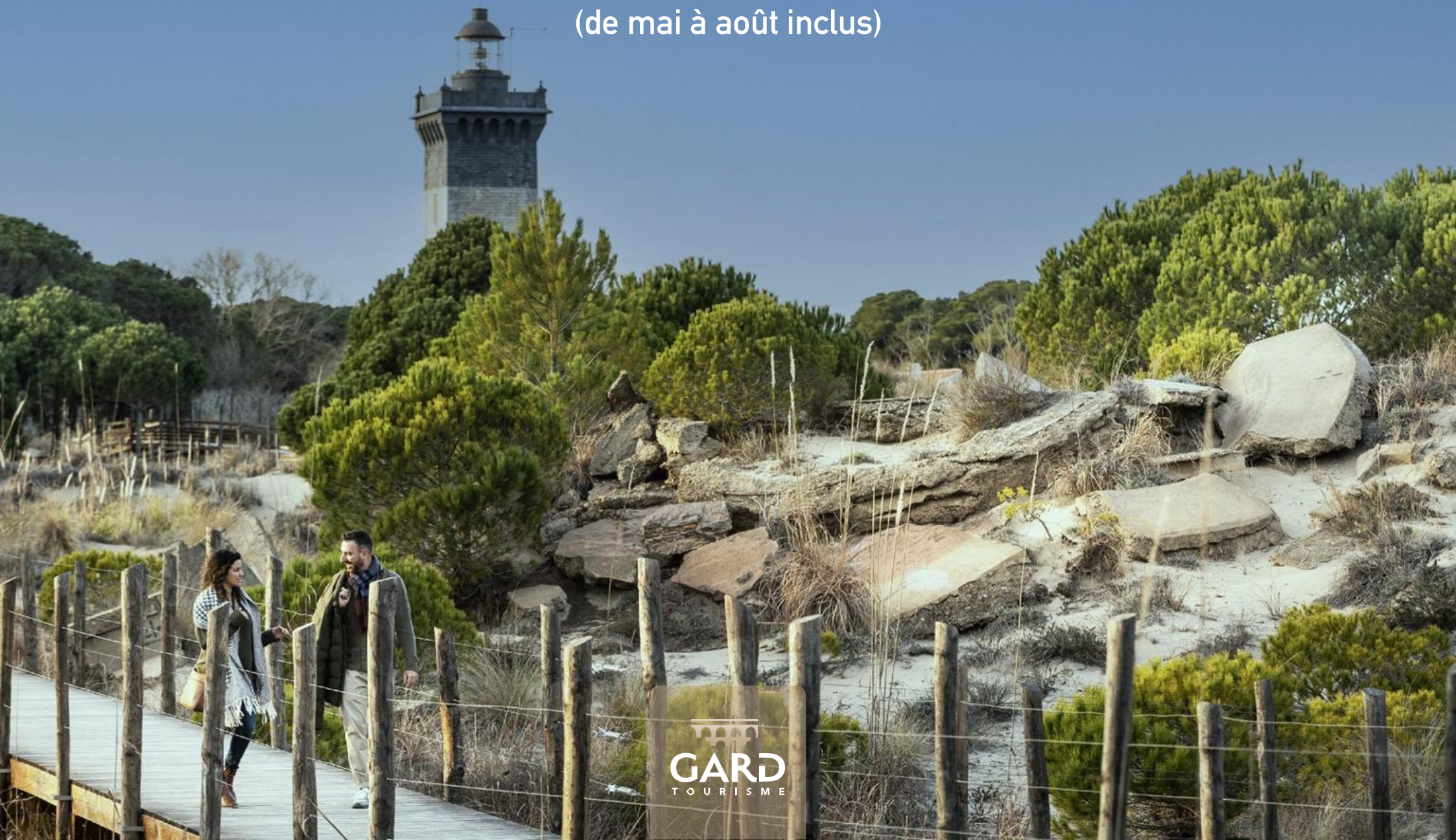


ENQUETE DE CONJONCTURE TOURISTIQUE

Bilan intermédiaire saison 2026
(de mai à août inclus)



L'essentiel de mai à août inclus 2026

Une saison touristique sous tension, marquée par une dégradation progressive de l'activité.

Après un mois de mai relativement encourageant, la conjoncture touristique s'est progressivement dégradée au fil de la saison.

La part des professionnels déclarant une activité inférieure à celle de 2025 est ainsi passée de 42 % en mai à 61 % en août, faisant de ce dernier mois le plus difficile de la période observée.

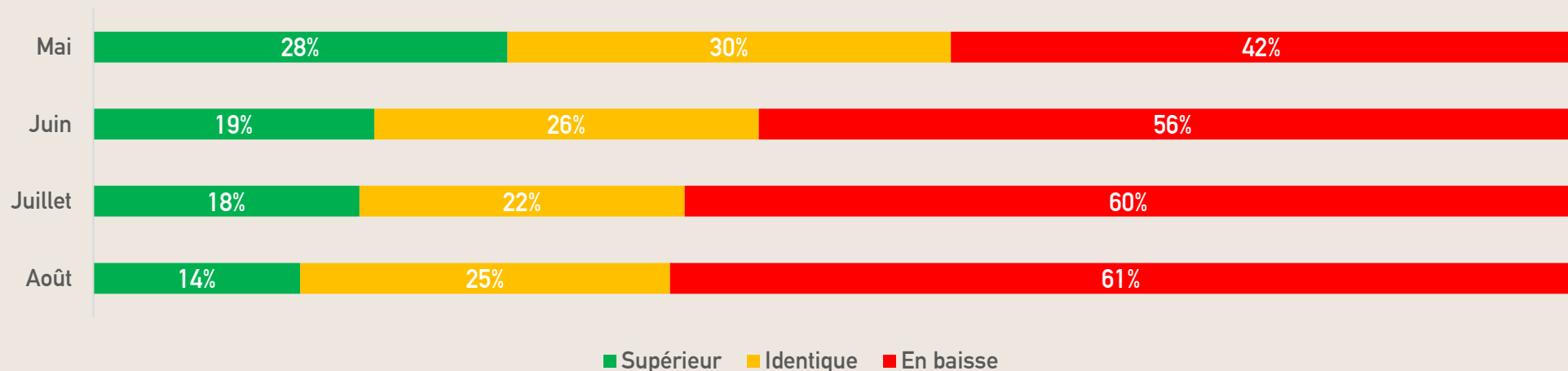
Sur l'ensemble de la période allant de mai à août, 56 % des professionnels interrogés font état d'une fréquentation en recul par rapport à 2025. Dans le même temps, 57 % se déclarent peu ou pas du tout satisfaits du niveau de fréquentation enregistré.

Cette contraction de l'activité concerne la plupart des secteurs. Elle affecte plus particulièrement les commerces et services, les activités, l'hôtellerie-restauration ainsi que le tourisme sportif et de loisirs.

Les dynamiques territoriales demeurent toutefois contrastées. La destination Nîmes-Pont du Gard affiche une meilleure résistance, tandis que Camargue-Méditerranée concentre les perceptions les plus défavorables.

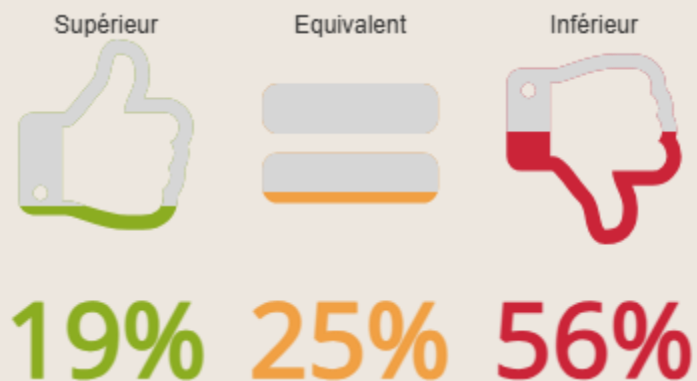
Au recul de la fréquentation s'ajoute une réduction de la consommation touristique. Dans un contexte budgétaire contraint, les visiteurs semblent procéder à davantage d'arbitrages dans leurs dépenses, entraînant une diminution du panier moyen.

Satisfaction du niveau d'activité par rapport aux mois de mai à août inclus 2025

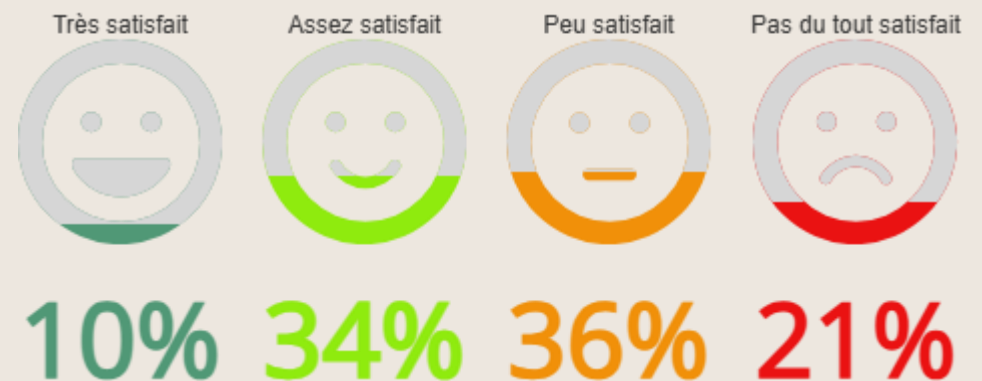


Tendances de fréquentation et de satisfaction

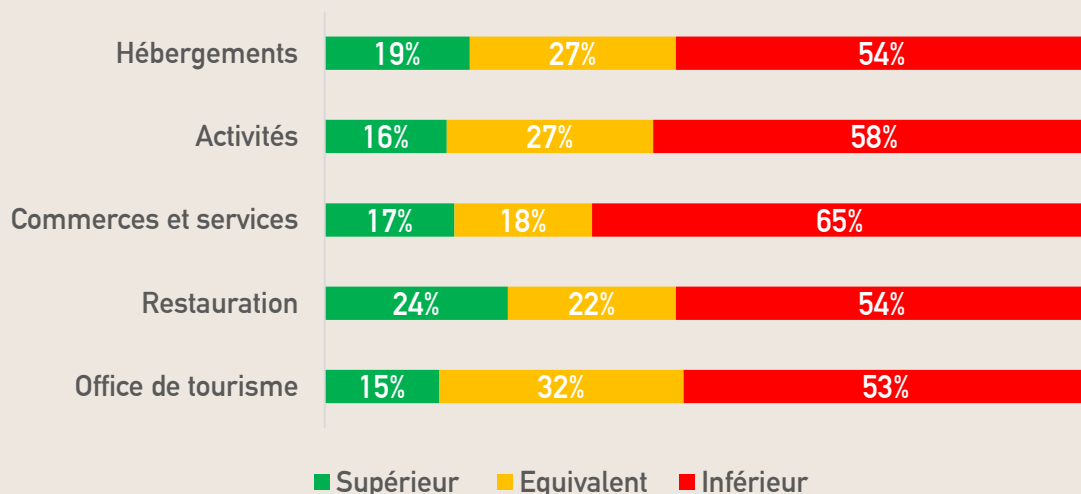
Par rapport aux mêmes mois de l'année dernière, vous diriez que votre niveau d'activité de mai à août est ?



Globalement, êtes-vous satisfait de la fréquentation de votre structure de mai à août ?



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



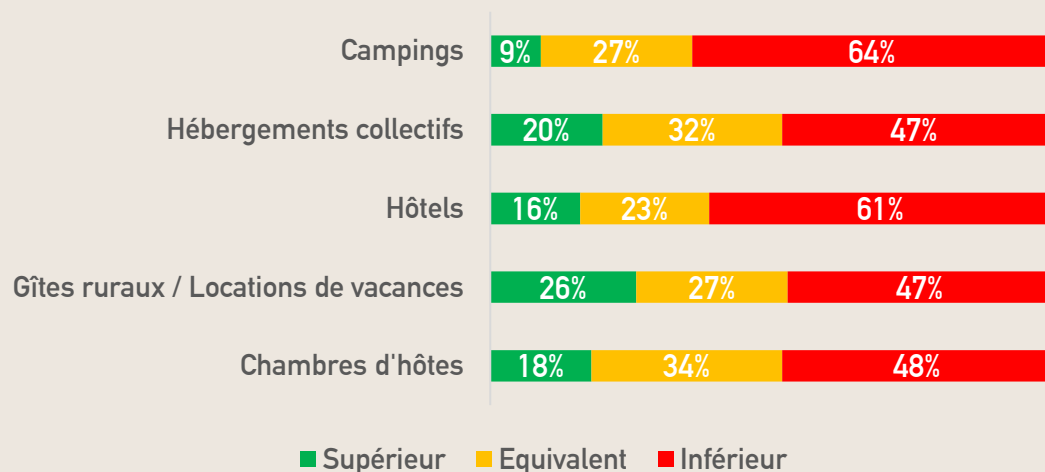
La période comprise entre les mois de mai et d'août se caractérise par une activité en retrait : 56 % des professionnels déclarent une fréquentation inférieure à celle de la même période l'an passé.

Ce recul touche l'ensemble des secteurs, particulièrement les commerces et services (65 %) et les activités (58 %).

Dans ce contexte, 57 % des répondants se disent peu ou pas du tout satisfaits de leur fréquentation.

Tendances par catégorie d'activité

Secteur hébergements

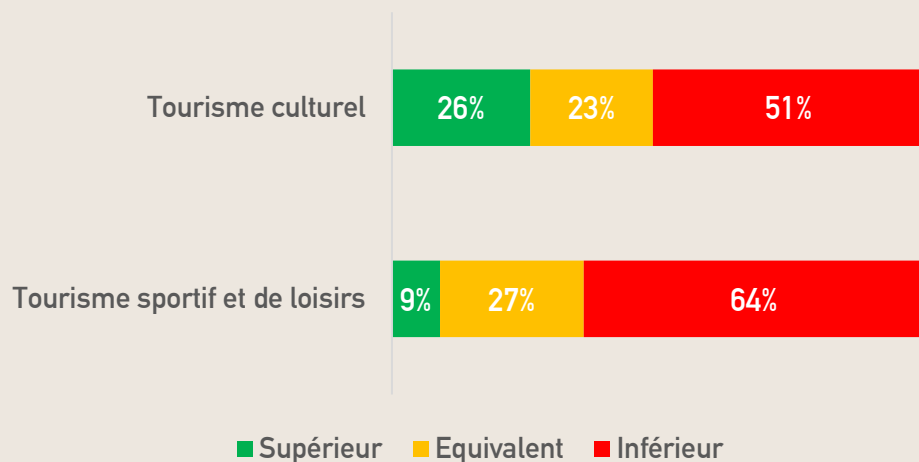


Hébergements :

Les propriétaires de campings sont les plus nombreux à déclarer une fréquentation en baisse (64 %), devant les hôteliers (61 %).

Cette perception est moins répandue parmi les propriétaires de chambres d'hôtes (48 %), ainsi que chez les gérants de gîtes ruraux/locations de vacances et d'hébergements collectifs (47 %).

Secteur activité

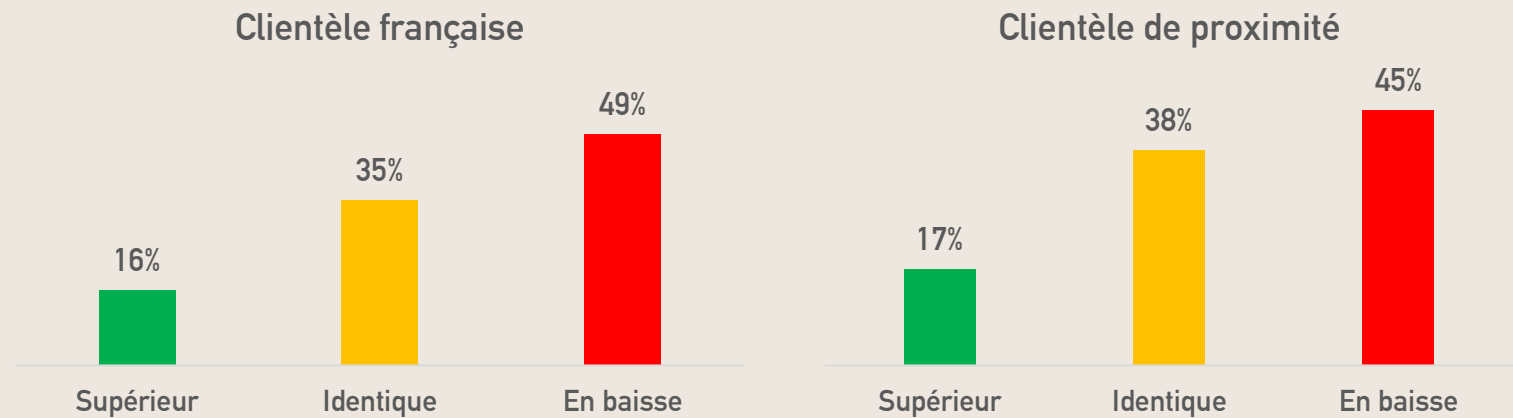


Activités :

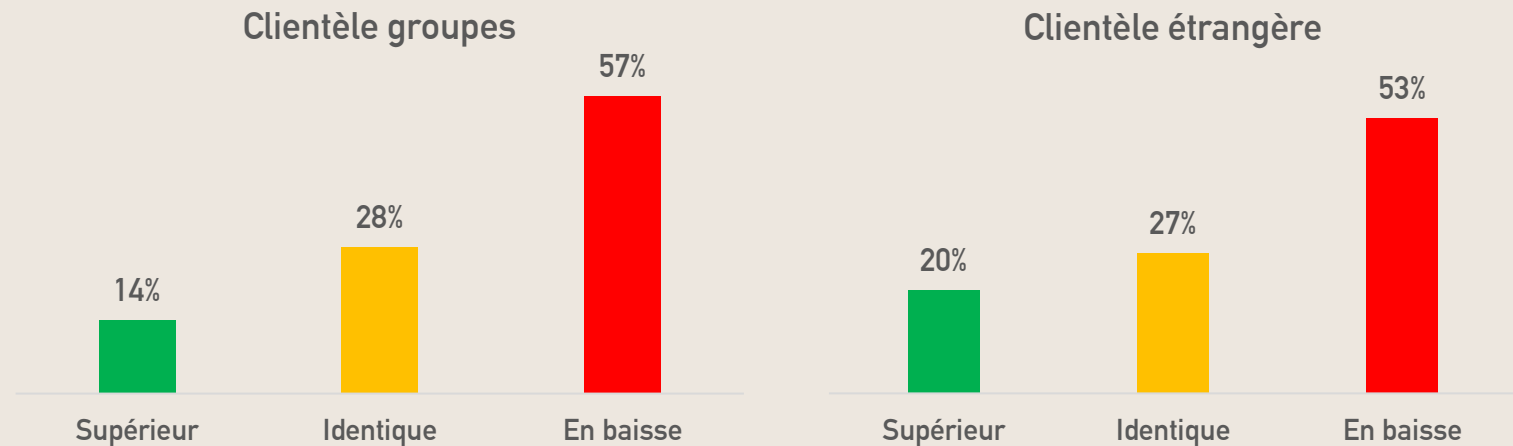
Les professionnels du tourisme sportif et de loisirs sont les plus nombreux à déclarer une fréquentation en baisse (64 %), contre 51 % des acteurs du tourisme culturel.

Ces derniers affichent une perception plus favorable, avec 26 % déclarant une activité supérieure.

Tendances de fréquentation par origine et typologie de clientèles touristiques



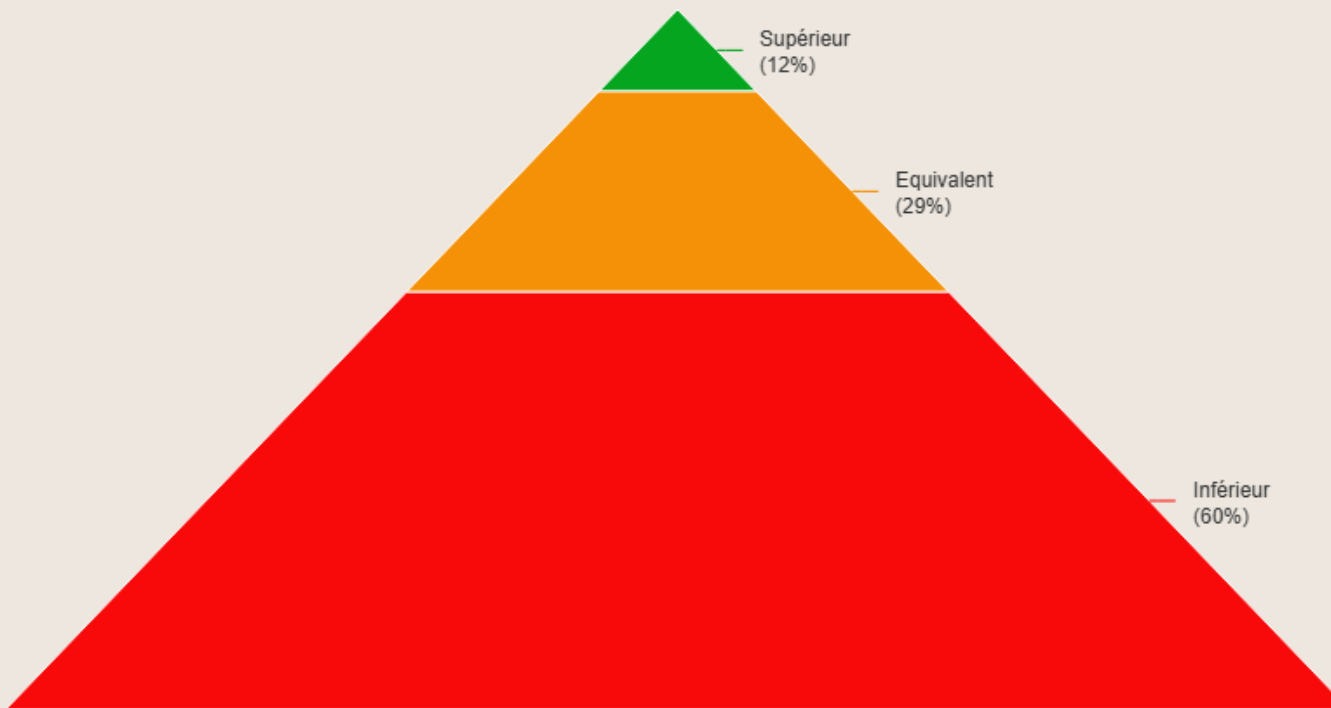
La clientèle française est perçue supérieure ou équivalente par 51 % des professionnels interrogés. La clientèle de proximité résiste légèrement mieux, même si 45 % des répondants la jugent inférieure à celle de l'an dernier.



La clientèle de groupes est particulièrement en retrait, 57 % des professionnels la jugeant inférieure à celle de l'an dernier. La clientèle étrangère suit la même tendance, avec 53 % des répondants déclarant une baisse.

Tendances des dépenses touristiques

Par rapport à la même période l'année dernière, diriez-vous que le panier moyen de vos clients des mois de mai à août inclus est ?



Le panier moyen des visiteurs apparaît nettement en retrait en cette période de mai à août inclus 2026 : 60 % des professionnels interrogés le jugent inférieur à celui de la même période en 2025. 29 % des répondants estiment qu'il reste stable, tandis que seuls 12 % constatent une hausse. Ces résultats témoignent d'une grande prudence des clientèles dans leurs dépenses.



DESTINATION CAMARGUE - MEDITERRANEE

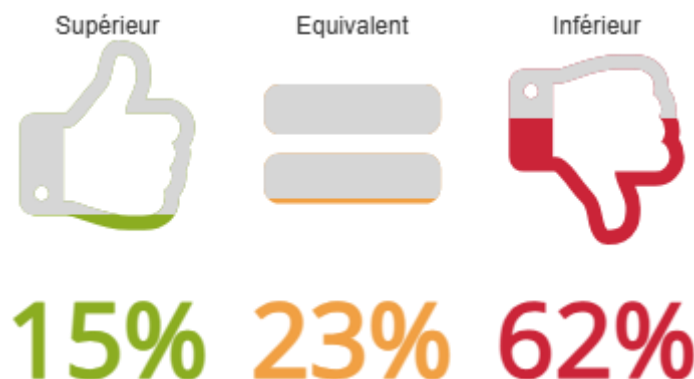
La destination Camargue Méditerranée connaît une période difficile : 62 % des professionnels interrogés déclarent une activité inférieure à celle de la période de mai à août inclus 2025.

Le recul concerne tous les secteurs, particulièrement les commerces et services (77 %), les hébergements (64 %) et les activités (62 %).

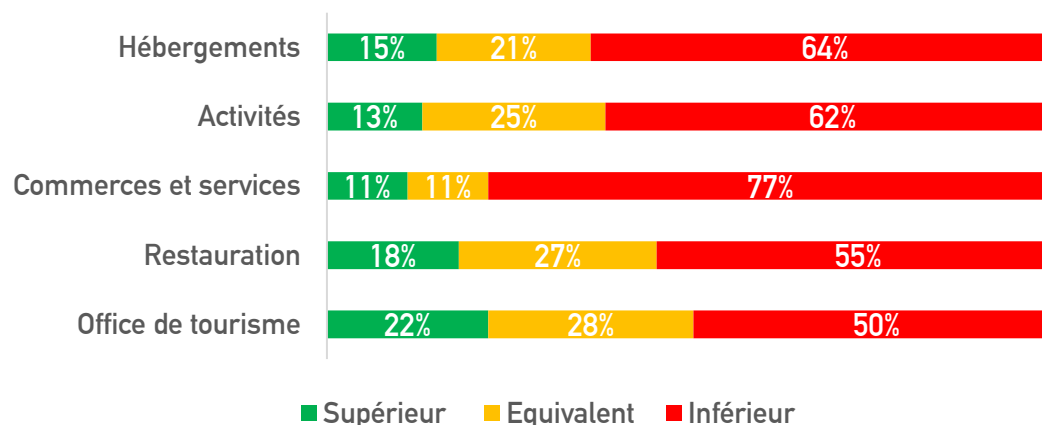
Les offices de tourisme présentent une situation un peu moins défavorable, avec 50 % signalant un niveau supérieur ou équivalent.

Tendances par destination et par secteur d'activité

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



Satisfaction du niveau d'activité par rapport aux mois de mai à août inclus 2025 par type de prestataire





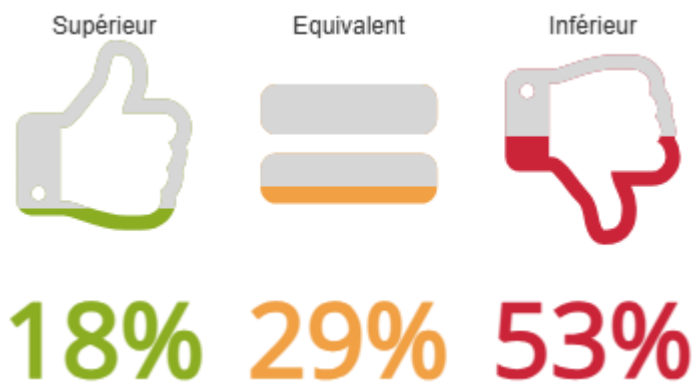
DESTINATION CEVENNES

Dans les Cévennes, 53 % des professionnels interrogés déclarent une activité inférieure à celle de la période de mai à août inclus 2025.

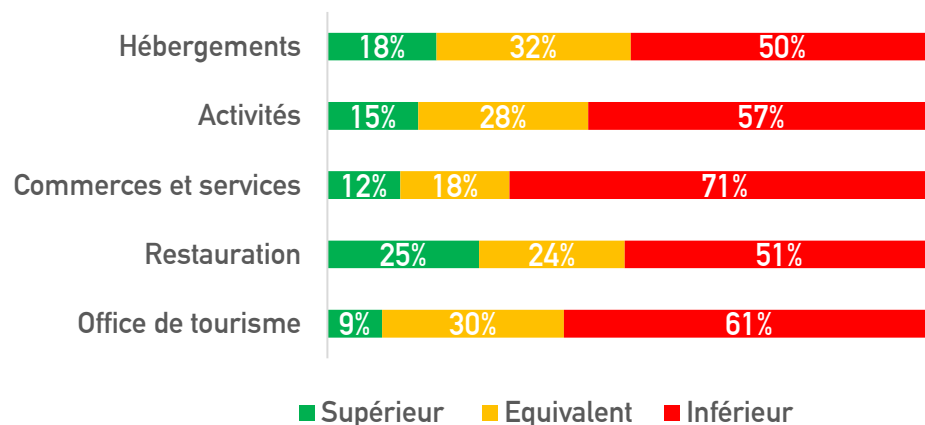
A l'exception des hébergements, dont les gérants sont 50 % à le déclarer supérieur ou équivalent, tous les types de prestataires déclarent un niveau d'activité majoritairement en baisse. Les plus concernés sont les commerces et services (71 %), suivis par les offices de tourisme (61 %).

Tendances par destination et par secteur d'activité

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



Satisfaction du niveau d'activité par rapport aux mois de mai à août inclus 2025 par type de prestataire





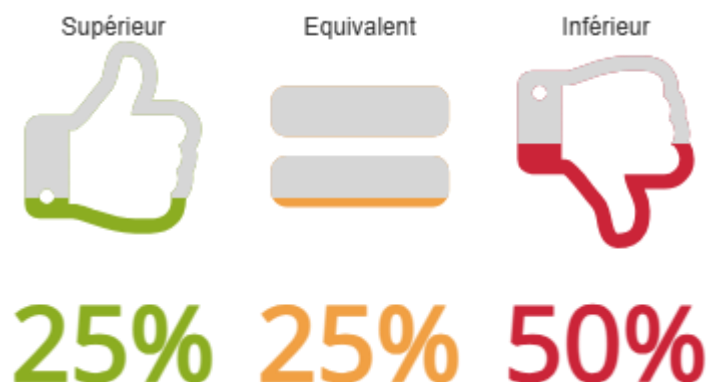
DESTINATION NIMES – PONT DU GARD

À Nîmes–Pont du Gard, la situation apparaît un peu moins compliquée : 50 % des professionnels interrogés déclarent une activité supérieure ou équivalente à celle de la période de mai à août inclus 2025. C'est la destination gardoise qui accuse la baisse la moins importante.

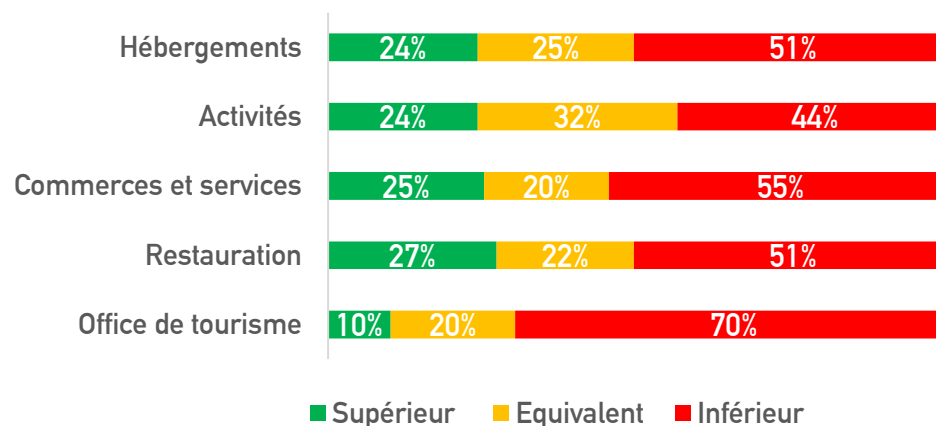
Tous les types de prestataires déclarent un niveau d'activité majoritairement en baisse, à l'exception des activités, pour lequel ils sont 44 %. Les offices de tourisme sont les plus touchés, avec 70 % des répondants signalant un recul.

Tendances par destination et par secteur d'activité

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



Satisfaction du niveau d'activité par rapport aux mois de mai à août inclus 2025 par type de prestataire





DESTINATION PROVENCE

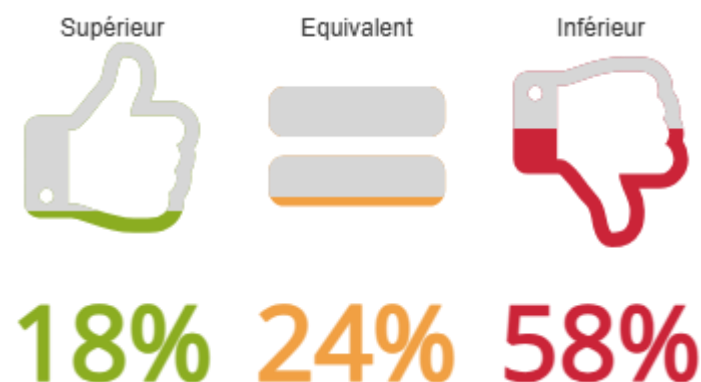
58 % des professionnels de la destination Provence interrogés déclarent une activité inférieure à celle de la période de mai à août inclus 2025.

Le secteur des activités est particulièrement touché, avec 85 % des répondants signalant une baisse, loin devant la restauration (60 %).

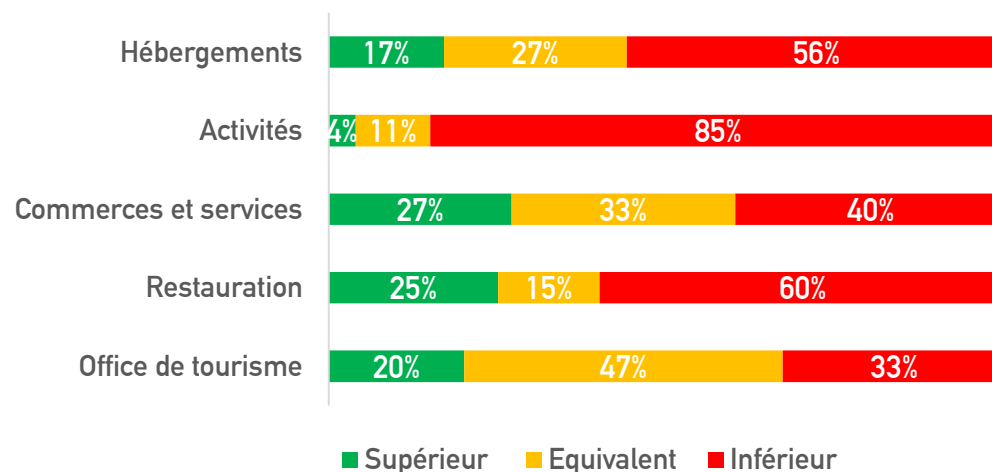
Les commerces et services résistent davantage : 60 % constatent une activité supérieure ou équivalente.

Tendances par destination et par secteur d'activité

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

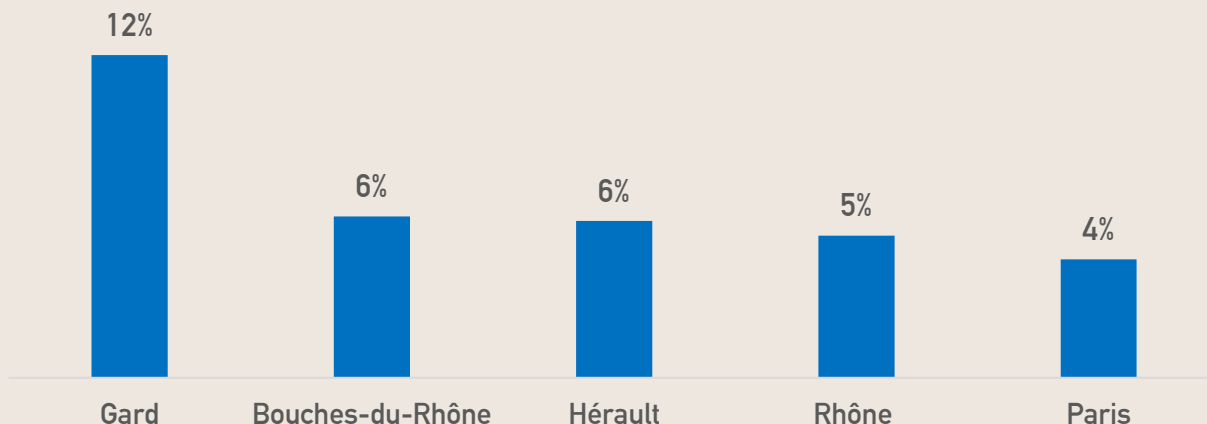


Satisfaction du niveau d'activité par rapport aux mois de mai à août inclus 2025 par type de prestataire

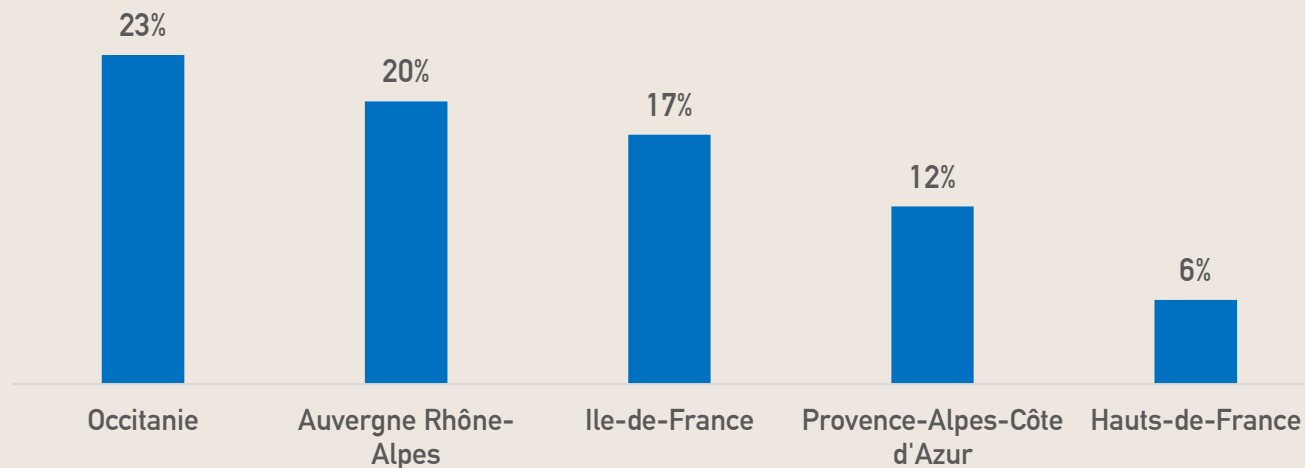


Nuitées touristiques françaises

Top 5 des nuitées françaises* par département



Top 5 des nuitées françaises* par région



10 millions de nuitées touristiques françaises (extra et intra départementales*) enregistrées du 1^{er} mai 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.

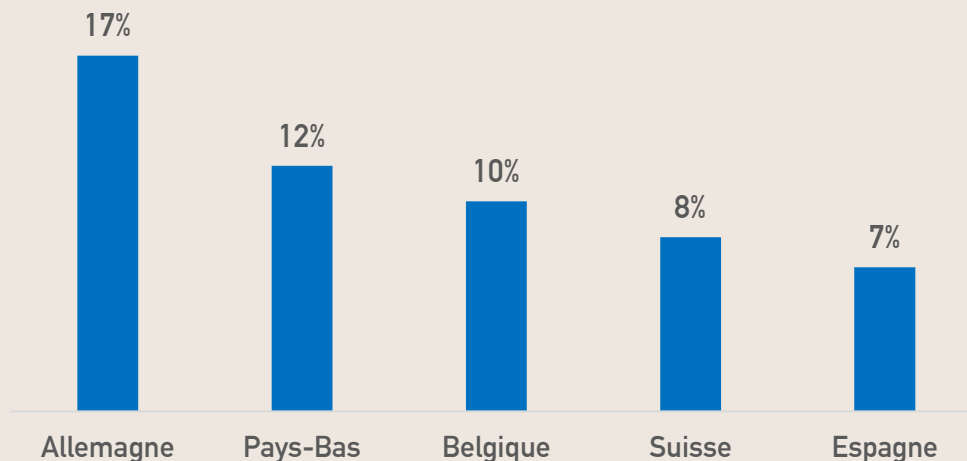
À l'échelle départementale, les Gardois arrivent en tête, devant les habitants des Bouches-du-Rhône et de l'Hérault, confirmant le poids des clientèles de proximité.

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

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

Nuitées touristiques étrangères

Top 5 des nuitées touristiques étrangères par pays



5, 825 millions de nuitées touristiques étrangères enregistrées du 1^{er} mai 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.

La fréquentation étrangère est similaire à celle de la même période étudiée en 2025, à l'exception de la Belgique et des Pays-Bas qui ont échangé leur place dans ce classement.

L'Allemagne s'impose comme le premier marché international, devant les Pays-Bas.

La Belgique et la Suisse conservent également une place importante, tandis que l'Espagne complète le classement.

* Nuitées étrangères

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

Les professionnels ont la parole



“Le mois de mai aurait pu être un très bon mois touristique . Une météo capricieuse, incluant la pluie et la canicule, a eu un effet négatif sur la fréquentation. Malgré cela, le mois de mai est resté satisfaisant.”;

“Nous ne recevons que des groupes. J’ai arrêté les individuels car trop de concurrence déloyale (Airbnb, location résidence principale et secondaire).”;

“Les acteurs du tourisme font du très bon boulot mais le marché hôtelier évolue, il faut faire attention. L'offre augmente mais la demande ne suit pas la règle de l'offre. Logements Airbnb trop nombreux à Nîmes Métropole, manque de moyens financiers sur la commercialisation de la destination (accueil de groupes).” ;

“Clientèle franco-française, impact direct sur le rapport client. Clientèle exigeante sans relation avec leur pouvoir d’achat.”;

“Une baisse générale des attentes des clients qui sont exigeants sur la forme mais pas sur le fond. Par exemple, peu sont sensibles à la qualité des produits et à leur provenance, à un engagement soucieux de l’environnement. Par ailleurs, nous arrivons peut-être à un point où il y a plus de propositions touristiques que de demande, ce qui a pour effet de diluer le marché et il n’est pas facile de tirer son épingle du jeu.”;

“Beaucoup de réservations de dernière minute et de séjours courts. Les clients sont attentifs aux promotions et au fait que nous avons d’excellentes notes sur Booking, Google, Tripadvisor, etc.”;

“En comparaison avec l’année précédente, la météo des mois d’avril et de mai a été meilleure, ce qui a eu un impact positif sur notre activité.”;

“La fréquentation est globalement en baisse par rapport aux années précédentes. Nous constatons une clientèle plus hésitante, avec des réservations de dernière minute et une sensibilité accrue aux prix. Malgré les nombreux week-ends prolongés, l’activité reste en retrait et la consommation sur place est également plus modérée.”;

“La clientèle locale et de proximité (excursionnistes) nous permet de stabiliser la fréquentation à l'accueil.”

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