

Baromètre de conjoncture touristique des Pays de la Loire

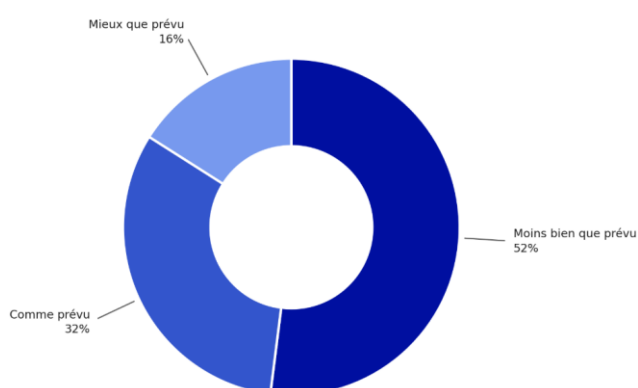
Saison touristique 2026

Baromètre réalisé par l'Observatoire Régional du Tourisme, en collaboration avec les 5 Agences Départementales du Tourisme. Analyse de 770 réponses de professionnels sur leur fréquentation des mois d'avril à août 2026, et leurs perspectives d'activité pour septembre.

Une saison 2026 globalement bonne mais de très grands écarts entre certaines filières et certaines périodes de la saison, essentiellement en raison des épisodes caniculaires

La fréquentation touristique en Pays de la Loire confirme la dynamique observée depuis le début de l'année. Les premiers indicateurs disponibles suggèrent une saison estivale satisfaisante, notamment pour les destinations littorales ligériennes, à l'exception des périodes de canicule, soutenue par une fréquentation française solide, la poursuite du retour des clientèles étrangères européennes et la forte attractivité des grands événements culturels et de loisirs régionaux. Le tourisme de proximité et les courts séjours demeurent des tendances structurantes.

Activités attendues des professionnels



72 % de satisfaction « moyenne à élevée » en 2026 contre 87% en 2025

L'activité réalisée recueille une appréciation plutôt positive de la part des répondants. Toutefois, cette satisfaction relative contraste avec le niveau d'attentes exprimé pour cette saison. Plus d'un professionnel sur deux considère en effet que son activité s'est révélée moins bonne qu'escompté, contre seulement 16 % qui la jugent meilleure que prévu. Cette perception mesurée est plus marquée dans les secteurs de l'hôtellerie, de la restauration, des chambres d'hôtes et de certaines activités de loisirs de plein air. Les résultats témoignent d'une saison plus complexe que les années précédentes malgré une fréquentation qui reste globalement soutenue, notamment sur le littoral.

Une saison résiliente dans un contexte climatique inédit

L'enquête auprès des professionnels du tourisme confirme la résilience des professionnels des Pays de la Loire malgré les événements climatiques extrêmes et leurs conséquences (4 épisodes caniculaires soit près de 40 jours et de nombreux incendies enregistrés sur la période), conjugués à un contexte budgétaire et un environnement international marqués par des incertitudes économiques et géopolitiques.

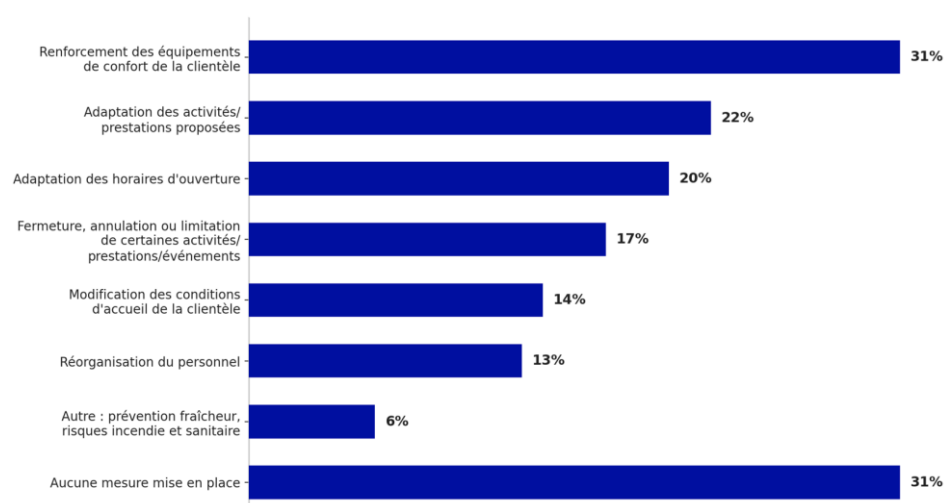
Des conditions météorologiques globalement propices à l'activité touristique, malgré des épisodes de canicule extrême aux effets variables selon les territoires et les filières

Si la précocité de la première vague de chaleur a surpris les professionnels et les clientèles, la seconde vague de chaleur a clairement pesé sur la fréquentation notamment sur celle du tourisme urbain (programmation culturelle dense mais annulations d'événements majeurs). Les destinations littorales, quant à elles, enregistrent un bon niveau d'activité, favorisé par ces conditions exceptionnelles. Cette situation a bénéficié à la fréquentation des plages et aux activités nautiques, en appui sur une clientèle en recherche de fraîcheur.

La canicule, premier facteur explicatif des résultats observés

Les professionnels ligériens déclarent subir un effet secondaire de ce phénomène météorologique et déplorent des reports ou annulations de réservations et des conditions de travail dégradées pour les équipes, les obligeant à une grande réactivité en cours de saison pour la mise en place de mesures ou dispositifs adaptés.

Mesures d'adaptation mises en place



Les épisodes caniculaires sont cités dans une très grande majorité des commentaires spontanés adressés par les professionnels : de nombreux acteurs rapportent des baisses d'activité particulièrement importantes pendant les pics de chaleur, avec la chute de fréquentation dans certains hébergements ou sites de visite (parcs animaliers, sites extérieurs...) de l'intérieur du territoire régional et impactant directement leur CA pour 48% d'entre eux.

Les équipements disposant de piscines, de locaux climatisés, d'espaces aquatiques, de zones d'ombrages ou situés à proximité du littoral ont moins souffert des épisodes caniculaires, bénéficiant parfois de reports de clientèles recherchant des conditions de séjour plus confortables.

Fréquentation

La fréquentation touristique globale confirme sa dynamique

CLIENTÈLE	PLUTÔT INFÉRIEURE	STABLE	PLUTÔT SUPÉRIEURE
 Ensemble	42,0 %	37,2 %	20,8 %
FR Française	35,2 %	45,5 %	19,3 %
 Internationale	43,2 %	33,7 %	23,1 %

58 % des professionnels observent une fréquentation globale stable ou en progression, ce qui traduit une activité assez résistante mais fait apparaître une perception des professionnels plutôt prudente de leur activité.

57 % des répondants déclarent une fréquentation internationale stable ou supérieure. Ces résultats suggèrent une reprise de la clientèle internationale.

La clientèle française, quant à elle, continue de jouer un rôle essentiel dans l'activité touristique : près des deux tiers des professionnels (65 %) la jugent stable ou en hausse. Cette dynamique s'appuie, entre autres, sur la clientèle de proximité, dont la fréquentation est considérée comme stable par près de la moitié des répondants (47,2 %). Les visiteurs locaux et des départements limitrophes constituent ainsi un socle solide de fréquentation, favorisé par les courts séjours et des excursions à la journée.

À l'inverse, la fréquentation de la clientèle cycliste présente une situation plus contrastée. Les professionnels sont majoritairement partagés entre une stabilité (41,5 %) et une baisse de la fréquentation cyclotouristique (41,9 %). Cette tendance peut s'expliquer notamment par des conditions météorologiques moins favorables à la pratique du vélo sur certaines périodes.

Sur le plan des perspectives d'activité pour les mois de septembre et octobre, les retours des professionnels du tourisme témoignent d'une certaine prudence mais aussi d'un manque de visibilité sur des réservations tardives. Si 21% des répondants anticipent une période satisfaisante ou très satisfaisante, une part plus importante (29,8 %) juge les perspectives peu ou pas du tout satisfaisantes.

Focus : tous modes d'hébergement confondus, un nombre de nuitées touristiques stable

Au regard des premières tendances estimées avec Flux Vision Tourisme/Orange, la saison estivale 2026 des Pays de la Loire s'inscrit dans une dynamique favorable et retrouve des niveaux comparables à ceux observés l'an dernier sur la même période.

Les clientèles internationales représentent près de 30 % de ces nuitées. Parmi elles, la clientèle allemande confirme sa progression notamment sur le littoral, tandis que les clientèles britanniques apparaissent en léger recul sur la période. Les visiteurs néerlandais affichent, quant à eux, une fréquentation stable. Du côté des clientèles françaises, les nuitées en provenance d'Île-de-France et de Bretagne sont en baisse, alors que la clientèle néo-aquitaine progresse. À noter également la bonne dynamique de la clientèle de proximité, avec une hausse de 13 % des nuitées réalisées par les Ligériens par rapport à la même période en 2025.

Source : Données provisoires FVT/ Orange solution développée par Orange Business permettant de convertir des millions d'informations techniques du réseau mobile Orange en indicateurs statistiques, afin d'analyser la fréquentation des territoires ainsi que les lieux de nuitées et d'excursions des populations.

Analyse des retours d'enquête et des commentaires des professionnels

Une fréquentation comparable à l'an passé, mais des situations extrêmement contrastées

Si la fréquentation touristique est perçue de manière globalement positive, les professionnels relèvent cependant des évolutions notables d'habitudes de réservation et des demandes particulières les obligeant à s'adapter une nouvelle fois aux attentes en matière de flexibilité, sécurité, accessibilité, qualité des services.

Une évolution des comportements de consommation marquée par une réservation plus tardive des séjours :

**Les campings : une fréquentation toujours soutenue, en particulier pour les campings ayant le plus investi (piscines, restauration...)**

L'hôtellerie de plein air présente les résultats les plus favorables parmi les hébergements touristiques. Environ 6 campings sur 10 qualifient leur activité de bonne ou très bonne et plus d'un tiers indiquent des résultats conformes ou supérieurs à leurs prévisions. Les campings du littoral de Vendée et de Loire-Atlantique enregistrent les meilleures performances. La fréquentation reste soutenue malgré une évolution des comportements : les séjours sont plus courts, les réservations plus tardives et les dépenses annexes moins importantes. Les professionnels soulignent néanmoins que les équipements aquatiques, les espaces ombragés et la proximité du littoral ont constitué de véritables atouts dans le contexte climatique de l'été 2026.

A noter également un bon développement en 2026 des réservations sur les « emplacements nus » pour du camping sous tente, en VAN...

L'hôtellerie : la filière la plus en retrait

L'hôtellerie apparaît comme l'une des filières les plus impactées par la saison estivale 2026. Près de 70 % des hôteliers interrogés déclarent une activité inférieure à leurs prévisions, tandis qu'à peine 11 % estiment leur saison meilleure qu'attendu. L'activité est jugée difficile ou très difficile par près d'un tiers des professionnels. Plusieurs établissements signalent des baisses de fréquentation selon les territoires. La fréquentation de clientèle française est estimée à la baisse et de nombreux hôteliers observent une diminution de la consommation des prestations annexes, notamment des petits-déjeuners et de la restauration. Les structures disposant de chambres climatisées ont bénéficié d'un avantage concurrentiel certain pendant les épisodes caniculaires.

Les meublés touristiques : une saison satisfaisante... voire très satisfaisante sur certains secteurs

Environ deux tiers des gestionnaires de meublés déclarent une activité bonne ou très bonne, tandis qu'environ un tiers seulement fait état d'une activité inférieure aux attentes. Cette filière bénéficie de sa souplesse d'usage, de l'autonomie offerte aux visiteurs et de sa capacité à accueillir des familles.

Cependant, les propriétaires signalent une généralisation des séjours de courte durée, avec une progression marquée des réservations de deux à quatre nuits au détriment des locations à la semaine.

Les données de l'observatoire « France Tourisme Observation / Liwango » pour les Pays de la Loire indiquent une progression des réservations au printemps (avril et mai), de + 8 % et + 11 % par rapport à 2025. Après un ralentissement observé en juin, l'activité repart nettement à la hausse en juillet avec plus de 529 000 nuitées réservées et un taux d'occupation de 53,6 %. Les perspectives pour août semblent aussi favorables avec un taux d'occupation prévisionnel de 63,3 %, tandis que les prévisions pour l'arrière-saison demeurent plus nuancées à ce stade des réservations.

Les chambres d'hôtes : une activité plus sensible

La situation des chambres d'hôtes apparaît plus contrastée. Près de 6 professionnels sur 10 jugent leur saison moins bonne que prévu et près d'un tiers qualifient leur activité de difficile ou très difficile. Les gestionnaires soulignent particulièrement la progression des réservations de dernière minute et la réduction des durées de séjour. Les hébergements accueillant une clientèle de passage résistent mieux que ceux ciblant des séjours longs. Plusieurs exploitants indiquent également une augmentation des demandes pour une seule nuitée.

La restauration : une baisse marquée du panier moyen, entraînant de réelles difficultés pour certains établissements

La restauration est l'une des filières les plus touchées par les arbitrages budgétaires des touristes. Environ 60 % des restaurateurs déclarent une activité inférieure à leurs prévisions. Si la fréquentation se maintient souvent à un niveau satisfaisant, le montant moyen dépensé par client est fréquemment orienté à la baisse. Les professionnels évoquent une diminution des ventes de boissons, de desserts et de cafés. Plusieurs établissements constatent également des baisses de fréquentation aux heures les plus chaudes de la journée. Les établissements littoraux semblent avoir bénéficié de résultats plus favorables que ceux des espaces urbains ou ruraux de l'intérieur de la région.

Les sites de visite et activités de loisirs : un impact très négatif des épisodes caniculaires pour les sites de plein air

Les activités de loisirs et sites de visite présentent les résultats les plus hétérogènes de l'enquête. Plus de 6 gestionnaires sur 10 estiment que leur fréquentation est inférieure à leurs attentes. Les activités de plein air, les parcs de loisirs, les jardins et certaines visites patrimoniales extérieures ont particulièrement souffert des fortes chaleurs (avec des chutes de fréquentation de - 20 à - 40% sur certaines périodes, y compris pour les plus importants sites de visite de la région). À l'inverse, plusieurs activités nautiques, équipements couverts, sites troglodytiques, espaces frais ou climatisés enregistrent des résultats satisfaisants voire supérieurs à ceux de 2025. Les exploitants signalent également une augmentation des questions liées aux conditions climatiques avant réservation ou avant visite.

Retours directs des fédérations professionnelles et paroles des professionnels

Retours des fédérations professionnelles

Nicolas CHARRIER, Président de la Fédération Régionale de l'Hôtellerie de Plein Air (FRHPA) des Pays de la Loire

« **La saison 2026 semble globalement bien orientée en matière de fréquentation.** Juillet se distingue particulièrement, puisque 57 % des campings répondants déclarent une hausse de leurs nuitées par rapport à 2025. Les réservations pour août restent également favorables pour près d'un établissement sur deux.

Cette fréquentation positive ne doit toutefois pas masquer une évolution importante des comportements. Les vacanciers réservent de plus en plus tard, souvent à la dernière minute, et privilégient des séjours plus courts.

Nous observons également une plus grande vigilance sur les dépenses. Près de quatre campings sur dix enregistrent une baisse de la consommation des services, et près d'un quart constate une diminution du panier moyen. Une hausse des nuitées ne signifie donc pas nécessairement une hausse équivalente du chiffre d'affaires.

La clientèle étrangère demeure solide, avec une fréquentation stable ou en hausse pour les trois quarts des campings répondants. Les Néerlandais restent de très loin la première clientèle étrangère citée, devant les Allemands, les Belges et les Britanniques.

Enfin, cette saison a été marquée par de nombreux aléas : canicule, incendies, inondations, difficultés de recrutement et annulations liées aux conditions climatiques. Les professionnels ont su s'adapter, mais ils travaillent avec une visibilité de plus en plus réduite et dans un contexte économique et climatique particulièrement exigeant.

Ces résultats sont néanmoins à considérer comme une photographie des campings ayant répondu à notre enquête au cours du mois d'août. »

Franck Chadeau, président de la Fédération Vendéenne de l'Hôtellerie de Plein Air (FVHPA)

« Les adhérents constatent une baisse de fréquentation au cours du mois de juillet. Cette situation s'explique notamment par les fortes

chaleurs, ainsi que par un manque de réservations de dernière minute, habituellement plus nombreuses à cette période. Le mois d'août présente en revanche un bilan globalement satisfaisant, avec de bons taux de remplissage. Les réservations ont été effectuées plus en amont et concernent des séjours plus longs. Nous avons également observé une évolution de la demande, avec un intérêt plus prononcé pour les « emplacements nus » destinés aux tentes, caravanes et camping-cars, van... **Les professionnels restent désormais attentifs aux perspectives du mois de septembre** et espèrent bénéficier d'une arrière-saison dynamique pour prolonger l'activité touristique. »

Loïc CORBEL, Président du Groupement des Hôtelleries et Restaurations (GHR) du Grand Ouest

Si je devais résumer cette saison 2026 en quelques mots, je dirais : une saison contrastée, souvent difficile, mais riche en enseignements pour l'avenir.

Les mois de mai, juin et surtout juillet ont été particulièrement compliqués.

La canicule a eu un impact direct sur nos établissements, nos équipes et le comportement de nos clients. Quand il fait 38 ou 39 degrés, les habitudes changent : on sort moins, on mange plus tard, on évite les terrasses en pleine chaleur. À la place, on recherche des endroits frais, ombragés ou climatisés.

Nos professionnels l'ont ressenti de manière très concrète.

D'après notre enquête GHR, une grande majorité des établissements a constaté une baisse d'activité, notamment le midi et sur les terrasses.

J'ai aussi échangé avec plusieurs hôteliers de la région. Leur constat est unanime : beaucoup ont réalisé une saison moins bonne que l'année dernière. Plusieurs m'ont confié : « Ceux qui avaient la climatisation ou une piscine ont clairement mieux travaillé. L'effet canicule, sans aucun doute. »

Ce témoignage est révélateur : la fraîcheur et le confort deviennent aujourd'hui des critères de choix majeurs pour les touristes.

Mais nos professionnels font face à une autre difficulté, et elle est de taille : année après année, leur chiffre d'affaires et leurs marges diminuent.

Et quand les marges se réduisent, il devient plus difficile d'investir pour préparer l'avenir. C'est tout le paradoxe de la situation : nous devons investir pour nous adapter, alors que nos capacités financières s'amenuisent.

Les fortes chaleurs ont aussi modifié les flux touristiques.

Elles semblent avoir poussé davantage de visiteurs vers le littoral. La Loire-Atlantique et la Vendée ont bénéficié du retour des « aoûtiers », tandis que les territoires de l'intérieur — Maine-et-Loire, Mayenne, Sarthe — ont souvent souffert davantage.

Le pouvoir d'achat, les arbitrages des ménages et le coût global des vacances ont également pesé sur l'activité de nos établissements.

Le mois d'août a heureusement été un peu plus dynamique.

Les clientèles française et étrangère étaient présentes, ce qui a permis de rattraper une partie de l'activité perdue en juillet.

Mais cette reprise ne doit pas nous faire oublier la réalité : les touristes sont toujours là, mais ils voyagent et consomment différemment. Ils recherchent davantage de fraîcheur, de confort et des activités adaptées aux conditions climatiques.

Notre défi ? Nous adapter.

Pour y répondre, nous devons accompagner nos professionnels pour :

- Créer davantage d'espaces frais et ombragés,*
- Adapter leurs établissements à des épisodes de chaleur qui risquent de devenir plus fréquents.*

Les piscines, la végétalisation, les zones d'ombre, une climatisation raisonnée ou encore des espaces intérieurs repensés deviendront des éléments clés de l'expérience touristique.

Mais cette adaptation ne peut pas reposer uniquement sur les entrepreneurs.

Nous avons besoin d'un vrai travail collectif entre les professionnels du tourisme, les collectivités et les institutions.

Car l'enjeu dépasse largement un hôtel, un restaurant ou un bar : c'est toute l'expérience touristique de notre région qui est concernée.

Les Pays de la Loire disposent d'atouts extraordinaires : notre littoral, nos villes, notre patrimoine, nos vignobles, nos campagnes, et surtout, les femmes et les hommes qui font vivre nos territoires.

Alors, plutôt que de subir les changements qui arrivent, trouvons ensemble les moyens et l'énergie d'en faire une opportunité.

Au GHR Grand Ouest, nous portons cette ambition : faire des Pays de la Loire une destination toujours aussi attractive, mais aussi plus fraîche, plus accueillante et plus résiliente.

Je suis convaincu que nous avons tous, autour de cette table, un rôle à jouer. »

Olivier DARDÉ, Président de l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie UMIH 44 et élu au CA UMIH des Pays de la Loire

« Une saison sur la réserve :

La saison 2026 se révèle mitigée à cause de nombreux éléments actuels : les importantes canicules qui ont fortement ralenti les activités, rendant les terrasses inutilisables, mais aussi le contexte économique et politique qui est instable.

La baisse du chiffre d'affaires actuel est estimée entre -20 % et -40 %.

La fréquentation, comparée à 2025, est en baisse de plus de 60 %.

Une baisse constatée dans tous les domaines. La Coupe du Monde a permis à certains de s'en sortir et d'élever leur CA sur juin et juillet. Cependant, hors événement, la situation reste compliquée.

Le ticket moyen baisse pour plus de la moitié des établissements, et reste identique pour le reste.

Des comportements changeants :

Les clients partagent de plus en plus leur nourriture (prendre une entrée ou un dessert pour deux, ne plus prendre de bouteille de vin, etc.).

Au vu de la montée du prix de l'essence comparée à 2025, les clients doivent faire des

choix stratégiques, en allant moins loin et en consommant moins une fois sur place. Le coût de la vie joue aussi son rôle dans tout cela.

La clientèle française comme étrangère est en recul de 40 % et 50 % par rapport à 2025.

La clientèle recherche de plus en plus le frais, les établissements climatisés sont privilégiés.

Les mois de mai, juin, juillet et août caniculaires ont créé une vraie tension pour les trésoreries des CHR. Il ne reste plus qu'à espérer que la fin de l'année sera plus clémente dans ce secteur au vu de l'activité actuelle. »

Marie-Armelle LELIÈVRE, Présidente de la Fédération Régionale des Gîtes de France des Pays de la Loire

« En Sarthe, Anjou et en Mayenne, la saison s'est bien passée. Nous notons un changement du comportement avec des réservations de dernière minute, des séjours plus courts. Mais dans l'ensemble très satisfaisant, malgré un démarrage timide. »

Véronique CROUÉ, Présidente de l'Union Nationale des Associations de Tourisme (UNAT) des Pays de la Loire

« La saison estivale 2026 s'est déroulée dans un contexte contrasté pour les structures du réseau.

Villages vacances : une saison globalement satisfaisante, mais des réservations tardives

En effet, les décisions se prennent de plus en plus tardivement, réduisant la visibilité des établissements à moyen terme. Les contraintes liées au pouvoir d'achat et les arbitrages des familles restent également des facteurs importants dans le choix et la préparation des vacances.

Colonies de vacances : le principal point de vigilance

Les séjours de colonies de vacances constituent le secteur le plus fragile de cette saison 2026. Plusieurs structures avaient déjà alerté, avant l'été, sur des niveaux d'inscription particulièrement faibles. Moins d'inscriptions individuelles, une baisse des départs aidés, des difficultés à transformer les demandes en réservations ou encore des désistements de groupes : les professionnels font face à un contexte particulièrement préoccupant. La suppression des colos apprenantes, les

contraintes budgétaires des familles et les difficultés de commercialisation des séjours sont notamment avancées pour expliquer cette situation.

Vacances adaptées : une dynamique qui se confirme

À l'inverse, le secteur des vacances adaptées organisées (VAO) apparaît comme l'un des segments les plus dynamiques de la saison. Plusieurs structures enregistrent des taux de remplissage élevés. L'accueil de personnes en situation de handicap constitue ainsi un véritable levier d'activité pour plusieurs établissements.

L'été 2026 dessine donc un paysage contrasté : une activité globalement satisfaisante pour certaines structures, une dynamique positive pour les vacances adaptées, mais de fortes inquiétudes concernant l'avenir des colonies de vacances.

Ces écarts rappellent la diversité des modèles et des publics qui composent le tourisme social et solidaire, mais aussi la nécessité de rester attentif aux évolutions des pratiques de départ en vacances et aux conditions d'accès aux séjours pour tous. »

Valérie DROUAULT-GOURMEL, Présidente de l'association régionale Visitez Nos Entreprises (VNE) en Pays de la Loire

« Deux impacts majeurs pour la saison estivale 2026 : la canicule et la baisse du pouvoir d'achat

Après une avant-saison et un mois de juillet en baisse, la fréquentation estivale 2026 est mitigée, notamment sous l'effet de la canicule et d'un contexte économique contraint. Les visiteurs, majoritairement des familles (69,2 %), ont adapté leurs habitudes en privilégiant les visites en matinée, les activités de proximité et les offres accessibles. La baisse du pouvoir d'achat se traduit également par une plus grande vigilance sur les tarifs et une baisse du panier moyen pour 53,8 % des entreprises répondantes. La clientèle étrangère reste présente, représentant en moyenne 9,85 % des visiteurs, principalement britannique, belge et néerlandaise. Si les perspectives de fin d'année sont plus encourageantes, les entreprises restent prudentes face à des réservations encore largement effectuées à la dernière

minute. **L'automne s'annonce néanmoins particulièrement dynamique avec 522 entreprises mobilisées pour les JRVE 2026** (Journées régionales de la visite d'entreprise : visiteznosentreprises.com), soit 37 % de plus qu'en 2025, confirmant l'engouement des entreprises pour l'ouverture au public. »

Patrick GROUSSIN, Référent tourisme régional pour la Fédération Nationale des Transports de Voyageurs (FNTV) des Pays de la Loire

« Globalement une année stable en matière d'activité, toutefois très impactée par plusieurs aléas

Des demandes de transport en baisse en raison d'un manque de budget des établissements scolaires, peut-être des subventions à la baisse aussi.

Une activité touchée par la canicule. **Tous les autocars de tourisme sont équipés de climatisation, ce n'est pas le problème, mais de nombreuses associations et écoles ont préféré annuler leurs sorties dès l'apparition de la vigilance rouge.** C'est bien sûr une situation inédite qui remet en cause les conditions d'annulation de nos contrats de transport car les décisions sont prises à quelques jours du départ voire la veille. C'est également arrivé au moment du pic de la saison touristique et le nombre d'annulations est très important.

Pour les autocaristes qui organisent des voyages et des sorties à la journée, l'annulation touche l'autocariste mais également les sites de visites et les restaurants qui étaient réservés. En cas de report de voyages, tout le monde fait preuve de souplesse. Sans report les relations sont plus difficiles.

Une activité touchée également par la crise sur les prix du carburant et les difficultés de répercussion des augmentations auprès de la clientèle : difficultés de demander aux associations et écoles des hausses de carburant avec des budgets contraints bouclés depuis des mois.

Nous sommes une profession très à l'écoute de notre clientèle mais il faut reconnaître que cette année, les contraintes ont été très fortes et les entreprises ont été fragilisées »

Raphael CHICHE, représentant du Comité régional de Canoë-Kayak des Pays de la Loire

« Nos clubs de sports de pagaie font face à **une saison en demi-teinte**, avec un début de saison positif grâce à la météo de mai/juin, jusqu'aux canicules qui ont bouleversé le fonctionnement de nos clubs, certains ont dû fermer pendant les pics de chaleur. Sur la seconde partie de l'été, nos structures sont contraintes d'adapter ou de stopper leurs activités en raison d'un développement de cyanobactérie encore plus précoce que d'habitude couplé à une diminution des niveaux d'eau. On constate également une diminution du panier moyen des touristes.

Nous sommes rendus à un peu plus de 32 000 licences 1 jour contre un peu plus de 40 000 à la même période l'an dernier »

Grégory Boyer-Gibaud Ligue de Voile des Pays de la Loire

« **Cette année 2026 sera finalement un bon cru**, pas le meilleur, mais en tout cas, elle aura permis à l'ensemble de notre réseau FF Voile de faire une très belle année. Une météo favorable et finalement un contexte économique qui a vu davantage de "locaux" rester à la maison pour leurs vacances ont permis d'alimenter nos clubs correctement.

L'épisode caniculaire de juillet a été très bien géré et maîtrisé par nos clubs qui se sont appuyés sur les décisions préfectorales et les préconisations fédérales.

Plus généralement, notre réseau s'est adapté depuis quelques années à l'évolution de la consommation. Les tendances ne sont pas systématiquement les mêmes en fonction des territoires.

Les stages 5 jours restent toujours les produits phares, mais les vacanciers font toujours plus attention à leurs dépenses, et se tournent aussi vers des produits différents (sortie à la journée, stages plus courts, produits "famille" et découvertes) qui ont des coûts plus raisonnables.

La belle météo a également eu un effet positif sur les locations et les cours particuliers.

Dans les disciplines qui n'en finissent pas d'attirer du monde, on retrouve le Wingfoil. »

Paroles des professionnels

Ils nous ont dit : «

*« Les clients sont sortis, même avec la chaleur. »
(Restaurant)*

*« Une demande de nuitées très importante
surtout en août. » (Chambres d'hôtes)*

*« Nous avons constaté une hausse de l'activité en
août. » (Canoë-Kayak en Vendée)*

« Plus de vente à emporter. » (Restaurant)

*« Beaucoup plus de réservations des
départements limitrophes. » (Camping)*

*« Plus de jeunes couples avec un ou deux enfants,
curieux, à la recherche d'un cadre de vie calme et
respectueux de l'environnement. Heureux de
consommer local, donc de vraies retombées
économiques. » (Gîte)*

*« Baisse de la consommation et réservation à la
dernière minute. » (Hôtel)*

*« Moins de cyclistes et très très peu de
randonneurs, ceci étant dû à la canicule.
»(Chambre d'hôtes)*

*« Panneau affichage "restaurant climatisé", c'est
recherché !!! » (Restaurant)*

*« Les clients font plus attention, ils consomment
différemment et cherchent sans cesse à
économiser. » (Camping)*

*« La chaleur n'est pas un facteur positif pour la
consommation. (...) baisse aussi du panier, pas de
desserts, pas de café. » (Restaurant)*

En bref pour cette saison 2026

Les indicateurs à retenir

- 58 % des professionnels observent une fréquentation stable ou en hausse
- 65 % des professionnels jugent la clientèle française stable ou en progression.
- 57 % des répondants constatent une clientèle internationale stable ou en hausse,

Les tendances positives

- Une saison plutôt résiliente malgré des conditions climatiques exceptionnelles, marquée par quatre épisodes de canicule et des incendies.
- Le littoral confirme son attractivité, bénéficiant d'un report de fréquentation vers les destinations offrant fraîcheur et activités nautiques.
- La clientèle de proximité demeure un socle de fréquentation solide, favorisée par les courts séjours et excursions à la journée.
- Forte montée des réservations tardives et recul des réservations anticipées, réduisant la visibilité des professionnels.
- Les clientèles étrangères européennes restent dynamiques, avec une progression de la clientèle allemande et une bonne résistance de la clientèle néerlandaise.
- Les visiteurs recherchent davantage le confort climatique (climatisation, espaces ombragés, équipements aquatiques, proximité du littoral).

Les points de vigilance

- Baisse du panier moyen et des dépenses annexes : les touristes arbitrent davantage leurs dépenses sur place.
- Recul des ventes additionnelles observé par près d'un professionnel sur deux.
- Fréquentation cyclotouristique en retrait lors des vagues de chaleur.
- Dépendance croissante aux conditions météorologiques, qui influencent directement les réservations, les annulations et les comportements de consommation.
- Perspectives prudentes pour septembre-octobre : seuls 21 % des professionnels anticipent une arrière-saison satisfaisante ou très satisfaisante, tandis que le manque de visibilité demeure important.

L'été 2026 confirme l'attractivité touristique des Pays de la Loire, portée par les clientèles françaises, de proximité et européennes. Toutefois, si la fréquentation est restée globalement stable, cette saison révèle de profondes évolutions des comportements : réservations de dernière minute, séjours plus courts, maîtrise des dépenses et sensibilité aux conditions climatiques.

Les aléas climatiques de cette saison, et en particulier les vagues de chaleur, ont bien évidemment eu un impact primordial pour beaucoup de filières : de très négatif pour certains établissements (restauration, sites de visites extérieurs...), à positif pour d'autres établissements, notamment sur le littoral (activités nautiques, structures climatisées...).

Certaines filières (hôtellerie de plein air en premier lieu) ou certains établissements bien localisés (littoral, zones de fraîcheur...) auront pleinement pu profiter de cette saison tandis que d'autres filières (restauration, sites de visite de plein air, colonies de vacances...) auront connu une saison très difficile.