

Bilan de saison estivale 2026

Loire-Atlantique



Été 2026 : une fréquentation au rendez-vous, mais un modèle touristique sous tension

Comme depuis plusieurs années maintenant, la fréquentation touristique se stabilise en Loire-Atlantique. L'été 2026 ne traduit pas un recul marqué de la demande : les nuitées restent proches de leur niveau de 2025 et les excursions progressent.

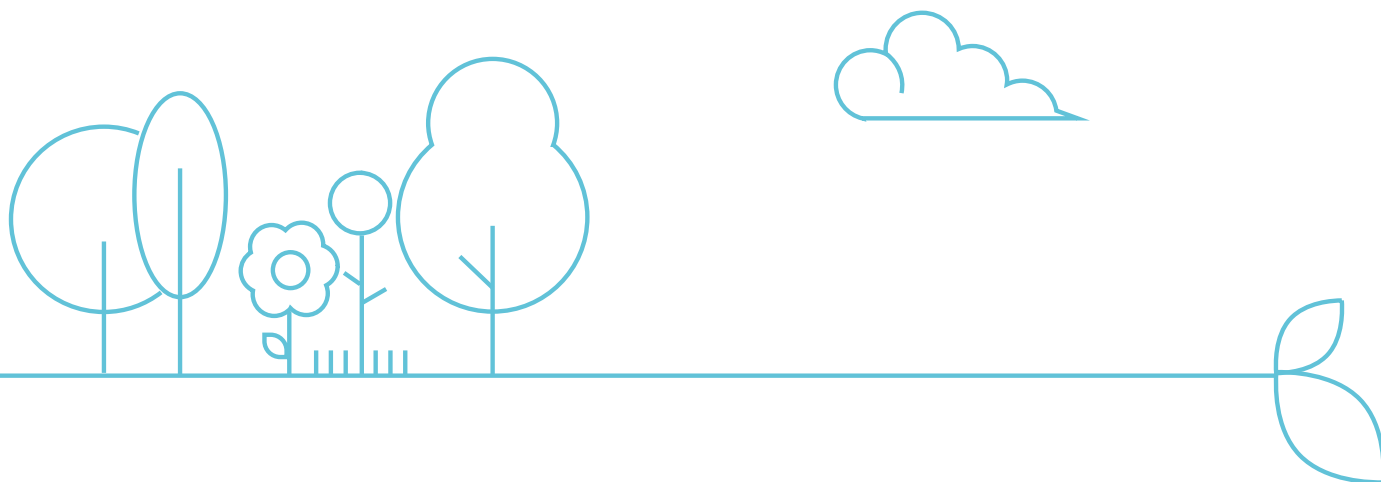
À l'échelle nationale, le constat est similaire : les Français continuent majoritairement à partir, tandis que la clientèle internationale soutient l'activité.

Cette stabilité des volumes masque toutefois des transformations plus profondes. Les contraintes budgétaires réduisent les dépenses réalisées pendant le séjour. Les fortes chaleurs modifient les horaires, les activités et les mobilités. Enfin, la fréquentation se répartit davantage entre juin, septembre et le cœur de l'été.

Le principal enseignement de la saison ne réside donc pas uniquement dans le nombre de visiteurs. Il concerne la valeur économique réellement générée, les conditions d'accueil et la capacité des professionnels à s'adapter à des comportements devenus plus variables et des aléas météorologiques plus intenses.

À l'échelle nationale, le taux de départ des Français en juillet-août est passé de 64% à 59%, mais il reste stable à 72% lorsque l'on observe toute la période de juin à septembre. Dans le même temps, 55% des vacanciers déclarent que la météo a influencé l'organisation de leur séjour.



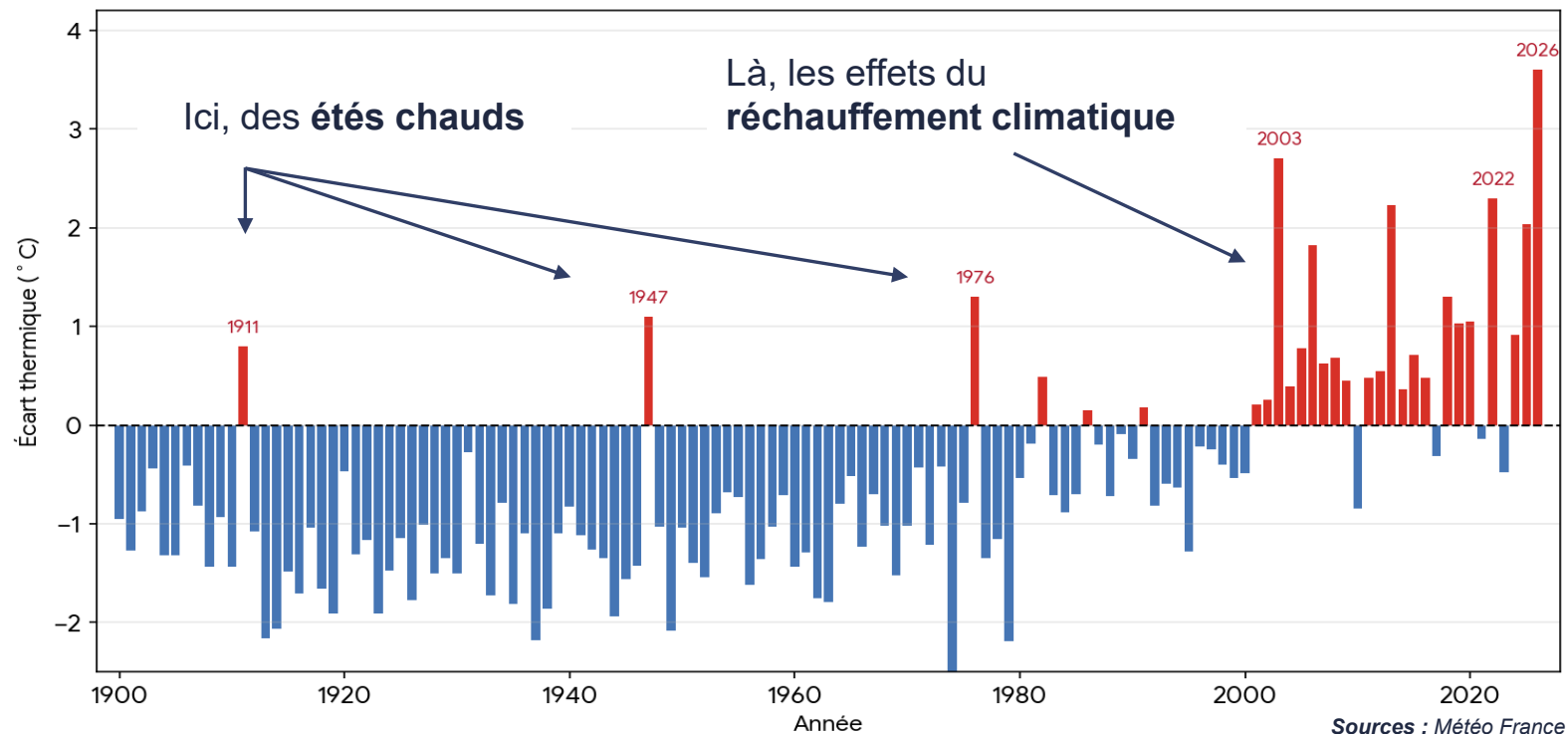


1 Bilan de fréquentation estivale 2026



Un été hors norme dans un contexte d'accélération du réchauffement climatique

Anomalie de la température moyenne des étés en France (1900-2026)
Écart par rapport à la normale de référence 1991-2020 en °C



53 jours
En vague de
chaleur
(3 vagues)

**178 dépassements
du seuil des 40°C**
Précédent record en 2003,
88 jours

**70 000 ha
brûlés**
(47 000 en 2022)

42%
Du territoire national en
état de crise concernant
l'usage de l'eau en août



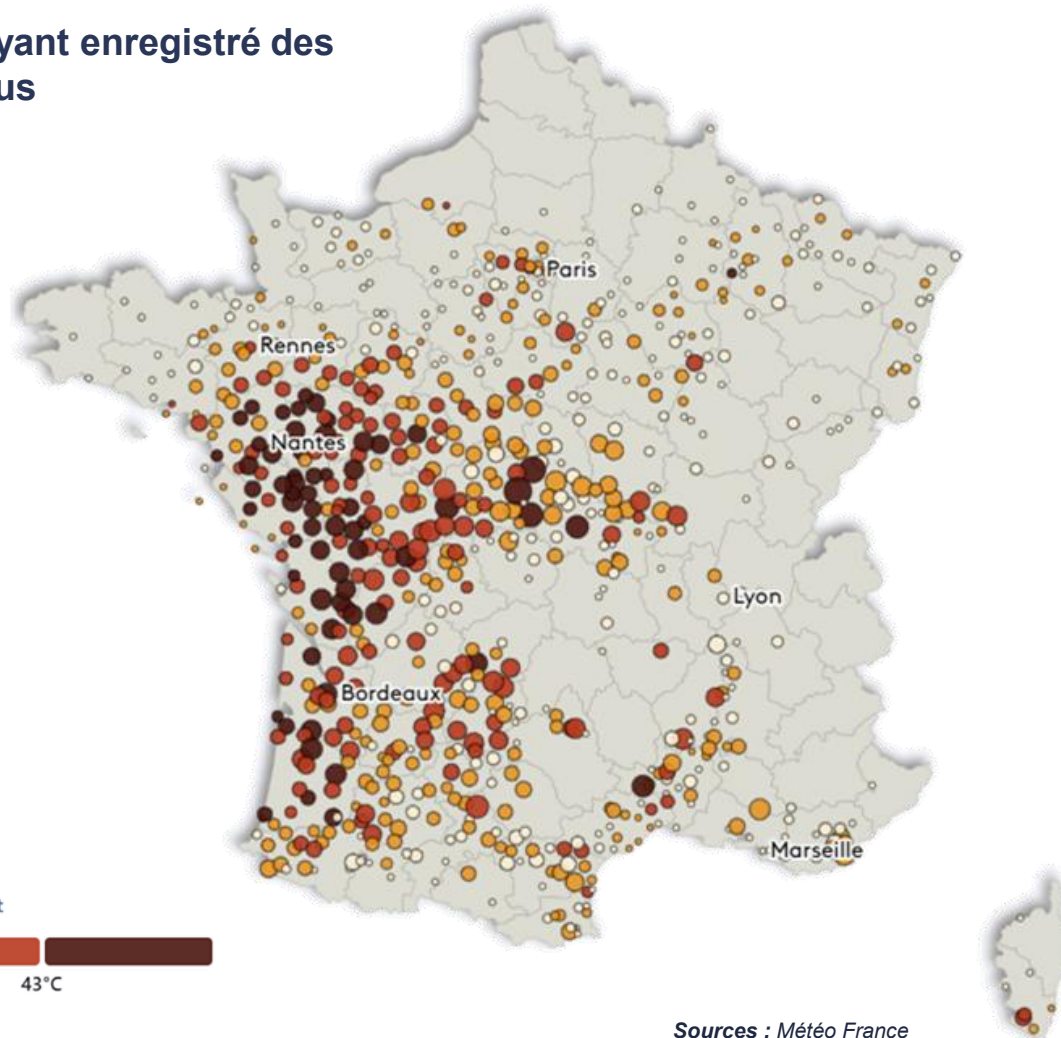
L'ouest de la France particulièrement touché

Stations de Météo-France ayant enregistré des températures de 40°C ou plus

Il a fait

43,9°C

à l'ombre au Pallet
le 24 juin



Sources : Météo France





L'été de tous les records en Loire-Atlantique



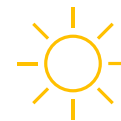
23,4°C
en moyenne
+4,3°C



59,4 mm
de pluie
-59%

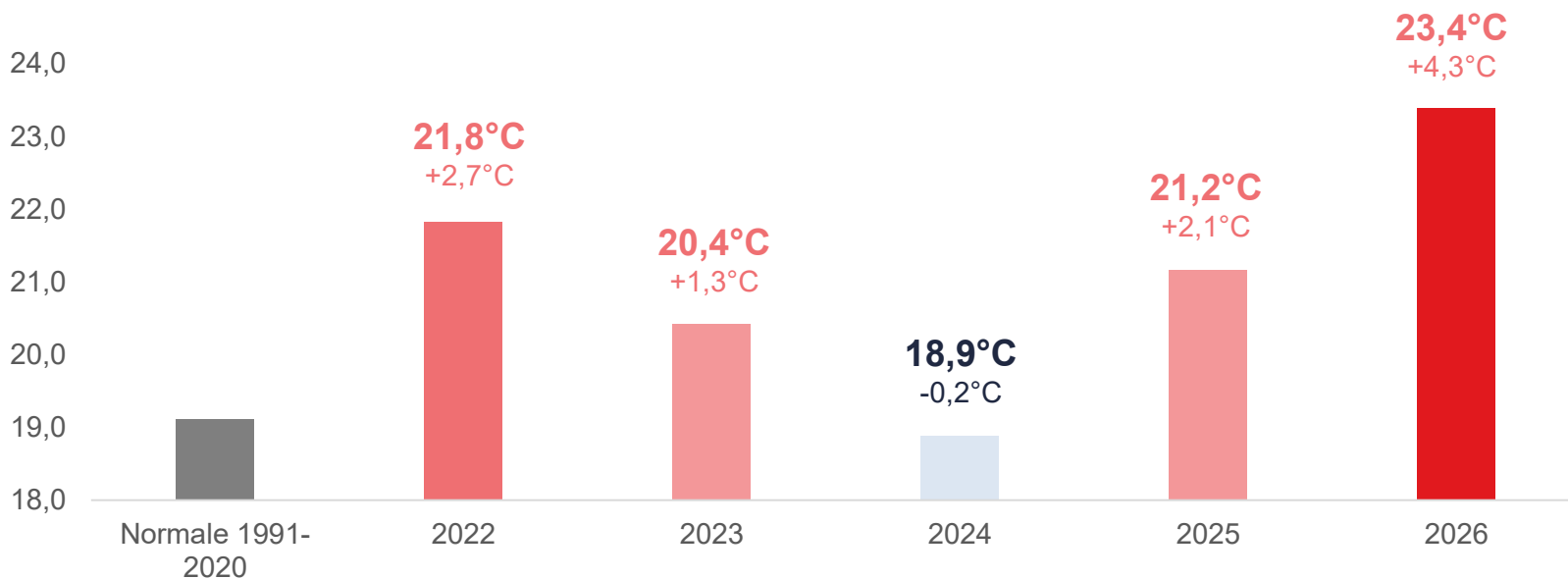


970h de
soleil
+44%



43 jours à
plus de 30°C
2022 = 31 jours

Températures moyennes relevées en Loire-Atlantique durant les mois de juin, juillet et août



29/09/2026

Sources : Météo France





De nouveaux dangers pour les touristes et acteurs du secteur ?



24/09/2026

Source : Le Monde, juillet 2026





De nouveaux dangers pour les touristes et acteurs du secteur ?

 **Incendie à La Plaine-sur-Mer : un camping dans un décor apocalyptique, des vacanciers sous le choc**

Une portion du GR34 de Saint-Nazaire est fermée jusqu'à fin septembre après la découverte d'une fissure

Plages interdites à la baignade en Loire-Atlantique : comment l'ARS traque les bactéries sur le littoral

La plage des Grandes vallées, à Pornic (Loire-Atlantique), est interdite à la baignade

Les niveaux d'eau baissent, le canal de Nantes à Brest sera partiellement fermé à partir du jeudi 20 août

En raison des épisodes de canicule répétés et de la sécheresse persistante, les niveaux d'eau du canal de Nantes à Brest continuent de diminuer. La navigation entre Saint-Nicolas-de-Redon et Guenrouët, sera interrompue à compter du jeudi 20 août, sauf pour les petites embarcations.

 **« On a vraiment eu chaud » : après l'incendie aux abords du camping à Guérande, ils témoignent**

Deux mille personnes ont été évacuées du camping de Léveno, à Guérande, ce jeudi 13 août 2026. Le feu qui s'est déclenché peu avant 15 h a été long à maîtriser pour les pompiers, épaulés par leurs collègues venus du Morbihan.

La Loire-Atlantique placée en risque feux de forêt « très sévère » : interdictions, limitations... Ce que cela change

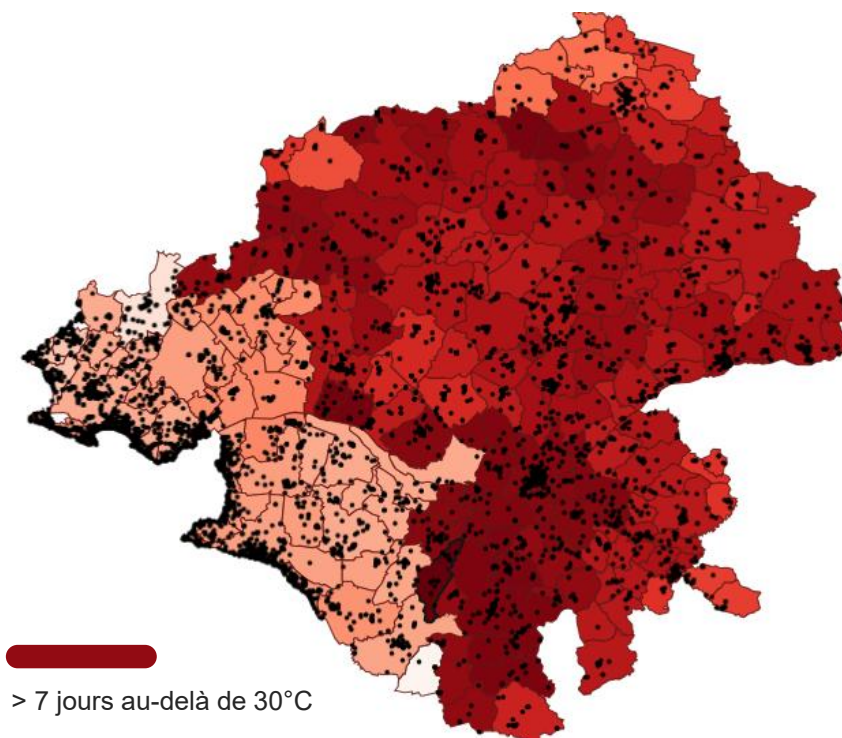
La préfecture de Loire-Atlantique a annoncé placer le risque feux de forêt au seuil « très sévère », ce lundi 20 juillet 2026. « Élevé », selon la Météo des forêts. Les bois

Canicule. « C'est une décision crève-cœur » : ce festival est annulé au sud de Nantes

Le festival Les Léz'Arts de Loire n'aura pas lieu à Saint-Julien-de-Concelles le samedi 11 et dimanche 12 juillet 2026, en raison de la vigilance rouge canicule en Loire-Atlantique. Une décision difficile après des mois de préparation.

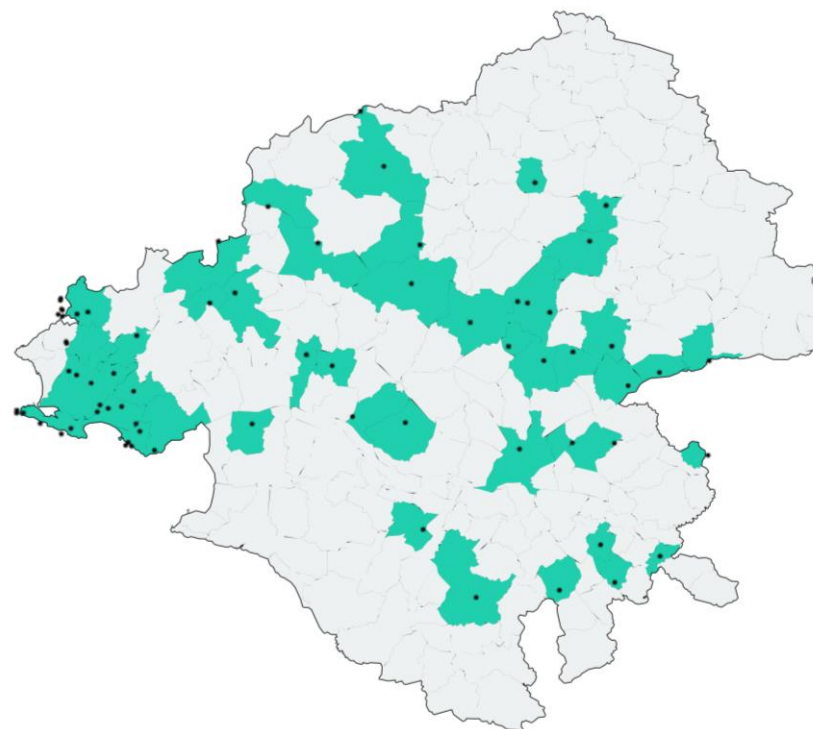


Connaître les risques, évaluer les vulnérabilités



A horizon 2030, **62% de l'offre** touristique du département connaîtra au moins **10 jours au-dessus de 30°C**.

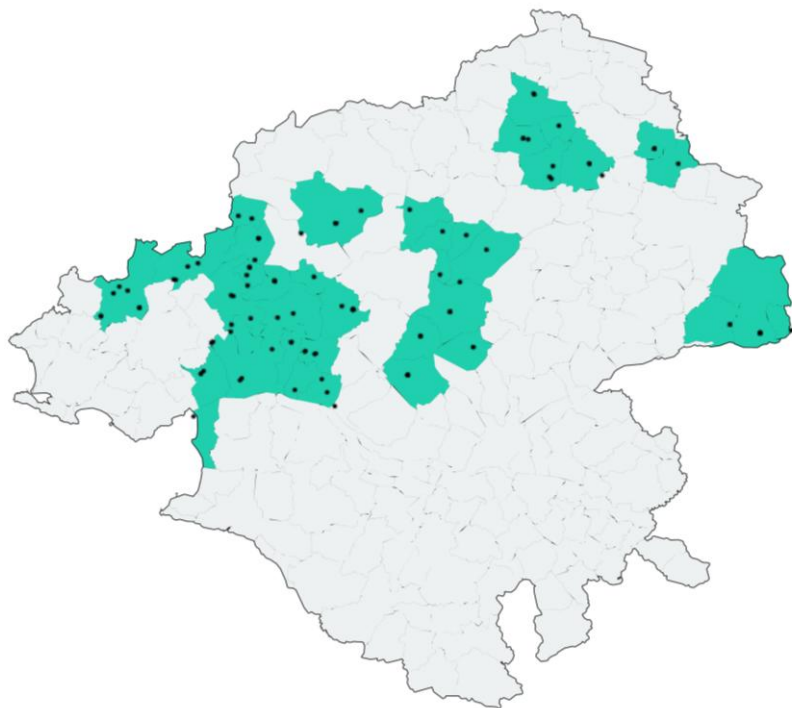
C'était 0 entre 1975 et 2005



A horizon 2030, **48% des campings** du département connaîtront au moins **3 jours de danger « très élevé à critique »** concernant les feux de forêts.

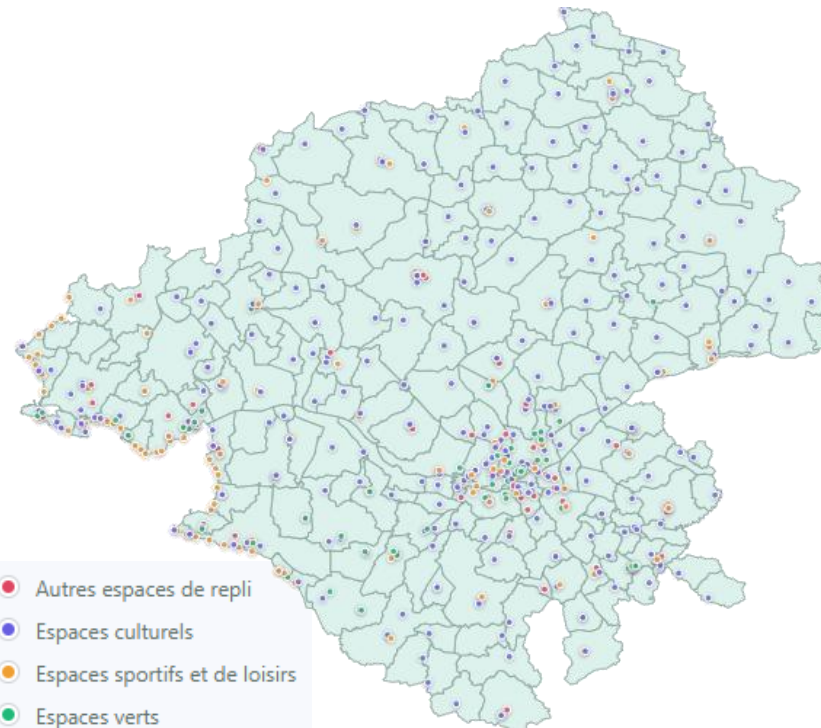
Ce sera 84% en 2050

Connaître les risques, évaluer les vulnérabilités



A horizon 2050, **100 itinéraires de randonnée** se situeront dans des communes qui connaîtront des jours où il tombera **40mm de pluie**.

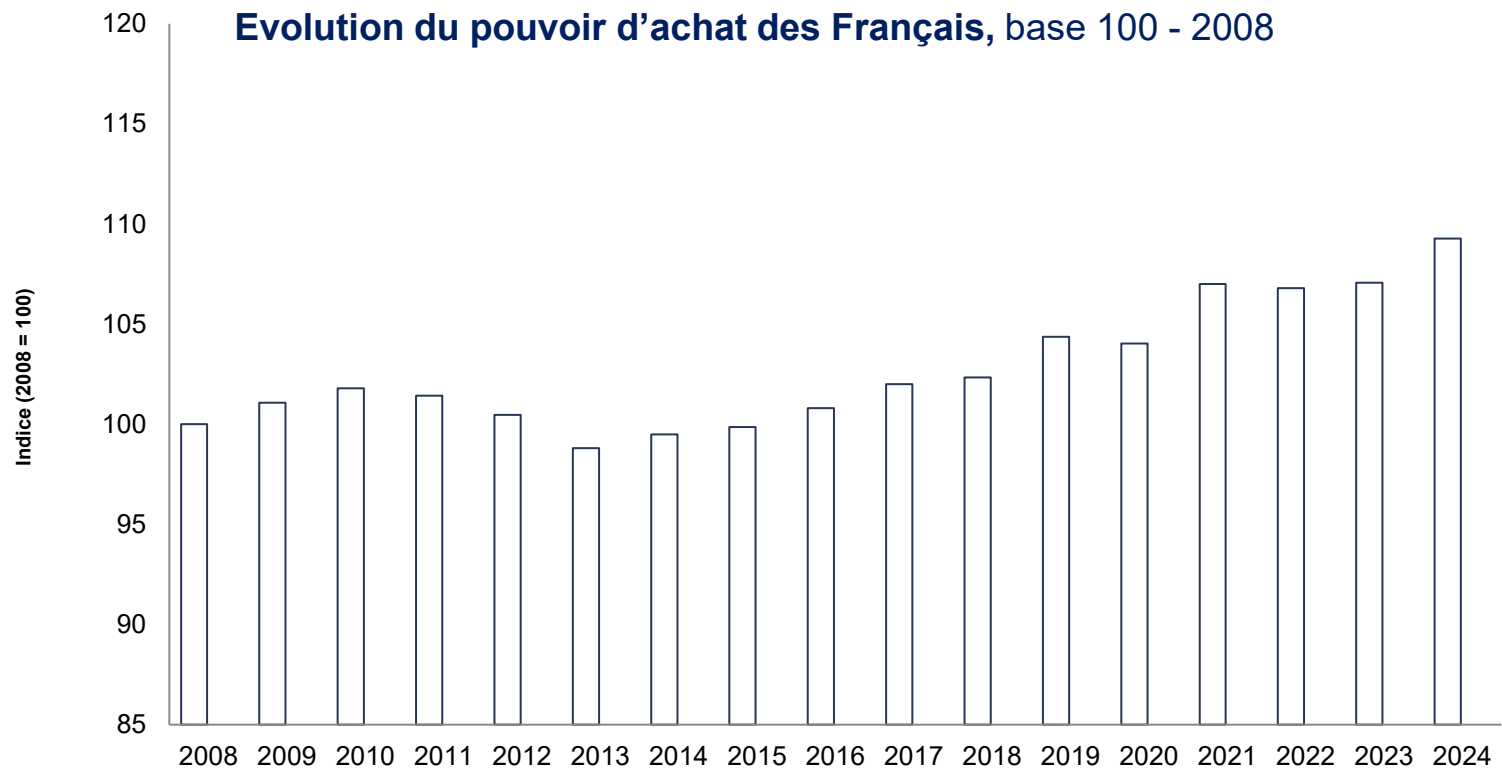
C'était 3 entre 1975 et 2005



553 refuges ont été identifiés en Loire-Atlantique en cas de forte chaleur.



France : qu'en est-il du pouvoir d'achat ?

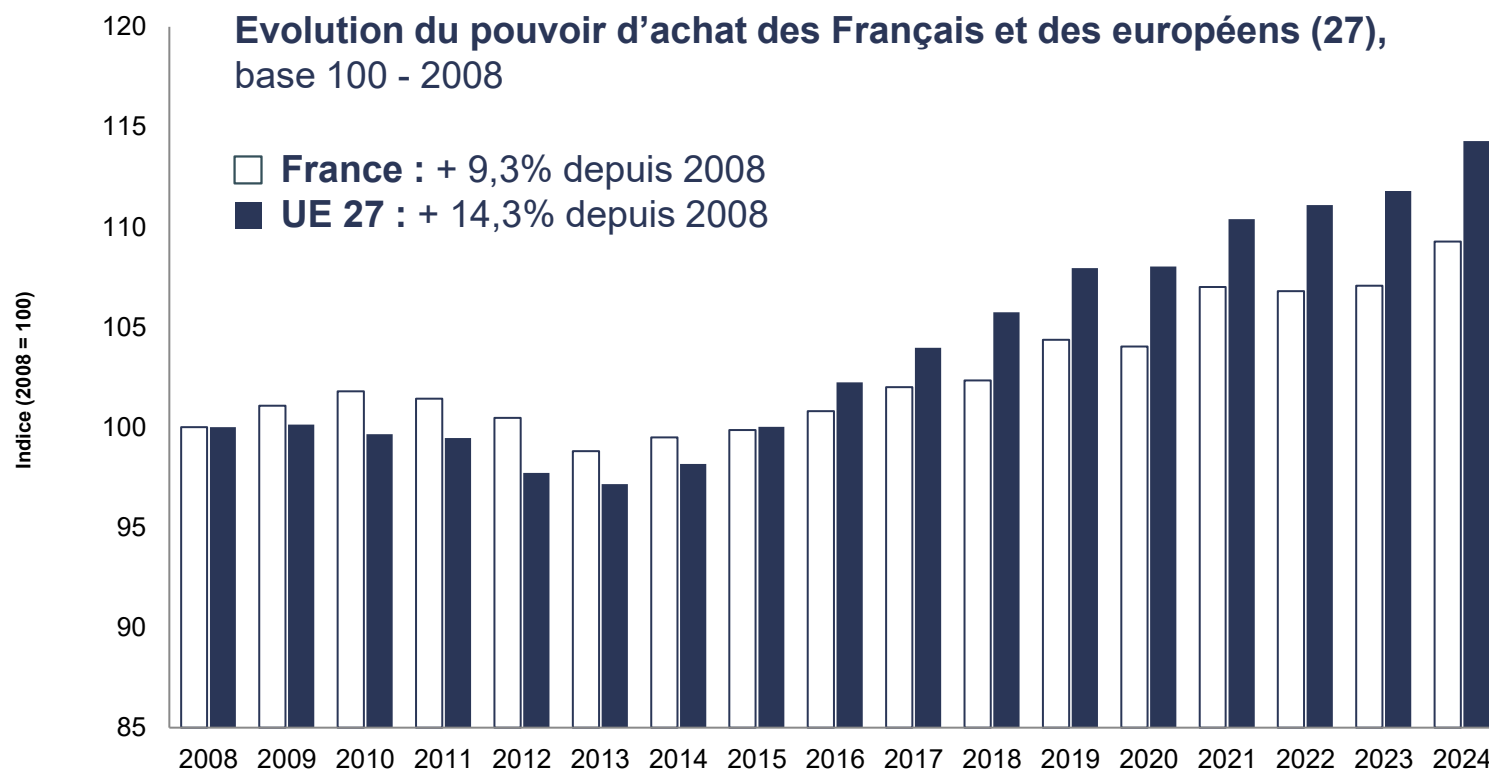


Sources : Eurostat





France : qu'en est-il du pouvoir d'achat ?



Sources : Eurostat



Doit-on craindre le surtourisme ?

Public Sénat

13 juin 2026

« Le surtourisme transforme les villes en musées », alerte Daniel Salmon, sénateur écologiste

Montmartre

TF1 Info

16 juin 2026

Comment l'archipel des Glénan tente de faire face à l'érosion et au surtourisme



Archipel des Glénan

TF1 Info

3 juillet 2026

« Il y a trop de monde » : comment Annecy, l'attractive "Venise des Alpes", lutte contre l'impact du surtourisme

Annecy

TF1 Info

15 juillet 2026

« C'est beaucoup pour cette île » : au Mont-Saint-Michel et sur les îles Chausey, des mesures pour limiter les effets du surtourisme



Mont-Saint-Michel / îles Chausey

Le Monde

23 juillet 2026

Annecy, saturée par les touristes, cherche à les détourner du lac et de la vieille ville surfréquentés

Annecy

Ouest-France

9 août 2026

« L'été, on est prisonnier de notre village » : Étretat, station balnéaire normande, est-elle victime du surtourisme ?

Étretat



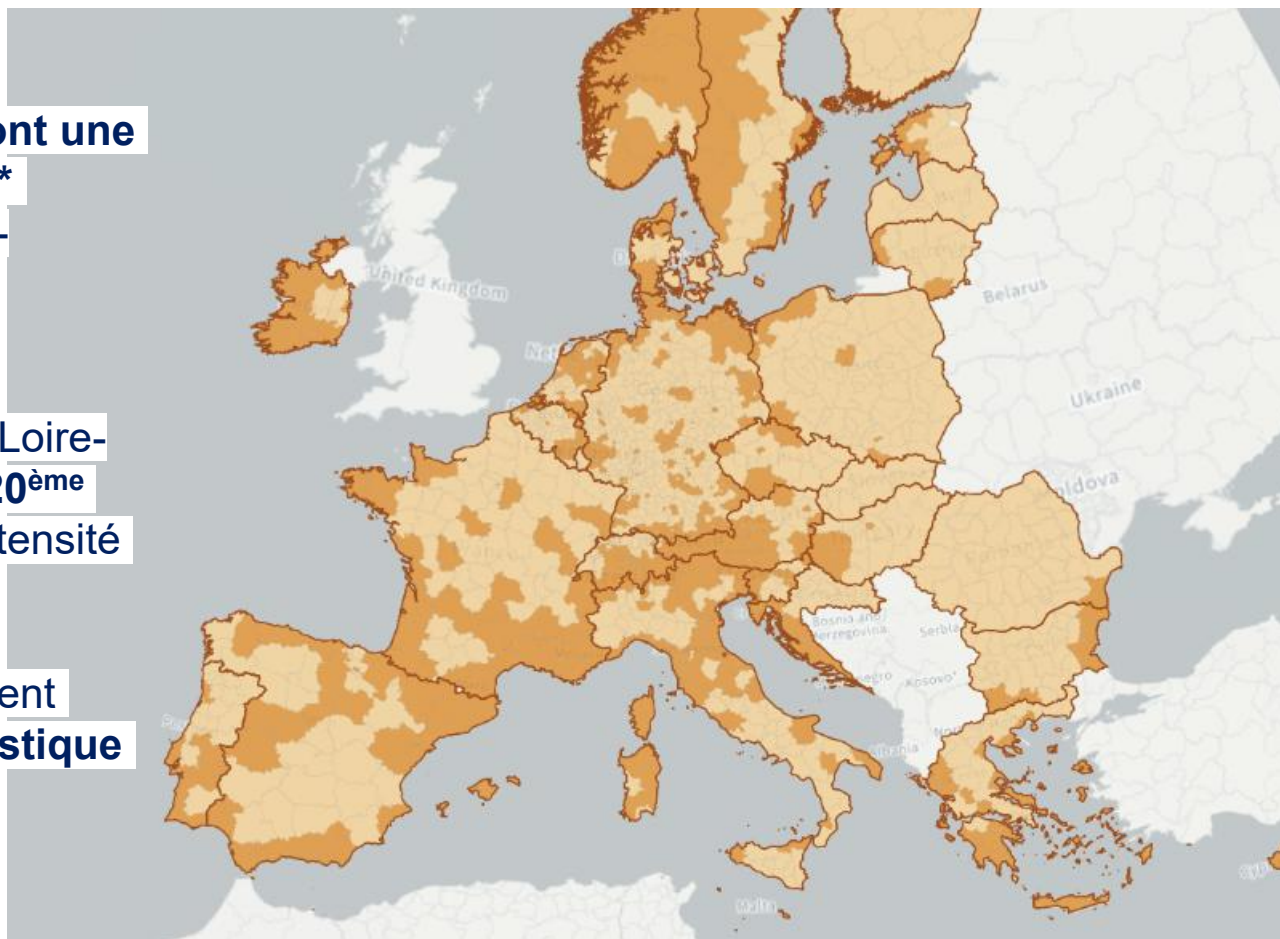


Doit-on craindre le surtourisme ?

En Europe, **65% des territoires littoraux ont une intensité touristique*** supérieure à la Loire-Atlantique

En France, parmi les territoires littoraux, la Loire-Atlantique se classe **20^{ème} sur 25** en termes d'intensité touristique

En 2024, le département avait **l'intensité touristique de la Corrèze**



* L'intensité touristique mesure le rapport entre les nuitées touristiques et le nombre de résidents permanents d'un territoire.





Attention, ils arrivent...

De la fraîcheur à petit prix : les nouvelles priorités des vacanciers français pour cet été 2026

Alors que la France traverse sa troisième vague de chaleur depuis fin mai, les tendances en matière de vacances illustrent une recherche grandissante de fraîcheur chez les Français. Les départements littoraux de l'ouest et du nord enregistrent ainsi de fortes hausses de réservations au détriment de la Côte d'Azur, à la fois trop chaude et trop chère.

Tourisme. L'essor des "coolcations", ces vacances au frais face aux canicules qui étouffent l'Europe

Alors que les vagues de chaleur se succèdent sur le continent, notamment dans les pays traditionnellement les plus fréquentés, de plus en plus de voyageurs internationaux font de la fraîcheur une priorité pour leurs vacances. Ce qui se traduit par le succès croissant de destinations nordiques et provoque de vastes interrogations sur l'avenir du tourisme estival.

SOURCE :
Courrier international

📌 Réserve aux abonnés • Lecture 3 min. 📅 Publié le 24 juillet 2026 à 16h07

Les canicules et les incendies redessinent la carte des vacances d'été : « On a souffert de la chaleur, on ne voulait pas faire vivre ça aux enfants »

Soumis aux crises climatiques et à la baisse du pouvoir d'achat, les Français n'ont pas renoncé à partir, mais ont changé leurs habitudes. Littoral de la Manche, montagne : les destinations plus fraîches et moins chères ont tiré leur épingle du jeu au cours d'un été touristique contrasté.

Par Audrey Garric (Fécamp (Seine-Maritime), envoyée spéciale)

Publié le 29 août 2026 à 06h00, modifié le 01 septembre 2026 à 14h39 - 🕒 Lecture 6 min.

L'ouest de la France est-il en train de devenir le nouvel Eldorado des vacanciers pendant l'été ?

Avec la multiplication des épisodes de canicule, la Bretagne, la Normandie et les Pays de la Loire ont attiré de nombreux touristes en quête de plages et de fraîcheur. Elles font partie des destinations les plus en vogue lors de ces vacances d'été selon une étude d'Airbnb

📌 Ouest-France [Axel Perru](#)

Publié le 31/08/2026 à 18h40

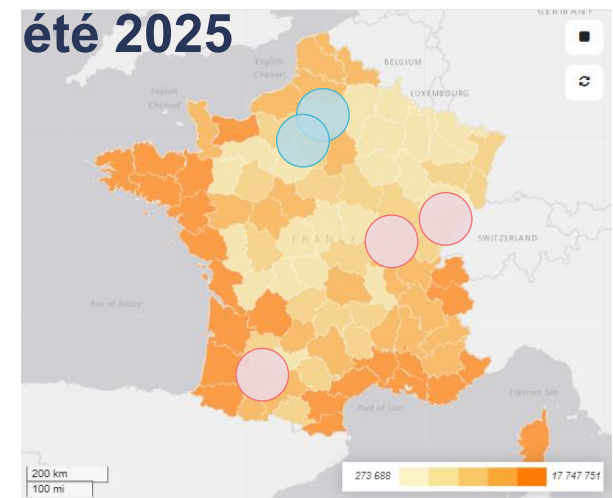
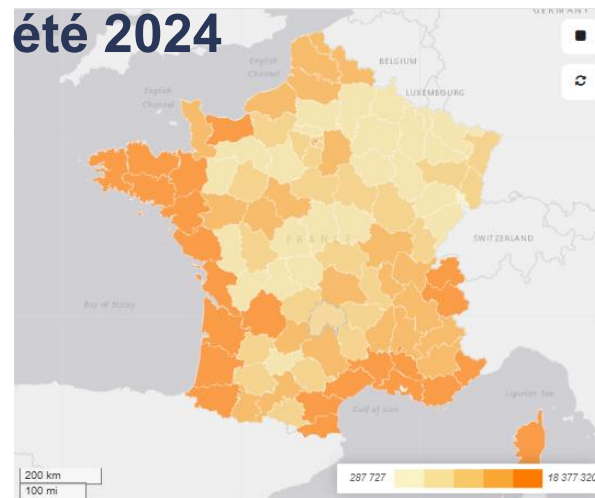
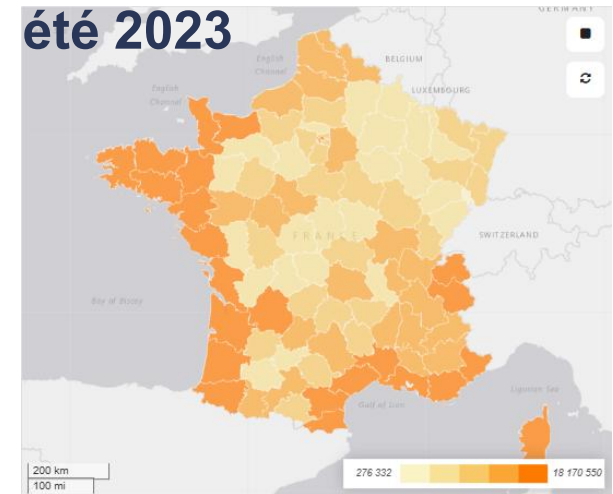
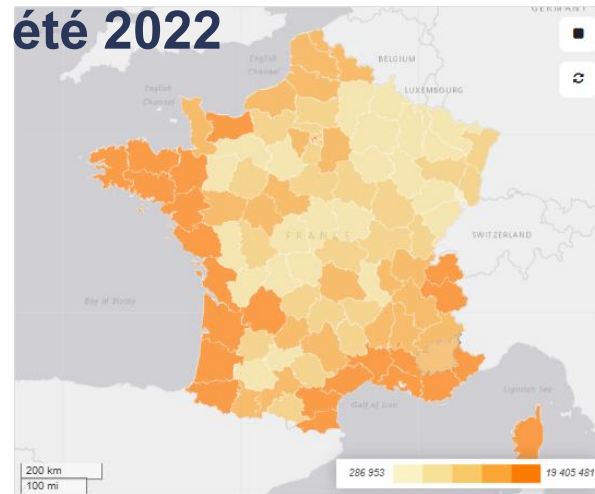




Une géographie du tourisme quasi inchangée ces dernières années : le jeu des 5 différences

Entre les étés 2022 et 2025, seuls 5 départements ont vu leur place relative évoluer.

La structure reste la même : mer et montagne attirent toujours autant les touristes français.





Les pratiques des Français durant l'été 2026

Enquête ADN/G2A portant sur 1 023 Français interrogés fin août-début septembre 2026.

L'enquête montre que les fondamentaux restent assez stables : on part toujours beaucoup, la mer reste de loin la première destination et les grands arbitrages géographiques restent limités. En revanche, **les ajustements sont beaucoup plus visibles dans la façon de dépenser, de réserver et de s'adapter une fois sur place**. Le climat agit surtout sur les comportements pendant le séjour. Le pouvoir d'achat, lui, modifie plus profondément les arbitrages.

Le pouvoir d'achat est clairement le facteur qui pèse le plus sur les vacances

Cela ne conduit pas forcément à renoncer aux vacances, mais à faire avec moins

Les séjours raccourcissent un peu mais sans véritable révolution géographique

Le climat modifie les comportements sur place, moins le choix initial de destination

Les incendies ont été visibles dans l'actualité, mais ont peu bouleversé les séjours

85 %

des Français se déclarent inquiets pour leur pouvoir d'achat

62 %

des vacanciers déclarent avoir restreint leur budget par rapport à l'été dernier





Les pratiques des Français durant l'été 2026

Enquête ADN/G2A portant sur 1 023 Français interrogés fin août-début septembre 2026.

L'enquête montre que les fondamentaux restent assez stables : on part toujours beaucoup, la mer reste de loin la première destination et les grands arbitrages géographiques restent limités. En revanche, **les ajustements sont beaucoup plus visibles dans la façon de dépenser, de réserver et de s'adapter une fois sur place**. Le climat agit surtout sur les comportements pendant le séjour. Le pouvoir d'achat, lui, modifie plus profondément les arbitrages.

Le pouvoir d'achat est clairement le facteur qui pèse le plus sur les vacances

Cela ne conduit pas forcément à renoncer aux vacances, mais à faire avec moins

Les séjours raccourcissent un peu mais sans véritable révolution géographique

Le climat modifie les comportements sur place, moins le choix initial de destination

Les incendies ont été visibles dans l'actualité, mais ont peu bouleversé les séjours

85 %

des touristes français ont réduit leurs dépenses de restauration





Les pratiques des Français durant l'été 2026

Enquête ADN/G2A portant sur 1 023 Français interrogés fin août-début septembre 2026.

L'enquête montre que les fondamentaux restent assez stables : on part toujours beaucoup, la mer reste de loin la première destination et les grands arbitrages géographiques restent limités. En revanche, **les ajustements sont beaucoup plus visibles dans la façon de dépenser, de réserver et de s'adapter une fois sur place**. Le climat agit surtout sur les comportements pendant le séjour. Le pouvoir d'achat, lui, modifie plus profondément les arbitrages.

Le pouvoir d'achat est clairement le facteur qui pèse le plus sur les vacances

Cela ne conduit pas forcément à renoncer aux vacances, mais à faire avec moins

Les séjours raccourcissent un peu mais sans véritable révolution géographique

Le climat modifie les comportements sur place, moins le choix initial de destination

Les incendies ont été visibles dans l'actualité, mais ont peu bouleversé les séjours

55 %

des touristes français sont allés en séjour à la mer, loin devant la ville (16%), la campagne (16%) et la montagne (11%)



Les pratiques des Français durant l'été 2026

Enquête ADN/G2A portant sur 1 023 Français interrogés fin août-début septembre 2026.

L'enquête montre que les fondamentaux restent assez stables : on part toujours beaucoup, la mer reste de loin la première destination et les grands arbitrages géographiques restent limités. En revanche, **les ajustements sont beaucoup plus visibles dans la façon de dépenser, de réserver et de s'adapter une fois sur place**. Le climat agit surtout sur les comportements pendant le séjour. Le pouvoir d'achat, lui, modifie plus profondément les arbitrages.

Le pouvoir d'achat est clairement le facteur qui pèse le plus sur les vacances

Cela ne conduit pas forcément à renoncer aux vacances, mais à faire avec moins

Les séjours raccourcissent un peu mais sans véritable révolution géographique

Le climat modifie les comportements sur place, moins le choix initial de destination

Les incendies ont été visibles dans l'actualité, mais ont peu bouleversé les séjours

57 %

des touristes ont modifié au moins une habitude pendant leur séjour en raison des fortes chaleurs

14 %

déclarent avoir modifié leur projet de vacances à cause de la canicule ou des fortes chaleurs





Les pratiques des Français durant l'été 2026

Enquête ADN/G2A portant sur 1 023 Français interrogés fin août-début septembre 2026.

L'enquête montre que les fondamentaux restent assez stables : on part toujours beaucoup, la mer reste de loin la première destination et les grands arbitrages géographiques restent limités. En revanche, **les ajustements sont beaucoup plus visibles dans la façon de dépenser, de réserver et de s'adapter une fois sur place**. Le climat agit surtout sur les comportements pendant le séjour. Le pouvoir d'achat, lui, modifie plus profondément les arbitrages.

Le pouvoir d'achat est clairement le facteur qui pèse le plus sur les vacances

Cela ne conduit pas forcément à renoncer aux vacances, mais à faire avec moins

Les séjours raccourcissent un peu mais sans véritable révolution géographique

Le climat modifie les comportements sur place, moins le choix initial de destination

Les incendies ont été visibles dans l'actualité, mais ont peu bouleversé les séjours

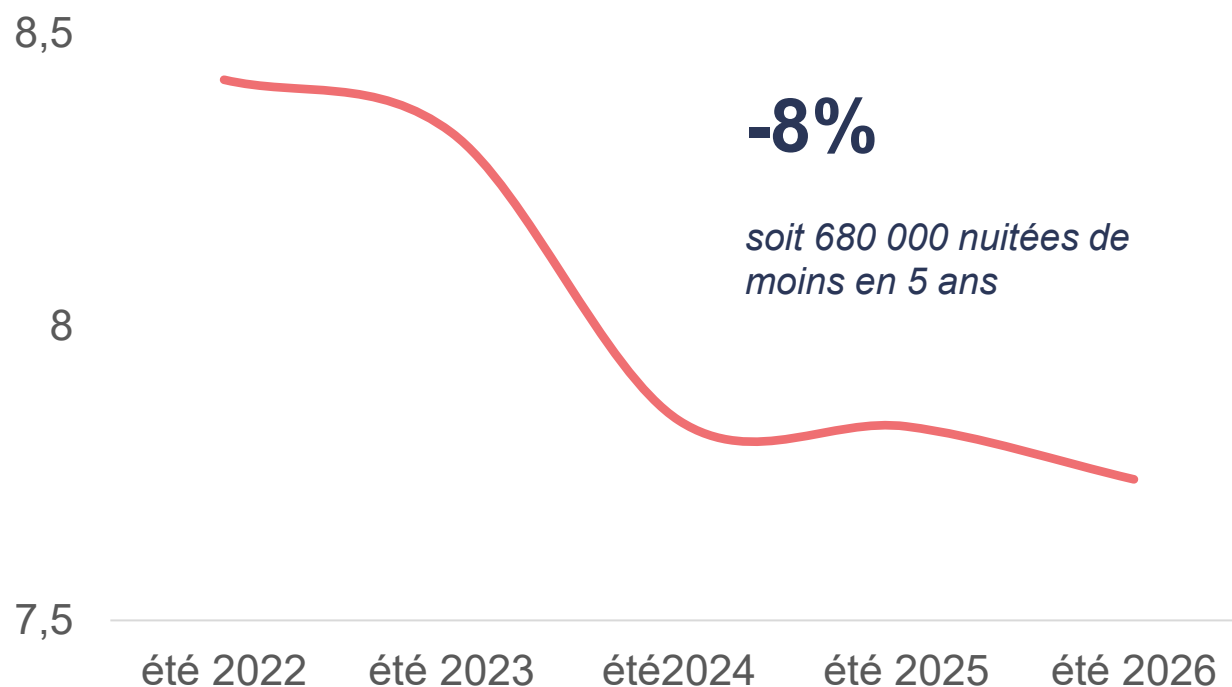
83 %

des vacanciers indiquent que les incendies ou risques d'incendie n'ont rien changé à leurs vacances



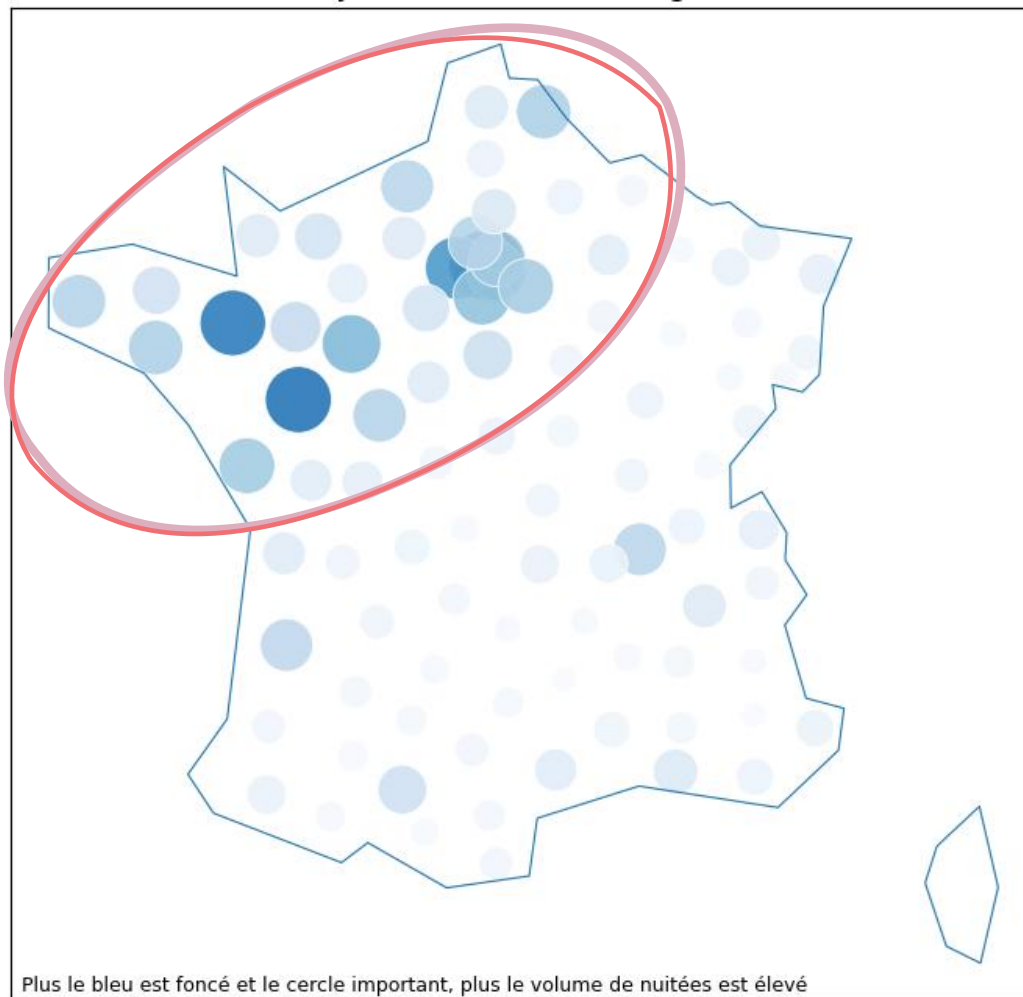
En Loire-Atlantique : pas de raz de marée en vue

Evolution des nuitées estivales françaises en Loire-Atlantique



Source : Orange, Flux Vision

Des clientèles françaises parisiennes et de proximité

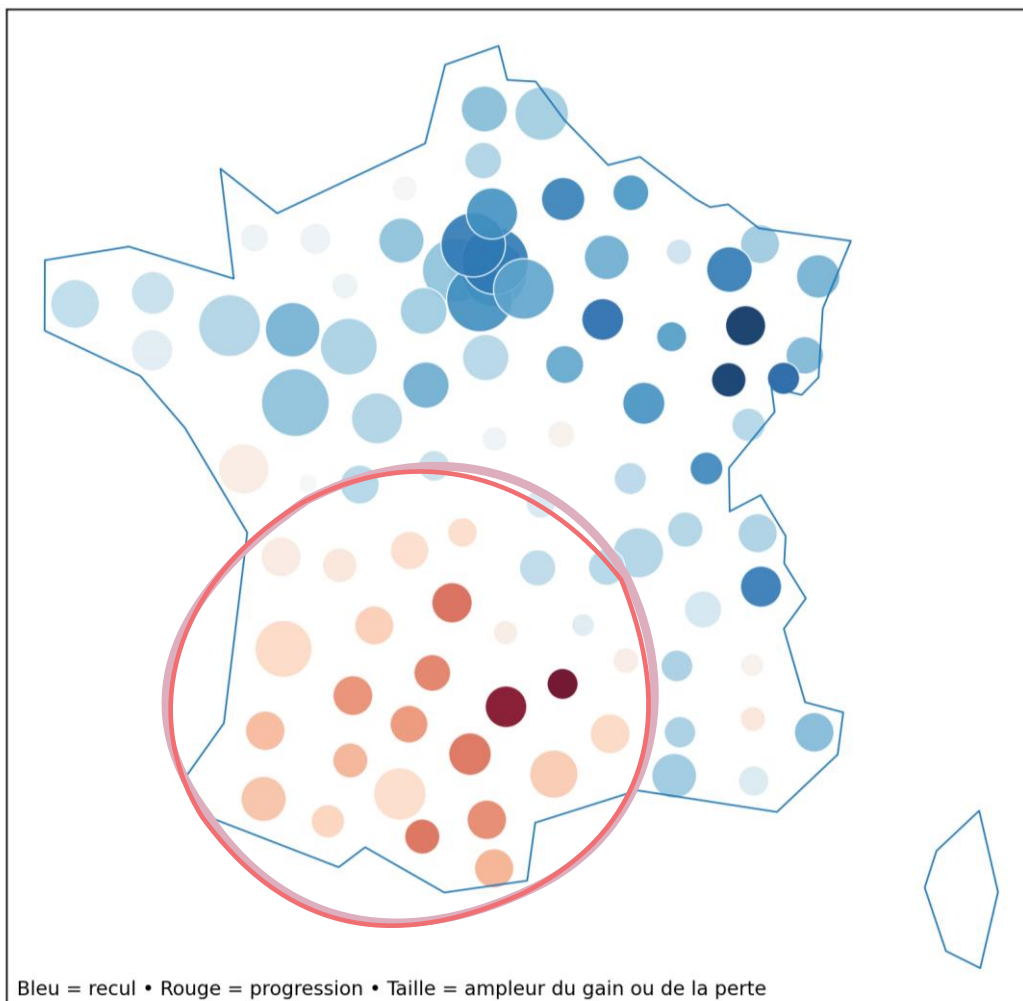


62%

des nuitées touristiques françaises estivales sont réalisées par des touristes venus d'Île-de-France (26%) et des régions du Grand Ouest (36%) en 2026.

Source : Orange Flux Vision

Une dynamique en recomposition ?

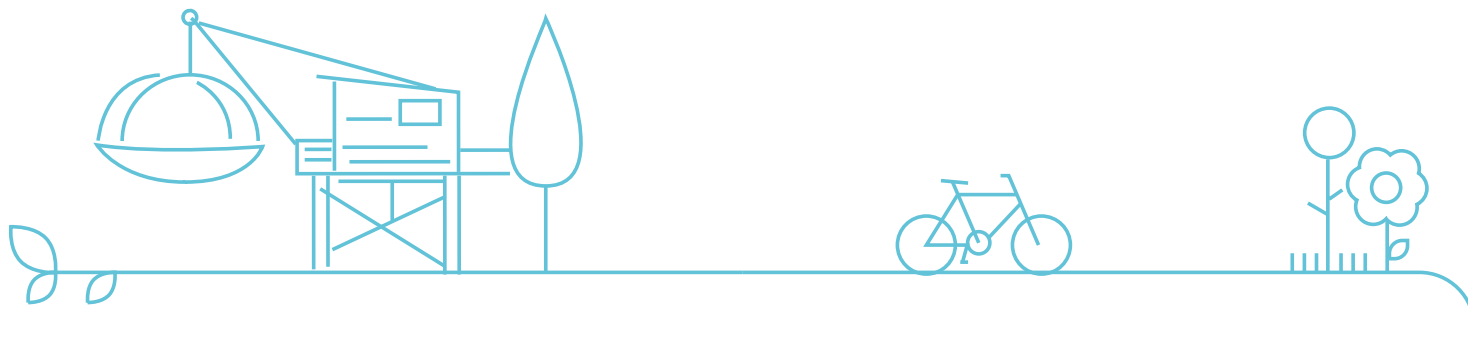


+35%

d'augmentation du nombre de nuitées en Loire-Atlantique de touristes venus d'Occitanie entre les étés 2022 et 2026.

+16% pour la Nouvelle-Aquitaine

Sources : Orange Flux Vision



En synthèse



Les vacances résistent, mais elles se fragmentent et se recomposent

Les résultats confirment que les Français renoncent moins à leurs vacances qu'ils n'en modifient les modalités. La mer reste la première destination et la géographie touristique évolue encore assez lentement. En revanche, les séjours deviennent plus sensibles au budget, à la météo et aux opportunités de dernière minute.

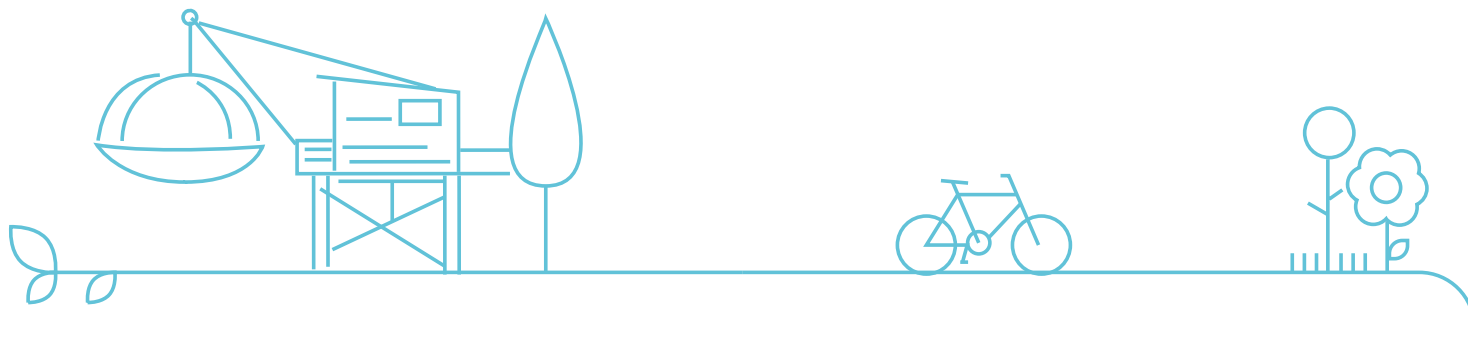
Le pouvoir d'achat agit principalement sur la consommation pendant le séjour. Les vacanciers réduisent les restaurants, les loisirs payants et les achats, choisissent parfois un hébergement moins coûteux ou raccourcissent leur séjour. À l'échelle nationale, un vacancier sur deux a changé au moins une habitude pour des raisons économiques. Les restrictions concernent notamment la restauration pour 17% des vacanciers, les activités pour 15% et le shopping pour 14%.

Les résultats de l'enquête ADN Tourisme/G2A montrent un mouvement encore plus prononcé sur la restauration. Cela signifie qu'une fréquentation stable peut parfaitement coexister avec une baisse du chiffre d'affaires des entreprises locales. Le nombre de visiteurs ne suffit plus à mesurer la qualité économique d'une saison.

Le climat agit pour l'instant davantage sur le déroulement du séjour que sur le choix initial de la destination. À l'échelle française, 57% des vacanciers ont modifié au moins une habitude en raison de la chaleur, mais seulement 14% ont changé leur projet de vacances. Les visiteurs maintiennent donc leur destination, puis décalent leurs horaires, réduisent certaines activités ou recherchent des lieux plus frais.

Une redistribution géographique commence néanmoins à apparaître à l'échelle nationale. Les territoires du Nord, la Bretagne et la montagne ont davantage progressé que certaines destinations méridionales affectées par les canicules et les incendies. Notons que la Loire-Atlantique ne connaît pas d'afflux massif de nouveaux visiteurs. Les tensions éventuelles relèvent plutôt de concentrations très localisées : quelques sites, certaines journées ou certains espaces littoraux. L'enjeu porte donc moins sur une réduction globale de la fréquentation que sur sa répartition dans le temps et dans l'espace.





L'avis des professionnels de Loire-Atlantique

Saison estivale 2026 - baromètre de satisfaction

Le baromètre est réalisé en collaboration avec les 5 Agences
Départementales du Tourisme des Pays de la Loire. Interrogés
du 17 au 26 août 2026, **146 professionnels de la Loire-
Atlantique ont répondu au questionnaire.**





Paroles de professionnels

Des tendances qui se confirment d'une année à l'autre

Désertification de la clientèle française – *Gîte rural*

Très peu de consommations et des clients très exigeants : on veut un tarif 2 étoiles et des prestations d'un 5 étoiles – *Camping du littoral*

Je constate que les gens ne consomment moins cet été. Le ticket moyen a perdu entre sept et huit euros. Les clients consomment beaucoup de pique-nique fait maison au bord de la mer – *Restaurant du littoral*

Les locatifs ont été moins demandés. Plus de terrain nu, en tente et caravane – *Camping du littoral*

Augmentation des ventes d'eaux gazeuses et minérales. Baisse des ventes de vin. Forte augmentation des ventes de cocktails et surtout mocktail 0.0% alcool – *Bar du littoral*

Beaucoup plus de plats à partager, peu d'apéritif, peu de vin, moins de dessert – *Restaurant en ville*

Une adaptation aux conditions météo ?

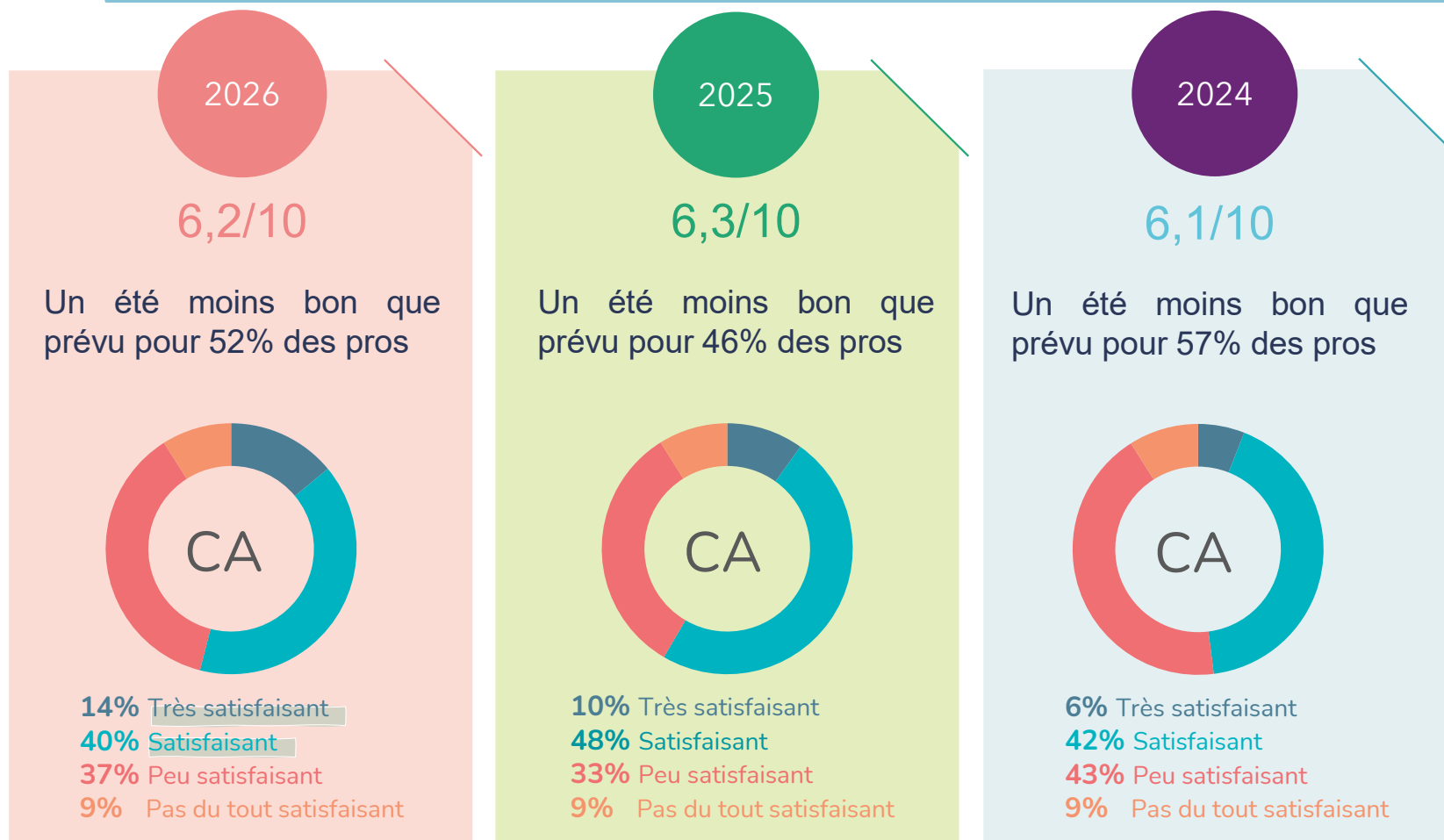
Horaires décalés lors des fortes chaleurs : plus de réservations le matin 10h30-12h et en fin d'après-midi (16h-18h). Le temps de balade se réduit : beaucoup de réservations pour 1h alors que l'année dernière la balade de 2h était beaucoup plus réservée – *Prestataire de loisir outdoor dans le rural*

Moins de touristes à vélo cette année en raison des canicules à répétition – *Café Restaurant dans le rural*





Un été moins satisfaisant que l'année dernière



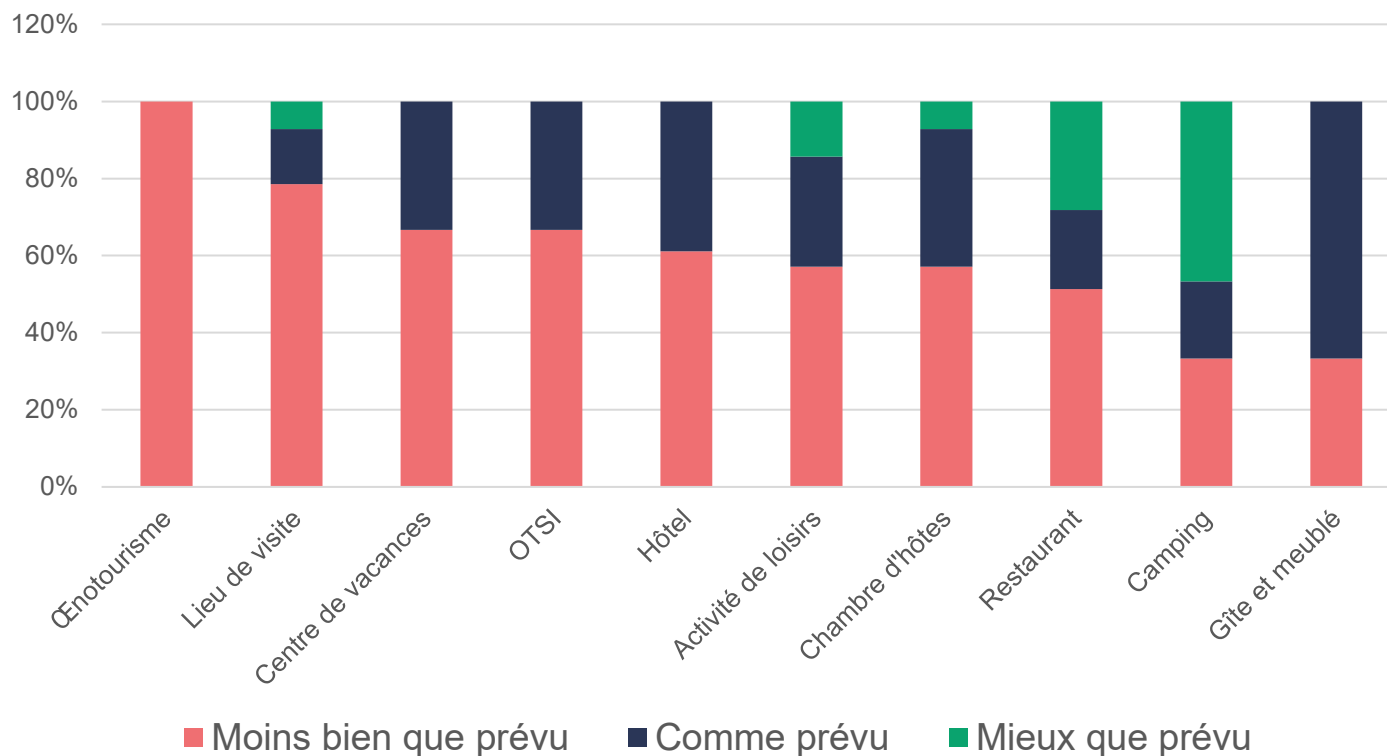
Source : Baromètre de conjoncture – Résultats 44





... avec des contrastes selon les activités

Par rapport à vos attentes, comment se déroule votre activité depuis début juillet ?



Source : Baromètre de conjoncture – Résultats 44

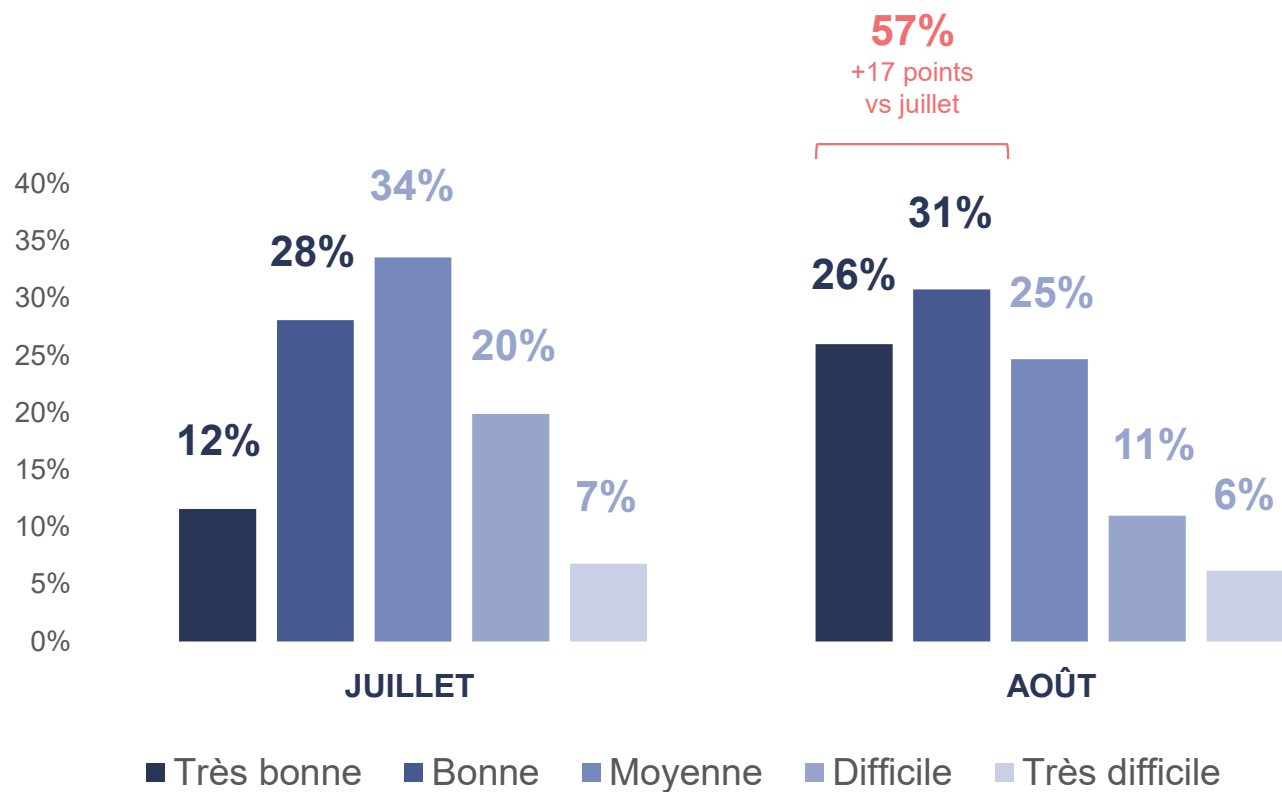
29/09/2026





Le mois d'août compense l'activité de juillet

Comment jugez-vous votre activité ?



Source : Baromètre de conjoncture – Résultats 44



Les professionnels s'adaptent

73%

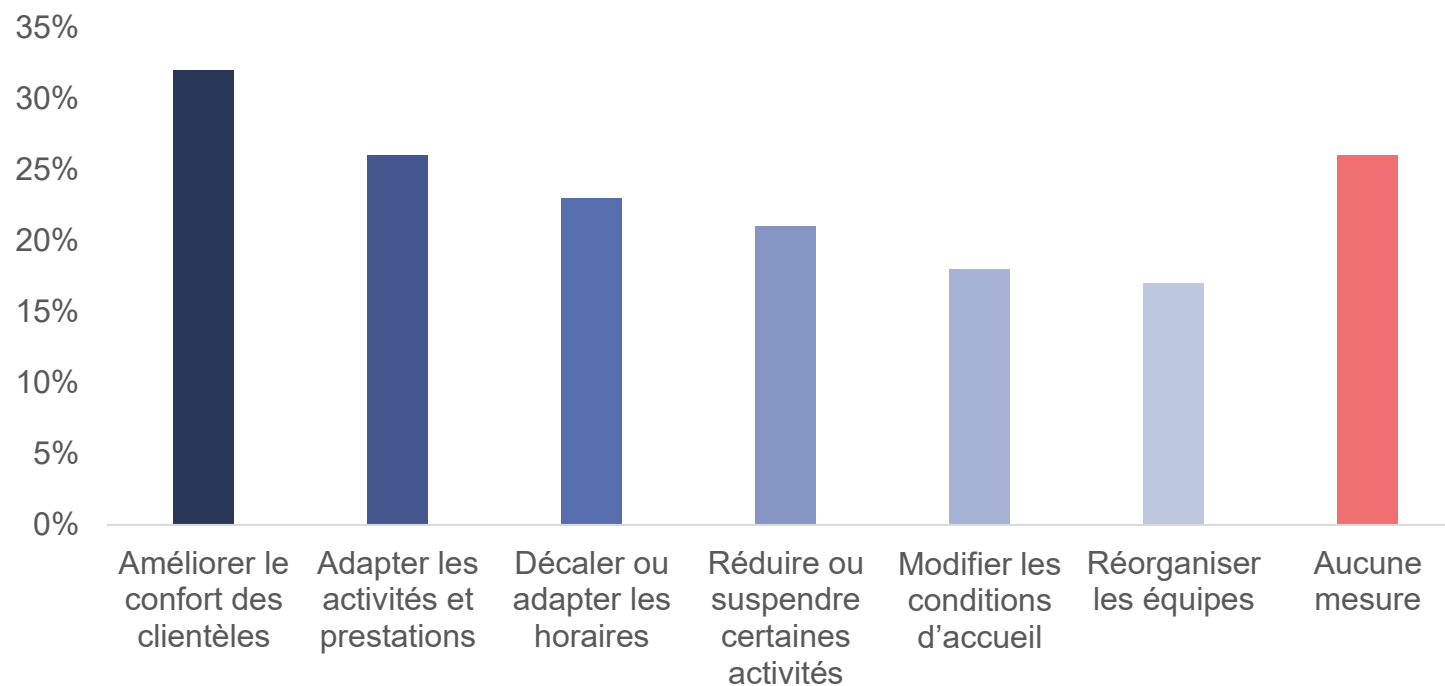
des professionnels ont mis en œuvre au moins une mesure d'adaptation



(avec son lot d'images standardisées, générées par IA)

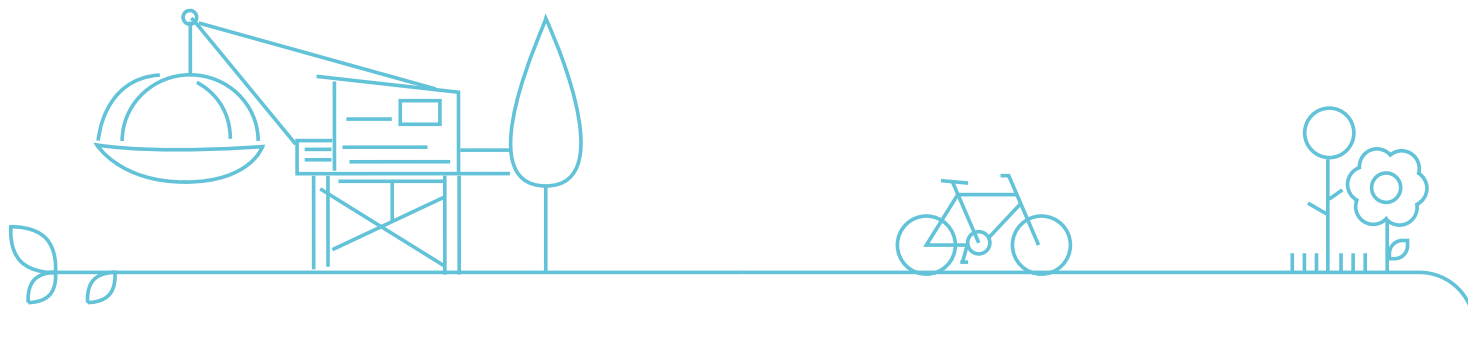


Les professionnels s'adaptent



Source : Baromètre de conjoncture – Résultats 44





En synthèse





La fréquentation ne garantit plus une bonne saison économique

La baisse progressive de la satisfaction des professionnels, de 6,3 sur 10 en 2025 à 6,2 en 2026, paraît limitée. Elle devient néanmoins plus significative lorsqu'on observe la part des professionnels qui jugent la saison inférieure à leurs attentes : 57% en 2024, 46% en 2025 et 52% en 2026.

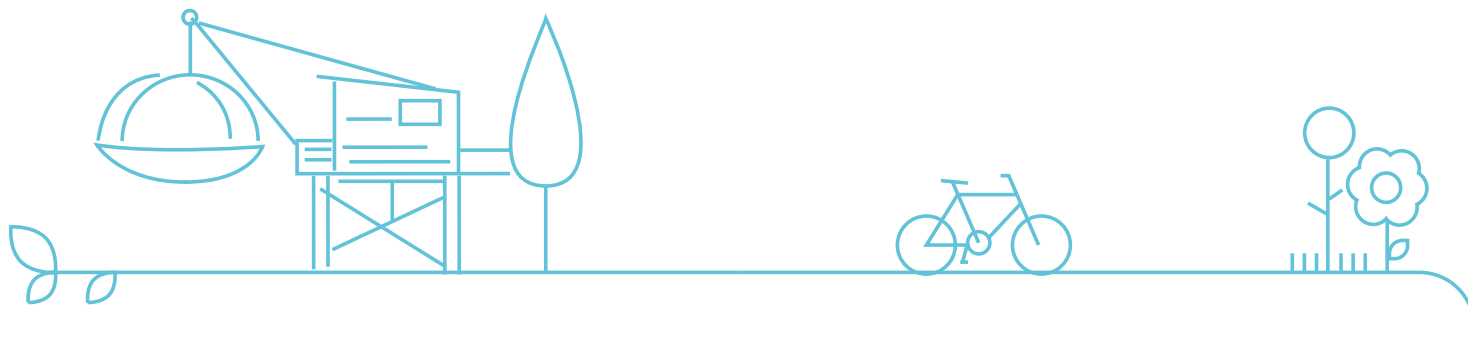
Cette dégradation traduit un décalage croissant entre les volumes de fréquentation et les résultats économiques. Les touristes sont présents, mais ils consomment différemment. Les témoignages recueillis évoquent moins de boissons alcoolisées, moins de desserts, davantage de pique-niques et une recherche de prestations moins longues ou moins coûteuses. À l'échelle nationale, près des deux tiers des restaurateurs interrogés par l'UMIH auraient enregistré un chiffre d'affaires inférieur à celui de 2025.

Les différences entre activités deviennent également plus importantes. Les hébergements peuvent maintenir leur remplissage alors que la restauration, les loisirs et certaines activités de plein air subissent une baisse de la dépense ou une fréquentation plus irrégulière. Au niveau national, les nuitées dans l'hôtellerie de plein air ont reculé de 3,6%, mais les campings les mieux équipés, notamment contre la chaleur, ont davantage résisté.

Le fait que 73% des professionnels de Loire-Atlantique aient déjà pris au moins une mesure d'adaptation constitue un signal positif. Mais les adaptations observées restent souvent réactives : modification ponctuelle des horaires, réduction d'une prestation, installation de ventilateurs ou fermeture temporaire. La prochaine étape consistera à passer à une adaptation plus structurelle des bâtiments, des espaces extérieurs, de l'organisation du travail et de l'offre proposée.

Le rebond du mois d'août montre enfin que la saison devient plus volatile. Une mauvaise séquence météorologique ou un changement de comportement peut fortement pénaliser quelques semaines, puis être partiellement compensé. Cette instabilité complique le recrutement, les stocks, les horaires et la prévision du chiffre d'affaires.

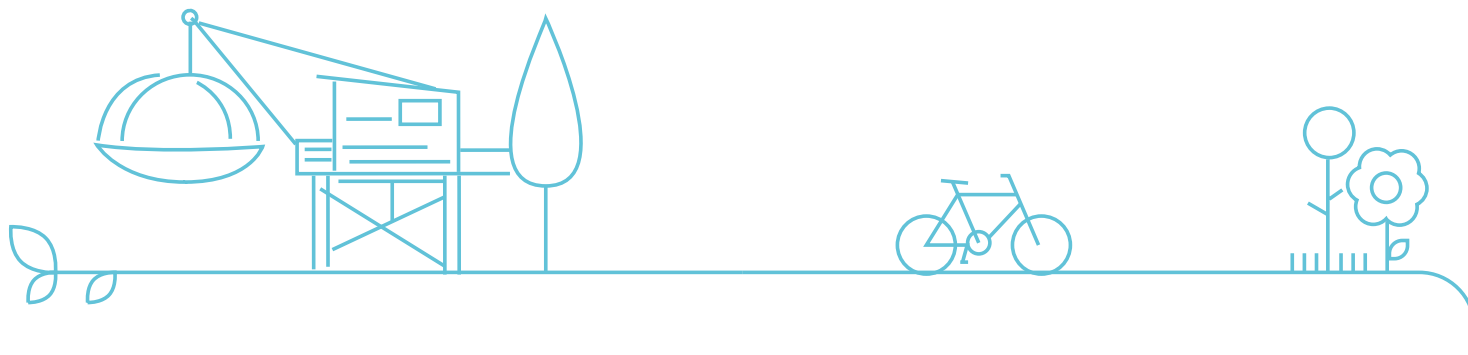




Les données de l'observatoire

Saison estivale 2026





Fréquentation touristique

Saison estivale 2026 – Flux Vision Tourisme

Touristes : non-résidents de Loire-Atlantique ayant effectué au moins une nuitée en hébergement marchand ou non-marchand dans le département.



Fréquentation touristique en Loire-Atlantique - été 2026

10,1 M de nuitées

Haute saison 2026

-1%

vs 2025

45% en juillet (-1%)

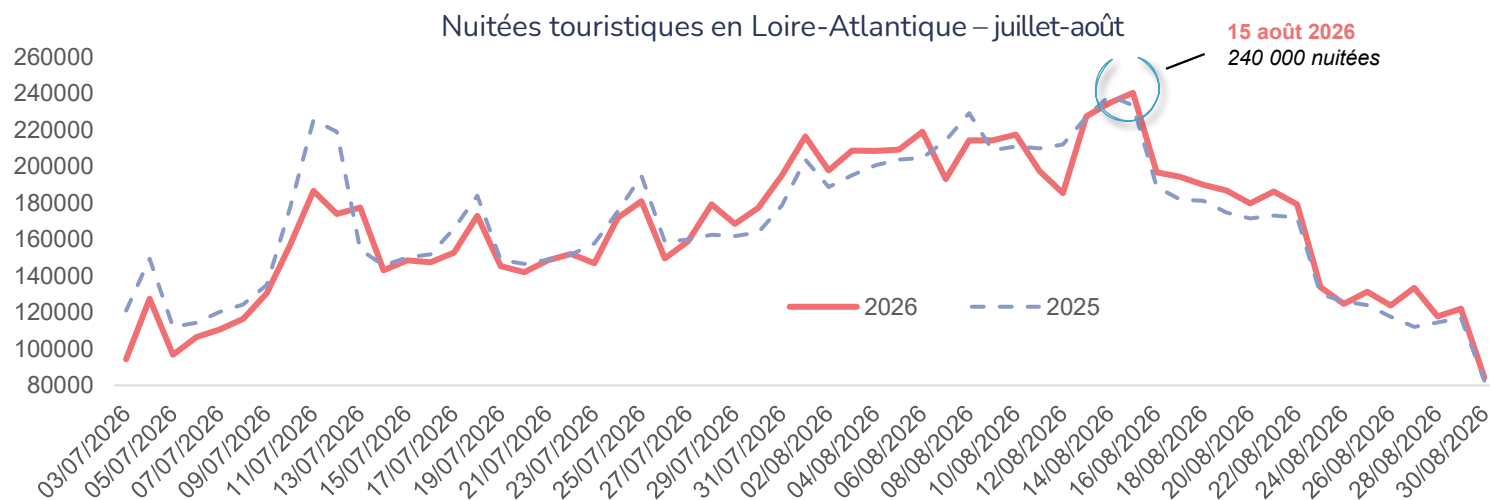
55% en août (+1%)

En Loire-Atlantique,

1 nuitée sur 3

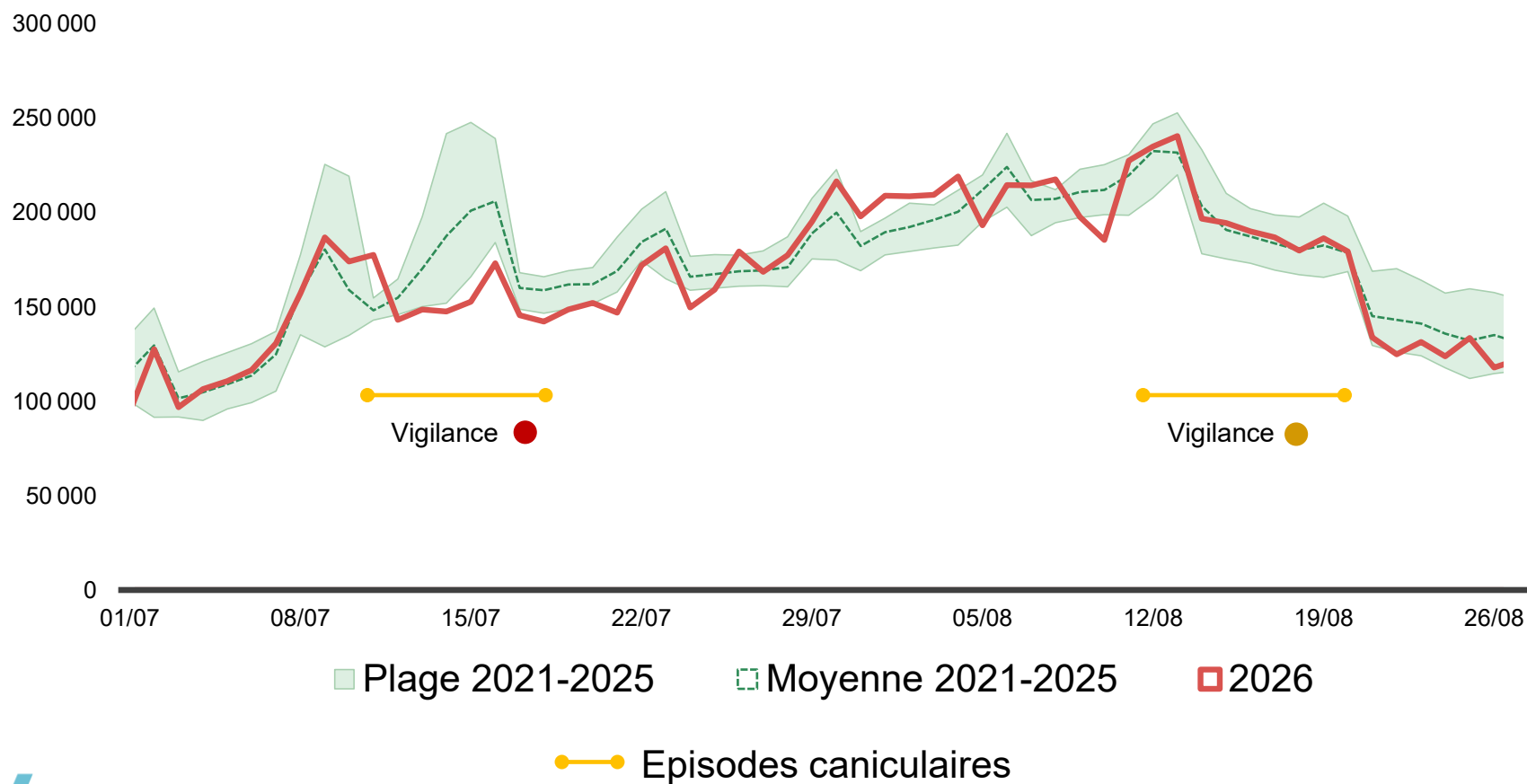
a lieu entre juillet et août

Proportion stable depuis
4 ans



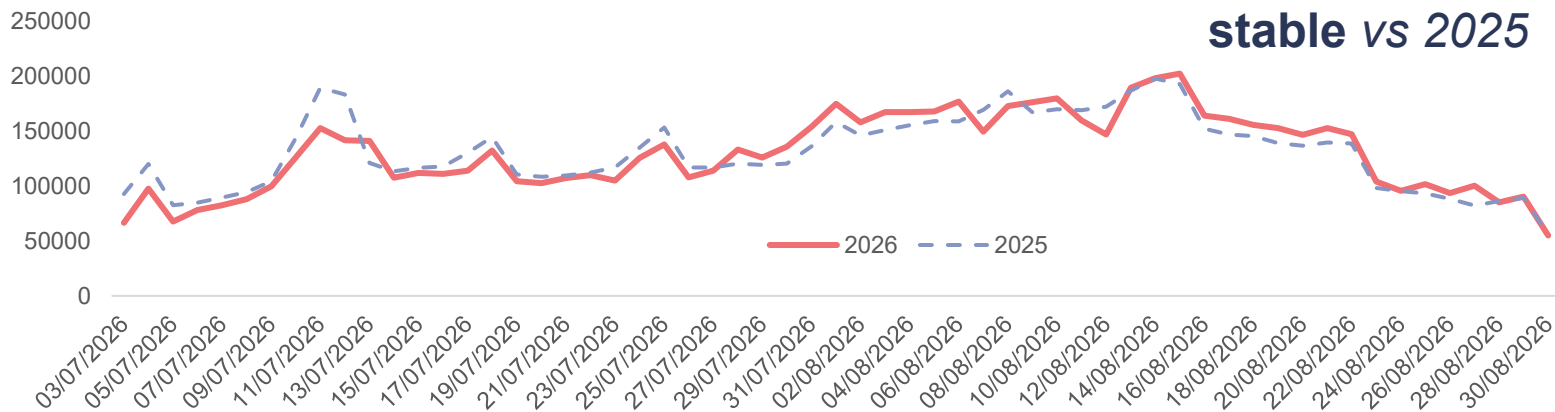
Historique de fréquentation

Évolution quotidienne : 2026 comparé aux cinq étés précédents

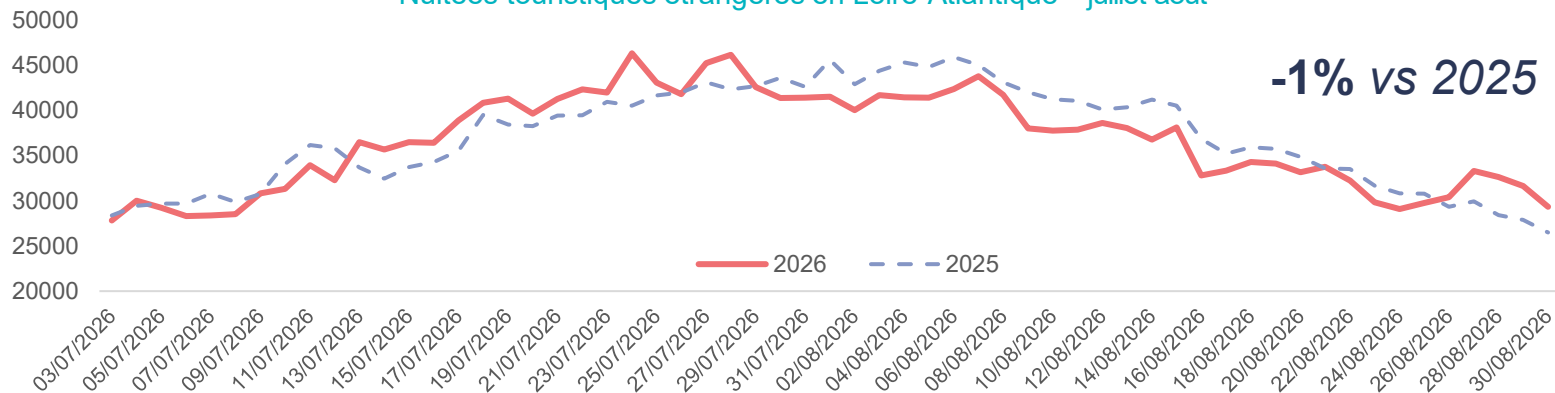


Fréquentation touristique en Loire-Atlantique – Été 2026

Nuitées touristiques françaises en Loire-Atlantique – juillet-août



Nuitées touristiques étrangères en Loire-Atlantique – juillet-août





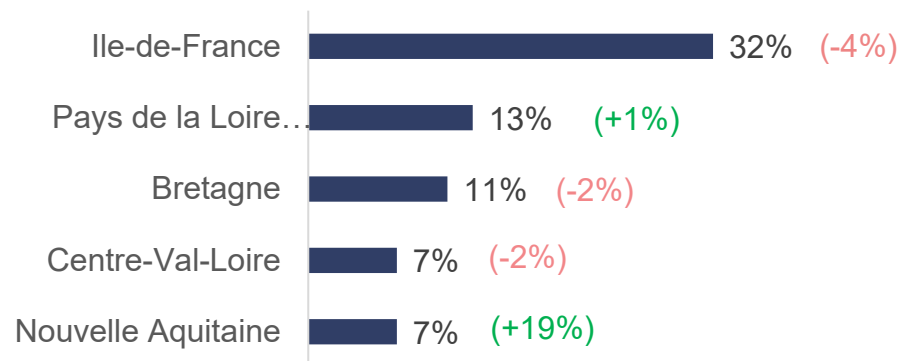
Fréquentation touristique en Loire-Atlantique – été 2026

78% Nuitées françaises (7,9M)
Stable entre 2025 et 2026



22% Nuitées étrangères (2,2M)
-1% de nuitées entre 2025 et 2026

Top 5 régions en % de nuitées françaises – été 2026

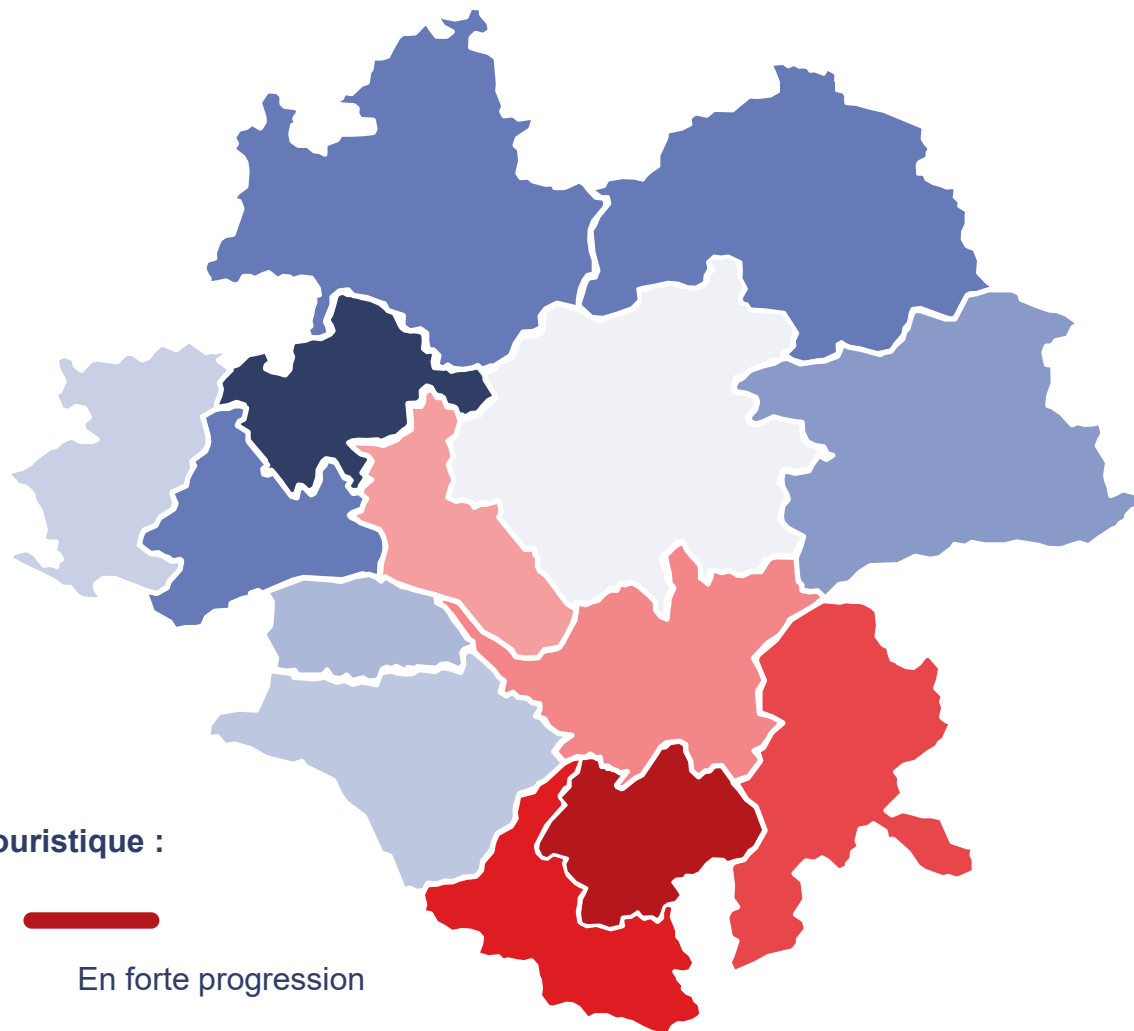


Source : Flux Vision Tourisme – Orange Business – Données provisoires du 01/07 au 31/08 2026





Evolution des nuitées touristiques par intercommunalités vs 2025



Évolution de la fréquentation touristique :



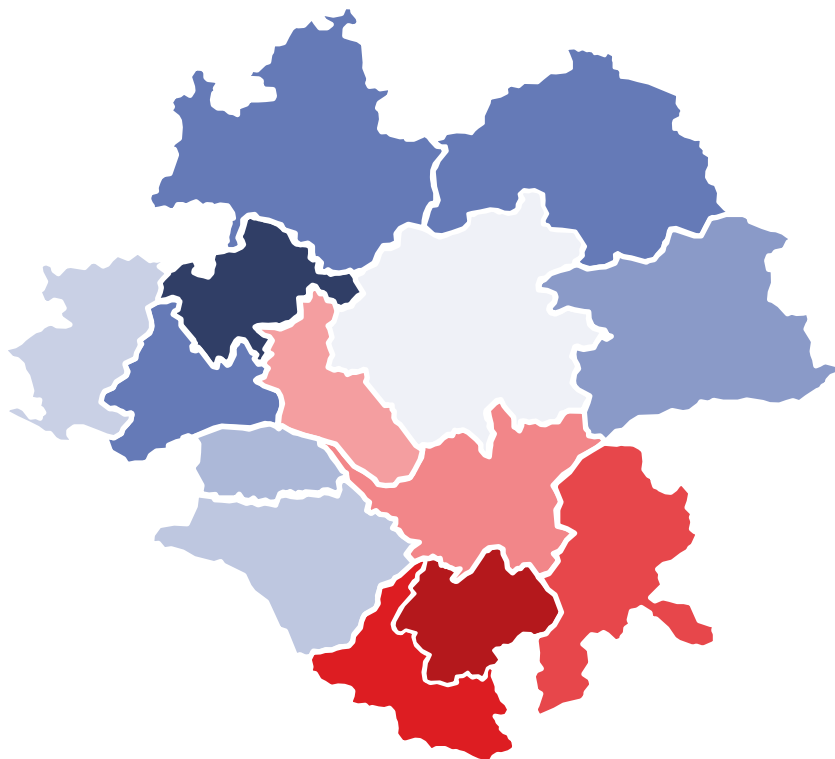
En fort recul

En forte progression

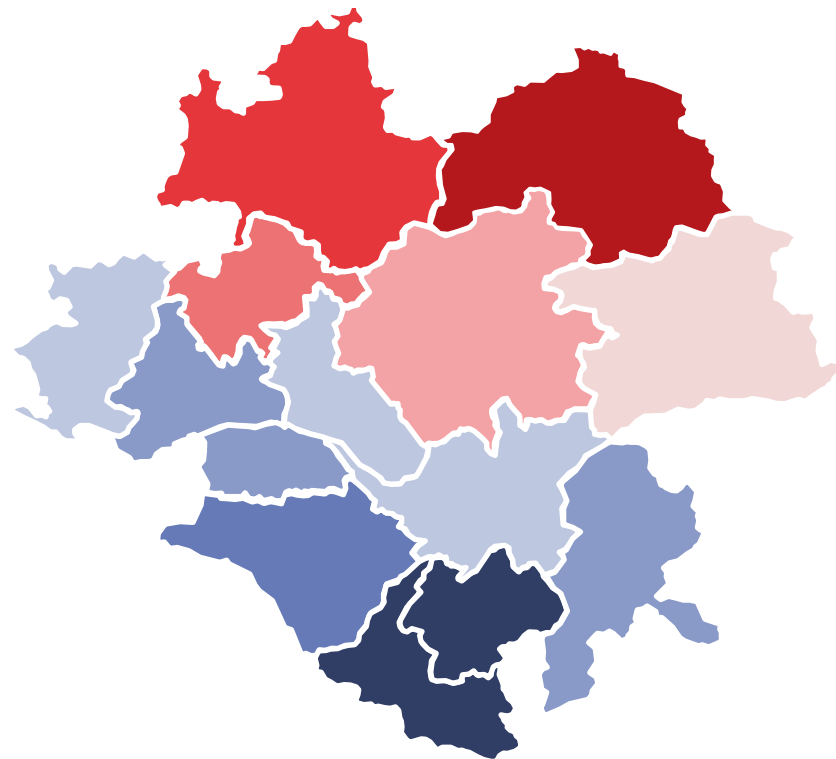




Evolution des nuitées touristiques par intercommunalités



Évolution 2025-2026



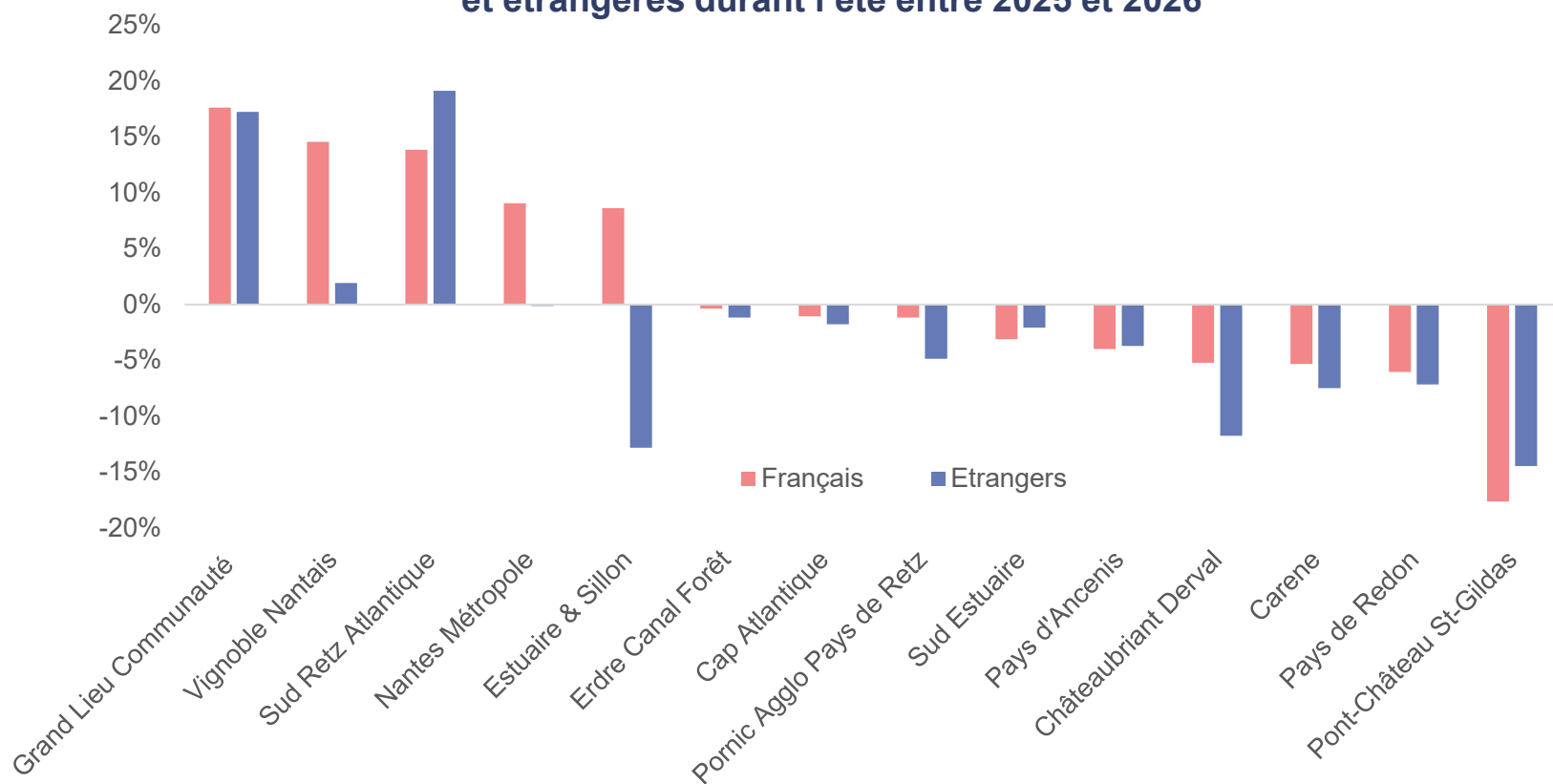
Évolution 2024-2025





Fréquentation touristique en Loire-Atlantique - été 2026

Evolutions des nuitées françaises (incluant les locaux) et étrangères durant l'été entre 2025 et 2026



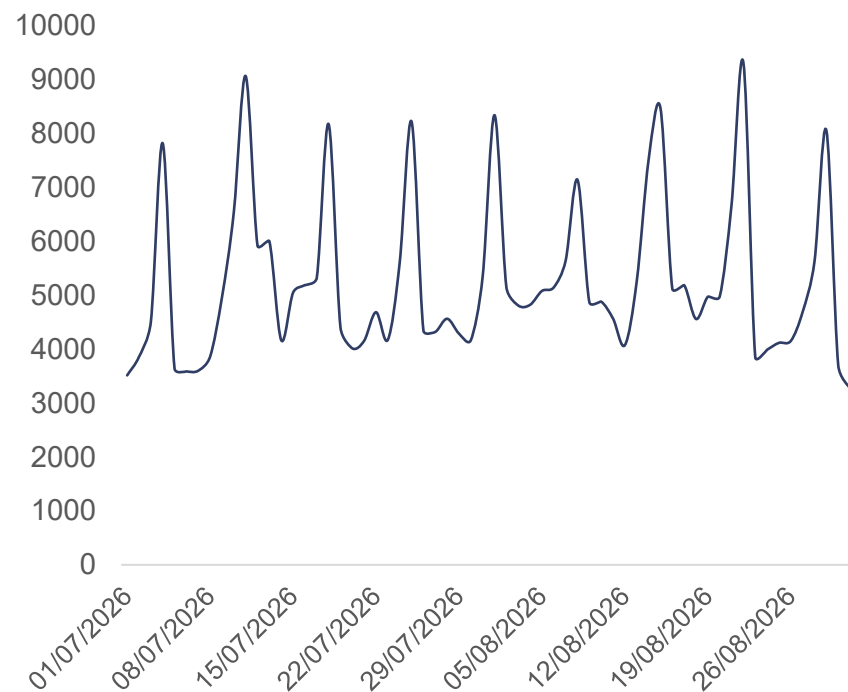


Dynamique des territoires / nuitées françaises

Intercommunalité littorale



Intercommunalité rurale





Fréquentation touristique en Loire-Atlantique – été 2026

SEPTEMBRE

> Du 1^{er} au 19

+4% de nuitées vs 2025

 **+3%** vs 2025

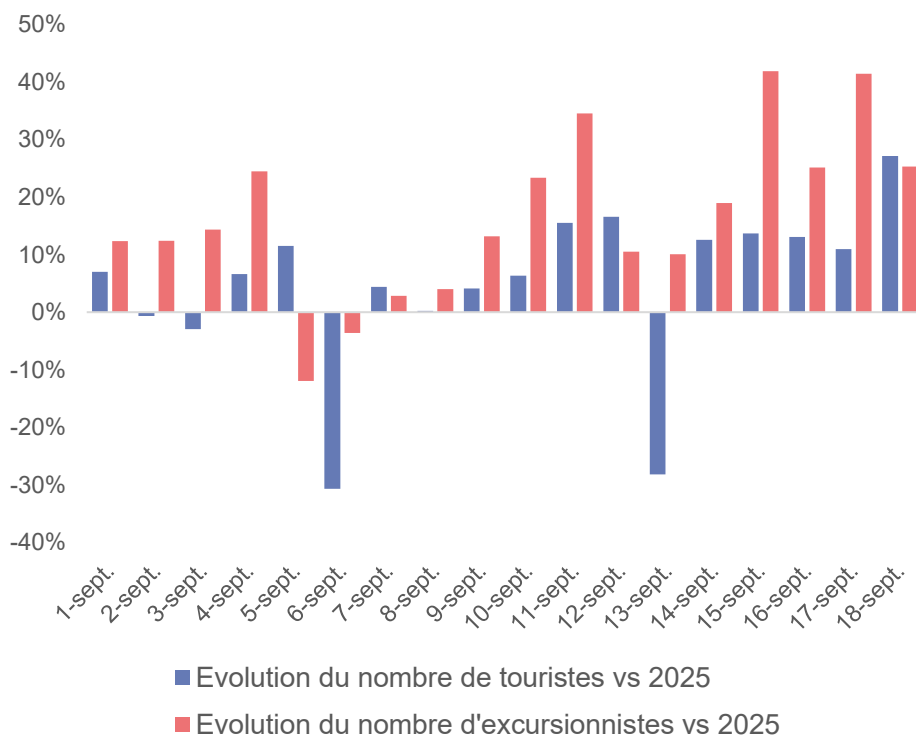
 **+8%** vs 2025

+15% d'excursions vs 2025

 **+17%** vs 2025

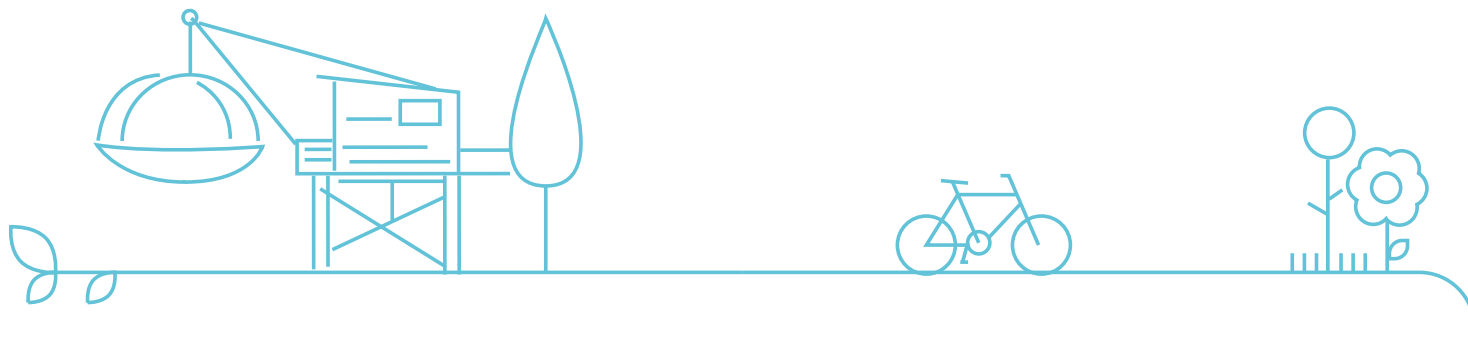
 **+6%** vs 2025

Evolution des nuitées et des excursions par jour vs 2025 (%)



29/09/2026





En synthèse



Une stabilité départementale qui masque plusieurs recompositions

Avec 10,1 millions de nuitées et un recul limité à 1%, la Loire-Atlantique résiste dans un contexte national contrasté. Le résultat apparaît d'autant plus solide que le taux de départ des Français durant les seuls mois de juillet et août a reculé de cinq points au niveau national.

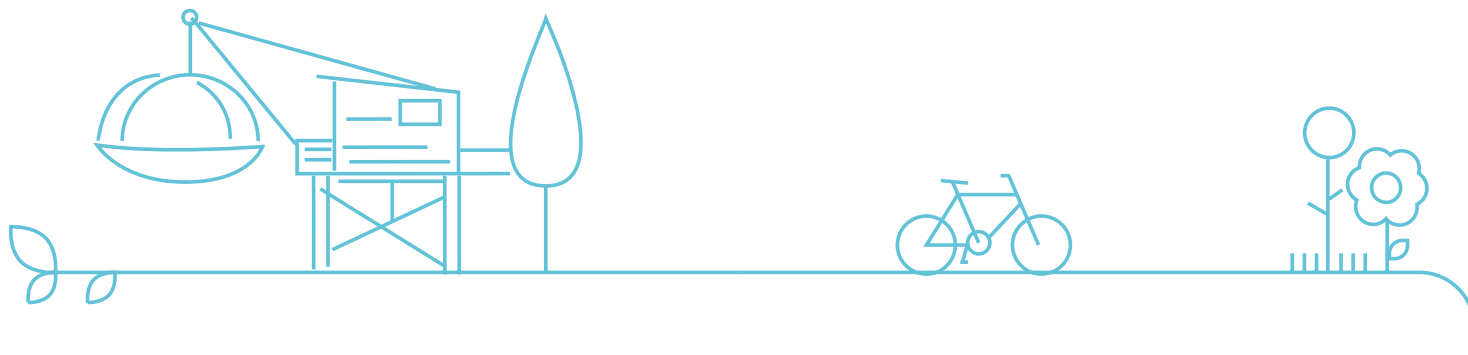
Cette stabilité repose toutefois fortement sur la clientèle française, qui représente 78% des nuitées. La proximité de grands bassins de population constitue ici un avantage. L'Île-de-France et les régions du Grand Ouest représentent ensemble 62% des nuitées françaises. Ces clientèles sont plus faciles à fidéliser et peuvent revenir plusieurs fois, mais elles réalisent aussi potentiellement des séjours plus courts et plus sensibles aux prévisions météorologiques.

À l'inverse, la Loire-Atlantique semble avoir moins bénéficié de la dynamique internationale constatée au niveau national. En France, les recettes du tourisme international ont progressé de 3,7% en juillet, notamment grâce aux Britanniques, aux Allemands et aux Néerlandais. Les nuitées étrangères reculent pourtant légèrement dans le département.

Les progressions des clientèles venues d'Occitanie et de Nouvelle-Aquitaine peuvent traduire de nouvelles connexions avec la façade atlantique ou un éloignement ponctuel des destinations les plus chaudes. Elles doivent toutefois être interprétées avec prudence : les volumes de départ peuvent être relativement faibles et les hausses liées à un effet de base. Il faudrait observer ces évolutions sur plusieurs années avant de conclure à une redéfinition structurelle des flux touristiques domestiques.

Enfin, les différences entre intercommunalités montrent que la stabilité départementale est une moyenne. Certains territoires gagnent des nuitées tandis que d'autres reculent. Le littoral, qui concentre le plus grand nombre de nuitées touristiques, voit sa fréquentation reculer depuis 2 ans. Les espaces ruraux, qui totalisent des volumes moindres, sont beaucoup plus sensibles aux aléas conjoncturels (météo, événement, itinérances, etc.) et peuvent voir leurs niveaux de fréquentation varier sensiblement d'une année à l'autre.





Fréquentation excursionniste française

Saison estivale 2026 – Flux Vision Tourisme

Excursionnistes : non-résidents de Loire-Atlantique ayant effectué un déplacement de plus de 2h sur le département et n'y passant pas de nuitée.



Fréquentation excursionniste

8,3M d'excursions

Haute saison 2026

+6%

vs 2025

48% en juillet

4M d'excursions

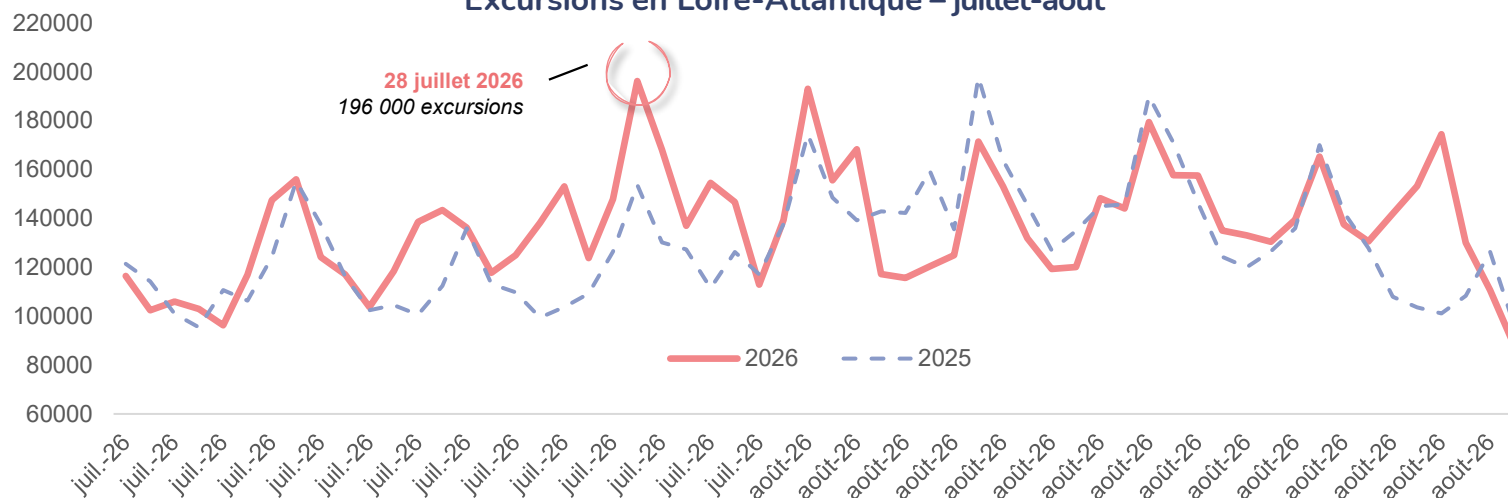
+12% vs 2025

52% en août

4,3M d'excursions

+1% vs 2025

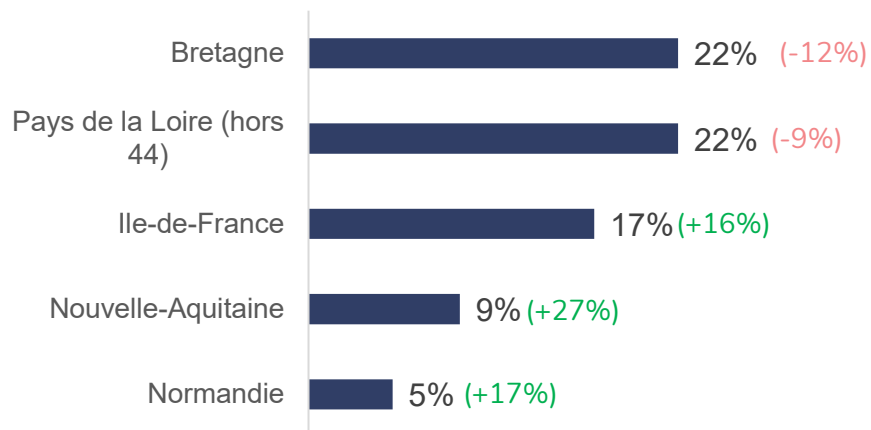
Excursions en Loire-Atlantique – juillet-août





Fréquentation excursionniste française

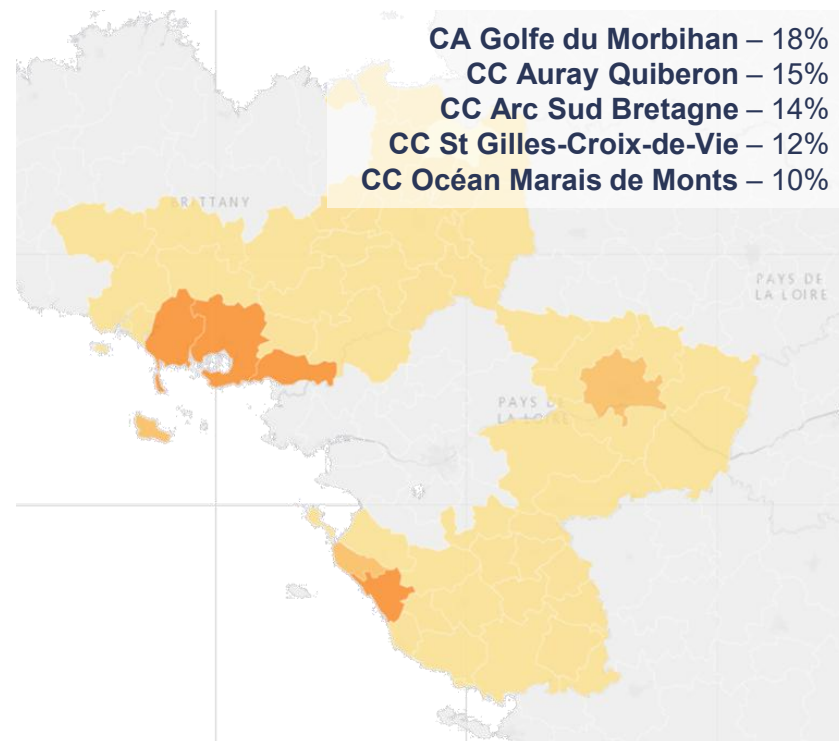
Top 5 régions en % d'excursions françaises – été 2026

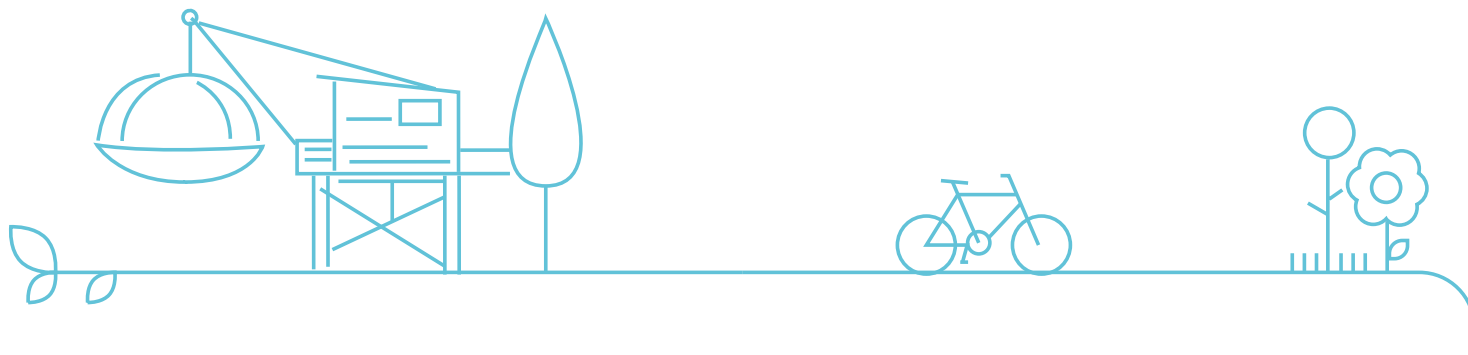


Top 5 par pays d'origine pour les excursions étrangères



Top 5 des lieux de nuitées des touristes réalisant des excursions en Loire-Atlantique – été 2026





En synthèse



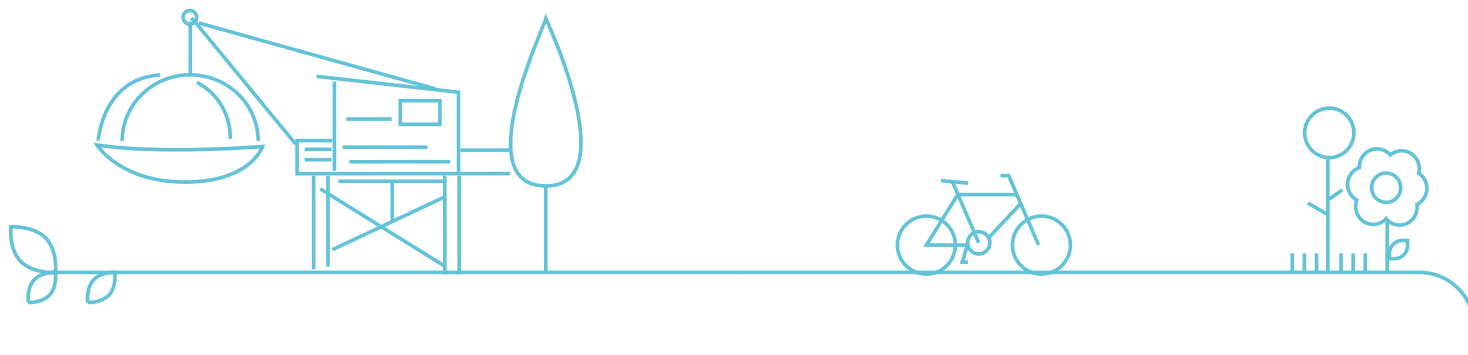
La progression des excursions transforme la nature de la fréquentation

La hausse de 6% des excursions, alors que les nuitées reculent légèrement, constitue probablement l'un des enseignements les plus importants, qui se confirme saison après saison. La Loire-Atlantique attire davantage de visiteurs à la journée sans augmenter dans les mêmes proportions le nombre de personnes qui y séjournent.

Cette dynamique confirme le rôle du département comme espace de loisirs pour les habitants des territoires voisins et pour les touristes hébergés dans le Morbihan ou en Vendée notamment. La Loire-Atlantique fonctionne ainsi à la fois comme destination de séjour et comme territoire d'excursion intégré à un bassin touristique plus large.

Cette dynamique soutient les sites de visite, les commerces et certaines activités. Son rendement économique reste toutefois inférieur à celui d'un séjour avec hébergement. Il peut aussi accentuer les concentrations sur les plages, les sites patrimoniaux, les axes routiers et les stationnements, sans nécessairement générer une hausse équivalente des recettes touristiques.

L'objectif ne doit pas nécessairement consister à transformer toutes les excursions en séjours. Il peut aussi s'agir d'augmenter la valeur de la journée : activités réservables, restauration adaptée aux budgets, offres combinées, desserte sans voiture ou prolongation des visites en fin de journée.



Le marché locatif sur les plateformes

Saison estivale 2026 – Liwango

Airbnb, Booking, Abritel



29/09/2026



Marché locatif sur les plateformes - été 2026 - Liwango

Prix moyen stable

135€

133€ en 2025

Un RevPar en hausse

+ 9%

vs été 2025

Taux d'occupation
stable

63%

sur l'été

Des logements
peu accessibles

0,8%

accessibilité
handicap

Des réservations
effectuées plus tôt

81j

avant la location

67j en 2025

HomeExchange

Au niveau national, la
dynamique se poursuit :

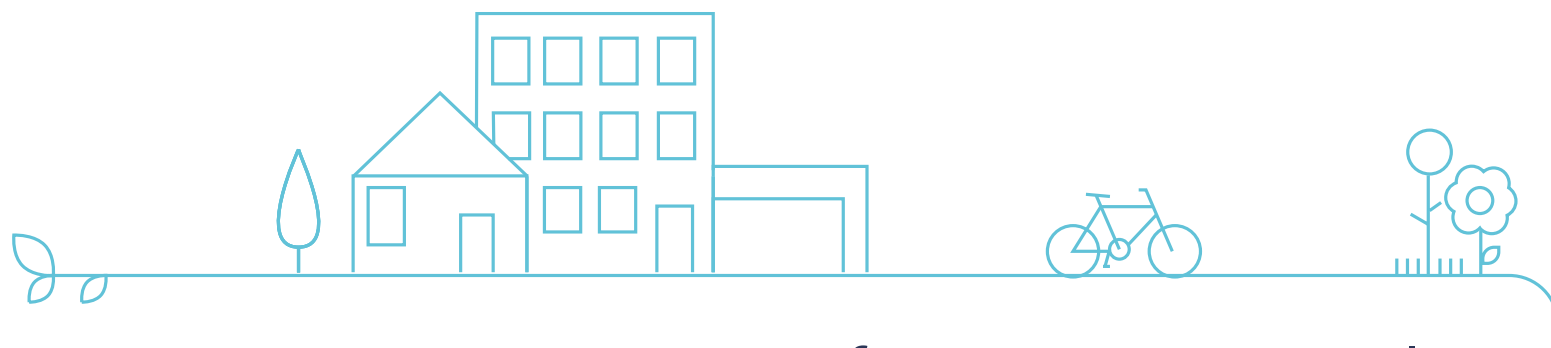
+32 % d'échanges
vs 2025

2 millions de nuitées
(+22%)



Sources : Liwango - FTO

29/09/2026



La fréquentation vélo

Saison estivale 2026 - Eco-visio



29/09/2026



Eco-compteurs vélo - été 2026 en Loire-Atlantique

Près de 270 000 passages à vélos en juillet-août 2026
comptabilisés sur les 21 éco-compteurs de Loire-
Atlantique

-4%

Un **recul notable** par rapport à l'été
2025

-3%

Juillet 2026 (vs 2025)

-4%

Août 2026 (vs 2025)

Par itinéraire (addition de compteurs) :



-11% sur **La Loire à Vélo** vs 2025



-1% sur **La Vélodyssée** vs 2025



-2% sur **le canal de Nantes à Brest** vs 2025



-7% sur **La Régالante** vs 2025



+1% sur **La Vélidéale** vs 2025

Source : Eco-Visio



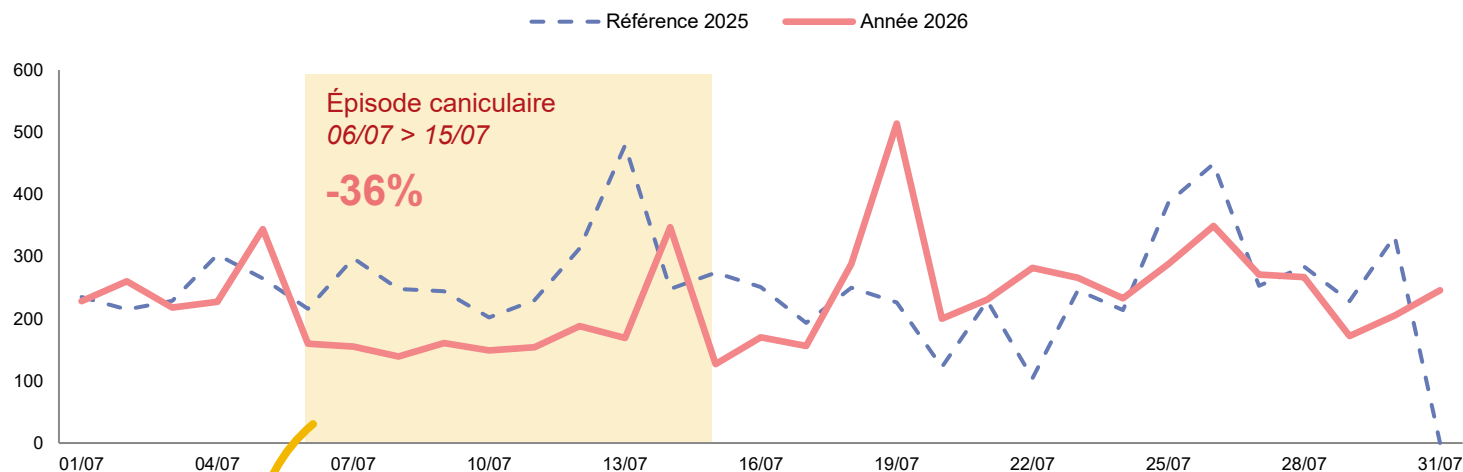
29/09/2026

* Les compteurs de Mauves-sur-Loire et de St-Brévin-les-Pins n'ont pas été pris en compte en raison de dysfonctionnements

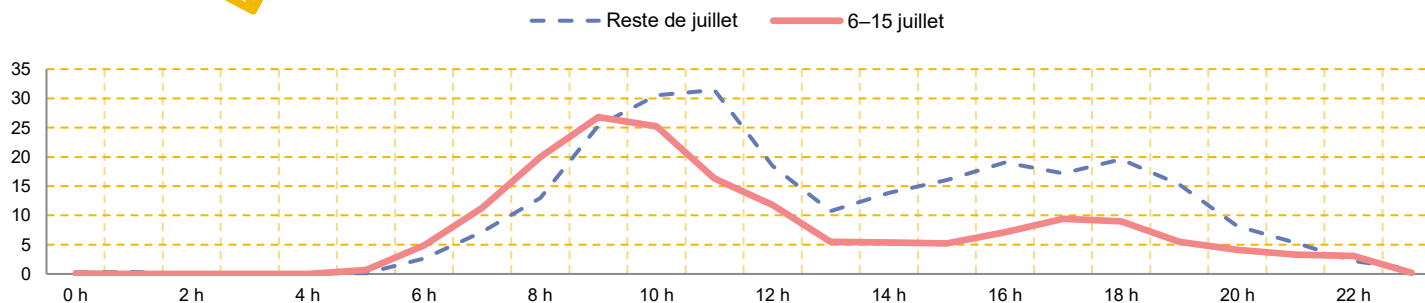


L'exemple du compteur de St-Julien-de-Concelles, sur la Loire à Vélo

Passages quotidiens en juillet : un décrochage concentré du 6 au 15



Profil horaire moyen : report vers le matin, sans rattrapage le soir





Eco-compteurs vélo - été 2026 en Loire-Atlantique



Jour le plus fréquenté



Moyenne journalière durant
l'été par compteur

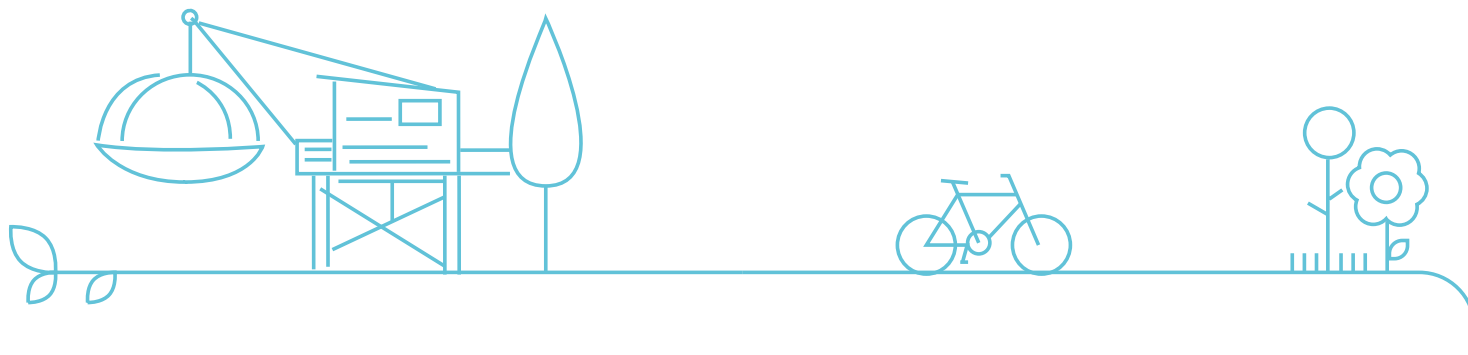
Source : Eco-Visio

TOP 5 des éco-compteurs par nombre de passages

- 1 Préfailles (41 399)
- 2 Trignac (31 642)
- 3 Piriac (31 512)
- 4 Oudon (27 275)
- 5 Saint-Michel-Chef-Chef (19 719)

L'été 2026 aura démontré que la fréquentation cyclable est très sensible aux chaleurs extrêmes. Comme le montre l'analyse du compteur de St-Julien-de-Concelles, la baisse observée en juillet n'est pas générale, elle est presque entièrement concentrée sur l'épisode caniculaire du 6 au 15. La pratique se reporte partiellement vers le matin, mais ce décalage ne compense pas le fort repli des passages l'après-midi. Les fortes chaleurs semblent donc entraîner à la fois une adaptation des horaires et un renoncement à certaines sorties, impactant la fréquentation globale à l'échelle du département.





Les principaux enseignements



Que retenir de la saison estivale 2026 ?

DES PRATIQUES QUI ÉVOLUENT

57%

des Français ont adapté leurs habitudes

Face aux fortes chaleurs, seuls 14% ont modifié leur projet de vacances

LE BUDGET PÈSE D'AVANTAGE

62%

des Français ont réduit leur budget

Les vacanciers économisent d'abord sur la restauration, les activités payantes et les achats

UN ÉTÉ EXCEPTIONNELLEMENT CHAUD EN LOIRE-ATLANTIQUE

43 jours

au-dessus de 30 °C

23,4°C en moyenne sur juin-août
Soit +4,3 °C par rapport à la normale

e n F r a n c e

UNE FRÉQUENTATION QUI RÉSISTE

-1%

de nuitées par rapport à 2025

10,1 millions de nuitées en juillet-août
Nuitées françaises : -8% depuis 2022

+6% Les sorties à la journée progressent, signe d'une recomposition des pratiques

DES PROFESSIONNELS SOUS PRESSION

52%

jugent l'activité sous leurs attentes

Satisfaction moyenne : 6,2/10
Les témoignages signalent une baisse de la consommation et du panier moyen

L'ADAPTATION EST DÉJÀ ENGAGÉE

73%

ont pris au moins une mesure

Les professionnels adaptent horaires, prestations ou conditions d'accueil face aux conditions climatiques



L'enjeu pour demain : préserver les retombées économiques et adapter l'offre au climat



2 Actualités des Offices de tourisme et des réseaux professionnels



En résumé

Une saison très inégale pour les hôteliers. Le littoral a globalement mieux résisté que la Métropole, où 85% d'entre eux interrogés par la CCI jugent juillet-août décevant. Juillet a souvent été difficile, avec un rattrapage partiel en août et des perspectives plus favorables en septembre.

La chaleur modifie les déplacements et les choix d'hébergement. Les excursions reculent d'environ 12% à Nantes et à Saint-Nazaire. Les visiteurs privilégient les horaires frais et recherchent davantage des logements climatisés ou situés en bord de mer. Les restrictions d'eau et les cyanobactéries perturbent aussi les loisirs.

Les séjours raccourcissent et se décident plus tard. CléVacances et Gîtes de France constatent une progression des courts séjours, y compris en été. L'UMIH et RESO 44 signalent davantage de réservations de dernière minute et d'annulations tardives, ce qui complique l'organisation des professionnels.

La fréquentation ne garantit plus les recettes. Les destinations observent des dépenses plus sélectives. Les réseaux confirment la baisse du panier moyen. À Nantes, le revenu par chambre a reculé de 8% en juillet selon la CCI, tandis que les coûts continuent de peser sur les marges de l'hôtellerie-restauration.

Les résultats divergent fortement selon l'offre. Les nuitées progressent d'environ 12% dans le Vignoble nantais, mais les hébergements et sites non adaptés à la chaleur souffrent davantage. Les activités aquatiques, les événements maintenus et certaines visites programmées le matin résistent mieux. Les cyanobactéries, les fermetures de sites et les restrictions de navigation pèsent sur ces activités : -30 % de fréquentation sur le canal de Nantes à Brest par exemple selon Erdre Canal Forêt. La fréquentation des offices et des sites peut ainsi baisser même lorsque l'hébergement résiste.

L'adaptation devient un enjeu de service et d'accès aux vacances. Horaires, lieux de fraîcheur, isolation des logements et information à distance prennent plus de place. L'UNAT alerte parallèlement sur les difficultés des villages de vacances et des colonies, qui rendent l'accès aux vacances plus fragile pour certains publics.





Office de tourisme Erdre Canal Forêt



Tourisme
ERDRE CANAL FORÊT





Office de tourisme Erdre Canal Forêt

La saison a été **contrastée** :

- **Hébergements** : 60 % des professionnels se déclarent satisfaits ou stables à mi-saison.
- **Taxe de séjour** : une baisse de **5 à 15 % est attendue au 3^{ème} trimestre** dans les hôtels et résidences de tourisme, après un début d'année positif (+8 % au 1^{er} trimestre).
- **Navigation Canal de Nantes à Brest** : fortement impactée par les restrictions d'eau et de navigation à partir du 7 août. La fréquentation est en baisse de **30 %**, soit la plus mauvaise année depuis 8 ans. À l'inverse, la **location de bateaux progresse de 19 %**.
- **Chaleur et sécheresse** : la forêt du Gâvre a été fermée **15 après-midis** et les épisodes de cyanobactéries ont également perturbé la saison.
- **Activités et événements** : les festivités ont globalement bien fonctionné et les **activités aquatiques sont en hausse** (canoë, paddle, bateau, pédalo, aquapark...).
- **Cyclotourisme** : bonne résistance, avec seulement **-1 % sur la Vélodyssée** et **-0,7 % à Blain**.
- **Évolution des pratiques** : développement d'une clientèle « ultra-locale », recherchant des activités accessibles sans voiture et des lieux frais. Les sorties se décalent également vers le matin et la soirée.
- **Fréquentation de l'Office de tourisme** : baisse globale de **9 % de la fréquentation physique**, tandis que les sites internet comptent encore **81 900 utilisateurs actifs**. L'Office observe par ailleurs l'impact croissant des recherches effectuées directement via les outils d'IA.





Espace Tourisme & Loisirs du Pays d'Ancenis

ESPACE TOURISME & LOISIRS pAys d'Ancenis





Espace Tourisme & Loisirs du Pays d'Ancenis

La saison est marquée par une **baisse de la fréquentation physique de l'Office de tourisme**, mais aussi par une montée en puissance des outils d'information à distance.

- **Accueil touristique** : l'Espace Tourisme et Loisirs dispose d'un seul accueil ouvert à l'année. La fréquentation physique est en baisse de **19 %**, notamment en raison d'horaires adaptés avec une ouverture uniquement le matin. L'accueil reste toutefois disponible par téléphone et par mail.
- **Évolution des demandes** : les visiteurs recherchent davantage cette année des **activités de plein air, des lieux pour se rafraîchir et surtout des points de baignade**. Les problèmes liés aux **cyanobactéries** ont cependant entraîné plusieurs fermetures ou restrictions.
- **Profil des visiteurs** : la clientèle reste très majoritairement **locale (43 %)**, devant les touristes. Les visiteurs étrangers représentent **5 %**, contre 9 % l'année précédente.
- **Nouveauté** : une nouvelle **carte des balades pédestres et cyclables du Pays d'Ancenis** a rencontré un bon accueil : **625 exemplaires distribués sur 1 500 entre juillet et début septembre**.
- **Professionnels** : **71 % des professionnels interrogés se déclarent satisfaits** de leur saison, malgré une baisse de fréquentation constatée par **51 % d'entre eux**.
- **Information numérique** : le site « Bienvenue en Pays d'Ancenis » progresse fortement, avec **plus de 50 000 visites entre juin et septembre**, contre environ 30 000 l'année précédente.
- **Diffusion de documentation** : le réseau de **50 présentoirs** répartis sur le territoire continue de se développer, avec des réassorts plus fréquents dans certains points. La documentation est disponible dans des mairies, commerces, hébergements et sites de visite.
- **Vélo** : le compteur situé près du **plan d'eau du Chêne à Oudon** fait partie des rares compteurs du département à afficher une évolution positive, confirmant l'attractivité des espaces de baignade et de loisirs.

24/09/2026





Office de tourisme Destination Vignoble Nantais

Destination Vignoble Nantais

TERRES DE CONTRASTES





Office de tourisme Destination Vignoble Nantais

Le bilan est **globalement positif mais contrasté**, avec des résultats différents selon les activités et les périodes.

- **Hébergements** : les nuitées sont en hausse d'environ **12 %** et les hébergeurs se déclarent globalement satisfaits. Le nombre d'hébergements ayant également augmenté, cette hausse est répartie entre davantage de professionnels.
- **Excursionnistes** : fortement impactés par les **fortes chaleurs**, avec une baisse de **12 % en juillet-août** à l'Office de tourisme. Toutefois, depuis avril, la fréquentation reste très bonne et pourrait permettre d'atteindre un niveau proche de l'année précédente, qui était une année record.
- **Restauration** : des résultats très variables selon les établissements, notamment en fonction de la présence d'une **terrasse ou d'une salle climatisée**. Malgré les conditions météo, le bilan reste globalement satisfaisant.
- **Clientèle** : progression notable des clientèles venant du **Sud de la France**, même si elles restent minoritaires. Le Vignoble Nantais bénéficie également de sa position de passage vers la Bretagne.
- **œnotourisme** : les caves touristiques ont été particulièrement impactées par les **vendanges précoces**, qui ont entraîné des fermetures en août et limité l'accueil des visiteurs.
- **Sites de visite** : fréquentation difficile à comparer en raison de plusieurs fermetures du **château de Clisson**. Le **zoo de la Boissière du Doré**, premier site de visite du territoire, est également en recul, malgré de bons résultats au printemps et une reprise en septembre.





Office de tourisme de Grand-Lieu

GRAND LIEU *Nature*





Office de tourisme de Grand-Lieu

Le territoire de **Grand Lieu** connaît une saison contrastée : les nuitées touristiques sont en fort rebond, mais la fréquentation des Offices de tourisme et des sites de visite est en baisse.

- **Nuitées** : fort rebond par rapport à l'année précédente, qui avait été marquée par un important recul. Ces pourcentages sont toutefois à relativiser car les volumes restent limités.
- **Offices de tourisme** : fréquentation en baisse de **20 %** dans les deux bureaux d'information touristique.
- **Sites de visite** : fréquentation globale en baisse de **17 %** pour la Maison des Pêcheurs et l'Abbatiale.
 - Maison des Pêcheurs : **-8 %**
 - Abbatiale : **plus de -25 %**, malgré son potentiel de lieu frais.
- **Canicule** : les fortes chaleurs ont fortement modifié les pratiques et limité les sorties, notamment pour les publics plus âgés. Les horaires adaptés et les fermetures ponctuelles ont été mis en place trop tardivement pour avoir un réel impact.
- **Activités nautiques** : plusieurs activités ont été fortement perturbées par les **cyanobactéries**. Le plan d'eau de baignade et certains sites nautiques ont fermé dès fin juillet et n'ont pas rouvert.
- **Animations** : les animations programmées le matin ont permis de maintenir une certaine fréquentation malgré les fortes chaleurs.
- **Enjeux pour la prochaine saison** : l'Office souhaite réfléchir dès maintenant à une **adaptation des horaires d'été** et surtout à une communication plus précoce sur les lieux de fraîcheur. Le territoire doit également s'interroger sur la manière de valoriser ses activités de pleine nature et nautiques face aux épisodes de chaleur et aux restrictions liées à la qualité de l'eau.





Office de tourisme Sud Retz Atlantique





Office de tourisme Sud Retz Atlantique

La saison est **contrastée**, avec une fréquentation de l'Office de tourisme en légère hausse, mais des résultats plus mitigés pour les hébergements et les sites de visite.

- **Office de tourisme** : l'accueil de Machecoul-Saint-Même a dû être régulièrement fermé l'après-midi en raison de la chaleur, avec des températures atteignant **35 à 40 °C** sous la verrière.
- **Fréquentation** : malgré un ressenti très mauvais en juin et mauvais en juillet, le nombre de demandes à l'Office progresse de **9 % par rapport à 2025**. Les demandes concernent notamment les **activités à faire à la journée**.
- **Billetterie** : les ventes sont en baisse de **5 %**, mais cette baisse reste considérée comme limitée.
- **Hébergements** : les retours des hébergeurs sont plutôt positifs, avec un ressenti de nuitées stables ou en hausse. Toutefois, les données de **taxe de séjour indiquent plutôt une baisse significative des nuitées**.
- **Clientèle** : le territoire profite de sa position entre **le lac de Grand Lieu, le littoral et le Puy du Fou**, notamment comme étape pour des séjours de 2 à 3 jours. Une **hausse de la clientèle étrangère** est également constatée.
- **Activités et loisirs** : les visiteurs se sont davantage tournés vers les **activités gratuites**, notamment les activités en famille et le **vélo**. L'Office a rapidement développé des supports présentant les itinéraires cyclables, dont « Nantes-la Mer » et des boucles locales.
- **Pass de visite** : un pass proposant des réductions sur les sites de loisirs et de visite a été largement distribué, mais **peu utilisé** pour le moment. Les horaires d'ouverture limités de certains partenaires pourraient expliquer en partie ce faible usage.





Office de tourisme Le Voyage à Nantes





Office de tourisme Le Voyage à Nantes

La saison a été **fortement marquée par les fortes chaleurs**, avec un recul particulièrement important de la clientèle excursionniste, mais des situations différentes selon les sites.

- **Château des Ducs de Bretagne** : la billetterie est en baisse de seulement **3 % sur l'été**, malgré un contexte moins favorable que l'année précédente, qui avait bénéficié d'une exposition de grande ampleur.
- **Les Machines de l'île** : baisse plus importante, de l'ordre de **9 %**, notamment en raison des fermetures liées au **plan canicule** lorsque les températures dépassaient 36 °C.
- **Clientèle touristique** : relativement stable, avec environ **+ 4 % de touristes**.
- **Excursionnistes** : forte baisse, autour de **-12 %**, particulièrement chez les Français et notamment les visiteurs originaires des Pays de la Loire. Les fortes chaleurs ont fortement limité les déplacements à la journée vers Nantes.
- **Clientèles étrangères** : les Espagnols et Allemands restent parmi les principales clientèles. Les **Américains remontent à la 3^{ème} place**, tandis que les Britanniques reculent. Les Canadiens progressent mais ne figurent pas encore dans le top 5.
- **Accueil touristique** : le bureau d'accueil enregistre une baisse de **38 %** de fréquentation, principalement liée au recul des excursionnistes.
- **Pass touristiques** : les ventes diminuent de près de **30 %**, notamment le Pass 24h, particulièrement utilisé par les excursionnistes.
- **Billetterie** : baisse d'environ **15 %**, mais certains partenaires, notamment les croisiéristes, maintiennent voire augmentent leurs ventes individuelles. Les visiteurs semblent davantage privilégier **une activité ciblée plutôt qu'un pass global**, dans un contexte de forte chaleur et de budget contraint.
- **Visites guidées** : la programmation individuelle affiche une baisse d'environ **25 %**. Certaines visites ont été déplacées le matin afin de s'adapter aux températures.





Office de tourisme de Batz-sur-Mer

Le  qui Batz

OFFICE DE TURISME



29/09/2026



Office de tourisme de Batz-sur-Mer

La saison est marquée par un **recul de la fréquentation**, principalement lié aux fortes chaleurs, mais certaines activités ont bien résisté.

- **Fréquentation de l'Office** : baisse de **8 %**, particulièrement marquée en juillet. Les horaires ont dû être adaptés ou l'accueil fermé pendant **5 journées** en raison des fortes chaleurs.
- **Boutique** : chiffre d'affaires en baisse de **plus de 10 %**.
- **Billetterie** : les ventes résistent bien. Les **visites guidées**, majoritairement programmées le matin et à des tarifs accessibles, ont été peu impactées. Les événements et certaines activités, notamment les **croisières**, ont également bien fonctionné.
- **Clientèle étrangère** : elle représente environ **6 % des visiteurs**, un chiffre légèrement en baisse mais qui reste relativement stable.
- **Professionnels** : malgré des résultats parfois en recul, les professionnels interrogés se déclarent **globalement satisfaits** de leur saison.
- **Documentation** : forte demande des professionnels, avec plusieurs demandes de **livraisons et de réassorts de documentation**. Cette diffusion « hors les murs » a notamment permis de compenser en partie la baisse de fréquentation physique de l'Office.





Office de tourisme Saint-Nazaire Renversante

saint-nazaire
RENVERSANTE®





Office de tourisme Saint-Nazaire Renversante

La saison est **très contrastée**, avec un mois de juillet particulièrement difficile, suivi d'un **très bon mois d'août**.

- **Excursionnistes** : forte baisse, avec près de **-12 % d'excursionnistes français en juillet-août**. Les activités de plein air ont été particulièrement touchées, avec des baisses de **10 à 15 % sur certains sentiers côtiers**, probablement liées aux fortes chaleurs.
- **Nuitées** : baisse globale de **3 %**, tandis que la clientèle étrangère en nuitée a plutôt bien résisté.
- **Juillet** : mois particulièrement difficile, avec une fréquentation en baisse et un ressenti très négatif dans les offices et sur certains sites. Les fortes chaleurs ont fortement modifié les comportements.
- **Août** : nette amélioration, avec un **très bon niveau de fréquentation**. Une partie de la baisse de juillet a ainsi été rattrapée. Une arrivée de clientèle en provenance de régions touchées par les incendies a également été constatée.
- **Sites de visite** : bilan plutôt positif, avec une fréquentation **globalement équivalente à juillet-août de l'année précédente**. Certains sites, notamment ceux situés sous la base sous-marine, ont été moins exposés à la chaleur. Des fermetures ponctuelles et des reports de visites ont toutefois été nécessaires.
- **Professionnels** : les hôteliers ont constaté beaucoup de réservations « **de dernière minute** ». Malgré une saison jugée globalement correcte, les professionnels observent une **baisse du panier moyen** dans les hôtels, restaurants et sites de visite.
- **Comportement des visiteurs** : les touristes ont davantage **arbitré leurs dépenses et consommé moins**, malgré le maintien de la fréquentation en août.





Office de tourisme intercommunal de Saint-Brevin



Saint-Brevin
émotions brutes





Office de tourisme intercommunal de Saint-Brevin

La saison s'annonce **en baisse en fréquentation touristique**, mais le ressenti des professionnels reste globalement positif, avec des contrastes selon les activités.

- **Professionnels** : 64 % estiment leur chiffre d'affaires stable ou en progression ; 65 % déclarent une fréquentation stable ou en hausse.
- **Littoral** : malgré l'impact des épisodes de canicule, les établissements du bord de mer ont réalisé une **très bonne saison**, qui se poursuit favorablement en septembre. L'arrière-saison pourrait compenser une partie des baisses de juillet-août.
- **Office de tourisme** : fréquentation en légère hausse de **+2 %**, mais baisse de **7 % de la boutique** et de **13 % de la billetterie**. Cette dernière est toutefois difficile à comparer selon les partenariats et produits proposés.
- **Croisières** : nombreuses annulations liées aux conditions de navigation, indépendamment de la canicule. Le produit reste très demandé, mais la fiabilité de l'offre est à améliorer en raison des contraintes du bateau à fond plat.
- **Canicule** : quelques fermetures ponctuelles de demi-journées ont été nécessaires. Des solutions de repli dans des commerces, galeries commerciales et campings climatisés ont été testées ; l'objectif est de mieux anticiper ce dispositif à l'avenir.
- **Événements** : bonne fréquentation lorsque l'offre est maintenue, qu'elle soit gratuite ou payante. Les feux d'artifice ont été annulés, mais le spectacle de drones du 15 août a rencontré un **très fort succès, avec environ 120 000 spectateurs**.
- **Vélo** : l'éco-compteur de Saint-Brevin étant défaillant, les données locales sont à confirmer. En revanche, la navette vélo sur le pont de Saint-Nazaire enregistre une baisse d'environ **12 %**, particulièrement marquée en juillet et corrélée aux épisodes de canicule.
- Malgré cette baisse, **le service vélo reste fortement demandé et jugé utile.**



Saint-Brevin
émotions brutes



Office de tourisme intercommunal de Pornic



Destination Pornic

À couper le souffle





Office de tourisme intercommunal de Pornic

La saison est **plutôt positive pour les Offices de tourisme et l'activité commerciale**, malgré une fréquentation touristique globale qui devrait être en baisse.

- **Fréquentation** : les données Flux Vision ne sont pas encore disponibles, mais une baisse de l'ordre de **-3 à -5 %** est envisagée.
- **Demandes de renseignements** : les 7 offices enregistrent **45 000 demandes**, soit **+10 %** sur la saison. Après un début de saison en retrait (-5 % jusqu'au 20 juillet), la demande s'est fortement accélérée en août, avec **+15 %**.
- **Clientèle française** : le top 3 reste inchangé (**Pays de la Loire, Île-de-France, Bretagne**). Le rayonnement géographique s'élargit toutefois, avec une progression de **15 à 20 %** pour les Hauts-de-France, la Nouvelle-Aquitaine et la région PACA.
- **Clientèle étrangère** : stable par rapport à 2025, avec l'**Allemagne** en tête, suivie du **Royaume-Uni, de la Belgique et des Pays-Bas**.
- **Activité commerciale** : **+5 %** au global pour les boutiques, la billetterie et la vente en ligne. La billetterie reste stable, tandis que la **boutique progresse de 12 %** et la **vente en ligne de 10 %**, notamment grâce au réaménagement de 6 des 7 offices et à l'élargissement de l'offre boutique.
- **Canicule** : peu d'impact sur les offices, qui disposent de locaux climatisés ou équipés de ventilateurs. Quelques visites guidées ont été annulées ou avancées à **8h30** lors des épisodes de forte chaleur.
- **Professionnels** : satisfaction globale de **7/10** sur le territoire de Pornic Agglo, avec **8/10 pour les campings** et environ **6/10 pour les commerces et prestataires de loisirs**.





Office de tourisme intercommunal de Pornic

- **Panier moyen** : principal point de vigilance. Plus d'**un tiers des professionnels constate une baisse des dépenses des clients** : l'hébergement est réservé, mais les dépenses complémentaires sont davantage arbitrées.
- **Événements** : les nombreuses annulations autour du week-end du 14 juillet (feu d'artifice, concerts, groupes et animations) ont pénalisé la saison et donné, selon l'enquête professionnelle, une image moins dynamique du territoire. La question d'une compensation par d'autres événements est évoquée pour les prochaines années.



Chambre de Commerce et de l'Industrie Nantes – Saint-Nazaire



CCI NANTES ST-NAZAIRE





Chambre de Commerce et de l'Industrie Nantes – Saint-Nazaire

La rentrée est marquée par un **recul du niveau de confiance des dirigeants** et des difficultés particulièrement visibles dans l'hôtellerie-restauration.

- **Conjoncture générale** : le niveau de confiance des chefs d'entreprise est en érosion à la rentrée de septembre. Les principaux enjeux restent la **pression sur les marges** et surtout la **trésorerie**, notamment dans l'hôtellerie-restauration.
- **Hôtellerie à Nantes Métropole** : **85 % des professionnels** jugent l'activité de juillet-août **décevante ou très décevante**.
- Les difficultés sont liées à une **baisse de fréquentation**, à la pression sur les **prix moyens** et aux épisodes de forte chaleur, particulièrement pénalisants pour les établissements non climatisés.
- **Canicule** : certains établissements ont constaté des reports de touristes vers d'autres destinations, notamment le littoral, ainsi que des **annulations de dernière minute** et davantage de situations de mécontentement à gérer.
- **Juillet** : le revenu par chambre baisse de **8 %** et le taux d'occupation recule de **2,4 points**. Nantes se situe dans la **fourchette basse** par rapport aux autres métropoles françaises comparées.
- **Restauration** : les professionnels constatent une évolution des comportements de consommation : repas partagés, dessert davantage supprimé, formats de repas adaptés et dépenses davantage arbitrées.
- **Terrasses** : elles ont été fortement impactées par les épisodes de canicule, avec une fréquentation plus diffuse.





CléVacances Bretagne Sud

CléVacances

LOCATIONS & CHAMBRES D'HÔTES





CléVacances Bretagne Sud

Le bilan de saison est **globalement positif**, même si les situations restent très contrastées selon les hébergements.

- **Réservations** : les premières réservations pour les longs séjours ont commencé dès **octobre 2025**, puis la demande a progressé par vagues. En revanche, le début d'année et notamment **mai ont été décevants**, avec peu de réservations sur les ponts.
- **Saison** : elle a démarré relativement tard, mais reste globalement bonne, avec un **mois de septembre qui continue à bien se remplir**. La météo et le contexte géopolitique ont fortement influencé les réservations en amont de la saison.
- **Situations contrastées** : certains adhérents ont connu une saison décevante, notamment selon leur localisation. La multiplication des hébergements disponibles sur le marché locatif accentue la concurrence.
- **Commercialisation et visibilité** : stagnation des demandes de réservation, multiplication des plateformes et développement des recherches et réservations via **l'IA** modifient les pratiques. La visibilité en ligne devient un enjeu majeur pour les hébergeurs.
- **Évolution de la demande** : les séjours à la semaine, traditionnellement privilégiés en haute saison, sont progressivement remplacés par des **séjours plus courts et des réservations à la nuitée**, notamment avec une clientèle itinérante.
- **Adaptation des hébergeurs** : ceux qui ont accepté de proposer des courts séjours ont pu capter davantage de demandes, même si cela représente davantage de contraintes de gestion.
- **Équipements recherchés** : les hébergements disposant de **climatisation, piscine ou situés en bord de mer** ont particulièrement bien fonctionné et continuent à enregistrer des réservations. Les propriétaires de piscines ont toutefois dû s'adapter aux restrictions d'eau.





Gîtes de France - Loire-Atlantique



GÎTES DE FRANCE

Loire-Atlantique





Gîtes de France – Loire-Atlantique

La saison est **globalement bonne**, avec toutefois des résultats contrastés selon les mois et une adaptation nécessaire de l'offre aux nouvelles attentes des vacanciers.

- **Réservations** : juin a été nettement moins bon, avec davantage d'annulations. Juillet, qui semblait moyen, s'est finalement situé **à l'équilibre en contrats et en chiffre d'affaires**. En revanche, le chiffre d'affaires recule en août. **Septembre est bien orienté et octobre progresse** en réservations.
- **Politique d'annulation** : les conditions proposées sont plus favorables aux propriétaires qu'aux locataires, contrairement à celles des grandes plateformes, qui permettent souvent des annulations très tardives sans frais.
- **Canicule** : les demandes concernant la présence d'un **ventilateur ou de la climatisation** dans les hébergements ont fortement augmenté dès juin. Les descriptifs ont été adaptés pour mieux valoriser ces équipements.
- **Climatisation** : sur environ **500 hébergements**, seuls **20 à 25 disposent actuellement de systèmes de climatisation**. L'équipement devient un critère de choix de plus en plus important pour les clients.
- **Adaptation des logements** : au-delà de la climatisation, l'enjeu porte aussi sur l'isolation, les aménagements extérieurs et la végétalisation. Certains hébergements ne climatisent aujourd'hui que les chambres, alors que les pièces de vie sont également concernées.
- **Clientèle** : elle reste très majoritairement française (**85 %**). La clientèle professionnelle représente environ **9 % des réservations**, avec une distinction importante selon les secteurs.





Gîtes de France – Loire-Atlantique

- **Durée des séjours** : le modèle traditionnel du **samedi au samedi** évolue. Les courts séjours sont de plus en plus à privilégier, y compris en juillet-août, afin de mieux répondre aux nouvelles habitudes de départ.
- **Clientèle de proximité** : elle progresse, notamment en raison du contexte économique et du coût des déplacements. Elle provient principalement de **Bretagne, Pays de la Loire, Centre-Val de Loire et Île-de-France**.





RESO 44

Reso 44
vos besoins, nos solutions.





RESO 44

Les tendances sont **contrastées entre Nantes-Centre et le littoral**, avec une saisonnalité qui évolue fortement et un recours croissant aux réservations et recrutements de dernière minute.

- **Nantes-Centre** : la saisonnalité devient moins marquée. Les établissements ont moins recours aux contrats saisonniers classiques et davantage aux **recrutements de dernière minute** ou à des contrats saisonniers plus longs.
- **Littoral** : situation plus favorable, notamment à Saint-Nazaire, avec un **mois de juillet difficile mais un mois d'août plutôt bon**. Globalement, les professionnels du littoral se montrent plutôt satisfaits.
- **Consommation** : le **panier moyen continue de baisser**, avec des dépenses des visiteurs plus limitées, ce qui pèse sur la satisfaction des établissements.
- **Réservations** : forte progression des **réservations de dernière minute**, mais également des annulations tardives, ce qui complique l'organisation des hôtels et restaurants.
- **Emploi saisonnier** : ces évolutions interrogent le calendrier des recrutements. Les contrats qui démarraient traditionnellement en **avril-mai** et pouvaient aller jusqu'en octobre sont moins fréquents ; beaucoup se terminent désormais **fin août ou autour du 15 septembre**.
- Les établissements doivent donc **adapter davantage leurs besoins en personnel** à une saison plus courte et plus incertaine.





UMIH 44 :

Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie de Loire-Atlantique





UMIH 44 :

Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie de Loire-Atlantique

L'UMIH 44 souligne une saison marquée par de **profonds changements dans les comportements de consommation**, alors que les professionnels des CHR font face à une forte hausse de leurs charges.

- **Situation économique des CHR** : les entreprises subissent une forte pression sur leurs marges, avec notamment une hausse importante des **masses salariales (+22 %)**, des coûts des matières premières et de l'énergie. Beaucoup de chefs d'entreprise sont en situation de forte tension.
- **Hôtellerie** : les réservations sont de plus en plus **tardives et concentrées**, avec parfois 12 à 17 chambres réservées dans l'après-midi, ce qui complique l'organisation des équipes. Les séjours sont également plus courts.
- **Prix hôteliers** : forte pression sur les tarifs, notamment dans les métropoles, avec des établissements 3 étoiles pouvant proposer des chambres autour de **50 € la nuit**, ce qui pèse fortement sur les marges.
- **Restauration** : la canicule et les arbitrages liés au pouvoir d'achat ont entraîné des adaptations importantes, avec des établissements fermant le matin ou le midi pour ouvrir principalement le soir.
- **Consommation** : baisse des dépenses sur certains produits, notamment l'alcool et le vin, et développement d'alternatives à la restauration traditionnelle : **street food, grande distribution, boulangeries et offre traiteur**.
- **Canicule** : impact particulièrement fort sur les bars et restaurants non climatisés. L'UMIH appelle à une réflexion collective sur l'adaptation du territoire : **ombrage, végétalisation, horaires d'ouverture et communication adaptée**.





UMIH 44 :

Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie de Loire-Atlantique

- **Intelligence artificielle** : les pratiques de réservation évoluent rapidement. Les clients utilisent davantage l'IA pour rechercher et sélectionner des hébergements ou restaurants, tandis que les groupes hôteliers l'intègrent progressivement dans la réservation et la stratégie tarifaire.
- **Transformation des flux touristiques en chiffre d'affaires** : l'UMIH souligne un décalage entre les évolutions de fréquentation touristique et les résultats économiques des établissements. À titre d'exemple, sont cités **-9 % pour l'hôtellerie** et **-19 % pour les résidences hôtelières** dans les données CCI.
- **Adaptation du secteur** : ces évolutions appellent une réflexion collective sur l'évolution des modèles économiques, des pratiques commerciales et de l'adaptation au changement climatique.





UNAT :

Union Nationale des Associations de Tourisme Pays de la Loire



Le tourisme
au service des hommes et des territoires





UNAT :

Union Nationale des Associations de Tourisme Pays de la Loire

L'UNAT fait état d'une saison **difficile pour le tourisme social et solidaire**, avec des enjeux particulièrement marqués sur l'accessibilité aux vacances, la canicule et les colonies de vacances.

- **Villages et centres de vacances** : les difficultés rejoignent celles de l'hôtellerie, avec des réservations de plus en plus tardives et une forte sensibilité à la présence de **climatisation**. Les établissements non climatisés ont perdu des réservations lorsque les vacanciers privilégiaient des hébergements équipés.
- **Types d'hébergement** : les structures proposant de la pension complète ont plus souffert contrairement à celles proposant des logements avec cuisine, dans un contexte de pouvoir d'achat plus contraint.
- **Personnes en situation de handicap** : la demande reste importante alors que l'offre de logements et de structures adaptées demeure **insuffisante**. Le développement de l'offre accessible constitue donc un enjeu important.
- **Colonies de vacances** : forte baisse des inscriptions d'enfants, concernant également les centres de loisirs. Plusieurs facteurs sont évoqués : **polémiques autour des violences sexistes et sexuelles**, médiatisation de certaines affaires et **réduction/suppression de dispositifs d'aide**, notamment les « Colos apprenantes ».
- Cette baisse fragilise les associations et soulève également un **enjeu sociétal**, les colonies participant à la socialisation et à l'accès aux vacances des enfants.
- **Transition climatique** : l'urgence climatique devient un enjeu incontournable pour les structures, notamment en matière d'adaptation aux fortes chaleurs.





UNAT :

Union Nationale des Associations de Tourisme Pays de la Loire

- **Intelligence artificielle** : l'UNAT prévoit un travail avec ses adhérents sur les impacts et les opportunités de l'IA, avec une attention particulière aux moyens dont disposent les associations, souvent de taille limitée, pour s'adapter.
- **Pouvoir d'achat et départs en vacances** : le contexte économique modifie fortement les comportements. L'UNAT rappelle que **16 millions de Français ne sont pas partis en vacances** et que **53 % des enfants des familles modestes ne partent pas**.
- **Événement** : l'UNAT prévoit le **3 décembre à Nantes** un événement autour de la question « Objectif vacances : les congés payés, où en sommes-nous ? », animé par Jean Pinard.



24/09/2026

Merci pour votre participation.

*Loire-Atlantique développement contribue à la mise en œuvre
de la politique touristique du Département de Loire-Atlantique.*



Loire-Atlantique développement

2 bd de l'Estuaire - CS 66207
44262 Nantes Cedex 02
Tél. : 02 40 20 20 44

www.loireatlantique-developpement.fr