



10 septembre 2026

ÉTÉ 2026 À TOULOUSE : UN BILAN CONTRASTÉ POUR LE TOURISME

Après plusieurs saisons particulièrement dynamiques, l'été 2026 affiche des résultats plus contrastés pour le tourisme à Toulouse. Les épisodes de fortes chaleurs ont fortement pesé sur les activités de plein air et modifié les habitudes de visite, tandis que le contexte économique a renforcé les arbitrages de consommation. Dans le même temps, les grands événements professionnels ont soutenu l'hôtellerie en juillet, plusieurs sites culturels affichent de belles performances et les clientèles internationales poursuivent leur progression. Face aux nouvelles contraintes climatiques, il est nécessaire d'engager une réflexion collective sur l'organisation de l'offre touristique estivale.

Une fréquentation en retrait, avec un impact plus marqué en juillet

La fréquentation de l'Office de tourisme s'inscrit dans une tendance en retrait observée au niveau national sur les destinations urbaines. La **fréquentation physique** à l'accueil de l'Office de tourisme **recule de 19 % en juillet et 16 % en août**. Les épisodes de fortes chaleurs ont fortement influencé les comportements, avec des baisses particulièrement marquées dès les premiers épisodes de mai et juin, certains jours enregistrant jusqu'à **40 % de fréquentation en moins**.

Pour la première fois, cette tendance touche également le digital. **La fréquentation du site internet de l'Office de tourisme recule d'environ 12 % sur l'été**, dans un contexte où les usages liés à la recherche touristique évoluent rapidement, notamment avec la montée en puissance des outils d'intelligence artificielle dans la préparation des séjours et la recherche d'activités.

Le mois d'août fait toutefois apparaître une forme de résilience. Malgré de nouveaux pics de chaleur, les baisses de fréquentation sont moins marquées qu'au début de l'été. Cette résilience se retrouve également dans les résultats économiques et les activités touristiques : **le chiffre d'affaires de l'Office de tourisme passe de -17 % en juillet à -5 % en août à périmètre constant**, tandis que les visites guidées, en recul de **21 % en juillet**, ne baissent plus que de **10 % en août**. Une tendance comparable est observée chez plusieurs prestataires d'activités de plein air.

Les fortes chaleurs pèsent sur les activités en extérieur

C'est sur les activités touristiques en extérieur que l'impact des fortes températures apparaît le plus nettement.

En juillet, les principaux prestataires enregistrent des baisses de fréquentation généralement comprises **entre 15 et 30 %**. C'est le cas des Caboteurs, du Citytour Toulouse, du Tuk Tuk ou encore du Petit Train Toulouse. Les visites guidées proposées par l'Office de tourisme affichent également **-21 % en juillet**.

Le recul est moins marqué en août. Pour plusieurs prestataires comme pour les visites guidées, la baisse se situe davantage autour de **10 %**, signe d'une adaptation progressive des visiteurs aux conditions météorologiques.

L'Office de tourisme et plusieurs professionnels ont eux-mêmes ajusté leur activité. **Certains créneaux de l'après-midi ont été supprimés ou déplacés afin de préserver les visiteurs comme les personnels**, avec un impact économique réel dès le mois de juin et surtout en juillet. Les visites guidées ont notamment été proposées plus fréquemment le matin, tandis que certains parcours ont été légèrement adaptés afin de privilégier les zones ombragées et les lieux offrant de meilleures conditions de visite.

Des résultats très contrastés pour les sites de visite

La saison est plus contrastée du côté des musées, monuments et grands sites touristiques. Les performances diffèrent fortement selon les équipements, leur programmation et leur capacité à proposer des conditions de visite adaptées aux fortes températures.

Plusieurs lieux enregistrent de fortes progressions. **C'est le cas de la Collection Bemberg**, portée notamment par l'exposition consacrée à Sorolla. Le **Château d'Eau progresse ainsi que les Abattoirs avec l'exposition consacrée à Jean-Charles de Castelbajac ou encore la Chapelle de La Grave**. La **Cité de l'espace** résiste bien ainsi que la **Halle de la Machine**, qui affiche une fréquentation légèrement à la baisse, à relativiser par rapport à un été 2025 exceptionnel marqué par la présence de Long Ma. A noter également **la belle performance d'aeroscopia au mois d'août, avec une fréquentation record**, dans le contexte de l'arrivée du Beluga et de la forte exposition médiatique dont a bénéficié l'événement.

D'autres sites enregistrent un recul à l'instar de la **basilique Saint-Sernin**, premier monument touristique de la ville en volume de visiteurs. Lors des épisodes les plus chauds, certains bâtiments patrimoniaux non climatisés ont par ailleurs connu un phénomène d'inversion thermique, avec des températures intérieures pouvant être ponctuellement supérieures à celles enregistrées à l'extérieur le matin. Le **Muséum d'Histoire naturelle** recule nettement, une évolution qui ne peut être comparée directement avec les années précédentes compte tenu de sa fermeture du 20 juin au 20 juillet à la suite d'une panne de son système de climatisation.

Toulouse confirme son statut de Ville des Musiques

Si les fortes chaleurs ont pesé sur certaines activités touristiques traditionnelles, **les grands festivals toulousains enregistrent au contraire des niveaux de fréquentation particulièrement élevés**, confirmant la place de la musique dans l'attractivité estivale de la métropole.

Rio Loco a ainsi dépassé les 100 000 festivaliers, tandis que le **Festival de Toulouse a accueilli 8 500 personnes, soit une progression de 30 %**.

Le **Rose Festival a franchi le cap des 120 000 participants**, confirmant son changement de dimension, tandis que **Poney Club a dépassé les 150 000 visiteurs sur sa programmation estivale**. De la même manière, le festival Halle Night Long sur la Piste des Géants affiche une belle fréquentation.

Ces résultats illustrent la capacité des grands rendez-vous musicaux à attirer aussi bien les habitants que les visiteurs et à participer pleinement à l'animation de la destination pendant les mois d'été. Ils confirment également la place croissante de **la culture et de l'événementiel dans l'attractivité de Toulouse**, au-delà des seuls monuments et équipements touristiques.

Une hôtellerie qui résiste en juillet grâce aux grands événements professionnels

En juillet, **le taux d'occupation hôtelier reste proche de celui de 2025, autour de 64 % contre 65 % l'année précédente**, alors même que Toulouse avait accueilli le Tour de France en juillet 2025. Cette résistance doit beaucoup aux grands événements professionnels organisés dans la métropole : **World Conference on Transport Research (WCTR) a accueilli 1600 personnes, Urban Sketchers (900 personnes) et Sommet Europe-Corée (900 personnes)** ont généré des volumes significatifs de nuitées internationales et permis de soutenir la fréquentation.

Le mois d'août s'est révélé plus difficile, avec notamment **une perte d'environ 7 points de taux d'occupation selon MKG**, mais surtout une pression sur le prix moyen. Hausse de la part des réservations de dernière minute, remplissage plus faible et sensibilité accrue des visiteurs au prix ont conduit certains établissements à multiplier les promotions et à ajuster leurs tarifs.

Certains hôtels d'hyper-centre tirent néanmoins leur épingle du jeu, notamment **autour de la place du Capitole, où plusieurs établissements ont affiché des taux d'occupation supérieurs à 90 %**.

Pour les hébergements comme pour les meublés de tourisme, la chaleur fait par ailleurs évoluer les critères de choix : **la climatisation et, lorsqu'ils existent, les équipements de type piscine deviennent progressivement des prérequis pour une partie de la clientèle estivale**.

Des clientèles internationales toujours plus présentes

Autre signal positif de la saison : **les clientèles internationales ont répondu présentes**.

La part des visiteurs venant notamment d'Espagne, du Royaume-Uni, d'Allemagne mais aussi des États-Unis progresse dans plusieurs équipements et activités.

À la **Cité de l'espace**, les visiteurs internationaux représentent désormais **21 % de la fréquentation**. Au **musée des Augustins**, rouvert au début de l'année, cette proportion atteint **39 %**, tandis qu'aux **Jacobins**, **près d'un visiteur sur deux est international**. Une tendance confirmée par la Cinémathèque qui a enregistré un flux constant de touristes internationaux tout au long de l'été. La participation aux visites guidées proposées en langues étrangères par l'Office de tourisme progresse également.

Ces résultats traduisent la montée en puissance de Toulouse sur les marchés internationaux après plusieurs années de forte visibilité médiatique (Toulouse élue comme la première destination urbaine à visiter par le guide de voyage Lonely Planet en 2025), et de travail de promotion de la destination sur les principaux marchés européens.

Adapter la destination aux étés de demain

Au-delà des résultats d'une seule saison, l'été 2026 pose une question plus structurelle : **comment maintenir l'attractivité touristique de Toulouse pendant les périodes de fortes chaleurs ?**

Une réflexion a déjà été engagée par **Toulouse Team, l'agence d'attractivité, avec les professionnels du territoire**, notamment sur les horaires d'ouverture et de programmation pendant la période estivale.

L'enjeu est désormais d'aller plus loin : adapter les sites de visite pour garantir leur ouverture dans de bonnes conditions, développer des parcours et des horaires compatibles avec les fortes chaleurs, renforcer les îlots de fraîcheur accessibles aux visiteurs comme aux habitants et poursuivre le développement des activités liées à l'eau. **La Garonne et le canal du Midi constituent à ce titre deux leviers majeurs pour faire évoluer l'expérience touristique estivale et l'image de la destination**. À l'avenir, l'identité de Toulouse pendant l'été devra pouvoir s'appuyer autant sur l'eau et la fraîcheur que sur son patrimoine de brique.

« L'objectif n'est pas de renoncer à l'été, mais de réinventer progressivement la manière de vivre et de visiter Toulouse pendant cette période. Cela passe par des horaires adaptés, davantage de fraîcheur dans l'espace urbain et les sites touristiques, mais aussi par une meilleure valorisation de la Garonne et du Canal du Midi. Toulouse doit continuer à être une destination attractive en été, tout en intégrant pleinement les nouvelles réalités climatiques. » [PATRICE VASSAL, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE TOULOUSE TEAM, AGENCE D'ATTRACTIVITÉ DE TOULOUSE MÉTROPOLE]

À propos de TOULOUSE TEAM

Créée en 2016 par Toulouse Métropole, l'agence d'attractivité de Toulouse Métropole a pour mission d'accompagner les besoins et les défis du territoire en matière d'attractivité. Constituée en SPL depuis 2022, elle rassemble les structures en charge de son développement et de son rayonnement, avec notamment Toulouse Team Office de tourisme, Toulouse Team Meetings, Toulouse Team Invest et Toulouse Team Bureau des Tournages. De manière plus transversale et afin de renforcer la notoriété nationale et internationale de la métropole, l'agence porte les activités de marketing territorial, les liens avec les filières économiques et le Club des Ambassadeurs. Créatrice de richesses et d'emplois, l'agence, en lien étroit avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de Toulouse (CCI) favorise et réunit sous une même bannière l'ensemble des acteurs économiques du territoire.

CONTACTS PRESSE

Eleonora ALZETTA

+33 5 61 11 02 36 • +33 6 24 49 33 56
eleonora.alzetta@toulouse-team.com

Marine ESCH

+33 5 34 25 58 21 • +33 6 28 10 84 91
marine.esch@toulouse-team.com

