

Premières tendances de la fréquentation touristique en France lors de la saison estivale 2025

(du 28 juin au 29 août 2025)

Dispositif tendances #5-2025

Mercredi 24 septembre 2025

SOMMAIRE

(liens cliquables)

Objectifs et méthodologie

À retenir

Premières tendances année 2025

Focus été 2025

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 « complet » qui est déployé ici, l'objectif étant de dresser les premières tendances qualitatives de la fréquentation touristique lors de la saison estivale 2025 en France (soit du 28 juin au 29 août 2025).

■ **Enquête auprès des adhérents** : enquête en ligne réalisée par ADN Tourisme du 18 au 22 août 2025 auprès de 499 destinations adhérentes. **167 d'entre-elles ont répondu, parmi lesquelles 162** disposant effectivement d'informations sur la période (soit un taux de réponses exploitables de 33%) répartis comme suit : 6 CRT (taux de réponse de 43%), 28 ADT (taux de réponse de 33%), 133 OT Catégorie I (taux de réponse de 34%).

■ **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.
- **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.

Les données de fréquentation de la clientèle espagnole comportent des anomalies entre janvier et début mai 2025. Bien que prises en compte dans les analyses globales du fait d'un impact mineur sur les analyses, il n'est pas possible de focaliser sur les données de fréquentation de cette clientèle entre janvier et mai 2025.

Exceptionnellement, il existe un décalage entre l'enquête adhérents et les analyses Flux vision tourisme pour ce dispositif conjoncturel.

À RETENIR [1/3]

2025 : UNE SAISON ESTIVALE CONTRASTÉE

Stable depuis le début de l'année, la fréquentation internationale marque le pas en juillet et août

Bien qu'en stabilité (+1%) en cumul de début 2025 à fin août, **la clientèle européenne et long-courriers est en recul de -4% lors de la saison estivale** (du 28 juin au 29 août). Outre l'effet « JO » impliquant de fait une fréquentation moindre au regard de l'été 2024 sur la période couvrant l'événement, **le retrait est constaté sur des nationalités « majeures » à cette période de l'année** (clientèles européennes de proximité tels les Italiens, Allemands, Belges et Néerlandais, mais également la clientèle originaire des Etats-Unis) et **plus marqué dans les espaces littoraux et ruraux** que dans les zones urbaines et montagnardes. Les marchés anglais et suisses seraient quant à eux respectivement en stabilité et en progression.

Une clientèle Française qui reste relativement stable

Tant depuis le début de l'année que lors de la saison estivale (juillet et août représentant 32% des nuitées Françaises annuelles), **la fréquentation française maintient le niveau 2024** (avec respectivement des évolutions de nuitées de -3% et de -1%) et atteint, du 28 juin au 29 août, **près de 350 millions de nuitées**. Une situation assez similaire quel que soit le type d'espace considéré.

Une certaine dépendance aux aléas climatiques

En termes météorologiques, **l'été 2025 a alterné entre périodes de très fortes chaleurs** (alertes canicule, incendies) **et une dernière quinzaine de juillet plutôt maussade** (pluies, neige en altitude...), nécessitant une **adaptation des offres** par les destinations. Ainsi, les zones de fraîcheur (naturelles ou climatisées), lieux de baignade et massifs montagneux ont été plébiscités lors des pics de température, quels que soient les espaces ; les sites couverts ont quant à eux été préférés lors des périodes de mauvais temps. De ce fait, et cet été peut être plus que les précédents, **les réservations de dernière minute semblent avoir rythmé l'ensemble de la saison**.

Une consommation touristique maîtrisée nécessitant des arbitrages

Pourtant constatée depuis plusieurs saisons par les destinations, **la baisse des dépenses majoritairement constatée cet été traduit une certaine fragilité du pouvoir d'achat des touristes, notamment Français**. Même si ces derniers ne souhaitent pas renoncer à leurs vacances d'été, des **arbitrages** ont semble-t-il été nécessaires face à la **hausse des prix** : l'hébergement et le transport semblant incompressibles, ce sont les durées de séjour et/ou les activités et les loisirs pour lesquelles des choix ont dû être opérés.

[...]

À RETENIR [2/3]

[...]

Dans ce contexte, les restaurants et boutiques semblent avoir le plus souffert. En outre, les destinations constatent ainsi une progression des demandes liées aux festivités gratuites, aux activités peu coûteuses, à la recherche de promotions mais aussi aux déplacements en transport en commun sur place.

De plus, **la présence moindre de la clientèle internationale**, qui dispose d'un pouvoir d'achat généralement plus élevé, a également contribué au retrait de la consommation touristique.

Une agilité nécessaire s'agissant des réservations

Avec la **progression des dernières minutes**, les destinations (et les prestataires) ont dû faire preuve de **souplesse** s'agissant des demandes formulées : développement de séjours de 3 à 4 nuits (et de l'itinérance), recul des traditionnels séjours du samedi au samedi (pour éviter les embouteillages notamment), horaires d'arrivée dans les hébergements nécessitant une plus grande flexibilité, repas pris dans les chambres...

Les campings et les meublés : les grands gagnants de la saison ?

D'après les premières tendances exprimées par les destinations, **l'hôtellerie de plein-air** (avec peut-être un regain d'intérêt pour les emplacements « nus », moins onéreux) **et les meublés** auraient été fortement demandés cette saison, ainsi que, dans une moindre mesure, les **résidences hôtelières/de tourisme et les centres de vacances**. A contrario, **les hôtels et certaines maisons d'hôtes semblent avoir souffert**. **L'itinérance** semble également avoir progressé cette année, tant avec des véhicules motorisés (vans, camping-cars...) que sans (boucles pédestres, itinérances à vélo...).

De bonnes perspectives pour septembre, une relative prudence pour octobre et les vacances d'Automne

À date, **les perspectives pour le mois de septembre sont plutôt bonnes** (période qui dépendra, comme chaque année, des conditions météorologiques). Plus loin dans le calendrier, **les destinations n'osent pas encore se prononcer s'agissant du mois d'octobre et des vacances d'Automne**.

À RETENIR [3/3]

Tendances observées par les destinations

- Lors des épisodes de fortes chaleurs, décalage des demandes d'activités (soit le matin, soit tard le soir).
- L'événementiel, tant sportif que culturel, booste la fréquentation.
- La restauration « rapide » privilégiée à la restauration « traditionnelle »
- Des repas parfois pris dans les chambres, même si elles ne disposent pas de cuisine.
- Les achats de souvenirs sont en recul.
- Progression des demandes liées au vélo et aux randonnées, aux marchés du terroir/produits locaux.
- Les « pass touristiques », générant des tarifs préférentiels pour les activités, ont eu le vent en poupe.
- Tourisme d'affaires soutenu jusqu'à mi-juillet pour les destinations urbaines.
- Bonne présence des excursionnistes et des clientèles de proximité.

POUR RAPPEL : retour sur la saison estivale (et olympique) 2024 (du 29 juin au 18 août 2024)

La saison estivale 2024 se décomposait en 3 temps :

- *Un démarrage poussif et tardif, marqué par des conditions météorologiques mitigées en juillet pour une majeure partie du pays, un contexte politique et des élections législatives anticipées qui ont limité la fréquentation française lors des week-ends électoraux en début de mois, pas de possibilité de réalisation de week-end prolongé lors du 14 juillet comme cela avait pu être le cas en 2023 (où ce jour férié se trouvait être un vendredi, contre un dimanche cette année) et un certain attentisme vis-à-vis des Jeux Olympiques.*
- *Une période « olympique », du 24 juillet au 11 août, durant laquelle la fréquentation est restée mitigée à l'échelle nationale et, a contrario, soutenue sur les territoires hôtes notamment à Paris et plus largement en Ile-de-France. Sur ce territoire, les Jeux ont modifié ce qui était habituellement observé en période estivale : fortes concentrations de fréquentation durant l'événement, précédé et suivi par une période plus calme (en attendant le démarrage des Jeux Paralympiques pour les destinations concernées), changement des lieux de présences puisque les visiteurs se sont rendus là où se déroulaient les épreuves et non pas sur les sites touristiques « habituels ».*
- *Un mois d'août qui, à mi-parcours, redonnait de la confiance aux destinations et atteignait les résultats escomptés avec une fin de période encourageante.*

Au global, en termes de fréquentation (en nuitées), du 29 juin au 18 août, la clientèle française était en recul de -6% et atteignait près de 290 millions de nuitées touristiques et la clientèle européenne et long-courriers marquait le pas avec une fréquentation au global en stabilité après 6 mois de progression constante.

Sur cette période, tous les espaces (ruraux, urbains, littoraux ou montagnards) souffraient de la présence moindre de la clientèle française (visiblement plus marqué pour les zones rurales) tandis que la clientèle européenne et long-courriers maintenait voire même augmentait, selon les secteurs, sa fréquentation.



PREMIÈRES TENDANCES ANNÉE 2025

(du 1^{er} janvier au 29 août 2025)

Premières tendances de la fréquentation touristique 2025, par périodes

[Sauf mention contraire, extraits des notes de synthèse des dispositifs conjoncturels d'ADN Tourisme]

VACANCES DE NOËL 2024/2025 <i>(du 23/12/2024 au 06/01/2025)</i>	Des vacances de Noël 2024/2025 à la hauteur des attentes des destinations : la fréquentation touristique en France lors des fêtes de fin d'année 2024/2025 (du 21 décembre 2024 au 3 janvier 2025) était en relative stabilité (+2%) s'agissant de la fréquentation française (près de 71 millions de nuitées) et en progression (+12%) pour la clientèle européenne et long-courriers. Si la première semaine (celle de Noël) était partagée en termes de fréquentation et d'évolution selon les destinations, la deuxième semaine a quant à elle été bien plus dynamique pour nombre d'entre-elles, et tout particulièrement celles situées en montagne. Ces vacances ont été portées par la progression des clientèles européennes et long-courriers, constatée quel que soit l'espace observé (rural, littoral, urbain et montagne). Les clientèles anglaises (en hausse après plusieurs mois en retrait), suisses, espagnoles mais aussi néerlandaises et allemandes (en forte progression) sont venues plus nombreuses s'agissant des marchés de proximité. Pour les marchés lointains, Japon, Australie et Chine progressaient également pendant que les Etats-Unis étaient stables et le Canada en retrait.
VACANCES D'HIVER 2025 <i>(du 08/02 au 07/03/2025)</i>	Des vacances d'Hiver portées par la clientèle européenne et long-courriers La fréquentation touristique en France lors des vacances d'Hiver 2025 (du 8 février au 7 mars 2025) s'inscrivait dans la tendance de ce qui est observé depuis le début de l'année 2025 à l'échelle nationale, à savoir : - une relative stabilité (-2%) de la fréquentation française, qui s'élevait à plus de 67 millions de nuitées (les vacances d'hiver représentant 6% des nuitées Françaises annuelles (en 2023 et 2024)), - une progression (+11%) de la clientèle européenne et long-courriers. Pour ces dernières, les Espagnols, Britanniques et Allemands étaient au rendez-vous. La clientèle internationale progressait pour tous les types d'espaces, variant de +8% pour le rural à +14% pour l'urbain. Dans le même temps, la fréquentation française était en relative stabilité pour le littoral et l'urbain (-1%) alors qu'elle reculait pour les espaces ruraux et montagnards (-4%),
VACANCES DE PRINTEMPS 2025 <i>(du 05/04 au 02/05/2024)</i>	Des vacances de Printemps 2025 en progression au regard de 2024, et à un niveau similaire avec 2023 : la fréquentation touristique en France lors des vacances de Printemps 2025 (du 5 avril au 2 mai 2025) était globalement en hausse au regard des vacances de Printemps 2024 : +8% de fréquentation française (près de 90 millions de nuitées) et +17% de hausse des nuitées européennes et long-courriers. Contrairement à 2023, le week-end de Pâques était cette année pendant les vacances de Printemps (en mars en 2023), en plein milieu de la période et là où l'ensemble des zones se trouvaient en congés. Ainsi, ce sont près de 11 millions de nuitées Françaises qui ont été recensées sur ces 3 jours, soit une hausse de +21% au regard du week-end de Pâques 2024 (du 30 mars au 1^{er} avril, hors vacances) et presque autant qu'en 2023 (du 8 au 10 avril, 1^{er} week-end des vacances de Printemps). Le jour férié du 1^{er} mai, situé lors de la dernière semaine de vacances, avait également permis de booster la fréquentation tant pour la zone en congés (zone A) que pour les autres. De nombreux pays européens de proximité étaient également en congés autour du week-end de Pâques, ce qui a également boosté la fréquentation lors de la période. Dans l'ensemble, les conditions météorologiques ont bien souvent été agréables et même parfois estivales lors des 4 semaines de vacances.

Premières tendances de la fréquentation touristique 2025, par périodes [suite]

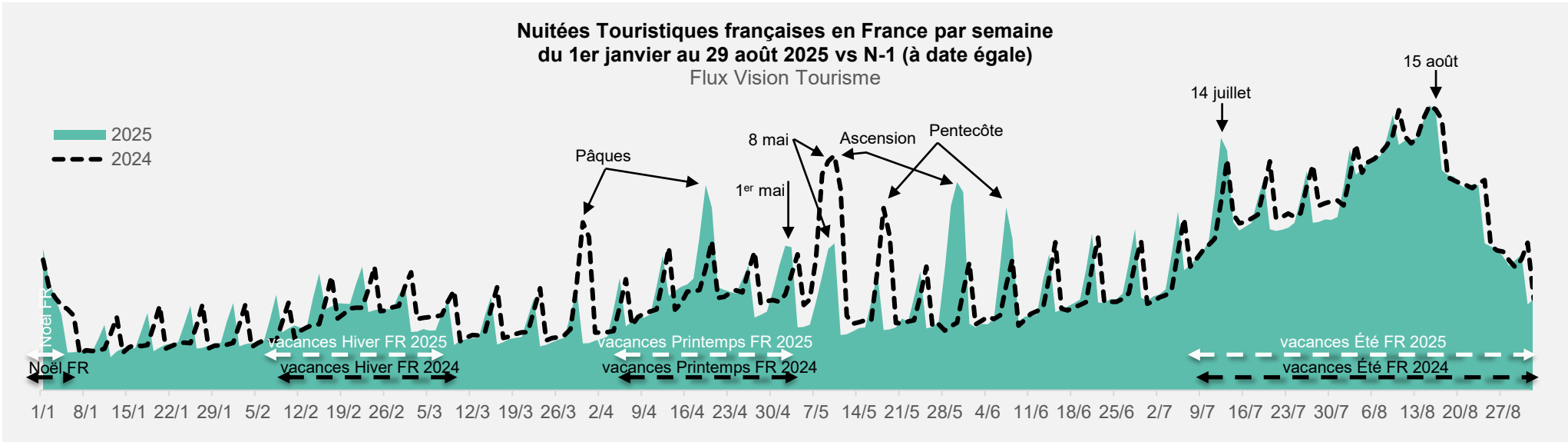
[Sauf mention contraire, extraits des notes de synthèse des dispositifs conjoncturels d'ADN Tourisme]

AVANT-SAISON 2025 (du 03/05 au 13/06/2025)	Une fréquentation d'avant-saison en retrait, mais à un niveau similaire avec 2023 et 2022. La fréquentation touristique (en nuitées) en France lors de l'avant-saison 2025 était en recul au regard de l'excellente avant-saison 2024 : -7% de fréquentation française, qui atteignait près de 120 millions de nuitées (et qui s'inscrivait dans une tendance à la baisse depuis début 2025 puisque les nuitées françaises reculaient de -4% entre le 1^{er} janvier et le 13 juin 2025 vs 2024), qui n'est pas compensé par une relative stabilité (-3%) des nuitées européennes et long-courriers (qui ont marqué le pas sur cette période d'avant-saison puisqu'en progression globale de +5% entre janvier et juin 2025 vs 2024). Après les progressions enregistrées lors de l'avant-saison 2024 (notamment lors du grand week-end cumulant les fériés du 8 mai et de l'Ascension), le niveau de fréquentation 2025 marque ainsi un certain retour « à la normale » avec une structure de calendrier et des résultats proches de ceux enregistrés lors des avant-saison 2023 mais aussi 2022. Malgré un calendrier de fériés idéal sur le papier, la fréquentation a véritablement satisfait les destinations à partir de fin mai avec le week-end de l'Ascension (88% de satisfaction de la part des destinations), qui, bien qu'en retrait au regard de 2024, reste un grand classique de l'avant-saison en termes de fréquentation. Le week-end de Pentecôte qui a suivi satisfaisait quant à lui 82% des destinations répondantes. Si les nuitées françaises étaient en retrait pour l'ensemble des espaces lors de la période, la fréquentation européenne et long-courriers était quant à elle partagée puisque en retrait pour les espaces ruraux et littoraux et en relative stabilité pour les espaces montagne et ville. S'agissant de ce dernier, les nuitées étrangères progressaient dans la couronne parisienne.
---	--

FRÉQUENTATION FRANÇAISE [1/2]

Du 1^{er} janvier au 29 août 2025 :

- > La fréquentation française (nuitées réalisées en France par les résidents français – données provisoires) est en stabilité (-3%) au regard des résultats de la même période en 2024. Elle s'élève à près de 780 millions de nuitées, comme en 2022.
- > Par mois, à l'échelle nationale et au regard de 2024, la fréquentation française :
 - est en **recul** en **janvier** (-5%) [après, pour mémoire, une forte progression (+14%) enregistrée entre 2023 et 2024 sur ce mois. Les nuitées françaises de janvier 2025 sont supérieures à celles enregistrées en janvier 2022 mais aussi 2023], en **mars** (-20%) [mars 2024 comprenait le week-end de Pâques, ce qui expliquait la forte progression (+26%) constatée entre mars 2023 et mars 2024. Ainsi, les nuitées françaises de mars 2025 sont au même niveau que celles de mars 2023] et en **mai** (-9%) [mai 2024 a connu une fréquentation proche de valeurs estivales lors d'un grand week-end cumulant les fériés du 8 mai et de l'Ascension. Pentecôte était sur ce mois en 2024 (en juin en 2025). Mai 2025 se rapproche de la fréquentation de mai 2022].
 - est en **stabilité** en **février** (+1%), en **juin** (+3%), en **juillet** (-1%) et en **août** (-2%), en **progression** en **avril** (+6%).



FRÉQUENTATION
FRANÇAISE
▶ **(-3%)**
(évolution nuitées
du 1^{er} janvier
au 29 août 2025
vs 2024)

Les destinations touristiques des résidents Français
du 1^{er} janvier au 29 août 2025
(en millions de nuitées)

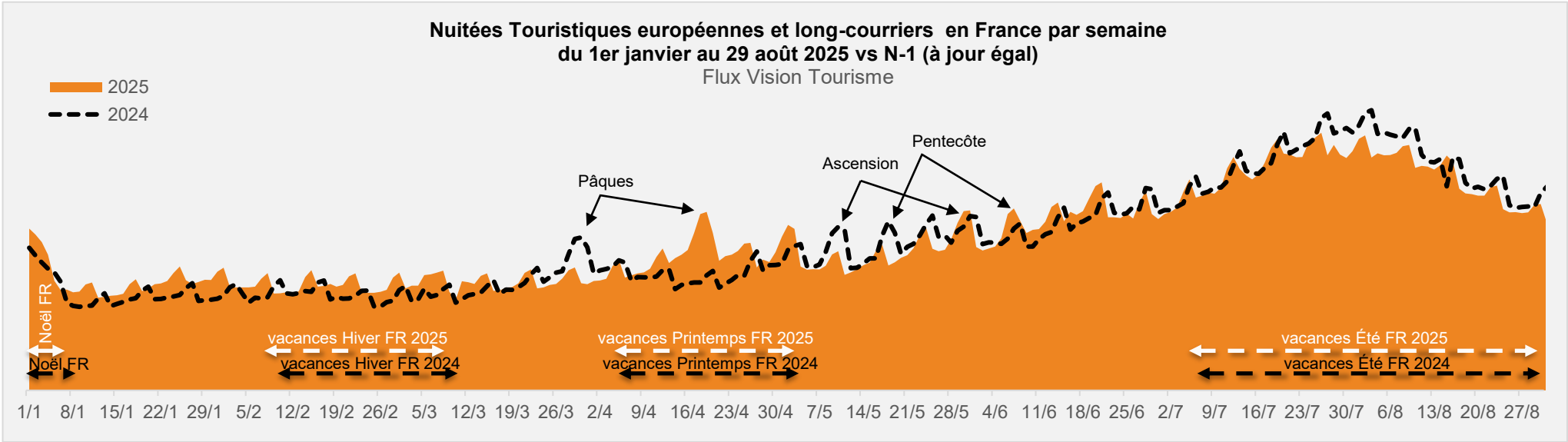
- 1 département est en **progression** de fréquentation (*évolution* $\geq +3\%$).



FRÉQUENTATION EUROPÉENNE ET LONG-COURRIERS [1/5]

Du 1^{er} janvier au 29 août 2025 :

- > la **fréquentation européenne et long-courriers** (nuitées réalisées en France par les résidents européens et long-courriers – données provisoires) est **en stabilité** (+1% d'évolution) au regard de la même période en 2024. Le volume est en relative stabilité au regard de celui enregistré lors des étés 2022 et 2023.
- > Pour mémoire, la fréquentation étrangère est **dépendante des dates de vacances scolaires et jours fériés propres à chaque pays**.
- > Par **mois**, à l'échelle nationale, la **fréquentation européenne et long-courriers** **progress**e en janvier, février et avril au regard de 2024, est **stable** en mars, juin et juillet, recule en **mai** (après une forte progression entre 2023 et 2024, mai 2025 étant néanmoins supérieur à mai 2023) et en **août** (retour au niveau enregistré en 2022).
- > Par **marchés** : l'**Allemagne**, le **Royaume-Uni**, les **Etats-Unis** et le **Japon** sont en **stabilité**. La **Belgique**, l'**Australie**, les **Pays-Bas** et dans une moindre mesure l'**Italie** sont en **retrait** pendant que **brésiliens**, **canadiens** et **chinois** pour les **marchés lointains** + **suisses** pour les **marchés européens**, **progressent**.

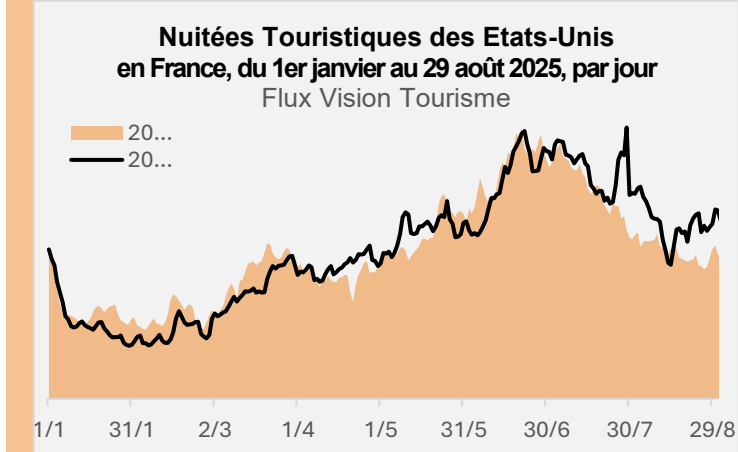
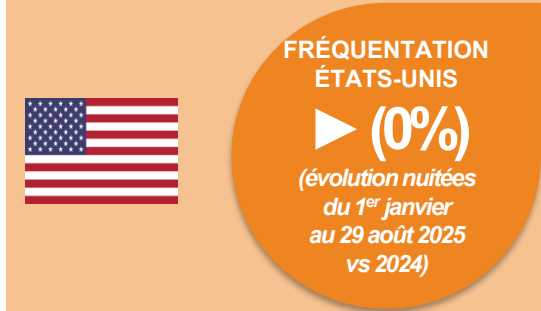
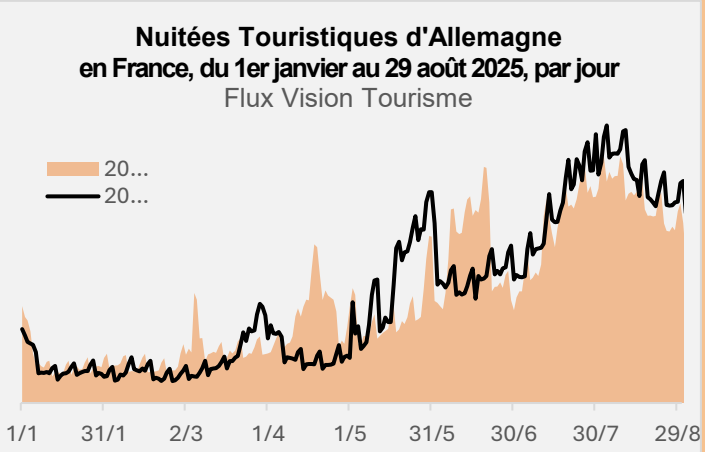
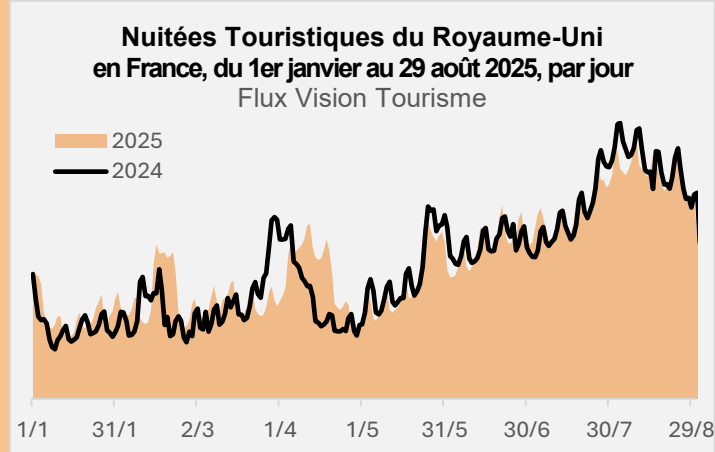
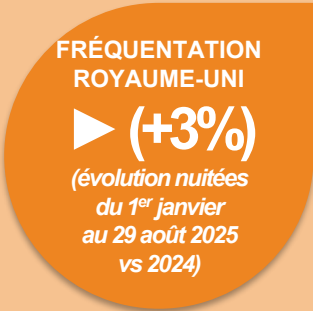


FRÉQUENTATION
EUROPÉENNE ET
LONG-COURRIERS

▶ **(+1%)**
(évolution nuitées
du 1^{er} janvier
au 29 août 2025
vs 2024)

FRÉQUENTATION EUROPÉENNE ET LONG-COURRIERS [2/5]

(évolution des nuitées du 1^{er} janvier au 29 août 2025 – données provisoires)

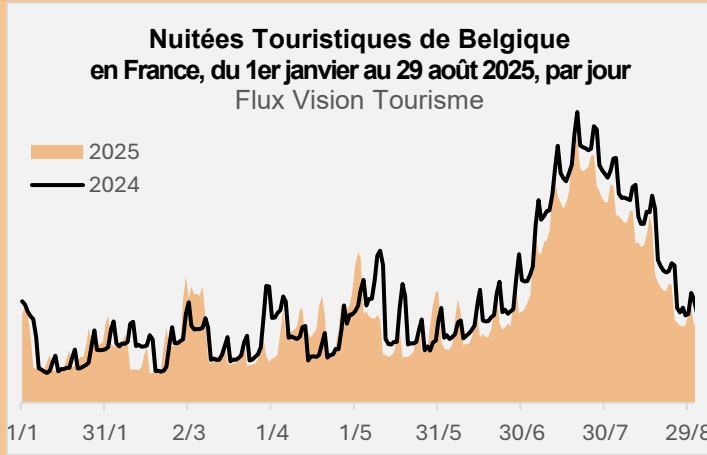
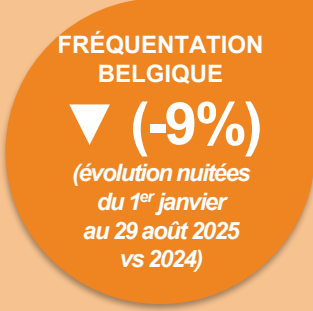
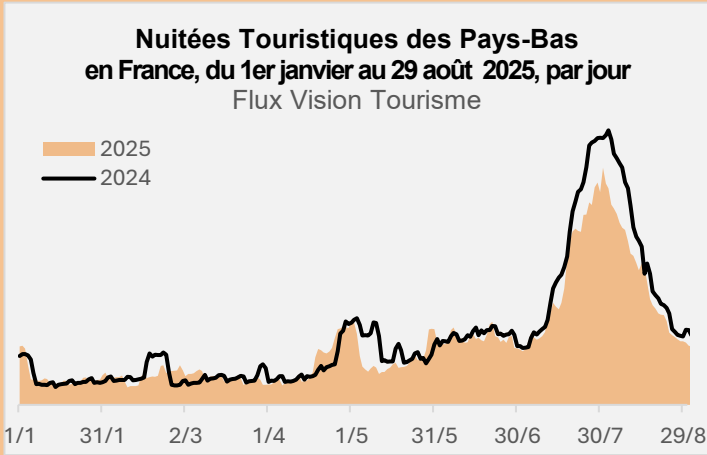


FRÉQUENTATION EUROPÉENNE ET LONG-COURRIERS [3/5]

(évolution des nuitées du 1^{er} janvier au 29 août 2025 – données provisoires)

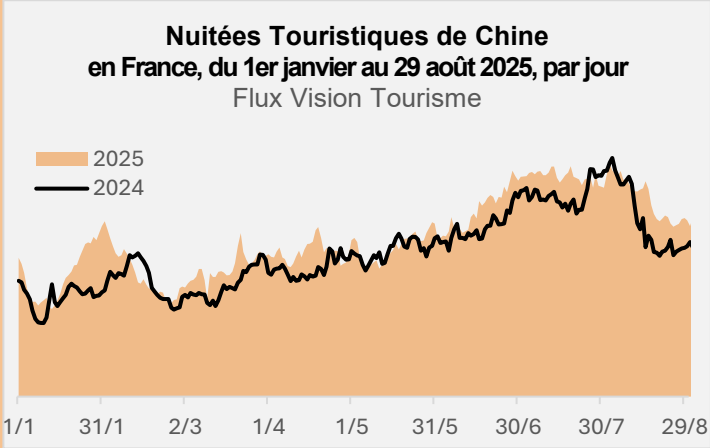
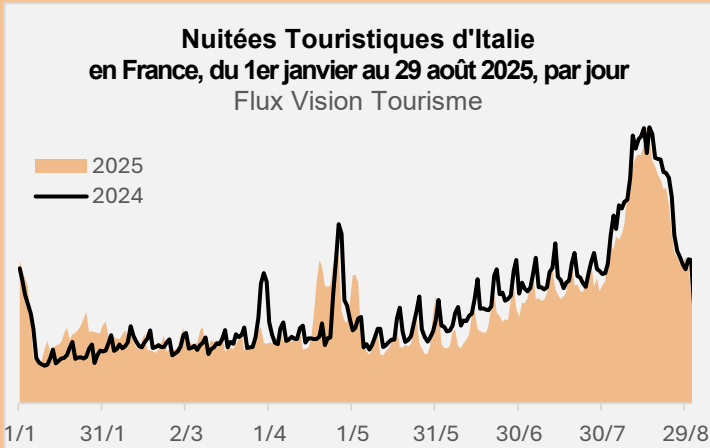
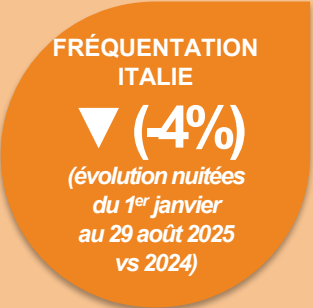
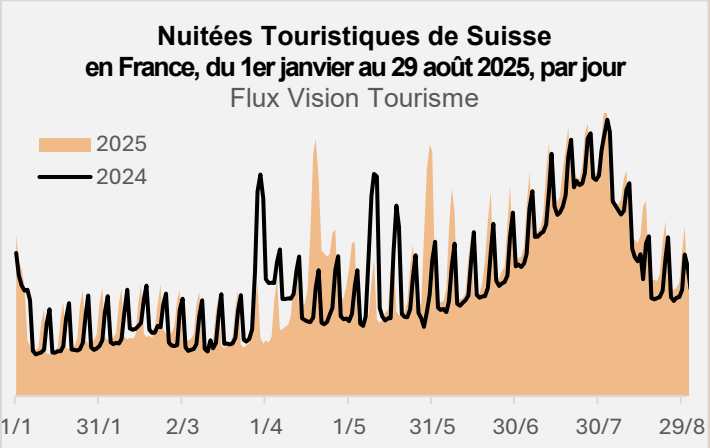
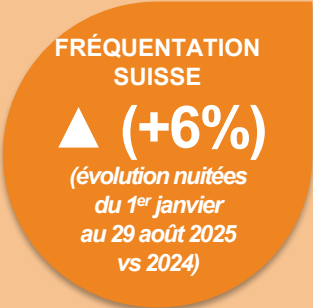


Les données de fréquentation de la clientèle espagnole comportent des anomalies entre janvier et début mai 2025. Bien que prises en compte dans les analyses globales du fait d'un impact mineur sur les analyses, il n'est pas possible de focaliser sur les données de fréquentation de cette clientèle entre janvier et août 2025.



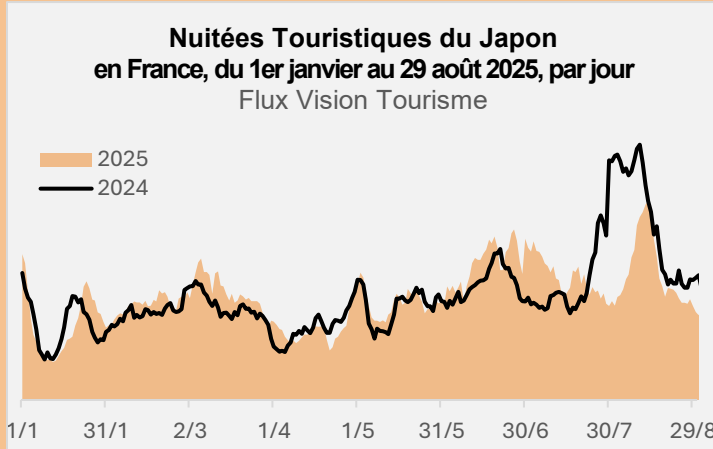
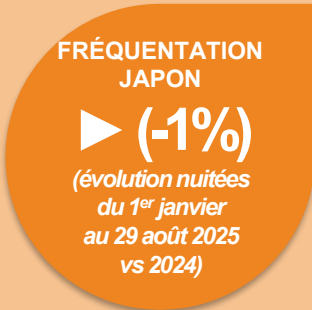
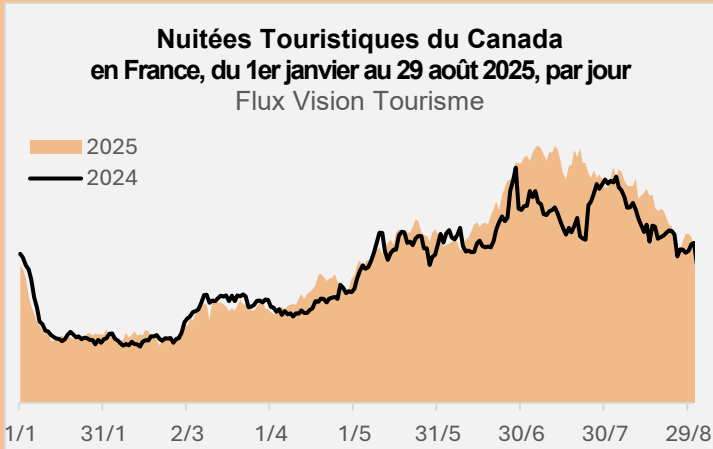
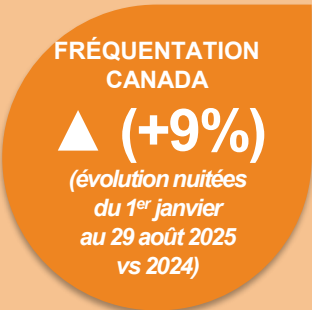
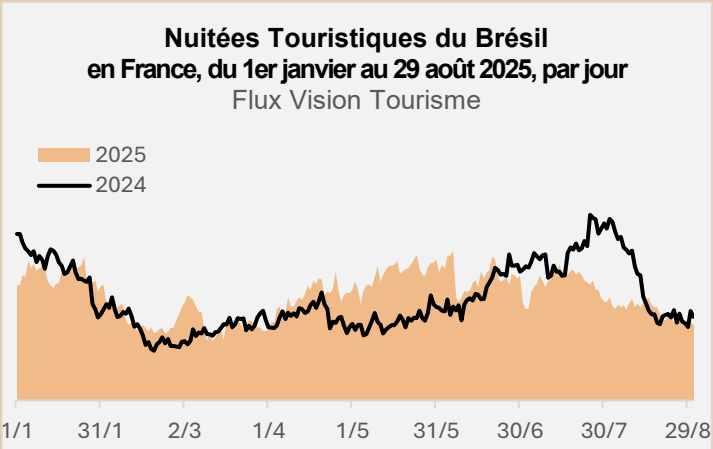
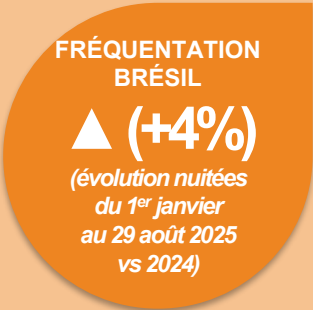
FRÉQUENTATION EUROPÉENNE ET LONG-COURRIERS [4/5]

(évolution des nuitées du 1^{er} janvier au 29 août 2025 – données provisoires)



FRÉQUENTATION EUROPÉENNE ET LONG-COURRIERS [5/5]

(évolution des nuitées du 1^{er} janvier au 29 août 2025 – données provisoires)



FRÉQUENTATION PAR ESPACE

(évolution des nuitées du 1^{er} janvier au 29 août 2025 – données provisoires)



ESPACE RURAL

FRÉQUENTATION
FRANÇAISE

► **(-3%)**

[(de -4% (Nord-Est)
à -1% (Nord-Ouest)]

FRÉQUENTATION
EUROPÉENNE ET
LONG-COURRIERS

► **(-1%)**

[(de -4% (Sud-Ouest)
à +2% (Nord-Est)]



ESPACE LITTORAL

FRÉQUENTATION
FRANÇAISE

► **(-3%)**

[(de -4%
(Méditerranée)
à -2% (Manche et
Atlantique)]

FRÉQUENTATION
EUROPÉENNE ET
LONG-COURRIERS

► **(-2%)**

[(de -4% (Atlantique
Sud et méditerranée
Ouest) à +1%
(Atlantique Nord)]



ESPACE MONTAGNE

FRÉQUENTATION
FRANÇAISE

► **(-3%)**

[(de -4% (Alpes)
à -2% (Massif-Central
et Pyrénées)]

FRÉQUENTATION
EUROPÉENNE ET
LONG-COURRIERS

► **(+3%)**

[(de -5% (Massif
Central) à +6%
(Alpes)]



ESPACE URBAIN

FRÉQUENTATION
FRANÇAISE

► **(-3%)**

[(de -4% (Province)
à -3% (région
parisienne)]

FRÉQUENTATION
EUROPÉENNE ET
LONG-COURRIERS

► **(+3%)**

[(de 0% (province) à
+6% (région
parisienne)]



FOCUS ÉTÉ 2025

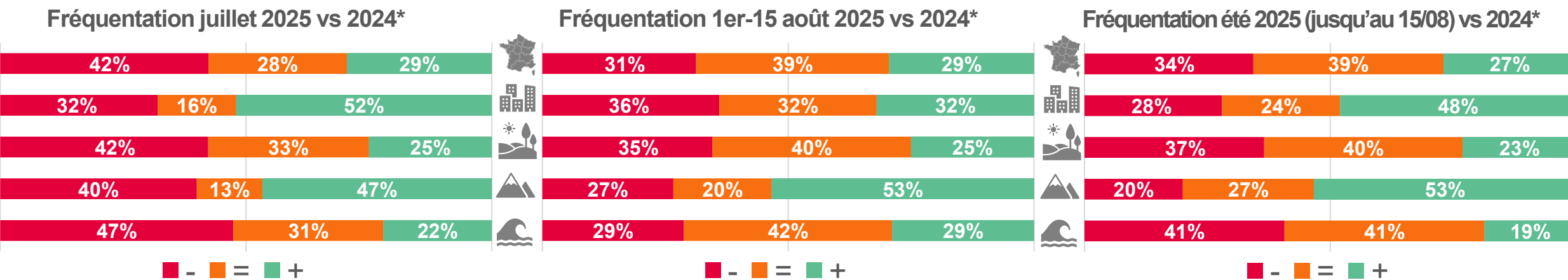
(du 28 juin au 29 août 2025)

FRÉQUENTATION GLOBALE PAR PÉRIODE

À date d'interrogation (entre le 18 et le 22 août), et alors qu'il reste 2 semaines pour boucler la saison estivale, **2 destinations sur 5 (39%) s'accordent sur une stabilité de leur fréquentation entre le 28 juillet et le 15 août 2025** (pendant que 34% annoncent un recul de leur fréquentation et 27% une progression). Cette tendance globale connaît des contrastes selon les espaces. Les destinations littorales et rurales sont en effet partagées entre recul et maintien de la fréquentation estivale 2024 pendant que les répondants des secteurs urbains et montagne sont près de la moitié à annoncer une croissance de leur fréquentation,

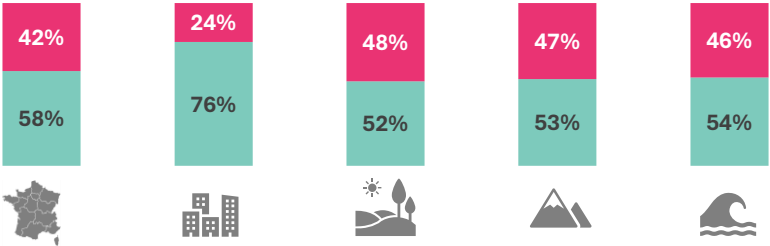
Des **contrastes existent selon les périodes**, à **mettre en contexte avec les résultats de l'été 2024** mais aussi avec la **structure du calendrier et la position des jours fériés** s'agissant de la **clientèle française** et avec **les vacances et jours fériés de chaque pays** s'agissant des **marchés européens et long-courriers** :

- **Le mois de juillet** est **en retrait** : plus de 3 destinations répondantes sur 5 annoncent un recul de leur fréquentation au regard de 2024, part atteignant 47% s'agissant des destinations littorales. A contrario, la fréquentation progresse pour respectivement 52% et 47% des répondants en espaces urbains et montagne.
- La **1^{ère} quinzaine d'août** est plus stable au regard de 2024 pour 39% des répondants (en retrait pour 31% d'entre eux et en progression pour 29%). Les territoires de montagne tirent leur épingle du jeu puisqu'ils sont une majorité (53%) à constater une progression de fréquentation sur la période.

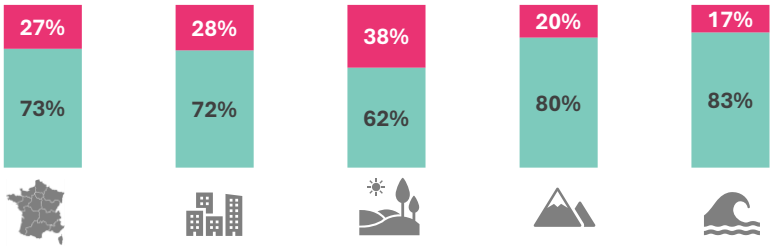


SATISFACTION DES DESTINATIONS

Satisfaction - Fréquentation juillet



Satisfaction - Fréquentation 1er-15 août



■ satisfait ■ insatisfait

La satisfaction des destinations répondantes est partagée s’agissant des périodes observées de la saison estivale 2025 :

- Le mois de juillet, bien que globalement en retrait en termes de fréquentation, a néanmoins **satisfait près de 3 destinations sur 5 (58%)**. Cette proportion atteint 76% s’agissant des destinations urbaines.

Concernant plus spécifiquement le week-end du 14 juillet (ce dernier étant un lundi cette année contre un dimanche en 2024), la fréquentation a satisfait 75% des destinations répondantes en moyenne. La satisfaction oscille entre 83% s’agissant des territoires littoraux et 53% pour ce qui est des zones de montagne.

- Le mois d’août (sur sa première quinzaine) atteint quant à lui une satisfaction supérieure puisque s’élevant à **73%**. Par espaces, elle varie entre 80% pour les destinations de montagne et 62% pour les répondants situés en secteur rural.

Concernant plus spécifiquement le week-end du 15 août (le 15 étant un vendredi en 2025 contre un jeudi en 2024), la fréquentation a satisfait 72% répondants. Les secteurs montagne et littoral tirent leur épingle du jeu (avec respectivement 80% et 83% d’opinions satisfaisantes) face aux zones urbaines (64%) et rurales (63%).

Clé de lecture : 80% des répondants des destinations « montagne » sont satisfaits de la fréquentation lors de la première quinzaine d’août..

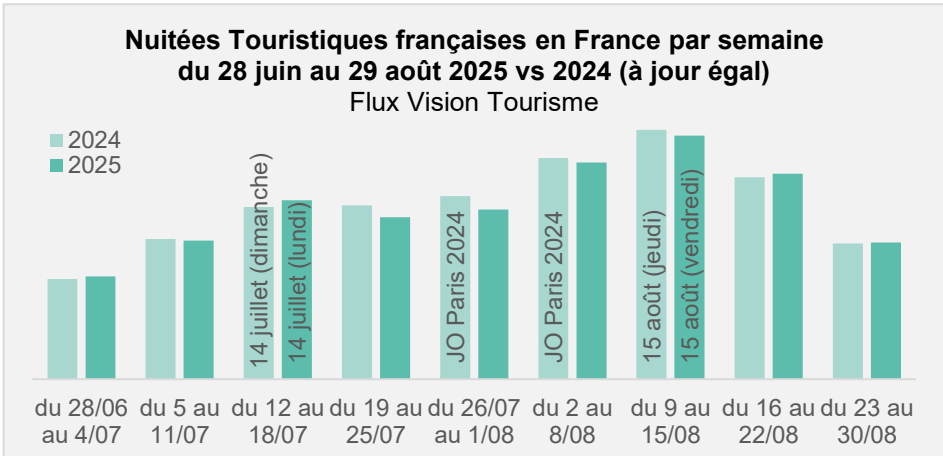
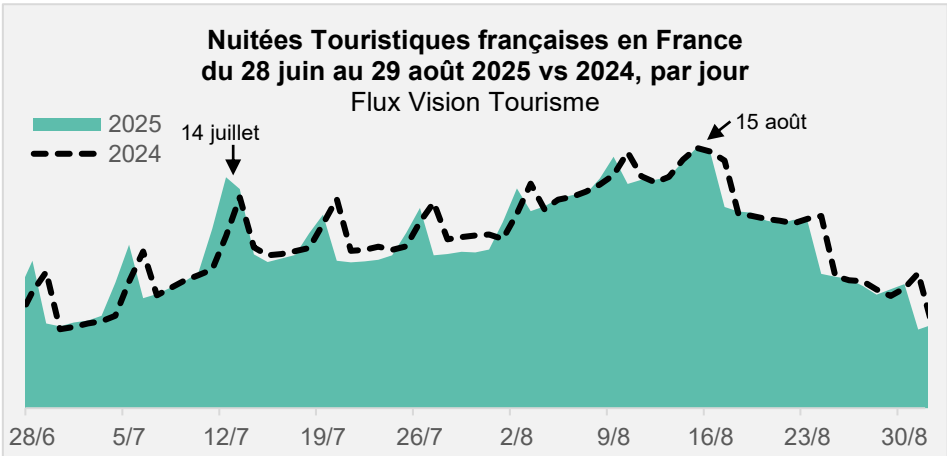
FRÉQUENTATION FRANÇAISE [1/2]

Du 28 juin au 29 août 2025, lors de la saison estivale, les **nuitées françaises** (nuitées réalisées en France par les résidents français) sont **en stabilité (-1%)** au regard de la même période en 2024 et s'élèvent à **près de 350 millions de nuitées**.

FRÉQUENTATION
FRANÇAISE

▶ **(-1%)**

(évolution nuitées
du 28/06 au
29/08/2025 vs du
29/06 au 30/08/2024)



- ◆ L'évolution hebdomadaire de la fréquentation est dépendante de la place des jours fériés (qui change chaque année).
- ◆ Cet été (jusqu'au 29 août), seule la semaine du 12 au 18 juillet (comprenant donc le férié du 14 juillet) est en relative progression au regard de 2024 (+4%, alors que les destinations auraient espéré mieux au regard du calendrier plus favorable qu'en 2024 (le jour férié était un lundi en 2025 vs un dimanche l'an dernier). À l'exception de la dernière quinzaine de juillet (pour laquelle chacune des 2 semaines est en retrait), les autres semaines sont en relative stabilité.
- ◆ Comme chaque été, la fréquentation maximale est atteinte lors de la semaine du 15 août, avec un pic de fréquentation française atteint le vendredi 15 août (avec plus de 8,5 millions de nuitées comptabilisées).

FRÉQUENTATION FRANÇAISE [2/2]

Les destinations touristiques des résidents Français
du 28 juin au 29 août 2025
(en millions de nuitées)

◆ Du 28 juin au 29 août 2025 :

- les Français ont plébiscité **les destinations littorales** (certaines avec pôles urbains) et le **quart Sud-Est** dont les **Alpes**.

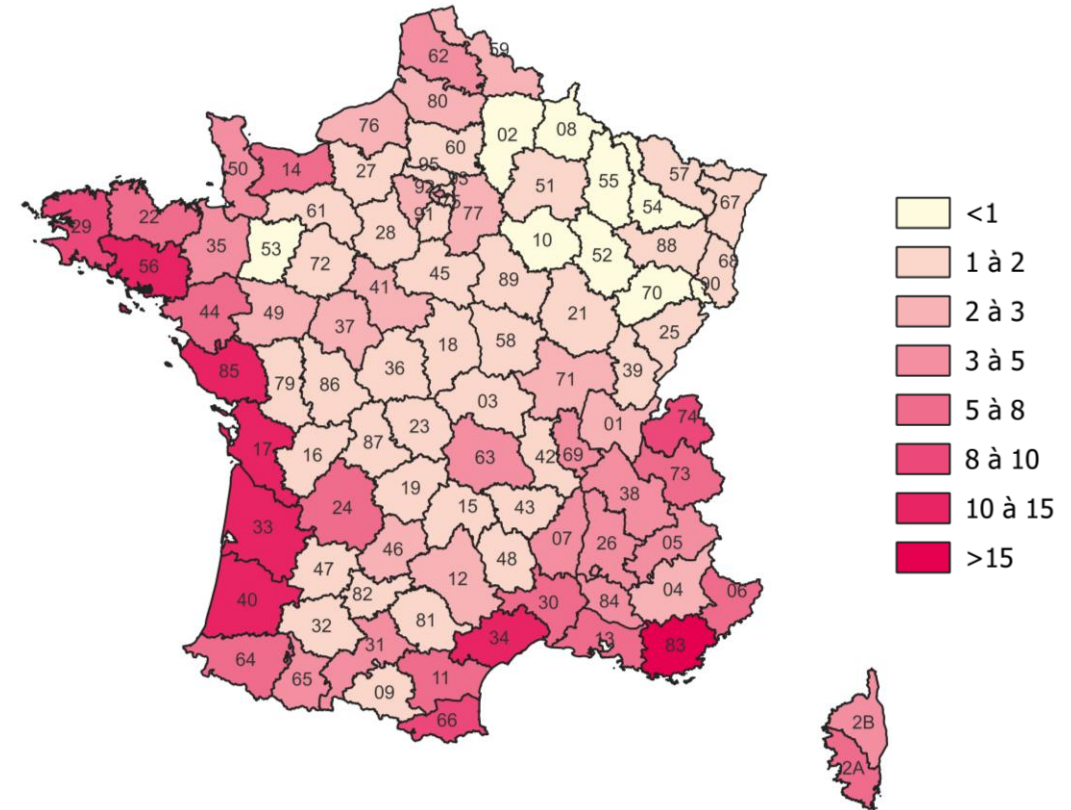
- **18 destinations départementales concentrent la moitié des nuitées Françaises de la période**, parmi lesquelles 16 disposant d'un littoral (et certaines d'une métropole également), et 2 en zone de montagne.

◆ Par rapport à la saison estivale 2024 (à jour égal) :

- **12 destinations départementales** ont connu un **recul** de leur fréquentation Française (évolution $\leq -3\%$).

- **La majorité des départements (79 destinations)** sont **en stabilité** (évolution comprise entre -3 et $+3\%$ de nuitées touristiques).

- **5 destinations (4 rurales et 1 urbaine)** sont **en progression** (évolution $\geq +3\%$), situées dans la moitié nord du pays.



FRÉQUENTATION EUROPÉENNE ET LONG-COURRIERS [1/2]

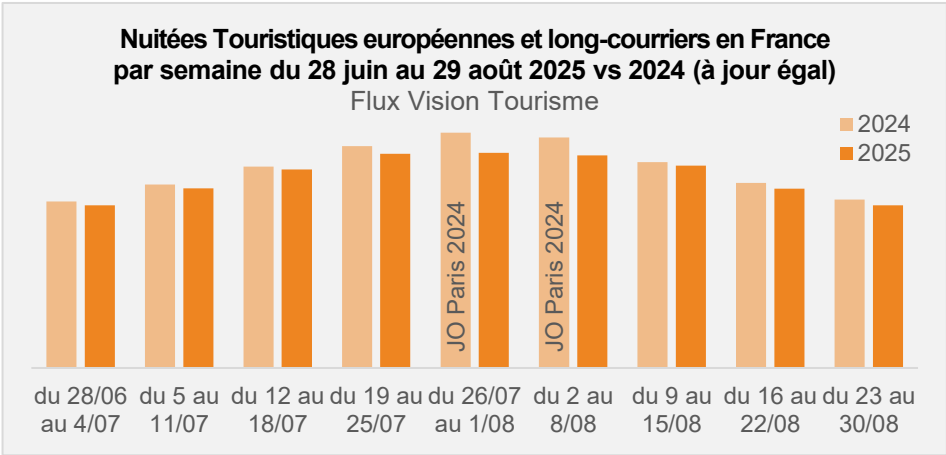
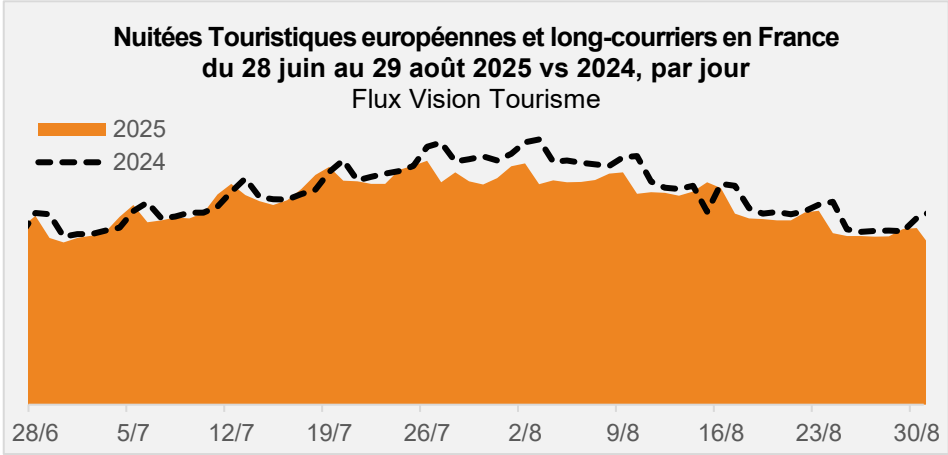
Lors de la saison estivale 2025 (soit du 28 juin au 29 août 2025), la **fréquentation européenne et long-courriers** (nuitées réalisées en France par les résidents européens et pays d'autres continents) est en **retrait (-4%)** au regard de la même période (à jour égal) en 2024.

> 8 pays représentent à eux-seuls la moitié du nombre total de nuitées européennes et long-courriers sur la période, tous européens à l'exception des Etats-Unis.

FRÉQUENTATION
EUROPÉENNE ET
LONG-COURRIERS

▼ (-4%)

(évolution nuitées
du 28/06 au
29/08/2025 vs du
29/06 au 30/08/2024)



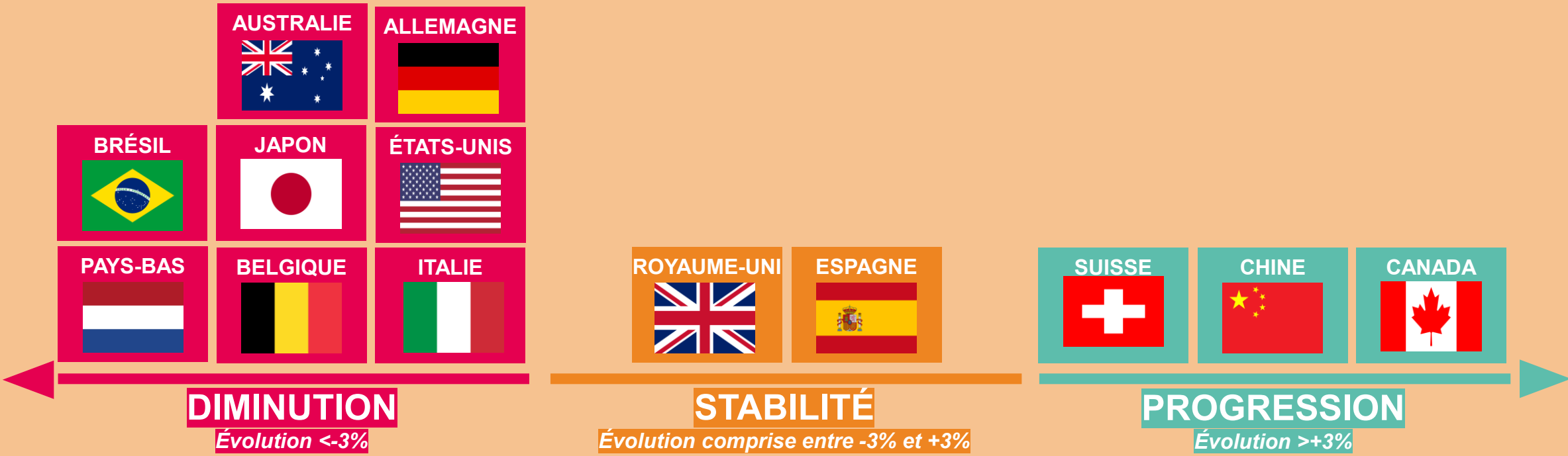
- ◆ La fréquentation européenne et long-courriers est dépendante des dates de vacances et des jours fériés propres à chaque pays (qui diffèrent parfois du calendrier Français).
- ◆ Les nuitées européennes et long-courriers sont moindres sur la période couvrant approximativement du 20 juillet au 8 août 2025, ce qui correspond en termes de comparaison aux dates des Jeux Olympiques 2024. Les autres semaines étant en relative stabilité.
- ◆ Plusieurs pics de fréquentation sont constatés. Tous sont quasiment au même niveau et sont des samedis sur la période allant de de mi-juillet à début août.

FRÉQUENTATION EUROPÉENNE ET LONG-COURRIERS [2/2]

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

* : 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 28 juin au 29 août 2025 (comparativement à la période du 29 juin au 30 août 2024). 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).





FOCUS ÉTÉ 2025 PAR ESPACE

(du 28 juin au 17 août 2025)

DISPOSITIF TENDANCES #5-2025

Été 2025 par espace



ESPACE RURAL

Évolution nuitées du 28/06 au 29/08/2025
vs du 29/06 au 30/08/2024 (à jour égal)

FRÉQUENTATION
FRANÇAISE

▶ **(-1%)**

[de -2% (Sud-Est) à
+1% (Nord-Ouest)]

FRÉQUENTATION
EUROPÉENNE ET
LONG-COURRIERS

▼ **(-5%)**

[de -8% (Sud-Ouest)
à -4% (moitié Nord)]

Ils nous en parlent...

« Un peu moins de monde mais surtout baisse des dépenses et du pouvoir d'achat » **CDT Destination Gers (32/Gers)**

« Les prix des hébergements meublés ont notablement augmenté cette année. Cela se ressent dans les dépenses des touristes : beaucoup moins de réservations pour les activités sportives. Par ailleurs, certains séjours ont été écourtés du fait de la chaleur (semaine du 15 août) » **OT Pays d'Aubenas-Vals-Antraigues (07/Ardèche)**

« Nous avons eu plus de fréquentation que 2024 plus de 2000 visiteurs en plus entre janvier 2025 à mi août 2025 comparativement à la même période 2024 mais les gens dépensent moins (les boutiques et restaurants nous le disent). Beaucoup plus de touristes Italiens la fréquentation a doublé par rapport à 2024, les visiteurs Suisses ont triplé et les reste de nationalités on tous évolué entre 10 à 30% en plus. Les Français ont aussi évolué plus mille visiteurs par rapport à l'an dernier aussi, beaucoup plus de visiteurs de Bretagne et des Hauts de France » **OT Lyons-Andelle (27/Eure)**

« Météo favorable/ 2024. Baisse du pouvoir d'achat des Français. Augmentation des réservations par internet. Augmentation de la durée des séjours » **ADT Ardennes (08/Ardennes)**

« Après une entrée de saison satisfaisante en termes de fréquentation dans nos bureaux d'information touristique, les mois de juillet et début août sont assez décevants. La clientèle étrangère bien présente au printemps, est en baisse. A noter sur la période du 1er juillet au 15 août, une baisse de la clientèle britannique, mais une légère progression des belges, italiens et canadiens. Les demandes d'informations sont toujours axées sur le patrimoine, les visites de villes et villages, mais aussi la randonnée pédestre ou cyclo, les balades en bateau et on remarque de plus fortes demandes liées aux lieux de baignade du fait de la chaleur estivale » **OT Saumur Val de Loire (49/Maine-et-Loire)**

« Le mois d'août rattrape un mois de juillet en demi-teinte. Présence tout juste suffisante des Français. Beaucoup d'accueil chez les parents et chez les amis. Difficulté pour les hôtels et les restaurants. La météo a influencé négativement le départ des vacanciers, de plus en plus météo-réactifs. Bonne performance des meublés (recettes) sur les plateformes en ligne mais des taux d'occupation stables. Bonne fréquentation des campings » **ADT Terres de Limousin (87/Haute-Vienne)**

« Une hausse de la fréquentation entre le 14 juillet et le 15 août / 2024 - notamment pour la clientèle européenne (Italie et Espagne). Comportement des touristes : augmentation des ventes en boutique (à l'OT) mais baisse du panier moyen » **OT Mont Saint-Odile (67/Haut-Rhin)**

DISPOSITIF TENDANCES #5-2025

Été 2025 par espace



ESPACE LITTORAL

Évolution nuitées du 28/06 au 29/08/2025
vs du 29/06 au 30/08/2024 (à jour égal)

FRÉQUENTATION
FRANÇAISE

▶ **(-2%)**

[de -4% (Méditerranée
Ouest)
à 0% (Manche)]

FRÉQUENTATION
EUROPÉENNE ET
LONG-COURRIERS

▼ **(-6%)**

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

Ils nous en parlent...

« D'après les hôteliers et hébergeurs interrogés, les réservations last minute ont été très fortes cet été. Les touristes séjournent moins longtemps (en moyenne 2/3 nuits). La clientèle française a été moins présente au mois de juillet mais revient depuis août. La clientèle étrangère quant à elle a été très présente (en majorité européenne notamment Italie, UK, Scandinavie et Allemagne, mais de plus en plus de visiteurs hors Europe, notamment Etats-Unis, Canada, Moyen-Orient et Australie). En termes de dépenses, on ressent la baisse du pouvoir d'achat : moins de monde dans les restaurants mais plus dans les supermarchés » **OT Antibes Juan-les-Pins (06/Alpes-Maritimes)**

« La fréquentation touristique a été bonne au cours de la première quinzaine du mois de juillet. Puis, une baisse significative de celle-ci a été constatée durant la deuxième quinzaine de ce même mois. Quant aux aoûtiers, ils sont nombreux à séjourner dans notre belle destination. Les séjours d'une semaine minimum prédominent. La canicule, la température de l'eau étonnement basse et la fermeture de l'accès aux massifs dues au Mistral ainsi que les incendies ayant frappé notre région constituent des facteurs pouvant expliquer une baisse de la fréquentation touristique à certaines périodes. Les prix pratiqués dans de nombreux hébergements, restaurants, commerces et lieux d'activités sont jugés excessifs et incitent une certaine clientèle à privilégier d'autres destinations touristiques plus ou moins lointaines (côte atlantique, Bretagne, montagne, Espagne, Portugal, Maroc, Tunisie..) au sein desquelles les tarifs sont moins élevés » **OT La Ciotat (13/Bouches-du-Rhône)**

« Les semaines entre le 14 juillet et le 15 août sont généralement les plus fréquentées. Une clientèle essentiellement familiale (parents/enfants - grands-parents/petits-enfants) ou de retraités en couple ou entre amis. Une clientèle étrangère (belge, allemand, néerlandais) en hausse notamment dans les campings. Les modes d'hébergement les plus plébiscités sont les campings ou les locations de meublés. Les courts séjours sont en hausse (parfois une seule nuit) et pas plus d'une semaine. Les hébergeurs constatent une baisse du pouvoir d'achat des classes moyennes. Les demandes à l'accueil des OT en saison estivale sont variées mais reviennent beaucoup les demandes concernant les avenues vertes ou pistes cyclables, les fêtes et manifestations, les marchés, les promenades en mer. Une forte demande également pour les sites rares ou exceptionnels à l'image du Kahl-Burg au Tréport » **OT Le Tréport-Mers (76/Seine-Maritime)**

« Une fréquentation plutôt en hausse par rapport à 2024 avec cependant un CA global en baisse. Commerces, restaurateurs et certains prestataires de loisirs enregistrent un CA en baisse. La clientèle française semble la plus attentive à ses dépenses » **OT Perros-Guirec (22/Côtes-d'Armor)**

« Hébergements complets en ce début août. Juillet peu rempli. Influences des entreprises qui ferment en août et qui imposent les congés sur cette période. Du monde mais peu de consommation, panier faible » **OT La Tranche sur Mer (85/Vendée)**

« Les comportements restent liés aux aléas climatiques ce qui rejoint l'augmentation des réservations de dernière minute. Les dépenses sont en recul » **OT Landes Atlantique Sud (40/Landes)**

DISPOSITIF TENDANCES #5-2025

Été 2025 par espace



ESPACE MONTAGNE

Évolution nuitées du 28/06 au 29/08/2025
vs du 29/06 au 30/08/2024 (à jour égal)

FRÉQUENTATION
FRANÇAISE

▶ **(-1%)**

[de -1% (Massif-Central, Alpes et Pyrénées)
à 0% (Jura/Vosges)]

FRÉQUENTATION
EUROPÉENNE ET
LONG-COURRIERS

▶ **(-3%)**

[de -9% (Massif Central) à +1% (Alpes du Nord)]

Ils nous en parlent...

« Fréquentation en légère baisse dans nos bureaux pour le mois de juillet, 2 semaines de mauvais temps, et pluie. Cependant la fréquentation du mois d'août est bien plus importante et rattrape celle du mois de juillet. Période de canicule à nouveau au mois d'août, beaucoup de monde proche des points d'eau du territoire. Week-end du 15 août très fréquenté. Beaucoup de familles sur la saison estivale. Beaucoup de clients européens (Belges, Hollandais et Allemands). Les demandes sont principalement axées sur la randonnée pédestre, les activités en familles, les animations, les marchés locaux et les visites artisanales et de terroir » **OT La Bresse Hautes Vosges (88/Vosges)**

« Clientèle venue tardivement. Consommation en baisse et recherche des petits prix et de la gratuité. Fréquentation en hausse dans les campings et en baisse dans les autres structures » **OT Praz-de-Lys/Sommand (74/Haute-Savoie)**

« Juin favorable, sur des petits volumes, avec des ponts bien placés (car tardifs) pour la montagne, des cols/passage touristique qui ont fait le plein, météo chaude et favorable de ce point de vue. Juillet assez flottant, a priori en recul en volume mais surtout marqué par des dépenses en berne. Août massif, saturation / concentration qui s'accroît, volumes qui permettent d'assurer de beaux chiffres, même si la tendance à la restriction de dépenses non essentielles est confirmée. Pour autant, des activités à expérience ou qui ont justifié le séjour ne sont pas en recul, au contraire (progression des ventes et passages sur le domaine d'altitude...) » **OT Serre-Chevalier Vallée Briançon (05/Hautes-Alpes)**

« Forte fréquentation sur la période du Tour de France. Difficultés sur le mois de juillet avec une clientèle qui ne consomme pas : elle privilégie les espaces gratuits » **OT Saint-Lary Soulan (65/Hautes-Pyrénées)**

« Tendance globale légèrement à la hausse : +1% sur juin, juillet et août, mais arbitrage sur les dépenses annexes. Le pouvoir d'achat semblait plus limité cet été » **OT Alpe-d'Huez (38/Isère)**

« Au global, la fréquentation est en légère hausse (+1.5 point par rapport à 2024 dans les hébergements marchands). Mais cela grâce à trois semaines beaucoup plus fortes notamment celle du 12 au 19 juillet, avec un pic important le week-end du 14 juillet, et la 1ère quinzaine d'août. Les autres semaines sont en deçà de 2024 et notamment la deuxième quinzaine de juillet pour laquelle nous avons connu une météo très défavorable. Concernant les clientèles, le manque de pouvoir d'achat est signalé par tous les acteurs touristiques et la nécessité de baisser les prix et être agile sur les réservations (courts séjours, ultra dernière minute) sont signalés par les hébergeurs. Ils constatent des clients plus exigeants que les années précédentes » **OT du Sancy (63/Puy-de-Dôme)**

DISPOSITIF TENDANCES #5-2025

Été 2025 par espace



ESPACE URBAIN

Évolution nuitées du 28/06 au 29/08/2025
vs du 29/06 au 30/08/2024 (à jour égal)

FRÉQUENTATION
FRANÇAISE

► **(-1%)**

[de -2% (province)
à +1% (région
parisienne)]

FRÉQUENTATION
EUROPÉENNE ET
LONG-COURRIERS

► **(-3%)**

[de -8% (province)
à +2% (région
parisienne)]

Ils nous en parlent...

« Une clientèle estivale présente dès la fin du mois de Juin dans les structures d'hébergements mais peu visible avant la mi-Juillet dans les autres sites de consommation (particulièrement la restauration dont les terrasses ont été délaissées par des clientèles à la recherche d'îlots de fraîcheur ...) » **OT Valence Romans (26/Drôme)**

« Un très bon début de saison, avant un essoufflement en juillet. Août semble avoir été plus fort que l'an passé, à priori, avant d'avoir les chiffres du mois complet. Les touristes français semblent à priori être venus un peu moins nombreux cet été par rapport à l'an passé. Les premiers chiffres (non consolidés) feraient état d'une baisse d'activité de la restauration de l'ordre de -15 à -20%, probablement lié à une baisse du pouvoir d'achat des touristes » **OT Eurométropolitain de Strasbourg (67/Haut-Rhin)**

« Des séjours longs (1 semaine à 15 jours), beaucoup de parents avec enfants et grands-parents avec petits-enfants. La semaine post-15 août connaît une très bonne fréquentation. Des dépenses mesurées, nous ressentons que des choix sont nécessaires pour les visiteurs. La météo est un facteur important pour la fréquentation sur notre territoire. Demandes : croisières (-2%), rando pédestre (+6%), rando vélo (=), circuits de découverte (+19%), musées /sites industriels et visites guidées (+1%), animations estivales (-1%). Une nouveauté : nette augmentation des demandes liées aux transports en communs et comment se déplacer en bus / train : +6% » **OT Saint-Nazaire Agglomération (44/Loire-Atlantique)**

« Forte poussée des clientèles internationales à Evian qui a stimulée l'activité touristique tout l'été. Suisse, Moyen Orient, USA, Italie, Asie... » **OT Evian (74/Haute-Savoie)**

« Demandes de dernière minute, même pour les activités de loisirs et les visites. Ce manque d'anticipation génère des frustrations pour des activités régulièrement complètes. Dès qu'il pleut : panique sur les activités à faire avec les enfants. Pour les déplacements doux : vélos et bus et train sont bien utilisés, mais toujours beaucoup de voiture [...] » **OT Arcachon (33/Gironde)**

« Réservations très tardives, baisse de fréquentation des hôtels milieu de gamme, hausse de la fréquentation en camping et villages clubs. Centre ville et monuments très peu fréquentés en journée à cause des températures caniculaires » **OT Salon-de-Provence (13/Bouches-du-Rhône)**

« Américains et Canadiens en légère hausse. Des Espagnols toujours 1ere clientèles touristiques » **OT Toulouse (318/Haute-Garonne)**

« Si la fréquentation globale diminue légèrement (-5 %, source : Orange Business - Flux Vision) sur la Métropole pour les touristes français et pour les touristes étrangers, les secteurs de l'hébergement marchand affichent des indicateurs de fréquentation semblables à l'été 2024 (sources : MKG, LightHouse) » **OT Nice Côte d'Azur (06/Alpes-Maritimes)**



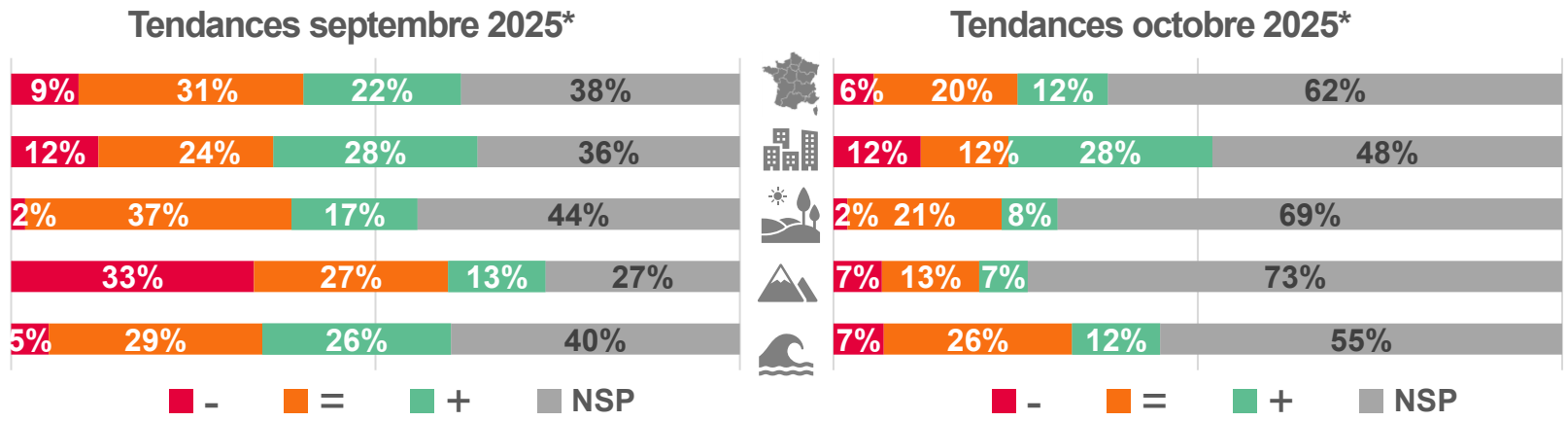
TENDANCES À VENIR

TENDANCES À VENIR

DE BONNES PERSPECTIVES POUR SEPTEMBRE
UNE CERTAINE PRUDENCE POUR OCTOBRE ET LES VACANCES D'AUTOMNE

À date, et même **s'il est parfois difficile de se prononcer pour les destinations**, quelques tendances se dégagent s'agissant de l'automne 2025 :

- **de bonnes perspectives pour septembre**, qui s'orienterait vers une stabilité pour 31% des répondants et une progression pour 22% (38% ne se prononcent pas). Ce mois, comme chaque année, sera nettement influencé par les conditions météorologiques et les réservations de dernière minute liées. Les destinations de montagne se montrent plutôt pessimistes puisqu'elles sont d'ores et déjà 33% à s'attendre à un recul de leur fréquentation au regard de septembre 2024.
- une certaine **prudence** pour **octobre** et les **vacances d'Automne**, période pour laquelle 62% des destinations n'osent pas encore se prononcer. Les répondants des espaces urbains apparaissent néanmoins comme étant les plus optimistes (28% prévoient d'ores et déjà une hausse de fréquentation), à la faveur du tourisme d'affaires.



* Clé de lecture : 28% des répondants des destinations « urbaines » estiment que la fréquentation lors du mois d'octobre 2025 sera supérieure à celle d'octobre N-1.

Dispositif Tendances #5-2025

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

©ADN TOURISME

Traitements et analyses : Rodolphe BRENIER - Septembre 2025

Vos contacts observation :

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

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