LOT TOURISME
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE



BILAN TOURISTIQUE SAISONNIER 2026

Les principaux chiffres de la saison 2026

6,9M
nuitées
de janv. à sept.

-8%
par rapport à
2025

49%
des prestataires
satisfaits en
moyenne

À l'échelle nationale, le premier bilan estival publié par Atout France laisse apparaître une activité touristique globalement satisfaisante, soutenue notamment par les clientèles internationales. Cette tendance encourageante s'accompagne toutefois de situations contrastées selon les territoires et les secteurs, dans un contexte économique et climatique qui continue de peser sur le déroulement de la saison.*

Si les Français restent attachés à leurs vacances, les arbitrages budgétaires occupent ainsi une place importante dans leurs choix. Un vacancier sur deux déclare avoir adapté au moins une de ses habitudes pour des raisons économiques, en réduisant notamment ses dépenses sur place. Les conditions météorologiques ont également influencé l'organisation des séjours pour 55% des Français partis en vacances, soulignant la sensibilité de l'activité touristique à ces aléas.

Dans le Lot, les données actuellement disponibles dessinent un bilan plus difficile. Après le ralentissement observé en 2025, la fréquentation connaît un recul sur les neuf premiers mois de l'année. Les difficultés se sont particulièrement fait sentir au printemps et durant l'été, avant une quasi-stabilisation en septembre. Cette fin de période plus favorable vient nuancer la tendance, sans toutefois compenser le déficit de fréquentation accumulé depuis le début de la saison.

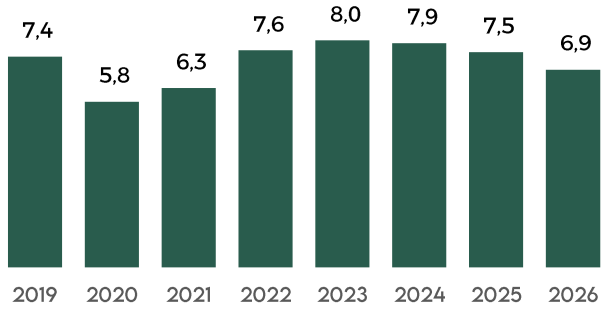
Ce recul trouve également un écho dans le ressenti des professionnels, dont moins de la moitié se déclarent satisfaits en moyenne sur la saison. Aux effets des fortes chaleurs s'ajoutent le poids des charges d'exploitation et une consommation jugée plus mesurée par une majorité de répondants. Dans ce contexte, les résultats restent souvent en deçà des attentes, malgré une amélioration du ressenti en fin de saison.

Au-delà de cette tendance d'ensemble, les situations demeurent néanmoins contrastées : certaines activités présentent un bilan plus favorable, tandis que d'autres apparaissent davantage fragilisées par les contraintes de la saison. Ce bilan de saison propose une lecture de ces évolutions, construite à partir des données disponibles et des retours du terrain.

*Atout France, « Un premier bilan encourageant de l'activité touristique cet été », 16 septembre 2026

Une fréquentation globalement en retrait malgré une légère reprise en septembre

Evolution des nuitées touristiques dans le Lot (janvier à septembre)



Après le ralentissement observé en 2025, la fréquentation touristique du Lot connaît un recul plus prononcé en 2026, dans un contexte climatique et économique particulièrement contraignant.

Sur les neuf premiers mois de l'année, le département totalise ainsi 6,9 millions de nuitées, soit une baisse de 8% par rapport à 2025 et de 12% par rapport à 2024. Ce niveau de fréquentation se situe également en deçà de celui de 2019 (-6%), confirmant les difficultés rencontrées au cours de cette saison.

Cette tendance d'ensemble se retrouve du côté de la clientèle française, toujours majoritaire avec 4,9 millions de nuitées, en baisse de 9% par rapport à 2025 et de 12% par rapport à 2024. La fréquentation étrangère totalise, quant à elle, près de 2 millions de nuitées. Selon les données actuellement disponibles, ce volume représente un recul de 5% sur un an et de 13% par rapport à 2024*.

Volumes cumulés de nuitées touristiques (janvier à septembre)

	2024	2025	2026	Evol. vs. 2025	Evol. vs. 2024
Français	5 584K	5 449K	4 938K	-9% ↓	-12% ↓
Étrangers	2 276K	2 096K	1 988K	-5% →	-13% ↓
Total	**7 861K**	**7 544K**	**6 926K**	**-8%** ↓	**-12%** ↓

Après un début d'année en léger retrait, la fréquentation recule plus nettement au printemps et durant l'été

Déjà perceptible durant l'hiver, avec 849 000 nuitées et une baisse de 3% par rapport à 2025, le recul de la fréquentation s'est accentué à l'avant-saison. Entre avril et juin, le Lot cumule 2,1 millions de nuitées, soit un retrait de 11% sur un an et de 10% par rapport à 2024. Dans un contexte économique déjà peu favorable, les fortes chaleurs de juin sont ainsi venues fragiliser davantage l'activité, à l'approche d'une période estivale particulièrement attendue.

Volumes cumulés de nuitées touristiques (janvier à septembre)

	2024	2025	2026	2026 vs. 2025		2026 vs. 2024	
				Volumes	%	Volumes	%
HIVER (janvier à mars)	945k	880k	849k	-31k	-3% →	-96k	-10% ↓
AVANT SAISON (avril à juin)	2 294k	2 309k	2 063k	-246k	-11% ↓	-232k	-10% ↓
PLEINE SAISON (juillet et août)	3 873k	3 658k	3 323k	-335k	-9% ↓	-550k	-14% ↓
ARRIERE SAISON (septembre)	748k	698k	691k	-7k	-1% →	-57k	-8% ↓

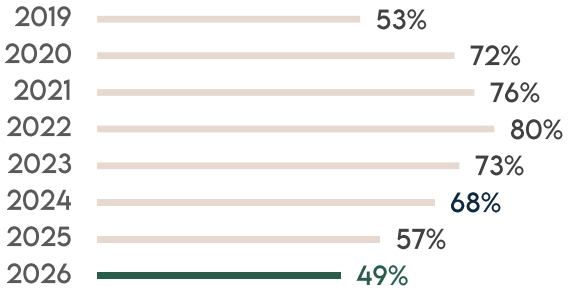
La pleine saison s'est néanmoins inscrite dans le prolongement de ces difficultés. Avec 3,3 millions de nuitées cumulées, juillet et août restent en retrait de 9% par rapport à 2025 et de 14% par rapport à 2024. Le mois de septembre apporte toutefois un soulagement relatif avec une baisse de fréquentation limitée à 1% par rapport à 2025.

*Ces comparaisons restent néanmoins provisoires, dans l'attente de la relivraison par Orange des données étrangères de 2024 et 2025, susceptible de modifier les évolutions présentées.

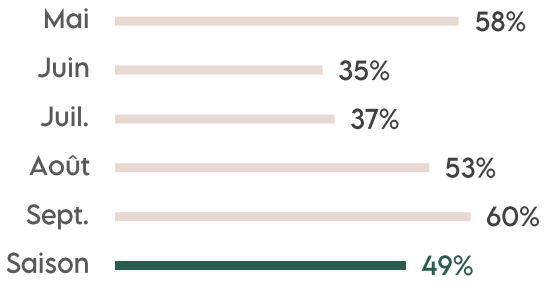
49 % de satisfaction moyenne au cours de la saison 2026

Le recul de la fréquentation trouve également un écho dans le ressenti des professionnels, dont la satisfaction continue de s'éroder. En moyenne sur la saison 2026, 49% se déclarent satisfaits, contre 57% en 2025 et 68% en 2024. Cette nouvelle baisse prolonge ainsi la tendance observée depuis 2022, année où la satisfaction atteignait 80%.

Satisfaction moyenne des professionnels au cours des dernières saisons touristiques



Satisfaction des professionnels au cours de la saison touristique 2026



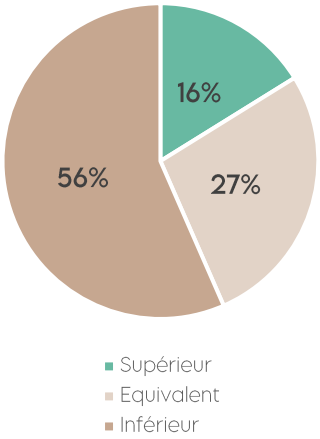
Ce bilan d'ensemble recouvre toutefois des situations contrastées selon les périodes. Après un mois de mai encore relativement bien perçu, avec 58% de professionnels satisfaits, le ressenti se dégrade nettement en juin (35%) et en juillet (37%). Dans un contexte de fortes chaleurs et de fréquentation en retrait, ces deux mois apparaissent comme les plus difficiles de la saison pour les répondants.

La situation s'améliore néanmoins en seconde partie d'été, avec une satisfaction qui remonte à 53% en août, puis atteint son meilleur niveau en septembre (60%). Ce dernier mois bénéficie d'une météo plus clémente et d'une fréquentation proche de celle de 2025, accompagnant un ressenti plus favorable des professionnels. Cette fin de saison mieux perçue vient ainsi nuancer le bilan, sans toutefois effacer les difficultés accumulées depuis le printemps.

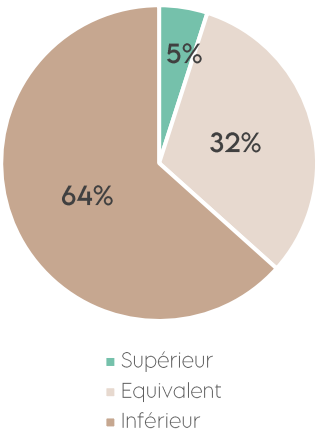
Une activité en baisse et des dépenses plus contraintes

Si le ressenti des professionnels s'est amélioré en fin de saison, leur bilan d'activité demeure néanmoins marqué par les difficultés rencontrées au fil des mois. Plus d'un répondant sur deux (56%) fait ainsi état d'une activité inférieure à celle de 2025, tandis que 27% évoquent une stabilité et seuls 16% constatent une progression.

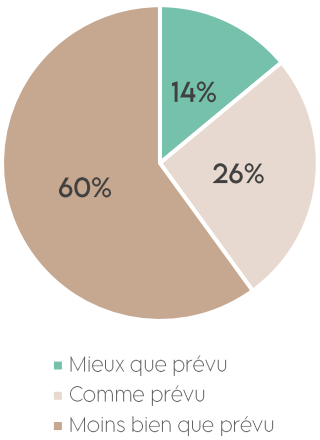
Par rapport à la saison précédente, vous diriez que votre niveau d'activité pour cette saison est ... ?



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



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



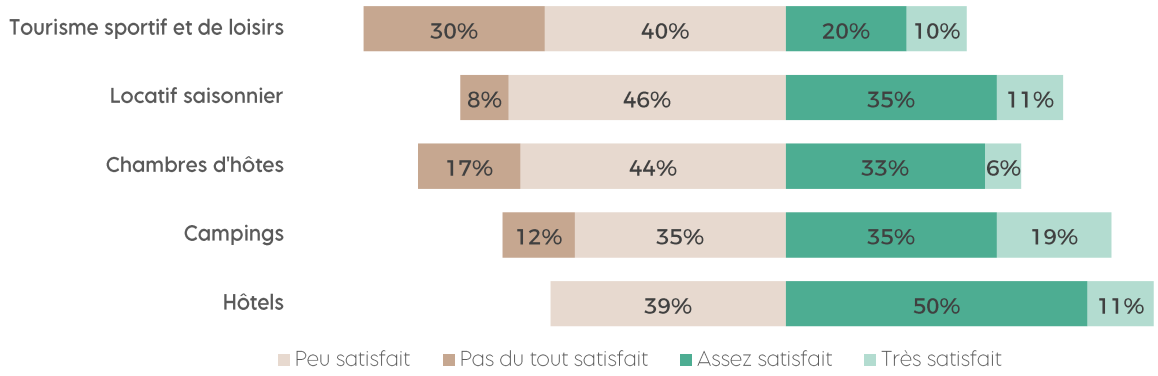
À ce bilan d'activité s'ajoute le sentiment d'une consommation plus mesurée. Près des deux tiers des professionnels (64%) estiment que le budget moyen de leurs clients a diminué par rapport à 2025, tandis que 32% le jugent stable et seuls 5% en hausse. Dans ce contexte, la saison est restée en deçà des attentes pour 60% des répondants, contre 26% qui la considèrent conforme à leurs prévisions et 14% meilleure qu'espéré.

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 aléas climatiques et aux arbitrages budgétaires.

Cette année, les hôtels affichent le niveau de satisfaction le plus élevé (61%). Les campings présentent un bilan plus mitigé, avec 54% de professionnels satisfaits.

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



À l'inverse, le tourisme sportif et de loisirs apparaît le plus en difficulté : seuls 30% des répondants sont satisfaits, contre 70% peu ou pas du tout satisfaits. Ce secteur reste particulièrement exposé aux aléas climatiques.

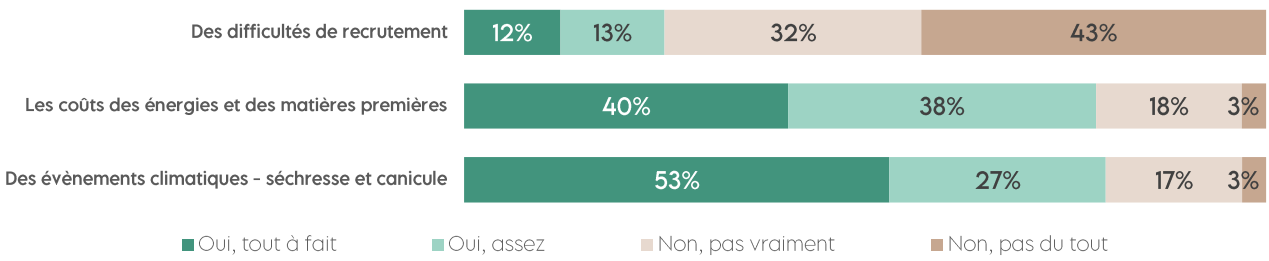
Enfin, les chambres d'hôtes et le locatif saisonnier affichent également une satisfaction minoritaire, avec respectivement 39% et 46% d'avis positifs. Ces résultats soulignent la diversité des situations au-delà de la moyenne départementale.

Une saison marquée par les aléas climatiques et le poids des coûts d'exploitation

Les retours des professionnels confirment le poids des contraintes climatiques et économiques dans le déroulement de la saison 2026. Huit répondants sur dix (80%) déclarent avoir été affectés par les événements climatiques. La répétition des épisodes de fortes chaleurs a notamment perturbé les activités de plein air et certains rendez-vous de la saison.

À ces aléas s'ajoutent les pressions liées aux coûts de l'énergie et des matières premières. Celles-ci concernent 78% des répondants. Les structures doivent ainsi composer avec des charges d'exploitation importantes, alors même que les professionnels perçoivent une consommation plus mesurée de leurs clientèles.

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



Les difficultés de recrutement apparaissent, en revanche, moins répandues. Un quart des professionnels (25%) déclarent en avoir subi les effets, tandis que les trois quarts estiment avoir été peu ou pas affectés. Cet enjeu demeure toutefois une préoccupation pour certaines structures, comme en témoignent les 12% de répondants qui se disent fortement touchés.

LA PAROLE AUX PROFESSIONNELS

Une saison atypique marquée par des réservations tardives et des disparités mensuelles

« Premier quadrimestre très intéressant. Mai, juin et juillet largement en dessous de 2025 ; septembre bien au-dessus. » (Hôtels)

« Le mois d'août, très décevant, a été rattrapé par un beau mois de juillet et un mois d'août chargé en prestations traiteur. » (Restaurants)

« Pour la structure dans son ensemble : Visites guidées et animations : annulation de nombreuses visites guidées en raison de la chaleur, des orages et du manque d'inscrits (individuels et groupes). Pour les animations individuelles, des difficultés organisationnelles : la pratique du « dernier moment », de plus en plus marquée, n'est pas compatible avec notre gestion des ressources humaines. Boutique : le chiffre d'affaires est en baisse par rapport aux années précédentes, mais c'est à mettre en corrélation avec la baisse de fréquentation, car le panier moyen est en légère augmentation. » (Offices du tourisme)

« Réservations très satisfaisantes en moyenne saison et très tardives en haute saison, avec des prix à la baisse. Clientèle anglaise en forte hausse. Globalement, une saison satisfaisante, mais atypique. » (Gîtes ruraux / Locations de vacances)

Des difficultés économiques et structurelles persistantes

« Il est difficile pour notre structure de travailler dans le Lot. [...] Le coût des charges pour certaines structures et le manque de subventions pour d'autres font que nos activités enregistrent une baisse des demandes. » (Tourisme sportif et de loisirs)

« Depuis 14 ans que nous louons ce bien, 2026 aura été la plus mauvaise année, avec un chiffre d'affaires en chute de 60%. Le plus consternant est le manque de demandes. Nous n'avons pas eu une seule demande en juillet, septembre et octobre, alors que nos prix n'ont pas augmenté depuis quatre ans et que nous avons amélioré la maison. » (Gîtes ruraux / Locations de vacances)

Un pouvoir d'achat contraint et des arbitrages de consommation

« Nous avons baissé le prix des petits déjeuners pour permettre à notre clientèle de se les offrir. » (Chambres d'hôtes)

« Les clients sont là, la fréquentation est plutôt bonne, mais les résultats sont plus mitigés... L'hiver va être dur. » (Hôtels)

« Les prix des carburants, la hausse des prix en général, la peur de la guerre, les informations toujours négatives dans les médias, etc., n'aident pas du tout » (Chambres d'hôtes)

« Un mois de septembre moins bon que celui de 2025, avec moins d'achats de prestations supplémentaires [...] (Gîtes ruraux / Locations de vacances)

Précisions méthodologiques :

Les résultats de l'enquête de conjoncture sont issus d'un dispositif partenarial coordonné par l'Agence d'Attractivité et de Développement d'Occitanie. Dans le Lot, environ 700 prestataires représentant la diversité des activités touristiques sont sollicités chaque mois : hôtels, campings, chambres d'hôtes, gîtes d'étape, meublés, restaurants, sites de visite et offices de tourisme. Cette enquête permet d'appréhender les tendances de l'activité à travers le ressenti des professionnels et constitue une photographie de leur situation au moment de chaque interrogation. Au total, 909 réponses cumulées sur l'ensemble de la saison ont contribué à l'élaboration de ce bilan.

CONTACTS

Pierre LAGACHE – pierre.lagache@tourisme-lot.com - 06 07 45 75 77

Salma BOUCETTA – salma.boucetta@tourisme-lot.com - 06 12 44 34 41