



SYNTHÈSE À FIN JUILLET 2026

> LES FAITS MARQUANTS

- Du point de vue de la fréquentation touristique :
 - La fréquentation touristique des **7 premiers mois de l'année 2026 recule de 7 %** par rapport à la même période en 2025,
 - Le **mois de juillet enregistre une baisse de 12 %** du volume de nuitées touristiques par rapport à juillet 2025,
 - Les **clientèles françaises de proximité** restent majoritaires, avec un podium composé de la Haute-Garonne, de l'Hérault et de Paris,
 - Les **clientèles étrangères les plus représentées** demeurent les visiteurs originaires des Pays-Bas et de Belgique.
- Pour les prestataires du tourisme qui se sont exprimés à l'issue du mois de juillet (plus de 480 répondants), il en ressort les points suivants :
 - Le mois de juillet a été marqué par un **cumul de facteurs défavorables** (fortes chaleurs, épisodes de canicule, inquiétudes liées aux incendies et recul du pouvoir d'achat), un **constat également observé dans les départements voisins**,
 - **63 % des professionnels** déclarent une activité **en baisse par rapport à juillet 2025**, la restauration étant le secteur le plus touché,
 - La **canicule de mi-juillet** a modifié les pratiques touristiques, au profit des activités de fraîcheur,
 - Les **animations locales (fêtes, festivals)** ont constitué des temps forts de fréquentation,
 - Les **réservations d'août** sont jugées **encourageantes par 52 % des professionnels**, malgré une forte part de dernière minute,
 - Les **Gîtes de France** enregistrent une **hausse de 7 % de leur volume d'activité en juillet**, dans un contexte de **séjours plus courts** nécessitant une adaptation des modalités d'accueil.

NOTE DE CONJONCTURE TOURISME EN AVEYRON



AVEYRON
ATTRACTIVITÉ
TOURISME



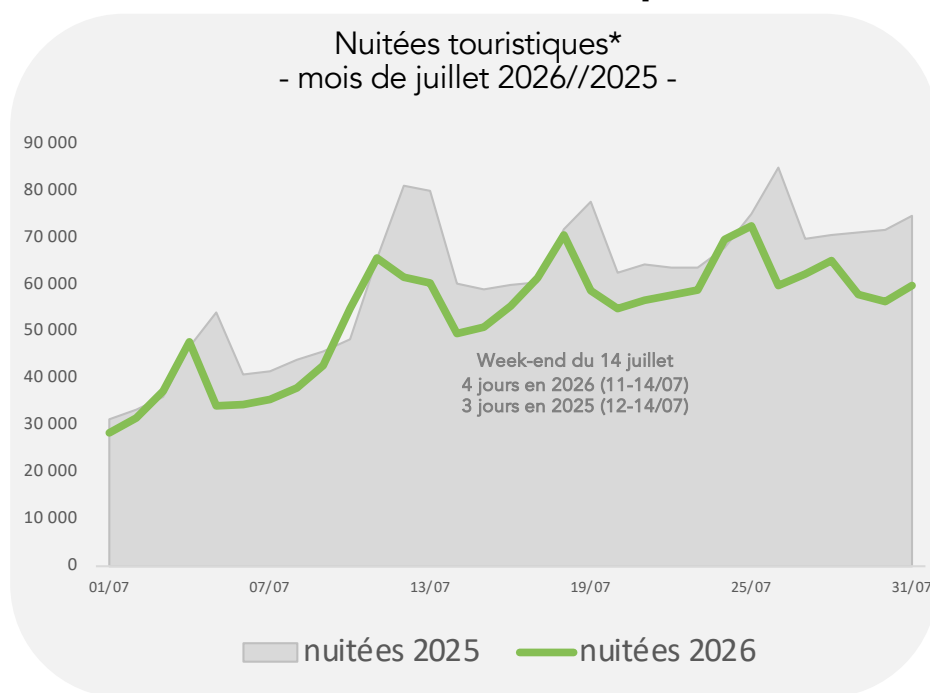
- LES FLUX TOURISTIQUES -

PÉRIODE DU 1^{er} AU 31 JUILLET 2026

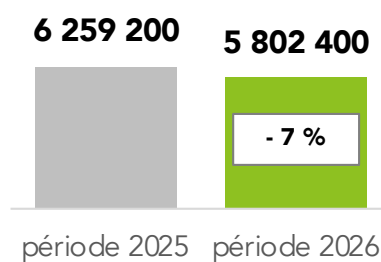
Les sept premiers mois de l'année 2026 enregistrent un recul de 7 % de la fréquentation touristique par rapport à la même période de 2025. Le mois de juillet affiche une baisse plus marquée, avec un volume de nuitées en diminution de 12 %. Cette évolution s'explique par un contexte moins favorable qu'en 2025, marqué notamment par des conditions météorologiques contrastées et par un épisode de fortes chaleurs et de canicule à partir de la mi-juillet, qui a influencé les comportements de déplacement et de consommation des visiteurs.

Les clientèles françaises présentes dans le département proviennent principalement des marchés de proximité, avec en tête la Haute-Garonne, l'Hérault et Paris. Du côté des clientèles étrangères, les visiteurs originaires des Pays-Bas et de Belgique demeurent les plus représentés parmi les nationalités fréquentant l'Aveyron au cours de cette période.

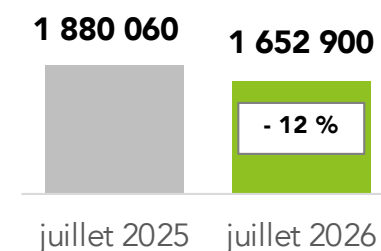
> Evolution des nuitées touristiques*



Nuitées touristiques*
- Période du 1^{er} janvier au 31 juillet -



Nuitées touristiques*
- mois de juillet -



*données provisoires en attente de consolidation

> Origine de la clientèle entre le 1^{er} juillet et le 31 juillet 2026

Top 5 des départements français

1 – Hérault (34)
2 – Haute-Garonne (31)
3 – Paris (75)
4 – Bouches-du-Rhône (13)
5 – Tarn (81)

Top 5 des pays

1 – Pays-Bas
2 – Belgique
3 – Allemagne
4 – Royaume-Uni
5 – Espagne



- LE RESSENTI DES PROS -

PÉRIODE DU 1^{er} AU 31 JUILLET 2026

L'interrogation menée auprès des acteurs du tourisme en Aveyron à fin juillet 2026 permet d'établir les constats suivants :

Un mois de juillet marqué par une forte dégradation de l'activité touristique

Le mois de juillet 2026 laisse un ressenti globalement décevant chez les professionnels du tourisme aveyronnais. 63 % des répondants jugent leur niveau d'activité inférieur à celui de juillet 2025 déjà décevant par rapport aux années précédentes. La baisse de l'activité est particulièrement marquée dans la restauration, où cette proportion atteint 82 %. Dans ce contexte contrasté, les retours sont toutefois plus positifs du côté du locatif. Les gîtes de France enregistrent une hausse de 7% de leur volume d'activité en juillet, dans un contexte de séjours plus courts qui oblige les propriétaires à adapter leur organisation et leurs modalités d'accueil.

La baisse du pouvoir d'achat, les arbitrages de consommation et la remontée des prix des carburants ont pesé sur les comportements touristiques, limitant notamment les repas au restaurant et les dépenses de loisirs. Les inquiétudes liées aux incendies dans le sud de la France ont également contribué à un climat d'incertitude pour certains vacanciers.

Malgré ce contexte, les nombreux événements qui se sont tenus dans le département, comme le F'estivada à Rodez qui a accueilli 32 000 visiteurs en trois soirées, ont constitué des points d'animation importants du territoire. À l'inverse, l'annulation du Rallye du Rouergue a privé plusieurs secteurs de retombées économiques.

Un mois d'août décisif avec des réservations qui restent encourageantes

Le mois d'août demeure la période la plus déterminante de l'année (mois avec la fréquentation la plus élevée depuis plusieurs années) pour l'économie touristique aveyronnaise. À ce stade, 52 % des professionnels considèrent que les réservations sont encourageantes, ce qui traduit un niveau de confiance encore présent malgré les difficultés observées en juin et juillet.

Les hébergeurs signalent toutefois une visibilité réduite pour la seconde quinzaine du mois et une progression des réservations de dernière minute. Les professionnels espèrent que la poursuite des animations estivales et des conditions météorologiques plus favorables permettront de soutenir la fréquentation d'août.

Néanmoins, le contexte reste marqué par une consommation touristique plus sélective, des budgets vacances contraints et une vigilance persistante liée aux coûts de déplacement. L'enjeu des prochaines semaines sera donc de confirmer ces intentions de réservation et de permettre au mois d'août de jouer pleinement son rôle de mois phare de la saison touristique en Aveyron.

➤ **Extrait des commentaires :**

« Au 28/07, la saison ne semble toujours pas avoir commencé. Idem qu'en 2025. Le pouvoir d'achat ne suit plus pour permettre aux gens de partir en vacances. »

« Budget très très serré. Pas de restaurants. Pique-nique soit chez l'habitant, soit au bord de l'eau. »

« La canicule a modifié les comportements de nos touristes : ils ont moins bougé, moins visité et moins consommé à l'extérieur. Nous avons équipé la location de ventilateurs pour apporter un peu de confort et rassurer nos clients. »

NOTE DE CONJONCTURE TOURISME EN AVEYRON



AVEYRON
ATTRACTIVITÉ
TOURISME

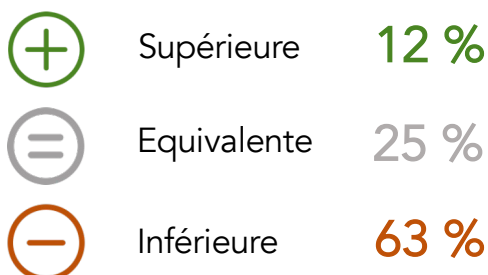


- LE RESSENTI DES PROS -

PÉRIODE DU 1^{er} AU 31 JUILLET 2026

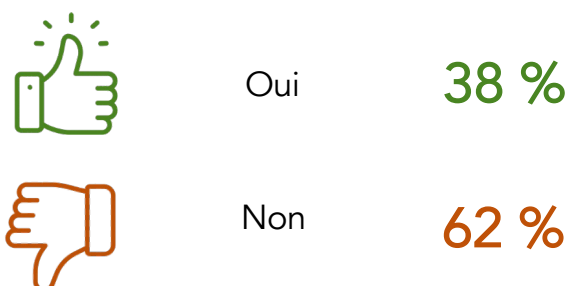
> Par rapport à 2025, comment jugez-vous votre activité ?

- sur l'ensemble du mois de juillet :

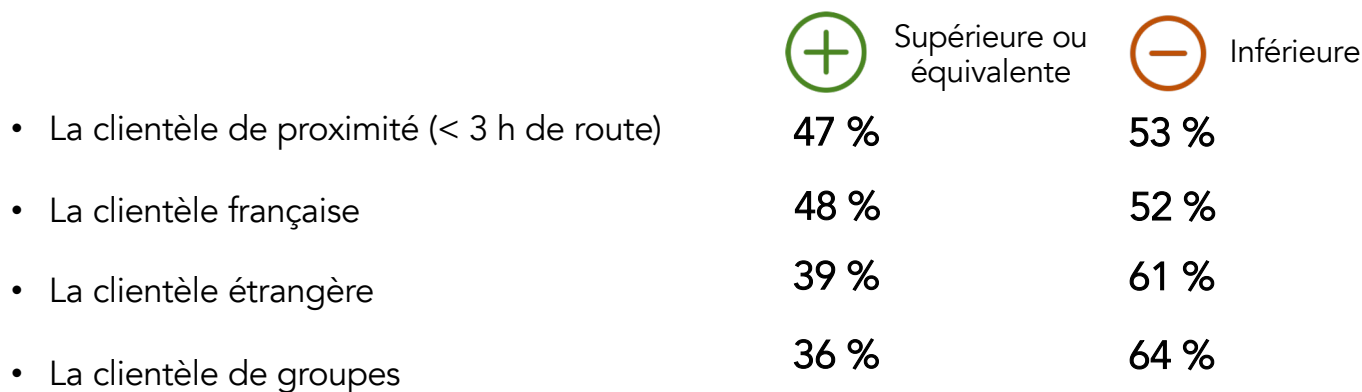


> Êtes-vous satisfait de la fréquentation de votre structure ?

- pour le week-end du 14 juillet :



> Par rapport à juillet 2025, comment jugez-vous la fréquentation des clientèles ?



> Les réservations pour les mois d'été

> Mois d'août



Encourageantes : 51 %



Peu encourageantes : 49 %

> Mois de septembre



Encourageantes : 34 %



Peu encourageantes : 66 %



- LE RESSENTI DES PROS -

PÉRIODE DU 1^{er} AU 31 JUILLET 2026

> Focus par thématique

> Par rapport à 2025, comment jugez-vous votre activité sur l'ensemble du mois de juillet ?

	Supérieure	Equivalente	Inférieure
• Hébergements	 13 %	 27 %	 60 %
• Activités de plein air	 12 %	 24 %	 64 %
• Sites de visite	 10 %	 15 %	 75 %
• Restauration	 3 %	 15 %	 82 %

- ANNEXE : ÉLÉMENTS MÉTHODOLOGIQUES -

Cette note de conjoncture concerne l'activité touristique du mois de juillet 2026 et les tendances de réservations pour la saison estivale en Aveyron. Elle s'appuie sur les 2 niveaux d'analyse suivants :

L'ANALYSE DE LA FRÉQUENTATION À PARTIR DES TÉLÉPHONES MOBILES

Afin de suivre la fréquentation de la clientèle française, Aveyron Attractivité Tourisme utilise, depuis 2017, la méthode Flux Vision Tourisme développée par Orange. Flux Vision permet de convertir en temps réel des millions d'informations issues du réseau mobile, en indicateurs statistiques, afin d'analyser la fréquentation des zones géographiques et le déplacement des populations. Le dispositif repose sur des procédés d'anonymisation développés par Orange permettant de supprimer toute possibilité d'identifier les clients.

Cette solution permet une approche au plus près de la réalité touristique en prenant en compte bien sûr le tourisme en hébergement marchand (hôtels, campings, gîtes, ...) mais aussi le tourisme en hébergement non marchand (famille, amis, résidences secondaires) ou dans des modes d'hébergements (dont les hébergements dits « collaboratifs ») ne rentrant pas dans les champs d'étude habituels (locations de vacances, camping-cars, location de leur propre habitation par des particuliers, échanges de maison...) et ayant un poids de plus en plus important.

LE RESSENTI DES ACTEURS DU TOURISME EN AVEYRON

Une interrogation des prestataires touristiques (hébergements, sites de visite, activités de pleine nature, restaurants) ainsi que des offices de tourisme du département a été menée en ce début de mois d'août. Ils ont été plus de 480 à nous faire part de leur avis sur l'activité touristique au cours du mois de juillet ainsi que leur ressenti sur la saison estivale à venir.

L'ensemble des éléments présentés ne traduit donc pas des résultats de fréquentation mais exprime le ressenti des acteurs aveyronnais qui répondent au baromètre.



AVEYRON
ATTRACTIVITÉ
TOURISME

Agence Départementale de l'Attractivité et du Tourisme de l'Aveyron
Rue Louis Blanc – 12000 Rodez
Tel : 05 65 75 55 80
contact@aveyron-attractivite.fr
www.aveyron-attractivite.fr