





DOSSIER DE PRESSE

Bilan de la saison estivale 2026 en Occitanie





Conférence de presse
24 novembre 2026
La Cité (Toulouse)

OCCITANIE AD OCC L'AGENCE D'ATTRACTIVITÉ ET DE DÉVELOPPEMENT

La Région Occitanie Pyrénées - Méditerranée



SOMMAIRE

05
L'ESSENTIEL :
- Les chiffres clés de la saison 2026 - P5
- Une fréquentation en retrait, une attractivité préservée - P6

07
LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES

09
LE BILAN PAR TYPE D'HÉBERGEMENT

11
LE BILAN PAR UNIVERS DE DESTINATION

13
LE RESSENTI DES PROFESSIONNELS

14
SOURCES ET PRÉCISIONS MÉTHODOLOGIQUES



ÉDITORIAL

En Occitanie, le tourisme a les ressources pour relever les défis de demain.

L'Occitanie est toujours la deuxième destination touristique des Français, confirmant la force d'attraction de la région et la richesse de son offre, du littoral aux montagnes, des campagnes aux villes. La récente enquête confirme l'attachement des touristes à notre territoire, ainsi que leur infini plaisir à le découvrir. Cependant, la saison contrastée de cet été 2026 démontre toute la nécessité d'un travail collectif pour préserver notre force d'attraction et la richesse de notre offre, du littoral aux montagnes, des campagnes aux villes.

Derrière ces chiffres, il y a des professionnels passionnés et engagés qui font preuve de résilience, d'imagination et d'une remarquable capacité d'adaptation. Ils renouvellent leurs offres, inventent de nouvelles expériences et s'adaptent aux attentes des visiteurs pour les fidéliser et en séduire de nouveaux. Cette énergie et cette créativité sont notre meilleure force pour préparer l'avenir.
Car les défis sont nombreux : évolution des comportements touristiques, nouvelles attentes des clientèles, transitions environnementales et économiques. Autant de transformations qui sont aussi des occasions d'innover, de valoriser nos territoires et de réinventer le tourisme de demain. Pour relever ces défis, les professionnels peuvent compter sur la Région Occitanie et l'agence AD'OCC, pleinement mobilisées à leurs côtés pour accompagner les entreprises, soutenir l'innovation et favoriser les transitions vers un tourisme plus durable et créateur de valeur pour nos territoires. De la même manière, la Région est présente aux côtés de tout le secteur du Thermalisme face à la menace de déremboursement qui pèse aujourd'hui sur cette filière. , qui bénéficie à la fois aux 150 000 curistes qui viennent chaque année se soigner en Occitanie, et à l'ensemble des communes et territoires qui bénéficient des retombées de cette filière.

C'est pour relever l'ensemble de ces défis, et accélérer la mutation d'un secteur en première ligne face aux conséquences du réchauffement climatique, que la Région proposera vendredi 27 novembre prochain à l'occasion de l'Assemblée Plénière régionale, le vote d'une toute nouvelle stratégie « Tourisme Résilient ». 80 M€ seront notamment mobilisés via notre fonds Tourisme Occitanie Durable pour adapter notre littoral et nos montagnes, ouvrir les vacances à toutes les familles et accompagner celles et ceux qui font vivre le tourisme en Occitanie.
L'Occitanie a toutes les ressources pour continuer à faire du tourisme un moteur de son dynamisme économique et territorial. A nous d'en faire un secteur accessible à tous et à la hauteur des défis de notre époque.

Carole DELGA
Présidente de la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée

Florence Brutus
Vice-présidente de la Région Occitanie, déléguée au Tourisme durable, au Thermalisme et aux Loisirs

Vincent Garel
Président du Comité d'Orientation Stratégique et de Prospective (COSP) de l'agence AD'OCC



CHIFFRES CLÉS

4ème région touristique de France

avec
22,4 milliards
de retombées économiques en 2023

et
138 000 emplois
touristiques en moyenne sur l'année 2023
(salariés et non-salariés).

soit
6,8%
de l'emploi marchand régional

1ère capacité d'accueil touristique de France

36 millions
de nuitées estimées** dans le locatif en plateforme en 2025

29,6 millions
de nuitées dans l'hôtellerie de plein air en 2025

15,7 millions
de nuitées dans l'hôtellerie en 2025

10,7 millions
de nuitées dans les Autres Hébergements Collectifs Touristiques* (AHCT) en 2025

*Les autres hébergements collectifs touristiques regroupent les résidences de tourisme et hôtelières, les villages de vacances, les maisons familiales de vacances, les auberges de jeunesse, les centres internationaux de séjour et les centres sportifs.
**L'estimation des nuitées du locatif en plateforme est issue d'un croisement des données de l'observatoire mutualisé du locatif en plateforme – Lighthouse x Liwango / FTO - France Tourisme Observation.

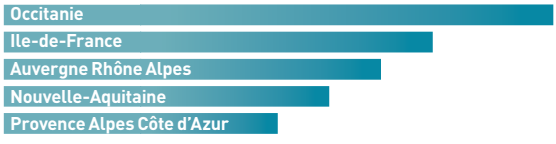
1ère destination thermale de France

avec
149 000
curistes assurés sociaux en 2025

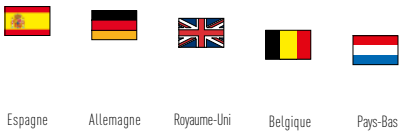
soit près de
1/3
du marché national
du thermalisme soit 32%

Fréquentation touristique française et étrangère

Top 5 clientèles françaises



Top 5 clientèles internationales



28
établissements thermaux





2ème
plus vaste région de France
plus vaste que l'Irlande avec 13 départements



41 Grands Sites Occitanie Sud de France

Agde-Pézenas, Aigues Mortes - Camargue Gardoise, Albi, Vallée du Tarn, Armagnac Abbaye et Cités, Auch, Aux sources du Canal du Midi, Bastides et Gorges de l'Aveyron, Cahors - Vallée du Lot, Canal du midi - Béziers, Carcassonne et les Citadelles du Vertige, Cévennes, Cirque de Navacelles - Lodève - Pays Viganais, Collioure en Côte Vermeille, Conques, Cordes sur Ciel et les Cités Médiévales, Figeac, Vallées du Lot et du Célé, Foix Montségur, Cités médiévales, Gavarnie - Cauterets Pont d'Espagne, Gorges de l'Hérault, Gorges du Tarn, La Grande Motte, Lourdes, Luchon, Marciac, Massif du Canigó - Pays Catalan, Mende Cœur de Lozère, Millau-Roquefort - Sylvanès, Moissac Lauzerte Auvillar, Montauban, Montpellier, Narbonne Méditerranée, Niaux - Mas d'Azil, Pyrénées Préhistoriques, Nîmes - Pont du Gard - Uzès, Perpignan Méditerranée, Pic du Midi, Pyrénées Aure Louron, Rocamadour - Vallée de la Dordogne, Rodez, Saint-Bertrand-de-Comminges Valcabrère, Sète, Toulouse.

11 sites inscrits au Patrimoine mondial par l'UNESCO :
Le canal du Midi, Gavarnie - Mont perdu, les Chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle, la Cité épiscopale d'Albi, les Causses et les Cévennes, le Pont du Gard, la Ville fortifiée historique de Carcassonne, les Fortifications de Vauban (Villefranche-de-Conflent et Mont-Louis), la forêt de la Massane (Pyrénées-Orientales), la Maison Carrée (Nîmes) et les Forteresses Royales du Languedoc

2
Parcs Nationaux



44
stations de sports d'hiver





9
Parcs Naturels Régionaux



+ de 50
ports de plaisance

1
Parc Naturel Marin



220
kilomètres de « Côte Méditerranée »



L'essentiel

Les chiffres clés de la saison 2026 en Occitanie

1er
été le plus chaud en France depuis 1900 (+3,6°C d'anomalie thermique cet été)

1ère
destination de vacances des habitants d'Occitanie (36% de leurs nuitées en France)

ORIGINE DES CLIENTÈLES

2ème
Destination française préférée des Français cet été

-4 %
de nuitées touristiques (total cumulé nuitées françaises et étrangères) vs 2025

72 %
des nuitées régionales sont françaises

FRÉQUENTATION DANS LES HÉBERGEMENTS MARCHANDS

29,4 M
de nuitées dans l'hôtellerie de plein air (-0,7%)*

8,5 M
de nuitées hôtelières (-1,6%)

5,9 M
de nuitées en AHCT[1] (–5,5 %)

17,1 M
de nuitées en locatifs type Airbnb (+1 %)

654 M€
de CA estimé des locatifs type Airbnb (–2 %)

RESSENTI DES PROFESSIONNELS D'OCCITANIE

51 %
de professionnels satisfaits (-11 points vs 2025)

65 %
constatent une baisse du budget des visiteurs (+15 points vs 2025)

72 %
impactés par des événements climatiques (sécheresse, fortes chaleurs, risques d'incendies) (+18 points vs 2025)

73 %
pénalisés par le coût de l'énergie et des matières premières (+15 points vs 2025)

FRÉQUENTATION DANS LES HÉBERGEMENTS MARCHANDS DES STATIONS DES PYRÉNÉES ET DU LITTORAL

86,3 %
d'occupation en août dans les stations littorales (-1,9 point)

66,1 %
d'occupation en juillet-août dans les stations pyrénéennes (+2,4 points)

1 Autres Hébergements Collectifs Touristiques. / M = million

*Source : INSEE - Enquêtes de fréquentation touristique – campings avril à septembre 2026, données provisoires.
Sources : Météo-France / Flux Vision Tourisme / Orange Business (données provisoires) - Insee, hébergements collectifs touristiques, avec les ADT/CDT / Likibu (Liwango), Atout France - FTO – Observatoire mutualisé du locatif – traitements AD'OCC / Enquête de conjoncture ADT/CDT - AD'OCC, septembre 2026 / Panel Stations du littoral - G2A, au 23 octobre 2026 / Panel Pyrénées - Agence des Pyrénées - G2A, du 13 juin au 2 octobre 2026. Données nationales ADN Tourisme

L'essentiel

Une fréquentation en retrait, une attractivité préservée

Malgré une **baisse de fréquentation de 4 % entre avril et septembre 2026,** l'Occitanie conserve sa place de **deuxième destination touristique des Français.** Une saison en demi-teinte, marquée par les contraintes budgétaires des ménages et des conditions climatiques exceptionnelles, qui met à l'épreuve la capacité d'adaptation des professionnels du tourisme.

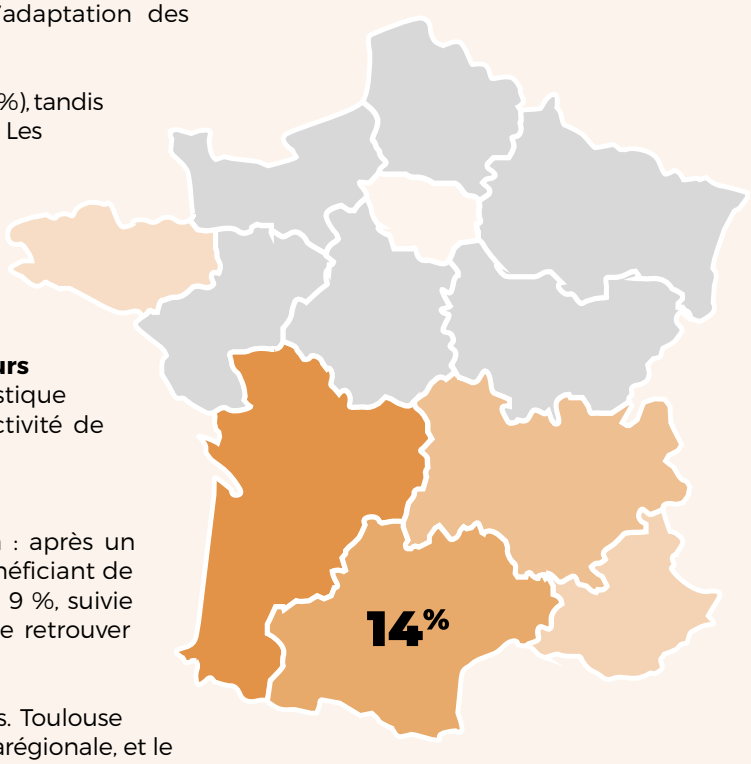
Le recul concerne principalement la clientèle française (–5 %), tandis que la fréquentation internationale résiste mieux (–2 %). Les résultats varient également selon les hébergements : l'hôtellerie limite sa baisse à 1,6 %, soutenue par les clientèles étrangères, et les locations touristiques de courte durée progressent légèrement (+1 %). Les autres hébergements collectifs enregistrent en revanche un repli plus marqué (–5,5 %).

Ces résultats témoignent d'une saison à plusieurs vitesses, mais aussi de la diversité de l'offre touristique régionale, qui demeure un atout majeur pour l'attractivité de l'Occitanie.

Une saison marquée par des évolutions contrastées
Le calendrier a également influencé la fréquentation : après un mois d'avril en recul (–10 %), mai progresse de 3 %, bénéficiant de la concentration des ponts. Juin affiche une baisse de 9 %, suivie d'un cœur d'été en retrait de 5 %. Septembre semble retrouver une certaine stabilité (+1 %, données provisoires).

Les destinations connaissent des trajectoires différentes. Toulouse enregistre une progression de sa clientèle française extrarégionale, et le littoral conserve des taux d'occupation élevés en juillet et août, en retrait toutefois pour les campings. Dans les stations pyrénéennes (suivies par le Panel Pyrénées), le cœur de saison est également bien orienté.

RÉGIONS DE DESTINATION / RÉCEPTRICES DE NUITÉES TOURISTIQUES FRANÇAISES SAISON (AVRIL À AOÛT 2026)



EVOLUTION DES NUITÉES TOURISTIQUES EN OCCITANIE
Ensemble des clientèles (françaises et étrangères), tous modes d'hébergement confondus

Les données de fréquentation des campings de la région seront publiées par l'INSEE début décembre.

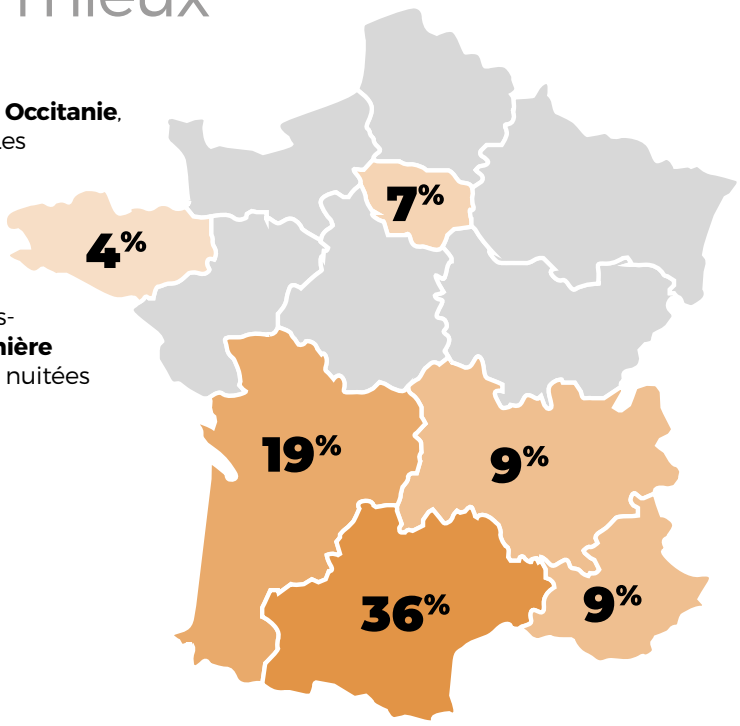
Les clientèles touristiques : la proximité résiste, l'international se maintient

Clientèles françaises : les marchés de proximité résistent mieux

Les Français représentent **72 % des nuitées touristiques en Occitanie**, malgré un recul de 5 % entre avril et septembre 2026. Les habitants d'Occitanie restent la première clientèle française (22 % des nuitées françaises), devant les Franciliens (17 %) et les habitants d'Auvergne-Rhône-Alpes (15 %).

Les marchés de proximité résistent davantage, notamment la Nouvelle-Aquitaine (+4 %) et Provence-Alpes-Côte d'Azur (–1 %). **L'Occitanie reste par ailleurs la première destination de ses habitants,** qui y réalisent 36 % de leurs nuitées touristiques en France sur la période d'avril à août 2026.

ÉVOLUTION DES NUITÉES TOURISTIQUES SELON L'ORIGINE DES CLIENTÈLES
tous modes d'hébergement confondus



RÉGIONS CHOISIES PAR LES VACANCIERS PROVENANT D'OCCITANIE EN TERMES DE NUITÉES TOURISTIQUES SAISON (AVRIL À AOÛT 2026)



Clientèles internationales : une fréquentation globalement stable

Les visiteurs étrangers représentent **28 % des nuitées régionales (–2 %).** L'Allemagne reste le premier marché (14 % des nuitées étrangères), devant l'Espagne (12 %), le Royaume-Uni et la Belgique (11 % chacun). L'Espagne progresse de 4 %, tandis que les marchés britannique et néerlandais reculent de 8 %. En juillet-août, la Belgique devient le premier marché international (15 % des nuitées étrangères), tandis que les clientèles allemandes (+5 %) et américaines (+12 %) progressent.



Des destinations privilégiées selon les nationalités

Le littoral attire particulièrement les Allemands (53 % de leurs nuitées) et les Belges (38 %), tandis que la campagne séduit les Britanniques (45 %), les Néerlandais (36 %) et les Belges (35 %). Les Pyrénées concentrent quant à elles 17 % des nuitées espagnoles.



Source : Flux Vision Tourisme / Orange Business, note de conjoncture AD'OCC, avril-septembre 2026. Données sur les séjours des Occitans : avril-août 2026. Données nationales ADN Tourisme.





Le bilan par type d'hébergement

Hôtellerie : les clientèles étrangères limitent le recul de l'activité

Avec 8,5 millions de nuitées entre avril et août 2026, l'hôtellerie régionale enregistre une légère baisse de fréquentation (–1,6 %), pour un taux d'occupation de 59 %. Le recul des nuitées françaises (–3,5 %) est partiellement compensé par la progression des clientèles étrangères (+3,8 %), notamment espagnoles (+18 %) et italiennes (+21 %) en juillet-août.

Les hôtels de chaîne résistent mieux (–0,6 %) que les indépendants (–2,1 %). Lourdes (+1,9 %) et les Pyrénées (+1,2 %) se distinguent par une hausse de fréquentation, tandis que le littoral et Montpellier maintiennent leur activité.

Source : INSEE

Résidences de tourisme et villages vacances : une fréquentation en baisse

Source : INSEE

Les autres hébergements collectifs touristiques totalisent 5,9 millions de nuitées (–5,5 %), avec un taux d'occupation de 54 %. Le recul touche les clientèles françaises (–5,6 %) comme étrangères (–4,7 %).
Le littoral concentre 42 % des nuitées, malgré une baisse de 4,2 %. Le repli est plus marqué dans les Pyrénées (–7 %) et dans les espaces du Massif central et de la campagne (–10,6 %).

OCCITANIE
Locations de type Airbnb

Source : Likibu/Liwango - FTO

Locations de type Airbnb

Les locations touristiques de type Airbnb enregistrent 17,1 millions de nuitées (+1 %), avec une offre en hausse de 3 % et un taux d'occupation de 44 %. Malgré cette progression, le chiffre d'affaires estimé recule de 2 %, à 654 millions d'euros, sous l'effet d'une baisse du revenu par personne et par nuit (–3 %). Les résultats varient selon les destinations : Lourdes (+7 %) et le Massif central (+5 %) progressent, tandis que Montpellier recule (–6 %).

LES HÉBERGEMENTS EN UN COUP D'OEIL
Nuitées par type d'hébergement

Hôtellerie de plein air : une fréquentation globalement stable avec toutefois des disparités territoriales

Selon l'INSEE, 29,4 millions de nuitées ont été enregistrées dans les campings de la région sur la période d'avril à septembre. Si la fréquentation est stable au niveau régional, elle masque des évolutions contrastées selon les territoires. Les chiffres détaillés seront publiés par l'INSEE le 3 décembre.
Selon le panel des stations littorales, le taux d'occupation des campings sur la saison est en retrait de 2,3 points (56% en moyenne). Après une avant-saison dynamique favorisée par les ponts de mai, les taux d'occupation des campings s'inscrivent à la baisse chaque mois de juin à septembre comparativement à 2025.

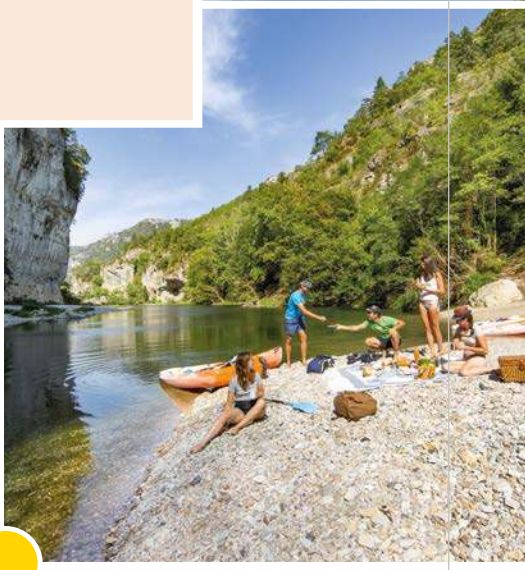
Sources : Observatoire AD'OCC, note de conjoncture estivale 2026, données Insee, Likibu/Liwango et panel des stations littorales. Période avril-août 2026 pour les trois premières catégories.

Le bilan par univers de destination : des dynamiques contrastées

Le littoral : une fréquentation soutenue au cœur de l'été

Malgré un recul de 8 % des nuitées françaises extra-régionales, le littoral d'Occitanie maintient un taux d'occupation moyen de 52,9 % dans les hébergements marchands, quasiment stable par rapport à 2025. Après une avant-saison dynamique (+4,5 points), les stations littorales affichent des taux d'occupation élevés en juillet (68,6 %) et surtout en août (86,3 %). L'hôtellerie résiste bien (+1,1 point), contrairement à l'hôtellerie de plein air (–2,3 points). Le littoral reste particulièrement attractif pour les clientèles internationales, concentrant 53 % des nuitées allemandes et 38 % des nuitées belges enregistrées en Occitanie tous modes d'hébegerments confondus.





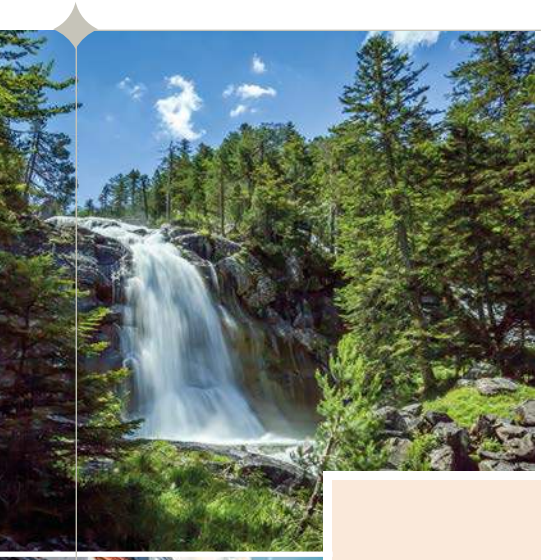
Le Massif Central : des résultats variables selon les modes d'hébergement

Dans l'univers Massif Central, les nuitées françaises extrarégionales reculent de 9 % entre avril et septembre, tandis que la fréquentation étrangère reste globalement stable. L'hôtellerie enregistre une baisse de 5,5 % entre avril et août. Les autres hébergements collectifs connaissent également un recul marqué dans l'ensemble Massif central/campagne. À l'inverse, les locations touristiques de type Airbnb affichent une progression de 5 % des nuitées.

La campagne : une fréquentation globalement stable

La campagne concentre 31 % des nuitées françaises extrarégionales et 29 % des nuitées internationales en Occitanie, deux clientèles dont la fréquentation reste stable par rapport à 2025. Elle arrive également en tête des locations touristiques de courte durée, avec 5,83 millions de nuitées, en légère progression. Une stabilité qui n'exclut pas des difficultés pour les professionnels, confrontés à des visiteurs plus attentifs à leur budget.





Les Pyrénées : un cœur de saison en progression

Dans les territoires et stations suivis par le Panel de l'Agence des Pyrénées, le taux d'occupation atteint 66,1 % en juillet-août dans les hébergements marchands, en progression par rapport à 2025, avec un pic à 79,9 % en août (+2,5 points). L'intersaison reste moins dynamique. L'hôtellerie pyrénéenne en Occitanie progresse également (+1,2 % de nuitées), portée par la clientèle étrangère (+12 %). En revanche, les nuitées françaises extra-régionales reculent de 9 % entre avril et septembre, tous hébergements confondus.

Précision méthodologique : le Panel Pyrénées/G2A de l'Agence des Pyrénées couvre 15 territoires et stations des vallées pyrénéennes, y compris des territoires hors Occitanie. Ces résultats ne doivent donc pas être présentés comme des résultats exclusivement régionaux.



Toulouse et Montpellier : deux métropoles aux dynamiques contrastées

Toulouse se distingue par une hausse de 9 % des nuitées françaises extrarégionales, malgré un léger recul de l'hôtellerie (–1,5 %). Les locations touristiques de courte durée se maintiennent. À Montpellier, la fréquentation reste globalement stable, notamment dans l'hôtellerie, soutenue par la clientèle étrangère (+16 %). Les locations touristiques enregistrent en revanche une baisse de 6 % des nuitées.



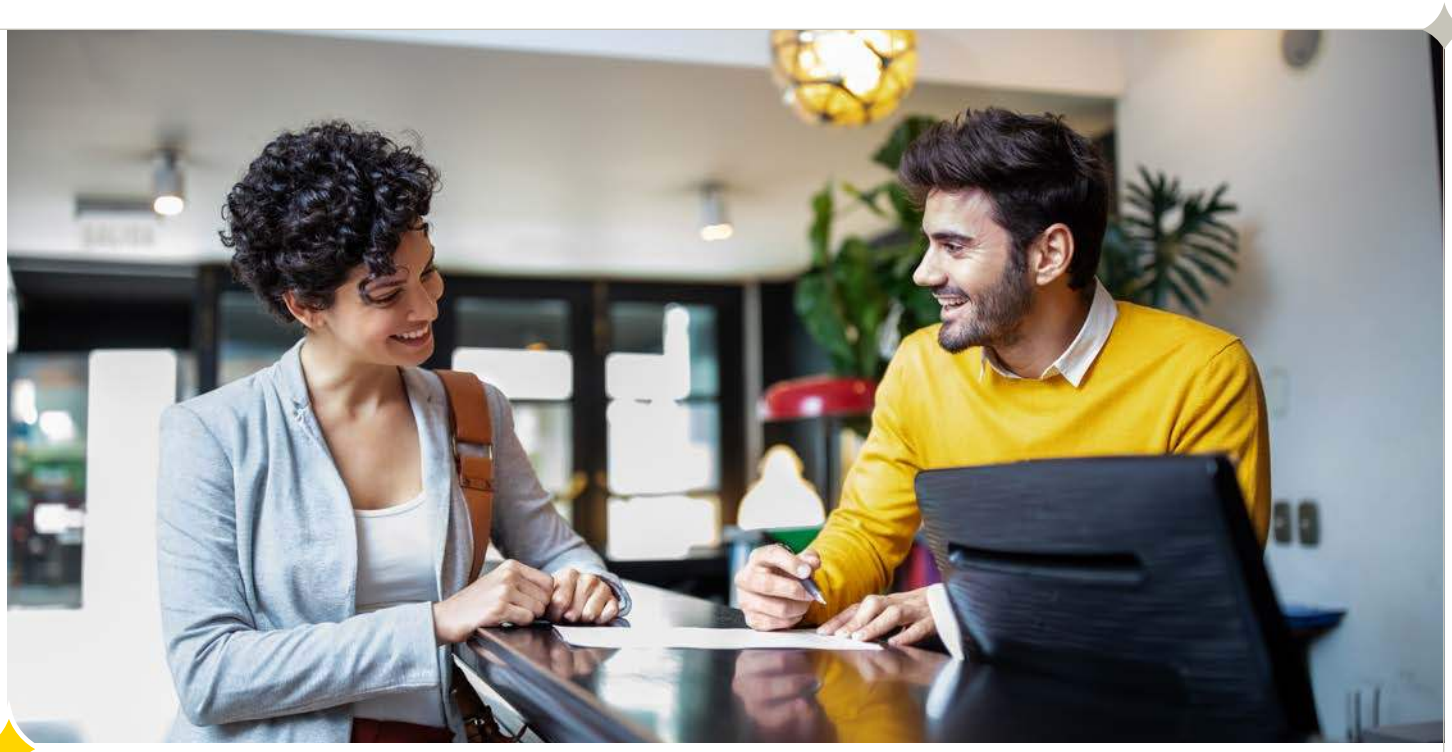
Espaces urbains hors métropoles : une fréquentation stable

Les clientèles françaises extrarégionales et internationales maintiennent leur fréquentation tous modes d'hébergements confondus. L'hôtellerie recule toutefois de 5,4 %, tandis que les locations touristiques de courte durée résistent.



Lourdes : l'hôtellerie et les locations touristiques résistent

Lourdes présente aussi des résultats contrastés selon les clientèles et les hébergements. Entre avril et septembre, les nuitées françaises extrarégionales reculent de 11 %, tandis que les nuitées étrangères diminuent de 7 %. L'hôtellerie affiche néanmoins une progression de 1,9 % entre avril et août, portée par la clientèle internationale (+8 %). Les locations touristiques de courte durée progressent également (+7 %).



Le ressenti des professionnels : une saison 2026 difficile, des acteurs qui s'adaptent

Un bilan en demi-teinte pour les professionnels

Interrogés sur l'impact des tensions internationales sur leur activité, les professionnels citent avant tout la hausse du prix des carburants et la baisse du pouvoir d'achat, qui freinent les déplacements et les dépenses sur place. Plus ponctuellement, ils évoquent le recul des clientèles lointaines, des annulations et un climat anxiogène.

L'enquête confirme une saison contrastée : **51 % se déclarent satisfaits, soit 11 points de moins qu'en 2025**, et 56 % constatent une baisse de leur activité. La montagne (59 %) et le littoral (57 %) affichent les meilleurs niveaux de satisfaction, devant la campagne (49 %) et les espaces urbains (46 %).

Le pouvoir d'achat des visiteurs pèse sur l'activité : 65 % des professionnels constatent une baisse du budget de leurs clientèles, tandis que 73 % déclarent avoir été pénalisés par la hausse des coûts de l'énergie et des matières premières. Ces proportions sont beaucoup plus marquées qu'en 2025.

Des comportements qui évoluent, des professionnels qui s'adaptent

Réservations de dernière minute, séjours plus courts, dépenses davantage maîtrisées : les témoignages recueillis illustrent l'évolution des pratiques touristiques. Face à ces changements, les professionnels font preuve de souplesse et adaptent leurs offres pour répondre aux nouvelles attentes des visiteurs.

Autre signe de mobilisation, **64 % des professionnels déclarent avoir engagé des actions écoresponsables** auprès de leurs visiteurs. Parmi eux, 80 % estiment que leurs recommandations ont été suivies, témoignant d'une volonté d'accompagner l'évolution des pratiques touristiques.

PAROLES DE PROFESSIONNELS

« Nous avons constaté que les clients même aisés faisaient très attention à leur budget. »
Cave viticole (univers campagne)

« Chez nous les réservations ont lieu au dernier moment. Je commence le mois à presque zéro réservation et au fil des jours, le calendrier se remplit. »
Location de vacances (univers urbain)

« La canicule n'a pas entamé les réservations mais les gens restaient cloîtrés l'après -midi. »
Chambre d'hôtes (univers urbain)

« Une obligation d'accepter les séjours de 2 à 3 jours pour espérer faire le même CA que l'an passé. »
Location de vacances (univers montagne)

Sources et précisions méthodologiques

Ce dossier est établi à partir de la Note de conjoncture tourisme – Saison estivale 2026, bilan intermédiaire, publiée le 16 novembre 2026 par l'Observatoire AD'OCC.

Les données sont issues de Flux Vision Tourisme / Orange Business, de l'Insee, de Likibu/Liwango – France Tourisme Observation, de l'enquête de conjoncture ADT/CDT–AD'OCC et des panels de réservation G2A, Agence des Pyrénées et Contrat de Destination Littoral AD'OCC.

Les périodes d'observation varient selon les dispositifs. Les résultats sont provisoires pour certains indicateurs, notamment septembre 2026. Les données régionales de fréquentation des campings ne sont pas encore disponibles. Les séries Flux Vision Tourisme relatives aux clientèles étrangères ont fait l'objet d'une évolution méthodologique en 2026. Les comparaisons présentées reposent sur des séries recalculées.

Notes

Contacts presse

Service presse agence AD'OCC
presse@agence-adocc.com
07 49 54 86 64 / 06 23 30 23 01

agence-adocc.com - voyage-occitanie.com

Service presse de la Région Occitanie / Pyrénées – Méditerranée
service.presse@laregion.fr
Toulouse : 05 61 33 53 49 / 05 61 33 52 75
Montpellier : 04 67 22 81 31

OCCITANIE AD'OCC
L'AGENCE D'ATTRACTIVITÉ ET DE DÉVELOPPEMENT

SITE DE MONTPELLIER (SIÈGE)
132 Bd Pénélope
F · 34000 Montpellier

SITES DE TOULOUSE
15, rue Rivals · CS 78543
F · 31685 Toulouse Cedex 6

55 Av. Louis Breguet
F · 31400 Toulouse

#VoyageOccitanie

Agence Ad'Occ - Novembre 2026

L'EUROPE S'ENGAGE L'OCCITANIE AGIT
Cofinancé par l'Union européenne