Premières tendances de la fréquentation touristique en France lors de l'été 2026

(du 27 juin au 28 août 2026)

Dispositif tendances #5-2026
Lundi 7 septembre 2026

SOMMAIRE

(liens cliquables)

Objectifs et méthodologie

À retenir

Tendances 1er semestre 2026 *(du 1er janvier au 30 juin 2026)*

Tendances globales été 2026 *(du 27 juin au 28 août 2026)*

Tendances à venir

DISPOSITIF TENDANCES #5-2026
Été 2026

OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE *[1/2]*

Le **Groupe de Travail Études Mutualisées**, issu de la **Commission Observation d'ADN Tourisme,** a conçu **trois dispositifs** pour suivre les tendances de la fréquentation touristique :

- l'un **« complet »**, sur des périodes clés (vacances d'été par exemple), réalisé grâce à un questionnaire détaillé soumis aux adhérents CRT, ADT et OT catégorie I d'ADN Tourisme, complété par des données téléphonie mobile fournies par Flux Vision Tourisme / Orange,
- l'autre plus **« léger »** pouvant être activé lors des « petites vacances » ou toute autre période jugée pertinente, réalisé grâce à un questionnaire succinct soumis aux adhérents CRT, ADT et OT catégorie I d'ADN Tourisme, complété par des données téléphonie mobile fournies par Flux Vision Tourisme / Orange,

> C'est le dispositif « complet » qui est déployé ici, l'objectif étant de dresser les premières tendances qualitatives de la fréquentation touristique lors de la saison estivale 2026 en France (du 27 juin au 28 août 2026).

■ **Enquête auprès des adhérents :** enquête en ligne réalisée par ADN Tourisme du 31 août au 4 septembre 2026 auprès de 498 OT Catégorie I, ADT et CRT adhérents. **164 d'entre-eux ont répondu, parmi lesquelles 159** disposant effectivement d'informations sur la période (soit un taux de réponses exploitables de 32%) répartis comme suit : 6 CRT (taux de réponse de 50%), 24 ADT (taux de réponse de 29%), 129 OT Catégorie I (taux de réponse de 31%).

■ **Analyse et exploitation des données Flux Vision Tourisme / Orange Business :** solution développée par Orange Business, en accord avec la CNIL, et coconstruite avec le réseau ADN Tourisme, qui permet d'analyser, en temps réel, des millions d'informations techniques issues de données anonymisées du réseau mobile d'Orange en indicateurs statistiques pour mesurer la fréquentation d'une zone géographique et le déplacement des populations.

NB : Flux Vision observe la présence de tous les téléphones mobiles captés sur le territoire. Toutes les nuitées sont ainsi prises en compte indépendamment du mode d'hébergement (marchand, résidences secondaires, chez famille amis) et du motif de venue (loisirs, déplacement professionnel…). Les données de l'année en cours sont provisoires.

- **Données nationales Français :** analyse de l'ensemble des **nuitées réalisées en France** par des **touristes Français qui ne sont pas originaires du département du lieu de réalisation de la nuitée**, à l'échelle de la destination France.
- **Données nationales Étrangers :** analyse de l'ensemble des **nuitées réalisées en France** par des **touristes européens et long-courriers**, à l'échelle de la destination France.

Précaution concernant les clientèles étrangères : *les estimations relatives aux clientèles étrangères reflètent les volumes et tendances observables au regard des connaissances et capacités techniques actuelles. Dans une logique d'amélioration continue de la solution Flux Vision Tourisme, des ajustements ponctuels peuvent être apportés et des évolutions majeures peuvent également intervenir. Ce sera notamment le cas en cette année 2026, avec l'introduction d'une amélioration de la méthode de redressement des étrangers. Cette évolution entraînera une rupture de série à compter du 1er janvier 2024. Afin de garantir la comparabilité des données, une relivraison de l'historique sera réalisée, permettant de d'assurer une lecture cohérente des années 2024, 2025 et 2026.*

- **Données par espaces :** analyse de l'ensemble des **nuitées réalisées en France** (par les **touristes Français** et **européens/long-courriers**), selon une **ventilation spatiale des départements** (définie avec le Groupe de Travail Études Mutualisées) permettant de **regrouper entre elles les destinations de profil urbain, littoral, rural et montagnard**, ceci afin de suivre leurs évolutions de fréquentation. Des sous-profils sont également observés (ex. : rural Sud-Ouest, Alpes (Nord/Sud)…).

NOTA BENE : au regard des spécificités de la méthode Flux Vision Tourisme, **les évolutions comprises entre -3% et +3% sont à considérer comme étant en stabilité** au regard de l'intervalle de confiance statistique.

ATTENTION : les données provisoires des mois de juillet et août 2026 n'ont pas pu être utilisées dans la présente synthèse. Ces données feront l'objet d'une analyse spécifique dès lors que les données consolidées seront disponibles, à savoir fin septembre/début octobre prochains.

À RETENIR *[1/2]*

2026 : LA STABILITÉ DU 1ER SEMESTRE MISE A MAL PAR UNE SAISON ESTIVALE HORS-NORMES

Après un début d'année sous le signe de la stabilité, la fréquentation estivale a été mise à mal

Après un premier semestre globalement stable, tant de la part de la clientèle française qu'internationale, l'été 2026 semble marquer un coup d'arrêt : **d'après les 1ères tendances**, **54% des destinations répondantes à l'enquête ADN Tourisme font en effet état d'un recul de fréquentation**. Juillet apparaît comme le mois le plus difficile, tandis qu'août semble résister davantage. La situation reste toutefois très contrastée selon les territoires et les clientèles, avec une **montagne particulièrement dynamique**, à rebours de la tendance observée dans les autres espaces. *Pour mémoire, juillet représente en moyenne 14% des nuitées françaises annuelles et août 18%, soit un total de 32% pour ces 2 seuls mois*.*

Pour les Français, les premières tendances montrent des vacances estivales maintenues mais plus courtes, plus proches et plus contraintes

L'envie de partir semble être restée forte : **près de 3 Français sur 4 sont partis cet été**. Mais les arbitrages liés au pouvoir d'achat ont transformé les pratiques : séjours raccourcis, recherche de proximité, réservations plus tardives et dépenses réduites sur place. **62% des vacanciers français ont ainsi le sentiment de s'être restreints**, avec un impact particulièrement visible sur la restauration, les loisirs payants et les commerces. Les offres gratuites, les bons plans et le rapport qualité-prix gagnent de fait en importance *[voir FOCUS page suivante : Les Français et leurs vacances d'été 2026]*.

La météo modifie les flux et les attentes

Les épisodes caniculaires (et les incendies) ont semble-t-il nettement influencé les comportements : **recherche de fraîcheur, d'eau et d'espaces naturels**, adaptation des horaires et report vers les activités aquatiques ou des lieux climatisés. Littoraux, lacs, forêts et espaces d'altitude ont été particulièrement recherchés, tandis que les centres-villes et sites exposés à la chaleur ont davantage souffert. **Dans ce contexte, la montagne s'affirme comme un véritable « refuge climatique ».**

Les prestataires territoriaux ont du faire preuve d'agilité

Face à des réservations plus tardives et à des séjours plus courts, les destinations et professionnels ont dû s'adapter. **Hôtels et campings semblent globalement mieux résister**, tandis que la climatisation, la piscine et les espaces de fraîcheur deviennent de véritables critères de choix. La saison semble confirmer également la montée d'une clientèle plus volatile, avec des réservations parfois effectuées dans de très courts délais (parfois même le jour-même), et un développement de la clientèle de proximité et de l'itinérance.

Une satisfaction qui résiste, mais une arrière-saison encore incertaine

Malgré le recul de fréquentation, **55% des destinations se déclarent satisfaites du déroulement de leur saison estivale**, avec des niveaux particulièrement élevés en montagne et dans une moindre mesure sur le littoral. Pour l'arrière-saison et l'automne, le potentiel demeure réel, porté par les courts séjours, événements, clientèles seniors et étrangères.
Si une grande partie des destinations s'accorde, à date, sur une **stabilité du mois de septembre** (*période qui représente en moyenne 8 % des nuitées françaises annuelles, soit le troisième mois de l'année en termes de volume, au même niveau que les mois du printemps et décembre**), **la visibilité reste faible** pour octobre et les vacances de la Toussaint, dans un marché de plus en plus piloté par les réservations de dernière minute et conditionné à la météo.

** Source : Flux Vision Tourisme*

DISPOSITIF TENDANCES #5-2026
Été 2026

À RETENIR *[2/2]*

FOCUS : LES FRANÇAIS ET LEURS VACANCES D'ÉTÉ 2026

L'été 2026 confirme une forte envie de partir, mais dans un contexte économique contraint qui transforme les comportements : vacances plus courtes, plus proches, réservées plus tardivement et consommées avec davantage de sobriété.

Synthèse des **5 points clés** issus de l'étude ADN Tourisme x G2A Consulting :

1. Les Français sont partis, mais leurs vacances ont été largement ajustées
Près de 3 Français sur 4 sont partis cet été, mais les projets initiaux ont évolué : seuls 43% ont réalisé exactement le séjour envisagé au printemps.

2. Des vacances plus courtes et davantage de proximité
Les séjours réalisés sont plus courts que prévu (60% des séjours principaux durent une semaine ou moins) et les Français ont davantage privilégié la proximité : 16% sont restés dans leur région ou département, contre 6% envisagés au printemps.

3. Le contexte économique a profondément transformé les comportements de vacances
L'inquiétude liée au pouvoir d'achat s'est renforcée (85% des Français se déclarent préoccupés) et a influencé l'ensemble du parcours de vacances : choix de destination, arbitrages de budget et consommation sur place. 62% des vacanciers ont eu le sentiment de se restreindre, avec une baisse des dépenses en restauration, loisirs payants et déplacements.

4. Un rééquilibrage des destinations au profit d'espaces moins attendus
La mer reste la destination privilégiée (55%), mais elle perd du terrain par rapport aux intentions de départ exprimées au printemps. La campagne, la ville et la montagne progressent, traduisant une recherche de diversité et d'alternatives aux destinations littorales traditionnelles.

5. Les non-départs sont principalement liés aux contraintes financières
Parmi les 26% de Français non partis, la première cause est économique : 51% citent leur situation financière, loin devant les contraintes météo ou les incendies.

*Source : **étude ADN Tourisme x G2A Consulting - Les Français et leurs vacances d'été 2026 :** afin de dresser un premier bilan des vacances d'été 2026 des Français et de mesurer les écarts entre les intentions de départ exprimées en mars 2026 (enquête spécifique G2A) et les comportements finalement observés à l'issue de l'été, ADN Tourisme et G2A se sont associés pour mettre en place une enquête spécifique auprès d'un échantillon de 1 000 Français représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus ayant au moins réalisé un séjour de vacances au cours des 3 dernières années (interrogés du 31 août au 2 septembre).*

Lien vers l'étude complète

TENDANCES
1ER SEMESTRE 2026

(du 1er janvier au 30 juin)

ADN Tourisme

DISPOSITIF TENDANCES #5-2026
1ER SEMESTRE 2026

1ER SEMESTRE 2026, PAR PÉRIODE *[1/2]*

[Sauf mention contraire, extraits des notes de synthèse des dispositifs conjoncturels d'ADN Tourisme]

VACANCES DE NOËL 2025/2026 *(du 20/12/2025 au 02/01/2026)*	**Des vacances de Noël 2025/26 satisfaisantes et au même niveau que l'année N-1 :** la fréquentation touristique en France lors des vacances de Noël 2025/26 (en nuitées, du 20 décembre 2025 au 2 janvier 2026) était en stabilité tant de la part de la clientèle Française (+1%) que de la clientèle européenne et long-courriers (-2%). Qu'elle soit Française ou internationale, la clientèle préférait la 2ème semaine des vacances à celle de Noël qui se passe traditionnellement en famille. Ce décalage structurel de la fréquentation vers la semaine du Nouvel An était déjà constaté l'année précédente. 79% des destinations exprimaient leur satisfaction quant au déroulé de cette quinzaine, part qui montait à 96% s'agissant des destinations montagne et à 93% pour les destinations urbaines. La fréquentation des espaces ruraux et littoraux satisfaisait a quant à elle respectivement 67% et 66% des répondants situés dans ces espaces.
VACANCES D'HIVER 2026 *(du 07/02 au 06/03/2026)*	**Des vacances d'Hiver au bilan contrasté :** la fréquentation touristique en France durant les vacances d'hiver 2026 (en nuitées, du 7 février au 6 mars 2026) apparaissait contrastée : la clientèle française était en recul (-4 %), tandis que la fréquentation des clientèles européennes et long-courriers demeurait globalement stable (-2 %). Les 4 semaines de vacances d'hiver étaient fortement marquées par des conditions météorologiques changeantes. La première quinzaine était perturbée par un temps très humide, avec des tempêtes accompagnées de crues ainsi que d'importantes chutes de neige sur certains massifs. À l'inverse, la seconde quinzaine bénéficiait d'un temps particulièrement doux et ensoleillé. Dans ce contexte, les excursions et réservations de dernière minute étaient limitées au début de la période, mais davantage favorisées lors des deux dernières semaines. Au total, 52% des destinations se déclaraient satisfaites du déroulement de ces vacances d'hiver. Ce taux atteignait 59 % pour les destinations de montagne, bénéficiant de bonnes conditions d'enneigement, ainsi que pour les destinations urbaines. En revanche, il était plus faible pour le littoral et les territoires ruraux, où il s'établissait à 48 %.
VACANCES DE PRINTEMPS 2026 *(du 04/04 au 01/05/2026)*	**Une fréquentation en recul sous l'effet d'un contexte économique tendu :** la fréquentation touristique en France durant les vacances de printemps 2026 (en nuitées, du 4 avril au 1er mai 2026) était décevante et en diminution par rapport à N-1: la clientèle française enregistrait un recul de -11 %, tandis que les clientèles européennes et long-courriers affichent également une diminution, plus modérée, de -6%. Sur cette période, la majorité des destinations répondantes (54%) faisait état d'un recul de sa fréquentation touristique. À l'inverse, 23% observaient une stabilité et 23% une progression. Au total, 51% des destinations se déclaraient insatisfaites du déroulé de ces vacances de printemps, taux qui atteignait 64% pour les destinations de montagne et descendait à 44% pour les répondants situés dans les espaces ruraux. Marquant le démarrage de la saison pour grand nombre de destinations, et placé cette année le 1er week-end des vacances de printemps (soit du 4 au 6 avril), la fréquentation du week-end de Pâques a satisfait 56% des répondants. Pour autant, les nuitées françaises apparaissaient en net recul (-25% au regard de 2025) et étaient à leur plus bas niveau jamais enregistré depuis Pâques 2022. A contrario, la clientèle européenne et long-courriers était en relative stabilité sur la période au regard de l'année précédente (-2%) mais en progression de +12% au regard de la moyenne 2022-2025. Alors que la météo était plutôt clémente sur la période (impactant positivement la fréquentation pour 55% des destinations), la fréquentation semble avoir été freinée par un ensemble de facteurs combinés tels la hausse du coût des carburants (pour 62% des destinations), les inquiétudes liées au pouvoir d'achat (65%) ou les tensions géopolitiques internationales (58%).

1ER SEMESTRE 2026, PAR PÉRIODE *[2/2]*

[Sauf mention contraire, extraits des notes de synthèse des dispositifs conjoncturels d'ADN Tourisme]

AVANT-SAISON 2026 *(du 02/05/2026 au 12/06/2026)*	**La dynamique retrouvée depuis la Pentecôte rééquilibre le printemps :** la fréquentation touristique en France lors de l'avant-saison 2026 (en nuitées, du 2 mai au 12 juin 2026) était globalement en hausse par rapport à la même période N-1, tant pour la clientèle française (+6%) que pour les clientèles européennes et long-courriers (+7%). L'avant-saison avait débuté dans un contexte peu favorable : entre des conditions météorologiques souvent défavorables lors des week-ends prolongés (en particulier à l'Ascension *[14 mai]*), un climat économique et géopolitique incertain et des comportements de réservation plus attentistes, de nombreuses destinations constataient une fréquentation inférieure à celle de 2025 sur les premières semaines de mai. La tendance s'était toutefois améliorée au fil des semaines, notamment à partir du week-end de la Pentecôte [*23/25 mai]*, qui apparaissait comme le véritable point fort de l'avant-saison 2026 : le retour de conditions météorologiques plus favorables contribuait en effet à relancer l'activité dans de nombreux territoires. Le calendrier de mai 2026, marqué par quatre opportunités de week-ends prolongés, avait également favorisé une répartition plus homogène des flux touristiques au cours de la période. Au global, 6 destinations sur 10 se déclaraient satisfaites de la fréquentation lors de l'avant-saison 2026. Cette proportion atteignait 71% pour les destinations urbaines, qui affichaient les niveaux de satisfaction les plus élevés. Les destinations convergeaient vers un même constat : l'évolution des comportements touristiques. Les réservations de dernière minute semblaient se généraliser, les séjours tendaient à se raccourcir et les visiteurs accordaient une attention croissante à leurs dépenses. La baisse du pouvoir d'achat, particulièrement sensible chez la clientèle française, le niveau des prix des carburants ainsi que les incertitudes géopolitiques figuraient parmi les principaux facteurs susceptibles d'influencer les décisions de départ et les dépenses réalisées sur place. La météo s'affirmait également comme un élément déterminant : lors de l'avant-saison 2026, les conditions défavorables ont pénalisé la fréquentation lors du week-end de l'Ascension, le retour du beau temps avait largement contribué au regain d'activité observé à la Pentecôte, même si les fortes chaleurs enregistrées localement avaient parfois pu limiter certains déplacements ou activités.

DISPOSITIF TENDANCES #5-2026
1ER SEMESTRE 2026

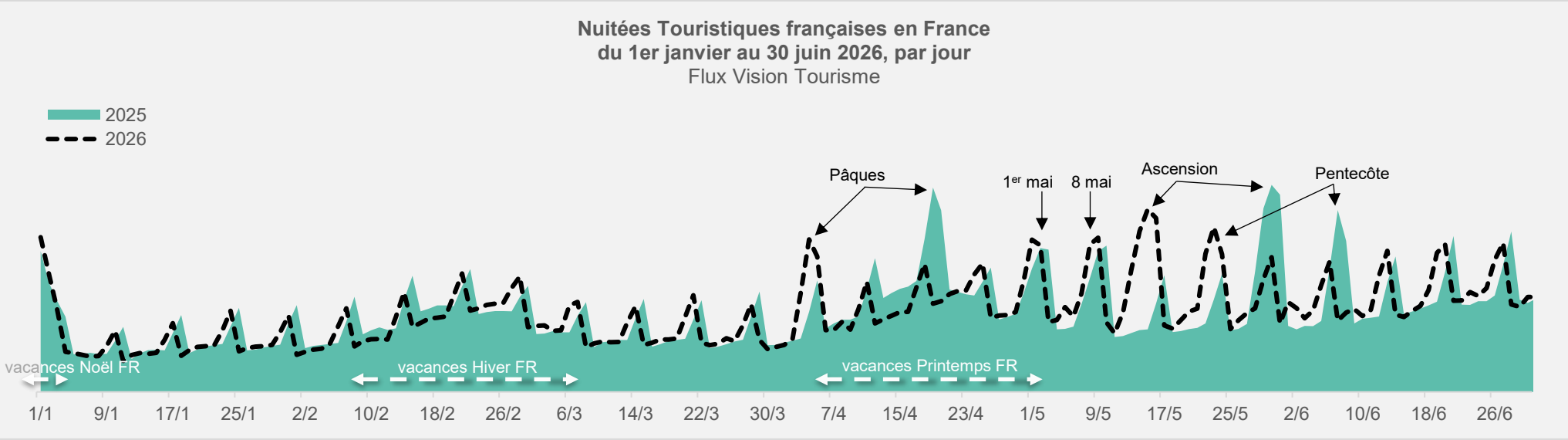
1ER SEMESTRE 2026, FRÉQUENTATION FRANÇAISE

Du 1er janvier au 30 juin 2026 :

> **La fréquentation française (nuitées réalisées en France par les résidents français) est en stabilité (-1%)** au regard des résultats de la même période en 2025.

> Par **mois**, **à l'échelle nationale** et **au regard de 2025, la fréquentation française** :

- est en **stabilité** en **janvier**, **mars** et **juin**
- **recule** en **février** et **avril**,
- **progresse** en **mai**.



FRÉQUENTATION FRANÇAISE

▶ (-1%)

(évolution nuitées du 1er janvier au 30 juin 2026 vs 2025)

Sources : *Flux Vision Tourisme Orange Business / ADN Tourisme*

DISPOSITIF TENDANCES #5-2026
1ER SEMESTRE 2026

1ER SEMESTRE 2026, FRÉQUENTATION EUROPÉENNE ET LONG-COURRIERS

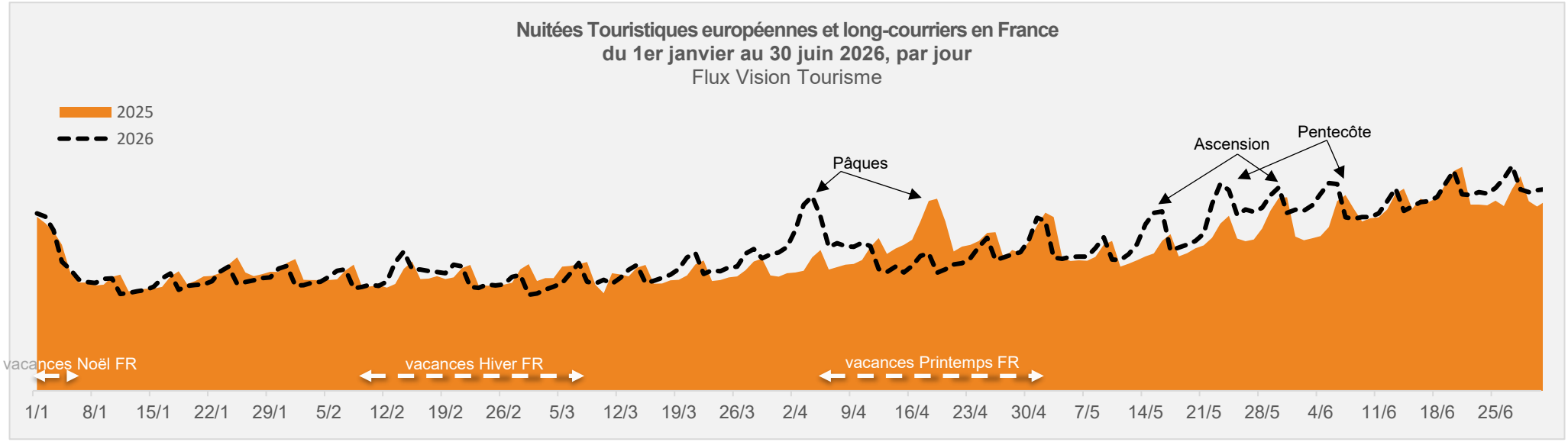
Du 1er janvier au 30 juin 2026 :

> la **fréquentation européenne et long-courriers** **(nuitées réalisées en France par les résidents européens et long-courriers) est en stabilité (+2% d'évolution)** au regard de la même période en 2025.

> Pour mémoire, la fréquentation étrangère est **dépendante des dates de vacances scolaires et jours fériés propres à chaque pays**.

> Par **mois**, **à l'échelle nationale** et au regard de 2025, la **fréquentation européenne et long-courriers est stable de janvier à avril**, **en progression en mai à juin.**

> Par **marchés** : la **Belgique** est en **stabilité**. La **Suisse**, les **Pays-Bas** et l'**Allemagne progressent** pendant que l'**Espagne**, l'**Italie** et le **Royaume-Uni** sont **en retrait**. S'agissant des marchés lointains, les **Etats-Unis**, le **Canada** et, dans une moindre mesure, la **Chine** sont **en hausse**, le **Japon en recul**.



FRÉQUENTATION EUROPÉENNE ET LONG-COURRIERS

▶ (+2%)

(évolution nuitées du 1er janvier au 30 juin 2026 vs 2025)

Business

Sources : Flux Vision Tourisme Orange Business / ADN Tourisme

DISPOSITIF TENDANCES #5-2026
1ER SEMESTRE 2026

1ER SEMESTRE 2026, FRÉQUENTATION PAR ESPACE

(évolution des nuitées du 1er janvier au 30 juin 2026)

ESPACE RURAL

FRÉQUENTATION FRANÇAISE
► (-1%)
[(de -4% (Sud-Ouest) à +1% (Nord-Ouest)]

FRÉQUENTATION EUROPÉENNE ET LONG-COURRIERS
► (+1%)
[(de-3% (Sud-Ouest) à +3% (Sud-Est)]

ESPACE LITTORAL

FRÉQUENTATION FRANÇAISE
► (-3%)
[(de -6% (Méditerranée) à 0% (Manche)]

FRÉQUENTATION EUROPÉENNE ET LONG-COURRIERS
► (+2%)
[de 0% (Atlantique) à +3% (Manche et Méditerranée)]

ESPACE MONTAGNE

FRÉQUENTATION FRANÇAISE
▼ (-4%)
[de -5% (Alpes et Pyrénées) à +2% (Jura/Vosges)]

FRÉQUENTATION EUROPÉENNE ET LONG-COURRIERS
► (-2%)
[de -7% (Pyrénées) à +5% (Jura/Vosges)]

ESPACE URBAIN

FRÉQUENTATION FRANÇAISE
► (+2%)
[(de +1% (Province) à +5% (région parisienne)]

FRÉQUENTATION EUROPÉENNE ET LONG-COURRIERS
► (+3%)
[de 0% (province) à +4% (région parisienne)]

Business

Sources : Flux Vision Tourisme Orange Business / ADN Tourisme

TENDANCES GLOBALES ÉTÉ 2026

(du 27 juin au 28 août 2026)

ADN Tourisme

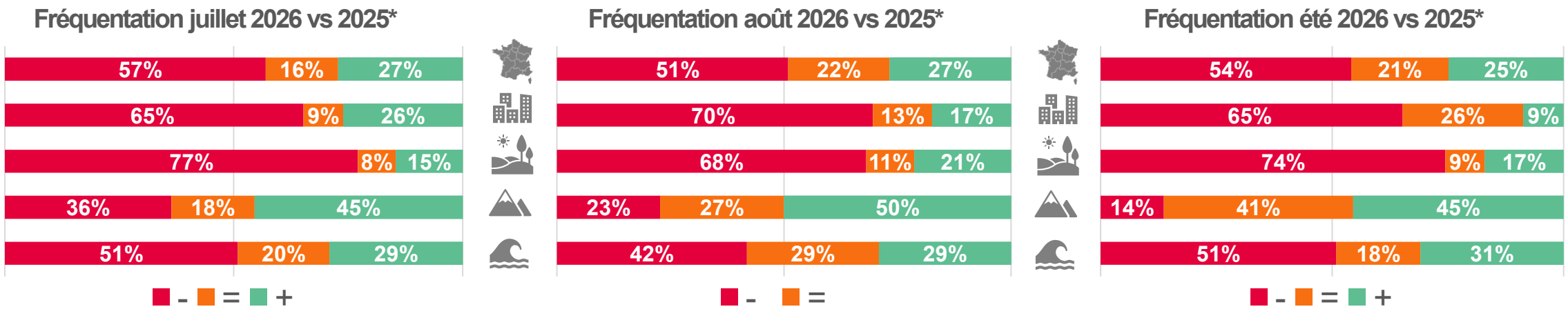
DISPOSITIF TENDANCES #5-2026
Été 2026

FRÉQUENTATION GLOBALE ET PAR PÉRIODE

À la date d'interrogation, **la majorité des destinations répondantes (54%) font état d'un recul de leur fréquentation au cours de la saison estivale 2026 (pendant que 25% enregistrent une progression et 21% une stabilité).** Cette tendance globale masque toutefois des disparités selon les espaces. Le recul apparaît particulièrement marqué dans les destinations rurales (qui sont 74% à annoncer une fréquentation moindre), urbaines (65%) et, dans une moindre mesure, littorales (51%). La montagne se distingue puisque 45% des destinations répondantes font état d'une progression de leur fréquentation, et 41% d'une stabilité.

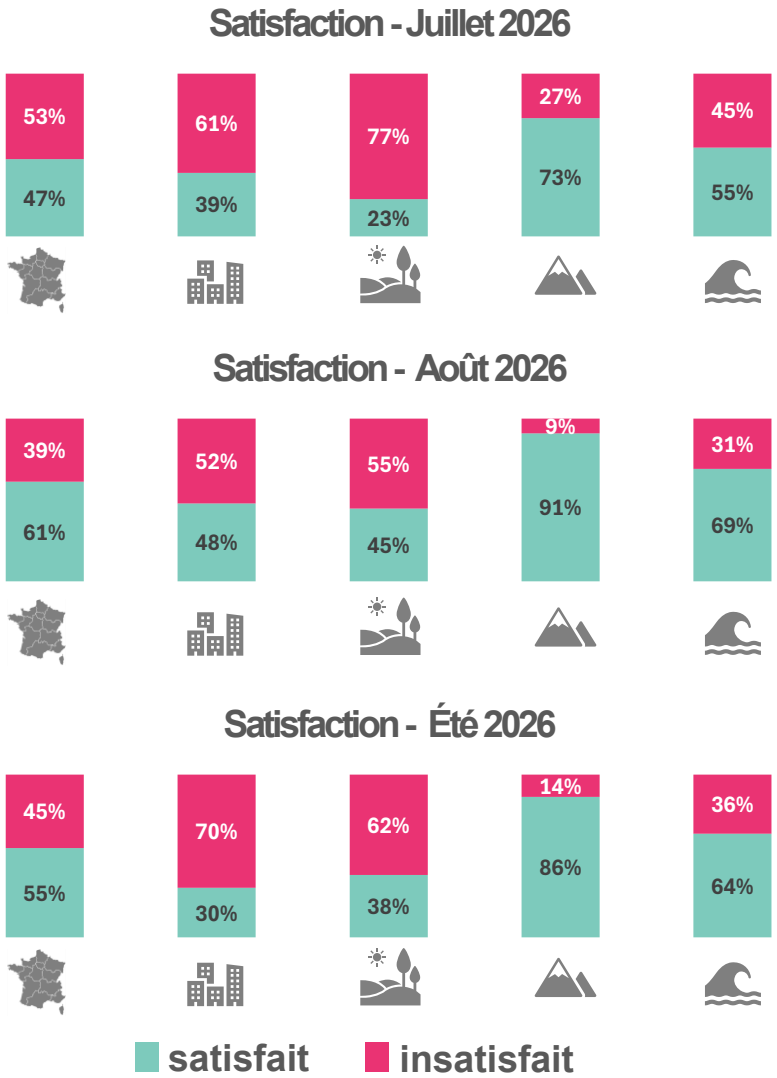
Des évolutions contrastées selon les mois :

- **Juillet 2026** s'inscrit **en retrait** par rapport à juillet 2025 pour 57% des destinations répondantes. La baisse est particulièrement marquée dans les destinations rurales (77%) et urbaines (65%), tandis qu'elle concerne 51% des destinations littorales. À l'inverse, la montagne se démarque à nouveau : 45% des destinations répondantes y enregistrent une fréquentation supérieure à celle de juillet 2025, contre 36% une fréquentation moindre.
  Pour mémoire, selon Flux Vision Tourisme, juillet représente en moyenne 14% des nuitées françaises annuelles.
- **Août 2026** apparaît également **en recul**, mais dans une moindre mesure : 51% des destinations répondantes constatent une baisse de leur fréquentation, contre 27% une progression et 22% une stabilité.
  La montagne conserve une dynamique plus favorable puisque la moitié des destinations répondantes (50%) font état d'une progression de leur fréquentation. À l'inverse, le mois d'août est resté particulièrement difficile pour les destinations urbaines et rurales, qui sont respectivement 70% et 68% à signaler un recul de fréquentation. Sur ce mois, la situation est plus équilibrée sur le littoral : 42% des destinations constatent une baisse de fréquentation, tandis que 29% observent une stabilité et 29% une progression.
  Pour mémoire, selon Flux Vision Tourisme, août représente en moyenne 18% des nuitées françaises annuelles.



Clé de lecture : 51% des répondants des destinations « littorales » estiment que la fréquentation lors du mois de juillet 2026 est inférieure à celle du mois de juillet 2025 (à date d'interrogation).

SATISFACTION DES DESTINATIONS PAR PÉRIODE



Clé de lecture : 61% des répondants des destinations « urbaines » ne sont pas satisfaits de la fréquentation lors du mois de juillet 2026.

Une période vue comme étant satisfaisante, et qui contraste avec le recul de fréquentation
À l'échelle de la saison estivale, et malgré une fréquentation en recul pour un grand nombre de destinations, **55% d'entre elles se déclarent satisfaites quant au déroulé de la période**.
Cette satisfaction est particulièrement élevée dans les destinations de montagne, où elle atteint **86%**, ainsi que dans les destinations littorales (**64%**). À l'inverse, l'insatisfaction est majoritaire dans les espaces ruraux et urbains, puisqu'elle concerne respectivement **62% et 70% des répondants**.

Des niveaux de satisfaction variables selon les périodes et les espaces

- **En juillet**, **53% des destinations se déclarent insatisfaites** du déroulement du mois (contre 42% à l'issue de la saison estivale 2025). Les destinations rurales affichent le niveau d'insatisfaction le plus élevé (77%), suivies des destinations urbaines (61%). À l'inverse, les destinations littorales et de montagne font majoritairement état d'une expérience satisfaisante, avec respectivement 55% et 73% de répondants satisfaits.
- **En août**, **la satisfaction progresse nettement** : **61% des destinations se déclarent satisfaites** du déroulé du mois, soit près de 3 sur 5. La montagne se distingue particulièrement, avec 93% de répondants satisfaits, tandis que cette proportion atteint 69% sur le littoral. L'insatisfaction reste toutefois majoritaire dans les destinations rurales et urbaines, mais à des niveaux moins élevés qu'en juillet, traduisant une amélioration de la perception de la saison au cours du mois d'août.

TENDANCES GLOBALES ÉTÉ 2026 PAR ESPACE

(du 27 juin au 28 août 2026)

DISPOSITIF TENDANCES #5-2026
Été 2026

ESPACE RURAL

Ils nous en parlent…

« Pouvoir d'achat limité : les visiteurs font des choix entre visites, restaurants, hébergement..... Clientèle relativement détendue, malgré les vagues de canicule. Augmentation de la clientèle allemande » **OT Saumur Val-de-Loire (49/Maine-et-Loire)**

« La saison estivale 2026 a été globalement satisfaisante, avec une fréquentation portée par la recherche de nature, de fraîcheur et d'activités de plein air. Les courts séjours et excursions à la journée restent très présents. La clientèle est majoritairement française, avec également une présence de clientèles européennes, notamment belge, néerlandaise et britannique. Les périodes de juillet et de début août ont été les plus dynamiques. Nous constatons par ailleurs une vigilance accrue des visiteurs sur les dépenses, avec une recherche de bons plans et d'activités à tarif accessible » **OT Lyons-Andelle (27/Eure)**

« Moins de monde pour notre secteur en thermalisme » **OT Bourbonne-les-Bains (52/Haute-Marne)**

« Réduction durée séjours, + de réservations de dernières minutes, baisse de fréquentation suite aux incendies dans le département » **OT Vallespir Tourisme (66/Pyrénées-Orientales)**

« À cause de la canicule, des visites guidées ont été annulées (alerte orange, rouge), les bureaux étaient désertés durant les après midis. La clientèle recherchait des lieux de baignades (eau naturelle). Nous avons eu plus de demandes de personnes arrivant sur notre territoire sans voiture (recherche de transports en commun). La saison a débuté après le 18 juillet et s'est poursuivi jusqu'au 25 août » **OT Grand Figeac (46/Lot)**

« Une très belle saison estivale 2026 pour tous les sites de visite, les hôtels et les restaurants de la Cité des Loisirs. Dépenses en baisse pour certains restaurants (panier moyen) » **OT Destination Amnéville Moselle (57/Moselle)**

« La canicule a fortement impacté la fréquentation notamment sur les emplacements nus de l'HPA, le pouvoir d'achat de façon globale est une raison complémentaire mais non fondamentale sur la baisse de la fréquentation » **OT Gorges de l'Ardèche (07/Ardèche)**

« Visites ou mini circuits proposés aux touristes ont bien fonctionnés; les touristes trouvent certaines activités (segway) trop chères ; début aout - changement de destination à cause des incendies, au lieu d'aller sur le littoral les touristes sont arrivés chez nous ; durée de séjour plus court » **OT Côteaux et Landes de Gascogne (47/Lot-et-Garonne)**

« Bonne saison mais très voire trop chaud, nous n'avons pas de possibilité de baignade sur notre territoire. Heureusement nous sommes en zone rurale avec beaucoup de forêts et d'espaces naturels donc possibilités d'être ombragé » **OT Mossig et Vignoble (67/Bas-Rhin)**

DISPOSITIF TENDANCES #5-2026
Été 2026

ESPACE LITTORAL

Ils nous en parlent…

« On observe un véritable écart entre la présence des visiteurs cette saison (les chiffres de la taxe de séjour le prouvent), et l'économie touristique générée chez nos prestataires et au sein de notre service commercial : chiffres d'affaires en baisse, liée au pouvoir d'achat en berne des visiteurs. Les restaurants semblent être les plus touchés cet été par cela. On note également une saison qui a démarré très tardivement, le 1er août (mois de juillet très calme), et une fréquentation inhabituellement intense la semaine 34 (pourtant post 15 août) » **OT Mont Saint-Michel Normandie (50/Manche)**

« Nous avions constaté une baisse de fréquentation sur le début de saison, plus calme, dû certainement aux fortes chaleurs, et nous avons ensuite eu les incendies qui ont bouleversé notre fréquentation et mis à mal notre saison » **OT Cœur du Bassin (33/Gironde)**

« La saison 2026 a démarré en douceur jusqu'au 14 juillet avec une fréquentation conforme aux attentes en août. Elle a été marquée par des épisodes de canicules, favorables à une ambiance estivale mais qui ont modifié considérablement les comportements des vacanciers […] » **OT Pays de Saint-Gilles Croix-de-Vie (85/Vendée)**

« Une saison estivale en demi-teinte » **OT Gruissan (11/Aude)**

« La première semaine de juillet hors vacances scolaires qui est très calme mais elle permet un temps d'adaptation pour nos saisonnières. Les deux semaines de la mi-août très intenses. Des visiteurs qui continuent de consommer mais avec des paniers moyens modestes. Des touristes qui viennent clairement pour le climat breton et sa fraicheur » **OT Côte des Légendes (29/Finistère)**

« La saison estivale 2026 apparaît globalement satisfaisante mais contrastée à Bidart. Après un début de saison dynamique, le mois de juillet a été davantage en retrait et le mois d'août a mieux résisté. Les données de fréquentation montrent une baisse des passages à l'Office de Tourisme plus importante que celle observée sur la destination : les nuitées à Bidart ne reculent que de 3 % entre le 1er juillet et le 20 août par rapport à 2025. La clientèle étrangère reste dynamique, notamment allemande et espagnole […] » **OT Bidart (64/Pyrénées-Atlantiques**

« Un été globalement en baisse de fréquentation et de consommation. Mais qui suit un printemps qui a été meilleur qu'en 2025. A voir donc pour les mois de septembre octobre si la grande saison (de mars à novembre) a été plus dynamique par rapport à N-1 » **OT Le-Grau-du-Roi (30/Gard)**

« Les 4 premières régions gardent leurs rankings (Île de France, Hauts de France, Grand Est, Normandie), ensuite nous avons constaté une forte augmentation de visiteurs venant des régions souffrant de la canicule : Nouvelle Aquitaine et l'Occitanie, Centre / Val de Loire et Les Pays de la Loire, Auvergne Rhône-Alpes » **OT Fécamp (76/Seine-Maritime)**

« Une saison estivale exceptionnelle, portée par la recherche de fraîcheur et une météo très favorable. Une présence marquée de clientèles venues du Sud, mais aussi d'excursionnistes, notamment grâce au dispositif éTER. La fréquentation de l'OT a ainsi progressé de 35 %, confirmant l'affluence importante sur le territoire » **OT Calais XXL (62/Pas-de-Calais)**

« Fréquentation en légère baisse » **OT Menton Riviera et Merveilles (06/Alpes-Maritimes)**

DISPOSITIF TENDANCES #5-2026
Été 2026

ESPACE MONTAGNE

Ils nous en parlent…

« Le territoire a bénéficié d'un bel effet Tour de France, grâce à la position de l'étape le 14 juillet. L'effet s'est ressenti sur l'ensemble du mois de juillet. Retour d'une clientèle internationale importante (hors temps Tour de France) » **OT Hautes Terres (15/Cantal)**

« Beaucoup de réservations en dernière minute pour venir trouver la fraîcheur » **OT Les Rousses (39/Jura)**

« Effet calendaire avec le 15 août un samedi : la fréquentation semble plus répartie entre les semaines 33 et 34. Il y a encore beaucoup de courts séjours de dernière minute mais on note également des touristes qui restent 15 jours. Les incendies sont anxiogènes. Les vacances restent nécessaires mais les dépenses sont étudiées » **OT Pyrénées Ariégeoises (09/Ariège)**

« La saison estivale reste globalement stable par rapport à 2025, avec une légère hausse de fréquentation en juillet et une légère hausse en août (par rapport à août 2025). Les trois premières semaines d'août ont été les plus fréquentées, avec une clientèle principalement présente pour des séjours à la semaine. […] Cette saison a également été marquée par l'expérimentation d'un office de tourisme mobile, déployé sur plusieurs sites naturels et événements du territoire. Cette démarche de proximité a rencontré un très bon accueil auprès des vacanciers et une belle fréquentation. Enfin, les épisodes de canicule et les risques d'incendie ont entraîné l'annulation de plusieurs animations et manifestations estivales. **OT La Bresse hautes Vosges (88/Vosges)**

« Un très beau mois d'août, des clients heureux de perdre quelques degrés par rapport à leurs régions d'origines » **OT Cluses Arve & montagnes (74/Haute-Savoie)**

« Belle saison marquée par une clientèle plus volubile en juillet et plus posée et traditionnelle en août. Beaucoup de sensibilisation à faire autour des bons usages en montagne » **OT Arêches-Beaufort (73/Savoie)**

« Plus de visiteurs dormants sur le territoire mais moins d'excursionnistes d'après une première analyse de la fréquentation. Il semble que les visiteurs, encore plus qu'auparavant, cherchent à effectuer des activités qu'ils ne peuvent pas faire dans leur lieu de résidence, mais consomment moins auprès des commerçants locaux. Les restaurateurs ont bien marché aussi, notamment ceux proposant des produits locaux » **OT Tourmalet Pic du Midi (65/Hautes-Pyrénées)**

« Saison estivale record portée par un évènementiel très riche » **OT Alpe-d'Huez (38/Isère)**

« Beaucoup de courts séjours (3/4 nuits) qui font baisser la moyenne des taux de remplissage. 60% de nos hébergeurs annoncent cependant un chiffre d'affaires stable voire en hausse par rapport à 2025. Vu la météo plus clémente cette année dans notre milieu montagnard, les activités de plein air (tyroliennes, luges d'été ...) enregistrent une hausse de la fréquentation par rapport à 2025 » **OT du Sancy (63/Puy-de-Dôme)**

« Volumes globalement conservés voire en légère progression mais pouvoir d'achat affaibli ou vigilance accrue sur les prestations payantes et le rapport qualité prix dans les bars et restaurants en particulier. Capacité à dépenser existante lorsqu'une vraie expérience est proposée » **OT Serre-Chevalier / Briançon (05/Hautes-Alpes)**

DISPOSITIF TENDANCES #5-2026
Été 2026

ESPACE URBAIN

Ils nous en parlent…

« Clientèle française moins présente, et arbitrage dans les dépenses, entrainant une baisse chez les professionnels de la restauration et d'activités touristiques. Clientèle internationale présente, plutôt haut de gamme, avec de bonnes performances de l'hôtellerie 4-5. Impact important des vagues de chaleur pour les destinations urbaines, et les incendies ont entrainé 3 semaines de très forte baisse de fréquentation »* **OT Bordeaux (33/Gironde)**

« On renoue avec une très forte concentration des flux sur le mois d'août, bien que la première semaine de juillet ait été très prometteuse. Les destinations sont soumises à de l'adaptation ; c'est une constante depuis le Covid » **OT Saint-Nazaire Agglomération (44/Loire-Atlantique)**

« Sur notre destination, fréquentation en juillet soutenue par une importante édition du Festival de Nîmes (31 concerts et 270 000 spectateurs). En août, moins d'événements et impact d'autant des bulletins météo évoquant en boucle la canicule et le risque incendie, même si nous n'étions pas situés dans une zone qui en a subi » **OT Nîmes (30/Gard)**

« Nous avons adapté notre programmation avec des activités plus matinales « à la fraîche » pour les visiteurs » **OT Dijon (21/Côte-d'Or)**

« Les clientèles françaises de proximité (-2 heures de voitures) ont renforcées leur présence et allongées leur durée de séjour. Tous les types d'hébergements terminent l'été avec un taux de remplissage moyen correct (+/- 3 % par rapport à 2025). A contrario les établissements de restauration aux larges terrasses enregistrent des résultats pouvant atteindre les -25% sur la période juin-août » **OT Valence Romans (26/Drôme)**

« Séjours plus courts et annulations des activités sur le territoire dû aux incendies Demande de remboursement importantes » **OT Pays de Fontainebleau (77/Seine-et-Marne)**

« Séjours de dernière minute / impact flagrant de la canicule (fréquentation en berne pendant chaque vague de chaleur) / les événements sportifs et culturels ont bien fonctionné / les visiteurs viennent mais limitent très fortement les dépenses / 30 000 visiteurs dans nos OT sur juillet-août vs 29 000 sur la même période en 2025 » **OT Vichy Destinations (03/Allier)**

« Consommation très en retrait pendant les périodes de canicule » **OT La-Rochelle (17/Charente-Maritime)**

« Augmentation significative du nombre de réservations dans les meublés touristiques vs n-1. prix du carburant et baisse du pouvoir d'achat des Français ont eu un impact négatif chez les commerçants. Le TO reste stable et fort sur le territoire » **OT InDeauville (14/Calvados)**

TENDANCES À VENIR

ADN Tourisme

DISPOSITIF TENDANCES #5-2026
Perspectives arrière-saison et automne 2026

TENDANCES À VENIR

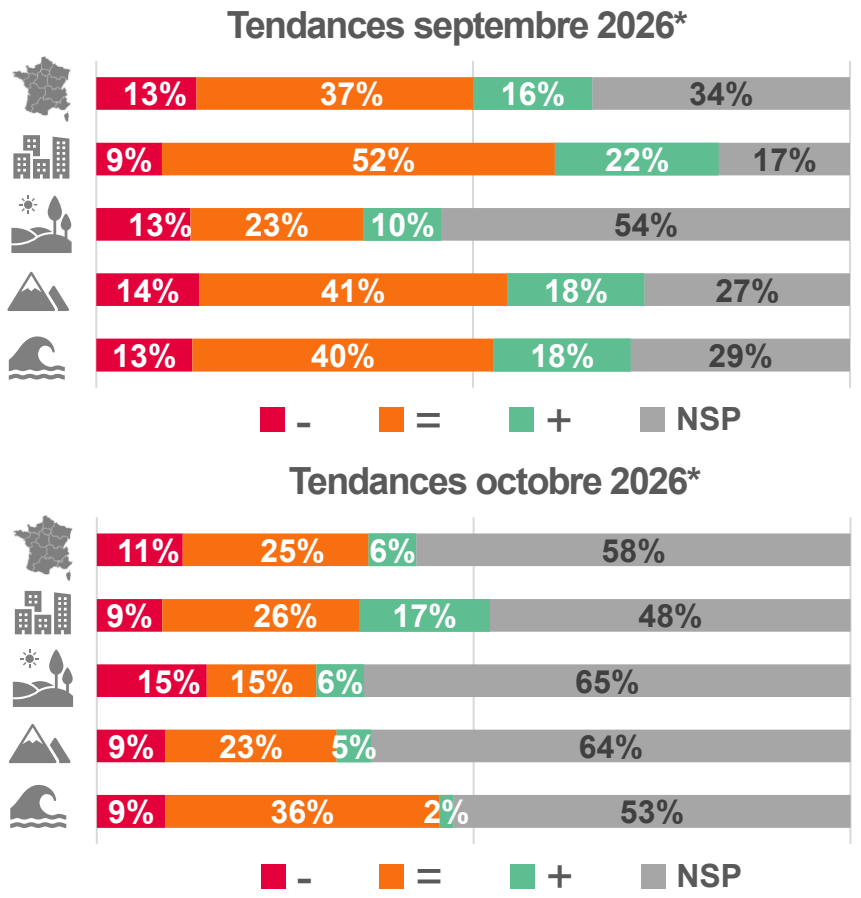
UNE ARRIÈRE-SAISON ET UN AUTOMNE DIFFICILES À ANTICIPER

À date, malgré une visibilité limitée pour certaines destinations dans un contexte encore incertain, **quelques tendances se dessinent pour l'arrière-saison et l'automne 2026 :**

- **Septembre** s'orienterait majoritairement vers une **stabilité** de la fréquentation (pour 37% des répondants, tandis que 16% anticipent une progression et 13% un recul. La visibilité reste toutefois limitée, puisque 39 % des destinations ne se prononcent pas. Cette incertitude est particulièrement marquée dans les destinations rurales (56% ne disposent pas encore d'une visibilité suffisante). À l'inverse, les destinations urbaines semblent mieux positionnées pour anticiper leur activité, notamment grâce à la reprise des déplacements et activités d'affaires.
  Comme chaque année, la fréquentation de septembre restera en partie dépendante des conditions météorologiques et des réservations de dernière minute, qui prennent une place croissante dans les décisions de séjour notamment à cette période de l'année.
  Pour mémoire, septembre représente en moyenne 8 % des nuitées françaises annuelles, soit le troisième mois de l'année en volume, au même niveau que les mois de printemps et décembre (source : Flux Vision Tourisme).
- La **visibilité est encore plus faible pour octobre et les vacances de la Toussaint** : respectivement **58% et 65% des destinations** ne sont pas en mesure de se prononcer à date d'interrogation.

Plusieurs clientèles et segments d'activité pourraient soutenir la fréquentation au cours de l'arrière-saison et de l'automne : les week-ends et courts séjours, les groupes, ainsi que les événements et congrès constituent des leviers particulièrement intéressants, en septembre comme en octobre.
La période présente également un potentiel auprès des couples, des séniors, des jeunes retraités et des clientèles étrangères, davantage disponibles à cette période de l'année.

Dans l'ensemble, l'arrière-saison constitue donc une opportunité pour prolonger la saison estivale, mais dans un contexte où l'activité est devenue plus difficile à anticiper et davantage dépendante des décisions de réservation de dernière minute, elles-mêmes étroitement liées aux conditions météo.



** Clé de lecture : 52% des répondants des destinations « urbaines » estiment que la fréquentation lors du mois de septembre 2026 sera égale à celle de septembre N-1.*

Dispositif Tendances #5-2026

ADN Tourisme
remercie l'ensemble des répondants
pour leur précieuse contribution

©ADN TOURISME
Traitements et analyses : Rodolphe BRENIER - Septembre 2026

Vos contacts observation :
Christel BERLINGUÉ / christel.berlingue@adn-tourisme.fr
Rodolphe BRENIER / rodolphe.brenier@adn-tourisme.fr