	0%	0%	100%	0%
CC Piège Lauragais Malepère	0%	0%	100%	0%
CC Pyrénées Audoises	11%	15%	74%	0%
CC Région Lézignanaise, Corbières et Minervois	23%	23%	55%	0%

Ressenti des Offices de Tourisme



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

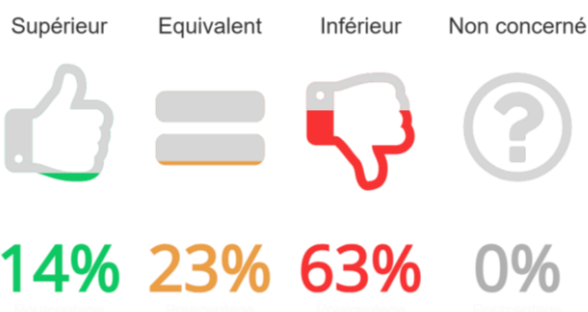


● Supérieure ● Equivalente ● Inférieure ● Ne sait pas ● Non concerné

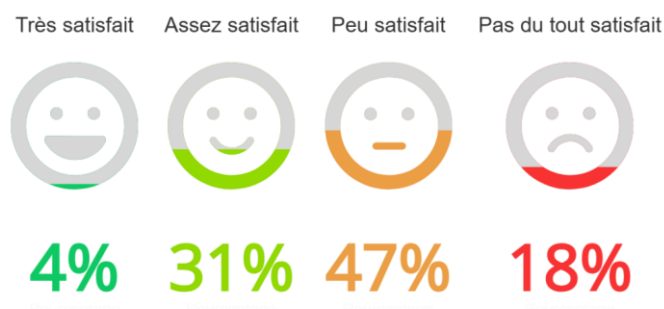
NIVEAU D'ACTIVITÉ ET FRÉQUENTATION



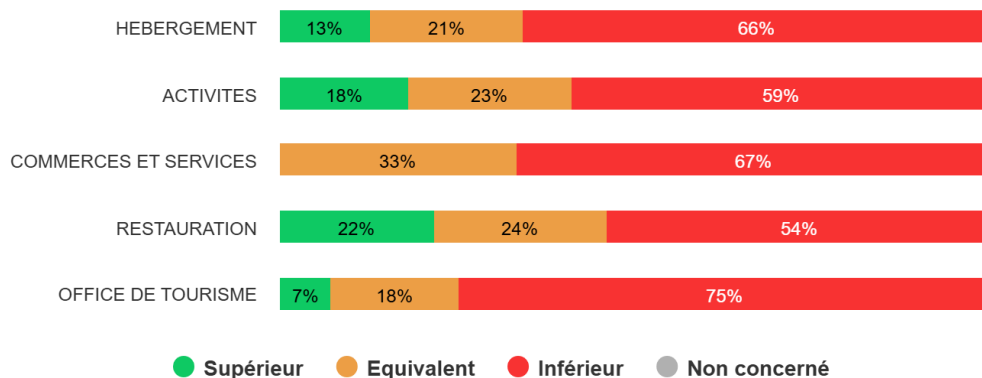
**Par rapport au même mois
de l'année dernière, vous diriez
que votre niveau d'activité
est ?**



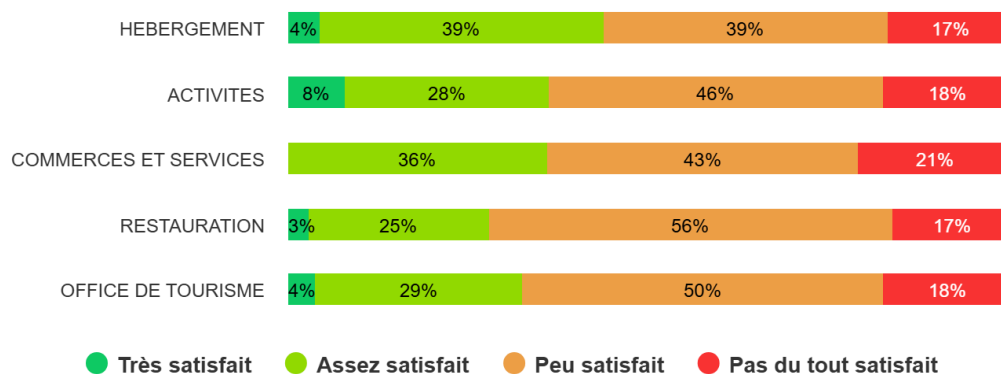
**Globalement êtes-vous
satisfait de la fréquentation de
votre structure pour le mois de
Août ?**



Résultats par type d'activité



Satisfaction par type d'activité



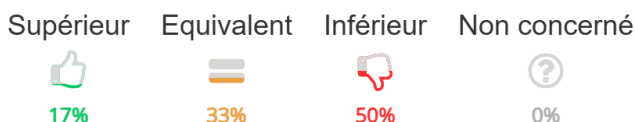
FRÉQUENTATION DES HÉBERGEMENTS

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

Hébergements collectifs



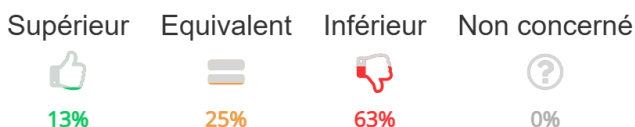
Réponses effectives : 6



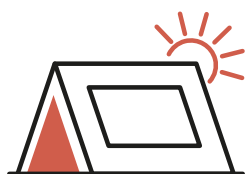
“La clientèle Française est peu scrupuleuse, manque de savoir vivre car en réservation directe nous ne prenons jamais d'acompte et cette année plusieurs réservations ne sont jamais venues et surtout sans prévenir. On bloque des chambres que nous aurions pu louer. Pour l'an prochain changement pour les acomptes et dommage pour une majorité de clientèle sérieuse. ”

Hôtellerie

Réponses effectives : 8

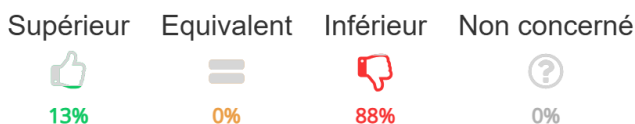


“La fréquentation de la dernière semaine d'août est vraiment très faible comme l'an dernier. Des séjours plus longs sur les 3 premières semaines. Peu de dernière minute. La tempête a eu des conséquences : fermeture un soir avec annulation et relogement des clients. ”



Hôtellerie de plein Air

Réponses effectives : 8



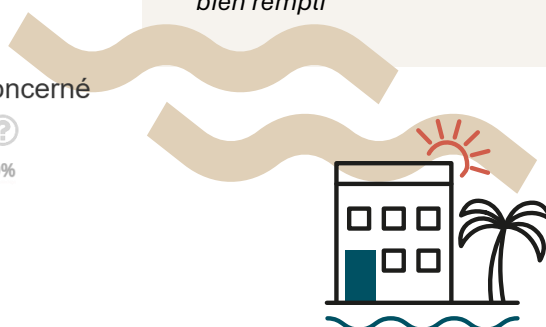
“Après un début août pour la première quinzaine, avec un taux de remplissage quasi complet, nous avons observé à partir du 15 août un stop net des réservations qui était toutefois amélioré par une clientèle de passage et des réservations de dernière minute, mais en comparaison avec le mois d'août l'année dernière cette chute, des réservations est intervenue une semaine avant”

Chambres d'Hôtes

Réponses effectives : 23



“ 1ère semaine très calme, puis coup de feu entre le 5 et le 15 aout. ensuite, les semaines sont calmes et les week-ends bien rempli”



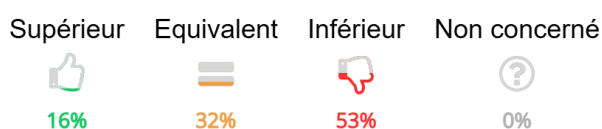
FRÉQUENTATION DES ACTIVITÉS



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

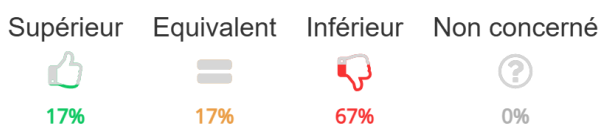
Activités sportives et de loisirs

Réponses effectives : 19



Activités culturelles

Réponses effectives : 18



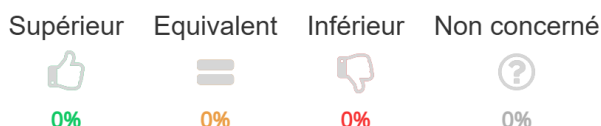
Activités fluviales

Réponses effectives : 1



Activités nautiques

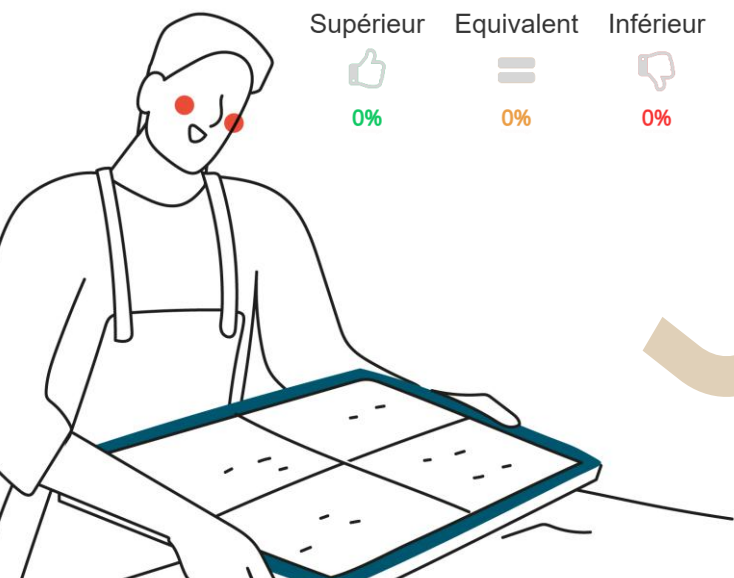
Réponses effectives : 0



“Un été catastrophique en termes de fréquentation. Nous imaginons qu'entre les feux, le prix du carburant, les canicules à répétitions... rien n'était propice aux visites ”

“L'enquête sur le mois d'août 2026 est à prendre avec beaucoup de pincettes. En effet le mois d'août 2025 a été marqué par le Grand incendie des Corbières, la fermeture de tous les massifs du département et par un épisode caniculaire intense. De ce fait la fréquentation avait été très largement impactée négativement. En août 2026 on fait mieux qu'en août 2025 mais ce n'est pas significatif si l'on compare avec 2024 ou 2023: la tendance est alors à la baisse.”

“Les périodes de canicule qui se sont succédé tout au long de l'été nous ont porté préjudice. Nous concernant les fréquentations ont vraiment augmenté en Août, la conjoncture actuelle ne favorise pas trop le tourisme (prix du carburant, coût de la vie en hausse) De plus depuis le classement de quelques sites à l'Unesco nous sommes légèrement mis à l'écart beaucoup de visiteurs nous demandent si nous sommes classés, lorsque nous répondons non ils ne visitent pas. ”

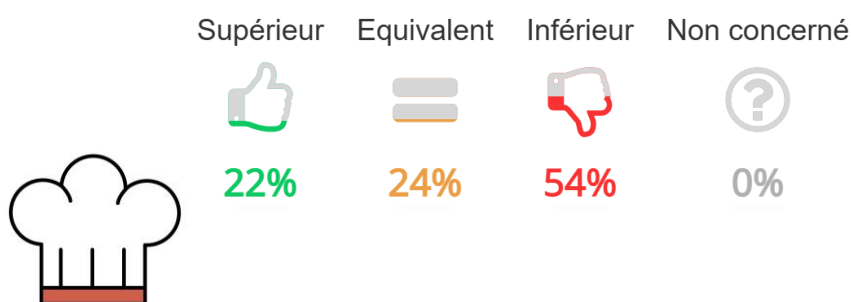


FRÉQUENTATION DES LIEUX DE GASTRONOMIE

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

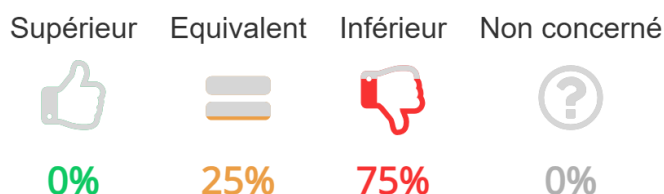
Restaurants

Réponses effectives : 37



Caveaux de dégustations et produits du terroir

Réponses effectives : 4



“Nous constatons l'émergence d'une tendance selon laquelle juillet et août ne constituent plus la haute saison telle que nous l'avons connue par le passé ; les réservations se font de plus en plus à la dernière minute, ce qui nous expose malheureusement aux vagues de chaleur, aux feux de forêt, à la hausse des prix du carburant et à une affluence excessive, autant de facteurs qui ont un impact considérable sur les réservations. Il convient également de noter que l'Europe du Nord a bénéficié d'un temps ensoleillé et sec, ce qui a incité de nombreuses personnes à rester près de chez elles. Toutefois, sur une note positive, nous constatons une hausse du taux d'occupation en mai, juin, septembre et octobre, même si ce dernier mois reste encore calme pour l'instant ; nous espérons toutefois qu'il sera plus prisé que l'année dernière.”

“Un mois d'Août qui reflète un contexte compliqué pour l'activité. Le climat socioéconomique général du début de l'année ainsi que les conjonctures saisonnières de cet été et principalement les conditions météorologiques ont eu un impact fort sur la fréquentation. Un chiffre d'affaires en baisse par rapport à l'année passée (dans les alentours de -10 - 15%). ”

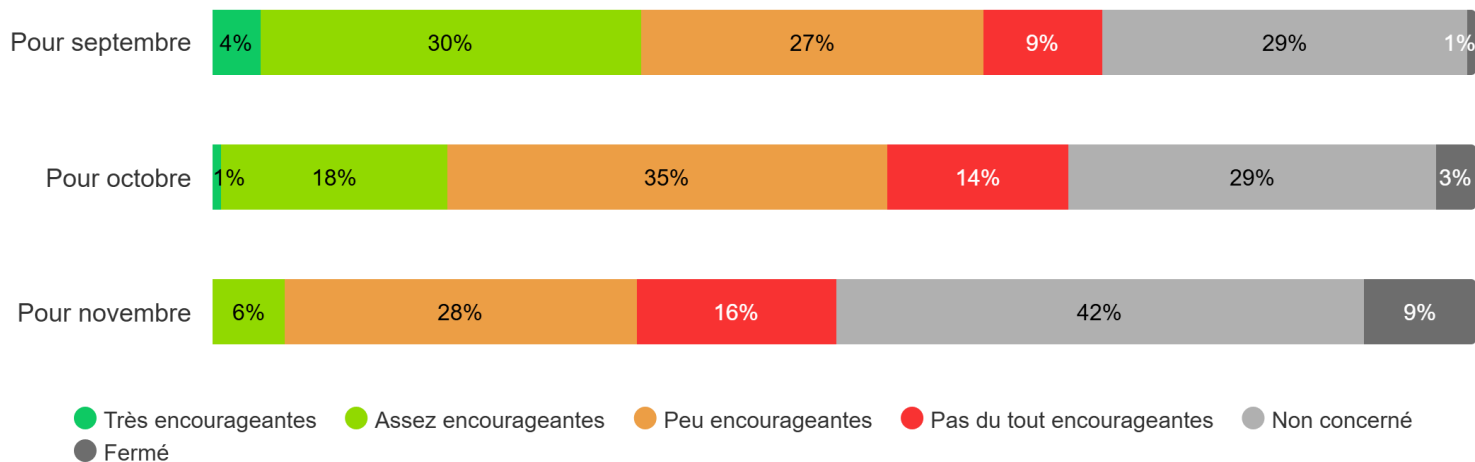
“La sécheresse annuelle, les incendies et le prix du carburant ont des impacts directs. ”



ÉTAT DES RÉSERVATIONS



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





LA SATISFACTION CLIENT

DONNÉES ISSUES DE FAIRGUEST

NOTES FAIRGUEST

Note globale

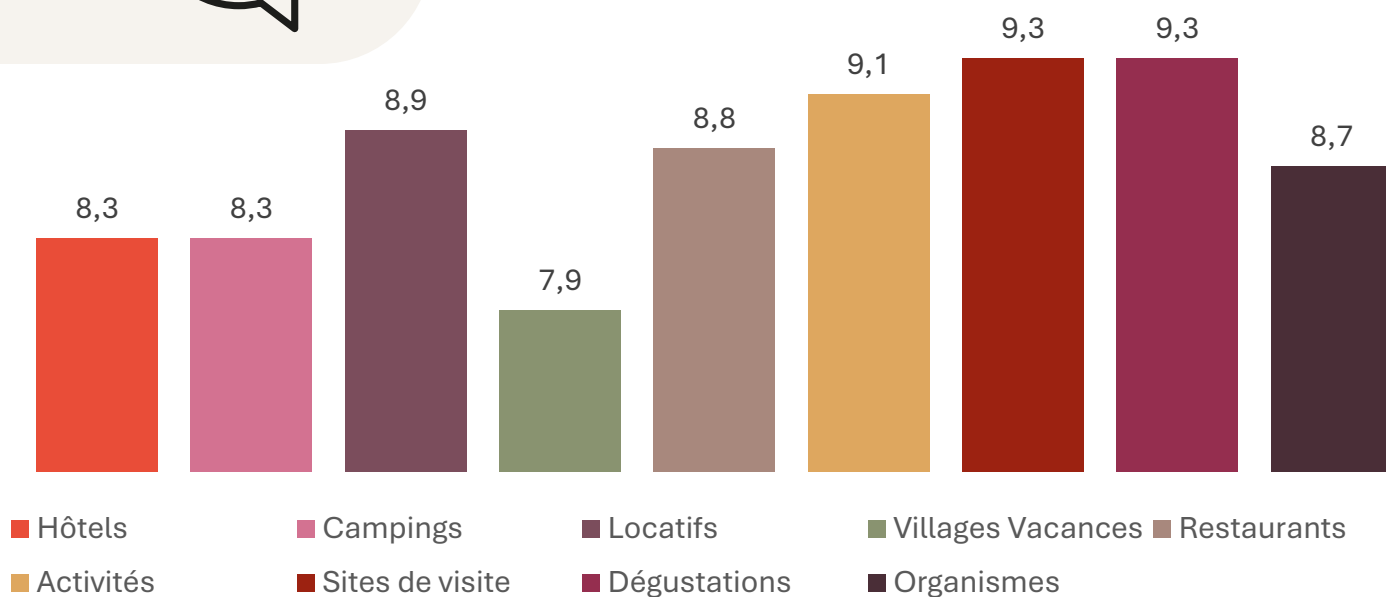
8,1/10



Provenance des avis par site

1	2	3	4	5
Booking	Google	TripAdvisor	Camping2be	Logis Hôtels
7 242 avis 68,3%	1 656 avis 15,6%	1 223 avis 11,5%	386 avis 3,6%	76 avis 0,7%

Note par type de prestations



Provenance des avis par nationalités des clientèles

1	2	3	4	5
France	Espagne	Italie	Royaume-Uni	Belgique
3 813 avis 52,7%	1 249 avis 17,2%	653 avis 9%	274 avis 3,8%	227 avis 3,1%

L'AUDE

**Agence de
Développement
Touristique**

Tél. : 04 68 11 63 15

e-mail : c.cazals@audetourisme.com

pro.audetourisme.com