



# Brief Atlantique

02.04.26

# Introduction

Mot d'accueil



**Denis MAURER**  
Président de G2A Consulting



**Jean-Florent BOINEAU**  
Directeur Général

## Type de Lit

## Lits professionnels

## Lits de particulier a particulier

## Lits non commercialises

La collecte en fonction de la segmentation des lits





En direct (mail, tél, visites), en «passerelle» ou «flux», par les opérateurs nationaux  
Des visites terrain 2 à 3 fois par an

En «passerelle» par Likibu

Par les indicateurs généraux (production d'ordures ménagères, consommation d'eau, fréquentation des routes, des parkings...)

# SOMMAIRE

## Brief Atlantique :

-  **Les intentions de départ des Français**
-  **Le point de vue des hébergeurs**
-  **La Tendence G2A**
-  **Le débrief Atlantique**

# Les intentions de départ des Français

Été 2026



**Thomas ELISSALDE**  
Consultant  
Côte Ouest – Pyrénées



**Julie CORIO**  
Coordinatrice  
Observatoire de  
l'Activité Touristique

# Méthodologie de l'enquête

Panel représentatif de la population française

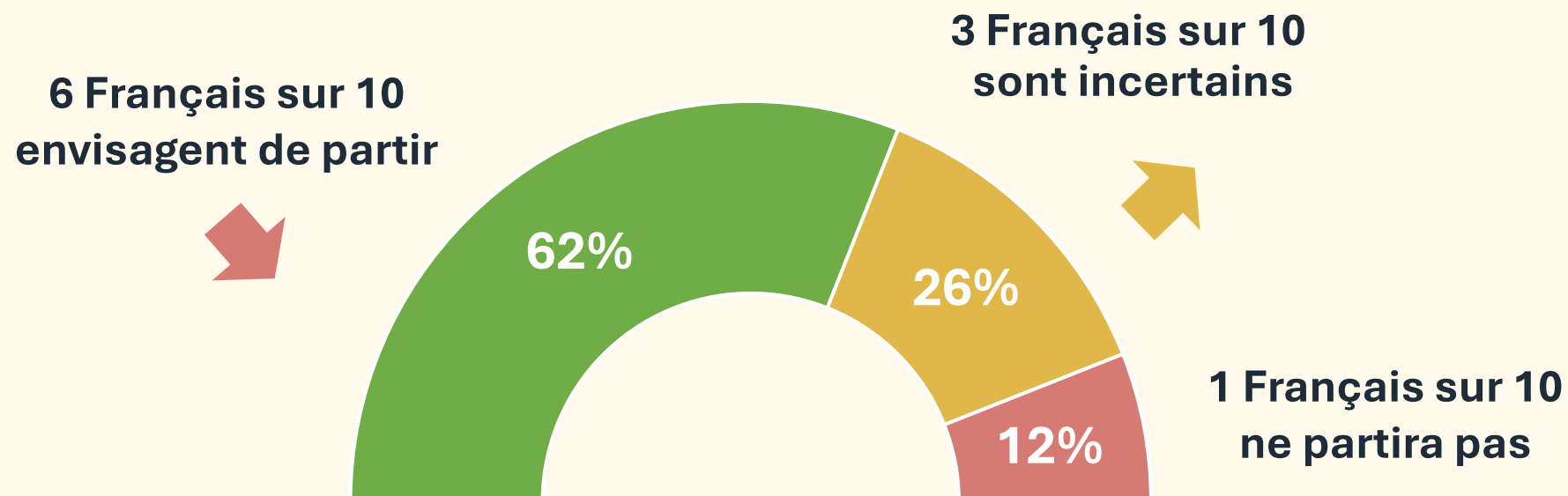
Français interrogés en  
ligne du **13 au 17 mars**  
**2026**

**1007**  
répondants



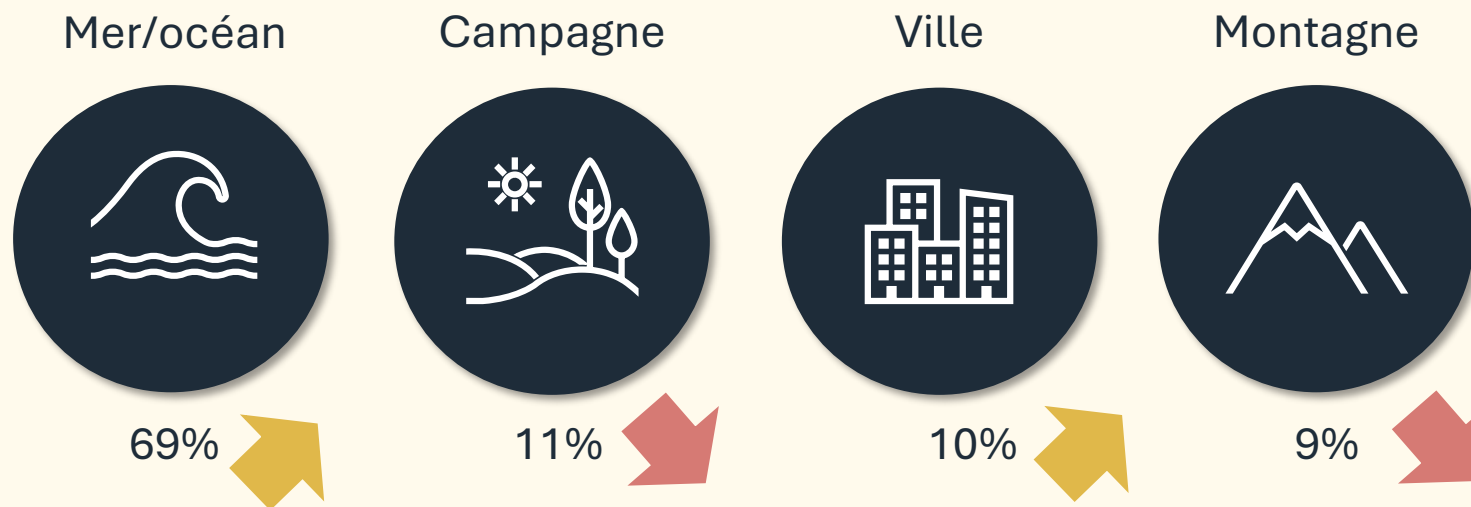
# Projection de départ des Français

Été 2026



# Type de destination envisagée

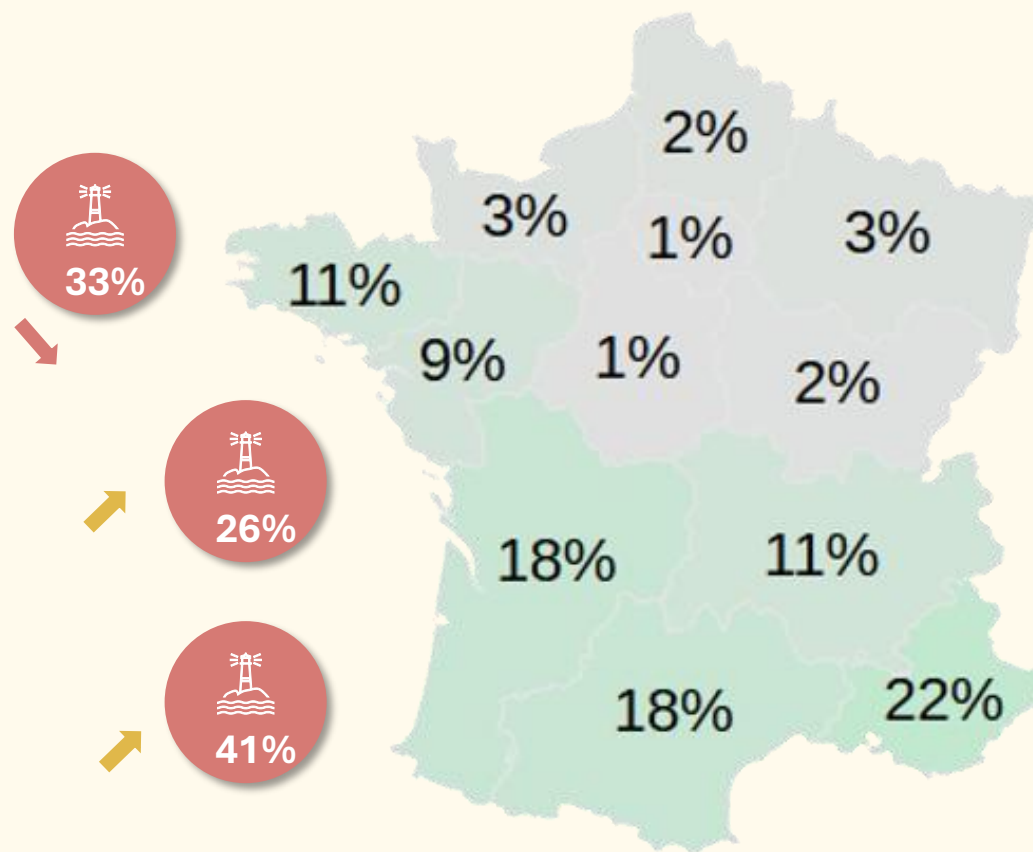
Parmi les partants



# Destination envisagée

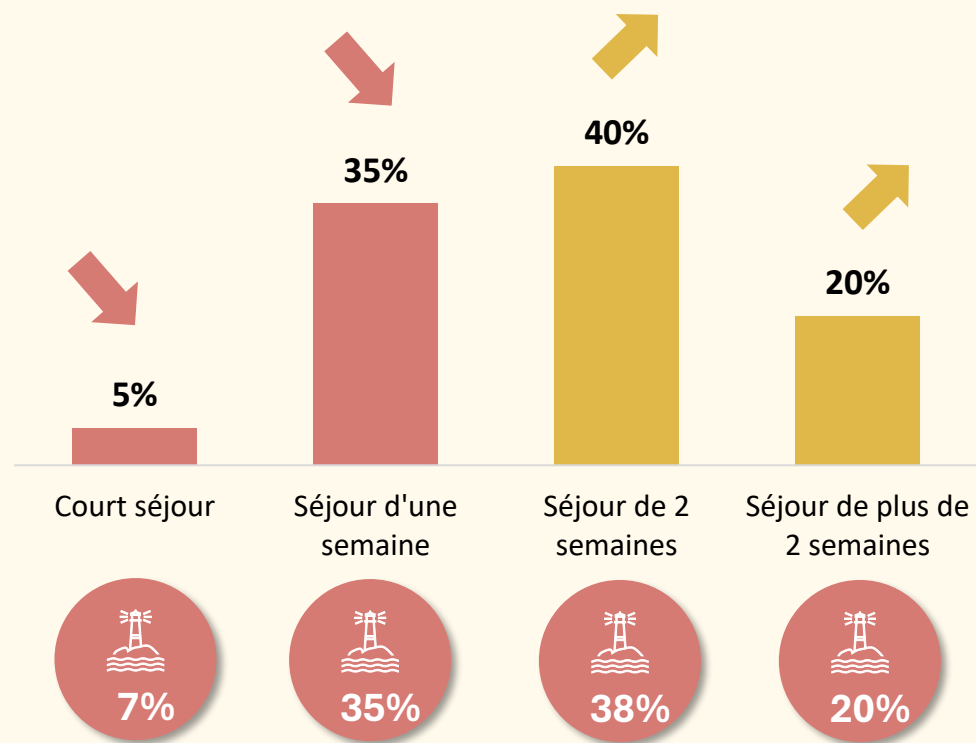
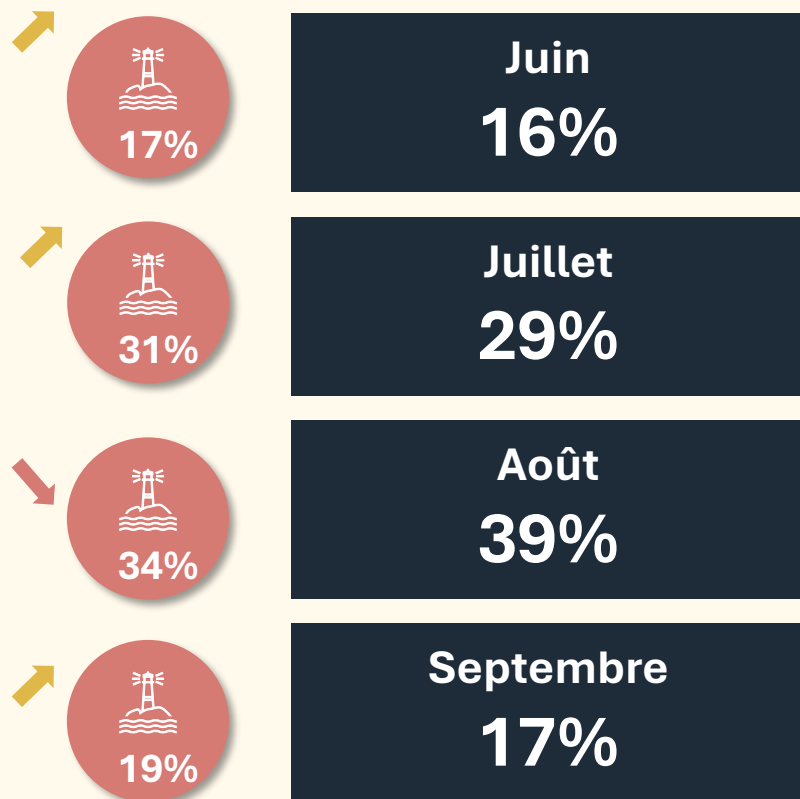
Parmi les partants

Dans mon département	1%
Dans ma région	5%
Ailleurs en France	61%
A l'étranger	34%



# Période et durée de séjour

Parmi les partants



# Les contraintes sur...

## ...la Méditerranée (top 5)

Trop de monde  
**50%**

Coût global du séjour trop élevé  
**32%**

Trop chaud en été  
**30%**

Trop loin / temps de trajet  
trop long  
**22%**

Rapport qualité/prix  
des hébergements  
**18%**

## ...l'Atlantique (top 5)

Météo trop incertaine  
**39%**

Eau trop froide  
**33%**

Trop loin / temps de trajet trop  
long **23%**

Je préfère rester fidèle à  
mes habitudes **17%**

Plages moins agréables  
**16%**

# Les critères de choix et activités

Parmi les partants

Mer/océan



### Top 3 critères de choix :

- Ensoleillement **51%**
- Lieu de baignade **36%**
- Prix attractifs **35%**

### Top 3 des activités :

- Se détendre, se reposer **63%**
- Aller à la plage **56%**
- Temps avec mes proches **36%**

Zoom Atlantique



### Top 3 critères de choix :

- Prix attractifs **39%**
- Zone géographique **32%**
- Ensoleillement **28%**

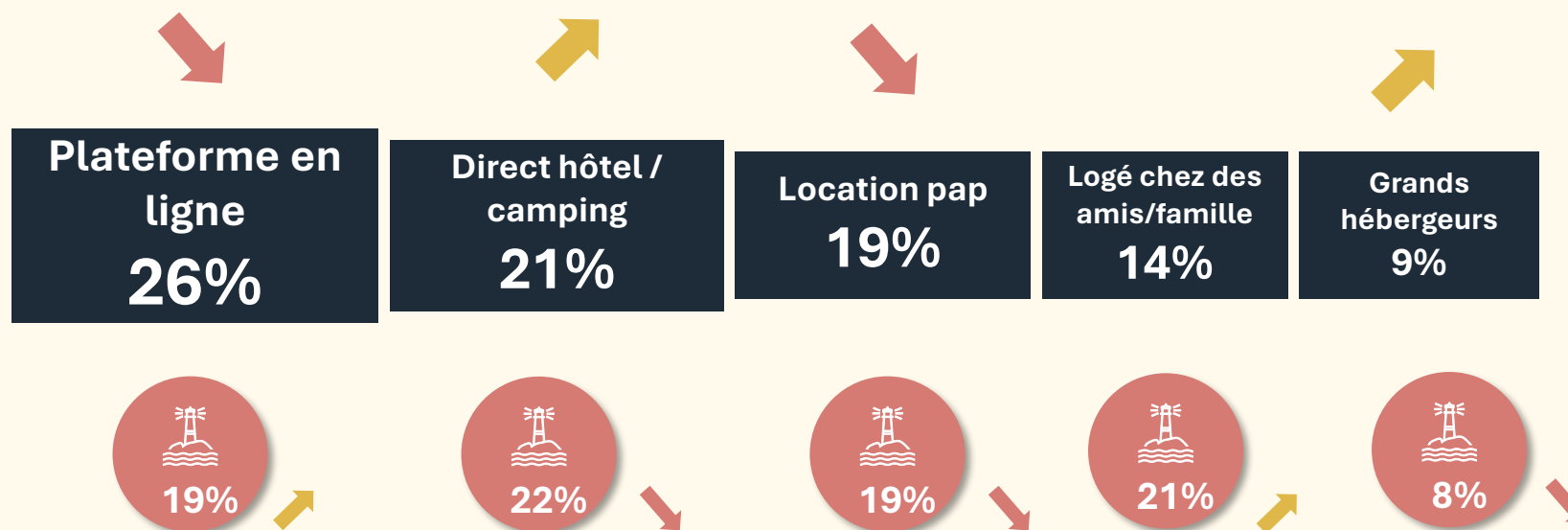
### Top 3 des activités :

- Se détendre, se reposer **62%**
- Aller à la plage **47%**
- Temps avec mes proches **39%**



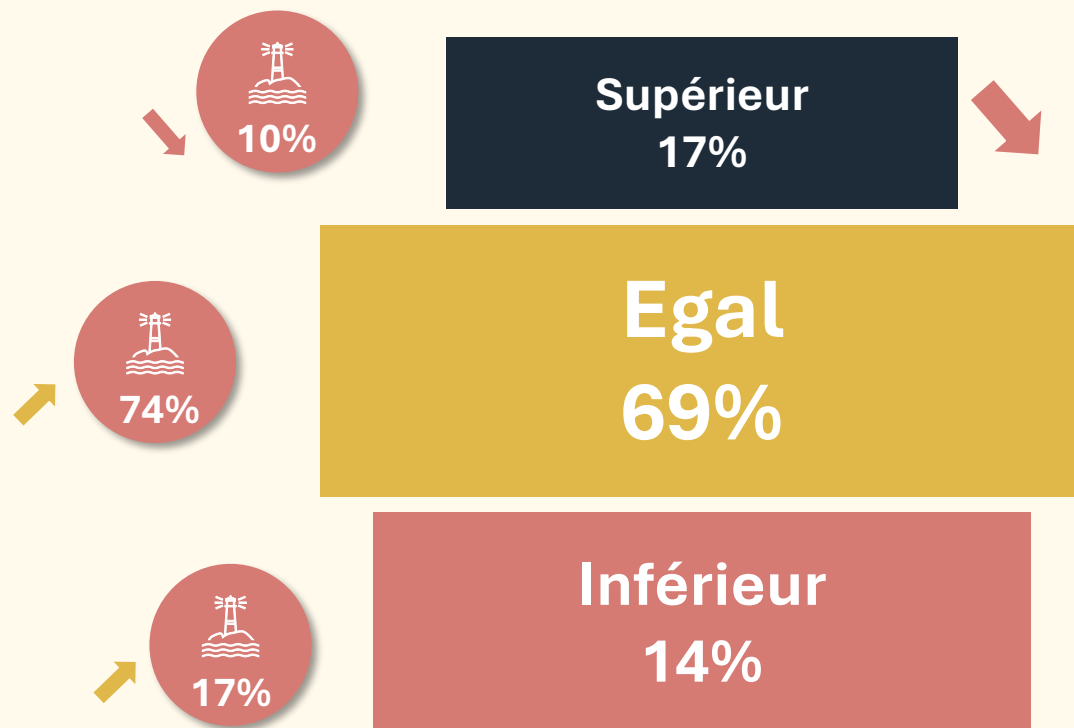
# Canal de réservation (top 5)

Parmi les partants



# Le budget

Parmi les partants



## Les sources d'économies Top 3

- Restaurants 44%
- Activités 16%
- Bar 12%

# Le point de vue des hébergeurs

Été 2026



**Julie BALMET**  
Responsable  
Enquêtes et Qualité



**Manon TALEC**  
Consultante –  
Littoral/Pyénées

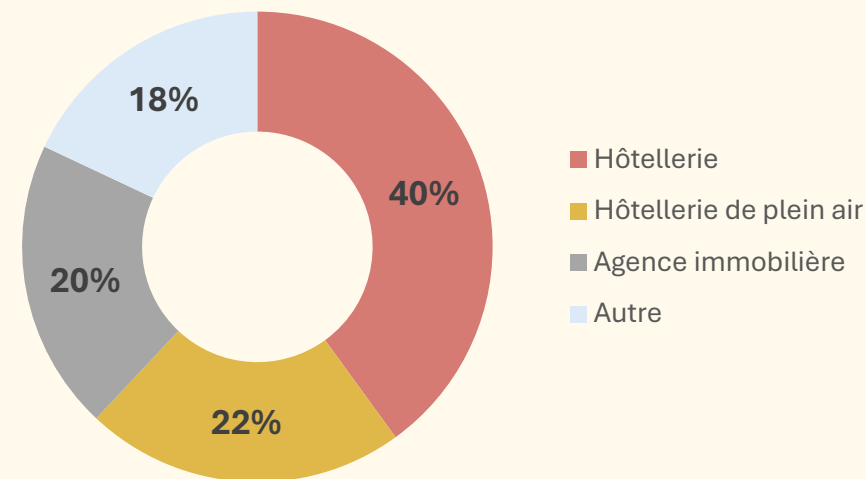
# Méthodologie de l'enquête

Enquête en ligne auprès des opérateurs  
d'hébergements touristiques sur le littoral français

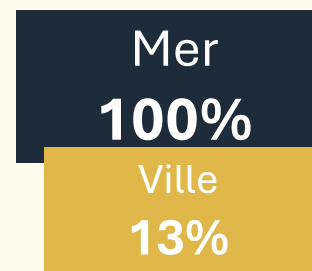


Période d'enquête : du 07/03/26 au 20/03/26

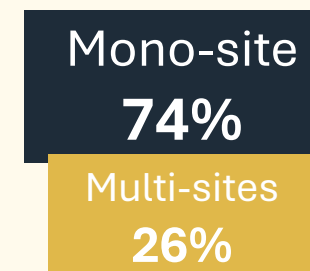
Secteur d'activité :



Situation géographique :

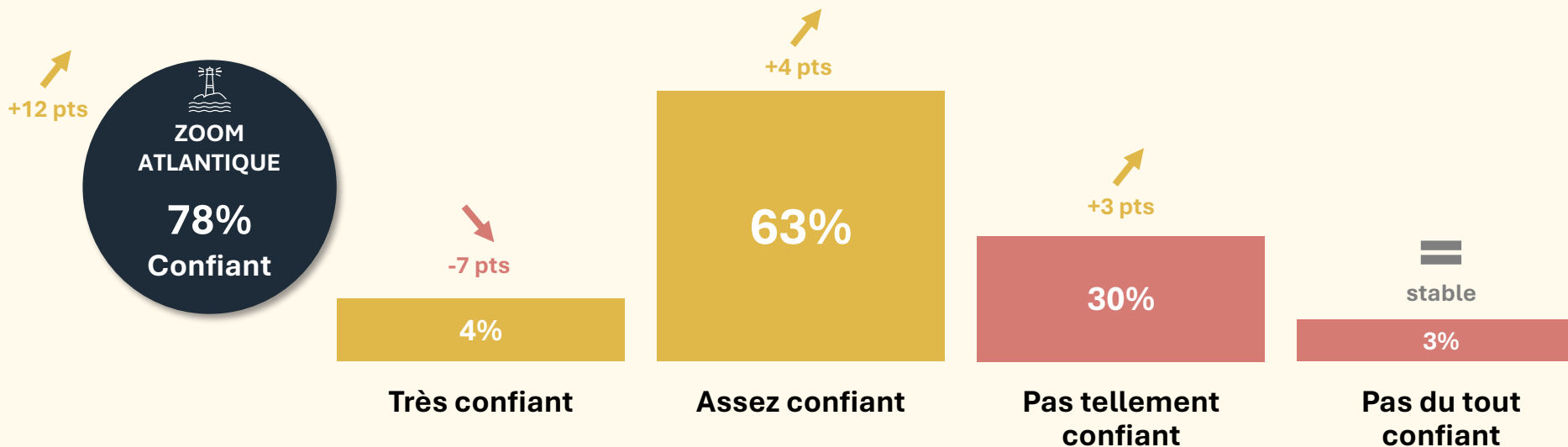


Type d'activité :



# Niveau de confiance sur l'été 2026

Quel est votre niveau de confiance vis-à-vis de la saison 2026 à venir ?



Pour quelles raisons êtes-vous confiant ? (top 3)

- 41% ✓ La fidélité de la clientèle **49%**
- 35% ✓ Un niveau de réservation satisfaisant à date **42%**
- 29% ✓ L'attractivité touristique de la destination **33%**

Pour quelles raisons n'êtes-vous pas confiant ? (top 3)

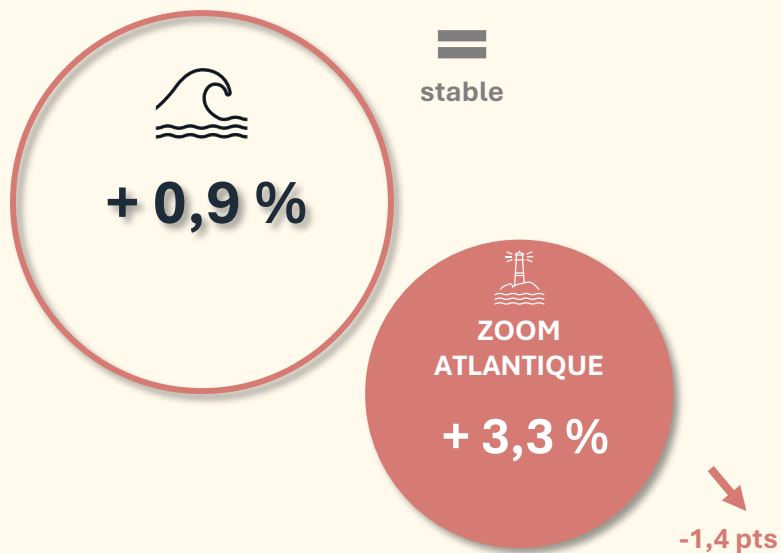
- × La baisse du pouvoir d'achat / l'inflation **76%**
- × Le contexte international incertain **67%**
- × La hausse des prix du carburant / énergie **50%**



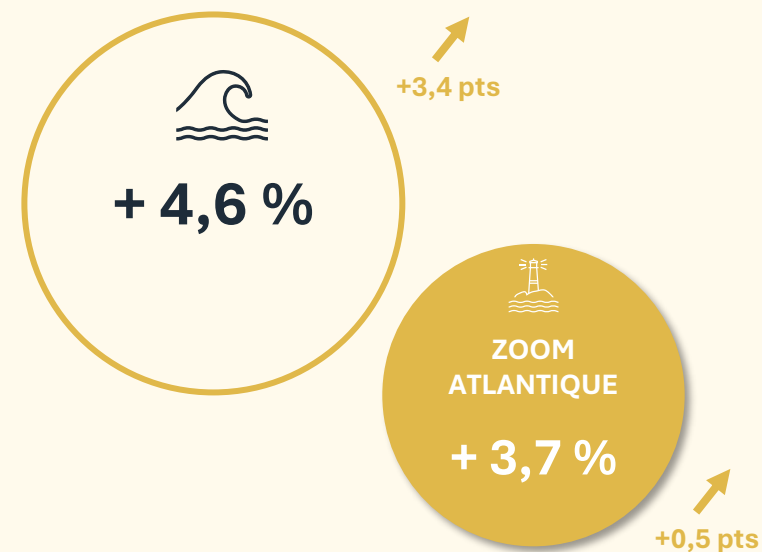
- 100%**
- 60%**
- 20%**

# Perspectives d'évolution 2026 vs 2025

## En fréquentation

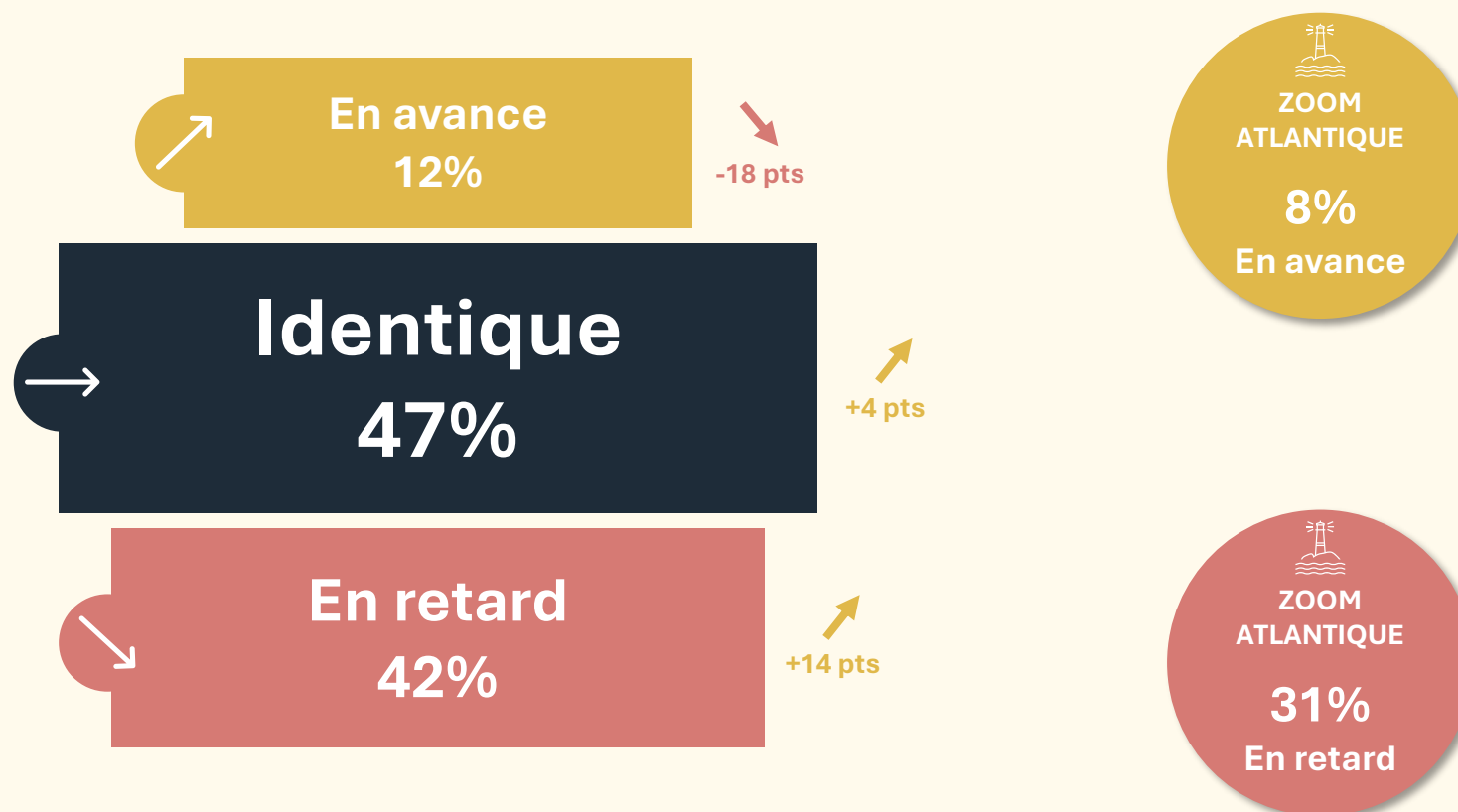


## En chiffres d'affaires



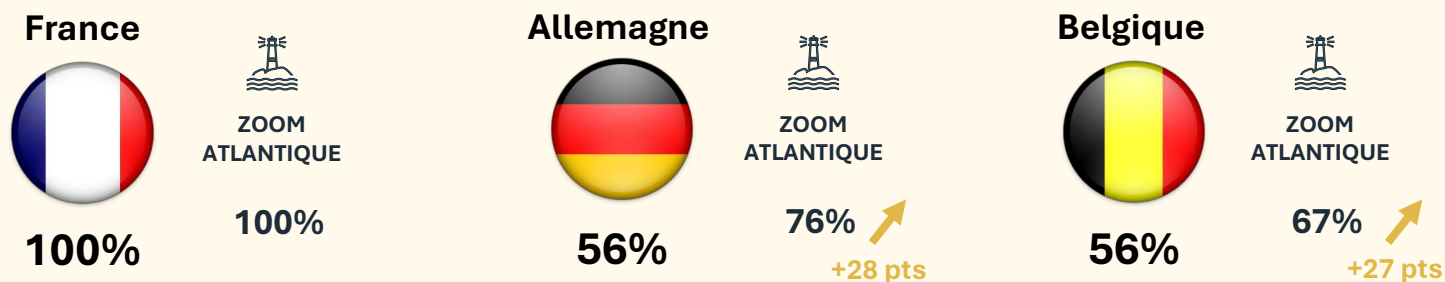
# Niveau de réservation à date

Comparé aux années précédentes, où se situent vos niveaux de réservation pour la saison 2026 à venir ?

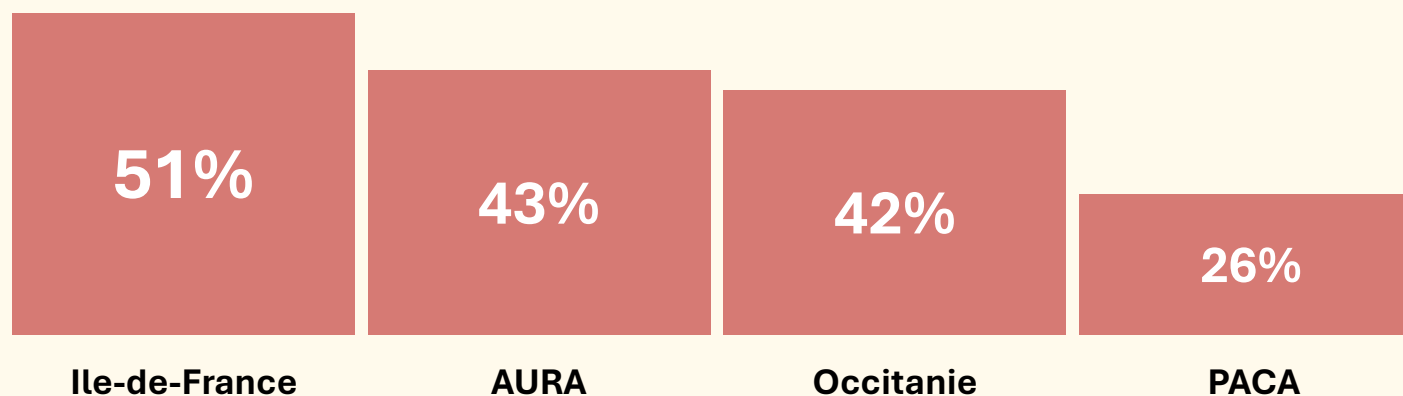


# Marché et régions prioritaires

Quels sont vos marchés prioritaires : (top 3)

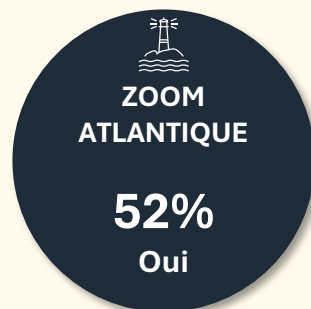
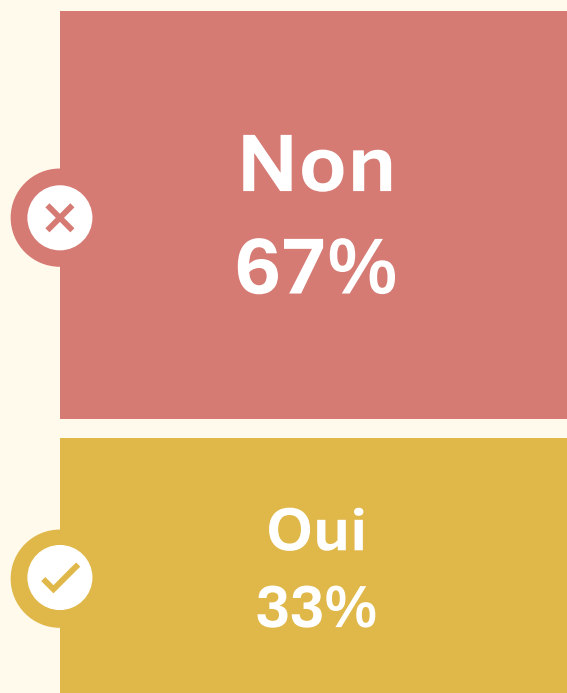


Pour la France, quelles sont vos régions prioritaires : (top 4)

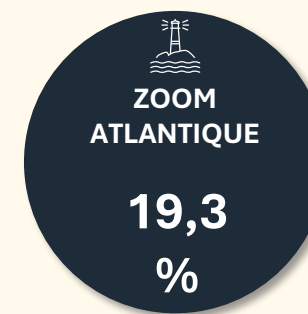


# Clientèle MICE

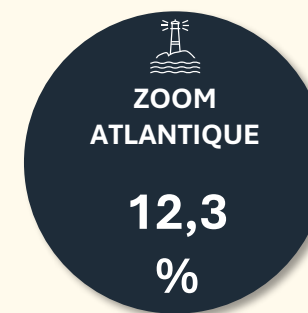
Accueillez-vous une clientèle MICE / affaires ?



Quelle part représente-t-elle dans votre activité  
en chiffre d'affaires :

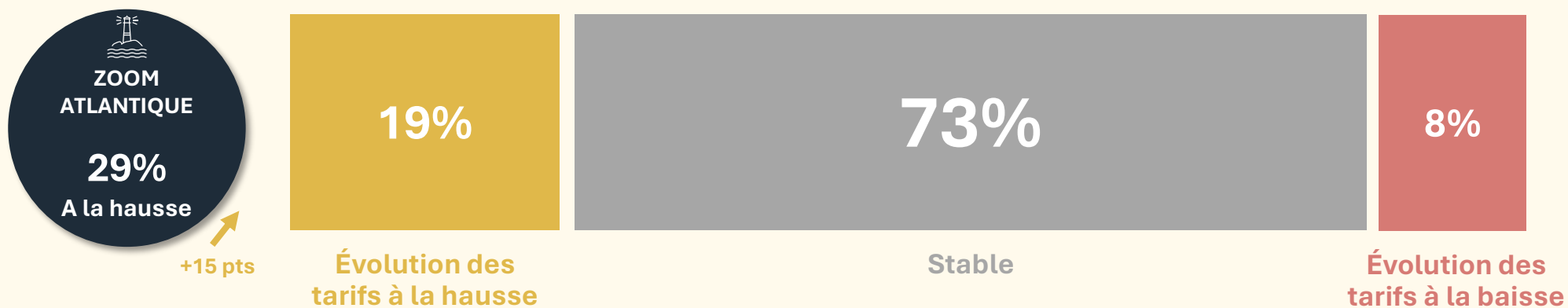


Quelle part représente-t-elle dans votre activité  
en fréquentation :



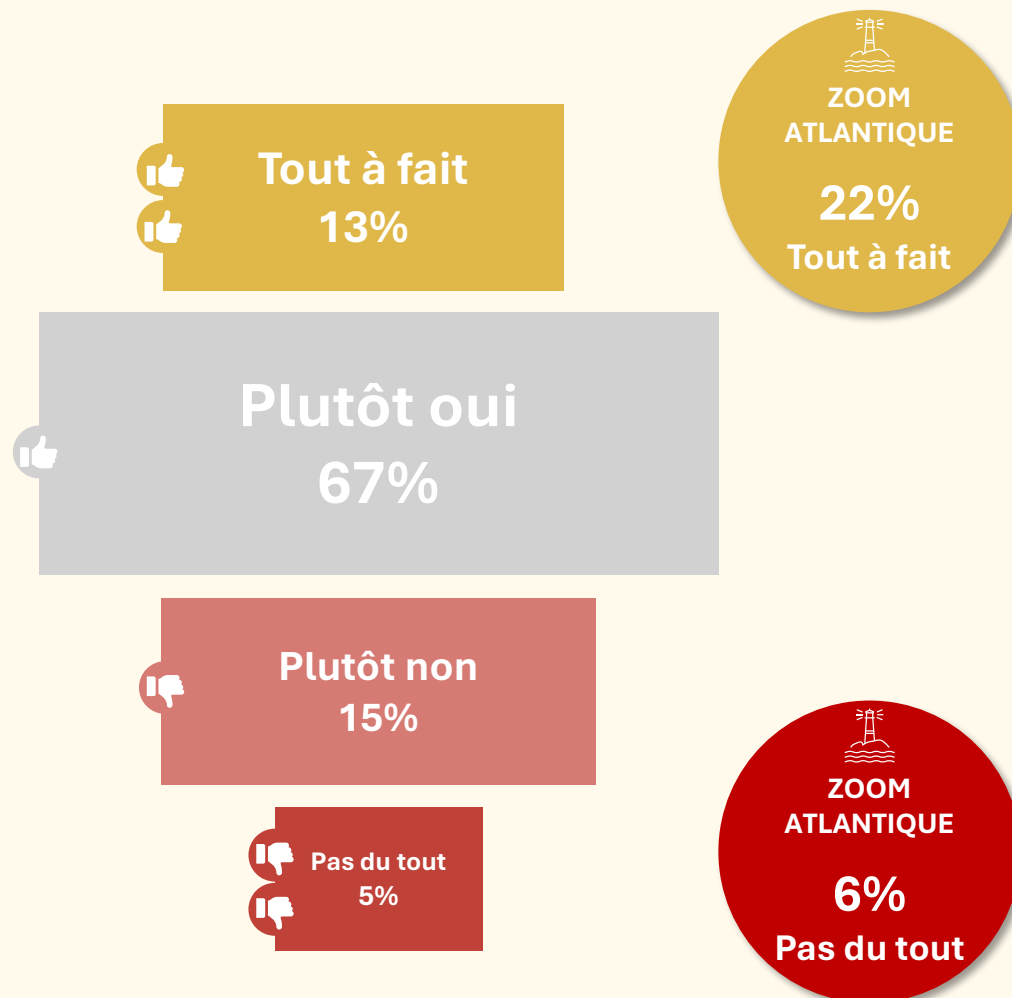
# La politique tarifaire

Pour la saison 2026, avez-vous adapté votre politique tarifaire ?



# La relation entre les hébergeurs et le territoire

Avez-vous le sentiment d'être suffisamment informé(e) des actions menées par le territoire ?



# La Tendance G2A

Été 2026



**Jean-Florent BOINEAU**  
Directeur Général



**Julie BALMET**  
Responsable  
Enquêtes et Qualité



**Thomas ELISSALDE**  
Consultant  
Côte Ouest – Pyrénées



# Réservations à date

Panel côte ouest – global saison

**25,4%**

Taux  
d'occupation

**-1,3pt**

VS N-1

**AVRIL-MAI**

**25,2%**

-1,1 pt vs N-1

**JUIN**

**25 %**

-0,2 pt vs N-1

**JUILLET**

**43,1 %**

-1,2 pt vs N-1

**AOÛT**

**44,2 %**

-2 pts vs N-1

**SEPTEMBRE**

**10,4%**

-1,1 pt vs N-1

**OCTOBRE**

**4,4%**

-0,8 pt vs N-1

Taux d'occupation moyen en date du 25/03 pour la période du 04/04/2026 au 30/10/2026



# Réservations à date

## Panel côte ouest – Hôtels

**20,6%**

-1,7pt vs N-1

**AVRIL-MAI**

**26,3 %**

-1.4 pt vs N-1

**JUIN**

**29,5 %**

+0,1 pt vs N-1

**JUILLET**

**22,9 %**

-2.2 pts vs N-1

**AOÛT**

**19,9 %**

-0.1 pt vs N-1

**SEPTEMBRE**

**10,2%**

-2.9 pts vs N-1

**OCTOBRE**

**3,6 %**

-1,7 pt vs N-1

Taux d'occupation moyen en date du 25/03 pour la période du 04/04/2026 au 30/10/2026



# Réervations à date

Panel côte ouest – Campings et villages vacances

**28%**

-1,9pt vs N-1

AVRIL-MAI	JUIN	JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE	OCTOBRE
<b>23,8 %</b>	<b>25.7 %</b>	<b>47,1 %</b>	<b>46,2 %</b>	<b>18%</b>	<b>8%</b>
-2,7 pts vs N-1	-2.1 pts vs N-1	+3,5 pts vs N-1	+1.6 pts vs N-1	-3.2 pts vs N-1	-3 pts vs N-1

Taux d'occupation moyen en date du 25/03 pour la période du 04/04/2026 au 30/10/2026



# Réservations à date

Panel côte ouest – Résidences de tourisme

**32,8%**

-5,4pts vs N-1

AVRIL-MAI	JUIN	JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE	OCTOBRE
<b>35,7 %</b>	<b>38,3 %</b>	<b>45,4 %</b>	<b>43,6 %</b>	<b>19,2%</b>	<b>4,6%</b>
-7,3 pts vs N-1	-3.7 pts vs N-1	+0,8 pt vs N-1	-2,7 pts vs N-1	-7,5 pts vs N-1	-1,1 pt vs N-1

Taux d'occupation moyen en date du 25/03 pour la période du 04/04/2026 au 30/10/2026



# Réservations à date

Panel côte ouest – Agences immobilières

**18,5%**

+0,7pt vs N-1

AVRIL-MAI

**11,3 %**

+1.2 pt vs N-1

JUIN

**18,4%**

+1.6 pt vs N-1

JUILLET

**33,4 %**

+3 pts vs N-1

AOÛT

**40,6 %**

-1,3 pt vs N-1

SEPTEMBRE

**9,2%**

-2,1 pts vs N-1

OCTOBRE

**3,9%**

+1,9 pt vs N-1

Taux d'occupation moyen en date du 25/03 pour la période du 04/04/2026 au 30/10/2026



# Réervations à date

Panel côte ouest – Particulier à particulier

**24,5%**

-1,1pt vs N-1

AVRIL-MAI

**25,4 %**

-0,3 pt vs N-1

JUIN

**23,1%**

+0,4 pt vs N-1

JUILLET

**43,6%**

-3,5 pts vs N-1

AOÛT

**45,8 %**

-3,5 pts vs N-1

SEPTEMBRE

**6,4%**

+0,2 pt vs N-1

OCTOBRE

**3,4%**

-0,6 pt vs N-1

Taux d'occupation moyen en date du 25/03 pour la période du 04/04/2026 au 30/10/2026

# Le Debrief Atlantique

Été 2026



**Denis MAURER**  
Président de  
G2A Consulting



**Laurent LUCAZEAU**  
Adjoint au directeur pôle  
accompagnement – Royan  
Atlantique



**Nicolas JABAUDON**  
Directeur – Médoc  
Atlantique Tourisme



**Merci et bon été !**