ENQUETE DE CONJONCTURE TOURISTIQUE

Septembre 2026



L’essentiel de septembre 2026

Septembre 2026 : une fréquentation globalement positive et une consommation en très légère baisse

Au sortir d’un mois d’août en baisse de fréquentation, on note une meilleure fréquentation en septembre, mais toujours avec des touristes frileux quant à leurs dépenses.

56 % des professionnels déclarent une activité stable ou supérieure à septembre 2025, et 51 % se disent satisfaits de leur fréquentation.

Des situations contrastées selon les secteurs : les activités tirent mieux leur épingle du jeu, tandis que les campings, hébergements collectifs et offices de tourisme font état d’un mois plus difficile.

Au regard des professionnels, les clientèles françaises, de proximité et étrangère se maintiennent, alors que la clientèle de groupes reste davantage en retrait.

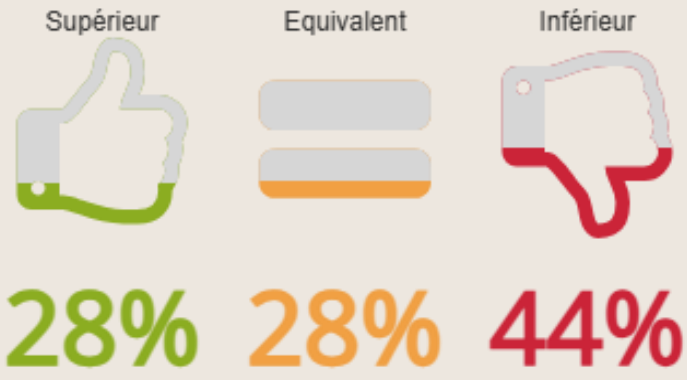
La consommation reste le principal point de vigilance : 54 % des professionnels constatent un panier moyen inférieur à septembre 2025.

Des écarts territoriaux : les Cévennes et Nîmes-Pont du Gard affichent les signaux les plus favorables, tandis que la Provence apparaît plus en retrait.

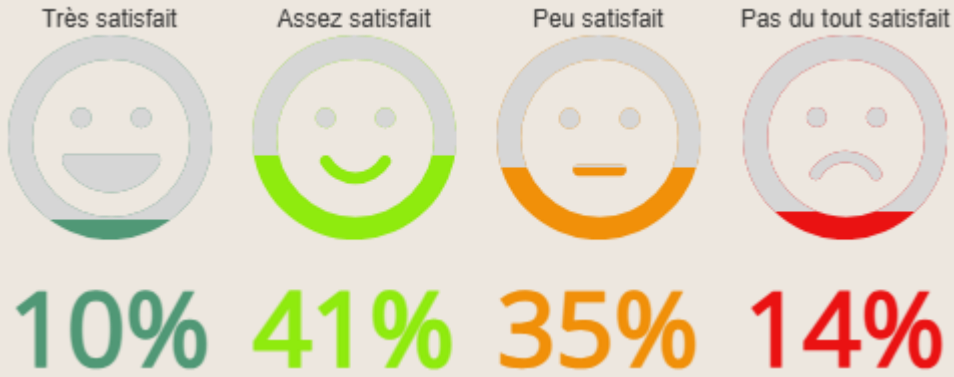
Les professionnels restent peu optimistes concernant les réservations pour le dernier trimestre 2026, dans un contexte de réservations de plus en plus tardives.

Tendances de fréquentation et de satisfaction

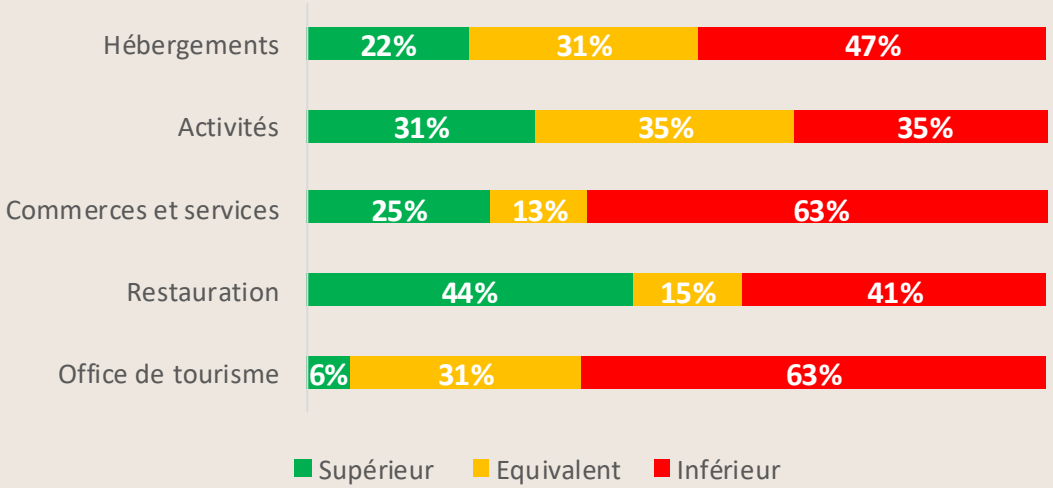
Par rapport au même mois de l'année dernière, vous diriez que votre niveau d'activité du mois de septembre est ?



Globalement, êtes-vous satisfait de la fréquentation de votre structure pour le mois de septembre ?



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

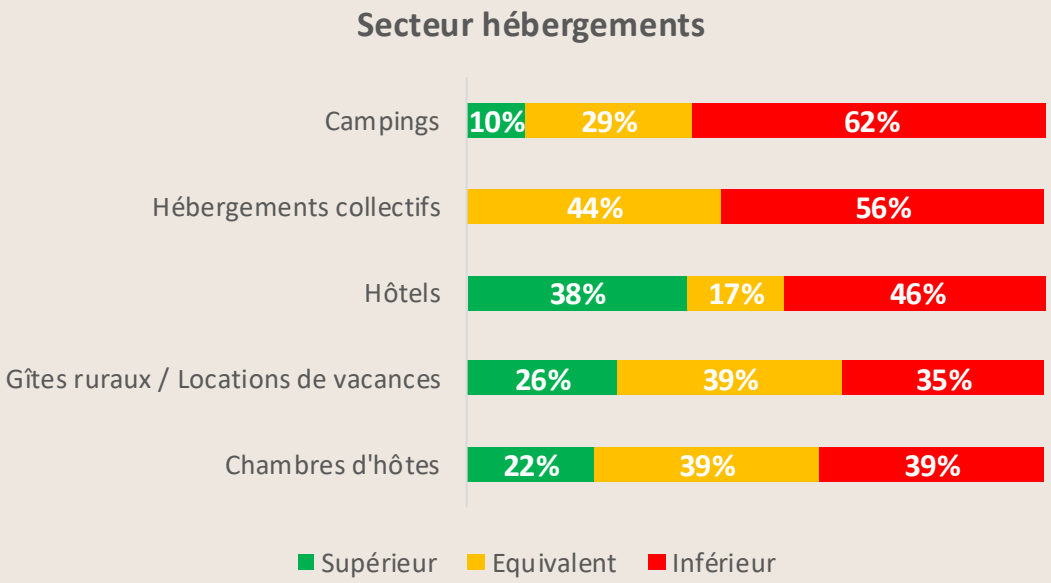


Un professionnel sur deux se dit satisfait de sa fréquentation.

56 % des professionnels interrogés déclarent une activité stable ou en hausse par rapport à septembre 2025.

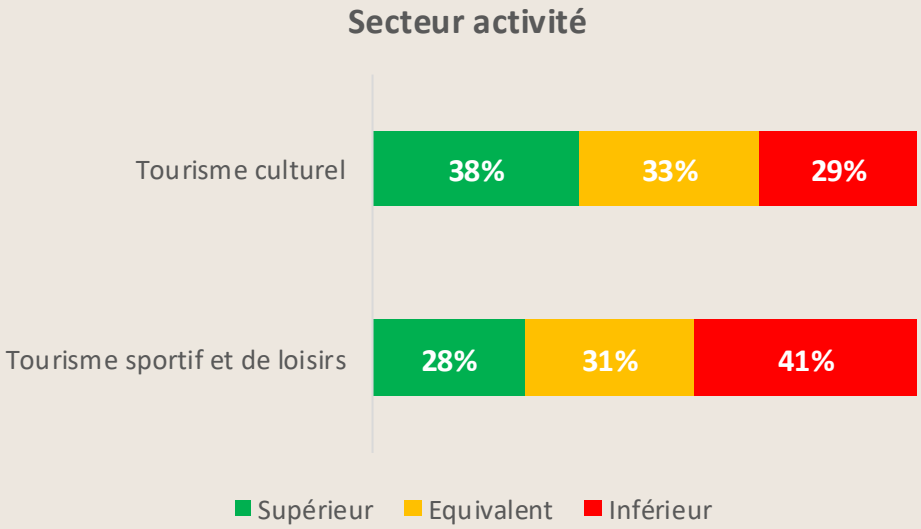
Les activités touristiques affichent les meilleurs résultats, tandis que les Offices de Tourisme sont davantage en retrait.

Tendances par catégorie d'activité



Hébergements :

Du coté des hébergements, les campings et les hébergements collectifs sont les plus en difficulté, contrairement aux locations de vacances et chambres d'hôtes.

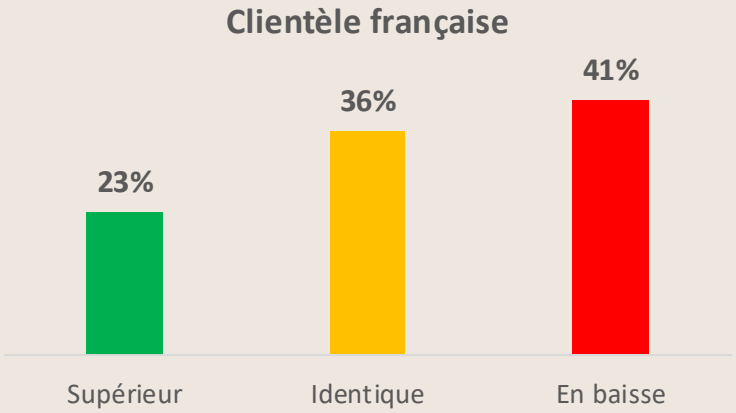


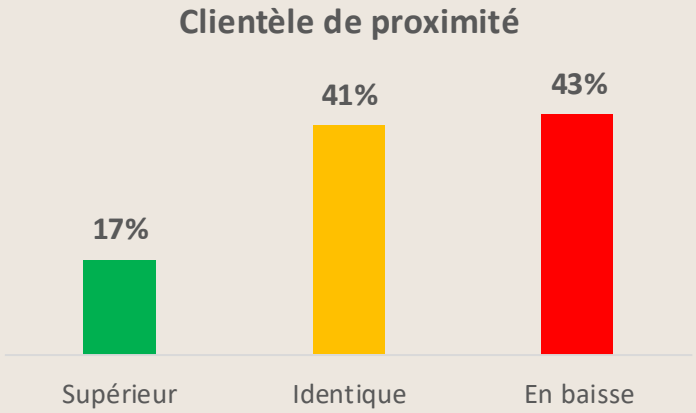
Activités :

Les activités culturelles et de loisirs affichent des résultats plutôt favorables, particulièrement le tourisme culturel (71 % de professionnels déclarant une hausse ou une égalité).

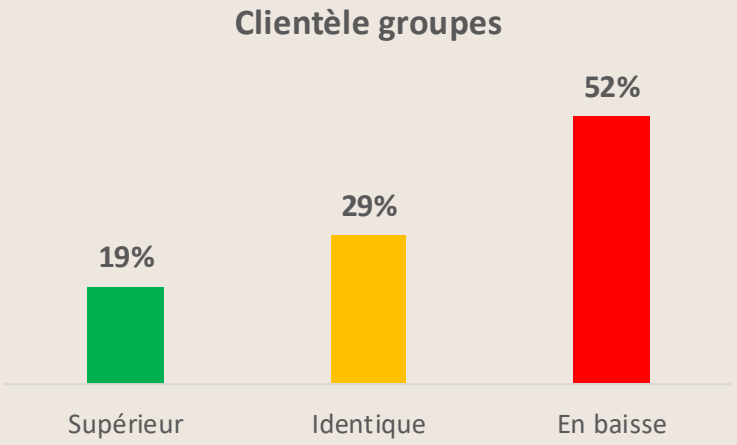
Tendances de fréquentation par origine et typologie de clientèles touristiques

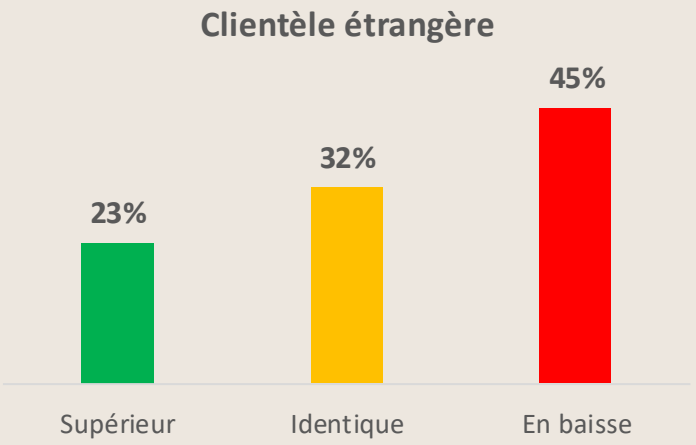










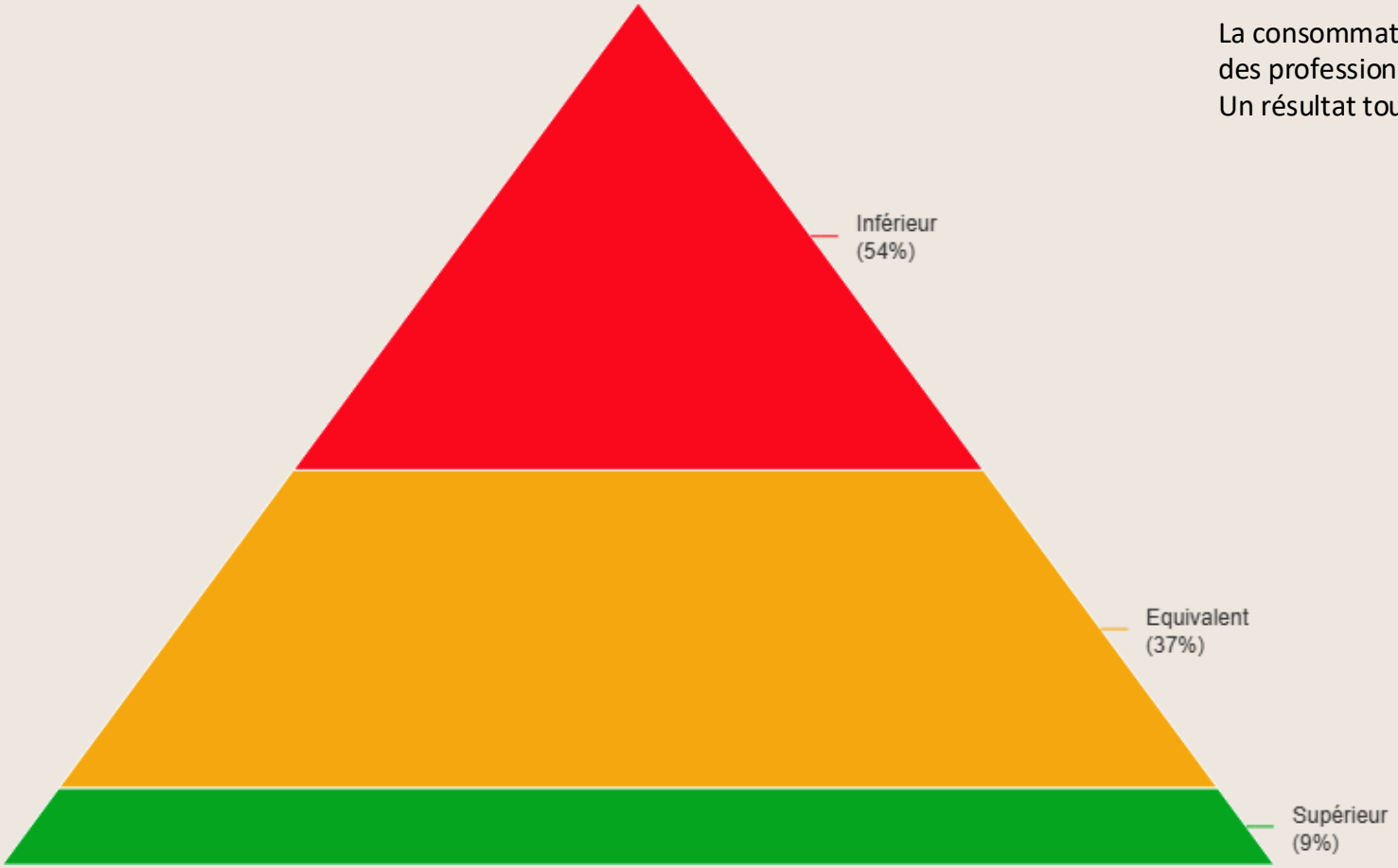


Les clientèles françaises, de proximité et étrangères se maintiennent globalement par rapport à septembre 2025.

La clientèle de groupes reste plus en retrait, avec 52 % des professionnels constatant une baisse.

Tendances des dépenses touristiques

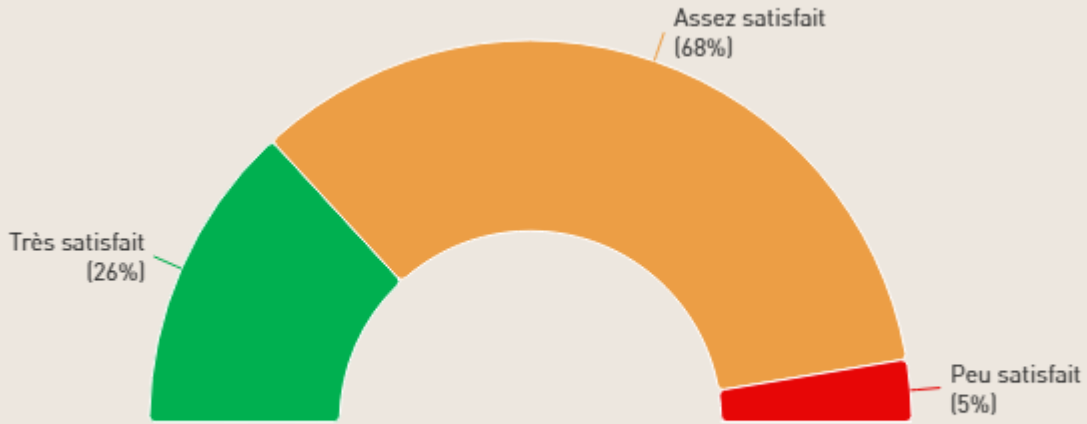
Par rapport au même mois de l'année dernière, diriez-vous que le panier moyen de vos clients en septembre est ?



La consommation touristique reste orientée à la baisse : 54% des professionnels constatent un recul du panier moyen.
Un résultat toutefois moins défavorable qu'en août.

Journées du patrimoine : une fréquentation satisfaisante

Etes-vous satisfait de la fréquentation de votre structure pour les Journées du Patrimoine (19 et 20 septembre) ?



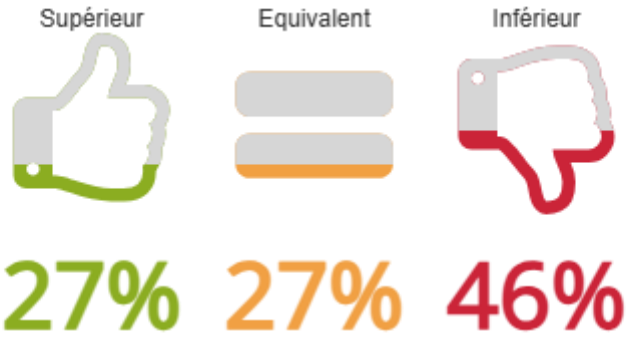
Un bilan très positif pour les Journées du Patrimoine : 94 % des professionnels interrogés se déclarent satisfaits de leur fréquentation.

DESTINATION CAMARGUE - MEDITERRANEE

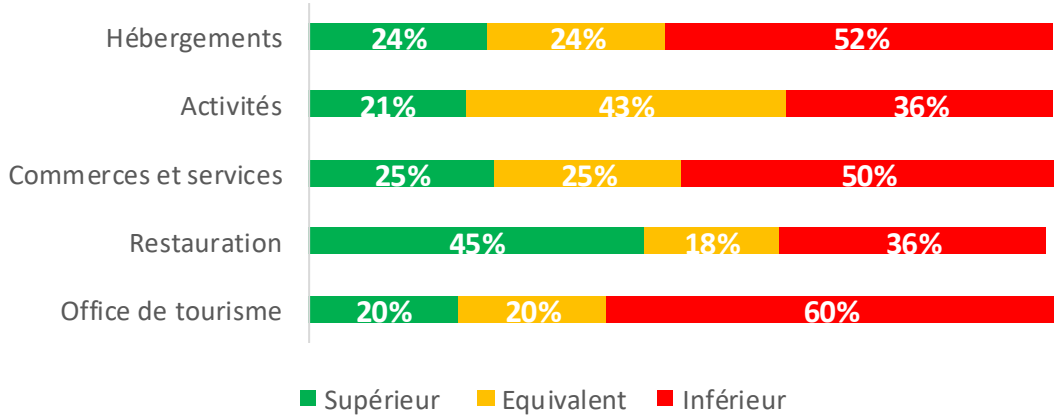
Un mois de septembre plutôt favorable, avec 54 % d'activité stable ou en hausse. Les activités et la restauration résistent mieux que le secteur hébergement.

Tendances par destination et par secteur d'activité

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



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

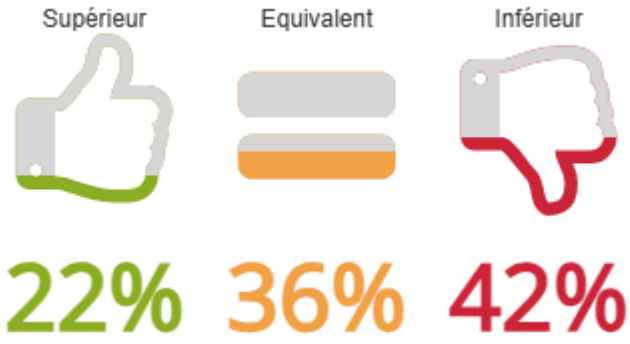


DESTINATION CEVENNES

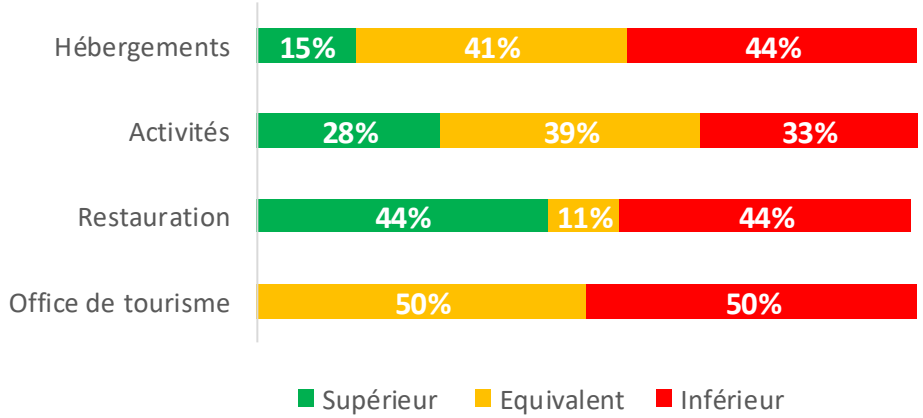
Une fréquentation globalement satisfaisante, avec 58 % d'activité stable ou en hausse. Les activités touristiques affichent les meilleurs résultats.

Tendances par destination et par secteur d'activité

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



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

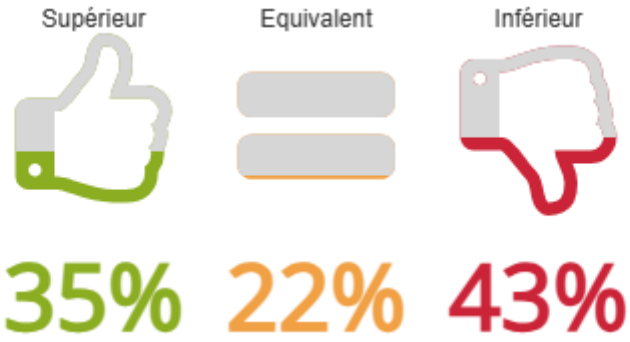


DESTINATION NIMES – PONT DU GARD

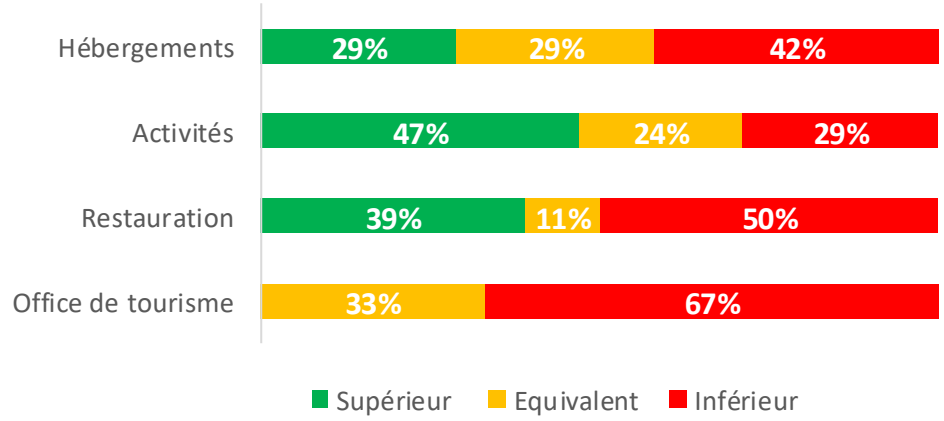
Dans la destination Nîmes-Pont du Gard affiche la plus forte proportion de professionnels déclarant une hausse d'activités (35%), portée notamment par les activités touristiques.

Tendances par destination et par secteur d'activité

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



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



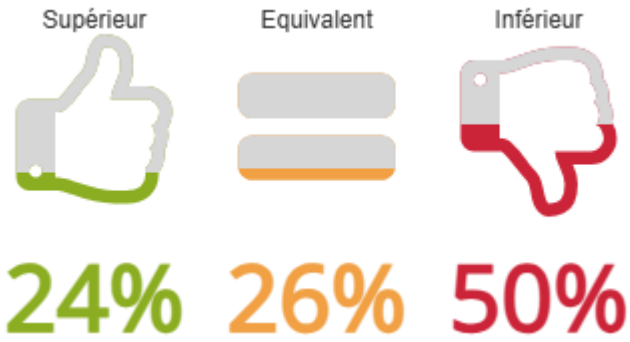
DESTINATION PROVENCE

Un mois de septembre plus difficile, avec 50 % des professionnels déclarant une baisse d'activité.

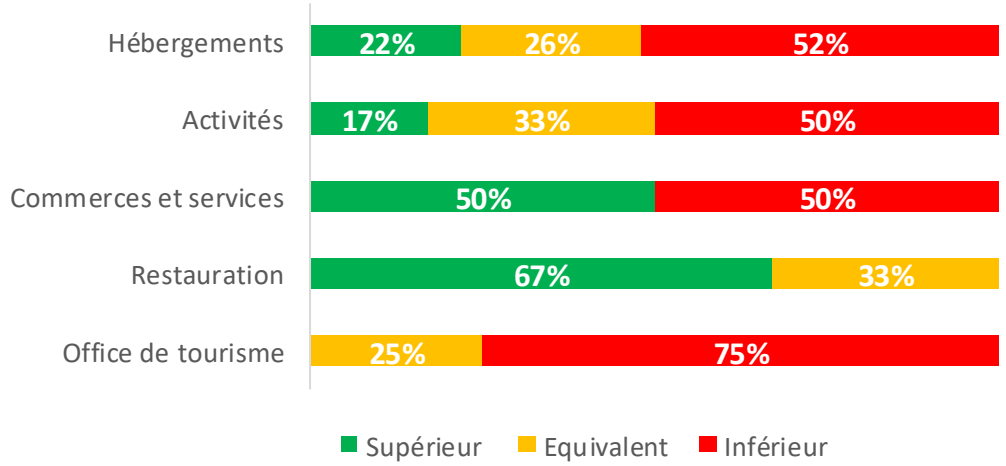
La restauration et les commerces et services affichent néanmoins de meilleurs résultats.

Tendances par destination et par secteur d'activité

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



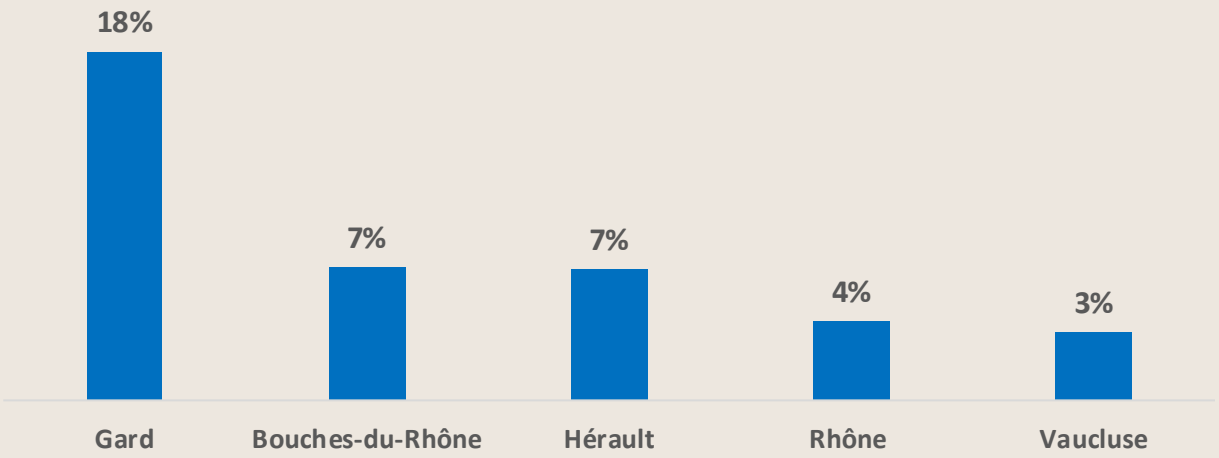
Satisfaction du niveau d'activité par rapport à septembre 2025 par type de prestataire



Nuitées touristiques françaises

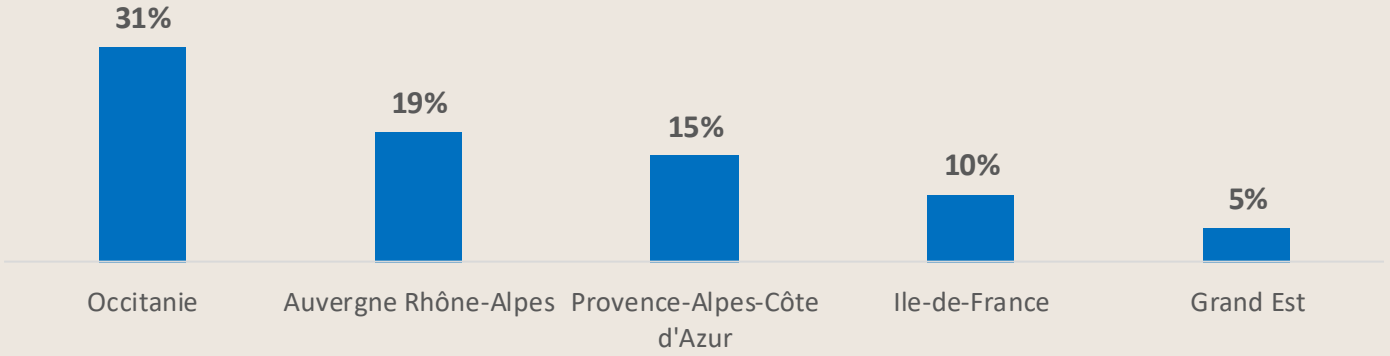
1 633 000 de nuitées touristiques françaises (extra et intra départementales*) enregistrées du 1er au 30 septembre 2026.

Top 5 des nuitées françaises* par département



La fréquentation française reste majoritairement portée par les clientèles de proximité.

Top 5 des nuitées françaises* par région



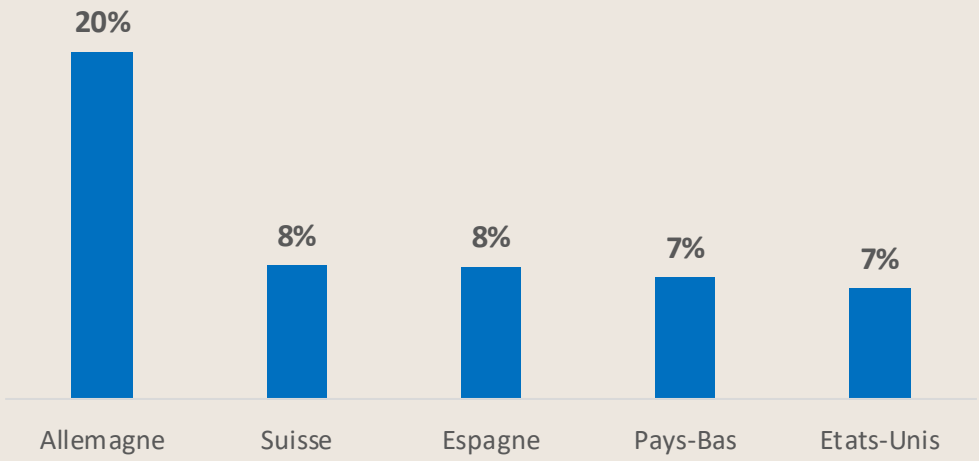
Point de vigilance méthodologique
Des incidents techniques de captation survenus durant l'été 2026 ont entraîné une sous-estimation des nuitées françaises. Les volumes présentés restent donc provisoires et seront actualisés à réception des données consolidées et redressées.

* Nuitées extra et intra départementales (Français et Gardois)
Source : Flux Vision Tourisme Orange Business - 1er au 30 septembre 2026

Nuitées touristiques étrangères

1 161 000 de nuitées touristiques étrangères enregistrées du 1er au 30 septembre 2026.

Top 5 des nuitées touristiques étrangères par pays



L'Allemagne conserve sa première place parmi les clientèles étrangères, devant la Suisse et l'Espagne

Les Etats-Unis font leur entrée dans le top 5.

Point de vigilance méthodologique
Une nouvelle méthodologie de mesure des clientèles étrangères est appliquée en 2026. Dans l'attente des données redressées permettant de fiabiliser les comparaisons, aucune évolution par rapport à 2025 n'est présentée. Seuls les volumes et le Top 5 des clientèles étrangères sont communiqués.

* Nuitées étrangères
Source : Flux Vision Tourisme Orange Business - 1er au 30 septembre 2026

Les professionnels ont la parole



« Pour nous, la saison a été marquée par une plus grande quantité d'annulations car les gens ont pris peur de la canicule, des incendies (matraquage des médias) et un plus grand nombre de réservations de dernière minute. Nos installations (climatisation et piscine) nous ont permis de capter une clientèle à la recherche d'un peu de "fraicheur" en Cévennes. Par contre, nous avons fait un très bon début de saison (mai-juin) et le ralentissement s'est fait ressentir sur juillet et août avec une nouvelle remontée de l'activité en septembre. La saison va certainement s'arrêter brutalement en octobre, même les vacances de la Toussaint ne semblent pas du tout propices aux déplacements. En tous les cas, pour le moment, pas de réservation dans ce sens. »

« Nos résultats de cette saison sont certainement liés à un travail rigoureux sur le tourisme et notre forte présence sur internet, avec un très bon classement sur les applications. Je constate un bon majeur de la réservation en ligne, qui est un des outils indispensables désormais. »

« Saison difficile, réservations en dernière minute, baisse de la consommation, un moral de la clientèle en baisse, moins d'étrangers. »

« Un été qui a été en baisse par rapport à l'été 2025, qui a été un très bon été. Un printemps 2026 qui a été meilleur que le printemps 2025. Une arrière-saison très bonne, ce qui devrait être une année stable par rapport à 2025, malgré une baisse estivale. »

« Clientèles locale et française moins présentes (contexte politique et pouvoir d'achat défavorables). Compensé par une relative forte présence des clientèles étrangères, et notamment nord-américaines et anglaises. »

« Le fait que beaucoup de commerces ferment fin août voire fin septembre pénalise pour l'arrière-saison. Nous avons encore de beaux jours mais les restaurants ferment. Les clients qui viennent en octobre et novembre ne trouvent plus de restaurant ouvert. C'est dommage. »

« C'est malheureux de devoir augmenter les prix pour équilibrer sa trésorerie mais mes clients ne se sont pas plaints. »

« Bonne fréquentation surtout due « de bouche à oreille » et en prime aux réseaux. »

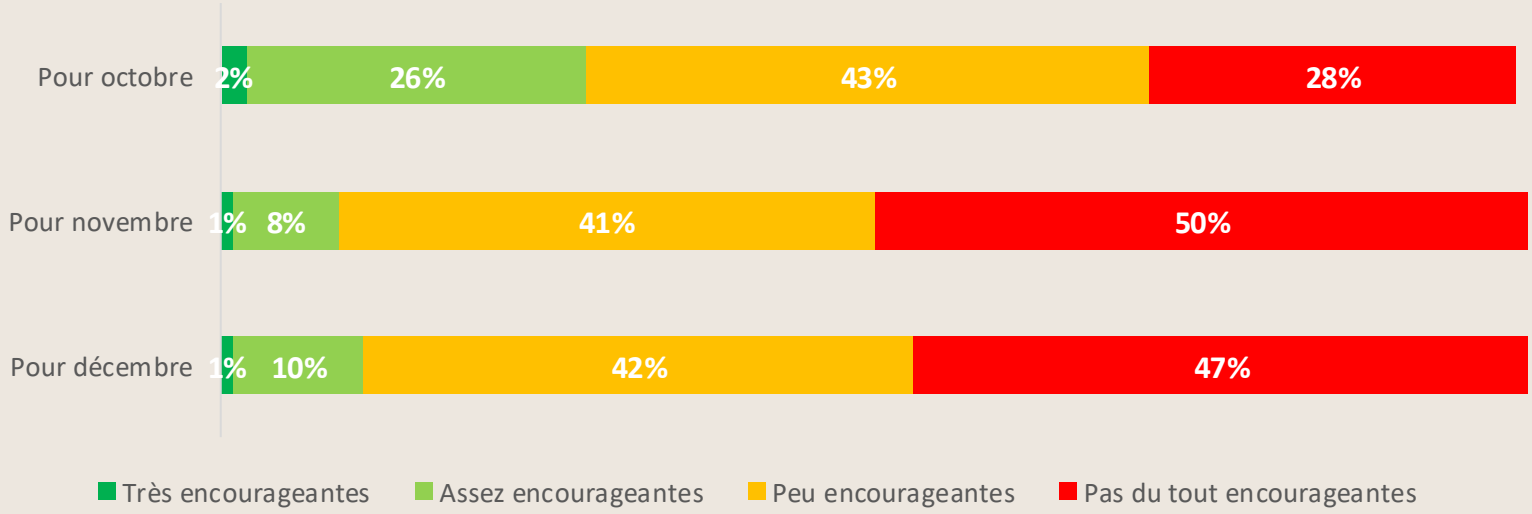
Performance dans la location saisonnière

Données Liwango	
Taux d'occupation moyen en septembre 2026	32 %
Taux d'occupation moyen en septembre 2025	32 %

Le taux d'occupation des locations saisonnières en plateforme au mois de septembre 2026 est identique à celui du même mois l'an dernier.

Source : Likibu by Liwango

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



Les professionnels restent peu optimistes concernant les réservations pour le dernier trimestre 2026, dans un contexte de réservations de plus en plus tardives.

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 connaitre 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