

ENQUETE DE CONJONCTURE TOURISTIQUE



Août 2025



Sommaire



1. Synthèse des tendances de fréquentation et de satisfaction observées auprès des professionnels gardois	<u>3</u>
2. Tendances de fréquentation et de satisfaction	<u>4</u>
3. Tendances de fréquentation par catégorie d'activité	<u>5</u>
4. Tendances de fréquentation par origine et typologie de la clientèle touristique	<u>6 et 7</u>
5. Tendances des dépenses touristiques	<u>8</u>
6. Tendances de fréquentation et de satisfaction relevées auprès des professionnels gardois par destination	<u>9</u>
7. Les professionnels ont la parole	<u>10</u>
8. Nuitées touristiques françaises – Flux Vision Tourisme	<u>11</u>
9. Nuitées touristiques étrangères – Flux Vision Tourisme	<u>12</u>
10. Performance dans la location saisonnière	<u>13</u>
11. Premières tendances de fréquentation et de satisfaction de la saison estivale 2025 (mai à août)	<u>14</u>
12. Premières tendances de fréquentation et de satisfaction de la saison estivale 2025 (mai à août) par origine et typologie	<u>15</u>
13. Analyse mensuelle du niveau d'activité pour la saison 2025 par rapport à la saison 2024	<u>16</u>

Synthèse des tendances de fréquentation et de satisfaction observées auprès des professionnels gardois



UN MOIS D'AOUT ENCOURAGEANT POUR LE TOURISME GARDOIS.

La fréquentation touristique en août 2025 affiche une tendance globalement satisfaisante par rapport à août 2024:

* 62 % des professionnels interrogés signalent une activité en hausse ou stable, dans tous les secteurs d'activité (sauf les commerces et services, dont la moitié des répondants déclare un niveau d'activité inférieur en ce mois d'août 2025 par rapport à celui de 2024).

La satisfaction s'en ressent également, avec un niveau supérieur ou équivalent atteignant 64 %.

Globalement, l'hébergement touristique marchand en août 2025 présente une situation mitigée. Si certains hébergements, comme les campings, tirent leur épingle du jeu, la tendance reste difficile pour l'hôtellerie traditionnelle notamment. Cela traduit un mois d'août contrasté, où la fréquentation n'a pas bénéficié uniformément à l'ensemble des acteurs.

Si le tourisme culturel bénéficie d'un net engouement pour 52 % des enquêtés, le tourisme sportif et de loisirs rencontre davantage de difficultés, tandis que le tourisme fluvial demeure essentiellement stable.

Du côté de la clientèle française, y compris celle de proximité, la fréquentation reste supérieure ou stable pour plus de 6 répondants sur 10. Au niveau des chiffres relevés sur Flux Vision Tourisme, le marché domestique se maintient.

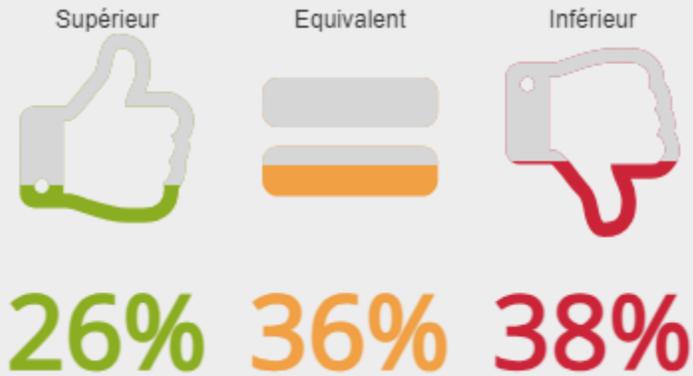
Au niveau de la clientèle étrangère, les professionnels sont assez mitigés. Les données relevées sur Flux Vision Tourisme démontrent une baisse du marché étranger, plus ou moins marquée en fonction des nationalités. En effet, si la fréquentation de la clientèle suisse en août 2025 est stable par rapport au même mois en 2024, celle des Néerlandais (clientèle habituellement très présente) est en forte baisse.

La clientèle « groupes » est celle jugée en baisse par le plus grand nombre de nos professionnels en ce mois d'août 2025 : 41 % par rapport à août 2024.

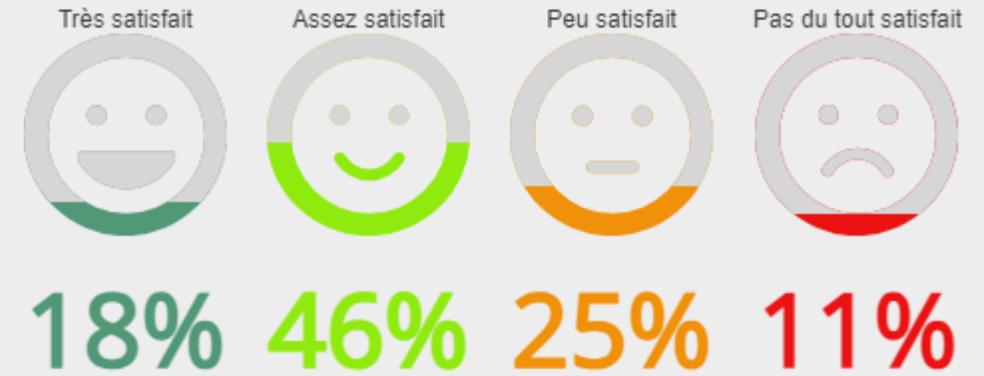
Le pouvoir d'achat est estimé en recul par la quasi-majorité des professionnels gardois interrogés. En effet, 48 % d'entre eux constatent une diminution du panier moyen. A l'échelle des territoires, les destinations Camargue / Méditerranée et Nîmes – Pont du Gard sont les plus touchées, tandis que la destination Cévennes résiste mieux.

Enfin, si nos professionnels sont inquiets pour l'arrière-saison, les données de la plateforme Lighthouse sur l'état des réservations au mois d'août 2025, comparé au même mois en 2024, révèlent une certaine stabilité des réservations sur les trois prochains mois, bien que celles-ci soient de plus en plus tardives.

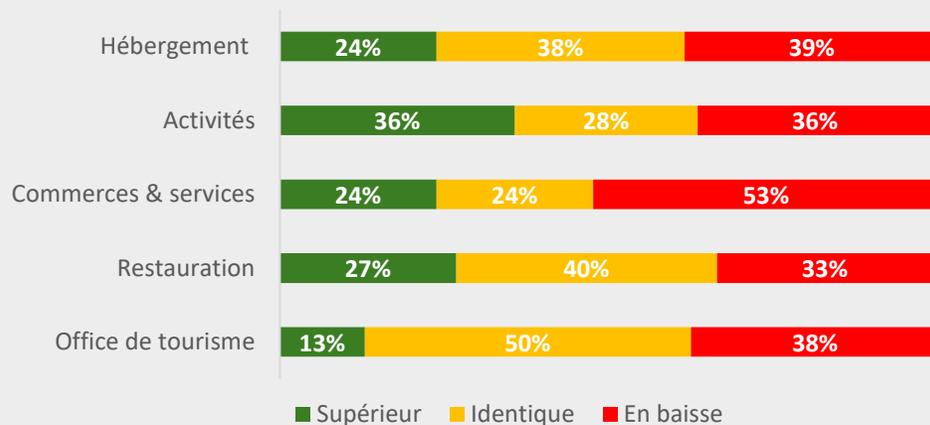
Par rapport au même mois de l'année dernière, Vous diriez que votre niveau d'activité d'août est ?



Globalement, êtes-vous satisfait de la fréquentation de votre structure pour le mois d'août ?



Par rapport au même mois de l'année dernière, vous diriez que votre niveau d'activité d'août est ?



En résumé, les résultats d'août 2025 se présentent un peu nuancés.

Les activités ressortent comme le secteur le plus dynamique, malgré de fortes disparités.

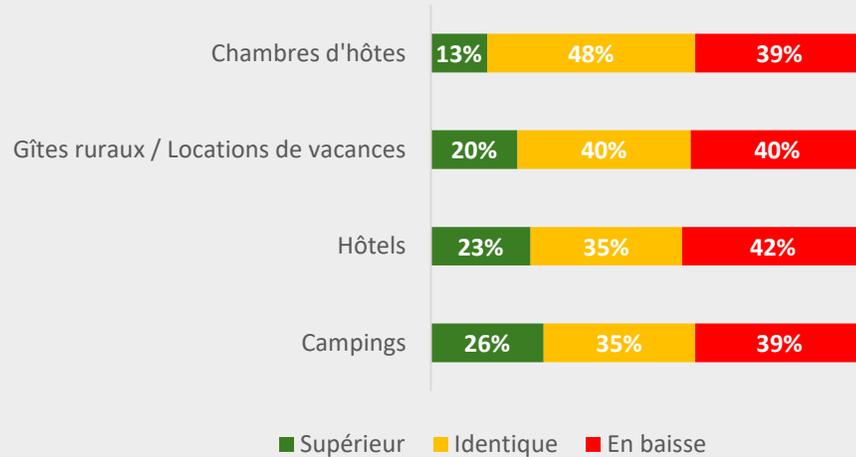
L'hébergement et la restauration se maintiennent difficilement, avec autant de professionnels en hausse qu'en baisse.

Les commerces et services apparaissent comme les plus fragilisés.

Tendances de fréquentation par catégorie d'activité



Secteur hébergements



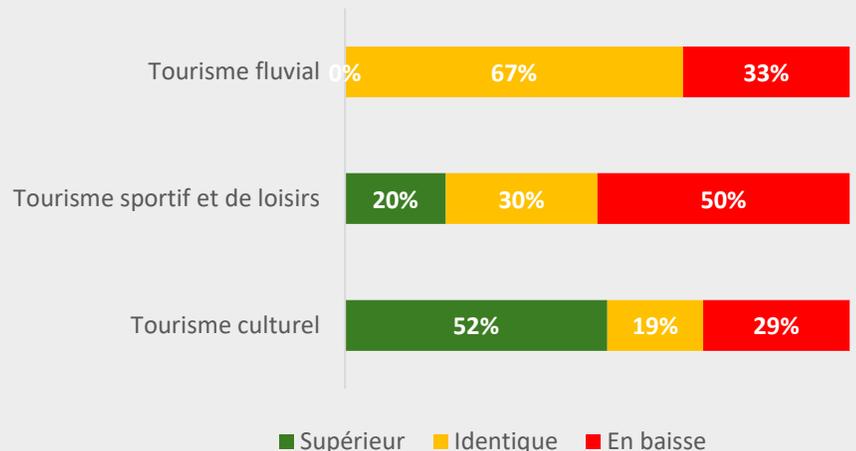
Concernant les chambres d’hôtes, elles sont peu nombreuses à déclarer une activité en hausse par rapport à l’an dernier. Ce constat s’explique notamment par le fait que ce secteur avait déjà enregistré de très bons résultats en août 2024. La grande majorité des propriétaires indiquent une activité identique à celle de l’année passée.

Sur les gîtes ruraux / locations de vacances, on note une situation plus équilibrée : 20 % indiquent une hausse, 40 % une stabilité et 40 % une baisse.

Les hôteliers affichent une activité relativement plus résiliente : 22 % constatent une hausse, 35 % une stabilité et 42 % une baisse.

Enfin, le secteur de l’hôtellerie de plein air est celui qui résiste le mieux : 26 % des professionnels indiquent une activité en hausse, 35 % une stabilité et 39 % une baisse. Ce résultat place le camping comme le type d’hébergement marchand le plus dynamique, même si près de 4 répondants sur 10 déclarent tout de même un recul.

Secteur activité

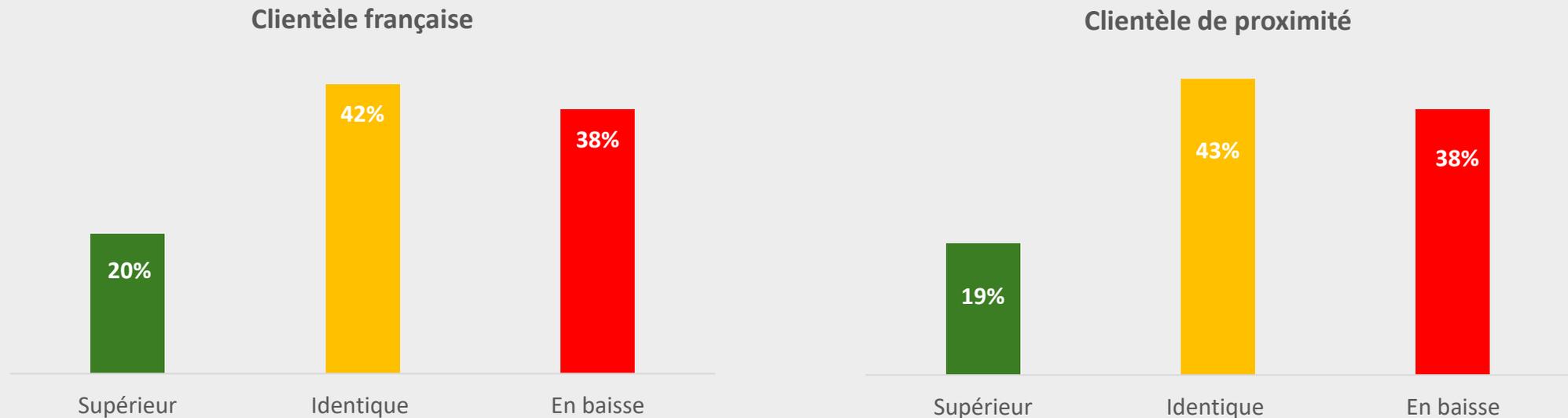


Le tourisme culturel se distingue par une forte dynamique, avec plus d’un professionnel sur deux signalant une hausse de fréquentation.

A l’inverse, le tourisme sportif et de loisirs connaît un mois d’août 2025 plus délicat, la moitié des acteurs déclarant un recul.

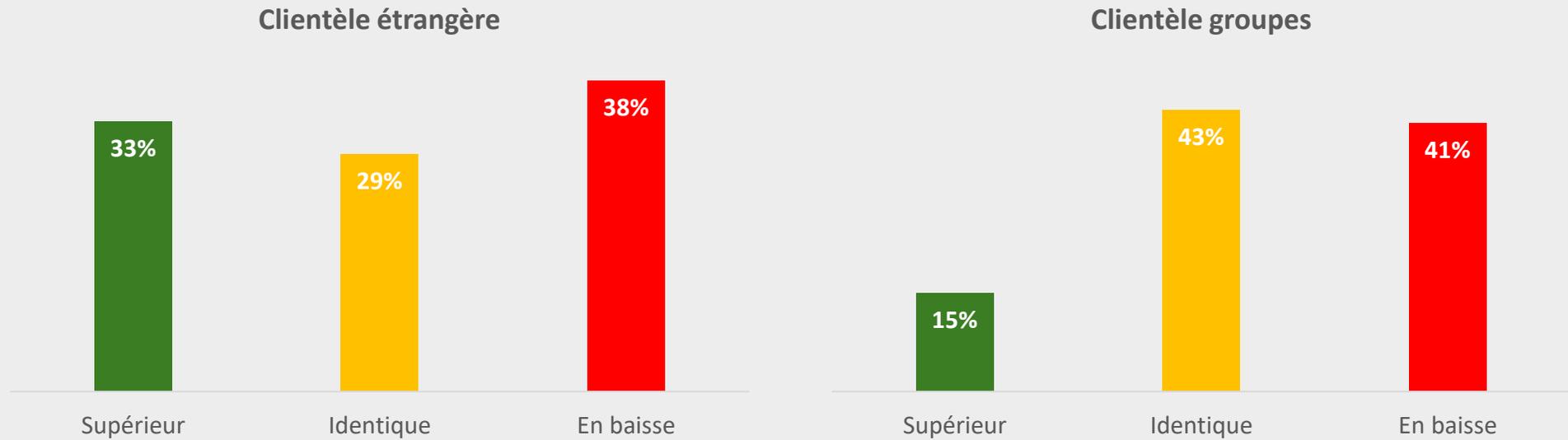
Le tourisme fluvial, quant à lui, reste marqué par une stabilité majoritaire.

Tendances de fréquentation par origine et typologie de la clientèle touristique



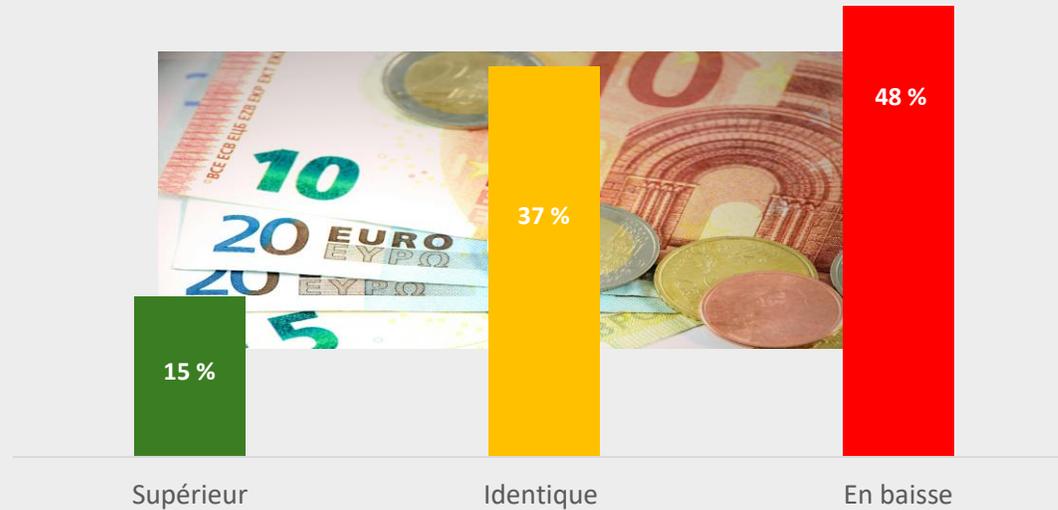
Que ce soit pour la clientèle française comme pour celle de proximité, la majorité des professionnels observe une stabilité. Les taux de réponses en baisse sont identiques, tandis que les hausses sont modestes. Cela traduit un mois d'août peu dynamique en ce qui concerne ces clientèles, sans rebond notable ni effondrement important.

Tendances de fréquentation par origine et typologie de la clientèle touristique



La clientèle étrangère enregistre le taux de réponses en hausse le plus élevé des 4 typologies de clientèles, à hauteur d'1/3. A contrario, c'est la clientèle de groupes qui affiche la plus forte proportion de réponses en baisse.

Par rapport au même mois de l'année dernière, diriez-vous que le panier moyen de vos clients en août est ?



La tendance du panier moyen est clairement orientée à la baisse. 48 % des professionnels constatent une diminution de ce dernier.

Cela reflète un contexte où, malgré la montée en saison estivale, les dépenses des visiteurs sont de plus en plus contenues, possiblement en lien avec un contexte économique défavorable et une recherche accrue d'optimisation du budget vacances.

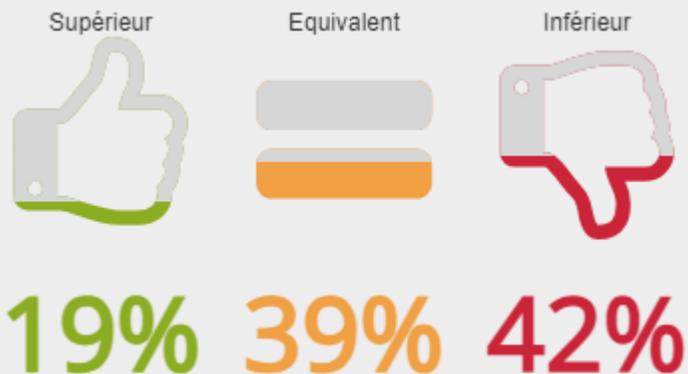
Tendances de fréquentation et de satisfaction relevées auprès des professionnels gardois par destination



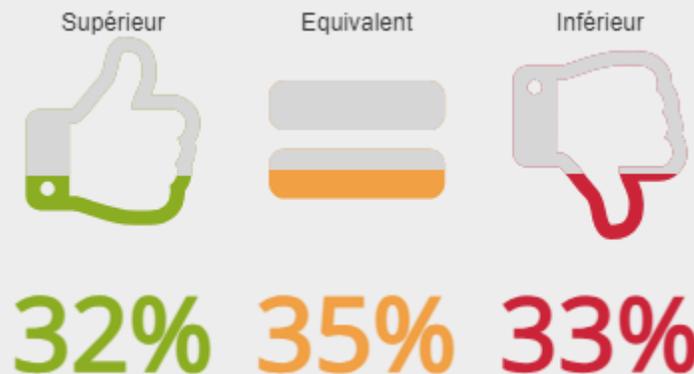
Par rapport au même mois de l'année dernière, vous diriez que votre niveau d'activité du mois d'août de cette année est ?

Destinations Camargue et Méditerranée *

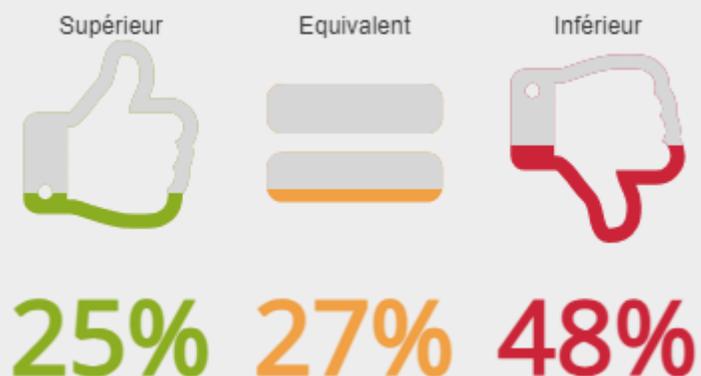
* En raison d'un nombre insuffisant de répondants sur la destination Méditerranée, nous avons choisi d'agréger ses résultats avec ceux de la destination Camargue. Cette fusion permet de garantir un seuil de réponses suffisant pour assurer la fiabilité statistique des données analysées.



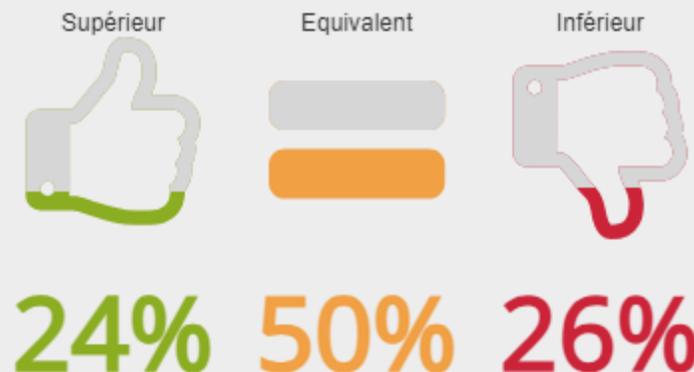
Destination Cévennes



Destination Nîmes Pont du Gard



Destination Provence



La fréquentation touristique de ce mois d'août 2025 est jugée stable sur la majorité des destinations gardoises, avec des écarts sensibles :

Les destinations Nîmes-Pont du Gard et Camargue / Méditerranée affichent les résultats les plus négatifs, totalisant une grande majorité de professionnels jugeant une baisse (de respectivement 48 % et 42 %).

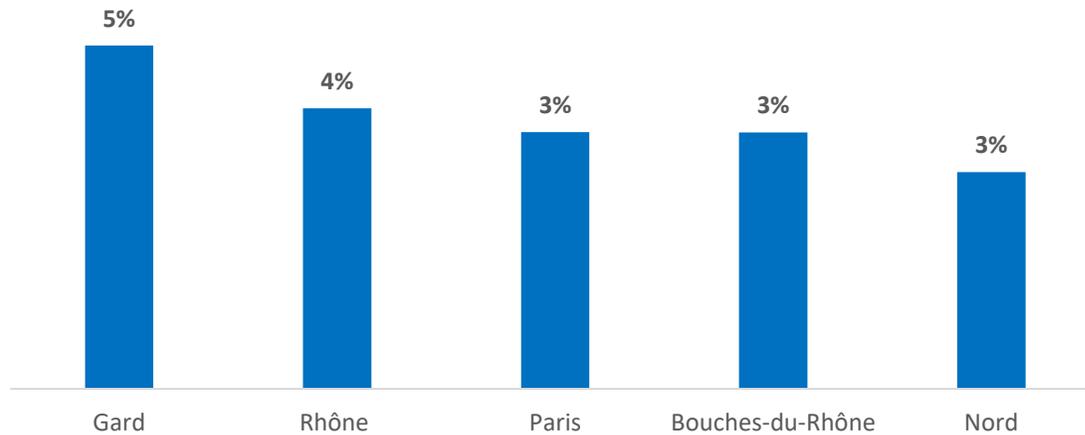
La destination Cévennes se distingue positivement, avec le plus haut niveau de taux de réponses en hausse, à hauteur de près d'1/3.

La destination Provence présente une situation intermédiaire, partagée entre hausse et baisse.

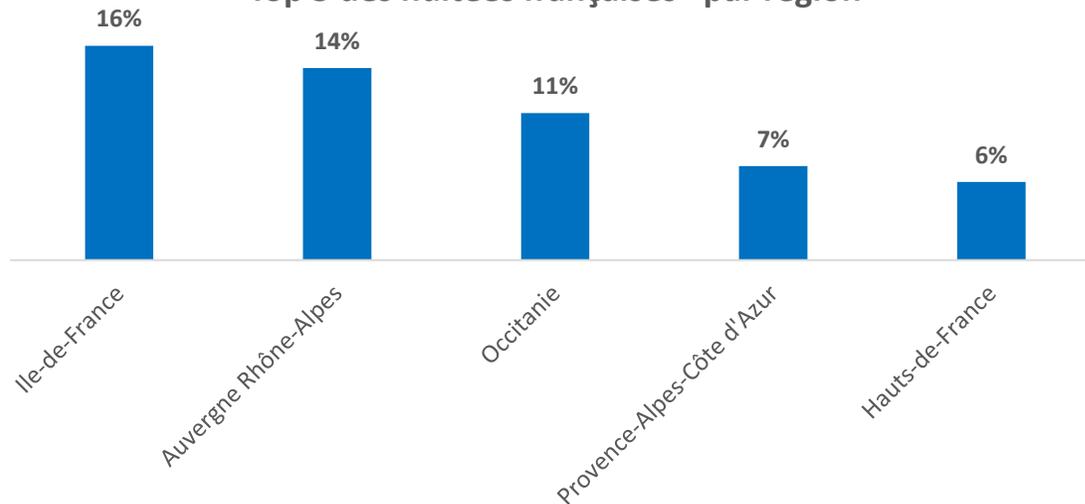
Nuitées touristiques françaises



Top 5 des nuitées françaises* par département



Top 5 des nuitées françaises* par région



4 030 000 nuitées touristiques françaises (extra et intra départementales*) enregistrées du 1^{er} au 31 août 2025, soit une légère baisse de 5 % par rapport à août 2024

Les nuitées touristiques réalisées par les touristes gardois sont de nouveau en tête au mois d'août 2025, mais en proportion plus faible (5 % contre 9 % en juillet). Cette part des résidents gardois séjournant dans une autre destination que celle de leur résidence principale souligne l'importance des séjours sans hébergement marchand (résidences secondaires, famille et amis).

En plus des touristes gardois, ce graphique montre que le Gard attire à la fois des visiteurs de proximité (Rhône, Bouches-du-Rhône) et des clientèles plus éloignées (Nord, Pas-de-Calais, Paris). Cette diversité géographique des clientèles françaises confirme la large zone de rayonnement touristique du département.

La région Ile-de-France, premier bassin émetteur.

Auvergne-Rhône-Alpes en deuxième position.

La région Auvergne-Rhône-Alpes suit de près. Sa proximité géographique facilite la venue d'un grand nombre de visiteurs.

L'Occitanie complète le podium.

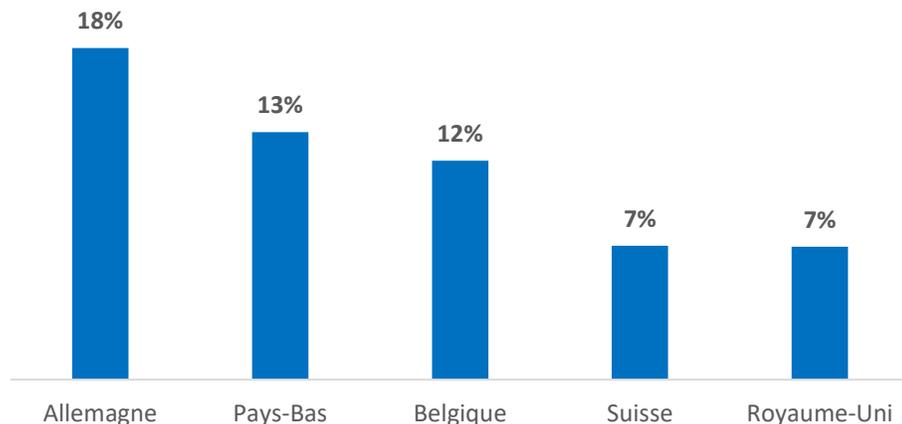
Sans surprise, l'Occitanie, région de proximité, arrive en troisième place. Cette clientèle locale démontre le poids important du tourisme de proximité et des courts séjours dans le Gard.

* Nuitées extra et intra départementales (Français et gardois)
Source : Flux Vision Tourisme Orange Business - 1^{er} au 31 août 2025

Nuitées touristiques étrangères



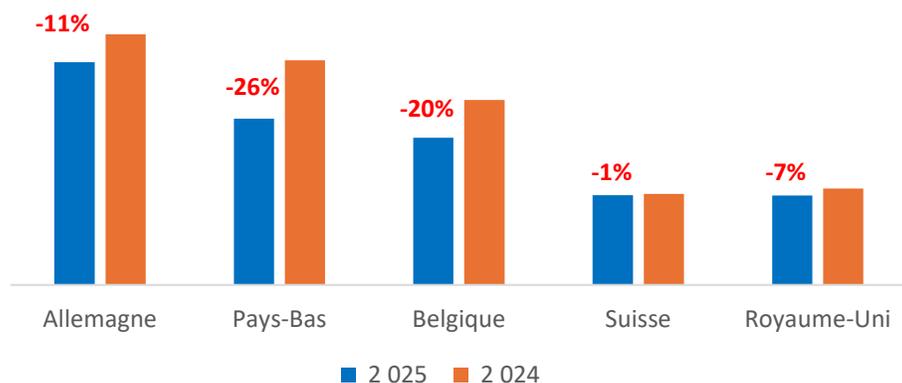
Top 5 des nuitées touristiques étrangères par pays



1 657 000 nuitées touristiques étrangères enregistrées du 1^{er} au 31 août 2025, soit - 12 % par rapport à août 2024

En août, le Gard a particulièrement séduit les clientèles allemandes, néerlandaises et belges. Le Royaume-Uni, absent du top 5 en juillet 2025 faute de volume de nuitées suffisant, remplace l'Espagne à la dernière place de ce top 5.

Evolution des principales nationalités étrangères en août 2025 vs août 2024

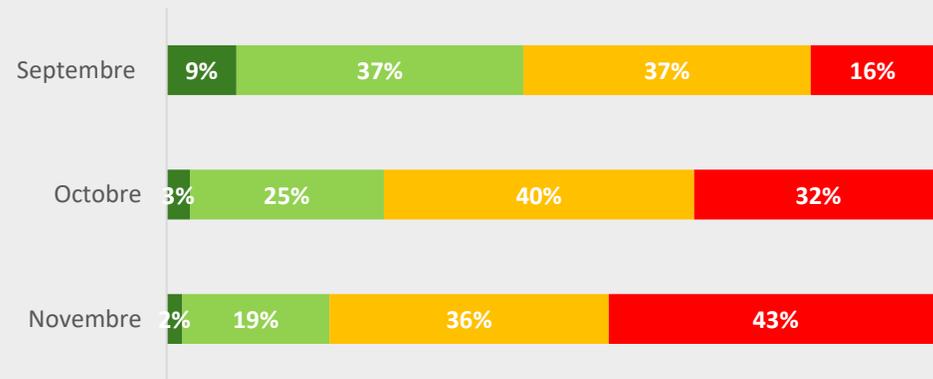


De fortes baisses touchent les premières nationalités séjournant dans le Gard habituellement et en août 2025 : Allemagne, Pays-Bas et Belgique, qui sont historiquement des marchés moteurs pour le département.

On relève une stabilité des nuitées suisses.

Source : Nuitées étrangères
Flux Vision Tourisme Orange Business - 1^{er} au 31 août 2025

Les tendances que révèle l'enquête de conjoncture en termes de **réservations effectives** sur les mois de **septembre, octobre et novembre** :



■ Très encourageantes ■ Assez encourageantes ■ Peu encourageantes ■ Pas du tout encourageantes

Ce graphique met en lumière une inquiétude croissante des professionnels à l'approche de l'arrière-saison. Toutefois, compte tenu de la temporalité des réservations et de leur caractère de plus en plus tardif, cette perception ne reflète pas nécessairement la fréquentation réelle à venir.

Nombre de nuits réservées au 1^{er} septembre 2025 pour les 3 mois à venir vs nombre de nuits réservées au 1^{er} septembre 2024.

Etat des réservations	Prévisions Lighthouse		
	Septembre	Octobre	Novembre
Annonces réservées			
Année en cours 2025	100 137	35 585	12 547
Année précédente 2024	100 811	36 469	12 940
Evolution en %	- 1 %	- 2 %	- 3 %

Rapport Lighthouse : rapport rétroactif montrant l'évolution des réservations réelles sur le marché par rapport aux années précédentes.

L'état effectif des réservations qui nous est communiqué par la plateforme Lighthouse :

On note à ce jour une très légère baisse des réservations pour les trois prochains mois de l'ordre de - 1 % à - 3 %, sur des hébergements de type location de vacances (maisons, appartements, chambres d'hôtes).

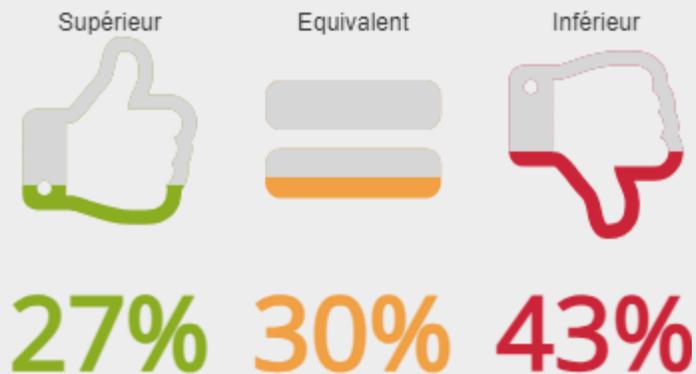
Ces diminutions sont plutôt à considérer comme de la stabilité, du fait qu'elles n'atteignent pas 5 %. Au vu du comportement observé par les utilisateurs des locations saisonnières en plateforme depuis quelques années (surtout en arrière-saison), on peut espérer un revirement de situation, dû aux réservations de dernière minute, selon la météo, notamment.

1ères tendances de fréquentation et de satisfaction de la saison estivale 2025

(mai à août)



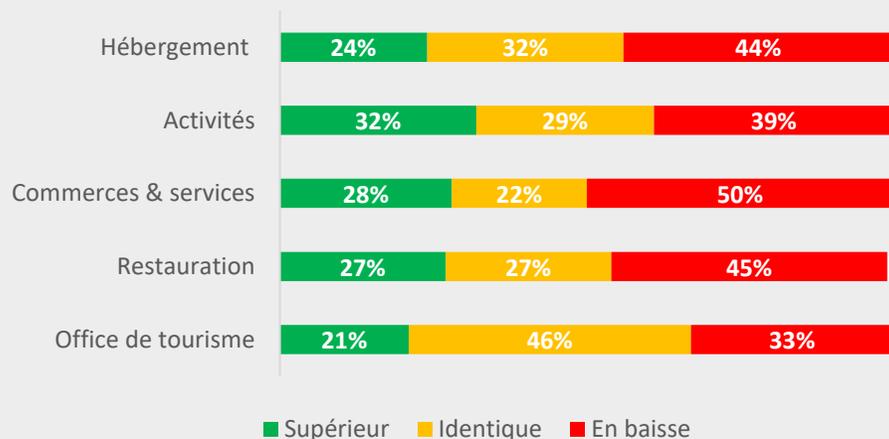
Par rapport aux mêmes mois de l'année dernière, vous diriez que votre niveau d'activité de mai à août inclus est ?



Globalement, êtes-vous satisfait de la fréquentation de votre structure pour les mois de mai à août inclus ?



Par rapport aux mêmes mois de l'année dernière, vous diriez que votre niveau d'activité de mai à août inclus est ?



57 % des professionnels interrogés estiment que le niveau d'activité touristique de leur structure est supérieur ou équivalent par rapport à la saison 2024.

Concernant la satisfaction de la fréquentation de leur établissement, les professionnels gardois s'estiment très satisfaits ou satisfaits à hauteur de 59 %.

A noter que, même si la tendance générale est encourageante chez les répondants, certains secteurs la nuancent.

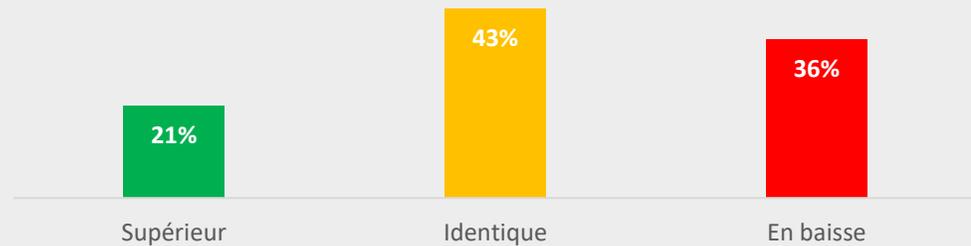
Dans l'ensemble, la saison touristique se caractérise par une tendance globalement morose pour l'hébergement marchand, la restauration et les commerces, alors que le secteur des activités de loisirs et surtout le secteur culturel montrent une résilience plus marquée. Le tourisme dans le Gard semble donc avoir connu un été contrasté, avec des secteurs « moteurs » mais aussi des difficultés persistantes pour plusieurs filières.

1ères tendances de fréquentation et de satisfaction de la saison estivale 2025

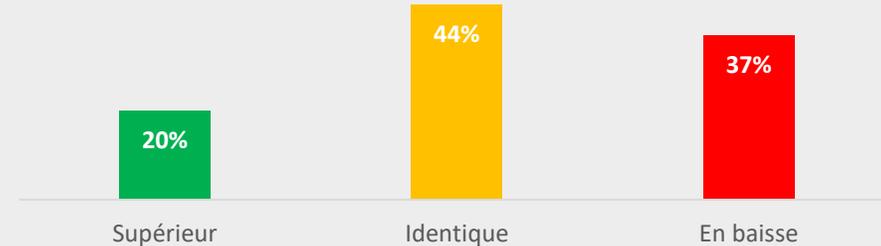
(mai à août)



Clientèle française



Clientèle de proximité

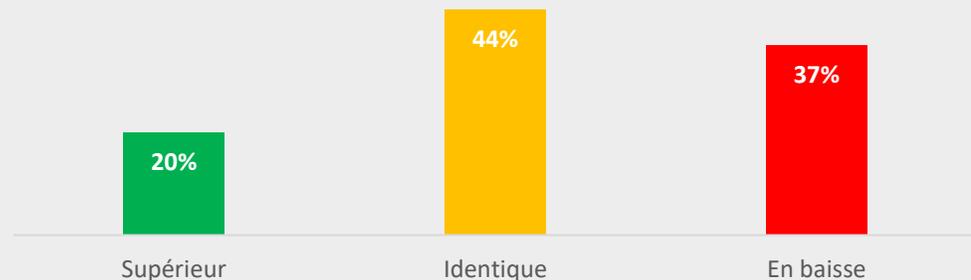


Selon les professionnels touristiques gardois répondants pour la période de mai à août inclus 2025 par rapport à la même période en 2024, aucune des 4 typologies de clientèles ne se distingue particulièrement : les taux de réponses en hausse sont modestes, ceux identiques sont les plus élevés (sauf pour la clientèle de groupes) et ceux en baisse présentent les écarts les plus importants selon la typologie de clientèle.

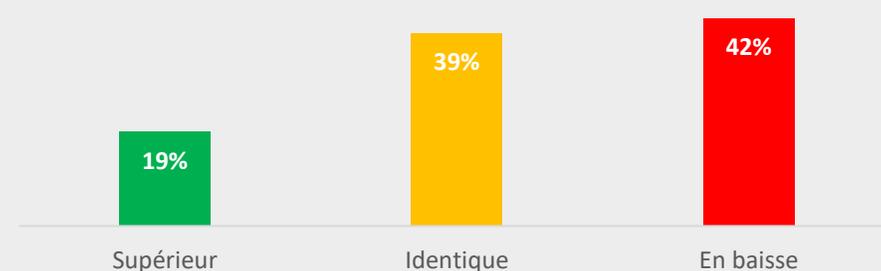
La clientèle française est celle qui tire le mieux son épingle du jeu : en effet, c'est celle qui présente le taux de réponses en hausse le plus élevé (21 %) et le taux de réponses en baisse le moins élevé (36 %).

La clientèle de groupes, quant à elle, présente la situation la moins encourageante, avec un taux de réponses en baisse plus élevé que le stable (respectivement 42 % et 39 %). Cela traduit une période peu dynamique en ce qui concerne ces clientèles, sans rebond notable ni effondrement important.

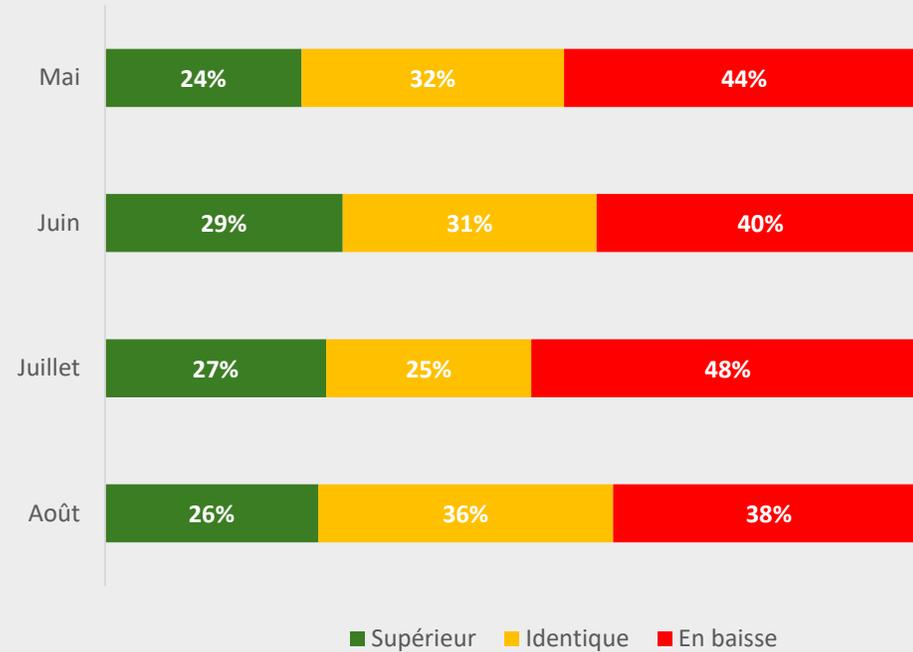
Clientèle étrangère



Clientèle groupes



Analyse mensuelle du niveau d'activité pour la saison 2025 par rapport à la saison 2024 (mai à août)



Malgré un léger mieux en juin, la dynamique générale est marquée par une perception de recul de l'activité touristique par rapport à 2024. La part croissante des professionnels déclarant une baisse est particulièrement relevée en juillet.

Cette enquête est le fruit d'une étroite collaboration entre le CRTL Occitanie et les ADT de la région.
Chaque année, de mai à septembre, les ADT recueillent en ligne le ressenti d'un panel de professionnels pour chaque mois de la saison.
Ces derniers peuvent ainsi donner à connaître la tendance de fréquentation de leur établissement par rapport au même mois de l'année précédente, ce qui permet au Pôle Observation et Prospective de GARD TOURISME de dresser en temps réel, un bilan mensuel sur la conjoncture touristique estivale.
Au-delà de la tendance obtenue grâce à cette enquête de conjoncture, des indicateurs issus de Flux Vision Tourisme Orange Business et la plateforme Lighthouse viennent l'étayer.

Pôle Observation et Prospective

Barbara PLAIDI 07.66.29.40.86 plaidi@tourismegard.com

Benjamin Houdan 07.68.76.57.96 houdan@tourismegard.com