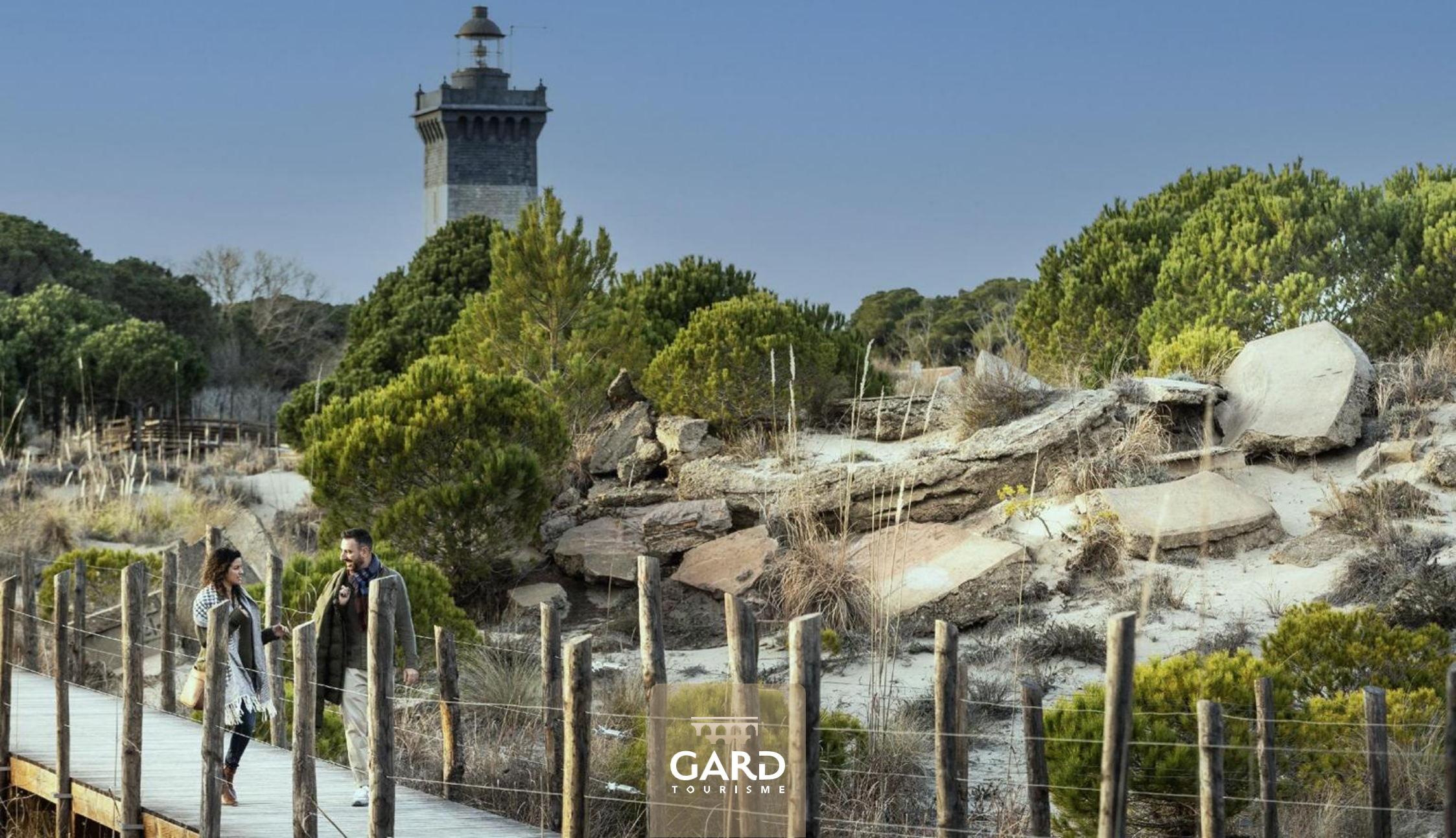


ENQUETE DE CONJONCTURE TOURISTIQUE

Août 2026




GARD
TOURISME

Août 2026 : une fréquentation et une consommation en baisse

Le mois d'août confirme une conjoncture touristique difficile. Une majorité de professionnels fait état d'une activité en recul et six sur dix se déclarent peu ou pas du tout satisfaits du niveau de fréquentation observé.

Les hôtels, les chambres d'hôtes ainsi que les activités sportives et de loisirs apparaissent particulièrement touchés.

La situation varie toutefois selon les destinations. Les Cévennes affichent une meilleure résistance, avec une part de professionnels insatisfaits moins élevée que dans les autres territoires.

À l'inverse, la Provence concentre les perceptions les plus défavorables.

Entre ces deux situations, les destinations Camargue-Méditerranée et Nîmes-Pont du Gard présentent des tendances comparables, avec une majorité de professionnels faisant état d'un recul de leur activité.

La consommation touristique s'inscrit également en baisse, avec un panier moyen en diminution.

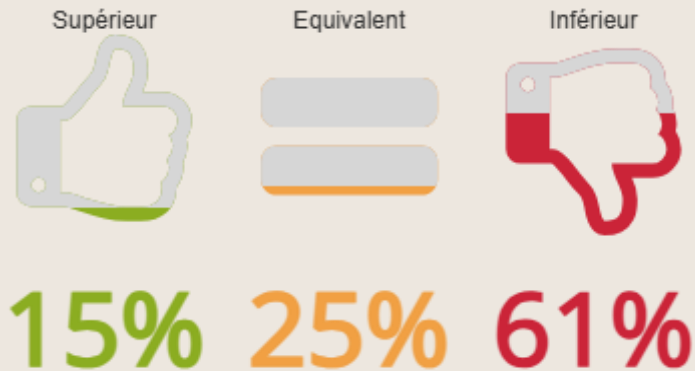
Si les nuitées de la clientèle française semblent reculer, la fréquentation étrangère se maintient, notamment grâce aux marchés allemand, belge et néerlandais. Cette fréquentation inclut néanmoins des séjours réalisés en résidence secondaire ou chez des proches, qui ne génèrent pas directement de retombées pour les hébergements marchands.

Par ailleurs, dans un contexte de pouvoir d'achat contraint, les touristes présents semblent arbitrer davantage leurs dépenses et limiter le nombre d'activités pratiquées au cours de leur séjour.

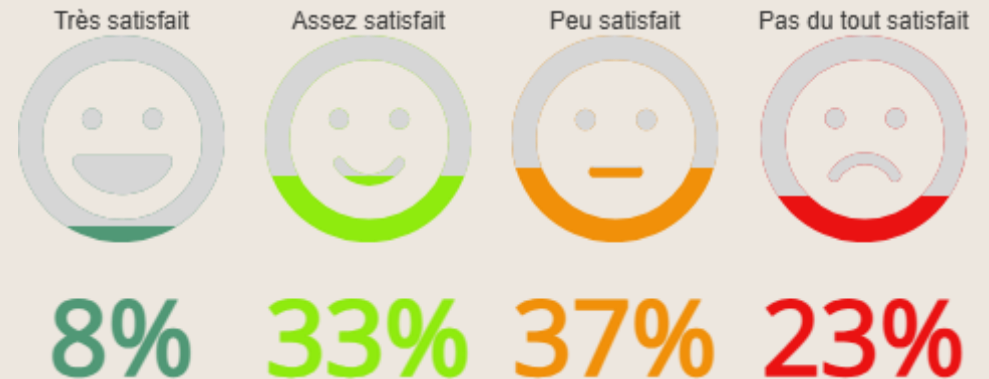
Enfin, le taux d'occupation moyen des locations saisonnières proposées sur les plateformes enregistre, en août 2026, une baisse de 7 points par rapport à l'an dernier.

Tendances de fréquentation et de satisfaction

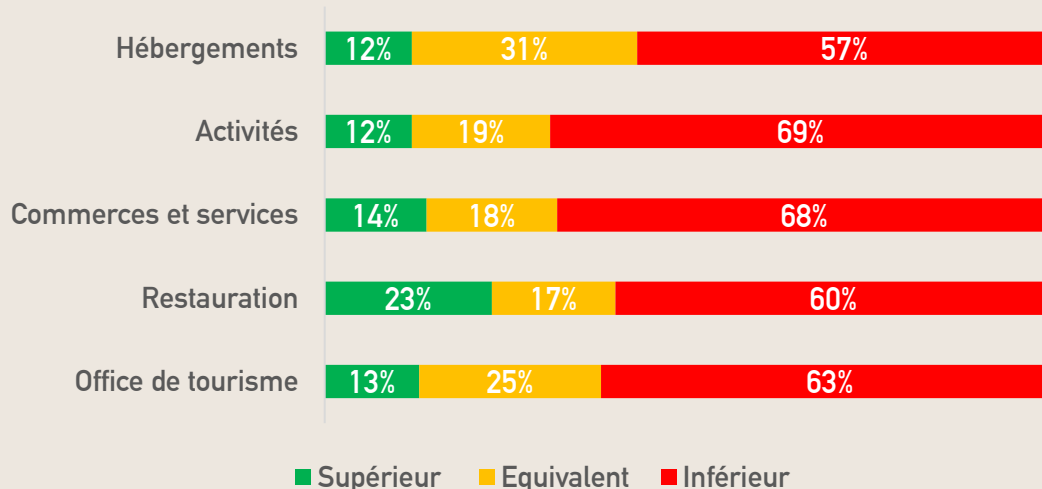
Par rapport au même mois de l'année dernière, vous diriez que votre niveau d'activité du mois d'août est ?



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 ?



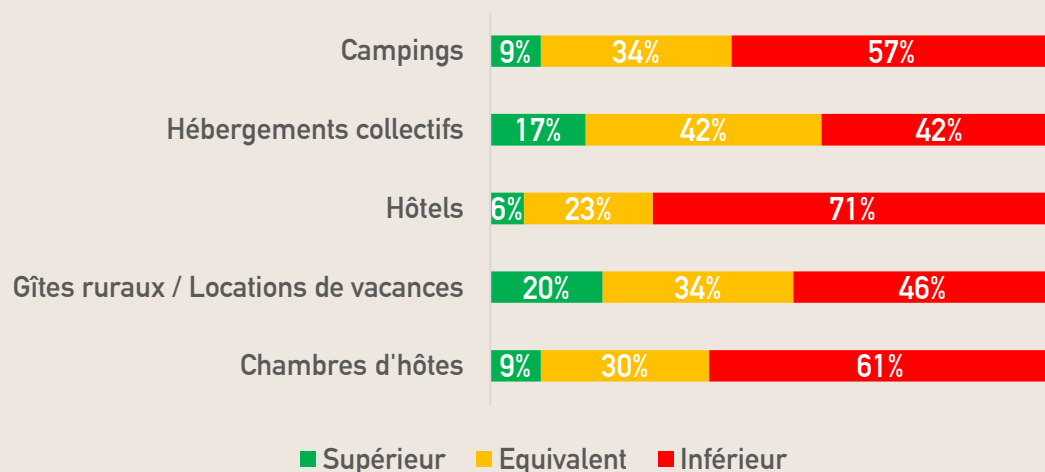
Le mois d'août se caractérise par une activité en retrait : 61 % des professionnels déclarent une fréquentation inférieure à celle du mois d'août 2025.

Ce recul touche l'ensemble des secteurs, particulièrement les activités (69 %) et les commerces et services (68 %).

Dans ce contexte, 60 % des répondants se disent peu ou pas du tout satisfaits de leur fréquentation.

Tendances par catégorie d'activité

Secteur hébergements

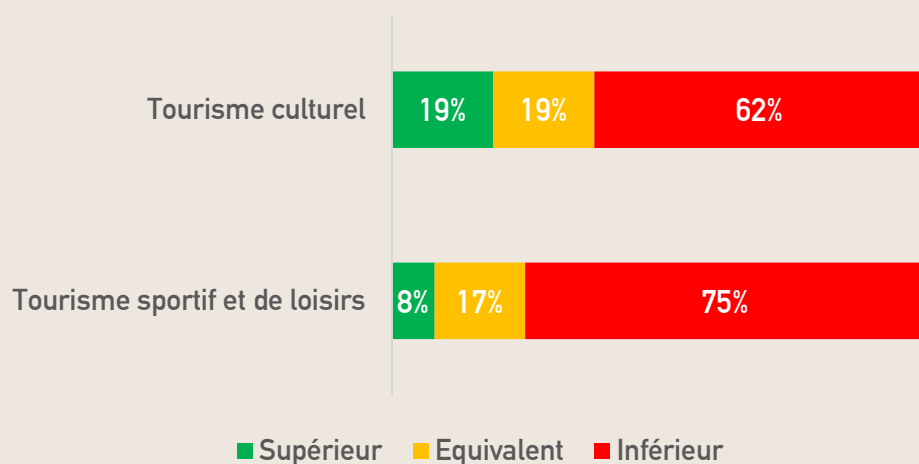


Hébergements :

Les propriétaires d'hôtels sont les plus nombreux à déclarer une fréquentation en baisse (71 %), devant les chambres d'hôtes (61 %) et les campings (57%).

Cette perception est moins répandue parmi les propriétaires de gîtes ruraux et locations de vacances (46 %) et d'hébergements collectifs (42 %).

Secteur activité

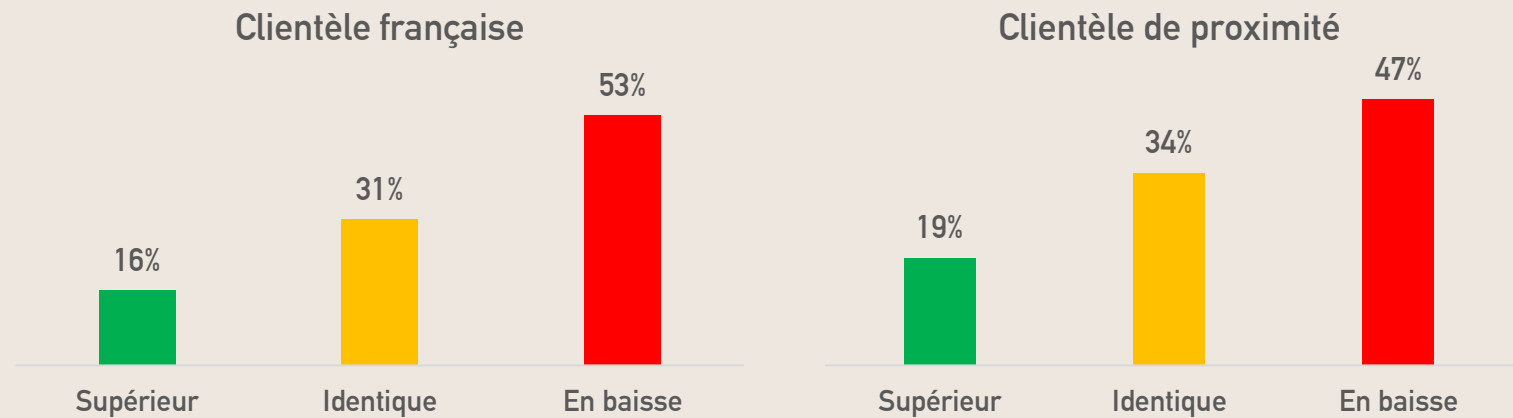


Activités :

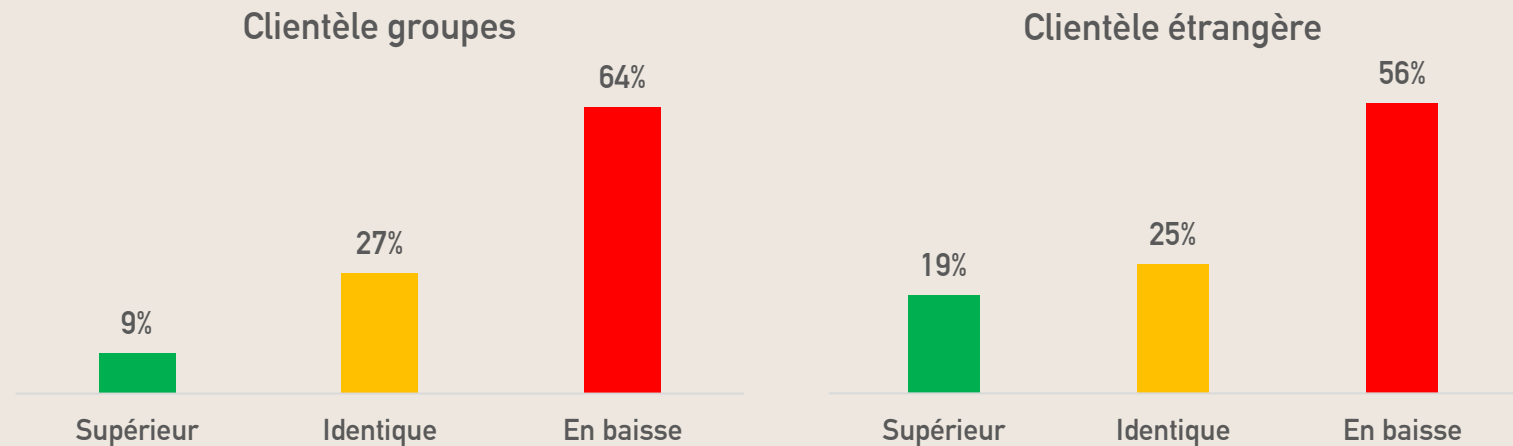
Les professionnels du tourisme sportif et de loisirs sont les plus nombreux à déclarer une fréquentation en baisse (75 %), contre 62 % des acteurs du tourisme culturel.

Ces derniers affichent une perception plus favorable, avec 19 % déclarant une activité supérieure.

Tendances de fréquentation par origine et typologie de clientèles touristiques



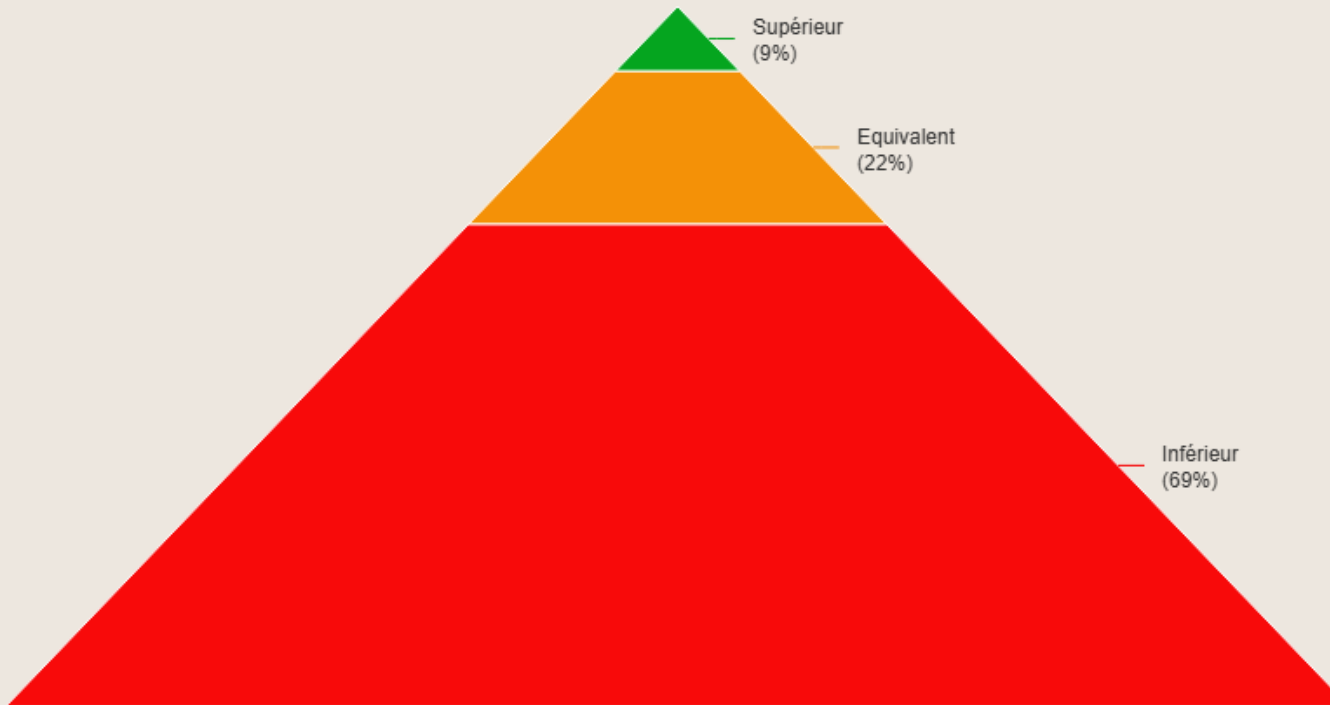
La clientèle française est perçue en baisse par 53 % des professionnels interrogés. La clientèle de proximité résiste légèrement mieux, même si 47 % des répondants la jugent inférieure à celle de l'an dernier.



La clientèle de groupes est particulièrement en retrait, 64 % des professionnels la jugeant inférieure à celle de l'an dernier. La clientèle étrangère suit la même tendance, avec 56 % des répondants déclarant une baisse.

Tendances des dépenses touristiques

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



Le panier moyen des visiteurs apparaît nettement en retrait en août : 69 % des professionnels interrogés le jugent inférieur à celui d'août 2025. 22 % des répondants estiment qu'il reste stable, tandis que seuls 9 % constatent une hausse. Ces résultats témoignent d'une grande prudence des clientèles dans leurs dépenses.



DESTINATION CAMARGUE - MEDITERRANEE

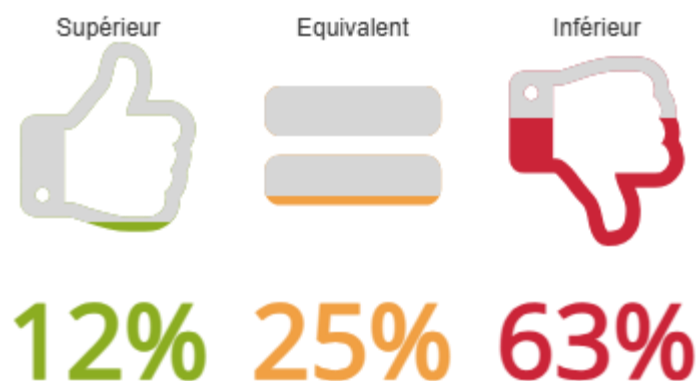
La destination Camargue Méditerranée connaît un mois d'août difficile :
63 % des professionnels interrogés déclarent un niveau d'activité inférieur à celui d'août 2025.

Le recul concerne tous les secteurs, particulièrement les commerces et services (80 %), les activités (71 %), les hébergements et la restauration (58 %).

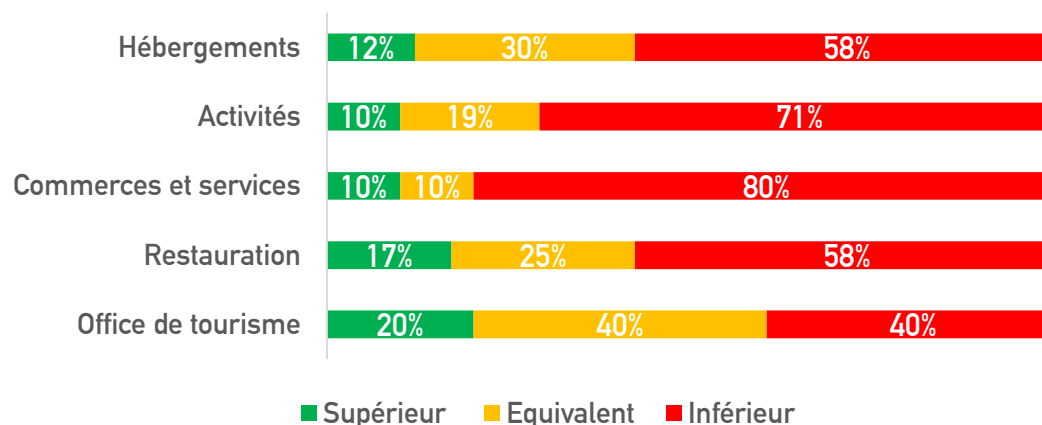
Les offices de tourisme présentent une situation un peu moins défavorable, avec 60 % signalant un niveau supérieur ou équivalent.

Tendances par destination et par secteur d'activité

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



Satisfaction du niveau d'activité par rapport à août 2025 par type de prestataire





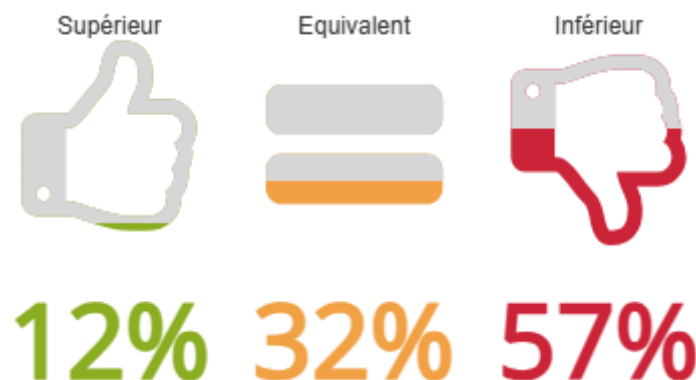
DESTINATION CEVENNES

Dans les Cévennes, 57 % des professionnels interrogés déclarent une activité inférieure à celle d'août 2025.

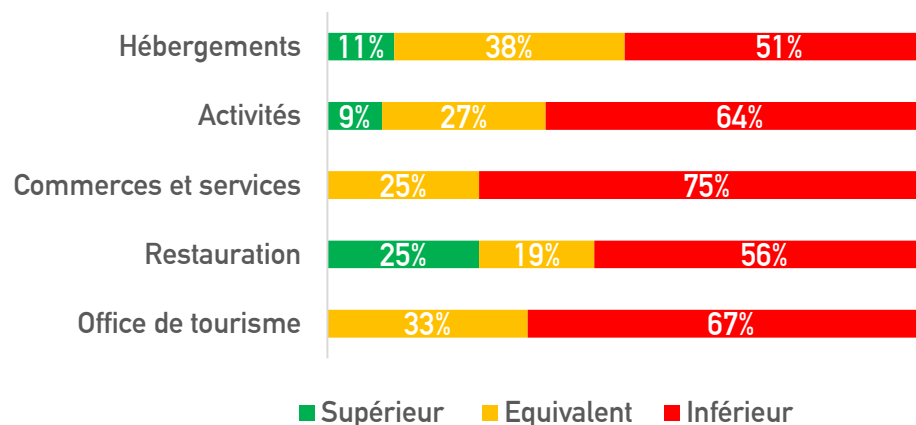
Tous les types de prestataires déclarent un niveau d'activité majoritairement en baisse. Les plus concernés sont les commerces et services (75 %) et ceux qui ont le moins subi cette diminution sont les hébergements (51 %).

Tendances par destination et par secteur d'activité

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



Satisfaction du niveau d'activité par rapport à août 2025 par type de prestataire





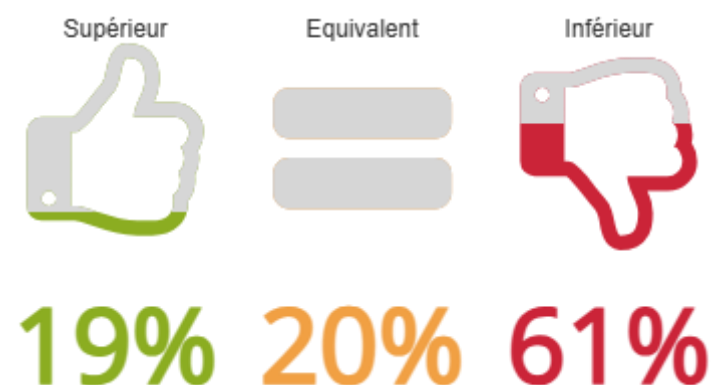
DESTINATION NIMES – PONT DU GARD

À Nîmes–Pont du Gard, la situation n'apparaît pas moins compliquée : 61 % des professionnels interrogés déclarent une activité inférieure à celle d'août 2025.

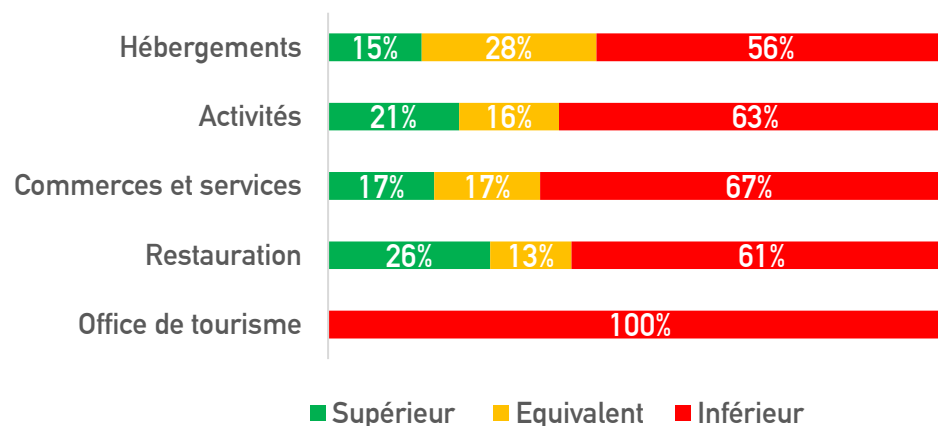
Tous les types de prestataires déclarent un niveau d'activité majoritairement en baisse. Les offices de tourisme sont les plus touchés, avec 100 % des répondants signalant un recul, devant les commerces et services (67 %).

Tendances par destination et par secteur d'activité

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



Satisfaction du niveau d'activité par rapport à août 2025 par type de prestataire





DESTINATION PROVENCE

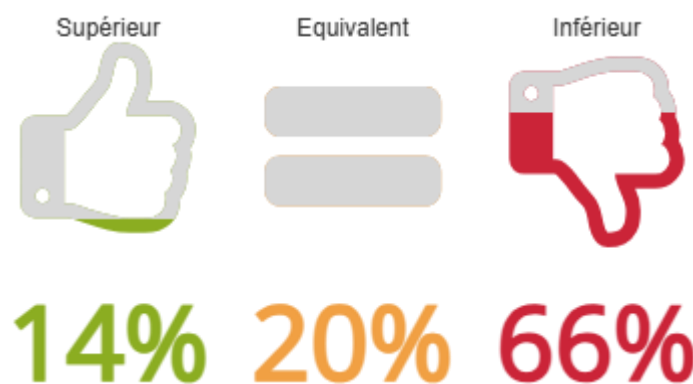
66 % des professionnels de la destination Provence interrogés déclarent une activité inférieure à celle d'août 2025.
C'est la destination gardoise qui accuse la plus importante baisse.

Le secteur des activités est particulièrement touché, avec 100 % des répondants signalant une baisse, devant la restauration (70 %) et les hébergements (62 %).

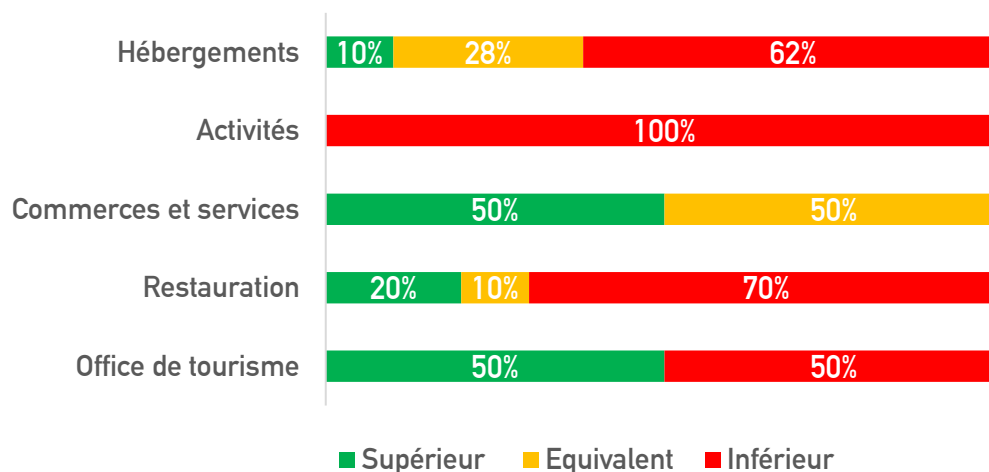
Les commerces et services résistent davantage : 50 % constatent une activité en hausse et 50 % la jugent stable.

Tendances par destination et par secteur d'activité

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

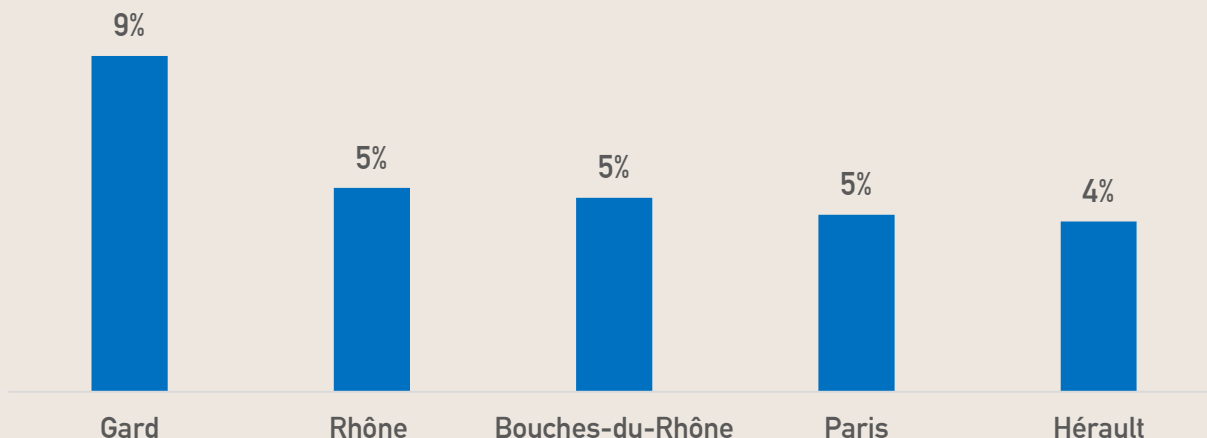


Satisfaction du niveau d'activité par rapport à août 2025 par type de prestataire

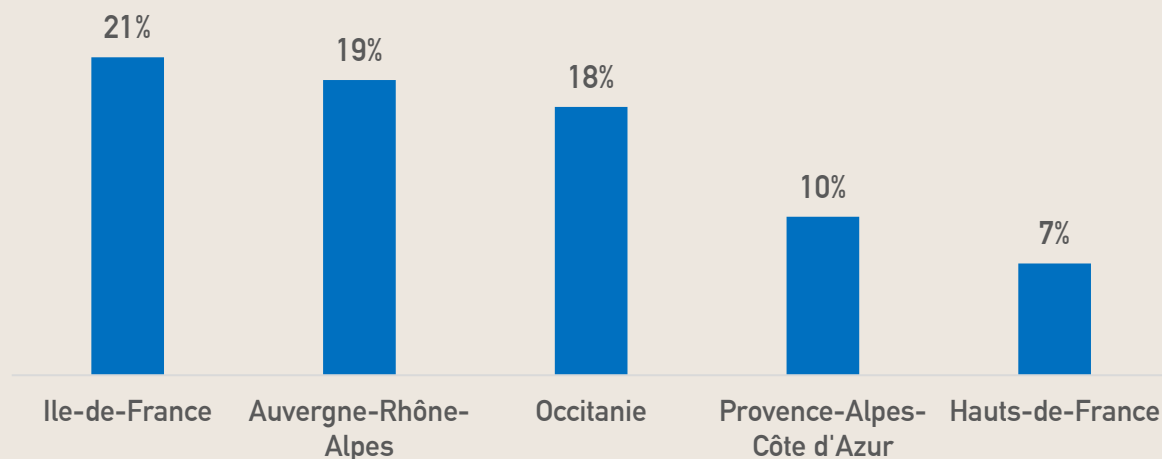


Nuitées touristiques françaises

Top 5 des nuitées françaises* par département



Top 5 des nuitées françaises* par région



* Nuitées extra et intra départementales (Français et Gardois)
Source : Flux Vision Tourisme Orange Business - 1^{er} au 31 août 2026

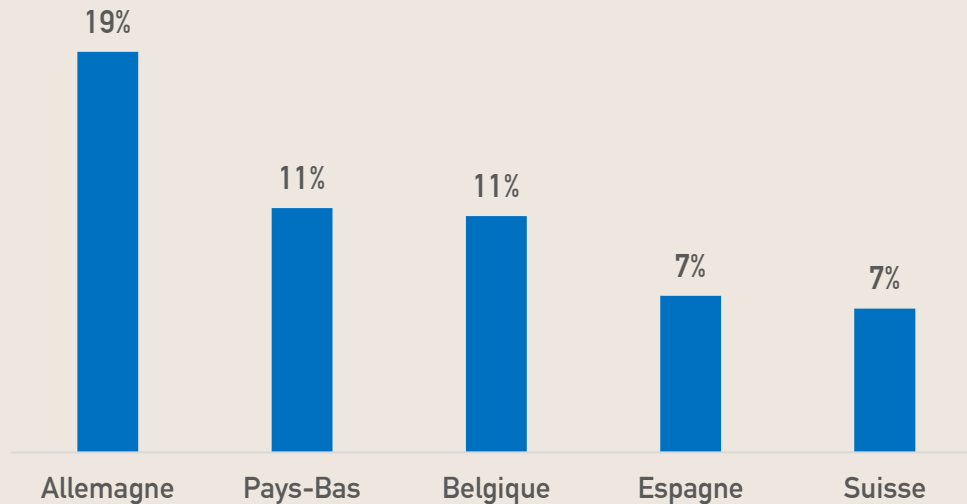
3,5 millions de nuitées touristiques françaises (extra et intra départementales*) enregistrées du 1^{er} au 31 août 2026.
Précaution méthodologique – Flux Vision Tourisme : Des incidents techniques de captation ont entraîné une sous-estimation des nuitées françaises, durant l'été 2026. Par ailleurs, la nouvelle méthodologie appliquée aux clientèles étrangères ne permet pas encore de mesurer leur évolution. Dans l'attente des données consolidées et redressées, seuls les volumes de nuitées françaises et étrangères ainsi que le Top 3 des clientèles étrangères sont présentés.

À l'échelle départementale, les Gardois arrivent en tête, devant les habitants du Rhône, puis des Bouches-du-Rhône, confirmant le poids des clientèles de proximité.

La fréquentation reste principalement portée par les clientèles d'Île-de-France, d'Auvergne-Rhône-Alpes et d'Occitanie.

Nuitées touristiques étrangères

Top 5 des nuitées touristiques étrangères par pays



1 632 000 nuitées touristiques étrangères enregistrées du 1^{er} au 31 août 2026.
Précaution méthodologique – Flux Vision Tourisme : Des incidents techniques de captation ont entraîné une sous-estimation des nuitées françaises, durant l'été 2026. Par ailleurs, la nouvelle méthodologie appliquée aux clientèles étrangères ne permet pas encore de mesurer leur évolution. Dans l'attente des données consolidées et redressées, seuls les volumes de nuitées françaises et étrangères ainsi que le Top 3 des clientèles étrangères sont présentés.

Le trio de tête est identique à celui du mois d'août 2025.

L'Espagne se retrouve cette année en quatrième position, alors qu'elle était sixième l'année dernière.

La Suisse, quatrième de ce classement en août 2025, perd une place cette année et clôt ce classement.

* Nuitées étrangères

Source : Flux Vision Tourisme Orange Business - 1^{er} au 31 août 2026

Les professionnels ont la parole



“Beaucoup de réservation de dernière minute pour 1 à 2 nuits au mois d'août, probablement dûes a une halte en direction d'une autre destination. Les réservations à la semaine se font rares”;

“Clientèle plus exigeante et plus difficile à satisfaire. Pouvoir d'achat moindre. Beaucoup plus de courts séjours”;

«La situation du marché de l'emploi devient de plus en plus catastrophique. Impossible de trouver des personnes à la recherche d'emploi. »

“Malgré la conjoncture, nous avons quand même bien travaillé avec beaucoup de touristes étrangers. Cependant, je constate une baisse des locaux. Nous avons énormément souffert de la chaleur mais on a tenu le chiffre d'affaires”;

“Moins catastrophique que juillet mais très mauvais (-32% de nuitées sur août, 40% sur juillet)”;

“Les grottes ont bénéficié de l’atout fraîcheur. Les visiteurs avaient cette année tendance à discuter et à marchander aussi bien en billetterie qu’en boutique”;

“Je suis en première année d activité pour les safaris. Mes bons commentaires m’ont permis d’avoir des réservations. Que cela continue !!!”;

“Le mois d'août, marqué par la canicule; a été moins favorable que l'an dernier, avec un impact notamment sur les visites guidées, même si l'offre de visites en soirée a été développée. A cela s'ajoutent toujours le coût des carburants et les arbitrages des visiteurs en termes de consommation, notamment vis à vis de la restauration.”;

“Nous avons anticipé une année qui allait être compliquée (augmentation du prix des carburants, baisse du pouvoir d'achat) et avons revu notre stratégie tarifaire et assoupli nos conditions de location sur certains de nos gîtes. Cette stratégie a été payante : +25% de CA en aout, + 15% sur les 8 premiers mois de l'année 2026. La contre partie : cela nous oblige à beaucoup plus travailler car nous avons ouvert une partie de nos gîtes à des séjours de 2 nuits minimum au lieu de 7.”;

“Comme d’habitude, les médias nous ont fait beaucoup de tort auprès de la clientèle étrangère (canicule, incendies, pénurie de carburant...)”.

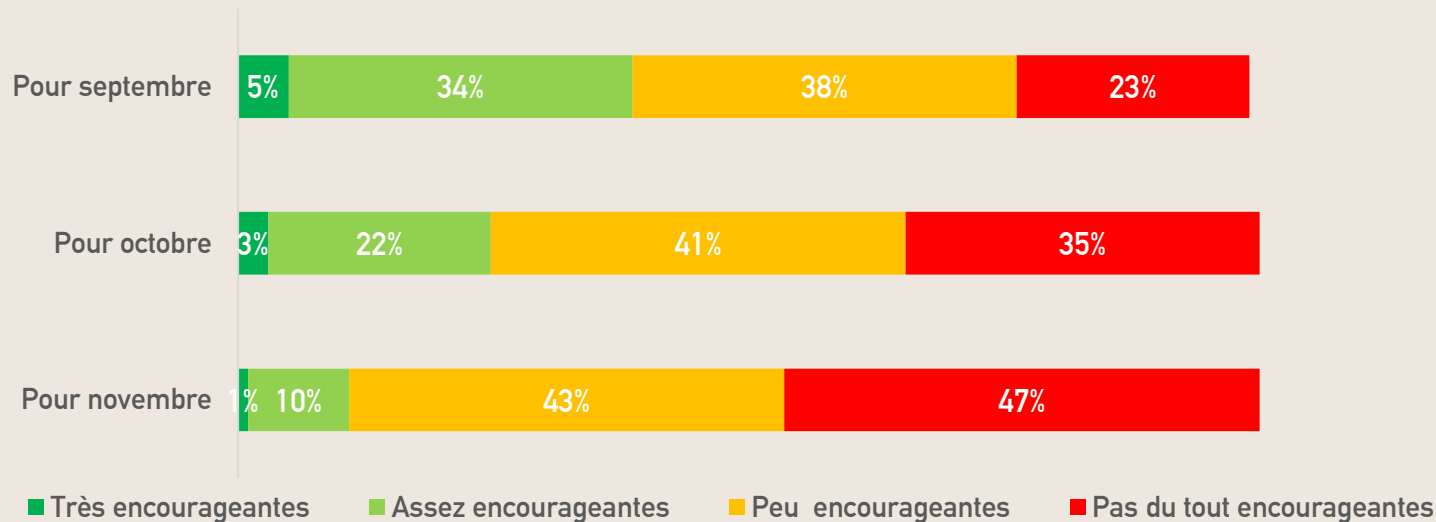
Performance dans la location saisonnière

Données Liwango	
Taux d'occupation moyen en août 2026	61 %
Taux d'occupation moyen en août 2025	68 %

Le taux d'occupation des locations saisonnières en plateforme perd 7 points par rapport à l'an dernier.

Source : Likibu by Liwango

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



Le ressenti des professionnels pour les 3 prochains mois est peu encourageant : les perspectives sont jugées majoritairement peu ou pas du tout satisfaisantes.

Cette enquête est le fruit d'une étroite collaboration entre AD'OCC – Agence d'Attractivité et de Développement d'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 Likibu de Liwango viennent l'étayer.

TOUTES LES ETUDES DU PÔLE OBSERVATOIRE ET PROSPECTIVE SONT TELECHARGEABLES SUR www.protourismegard.com Pour tout renseignement complémentaire, contacter :

Barbara PLAIDI 07 66 29 40 86 - plaidi@tourismegard.com
Benjamin HOUDAN 07 68 76 57 96 - houdan@tourismegard.com



Un espace professionnel accessible à tous !
protourismegard.com



AGENCE DE DÉVELOPPEMENT
& DE RÉSERVATION TOURISTIQUES DU GARD
13 rue Raymond Marc - BP 122 - 30010 Nîmes Cedex 4 04 66 36 96 30
tourismegard.com