

Baromètre de conjoncture touristique des Pays de la Loire

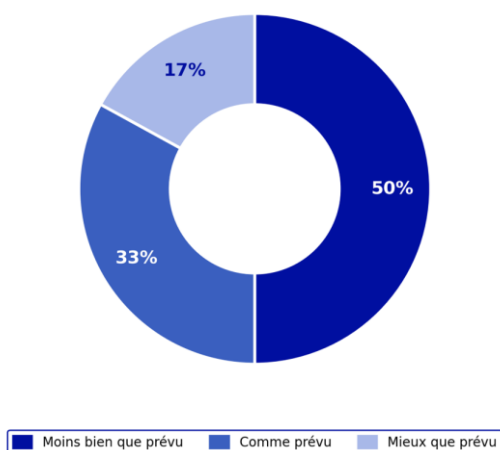
Début de saison (avril - juin 2026)

Baromètre réalisé par l'Observatoire Régional du Tourisme, en collaboration avec les 5 Agences Départementales du Tourisme. Analyse de 711 réponses de professionnels interrogés du 2 au 10 juin sur leurs fréquentations d'avril à juin, et leurs perspectives d'activité pour l'été 2026.

Un bon début de saison pour une majorité de campings et de sites de visite (en dehors des épisodes de canicule), un démarrage plus inégal pour l'hôtellerie-restauration et une consommation raisonnée

Les week-ends prolongés et les ponts du printemps ont permis de soutenir l'activité, après un mois d'avril en léger retrait par rapport à l'an dernier, en générant des pics de fréquentation sur l'ensemble du territoire.

Activités attendues des professionnels



Dans ce contexte, **l'activité touristique apparaît dans l'ensemble au niveau des attentes des professionnels**, avec une entreprise sur deux indiquant une activité conforme ou meilleure que leurs prévisions.

Ce constat est plutôt satisfaisant après une bonne saison 2025.

Plusieurs éléments tangibles peuvent éclairer cette lecture :

- les ponts du mois de mai ont joué un rôle déterminant, permettant à de nombreux établissements de compenser un début de saison plus discret ;
- **l'hôtellerie de plein air** affiche un bon démarrage, avant l'épisode de canicule de fin juin : près de **6 campings sur 10 déclarent une activité conforme ou supérieure aux attentes** (23% mieux que prévu, 37% conforme) ;
- les **sites de visite et activités de loisirs** présentent également des résultats satisfaisants, avec **58% d'établissements au niveau ou au-dessus des attentes** (19% mieux que prévu, 39% conforme) **mais les sites proposant des activités extérieures ont été très sensibles à la météo**.

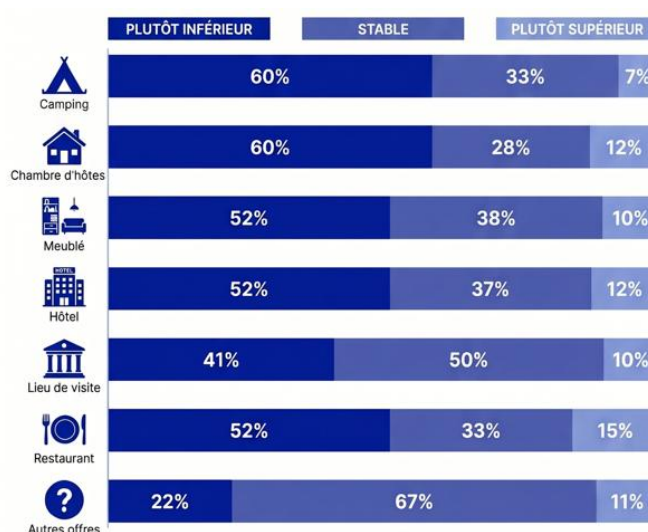
Malgré un contexte marqué par une météo instable (fortes pluies et canicules), un environnement économique contraignant – en particulier la hausse du coût des carburants – et des réservations de plus en plus tardives, des facteurs de résilience demeurent. La clientèle française, en particulier de proximité, constitue toujours le socle de l'activité, même si elle se montre plus attentive à ses dépenses et privilégie des séjours plus courts.

- La fréquentation

Une fréquentation touristique structurée par la clientèle française, mais des contrastes territoriaux et des clientèles internationales tardives.

55% des professionnels jugent la fréquentation française stable et 18% en hausse, confirmant la **bonne tenue du marché domestique**. À l'inverse, 51% des professionnels interrogés estiment que leurs clientèles internationales sont en retrait en ce début de saison. Le contexte géopolitique international a pu freiner les arrivées de ces clientèles.

Estimation des clientèles internationales



Pour **l'hôtellerie de plein air**, plus de la moitié des professionnels signalent une stabilité de la clientèle française, tandis que près d'un établissement sur cinq observe une progression. Cette bonne tenue, particulièrement visible lors des ponts, confirme la capacité de cette filière à capter une clientèle de proximité. À l'inverse, la fréquentation internationale semble connaître un léger retard : près d'un professionnel sur deux le constate.

Un événement particulièrement négatif a pu retarder l'ouverture de plusieurs campings en Anjou ou en Loire-Atlantique, et influencer sur leur équilibre économique : les crues hivernales historiques de l'hiver 2026.

Les sites de visite et les activités de loisirs présentent également une situation plutôt favorable. Portés par une clientèle mixte et des pics de fréquentation lors des week-ends prolongés, ces équipements enregistrent des niveaux de fréquentation globalement satisfaisants, même si la clientèle étrangère reste en retrait. A noter : l'enquête n'a pas porté sur le dernier épisode de canicule de fin juin. Beaucoup de classes de découvertes organisées par des établissements scolaires ont ainsi dû être annulées.

A contrario, **l'hôtellerie** apparaît plus exposée. Près de 40 % des professionnels déclarent une baisse de la clientèle française, et plus d'un sur deux une diminution de la fréquentation internationale. Là encore, l'actualité internationale a pu influencer sur ces clientèles. Par ailleurs, le contexte économique est très souvent évoqué par les professionnels, générant des arbitrages budgétaires.

À noter que les établissements proposant la climatisation ou des salles de restauration fraîches ont connu un meilleur maintien de leur chiffre d'affaires durant la canicule.

Les hébergements en **chambres d'hôtes et les meublés** bénéficient quant à eux d'un socle de clientèle domestique solide (très stimulé par les longs week-ends), mais indiquent connaître une diminution marquée des clientèles internationales.

Un début de saison porté par le littoral, des espaces ruraux bénéficiant d'une bonne dynamique des flux domestiques.

Le littoral : un rôle moteur confirmé, avec une fréquentation française constatée comme majoritairement stable ou en croissance par les entreprises interrogées. Une meilleure tenue de la clientèle internationale a priori que sur certaines zones rurales.

Le littoral a bénéficié pleinement des ponts et a concentré les flux les plus dynamiques, selon les professionnels interrogés.

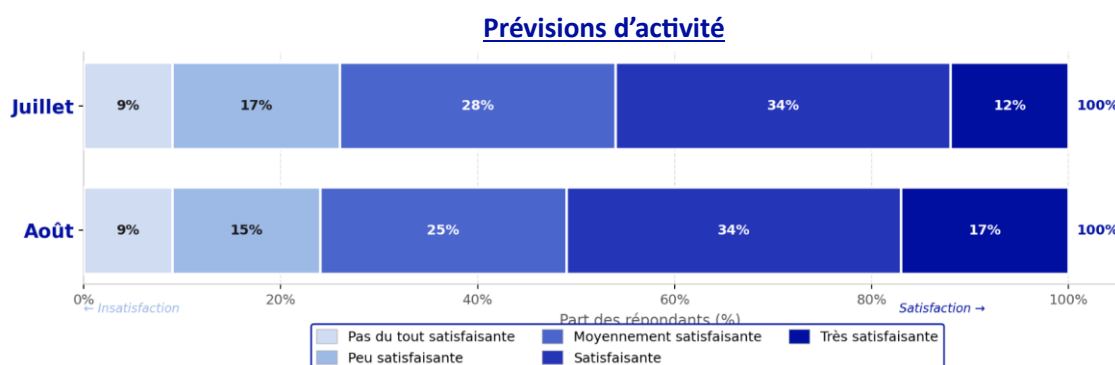
Les espaces ruraux : une prédominance du marché domestique, une clientèle internationale stable ou en léger retrait pour une majorité des professionnels.

Les zones urbaines : une activité de restauration qui peine à démarrer du fait des arbitrages économiques et des difficultés de recrutement.

• Les prévisions

Plus d'un professionnel sur deux plutôt satisfaits de ses prévisions pour l'été

Les professionnels se montrent plutôt optimistes sur les prévisions de l'été, notamment les exploitants de campings et de meublés. Les propriétaires de chambres d'hôtes quant à eux sont réservés.



• Les tendances

Les réservations de dernière minute et les courts séjours : ce sont les tendances la plus citées par les professionnels. Le manque de visibilité demeure important, les réservations se faisant à l'ultra-dernière minute, souvent en fonction de la météo, des événements proposés ou des opportunités tarifaires.

A la mi-juin, 63% des professionnels **ont finalisé leurs recrutements saisonniers**. Un grand nombre d'entreprises expriment des difficultés à trouver du personnel qualifié et invoquent le déficit

d'attractivité des postes, lié notamment aux contraintes horaires. Ils citent également les difficultés de logement et de mobilité des candidats.

Si 44% des professionnels semblent **satisfaits des chiffres d'affaires réalisés** sur la période interrogée, ils notent cependant une baisse du panier moyen. Les entreprises remarquent que leurs clients font preuve d'une certaine "frilosité" mais aussi d'une "sensibilité accrue" aux prix. Ils constatent une baisse de la consommation de prestations annexes (petits-déjeuners, bar, boutique, suppléments au restaurant). Les visiteurs privilégient les activités gratuites et comparent systématiquement les prix.

Les professionnels nous ont dit :

« Les clients font attention à leur budget et consomment peu. »

« Les week-ends prolongés ont bien fonctionné, mais c'est irrégulier. »

« Très bon début de saison pour les week-ends en famille pour visiter le zoo et alentours »

« Belle activité sur les ponts du mois de mai. Le contexte économique et géopolitique ainsi que la météo ont une grosse influence sur l'activité ».

« Une réservation à peu près équivalente pour nos villages vacances famille. Mais un point de vigilance au niveau du tourisme social, sur les chutes des inscriptions des enfants au niveau des colos »

« Baisse de la consommation et réservation très tardive qui permet difficilement de se projeter... »

« Peu de réservation d'étrangers et au dernier moment pour la clientèle française. Annulations en avril à cause du carburant. »

« Difficulté à trouver des saisonniers autonomes en logement et véhicule »

« Trouver les personnes disponibles en fonction du type de contrat (week-ends, fériés, nombres d'heures travaillées) ».

« Les établissements qui s'en sont bien sortis, sont ceux qui étaient équipés en climatisation, il y a eu beaucoup de d'annulations et beaucoup de départs également à cause de la chaleur »

En bref pour ce début de saison :

- **Les ponts et week-ends prolongés du mois de mai** ont servi de moteurs de la fréquentation touristique, notamment sur le littoral,
- **Les sites de visite, les activités de loisirs et l'hôtellerie de plein air** affichent une meilleure résistance que les autres types d'offres touristiques, en dehors des périodes de canicule,
- **La clientèle française et de proximité** reste le socle de l'activité touristique régionale, bien qu'elle semble être extrêmement vigilante sur ses dépenses,
- **Des prévisions de réservation plutôt satisfaisantes pour l'été,**
- **Des problématiques récurrentes** soulignées par les professionnels : **le recrutement, le logement des saisonniers et leur mobilité.**
- **Le meilleur succès des équipements climatisés en période de canicule.**