



La Tendance G2A Été 2026

02.04.26 - Béziers



Jean-Baptiste TRÉBOUL
Directeur de la publication
Revue Espaces Tourisme et Loisirs

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...)

Saison 2026 – Les épisodes

 **Épisode 1** : Profilage touristique


 **Épisode 2** : Les vacances de Printemps nous appartiennent

 **Épisode 3** : Mai–Juin : Spring Break

Sous le soleil de Juillet-Août : **Épisode 4** 

Plus belles les vacances en Septembre-Octobre : **Épisode 5** 

Épisode final : Tendance générale : **Épisode 6** 

 **Table ronde** : « Pourquoi la synergie entre le territoire et les hébergeurs est-elle un levier clé du pilotage de la destination ? »

 **Nouveautés** : Indicateurs de réservations / Chatbot

Profilage touristique

Épisode 1



Julie BALMET
Responsable
Enquêtes et Qualité



JérémY PERRIERE
Responsable
Opérationnel Data

Méthodologie de l'enquête

Panel représentatif de la population française

Français interrogés du
13 au 17 mars 2026

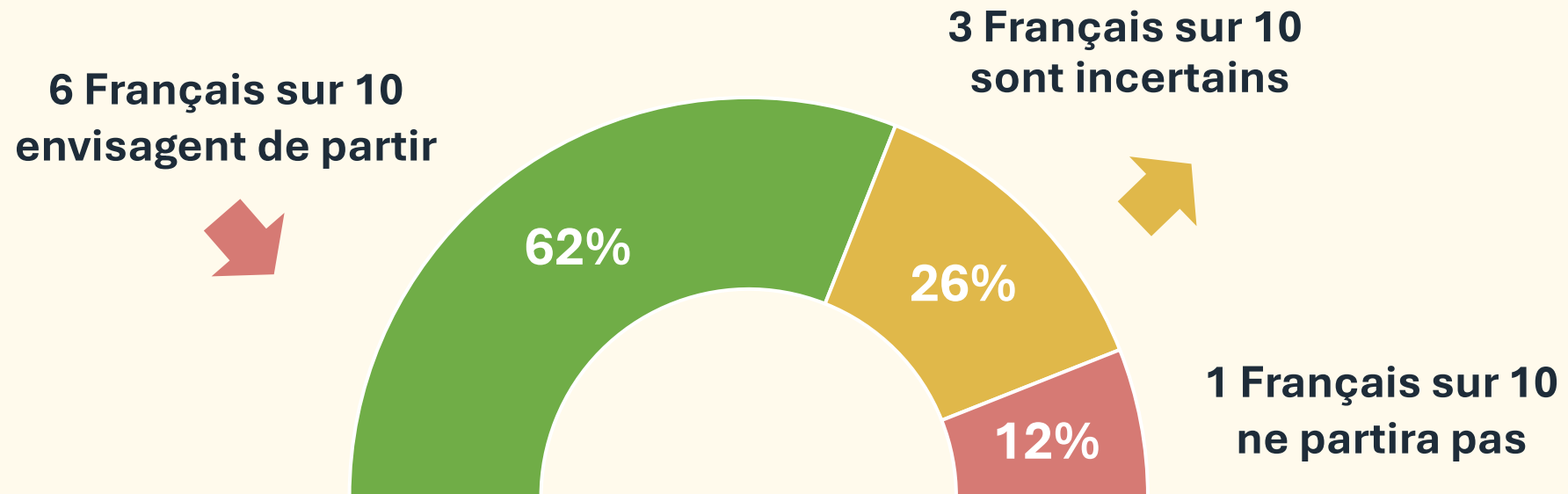
1007
Français
répondants




395
Partants à la
montagne
cet été

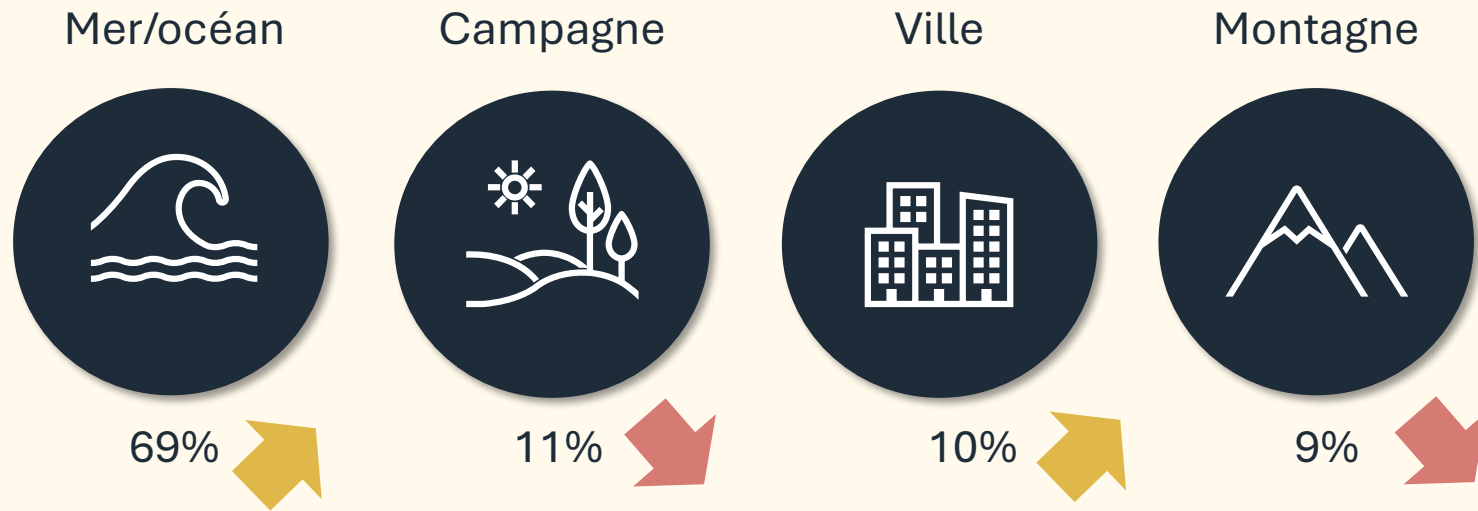
Projection de départ des Français

Été 2026



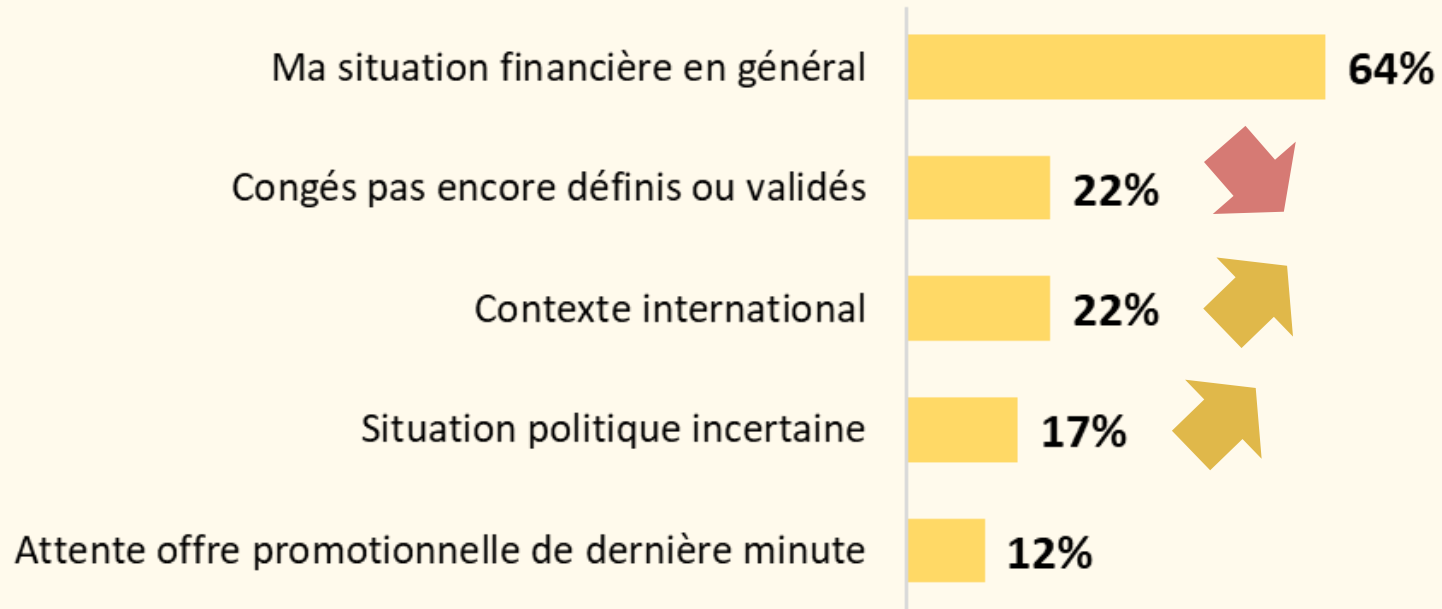
Type de destination envisagée

Parmi les partants



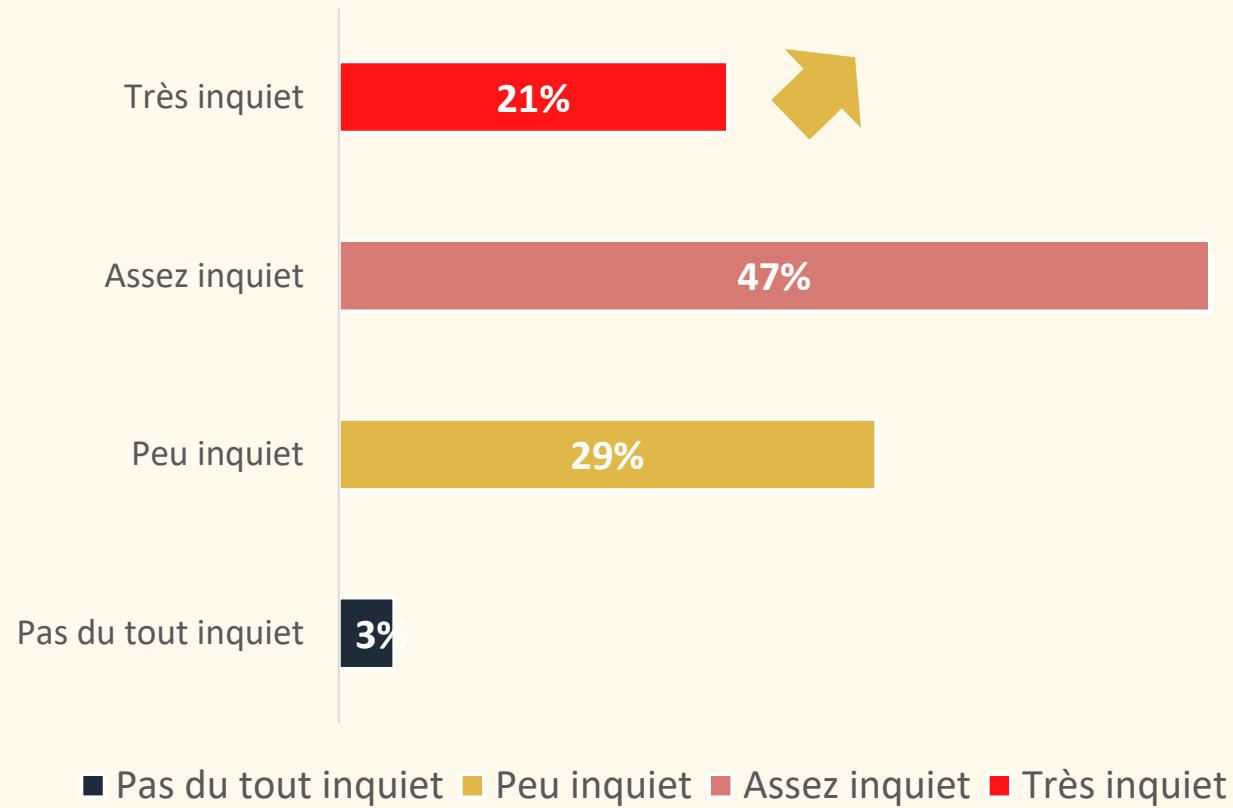
Les freins au départ

Parmi les incertains



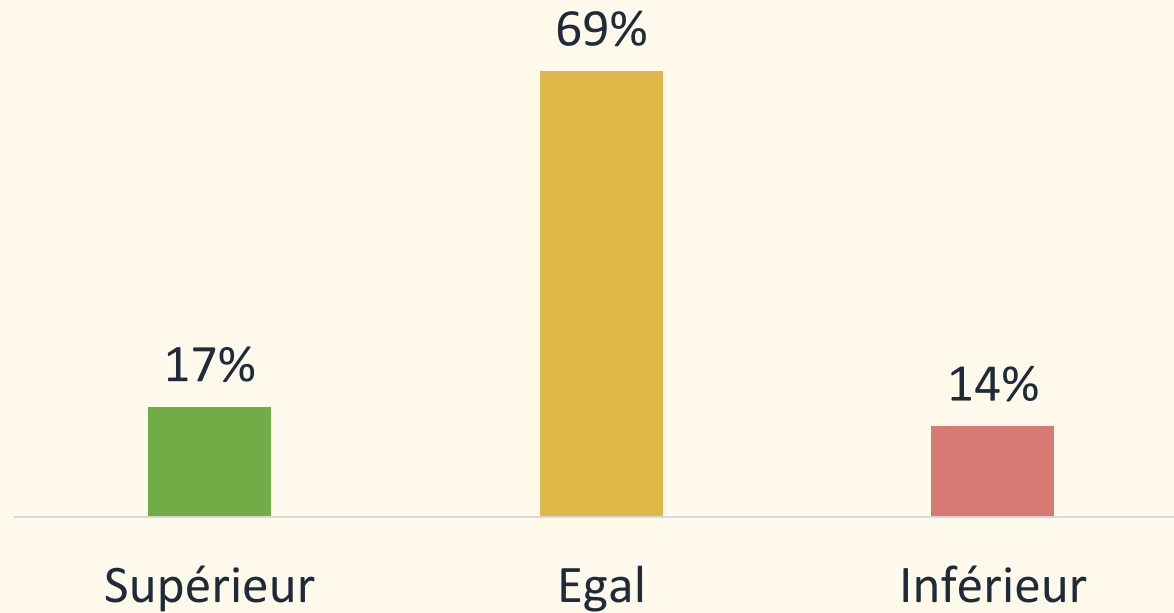
Inquiétude économique

Panel global

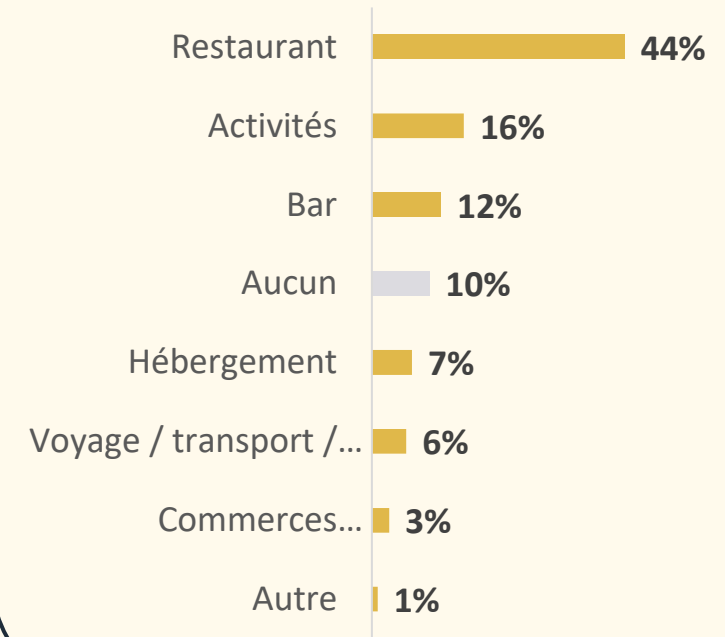


Budget vacances été 2026

Panel global



Les sources d'économie



Les vacances de printemps nous appartiennent

Épisode 2



Morgane GEFROY
Coordinatrice Observatoire
de l'Activité Touristique



Clément BERTHOUT
Consultant &
Réfèrent lancement
d'observatoire

Un printemps, plusieurs réalités

Evolution des nuitées

-6,2%

De nuitées

Panel Littoral
2025 vs 2022

-15,4%

De nuitées

Panel Montagne S15 et S16
2025 vs 2019

Vers quels espaces partiront les vacanciers en avril ?

Pour les partants et les incertains

**34% envisagent
de partir en
avril 2026
+2pts vs 2025**

41% à la mer ou à l'océan
-6pts vs 2025

25% en ville
-5pts vs 2025

23% à la campagne
+6pts vs 2025

11% à la montagne
+5pts vs 2025

La concurrence de l'étranger

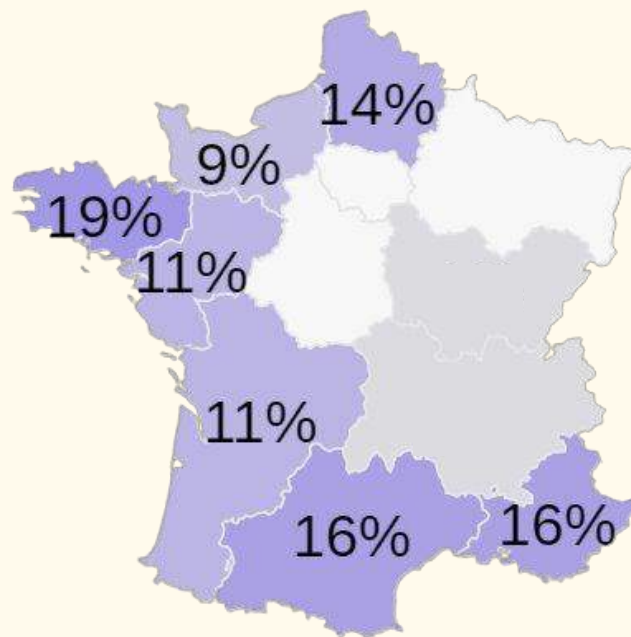
Pour les partants et les incertains

27%

**envisagent de partir à
l'étranger en avril 2026**

Vers quels littoraux en avril ?

Pour ceux qui envisagent de partir sur le littoral



Les prix comme facteur déterminant d'avril ?

Pour ceux qui envisagent de partir en avril



Panel Montagne

Pour quelles raisons partez-vous à cette période ?

25%

Pour être avec
famille et proches

24%

Prix bas

19%

Me reconnecter à
la nature



Panel Littoral

Pour quelles raisons partez-vous à cette période ?

34%

Pour les
prix bas

32%

Pour être avec
famille et proches

29%

Pour avoir
peu de monde

Le ressenti des hébergeurs

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

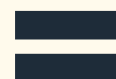
Evolution du chiffre d'affaires

 -3,8 %

 -4,9 %

Pour les hébergeurs du littoral

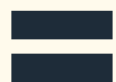

20 %


71 %


9 %

Pour les hébergeurs de la montagne


9 %


82 %


9 %

Les enjeux d'avril selon les hébergeurs

ouverture

animation

manque

météo

activité

service

offre

saison

commerce

Tendance à date

Panel littoral 

Taux d'occupation du 04/04/2026 - 01/05/2026

27,2%

-1,5pt
VS N-1

La tendance

Tendance à date

Panel montagne

Taux d'occupation du 04/04/2026 - 01/05/2026



30,7%

-3,3pts

VS N-1



15,3%

-0,4 pt

VS N-1

La tendance

Mai-Juin : Spring Break

Épisode 3

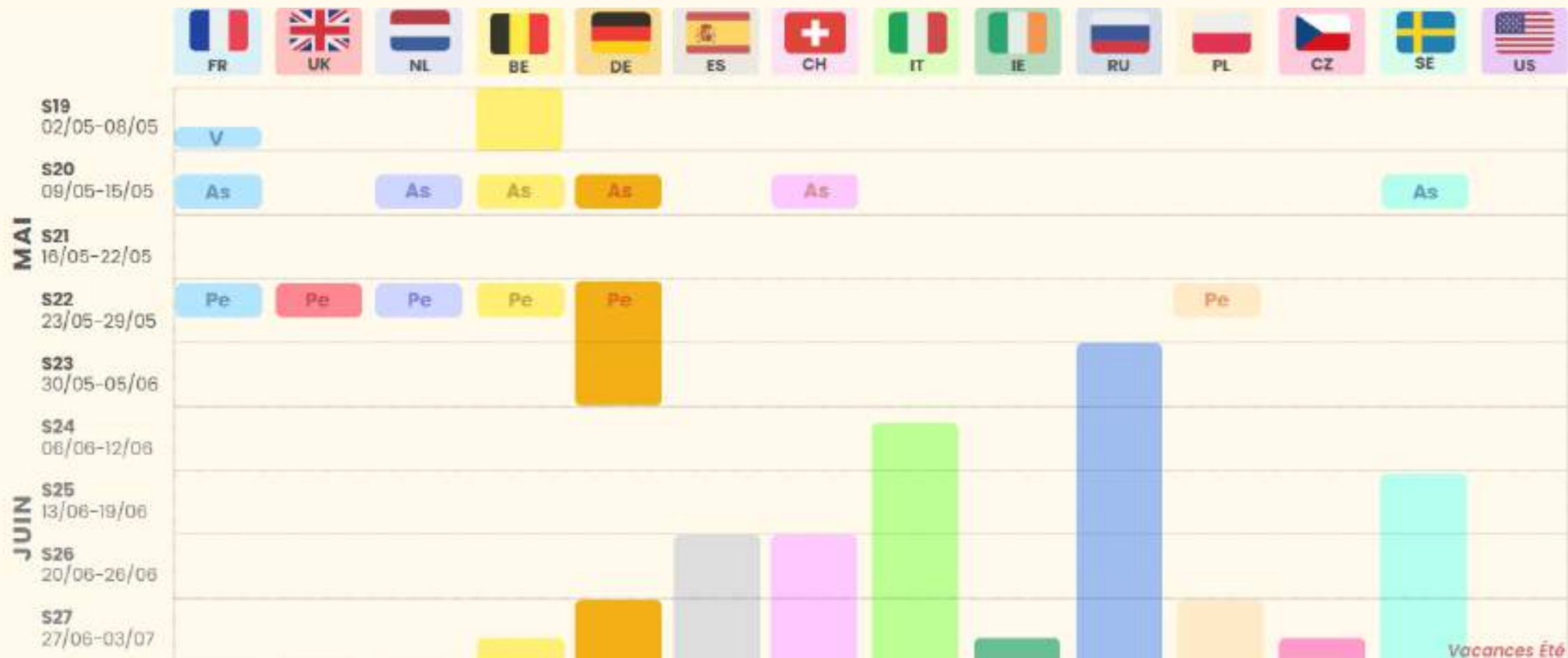


Manon TALEC
Consultante



Aymeric CARRET
Responsable
Développement

Calendrier 2026 : Mai & Juin



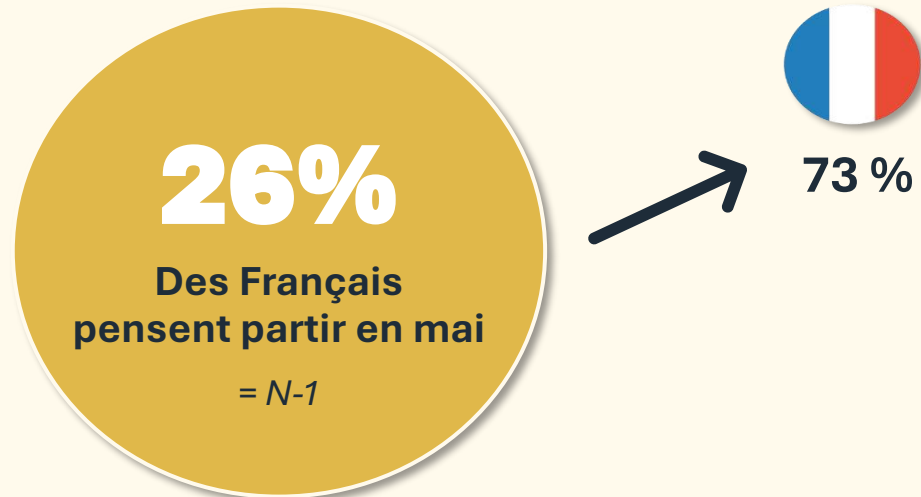
Mai-Juin : l'avant-première qui s'impose

Evolution moyenne des nuitées - chiffres G2A



Mai : les ponts dictent le départ

Panel partants + incertains



Mer **50%** ↗



Ville **22%** ↘



19 %
1er mai

27 %
8 mai

17 %
Pentecôte

36 %
Ascension

Juin : l'allongement des séjours

Panel partants (national)

Séjours longs :
1 à 2 semaines



16 %

-1 pt vs N-1

Majorité des séjours
déjà réservés à date.

Profil :



- Trentenaires & retraités
- En couple sans enfants
- Personnes seules
- CSP+

**Concurrence
étrangère**

40%

+3 pts vs N-1



**Destinations
littorales**



79 %



Juin : l'allongement des séjours



Panel partants (Focus Montagne)

Séjours longs :
1 à 2 semaines



Profil :



- Trentenaires & retraités
- En couple sans enfants
- Personnes seules
- CSP+

- | | |
|------------------------|-------------------------|
| • Alpes du Nord : 24 % | • Pyrénées : 21 % |
| • Alpes du Sud : 21 % | • Massif Central : 17 % |

Des signaux positifs côté hébergeurs

Evolution prévisionnelle de
la fréquentation

Mai

+4,8%

Hébergeurs littoral



+3,1%

Hébergeurs
montagne



Juin

+2,8%

Hébergeurs littoral



+4,5%

Hébergeurs
montagne



Etat des réservations à date

Panel littoral 

Taux d'occupation à date

Mai

21,4%

+1,2 pt
VS N-1

Juin

27,7%

+0.6 pt
VS N-1

La tendance

Etat des réservations à date

Panel montagne 

Taux d'occupation à date

Mai

9,1%

+0,5 pt
VS N-1

Juin

12,5%

+1 pt
VS N-1

La tendance

Sous le soleil de Juillet-Août ☀

Épisode 4



Julie CORIO
Coordinatrice
Observatoire de
l'Activité Touristique



Swann BOURREL
Chargée de
mission

Sous le soleil ☀

De la méditerranée...

Juillet vs Août : le duel de l'été (depuis 2021)
Évolution des nuitées Été 2025 VS Été 2021

Juillet

-3,7%

Août

+9,3%

Juillet vs Août : qui prend le lead en saison ?

Le poids de juillet VS août
depuis 2021

Juillet



Août



Evolution des nuitées

15 premiers jours de juillet VS 15 derniers jours d'août

1ère quinzaine juillet



Dernière quinzaine d'août



Sous le soleil

De la montagne... 

Août au sommet ?

Panel Montagne (Alpes + Pyrénées)
Evolution des nuitées Été 2025 VS Été 2019

Juillet

+9,9%

Périodes de hausses



Début vacances
Semaine 14 juillet

Août

+14,5%



Dernière quinzaine
du mois

Le duel des saisons : cœur d'hiver vs cœur d'été

Evolution juillet / août VS cœur de saison hivernale
Panel montagne 

Evolution des nuitées sur le
cœur d'hiver

+6,9%

Evolution des nuitées sur le
cœur d'été

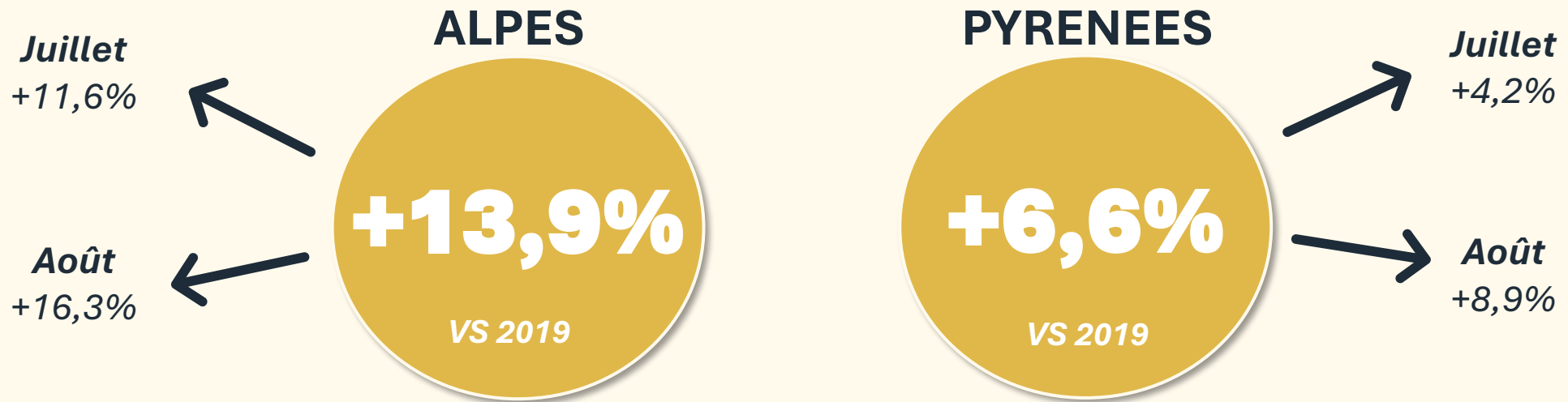
+12,3%

33,1% → 34,8%

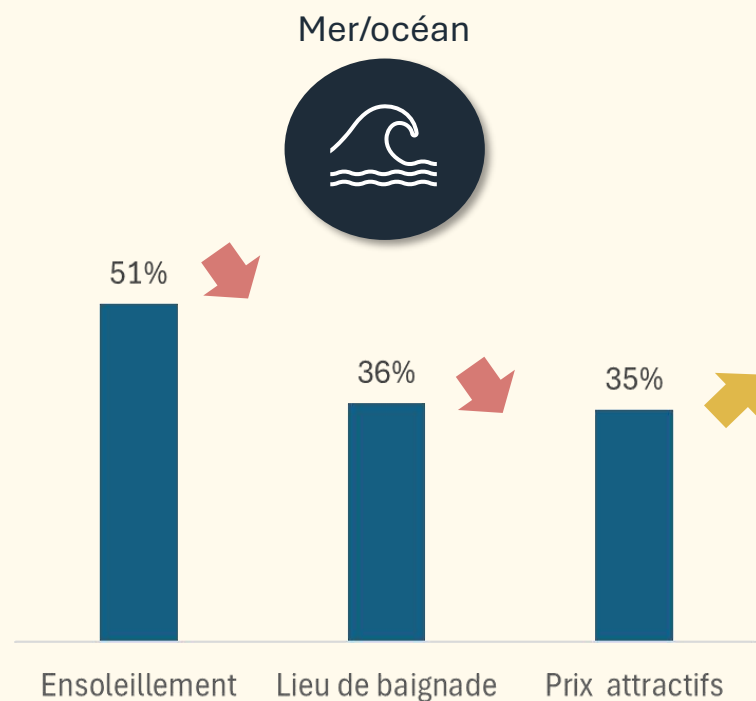
+1,7 pt
VS 2019

▲ Deux massifs, deux étés ☀ Qui domine entre 2019 et 2025 ?

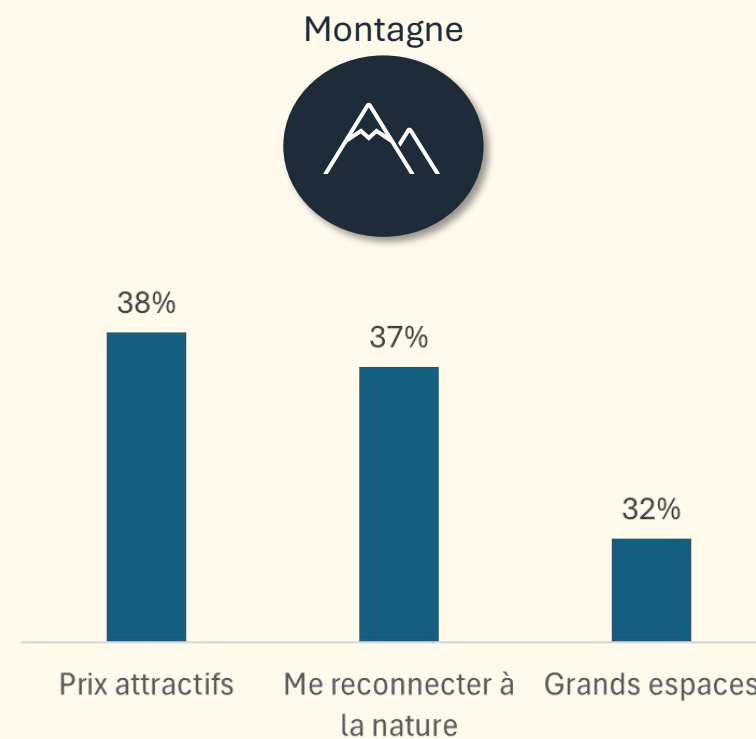
Comparaison cœur de saison
Alpes VS Pyrénées



Mer et montagne : les raisons du succès



Le soleil et la détente, une priorité pour les partants sur le littoral en été



Les prix et les activités nature pour ceux qui partent à la montagne

Un budget stable

N  N-1

À 70%

...mais des hausses ciblées



Mer

16%



Vs N-1



Montagne

15%



Vs N-1



Ville

30%



Vs N-1



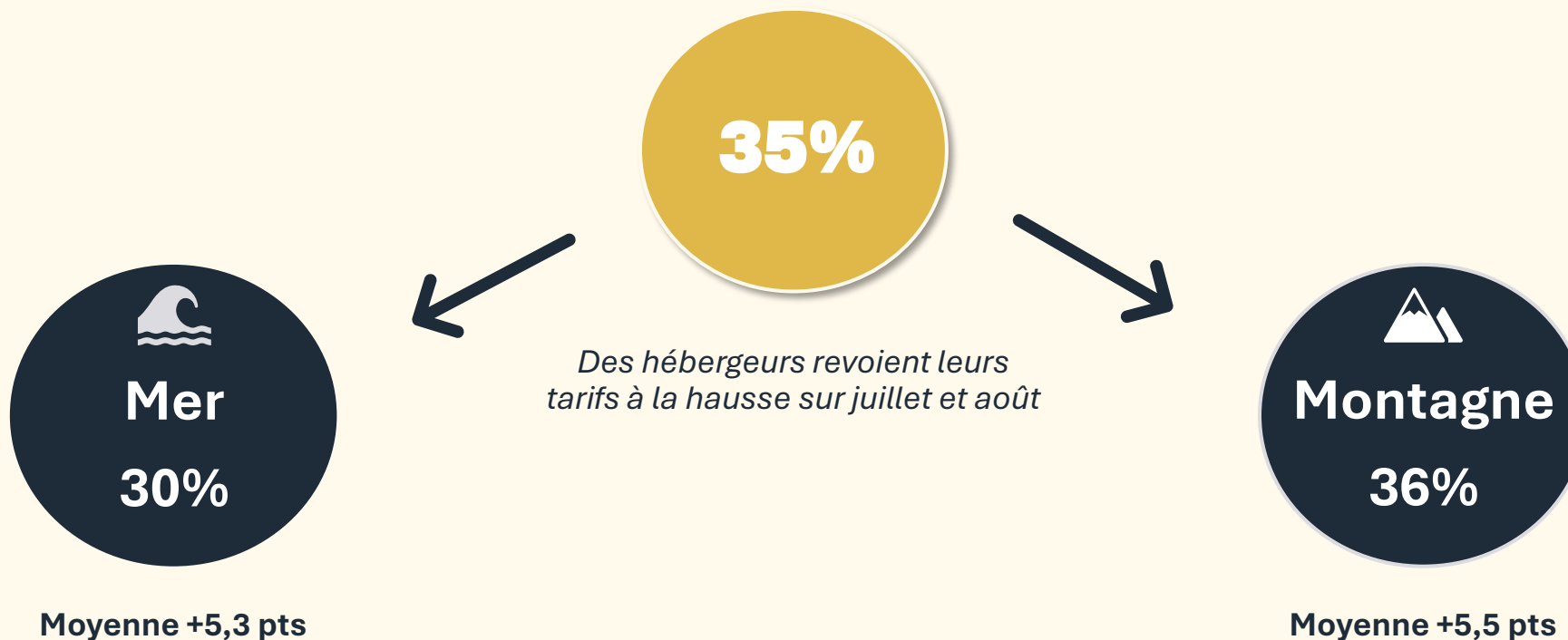
Campagne

13%



Vs N-1

La hausse des prix : une tendance qui se dessine pour l'été 🎲



Le scénario prévisionnel de l'été

Evolution prévisionnelle de la fréquentation

Juillet

+2,9%

Hébergeurs littoral



+4,3%

Hébergeurs montagne



Août

+2,3%

Hébergeurs littoral



+2,3%

Hébergeurs montagne



État des réservations à date

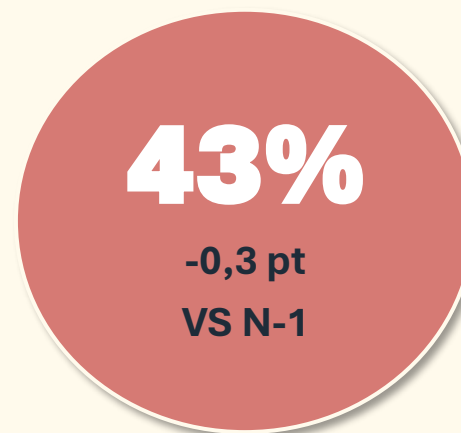
Point d'étape sur le littoral 

Taux d'occupation à date

Juillet



Août



La tendance

État des réservations à date

Point d'étape sur la Montagne 

Taux d'occupation à date

Juillet

26,4%

+0.7pt
VS N-1

Août

26,9%

+0,1 pt
VS N-1

La tendance

Plus belles les vacances en Septembre-Octobre



Épisode 5



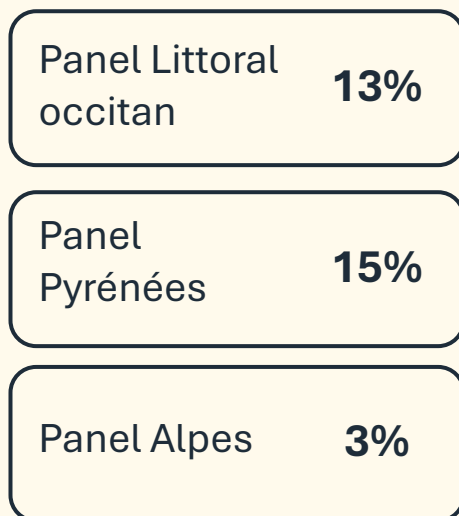
Julie BALMET
Responsable
Enquêtes et Qualité



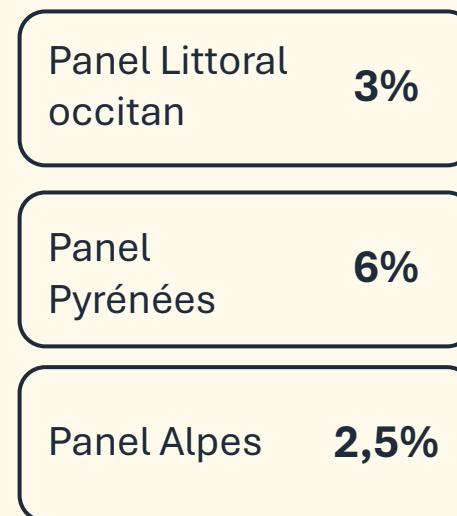
Thomas ELISSALDE
Consultant
Côte Ouest – Pyrénées

La stabilité de septembre et octobre...

Le poids des nuitées du mois de
septembre



Le poids des nuitées du mois
d'**octobre**



Une dynamique encourageante malgré des disparités

Niveau de réservation
à date

13% en avance

60% identique

27% en retard

→ Niveau de fréquentation attendu

+2,4%

Hébergeurs littoral



+2,8%

Hébergeurs
montagne



+0,4%

Hébergeurs
ville



L'enjeu du prix

Enquête hébergeurs



Enquête Intentions de départ

Septembre

-0,4%

De baisse
de prix

Octobre

-10,8%

De baisse
de prix

Septembre

1 Ensoleillement 37%

2 Prix attractifs (34%)
(N-1 : 27%)

3 Nouvelles découvertes 33%

Les critères de choix

Octobre

1 Prix 41%

2 Peu de monde 38%

Les défis des mois de septembre et octobre...

Septembre : prolonger et optimiser la saison

1 Ajuster les prix

2 Mieux **communiquer**, valoriser l'expérience

3 **Maintenir** une offre cohérente, cibler les bonnes clientèles

Octobre : arbitrer entre ouverture, adaptation... ou fermeture

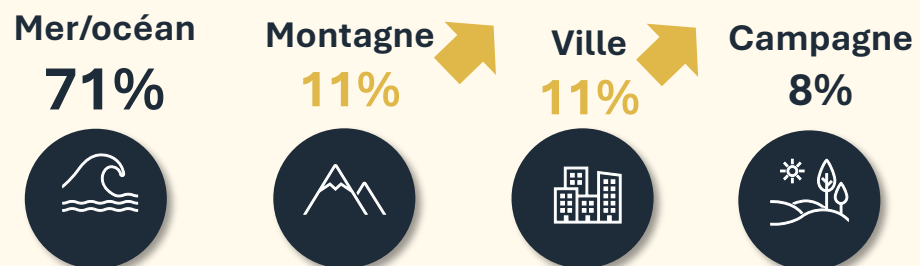
1 Créer une **logique collective** entre acteurs

2 **Sécuriser** la venue malgré l'incertitude météo (offres flexibles, indoor, courts séjours...)

3 **Repositionner**, créer une identité touristique : calme, nature, slow tourisme, ressourcement

Les envies des Français

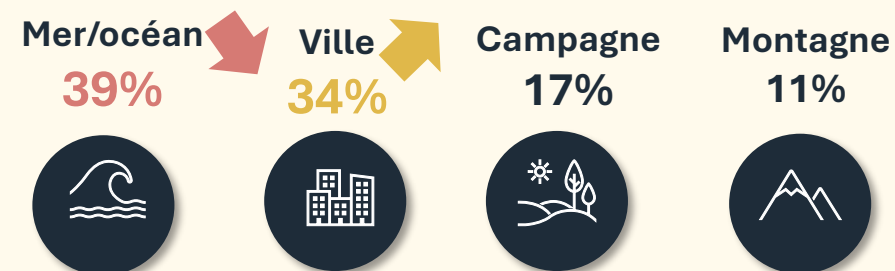
Septembre



Activités envisagées :

1. Se détendre, se reposer
2. Découvrir de nouveaux endroits
3. Aller à la plage

Octobre



Activités envisagées :

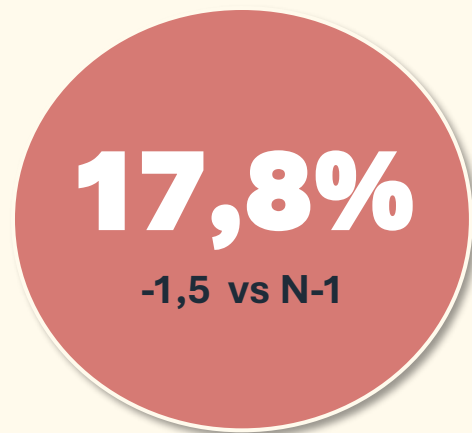
1. Se détendre, se reposer
2. Découvrir de nouveaux endroits
3. Activités culturelles

État des réservations à date

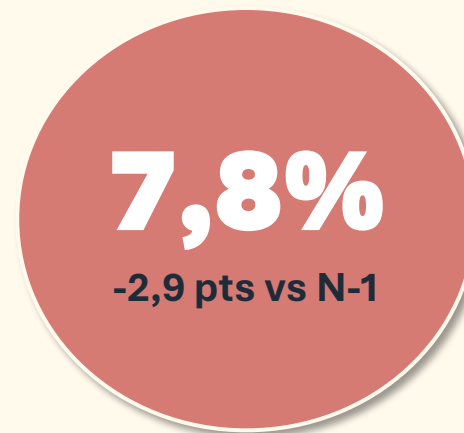
Panel littoral

Taux d'occupation à date

Septembre



Octobre



La tendance

État des réservations à date

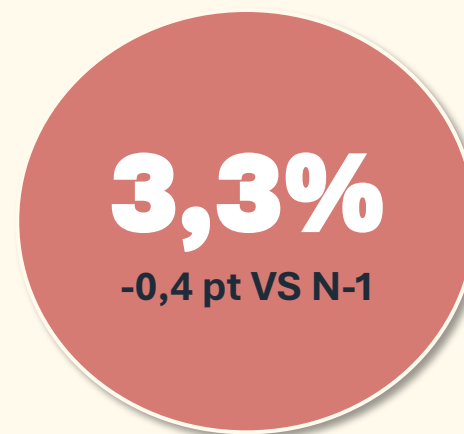
Panel Montagne 

Taux d'occupation à date

Septembre



Octobre



La tendance

Tendance générale

Épisode final



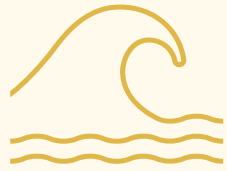
Jean-Florent BOINEAU
Directeur Général



Morgane GEFFROY
Coordinatrice
Observatoire de
l'Activité Touristique



Julie CORIO
Coordinatrice
Observatoire de
l'Activité Touristique



Réservations à date

Panel G2A Littoral – global saison

26,1%

Taux
d'occupation

-0,5pt

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 G2A Littoral – Hôtels

21,6%

-0,7pt vs N-1

AVRIL-MAI

27,7 %

+ 0,2 pt vs N-1

JUIN

29,0 %

+0,4 pt vs N-1

JUILLET

23,7 %

+ 0,3 pt vs N-1

AOÛT

17,9 %

-2,1 pts vs N-1

SEPTEMBRE

16,4 %

-0,4 pt vs N-1

OCTOBRE

6,8 %

-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



Réservations à date

Panel G2A Littoral – Résidences de tourisme

33%

-0,3pt vs N-1

AVRIL-MAI	JUIN	JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE	OCTOBRE
38,4 %	37,3 %	41,7 %	39,5 %	21,9 %	8,6 %
-0.8 pt vs N-1	+ 0,0 pt vs N-1	+ 0,9 pt vs N-1	- 0,7 pt vs N-1	-1,5 pt vs N-1	-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



Réservations à date

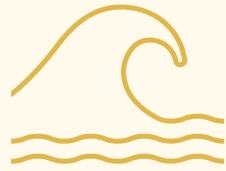
Panel G2A Littoral – Agences immobilières

19,6%

-0,1pt vs N-1

AVRIL-MAI	JUIN	JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE	OCTOBRE
12,2 %	19,3 %	33,7 %	36,4 %	16,1 %	8,0 %
+ 0.8 pt vs N-1	- 0,6 pt vs N-1	-0,2 pt vs N-1	-1,7 pt vs N-1	-0,1 pt vs N-1	+ 0,0 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 G2A Littoral – Campings

25,9%

-0,8pt vs N-1

AVRIL-MAI

12,5 %

-1.5 pt vs N-1

JUIN

29,0 %

+ 0,2 pt vs N-1

JUILLET

50,6 %

+ 2,3 pts vs N-1

AOÛT

51,5 %

+ 1,6 pt vs N-1

SEPTEMBRE

19,2 %

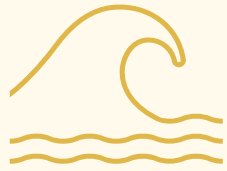
+ 1,1 pt vs N-1

OCTOBRE

2,5 %

- 0,9 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 G2A Littoral – Villages vacances

42%

-1,5pt vs N-1

AVRIL-MAI

41,0 %

-1.8 pt vs N-1

JUIN

51,7 %

-3,1 pt vs N-1

JUILLET

49,1 %

+ 7,4 pts vs N-1

AOÛT

47,8 %

+9 pts vs N-1

SEPTEMBRE

38,8 %

-10,2 pts vs N-1

OCTOBRE

18,0 %

-10,1 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 G2A Littoral – Particulier-à-particulier

23,7%

-0,4pt vs N-1

AVRIL-MAI

24,7 %

+ 0,0 pt vs N-1

JUIN

22,2 %

+ 1,1 pt vs N-1

JUILLET

34,2 %

- 1,8 pt vs N-1

AOÛT

43,4 %

-1,3 pt vs N-1

SEPTEMBRE

12,5 %

-0,7 pt vs N-1

OCTOBRE

7,6 %

- 0,2 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 G2A Montagne – global saison

24,2%

Taux
d'occupation

+0,6pt

VS N-1

Taux d'occupation moyen en date du 25/03 pour la période du 27/06/2026 au 04/09/2026



Réservations à date

Panel G2A Montagne – Hôtels

25,1%

-0,1pt vs N-1

JUILLET

27,0 %

+ 0,8 pt vs N-1

AOÛT

24,4 %

-0,5 pt vs N-1

Taux d'occupation moyen en date du 25/03 pour la période du 27/06/2026 au 04/09/2026



Réservations à date

Panel G2A Montagne – Villages vacances

30,3%

+0,8pt vs N-1

JUILLET

34,3 %

+ 1,1 pt vs N-1

AOÛT

33,3 %

+0,5 pt vs N-1

Taux d'occupation moyen en date du 25/03 pour la période du 27/06/2026 au 04/09/2026



Réservations à date

Panel G2A Montagne – Agences immobilières

23,2%

+2,5pts vs N-1

JUILLET

23,4 %

+2,7 pts vs N-1

AOÛT

26,4 %

+ 2,5 pts vs N-1

Taux d'occupation moyen en date du 25/03 pour la période du 27/06/2026 au 04/09/2026



Réservations à date

Panel G2A Montagne – Résidences de tourisme

31,3%

+0,5pt vs N-1

JUILLET

35,8 %

+ 0,6 pt vs N-1

AOÛT

35,8 %

-0,2 pt vs N-1

Taux d'occupation moyen en date du 25/03 pour la période du 27/06/2026 au 04/09/2026



Réservations à date

Panel G2A Montagne – Campings

18,3%

+0,4pt vs N-1

JUILLET

21,2 %

-0,2 pt vs N-1

AOÛT

21,2 %

+ 1,2 pt vs N-1

Taux d'occupation moyen en date du 25/03 pour la période du 27/06/2026 au 04/09/2026



Réservations à date

Panel G2A Montagne – Particulier-à-particulier

21,1%

-0,3pt vs N-1

JUILLET

23,0 %

-0,2 pt vs N-1

AOÛT

23,6 %

-0,9 pt vs N-1

Taux d'occupation moyen en date du 25/03 pour la période du 27/06/2026 au 04/09/2026

BREF.

Conclusion des épisodes



Denis MAURER
Président de G2A Consulting



Jean-Baptiste TRÉBOUL
Directeur de la publication
Revue Espaces Tourisme et Loisirs

Table ronde



Gilles LÉONARD
Directeur général –
Méribel Tourisme



Sandrine FABIER
Directrice Office de
tourisme –
Pyrénées Méditerranée



Alessandra DE PERTAT
Directrice Commerciale
Marketing – Roussillhotel

La synergie entre le territoire et les acteurs

"Une destination attractive est une destination où les acteurs locaux (hébergeurs, Office de Tourisme, prestataires) travaillent ensemble et proposent une expérience cohérente."

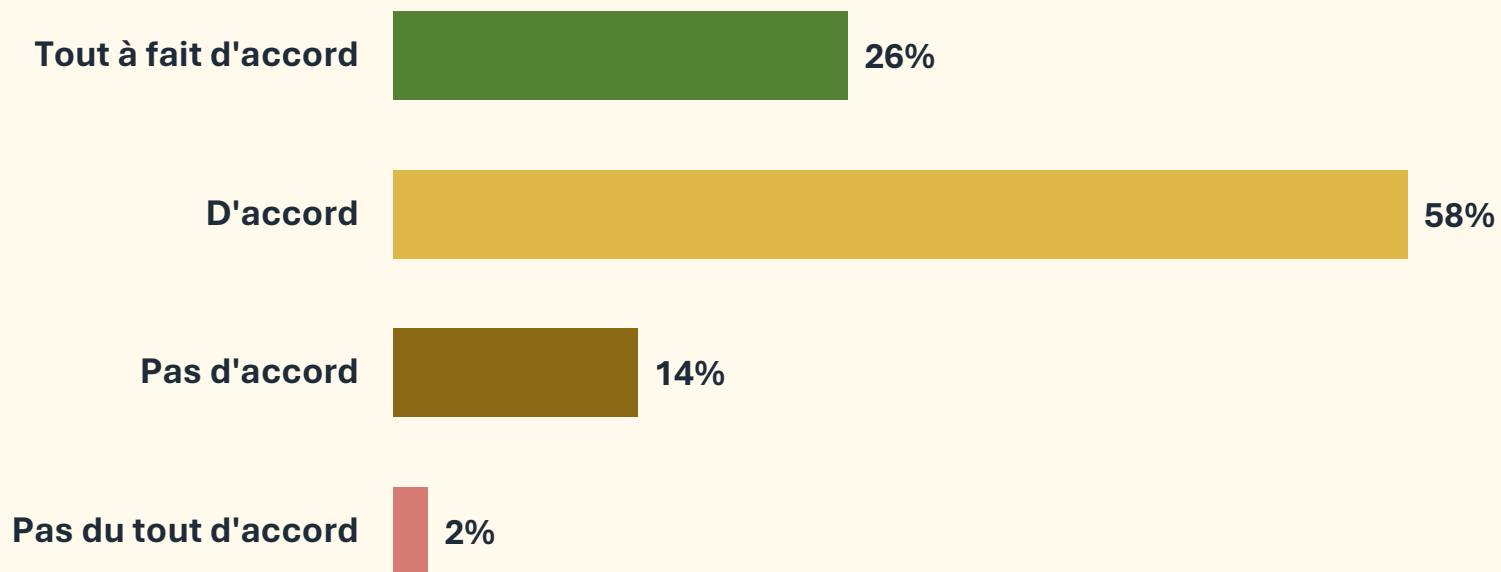


Table ronde :

« Pourquoi la synergie entre le territoire et les hébergeurs est-elle un levier clé du pilotage de la destination ? »

Table ronde :

« **Pourquoi la synergie entre le territoire et les hébergeurs est-elle un levier clé du pilotage de la destination ?** »



Gilles LÉONARD
Directeur général –
Méribel Tourisme



Sandrine FABIER
Directrice Office de
tourisme –
Pyrénées Méditerranée



Alessandra DE PERTAT
Directrice Commerciale
Marketing – Roussillhotel

Nouveautés

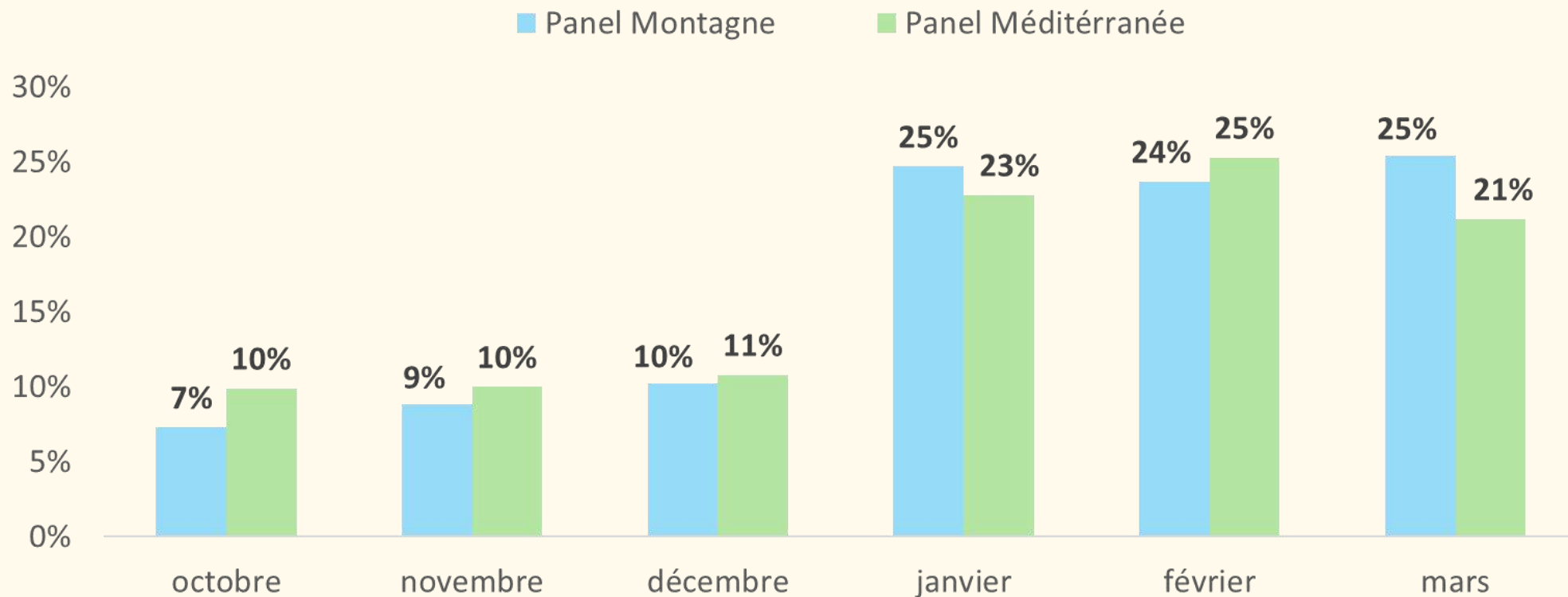
Indicateurs de réservations et Chatbot



Maxime MONTEBIANCO
Directeur Data Groupe

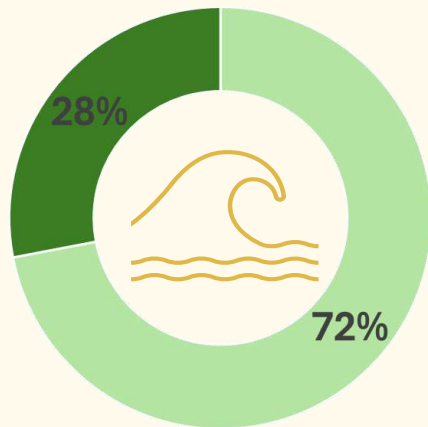
Plateforme d'analyse des réservations :

Que s'est-il passé depuis octobre ?

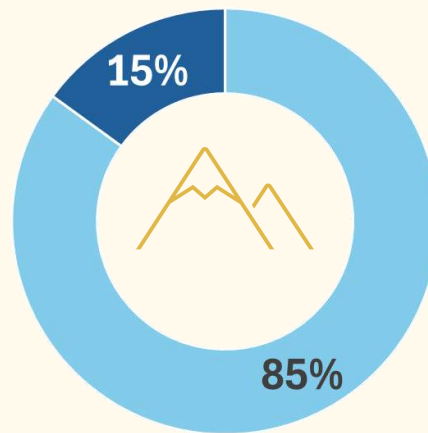


Plateforme d'analyse des réservations :

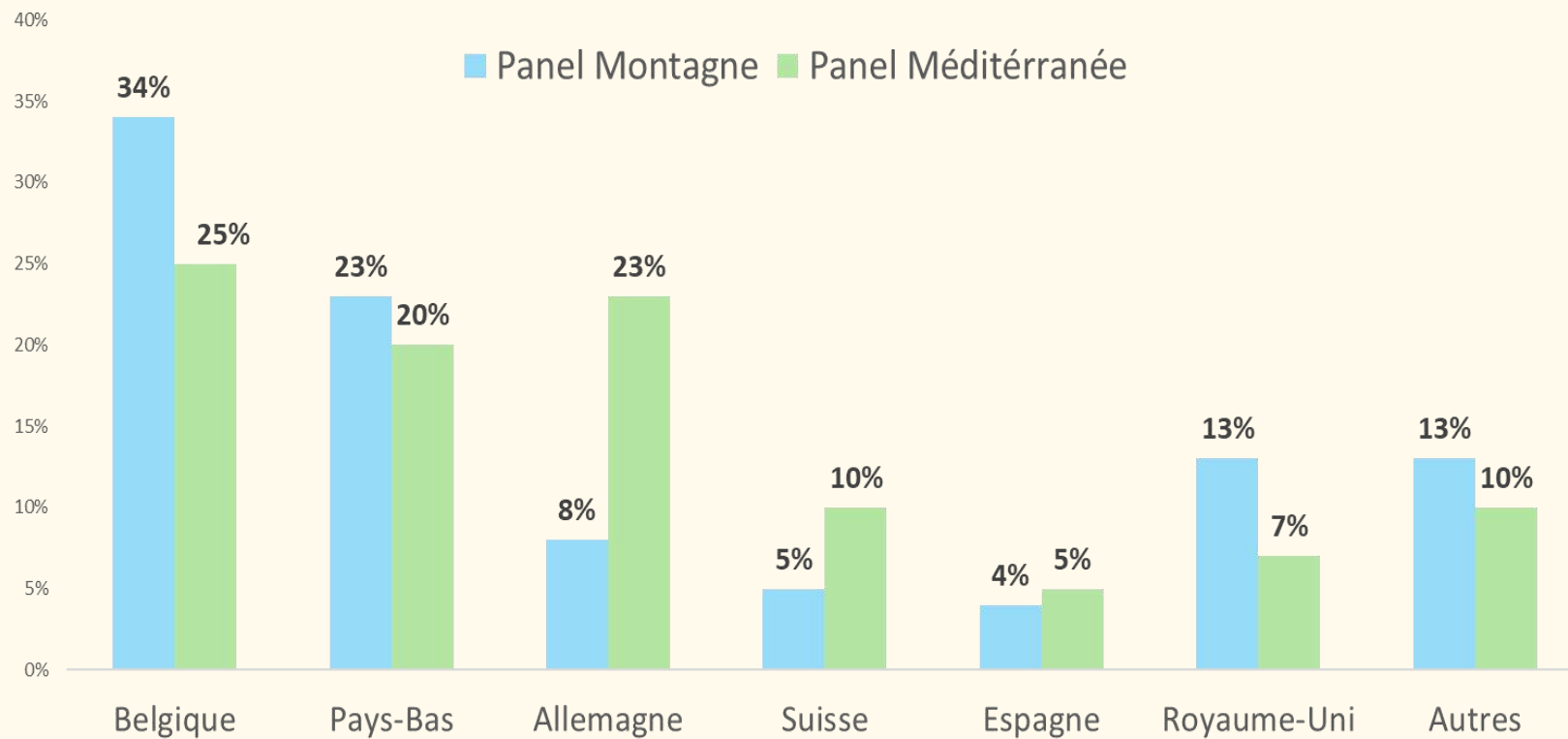
Provenance des clientèles étrangères



■ Français ■ Etrangers



■ Français ■ Etrangers



Plateforme d'analyse des réservations :

Que s'est-il passé depuis octobre ?



28%
En mars

76% sur les trois derniers mois



28%
En février

BELGIQUE

20 % en janvier

Réservations
linéaires

BELGIQUE

22 % en janvier

Réservations
linéaires

PAYS-BAS

23 % en février

45% des
réservations
sur janvier et
novembre

PAYS-BAS

22 % en janvier

45% des
réservations
sur janvier et
février

ROYAUME-UNI

31 % en février

Pic de
réservation

ROYAUME-UNI

30 % en février

Pic de
réservation

Plateforme d'analyse des réservations :

Focus sur juillet août

Durée moyenne de séjours



JUILLET

12,7 jours

AOÛT

12,9 jours



JUILLET

6 jours

AOÛT

6,7 jours

Prix moyen par durée de séjours

1 jour

240€

3 jours

690€

7 jours

1270€

1 jour

210€

3 jours

540€

7 jours

920€



Bienvenue

CRT OCCITANIE

VOS RAPPORTS DISPONIBLES

Mis à jour le 25/03/2026



Observatoire de
l'activité touristique

Mis à jour le 25/03/2026



Rapport annuel

Explorez vos données avec l'IA

Posez vos questions et obtenez des
analyses détaillées grâce à l'intelligence
artificielle.

1 Où en sont les taux d'occupation
cette saison ?

2 Quelles performances par rapport
à l'année précédente ?

3 Quels points forts et points faibles
de cette saison ?

Quelle est le t



18 crédits restants

The End

Mot de la fin



Denis MAURER
Président de G2A Consulting



Merci et bon été !

Pour rappel, la présentation complète sera disponible dès cet après-midi sur le site web de G2A.