

Premières tendances de la fréquentation touristique en France lors de l'avant-saison 2026

(du 2 mai au 12 juin 2026)

Dispositif tendances #4-2026
Lundi 22 juin 2026

SOMMAIRE

(liens cliquables)

Objectifs et méthodologie

À retenir

Tendances globales avant-saison 2026 *(du 2 mai au 12 juin 2026)*

Tendances à venir

OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

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 « léger » qui est déployé ici, l'objectif étant de dresser les premières tendances qualitatives de la fréquentation touristique lors de l'avant-saison 2026 en France (soit du 2 mai au 12 juin 2026).

■ **Enquête auprès des adhérents** : enquête en ligne réalisée par ADN Tourisme du 15 au 19 juin 2026 auprès de 498 destinations adhérentes. **148 d'entre-elles ont répondu, parmi lesquelles 139** disposant effectivement d'informations sur la période (soit un taux de réponses exploitables de 28%) répartis comme suit : 9 CRT (taux de réponse de 64%), 30 ADT (taux de réponse de 34%), 109 OT Catégorie I (taux de réponse de 26%).

■ **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.

À RETENIR [1/2]

AVANT-SAISON 2026 :
LA DYNAMIQUE RETROUVÉE DEPUIS LA PENTECÔTE RÉÉQUILIBRE LE PRINTEMPS

L'avant-saison stabilise la saison printanière

La fréquentation touristique en France lors de l'avant-saison 2026 (en nuitées, du 2 mai au 12 juin 2026) **est globalement en hausse par rapport à l'an dernier**, tant pour la clientèle française (+6%) que pour les clientèles européennes et long-courriers (+7%).

Après des vacances de Printemps en demi-teinte, l'avant-saison permet de rééquilibrer le bilan global du Printemps. À l'échelle nationale, cette saison représente en moyenne près d'un quart (24%*) des nuitées françaises annuelles, confirmant son rôle structurant dans l'activité touristique.

Une dynamique relancée depuis la Pentecôte, l'Ascension décevante

L'avant-saison a 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 ont constaté une fréquentation inférieure à celle de 2025 sur les premières semaines de mai.

La tendance s'est toutefois améliorée au fil des semaines, notamment à partir du week-end de la Pentecôte [23/25 mai], qui apparaît comme le véritable point fort de l'avant-saison 2026 : le retour de conditions météorologiques plus favorables a en effet contribué à relancer l'activité dans de nombreux territoires.

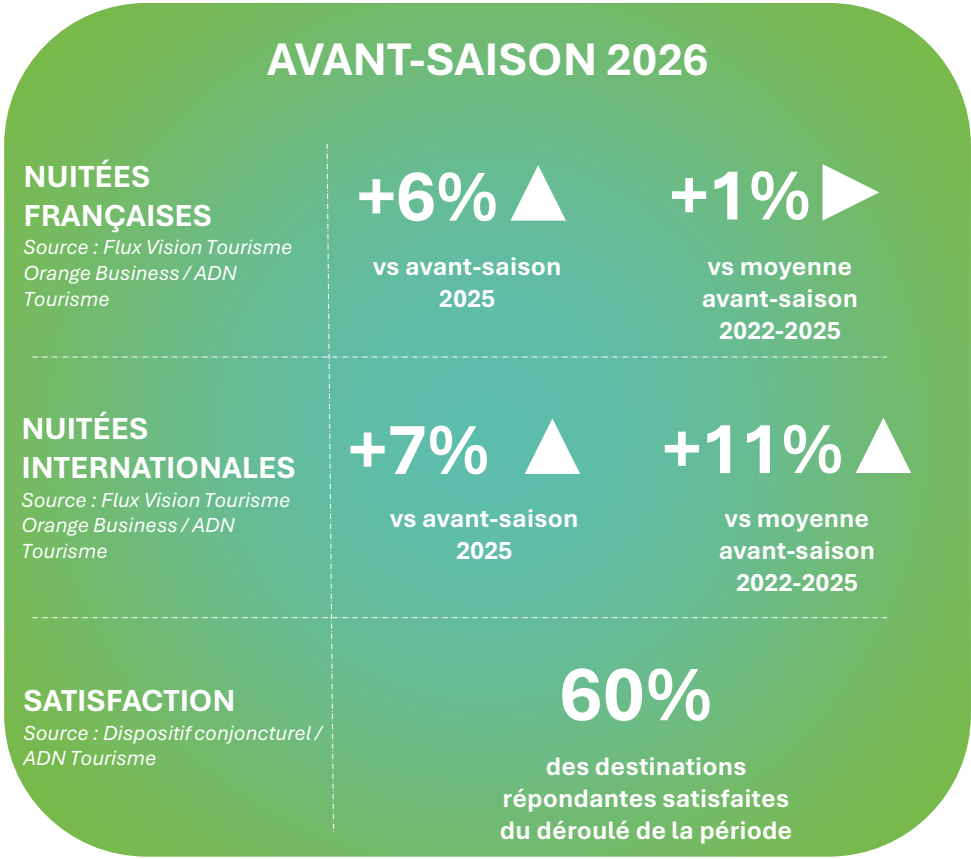
Le calendrier de mai 2026, marqué par quatre opportunités de week-ends prolongés, a également favorisé une répartition plus homogène des flux touristiques au cours de la période.

Une majorité de destinations satisfaites, avec une meilleure tenue des espaces urbains

Au global, **6 destinations sur 10 se déclarent satisfaites** de la fréquentation lors de l'avant-saison 2026. Cette proportion atteint 71% pour les destinations urbaines, qui affichent les niveaux de satisfaction les plus élevés.

L'analyse par période met en évidence un contraste marqué entre les deux principaux week-ends prolongés : si l'Ascension a déçu une majorité de destinations (54% d'opinions négatives), le week-end de la Pentecôte a, au contraire, bénéficié d'un bilan nettement plus favorable avec 63% de destinations satisfaites.

[.../...]



*Période d'avril à juin. Source : « Les nuitées touristiques des Français en France en 2024 », ADN Tourisme

À RETENIR [2/2]

[.../...]

Un contexte d'incertitude qui modifie les comportements

Les destinations convergent vers un même constat : les comportements touristiques évoluent. Les **réservations de dernière minute** se généralisent, les séjours tendent à se raccourcir et les visiteurs accordent 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 figurent parmi les principaux facteurs susceptibles d'influencer les décisions de départ et les dépenses réalisées sur place.

La **météo s'affirme 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 a largement contribué au regain d'activité observé à la Pentecôte, même si les fortes chaleurs enregistrées localement ont parfois pu limiter certains déplacements ou activités.

Des perspectives estivales favorables malgré un manque de visibilité persistant

Malgré les incertitudes qui demeurent, **les perspectives pour l'été 2026 restent globalement favorables**. Les destinations anticipent dans leur majorité une fréquentation proche de celle observée en 2025 (voire 2024 pour certaines), même si plus d'un tiers d'entre elles préfèrent encore ne pas se prononcer en raison d'un manque de visibilité.

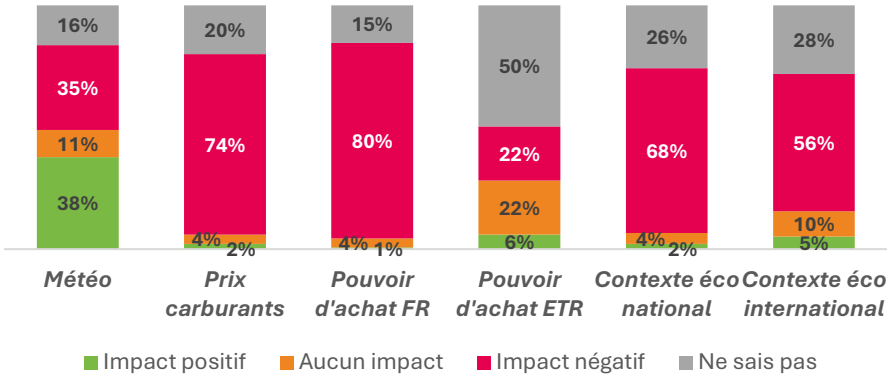
Les territoires de montagne apparaissent particulièrement bien positionnés, avec des perspectives de progression plus marquées que dans les autres espaces.

La météo devrait continuer à jouer un rôle déterminant dans les décisions de départ, tandis que les vacanciers privilégient les courts séjours, les destinations de proximité et les activités de pleine nature.

Par ailleurs, plusieurs grands événements (Tour de France cyclistes, festivals...) sont identifiés comme des leviers de fréquentation susceptibles de soutenir l'activité touristique au cours de l'été.

Dans ce contexte, la capacité des destinations et des professionnels à s'adapter à une demande plus flexible, plus tardive et plus sensible aux aléas apparaît plus que jamais comme un facteur clé de performance.

Impacts fréquentation - Avant-saison 26*



*Clé de lecture : 74% des répondants estiment que le prix des carburants a eu un impact négatif sur la fréquentation de leur destination lors de l'avant-saison 2026.

TENDANCES GLOBALES AVANT-SAISON 2026

(du 2 mai au 12 juin 2026)

FRÉQUENTATION GLOBALE ET PAR PÉRIODE

À la date de l'enquête, **60% des destinations répondantes observent une stabilité (28%) ou une progression (32%) de leur fréquentation, quant 40% constatent un recul d'activité.**

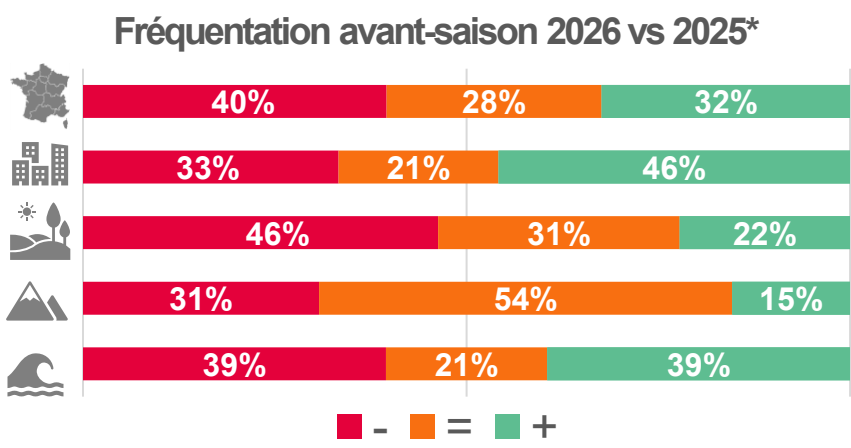
Une période portée par les destinations urbaines

Les résultats varient sensiblement selon les espaces touristiques. Les destinations urbaines se distinguent par une dynamique plus favorable : près de la moitié des répondants (46%) constatent une hausse de fréquentation, confirmant la tendance déjà observée lors des Vacances de Printemps. À l'opposé, les destinations rurales apparaissent les plus fragilisées, avec la même proportion des répondants (46%) signalant une baisse de fréquentation. En montagne, la situation semble plus stable : 54% des répondants indiquent une fréquentation comparable à celle de 2025, pendant que les destinations littorales présentent un bilan plus contrasté, partageant leurs réponses entre progression et recul de fréquentation (39% dans chaque cas).

Des dynamiques contrastées selon les périodes

Si les week-ends du 1^{er} mai et du 8 mai ne semblent pas avoir trop impacté l'évolution ou le recul de la fréquentation, il n'en est pas de même pour ceux de l'Ascension et de la Pentecôte.

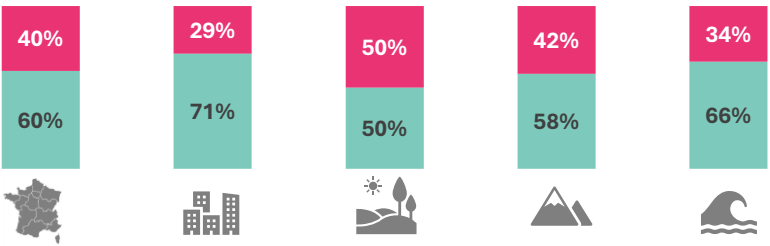
- Le week-end de l'Ascension apparaît comme la période la plus en difficulté, ou tout du moins la plus décevante, ce qui n'est pas habituel. En effet, près de deux tiers des destinations répondantes (61%) font état d'un recul de fréquentation, une proportion qui atteint 69% dans les espaces ruraux et 68% sur le littoral. Positionné plus tôt dans la saison qu'en 2025 et marqué par des conditions météorologiques défavorables, l'Ascension a moins bénéficié de l'effet habituel des réservations de dernière minute et de la clientèle excursionniste.
- Le constat est plus nuancé pour le week-end de la Pentecôte. Un tiers des destinations répondantes (33%) enregistrent une hausse de fréquentation, tandis que 27% observent une stabilité et 40% une baisse. Les écarts territoriaux demeurent limités, à l'exception des destinations de montagne où la majorité des répondants (54%) signale une fréquentation stable par rapport à la Pentecôte 2025.



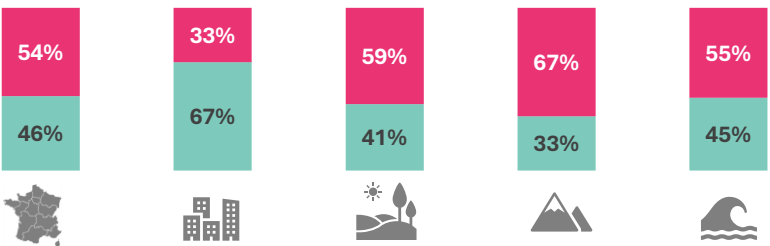
*Clé de lecture : 39% des répondants des destinations « littorales » estiment que la fréquentation lors de l'avant-saison 2026 est inférieure à celle de la même période en 2025 (à date d'interrogation).

SATISFACTION DES DESTINATIONS PAR PÉRIODE

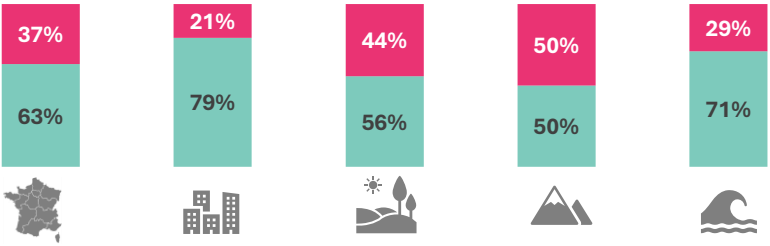
Satisfaction - Avant-saison 2026



Satisfaction - Ascension 2026



Satisfaction - Pentecôte 2026



■ satisfait ■ insatisfait

Si les destinations touristiques sont majoritairement satisfaites de la fréquentation lors de la période observée (pour 60% d'entre-elles), proportion oscillant entre 50% pour les répondants des espaces ruraux à 71% pour ceux des espaces urbains, des nuances existent selon les périodes et les espaces considérés.

- Le week-end de l'Ascension constitue le principal point de déception de la période. Plus d'une destination sur deux (54%) se déclare en effet insatisfaite de sa fréquentation. Cette proportion est particulièrement élevée dans les espaces de montagne (67%), ruraux (59%) et littoraux (55%). À l'inverse, les destinations urbaines apparaissent plus résilientes, avec un taux d'insatisfaction limité à 33%.
- Le bilan est nettement plus favorable pour le week-end de la Pentecôte : près des deux tiers des destinations répondantes (63%) se déclarent satisfaites de leur fréquentation, une proportion qui atteint 79% dans les espaces urbains et 71% sur le littoral.

Clé de lecture : 71% des répondants des destinations « urbaines » sont satisfaits de la fréquentation lors de l'avant-saison 2026.

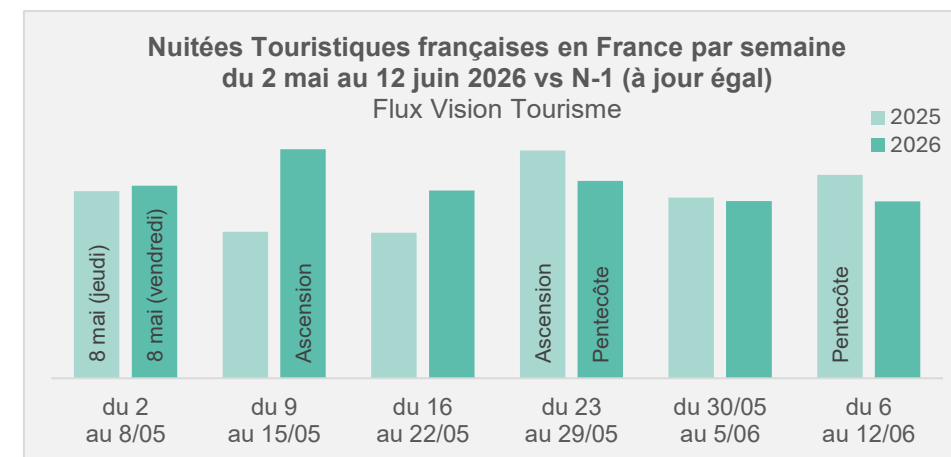
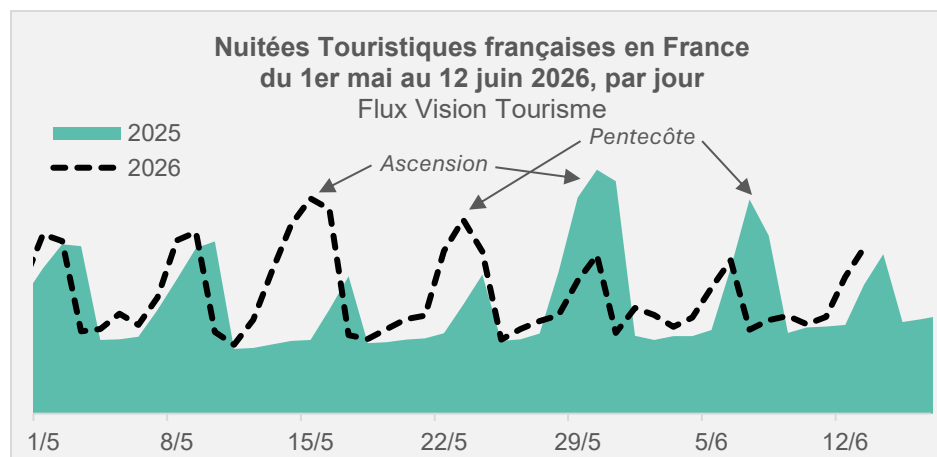
FRÉQUENTATION FRANÇAISE [1/2]

Du 2 mai au 12 juin 2026, lors de l'avant-saison 2026 en France, les **nuitées françaises** (nuitées réalisées en France par les résidents français) sont **en progression (+6%)** au regard de la même période en 2024/25 et s'élèvent à **près de 126 millions de nuitées**.

FRÉQUENTATION FRANÇAISE

▲ **(+6%)**

(évolution nuitées
du 02/05 au 12/06/26
vs du 03/05 au
13/06/25)



- ◆ L'évolution hebdomadaire de la fréquentation reste fortement influencée par le **positionnement des jours fériés**, qui varie d'une année à l'autre.
- ◆ Comme chaque année, les **semaines intégrant des jours fériés enregistrent les niveaux de fréquentation les plus élevés**. Le **pic de fréquentation** est ainsi observé, comme en 2025, le **vendredi du week-end de l'Ascension**, avec près de 5,5 millions de nuitées françaises.
- ◆ Les **jours fériés du 1^{er} et du 8 mai**, qui tombaient un vendredi en 2026 (et un jeudi en 2025), semblent avoir eu un **impact limité** sur l'évolution des nuitées françaises.
- ◆ Sur l'ensemble des quatre jours du **week-end de l'Ascension** 2026, les nuitées françaises sont **en recul de -10 %** par rapport au même week-end en 2025, année où le jour férié était plus tard dans le calendrier (fin mai). Elles se situent également 17 % en dessous de la moyenne observée lors des week-ends de l'Ascension entre 2022 et 2025, à nombre de jour égal.
- ◆ Le **week-end de la Pentecôte**, du 23 au 25 mai en 2026 (du 7 au 9 juin en 2025), affiche quant à lui une **relative stabilité**, avec une variation de -3 % des nuitées françaises. Son niveau est comparable à ceux observés en 2024 et 2025, mais légèrement inférieur à ceux enregistrés en 2022 et 2023.
- ◆ La **semaine entre ces 2 derniers fériés** (soit du 16 au 22 mai) affiche une **progression de +4%** au regard de la même semaine en 2025.

FRÉQUENTATION FRANÇAISE [2/2]

◆ Du 2 mai au 12 juin 2026 :

- les Français ont plébiscité **les destinations littorales** (certaines avec pôles urbains) et **urbaines**.

- **24 destinations départementales concentrent la moitié des nuitées Françaises de la période**, parmi lesquelles 17 disposant d'un littoral (et certaines d'une métropole également), 6 en espace urbain et 1 en montagne.

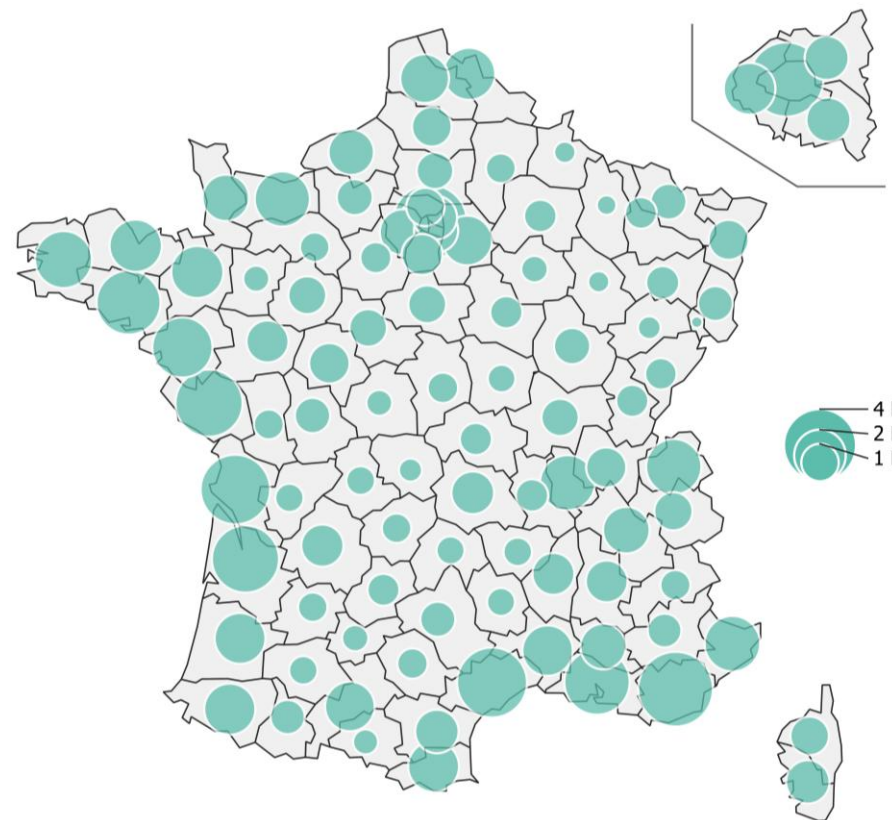
◆ Par rapport à l'avant-saison 2025 (à jour égal) :

- **La majorité des départements (soit 62 destinations) sont en progression** (évolution $\geq +3\%$).

- **20 sont en stabilité** (évolution comprise entre -3 et +3% de nuitées touristiques), majoritairement localisés en espace rural ou sur le littoral (ouest ou nord).

- **14 destination départementale sont en recul** (évolution $\leq -3\%$), majoritairement situés dans la moitié sud du pays.

Les destinations touristiques des résidents Français
du 2 mai au 12 juin 2026
(en millions de nuitées)

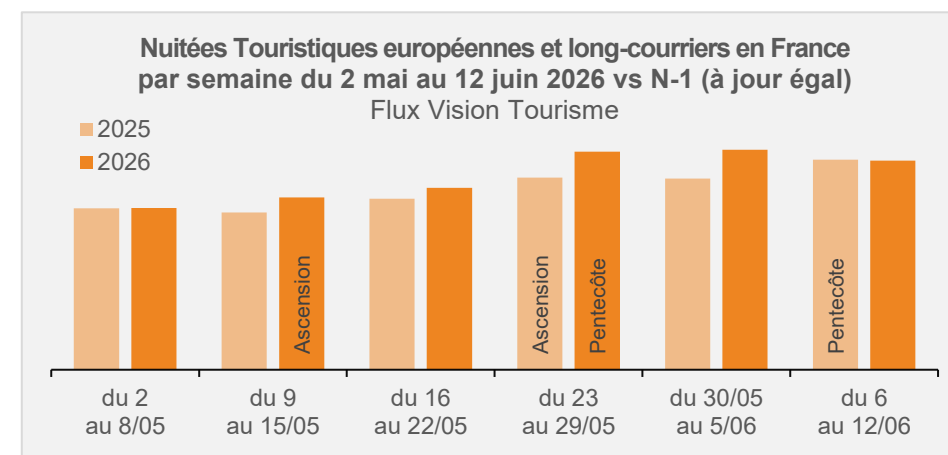
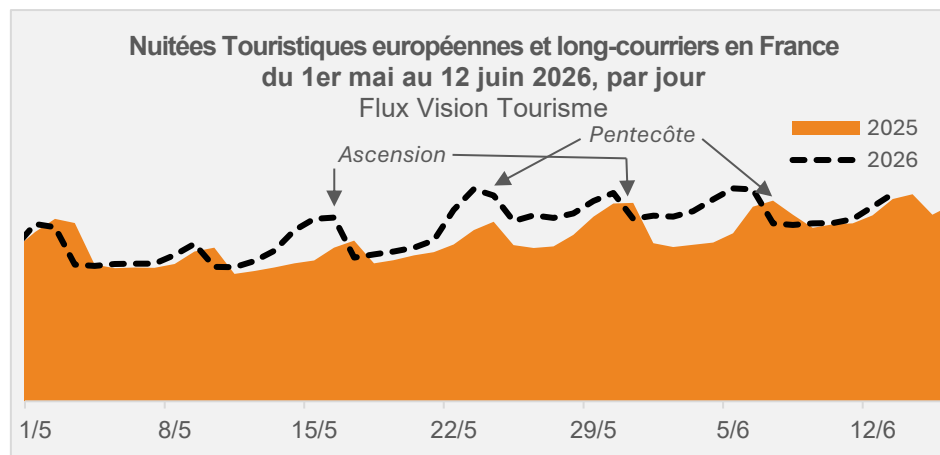


FRÉQUENTATION EUROPÉENNE ET LONG-COURRIERS [1/2]

Lors de l'avant-saison 2026 (soit du 2 mai au 12 juin 2026), la **fréquentation européenne et long-courriers** (nuitées réalisées en France par les résidents européens et pays d'autres continents) est en **hausse (+7%)** au regard de la même période (à jour égal) en 2025.

FRÉQUENTATION EUROPÉENNE ET LONG-COURRIERS

▲ **(+7%)**
(évolution nuitées
du 02/05 au 12/06/26
vs du 03/05 au
13/06/25)



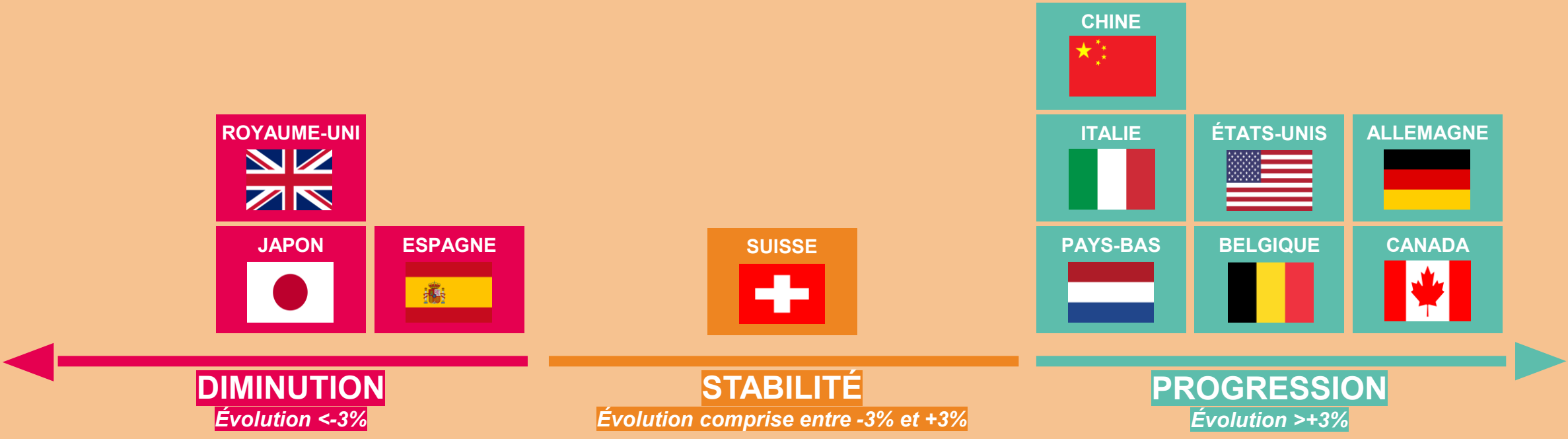
- ◆ La fréquentation des clientèles européennes et long-courriers est étroitement liée aux **calendriers de vacances scolaires et aux jours fériés propres à chaque pays**, qui peuvent différer du calendrier français. Lors de l'avant-saison 2026, une faible présence de périodes de congés au sein des principaux marchés émetteurs européens et internationaux fréquentant habituellement la France est constatée.
- ◆ Les nuitées européennes et long-courriers oscillent **entre stabilité et progression pour chacune des six semaines composant l'avant-saison 2026**. Le pic de fréquentation est enregistré le vendredi 5 juin, avec un volume de nuitées quasiment équivalent à celui observé le samedi 23 mai, au cœur du week-end de la Pentecôte.
- ◆ **Pentecôte** demeure une **période particulièrement attractive** pour les clientèles européennes et long-courriers : les nuitées enregistrées en 2026 progressent de +5 % par rapport à celles de la Pentecôte 2025 et dépassent de 10 % la moyenne observée entre 2022 et 2025 sur ce week-end.
- ◆ Concernant le **week-end de l'Ascension**, les nuitées sont **en recul** par rapport à 2025. Toutefois, à nombre de jours comparable, elles restent globalement stables au regard des volumes enregistrés sur les éditions 2022, 2023 et 2024

FRÉQUENTATION EUROPÉENNE ET LONG-COURRIERS [2/2]

> Principales nationalités observées sur la période*, en nuitées : Allemagne, Etats-Unis, Royaume-Uni, Pays-Bas, Suisse, Belgique et Espagne.

* : Hors pays d'Europe de l'Est et d'Afrique du Nord.

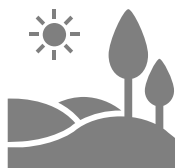
> Évolution par rapport à N-1 des nuitées des principaux marchés émetteurs de clientèle en France, du 02/05 au 12/06/26 (comparativement avec la période du 03/05 au 13/06/25). À noter : la fréquentation de chaque nationalité est conditionnée aux dates de jours fériés et de vacances scolaires de chaque pays (différentes des dates françaises).





TENDANCES GLOBALES AVANT-SAISON 2026 PAR ESPACE

(du 2 mai au 12 juin 2026)



ESPACE RURAL

Évolution nuitées du 02/05 au 12/06/2026
vs du 03/05 au 13/06/2025 (à jour égal)

FRÉQUENTATION FRANÇAISE

▲ **(+8%)**

[de +5% (Sud-Ouest) à +11% (Nord-Est)]

FRÉQUENTATION EUROPÉENNE ET LONG-COURRIERS

▲ **(+6%)**

[de -1% (Sud-Ouest) à +9% (Sud-Est)]

Ils nous en parlent...

« Les chiffres que nous observons aujourd'hui nous invitent à la lucidité, avec une baisse sensible de la fréquentation (-17%) et réservations (-8%) à ce stade de la saison. Pour autant, il est essentiel de replacer cette situation dans son contexte : les comportements évoluent, les décisions se prennent plus tard, et la saison est encore loin d'être jouée » **OT Cazaubon Barbotan-les-Thermes (32/Gers)**

« Encore plus de réservations de dernière minute » **OT Vignoble Nantais (44/Loire-Atlantique)**

« Forte baisse des clientèles françaises, notamment des bassins de proximité AURA, PACA ; Maintient et progression sur les marchés traditionnels (B, CH, NL) et hausse chez les Allemands (même si les données allemandes sont incomplètes du fait du calendrier des vacances 2025 accès sur les 15 premiers jours de Juin » **OT Gorges de l'Ardèche (07/Ardèche)**

« Malgré une fréquentation globalement maintenue, l'activité économique reste plus fragile. Le ticket moyen est jugé stable par une majorité de professionnels, mais dans le Cher, plus d'un tiers observe une baisse des dépenses par client. Plusieurs répondants évoquent également une fréquentation irrégulière et des annulations de groupes. Le contexte économique continue de peser fortement sur l'activité touristique : 78% des professionnels estiment que les prix des carburants ont eu un impact négatif, et près de 70% évoquent l'influence du contexte international. À l'inverse, la météo favorable du printemps a soutenu la fréquentation, notamment pour les activités de plein air, les excursions et les courts séjours » **ADT du Cher (18/Cher)**

« Recul de la clientèle étrangère, panier moyen inférieur (mais fréquentation parfois bonne), satisfaction plus marquée chez les restaurateurs et campings » **OT La Toscane occitane (81/Tarn)**

« Une fréquentation très calme et proche locale et franco-française. Aire de camping car remplie et idem pour les campings » **OT Sarreguemines Confluences (57/Moselle)**



ESPACE LITTORAL

Évolution nuitées du 02/05 au 12/06/2026
vs du 03/05 au 13/06/2025 (à jour égal)

FRÉQUENTATION
FRANÇAISE

▶ **(-1%)**

[de -2%
(Méditerranée)
à +7% (Manche)]

FRÉQUENTATION
EUROPÉENNE ET
LONG-COURRIERS

▲ **(+9%)**

[de +6%(Atlantique)
à +10%
(Méditerranée)]

Ils nous en parlent...

« Après un mois d'avril plutôt en retrait par rapport à l'an dernier, nous observons une amélioration sensible de la situation en mai. Les professionnels faisaient état d'une fréquentation plus mesurée et d'un chiffre d'affaires souvent en baisse, dans un contexte marqué par les incertitudes économiques, le pouvoir d'achat des ménages et un comportement de réservation plus attentiste. Le mois de mai montre toutefois une évolution plus favorable » **Agence Tourisme Corse (Corse)**

« Un week-end de l'Ascension décevant contre un week-end de Pentecôte plus que satisfaisant avec une évolution des nuitées touristiques de 32% par rapport à 2025 et près de 52% pour les excursions. Une sollicitation accrue des conseillers en séjours également ce week-end de Pentecôte avec une augmentation de la fréquentation de l'OT de 34%. La clientèle principale de la Destination reste les seniors mais les week-ends prolongés notamment la Pentecôte cette année attirent également les couples actifs et les familles. Les demandes portent essentiellement sur les activités extérieures : randonnée pédestre et à vélo et sur les visites de sites emblématiques tel que le Kahl-Burg ou le Funiculaire du Tréport. À noter une forte demande concernant les animations (concerts, Faites du Nautisme, festivals) » **OT Le Tréport - Mers (76/Seine-Maritime)**

« Nous remarquons des séjours plus courts, une fréquentation de la clientèle étrangère en progression (la réouverture de l'île de Bendor y ayant contribué), une baisse du pouvoir d'achat de la clientèle française » **OT Bandol (83/Var)**

« Le week-end de l'Ascension a été marqué par une fréquentation en baisse en raison d'une météo capricieuse. À l'inverse, le retour du soleil et des hautes températures ont eu un impact immédiat sur la fréquentation, comme cela a pu être constaté lors du week-end de la Pentecôte. Les professionnels observent par ailleurs le retour progressif de la clientèle britannique, après plusieurs années marquées par la pandémie de Covid-19 et le Brexit. La clientèle allemande, elle aussi en progression, s'affirme également comme un public de plus en plus présent sur le territoire » **OT Calais XXL (62/Pas-de-Calais)**

« Une fréquentation touristique globalement stable sur la période, alors qu'elle aurait dû potentiellement être en hausse (au regard du calendrier). Par ailleurs, le ressenti des pros est mitigé avec une impression de repli du chiffre d'affaires, en particulier dans la restauration et les loisirs. La météo n'était pas favorable aux activités de plein nature en mai (assez fraîche et humide pour la saison) et le contexte économique pèse sur les dépenses des ménages » **ADT Côtes-d'Armor Destination (22/Côtes-d'Armor)**



ESPACE MONTAGNE

Évolution nuitées du 02/05 au 12/06/2026
vs du 03/05 au 13/06/2025 (à jour égal)

FRÉQUENTATION
FRANÇAISE

▲ (+6%)

[de 0% (Pyrénées)
à +14%
(Jura/Vosges)]

FRÉQUENTATION
EUROPÉENNE ET
LONG-COURRIERS

▲ (+6%)

[de -8% (Pyrénées) à
+11% (Jura/Vosges)]

Ils nous en parlent...

« Fréquentation satisfaisante dans nos bureaux durant cette avant saison. La météo a toutefois été très contrastée au cours des grands week-ends de mai : les week-ends du 1er et du 8 mai presque estivaux, tandis que le week-end de l'Ascension a été marqué par un retour à l'hiver. La clientèle étrangère, notamment belge et allemande, a été particulièrement présente durant cette période. Les demandes portent toujours majoritairement sur les randonnées, les auberges de montagne ainsi que sur le patrimoine naturel (lacs, cascades, etc.) » **OT La Bresse hautes Vosges (88/Vosges)**

Forte proportion de courts séjours réservés à la dernière minute, les conditions météorologiques et le contexte géopolitique constituant actuellement des facteurs déterminants dans les décisions de réservation. « Le printemps 2026 marque un coup de frein dans la fréquentation touristique du territoire lié à de multiples facteurs : météo peu favorable sur les longs week-ends, contexte international incertain... Cependant, depuis le week-end de la Pentecôte, la fréquentation repart à la hausse et le carnet de réservation des hébergeurs pour le mois de juillet est déjà bien rempli » **OT Hautes Terres (15/Cantal)**

« Le calendrier 2026 a permis d'avoir 4 ponts en Mai. Du coup la fréquentation s'est bien étalée sur les 4 périodes avec une fréquentation plus accentuée pour le week-end de Pentecôte par rapport à 2025 » **OT du Sancy (63/Puy-de-Dôme)**

« Le prix du carburant joue énormément sur la prise de décision et la possibilité ou non de partir en séjour ou même excursion. La météo et la chaleur a certains moments ont eu des impacts négatifs sur certains activités de plein air. Clientèles étrangères en camping-car d'un certain âge avec également pas mal de groupes étrangers en autocar » **OT Foix (09/Ariège)**



ESPACE URBAIN

Évolution nuitées du 02/05 au 12/06/2026
vs du 03/05 au 13/06/2025 (à jour égal)

FRÉQUENTATION
FRANÇAISE

▲ (+13%)

[de +11% (Province)
à +18% (région
parisienne)]

FRÉQUENTATION
EUROPÉENNE ET
LONG-COURRIERS

▲ (+8%)

[de +6% (Province)
à +9% (région
parisienne)]

Ils nous en parlent...

« Une baisse de la fréquentation de la clientèle française semble effectivement se confirmer. Cependant, nous ne disposons pas, à ce stade, d'éléments suffisamment probants pour établir un lien de causalité avec le contexte économique et géopolitique actuel avec certitude » **OT InDeauville (14/Calvados)**

« Les clients sont très vigilants sur les dépenses, c'est plus important que les précédentes années. Ils souhaitent des activités à petits prix ou gratuites. La chaleur peut-être un frein, certains décident de reporter leurs séjours » **OT Toulouse (31/Haute-Garonne)**

« Belle fréquentation de la clientèle nationale et européenne mais budgets restreints (la variable d'ajustement du budget vacances reste souvent la restauration) » **OT Salon-de-Provence (13/Bouches-du-Rhône)**

« La fréquentation est en baisse, et la conjoncture pèse sur certaines activités. Toutefois, nous ne pouvons pas dire que l'activité n'était pas satisfaisante. Aux premiers rayons de soleil, les vacanciers et excursionnistes sont là. Malgré la baisse de fréquentation, les chiffres de vente en boutique et billetterie ont augmenté » **OT Arcachon (33/Gironde)**

« La période a été soutenue par une programmation événementielle importante et le restera jusqu'à fin juillet. La durée de séjour des étrangers progresse et celle des Français diminue » **OT Nîmes (30/Gard)**

« L'avant saison 2026 à La Rochelle se caractérise par une fréquentation globalement stable mais plus irrégulière selon les périodes, avec des réservations de dernière minute et une concentration de la demande sur les vacances scolaires et les ponts du printemps » **OT La-Rochelle (17/Charente-Maritime)**



TENDANCES À VENIR

TENDANCES À VENIR

MALGRÉ LE CONTEXTE, LES PERSPECTIVES ESTIVALES SONT PLUTÔT FAVORABLES,
PORTÉES PAR UNE DEMANDE TOUJOURS PRÉSENTE

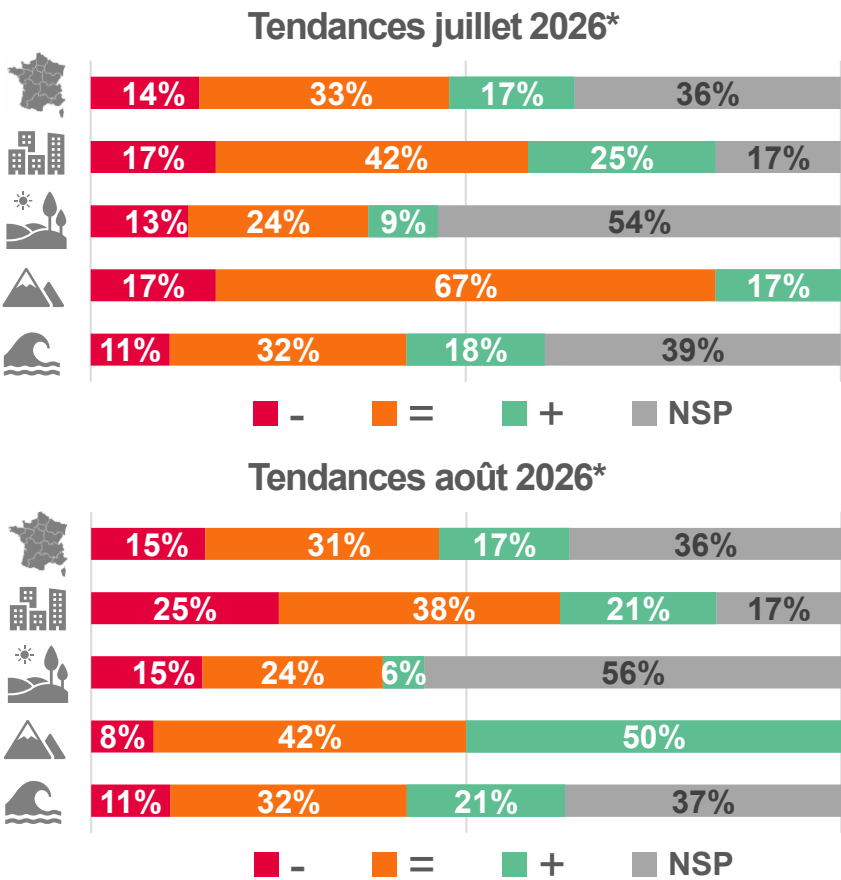
À ce stade, et malgré les **difficultés exprimées pour certaines destinations pour se prononcer** tant le contexte national et international est tendu et incertain, les perspectives pour les prochains mois et notamment le cœur de la saison estivale restent empreintes de **prudence**.

- **Juillet** s'oriente vers une relative stabilité au regard de 2025 pour 33% des destinations répondantes (36% ne se prononcent pas). Cette stabilité semble ne faire aucun doute du côté des destinations de montagne (pour 67% des répondants) et dans une moindre mesure des destinations urbaines (42%).
- **Août** 2026 serait également relativement équivalent à août 2025, pour 31% des répondants (36% ici aussi ne se prononcent pas). La montagne semble tirer son épingle du jeu puisque la moitié des répondants s'attend d'ores et déjà à une progression de fréquentation vs 2025.
- **Septembre** reste à date bien plus difficile à estimer, puisque 60% des destinations répondantes ne se prononcent pas.

Même si **les destinations manquent de visibilité** en raison des réservations de plus en plus tardives et d'un contexte économique incertain, **les niveaux de réservation pour l'été semblent globalement proches de ceux observés en 2025**, avec quelques **disparités selon les territoires et les types d'hébergement** (selon les destinations répondantes, certains hébergements comme les campings et les locations saisonnières affichent des niveaux de réservation rassurants, tandis que l'hôtellerie, les résidences de tourisme ou certaines clientèles spécifiques (groupes de septembre, curistes) montrent des signes de ralentissement).

La **météo** est devenue un facteur déterminant dans les décisions de départ. Les épisodes de chaleur favorisent certaines destinations, tandis que les phénomènes climatiques extrêmes peuvent freiner les séjours. Un report de la fréquentation vers la seconde moitié de l'été et l'arrière-saison est également mis en avant par quelques territoires.

Les vacanciers semblent orienter leurs demandes vers des **courts séjours**, des **destinations de proximité** et des **activités de pleine nature**. Les **événements majeurs**, comme le Tour de France, constituent par ailleurs des moteurs de fréquentation essentiels pour certains territoires.



* Clé de lecture : 38% des répondants des destinations « urbaines » estiment que la fréquentation lors du mois d'août 2026 sera égale à celle du mois d'août N-1.

Dispositif Tendances #4-2026

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

©ADN TOURISME

Traitements et analyses : Rodolphe BRENIER - Juin 2026

Vos contacts observation :

Christel BERLINGUÉ / christel.berlingue@adn-tourisme.fr

Rodolphe BRENIER / rodolphe.brenier@adn-tourisme.fr