



Note de conjoncture

Septembre 2026 & bilan de la saison (mai à septembre) - Tourisme Lot-et-Garonne

Source : enquête de conjoncture du CRTNA auprès des professionnels du tourisme du Lot-et-Garonne, vague de septembre 2026 et la saison de mai à septembre, comparés à 2025.

Septembre 2026 : l'hébergement résiste, la restauration recule

Le mois de septembre 2026 en Lot-et-Garonne présente un bilan contrasté. **Un professionnel sur deux se déclare satisfait de son activité, mais la situation varie fortement d'une activité à l'autre.** Les hébergeurs restent majoritairement satisfaits, alors que la restauration voit sa fréquentation et son chiffre d'affaires reculer nettement. Sur l'ensemble de la saison, la fréquentation étrangère est en retrait, et les professionnels abordent l'automne avec prudence.

50,8 %

Activité de septembre jugée satisfaisante

(55,2 % en nombre d'établissements)

67,3 %

Restauration : fréquentation en baisse vs septembre 2025

(66,7% en nombre d'établissements)

81,0 %

des professionnels de la restauration déclarent un chiffre d'affaires en baisse de mai à septembre vs 2025

55,4 %

Fréquentation étrangère en baisse sur la saison

(66,0 % en nombre d'établissements)

55,8 %

anticipent une dégradation de leur trésorerie d'ici six mois

53,3 %

Fréquentation française jugée satisfaisante en septembre

(57,1 % en nombre d'établissements)

Une fin de saison à deux vitesses

Les hôtels se disent satisfaits de leur mois de septembre et les campings annoncent un chiffre d'affaires de saison en hausse. La restauration, à l'inverse, recule sur le mois comme sur l'ensemble de la saison.

Une fréquentation étrangère en retrait

Sur la saison (mai à sept.), la fréquentation étrangère recule dans l'hébergement et surtout dans la restauration. Dans les autres activités, on observe un maintien ou recul. Le Royaume-Uni et les Pays-Bas sont néanmoins les deux premiers marchés.

Un automne abordé avec prudence

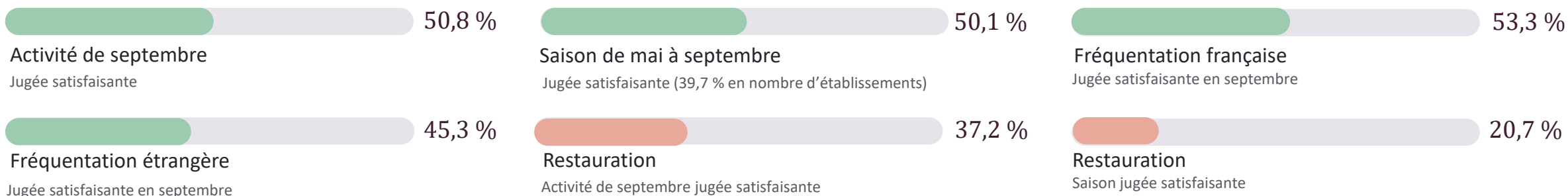
Pour la Toussaint, aucun hébergeur ne voit ses réservations progresser. D'ici six mois, 55,8 % des professionnels anticipent une dégradation de leur trésorerie.



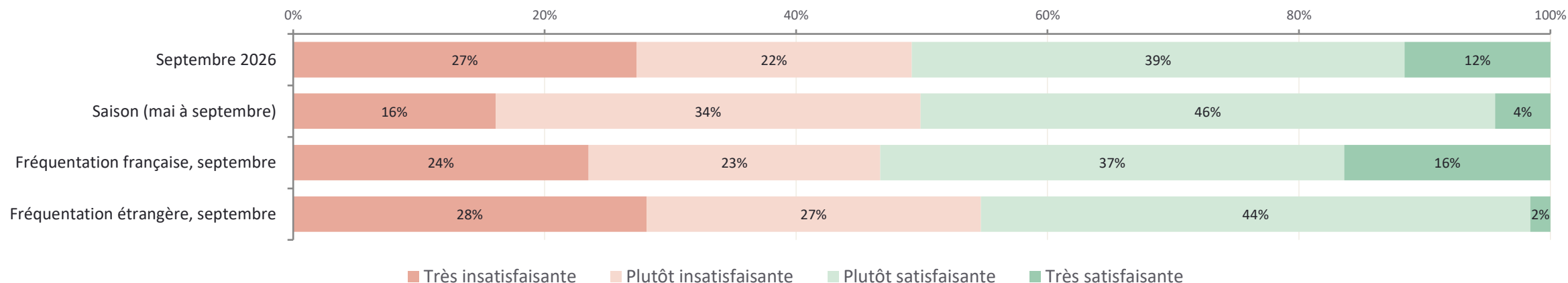
Comment lire cette note : sauf mention contraire, les pourcentages tiennent compte de la taille des établissements. Un grand camping pèse ainsi davantage qu'un petit restaurant, car sa capacité d'accueil est plus importante. Entre parenthèses figure le résultat en nombre d'établissements, où chaque répondant compte pour une voix. Les résultats portent sur les seuls professionnels ayant répondu à l'enquête et sont indicatifs.

Un professionnel sur deux se dit satisfait de son activité en septembre

En septembre, les avis sont partagés : 50,8 % des professionnels jugent leur activité satisfaisante ou très satisfaisante. La fréquentation française est mieux perçue (53,3 %) que la fréquentation étrangère (45,3 %). Sur l'ensemble de la saison, les établissements satisfaits ou très satisfaits représentent 50,1 % de la capacité des établissements interrogés, contre 39,7 % des établissements eux-mêmes. Cet écart traduit le poids plus important des grandes structures dans le résultat pondéré.



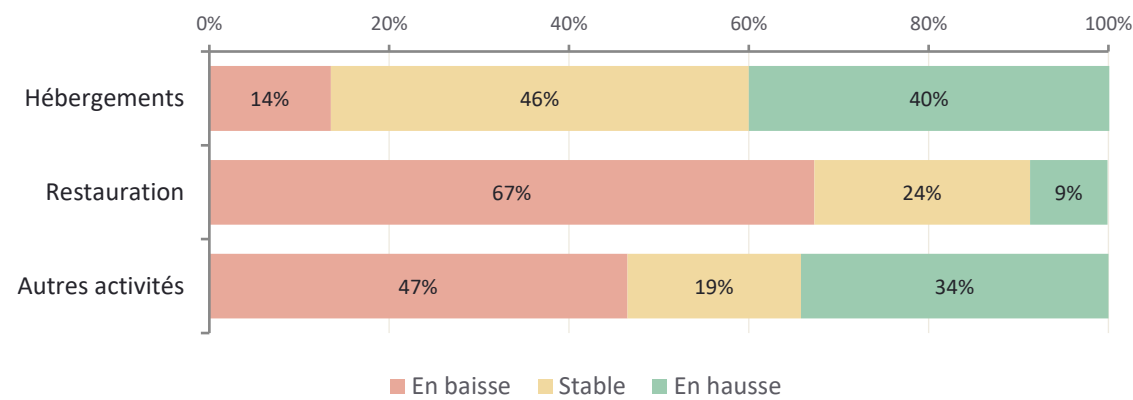
Comment les professionnels jugent leur fréquentation



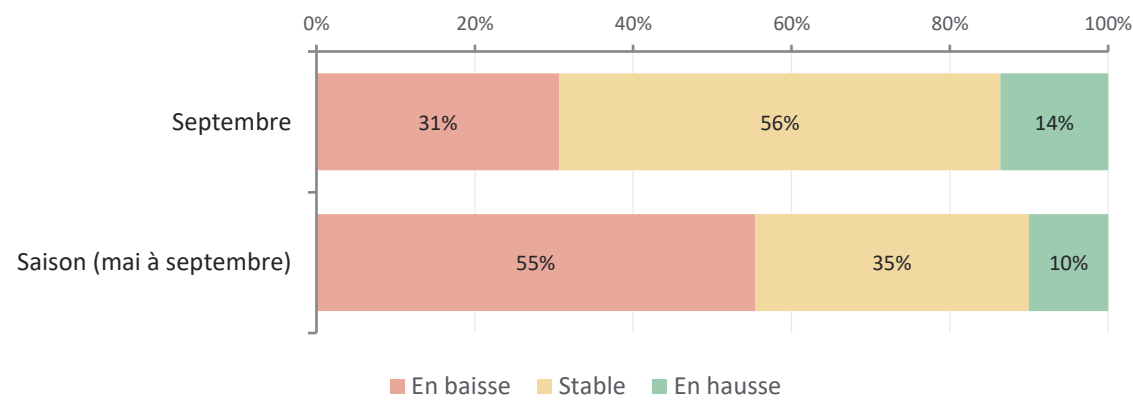
Un bilan contrasté par rapport à 2025

Par rapport à septembre 2025, le bilan est contrasté. La fréquentation recule davantage dans les petites structures que dans les grandes. La restauration enregistre, quant à elle, une baisse nette, aussi bien en septembre que sur l'ensemble de la saison. La fréquentation étrangère est également en recul sur l'ensemble de la saison. En septembre, la baisse est particulièrement sensible dans la restauration et les autres activités, tandis qu'elle reste globalement stable dans les hébergements.

Fréquentation de septembre par rapport à septembre 2025



Fréquentation étrangère par rapport à 2025

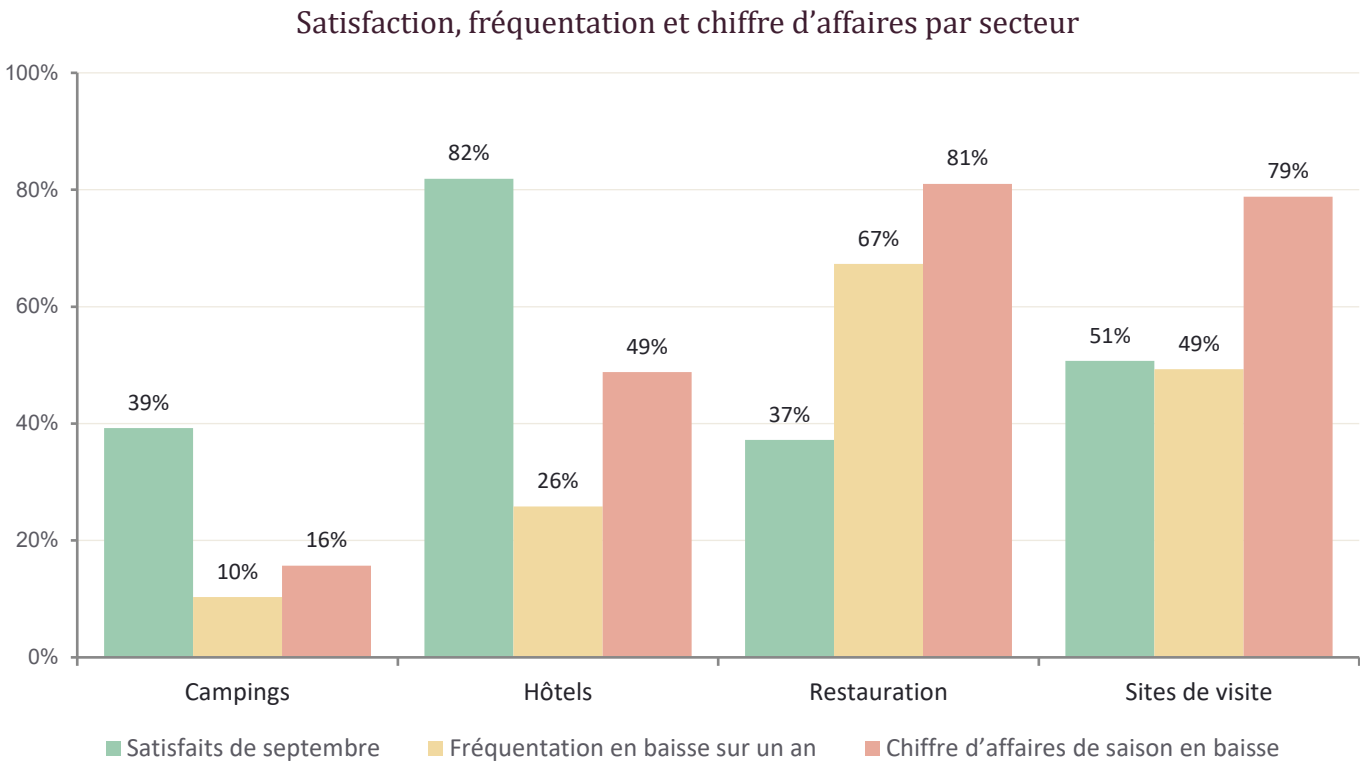


Activité	Fréquentation en baisse	Fréquentation en hausse	Chiffre d'affaires de saison en baisse
Hébergements	13,5 % (31,6 %)	40,1 % (26,3 %)	22,8 % (47,4 %)
Restauration	67,3 % (66,7 %)	8,6 % (9,5 %)	81,0 %
Autres activités	46,5 % (35,3 %)	34,2 % (35,3 %)	74,9 % (43,8 %)

Évolution par rapport à septembre 2025 ; chiffre d'affaires de mai à septembre par rapport à 2025. Premier chiffre : résultat tenant compte de la taille des établissements. Entre parenthèses : résultat en nombre d'établissements.

Une saison inégale selon les secteurs d'activité

Le détail par secteur met en évidence des situations contrastées. La restauration apparaît comme le secteur le plus en difficulté, avec un recul marqué à la fois de la fréquentation et du chiffre d'affaires sur la saison. À l'inverse, les hôtels affichent une satisfaction élevée en septembre, malgré un bilan économique de saison moins favorable. Les campings présentent une dynamique opposée, si la satisfaction en septembre apparaît plus mesurée, le chiffre d'affaires de la saison progresse. Enfin, les sites de visite occupent une position intermédiaire, avec un chiffre d'affaires saisonnier qui recule plus souvent qu'il n'augmente.



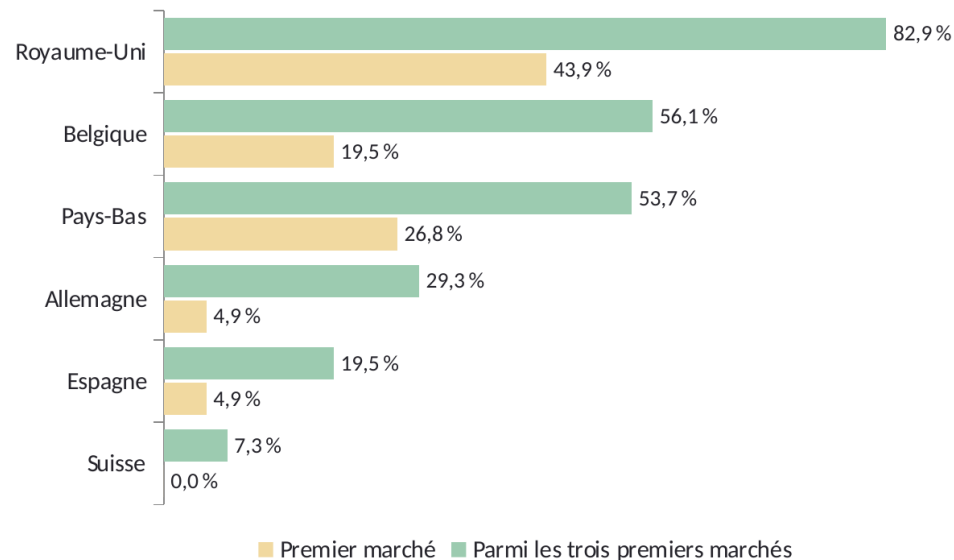
Secteur	Satisfaits	Fréquentation en baisse	Chiffre d'affaires en baisse
Campings	39,2 %	10,3 %	15,7 %
Hôtels	81,9 %	25,8 %	48,8 %
Restauration (restaurants et cafés)	37,2 %	67,3 %	81,0 %
Sites de visite	50,7 %	49,3 %	78,8 %

Résultats indicatifs : ils portent sur les seuls professionnels ayant répondu à l'enquête.

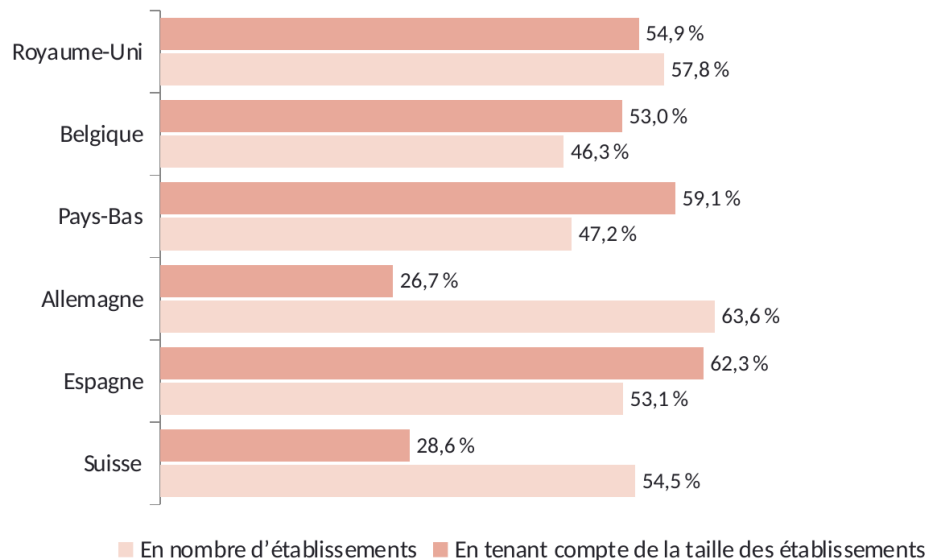
Royaume-Uni et Pays-Bas en tête, des marchés majoritairement en recul

En septembre, sept établissements sur dix ont accueilli une clientèle étrangère, une proportion qui atteint 81,9 % en tenant compte de leur capacité. Le Royaume-Uni reste le marché le plus cité, il arrive en tête pour 43,9 % des établissements et figure parmi les trois principaux marchés dans 82,9 % des cas. Les Pays-Bas, moins souvent cités en première position, pèsent toutefois davantage dans les grandes structures et les professionnels qui les placent en tête représentent 59,8 % de la capacité totale des établissements ayant accueilli une clientèle étrangère. Dans l'ensemble, la plupart des marchés étrangers sont toutefois orientés à la baisse.

Les marchés les plus cités par les établissements



Fréquentation en baisse par rapport à septembre 2025



Le Royaume-Uni est présent presque partout, quand les Pays-Bas pèsent surtout dans les grands établissements. La Belgique complète le trio de tête. Pour l'Allemagne et la Suisse, le résultat varie selon la façon de compter, une majorité d'établissements constatent une baisse, mais les plus grands déclarent plutôt une fréquentation stable ou en hausse.

La trésorerie, première préoccupation des professionnels

Pour les six prochains mois, les perspectives sont plutôt défavorables sur l'ensemble des indicateurs. La trésorerie concentre les principales inquiétudes, devant le chiffre d'affaires, tandis que les prix de vente devraient rester stables. La restauration apparaît comme l'activité la plus exposée sur la trésorerie et les marges.

Trésorerie



55,8 % anticipent une dégradation

Marges



45,3 % anticipent une dégradation

Chiffre d'affaires



53,7 % anticipent une baisse

Nombre de clients



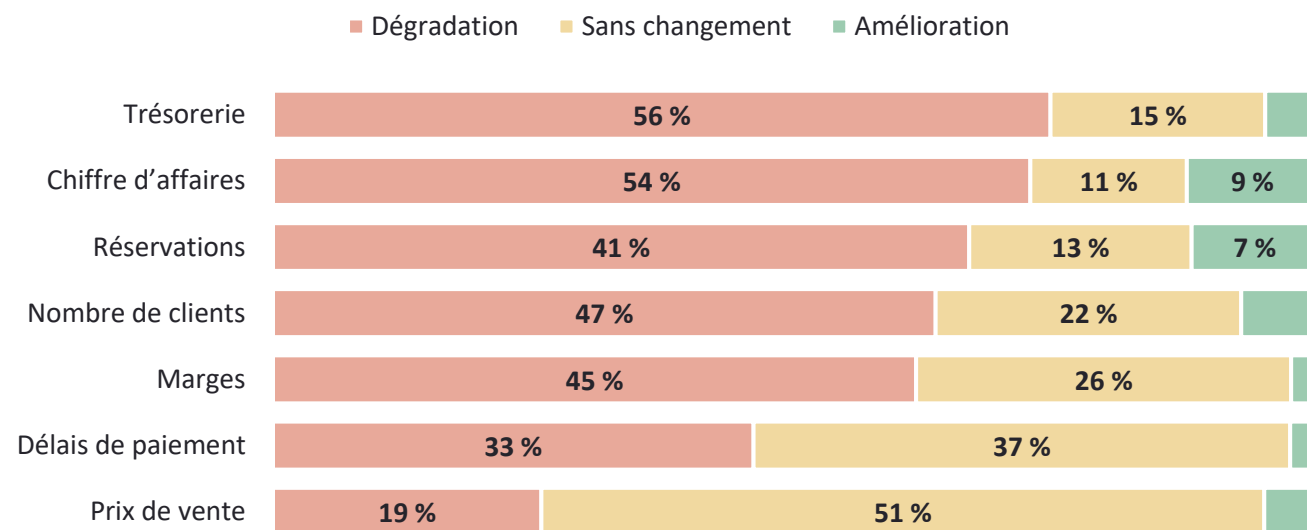
47,3 % anticipent une baisse

Prix de vente



50,9 % les prévoient stables

Ce que les professionnels anticipent d'ici six mois



Résultats en nombre d'établissements. Le complément à 100 % correspond aux répondants non concernés.

La restauration, la plus exposée

Les perspectives restent particulièrement préoccupantes dans la restauration. Quatre professionnels sur cinq anticipent une dégradation de leur trésorerie, et trois sur quatre une baisse de leur chiffre d'affaires. Ces inquiétudes prolongent une saison déjà difficile, marquée par un recul de la fréquentation pour près des trois quarts des professionnels.

Un chiffre d'affaires de saison contrasté

En tenant compte de la taille des établissements, le chiffre d'affaires de la saison progresse plus souvent qu'il ne recule. À l'inverse, plus d'un professionnel sur deux déclare une baisse, contre environ un sur quatre une hausse. Cet écart s'explique notamment par le poids des campings, dont le chiffre d'affaires progresse.

Automne, des réservations stables ou en baisse

À la date de l'enquête, aucun hébergeur ayant répondu à l'enquête ne constate de hausse des réservations, ni pour octobre ni pour les vacances de la Toussaint. Dans le même temps, la campagne collective « Les vacances continuent », lancée après les incendies de juillet par le Comité Régional du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine et les acteurs du tourisme pour rassurer les clientèles françaises et internationales, reste peu connue des professionnels interrogés.

Réservations des hébergeurs à la date de l'enquête



- Première quinzaine d'octobre : 43,8 % en baisse, 56,2 % stables (53,8 % en baisse en nombre d'établissements).
- Vacances de la Toussaint : 56,9 % en baisse (75,0 % en nombre d'établissements).

Tendances réservations

Première quinzaine d'octobre

44 %

56 %

Vacances de la Toussaint

57 %

43 %

■ En baisse ■ Stable ■ En hausse

Campagne « Les vacances continuent »

- Connue d'un quart des établissements répondants (25,9 % en nombre d'établissements).
- Fréquentation française renforcée selon 38,5 % des établissements qui la connaissent.
- Fréquentation étrangère renforcée selon 23,1 % des établissements qui la connaissent.

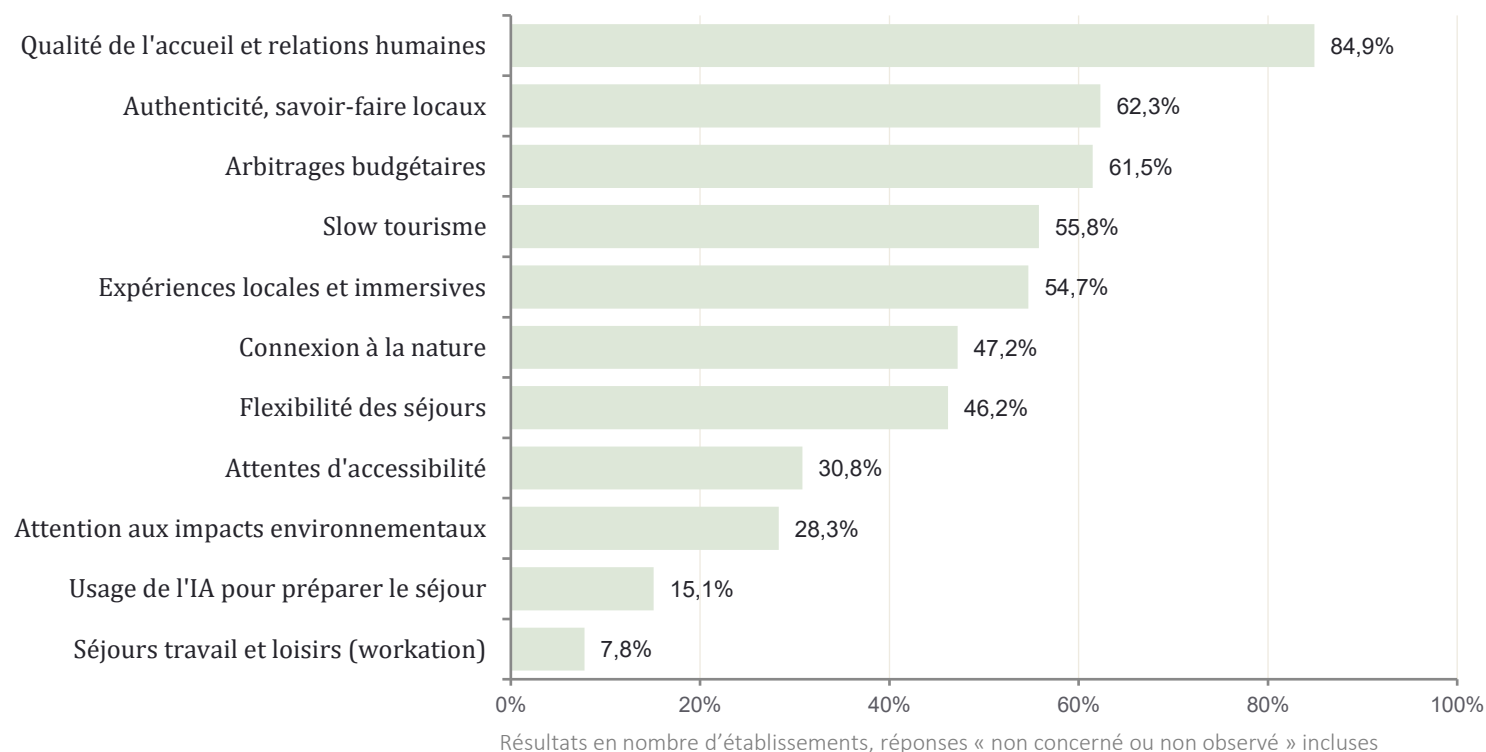


La visibilité sur l'automne reste limitée et orientée à la baisse. Déployée en France et en Europe, la campagne de relance n'a touché qu'un quart des établissements répondants.

La qualité de l'accueil, première attente des visiteurs

Interrogés sur les attentes de leurs clientèles, les professionnels citent en premier la qualité de l'accueil et des relations humaines, jugée importante par 84,9 % d'entre eux, et par neuf sur dix si l'on écarte les répondants non concernés. Viennent ensuite l'authenticité et les savoir-faire locaux, puis les arbitrages budgétaires, cités par 61,5 % des professionnels. À l'inverse, l'usage de l'intelligence artificielle pour préparer un séjour et les séjours mêlant travail et loisirs restent des attentes secondaires.

Attentes jugées importantes ou très importantes



Tourisme durable : beaucoup d'incertitude

La place du tourisme durable dans les choix des clientèles reste difficile à apprécier pour les professionnels. Un tiers des établissements (35,8 %) ne savent pas dire s'il constitue un critère de choix pour leurs clients, et 43,1 % s'il est un atout pour se démarquer.

Septembre 2026 : ce qu'il faut retenir

L'enquête de conjoncture dessine une fin de saison à deux vitesses. L'hébergement résiste, porté par la satisfaction des hôtels et la progression du chiffre d'affaires des campings. À l'inverse, la restauration accuse un net recul et concentre les principales inquiétudes financières. Le repli de la fréquentation étrangère et des réservations d'automne stables ou en baisse viennent compléter ce bilan en demi-teinte.

Satisfaction partagée

50,8 % des professionnels satisfaits de septembre

Restauration en recul

67,3 % en baisse par rapport à septembre 2025

Fréquentation étrangère en retrait

55,4 % en baisse sur la saison

Trésorerie sous tension

55,8 % anticipent une dégradation



Points positifs à valoriser

- Hôtels : 81,9 % satisfaits de septembre (66,7 % en nombre d'établissements)*
- Campings : chiffre d'affaires de saison en hausse pour 74,0 % (62,5 % en nombre d'établissements)*
- Qualité de l'accueil jugée importante par une majorité des établissements interrogés*
- Royaume-Uni et Pays-Bas : deux marchés piliers*



Points de vigilance

- Restauration : fréquentation en baisse sur la saison, quatre restaurateurs sur cinq anticipent une dégradation de leur trésorerie*
- Fréquentation étrangère : davantage de baisses que de hausses dans toutes les activités*
- Octobre et Toussaint : des réservations stables ou en baisse*
- Arbitrages budgétaires : attente majeure des clientèles*

* Données issues de l'enquête de conjoncture menée auprès des professionnels. Les résultats sont indicatifs et ne constituent pas une mesure exhaustive de l'activité touristique.

Ce que disent les professionnels

Au-delà des chiffres, les professionnels ont pu exprimer leur ressenti. Voici une sélection de témoignages, retranscrits tels que reçus. Pour préserver l'anonymat des répondants, seul le type d'activité est indiqué.

“

Le prix du carburant a freiné la consommation des clients et beaucoup moins d'étrangers ou alors ils passent pour aller en Espagne où le carburant est moins cher.

Hébergements

“

C'est alarmant on ne peut pas augmenter nos prix mais l'inflation nous touche de plein fouet.

Restauration

“

Baisse de la fréquentation de la clientèle anglophone, avec une légère hausse de la clientèle belge et française, due aux feux de forêt ayant poussé certains touristes à se replier dans les terres.

Restauration

“

La saison a été très impactée négativement la première quinzaine de juillet à cause des canicules. Le reste de la saison a permis de rattraper ce manque à gagner. Un bon mois de septembre grâce à un climat favorable permet de clôturer la saison positivement.

Autres activités

“

tout est là pour que le tourisme se retrouve en difficulté (guerre, canicule, incendie, flambé des prix, baisse du pouvoir d'achat, augmentation des taxes et impôts) manque plus qu'une pandémie mondiale et le compte est bon.

Hébergements

Conclusion et axes de suivi

La conjoncture observée en septembre 2026 appelle une vigilance particulière sur trois points : la situation du secteur de la restauration, l'évolution de la fréquentation des clientèles étrangères et la santé financière des entreprises. Ces indicateurs apporteront des éléments de lecture complémentaires sur la dynamique de l'activité touristique et sur les évolutions à surveiller.

Axe 1 : La restauration



Activité la plus touchée de la saison, la restauration cumule une fréquentation en baisse, un chiffre d'affaires en recul et des inquiétudes sur la trésorerie. Son évolution sera à suivre de près.

Axe 2 : La fréquentation étrangère



Sur la saison, la fréquentation étrangère recule dans l'hébergement et la restauration, et les baisses l'emportent sur les hausses dans les autres activités. Par rapport à septembre 2025, la plupart des marchés sont orientés à la baisse, dont le Royaume-Uni, les Pays-Bas et la Belgique. Un rapprochement avec les données Flux Vision Tourisme permettra d'en mesurer l'ampleur réelle.

Axe 3 : La santé financière



La trésorerie et le chiffre d'affaires concentrent les principales inquiétudes. Plus de la moitié des répondants anticipent leur dégradation d'ici six mois. Les prix de vente devraient rester majoritairement stables, dans un contexte où les arbitrages budgétaires figurent parmi les principales attentes des clientèles citées par les professionnels.

En savoir plus :

Retrouvez les publications de l'Observatoire du
Tourisme sur pro.tourisme-lotetgaronne.com

Contact :

Nadia GARGAT

nadiagargat@tourisme-lotetgaronne.com

