



BILAN TOURISTIQUE SAISONNIER 2025

Les principaux chiffres de la saison 2025

🌙 ★ **7,5M**
nuitées
de janv. à sept.

📈 -4%
par rapport à
2024

👍 **60%**
des prestataires
satisfait

Alors que la saison touristique estivale n'est pas tout à fait terminée, le bilan provisoire¹ dressé à l'échelle nationale laisse apparaître un maintien du niveau de fréquentation, malgré le contexte d'incertitude croissant qui pèse sur l'économie française.

Si les aléas météorologiques ne semblent pas avoir entamé la vitalité de la fréquentation, les analyses montrent que les comportements de consommation touristiques se sont profondément adaptés : un quart des vacanciers ont réduit la durée de leur séjour et un tiers ont changé de destination, le plus souvent pour des raisons économiques. Les dépenses sur place traduisent ces arbitrages. Un vacancier sur cinq a diminué son budget, en ciblant en priorité la restauration et les achats.

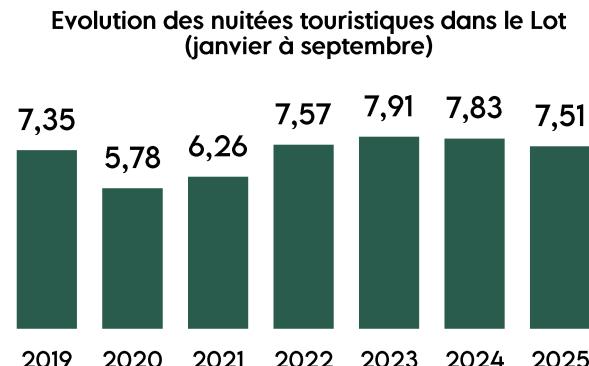
Dans le Lot, après deux années marquées par une dynamique particulièrement favorable, il semblerait que l'on assiste en 2025 à un phénomène d'ajustement de la fréquentation. Bien qu'en léger recul par rapport à 2023 et 2024, les nuitées demeurent relativement stables sur ces quatre dernières années et tendent à rejoindre les volumes observés en 2019. Cette stabilisation apparente masque cependant une réalité plus contrastée pour les acteurs du secteur.

En effet, si le Lot conserve des fondamentaux solides en matière d'attractivité touristique, cette saison a mis en évidence quelques signaux de faiblesse du côté de la demande, plus fragmentée selon les périodes et les clientèles. Les comportements de consommation ont continué d'évoluer vers davantage de prudence. Dans un contexte général d'incertitude lié à la conjoncture socio-économique, les professionnels doivent faire face à une équation sans cesse plus complexe, entre croissance des charges d'exploitation, pression sur le pouvoir d'achat et attentes renouvelées des clientèles.

Le bilan s'avère ainsi nuancé : certaines périodes et secteurs d'activité ont connu une activité satisfaisante, d'autres ont été affectés par un contexte moins favorable. Cette note de conjoncture propose une première lecture de la saison, construite à partir des données disponibles et des retours du terrain.

1. Atout France & ADN Tourisme. Communiqué de presse n°870. 4 septembre 2025

Une fréquentation globalement préservée sur les 9 premiers mois malgré un ralentissement en septembre



Après deux années particulièrement dynamiques en matière de fréquentation touristique (2023 et 2024), le Lot enregistre en 2025 un niveau d'activité plus contenu, comparable à celui de 2022.

Avec 7,5 millions de nuitées cumulées sur les neuf premiers mois de l'année, le département affiche un recul modéré de 4% par rapport à 2024 mais reste en légère progression par rapport à la fréquentation de 2019 (+2%).

Cette tendance révèle toutefois d'importants contrastes en fonction de l'origine des clientèles. La clientèle française, toujours majoritaire avec 5,4 millions de nuitées, connaît une légère baisse de 2% par rapport à 2024. En revanche, la fréquentation étrangère diminue plus nettement (-8%), confirmant la tendance baissière amorcée dès le printemps.

Volumes cumulés de nuitées touristiques (janvier à septembre)

	2019	2024	2025	Evol. vs. 2024	Evol. vs. 2019
Français	5 161K	5 568K	5 432K	-2% ➔	+5% ⬆
Etrangers	2 194K	2 263K	2 082K	-8% ⬇	-5% ⬇
Total	7 355K	7 831K	7 514K	-4% ➔	+2% ➔

Après un début d'année plutôt stable, la saison 2025 marque un ralentissement progressif de la fréquentation

La fréquentation touristique de l'année 2025 a connu un démarrage assez tardif, avec une période hivernale comptabilisant 880 000 nuitées, soit un recul généralisé par rapport à 2024 (-7%) mais aussi à 2019 (-3%). L'avant-saison (avril à juin) s'est révélée plus favorable, atteignant des volumes conformes aux tendances observées les années précédentes.

Volumes cumulés de nuitées touristiques (janvier à septembre)

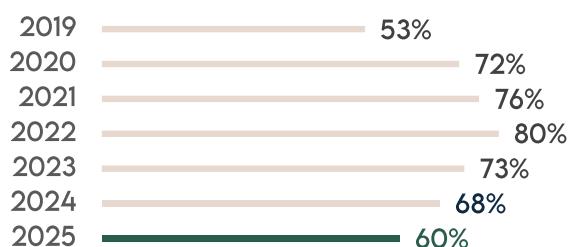
	2019	2024	2025	2025 vs. 2024		2025 vs. 2019	
				Volumes	%	Volumes	%
HIVER (janvier à mars)	903k	945k	880k	-65k	-7% ⬇	-23k	-3% ➔
AVANT SAISON (avril à juin)	2 293k	2 294k	2 309k	+15k	+1% ➔	+16k	+1% ➔
PLEINE SAISON (juillet et août)	3 478k	3 873k	3 658k	-216k	-6% ⬇	+180	+5% ⬆
ARRIÈRE SAISON (septembre)	682k	718k	667k	-51k	-7% ⬇	-14k	-2% ➔

La situation a toutefois évolué sur la période estivale. Avec 3,6 millions de nuitées, la pleine saison n'est pas parvenue à regagner les volumes de fréquentation de 2024 (-6%), mais demeure supérieure aux niveaux de 2019 (+5%). L'arrière-saison s'est inscrite dans la même trajectoire, avec 667 000 nuitées, soit un retrait de 7% sur un an.

6 professionnels sur 10 se déclarent satisfaits de leur saison 2025

Bien que la fréquentation touristique demeure globalement stable par rapport aux saisons précédentes, la satisfaction des professionnels ne cesse de reculer depuis 2022. En 2025, seuls 60% des répondants se déclarent satisfaits de leur saison, contre 68% en 2024 et 73% en 2023.

Satisfaction des professionnels au cours des dernières saisons touristiques



Satisfaction des professionnels au cours de la saison touristique 2025



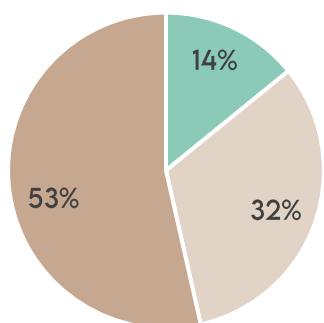
L'analyse mensuelle du ressenti des professionnels en 2025 reste plutôt homogène, malgré quelques variations ponctuelles. Le mois de juin (61%) et celui d'août (61%) figurent parmi les plus satisfaisants, confirmant la bonne tenue de la fréquentation durant ces périodes clés. À l'inverse, juillet (49%) et septembre (51%) apparaissent plus nuancés, en lien avec des niveaux d'activité légèrement inférieurs aux attentes.

Malgré ces variations, le bilan est majoritairement positif avec un taux de satisfaction de 60% sur l'ensemble de la saison, traduisant une stabilité du ressenti malgré une conjoncture économique dont les impacts semblent affecter de façon croissante l'économie touristique.

Des retombées économiques plus contrastées qu'en 2024

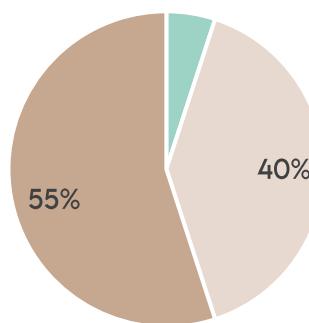
Alors qu'une majorité des professionnels du tourisme lotois se déclarent satisfaits de la saison 2025, les indicateurs économiques dressent un tableau plus mitigé. Plus d'un professionnel sur deux (53 %) évoque une baisse d'activité par rapport à 2024, un tiers (32 %) une stabilité, et seuls 14 % constatent une amélioration.

Par rapport à la saison précédente, vous diriez que votre niveau d'activité pour cette saison est ... ?



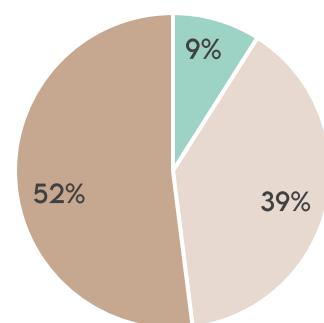
■ Supérieur
■ Équivalent
■ Inférieur

Diriez-vous que le budget moyen de vos clients par rapport à la saison précédente est... ?



■ Supérieur
■ Équivalent
■ Inférieur

Globalement, comment s'est passée la saison [...] par rapport à vos attentes ?



■ Mieux que prévu
■ Comme prévu
■ Moins bien que prévu

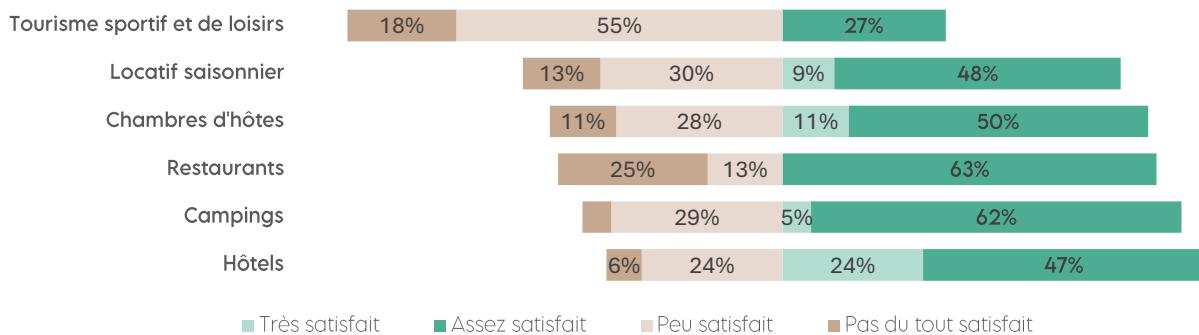
Parallèlement, la perception du budget moyen des clientèles renforce ce constat d'une consommation plus mesurée. Plus de la moitié des répondants (55%) estiment que leurs clients ont dépensé moins qu'en 2024, tandis que seuls 5% notent une hausse. Ce pouvoir d'achat plus contraint se ressent directement dans l'appréciation globale de la saison : 52 % des acteurs la jugent moins bonne qu'espérée, contre 39 % qui la trouvent conforme à leurs attentes.

Des écarts de satisfaction révélateurs des réalités propres à chaque secteur

L'analyse de la satisfaction des professionnels par secteurs révèle de fortes disparités dans la perception de la saison touristique, liées notamment à la sensibilité de chaque activité aux conditions météorologiques et aux évolutions des comportements de consommation.

Cette année, les hôtels et campings affichent les niveaux de satisfaction les plus élevés, avec respectivement 71% et 67% de professionnels se déclarant satisfaits, malgré des épisodes de fortes chaleurs qui ne sont pas toujours favorables à l'hôtellerie de plein air.

Globalement, êtes-vous satisfait de la fréquentation de votre structure pour la saison ?



À l'inverse, les restaurants et le tourisme sportif et de loisirs, plus exposés aux aléas climatiques et à la contraction du pouvoir d'achat, présentent des taux de satisfaction nettement inférieurs : 73% d'entre eux se déclarent ainsi « peu » ou « pas du tout » satisfaits.

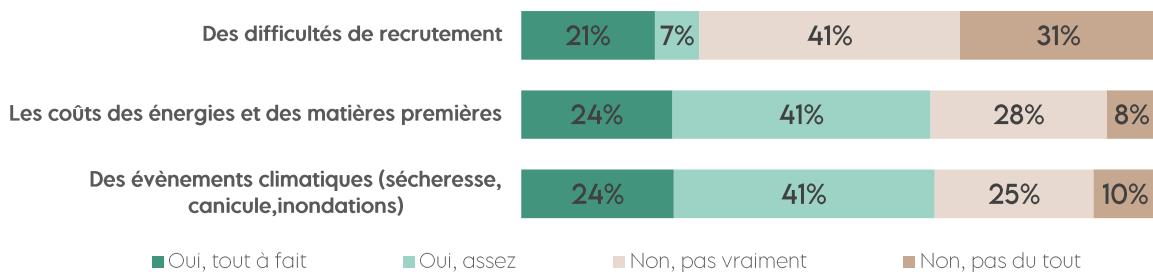
Enfin, les chambres d'hôtes et locations saisonnières se situent dans une position intermédiaire, avec environ six professionnels sur dix satisfaits, mais près d'un tiers exprimant un certain recul de leur activité.

Une saison marquée par la hausse des coûts et les aléas météorologiques

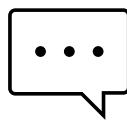
Les facteurs ayant influencé l'activité touristique au cours de la saison 2025 se résument en trois principaux éléments d'impact : les coûts de l'énergie et des matières premières, les aléas climatiques et, dans une moindre mesure, les difficultés de recrutement.

Plus de six professionnels sur dix (65%) déclarent ainsi avoir été affectés par la hausse des coûts, un constat déjà récurrent les années précédentes mais qui semble s'accentuer face à la conjoncture économique. Les conditions climatiques apparaissent comme un second facteur majeur d'impact, cité par également 65% des répondants. La récurrence des épisodes de forte chaleur, notamment en août, a particulièrement perturbé certaines activités de plein air.

Durant la saison, vous avez été impactés par... ?



Fortement présent depuis la période de l'après COVID, l'enjeu du recrutement des saisonniers est un point de préoccupation majeur des professionnels du tourisme ces dernières années. Alors que cette problématique touchait encore plus de 44% des répondants en 2024, elle semble s'être légèrement résorbée avec 30% des professionnels déclarant avoir connu des difficultés dans ce domaine en 2025.



LA PAROLE AUX PROFESSIONNELS

Une saison jugée correcte mais sans réelle dynamique

« L'année 2024 n'avait pas été une bonne année, hormis le mois d'août... En 2025, le printemps a été correct, juillet plutôt calme, août très bon sur la première quinzaine mais plus faible sur la seconde, et septembre pluvieux... Ce n'est pas une mauvaise saison, mais pas une bonne non plus. » (Tourisme sportif et de loisirs)

« Saison estivale mitigée. En septembre, moins d'adhésion pour l'année 2025/2026. » (Tourisme sportif et de loisirs)

« Très mauvaise saison. » (Restaurants)

« En septembre, une belle embellie globale, notamment grâce au week-end des Montgolfiades, dont le retour après une année d'absence a attiré du monde. » (Offices de tourisme)

« La désaffection pour le mois de juillet est de plus en plus marquée. » (Tourisme culturel)

Des comportements de consommation contraints par le pouvoir d'achat

« [...] les clients dépensent moins : une nuit sur trois ou quatre, ils dînent à table d'hôtes puis mangent dans leur chambre. » (Chambres d'hôtes)

« Différence de pouvoir d'achat entre la clientèle française et la clientèle anglo-saxonne. » (Hôtels)

« Manque de budget, et départs privilégiés vers l'Espagne ou le Maroc. » (Gîtes ruraux / Locations de vacances)

« Concernant le panier moyen des Français, ce n'était pas brillant cette année... beaucoup préparent leur pique-nique pour économiser et évitent les restaurants. » (Campings)

« Cette année, 60 % de mes clients ont payé en chèques-vacances. » (Chambres d'hôtes)

Une météo instable qui a freiné la dynamique estivale

« La saison 2025 avait bien démarré par rapport à 2024, jusqu'à la dizaine de jours caniculaires d'août qui ont marqué un coup d'arrêt, suivis d'une semaine pluvieuse. » (Tourisme sportif et de loisirs)

« Le temps froid de juillet a considérablement réduit les réservations. » (Chambres d'hôtes)

« La météo n'était pas favorable fin août, entraînant de nombreuses annulations. » (Campings)

« Nous restons très dépendants de la météo, avec un mois de septembre particulièrement frais. La saison estivale se raccourcit : les touristes arrivent désormais après le 14 juillet seulement. » (Tourisme culturel)

« La météo maussade du mois de septembre a fortement pesé sur la fréquentation, notamment au snack du camping. » (Campings)

Précisions méthodologiques :

Les données mobilisées dans cette analyse sont issues d'un dispositif partenarial coordonné par le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie. Dans le département du Lot, environ 700 prestataires représentatifs de la diversité des domaines d'activité touristique sont interrogés afin d'appréhender les tendances de l'activité touristique : hôtels, campings, chambres d'hôtes, gîtes d'étapes, meublés, restaurants, sites de visites et offices de tourisme. Ces éléments exprimés par le ressenti des professionnels sont une photographie à un instant donné. 127 prestataires ont contribué à cette vague d'enquête.