



Bilan de la saison estivale 2025

► Conférence de presse 13 octobre 2025



INTERVENANTS



Rémi JUSTINIEN

Vice-Président du Conseil
Régional de Nouvelle-
Aquitaine en charge du
Tourisme



Christelle CHASSAGNE

Présidente du Comité
Régional du Tourisme de
Nouvelle-Aquitaine



Jean-François CLÉDEL

Président de la Chambre de
Commerce et d'Industrie
Nouvelle-Aquitaine



Aurélie LOUBES

Directrice Générale du
Comité Régional de
Tourisme de Nouvelle-
Aquitaine



SOMMAIRE

01

La fréquentation durant la saison estivale

La satisfaction des professionnels et les données disponibles par origine, par hébergement, par activité

02

La satisfaction des clients

Le suivi des avis clients sur les plateformes

03

Les performances économiques

Chiffre d'affaires, emploi et autres indicateurs, confiance et perspectives

Les enjeux

04

Une destination durable, les nouveaux comportements des clientèles, l'adaptation aux aléas climatiques.

Une enquête de clientèle pour répondre à ces enjeux.

01

LA FRÉQUENTATION

UN BON MILLÉSIME 2025

UNE FRÉQUENTATION ÉQUIVALENTE À CELLE DE 2024 : UN TASSEMENT DE LA FRÉQUENTATION FRANÇAISE COMPENSÉE PAR LA HAUSSE DES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES DANS LES CAMPINGS ET DES HÔTELS DU LITTORAL



UNE AVANT-SAISON SATISFAISANTE

Un mois de mai mitigé et un mois de juin qui lance la saison estivale avec un week-end de Pentecôte très fréquenté. Les campings du littoral boostent la fréquentation.



UNE HAUTE SAISON RÉUSSIE

Un mois de juillet correct et des touristes au rendez-vous en août. La fréquentation du littoral, dépasse celle de 2024 et permet de compenser le tassement dans l'intérieur.



UNE ARRIÈRE-SAISON MAUSSADE

Les campings du littoral tirent toujours leur épingle du jeu, avec une clientèle étrangère friande de l'arrière-saison. Les Français sont venus moins nombreux.

NOUVELLE-AQUITAINE

75 %

DES PROFESSIONNELS SATISFAITS

**Une fréquentation
étrangère en hausse**



INTÉRIEUR

60 %

DES PROFESSIONNELS SATISFAITS

**Une fréquentation inférieure à
celle de 2024, sauf dans les
meublés**



LITTORAL

86 %

DES PROFESSIONNELS SATISFAITS

**Une fréquentation française stable et
une hausse de la fréquentation
étrangère**



LE CONTEXTE : LES HÉBERGEMENTS MARCHANDS DEPUIS 2019

- 89,5 millions de nuitées en 2024 (+17% par rapport à 2019)
- Une forte croissance principalement tirée par les campings et les meublés sur les plateformes

NOUVELLE-AQUITAINE	2019	2022	2023	2024	Évolution 2023-2024	Évolution 2019-2024
Nuitées camping	26 604 064	27 743 160	29 112 800	28 989 222	=	9%
Nuitées hôtels	16 174 733	16 051 127	16 065 080	15 970 106	-1%	-1%
Nuitées résidences de tourisme, villages de vacances, centre de vacances, auberges de jeunesse	11 589 153	11 380 548	11 200 650	10 949 118	-2%	-6%
Sous-total hébergement collectif	54 367 950	55 174 835	56 378 530	55 908 446	-1%	3%
Nuitées Airbnb	22 073 290	27 766 749	31 653 245	33 539 181	6%	52%
Total hébergement marchand	76 441 240	82 941 584	88 031 775	89 447 627	2%	17%

Tendances nationales

I NSEE Évolution 2024-2025
+3,2%
+4,4%
+3,5%
+3,7%

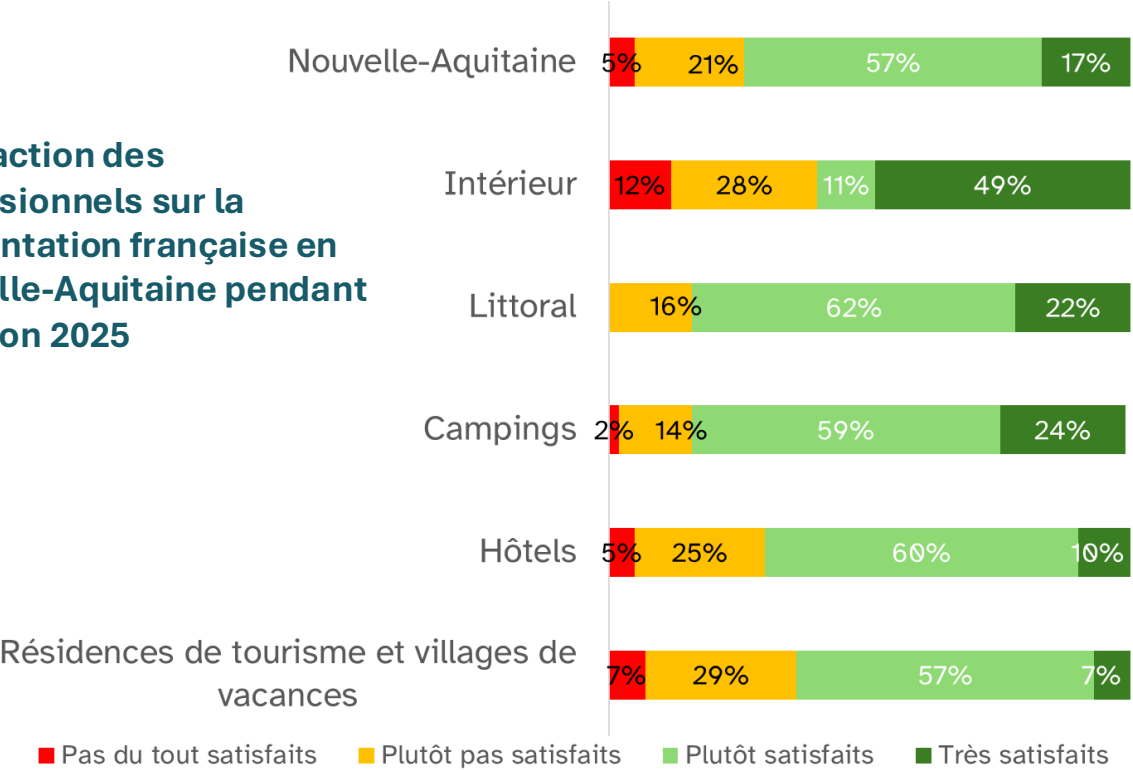
La fréquentation française et étrangère

LA FRÉQUENTATION FRANÇAISE SELON LES PROFESSIONNELS

SATISFAISANTE SANS ATTEINDRE SON NIVEAU DE 2024

➔ 74% des professionnels émettent un avis positif sur leur fréquentation française.

Satisfaction des professionnels sur la fréquentation française en Nouvelle-Aquitaine pendant la saison 2025



Sports et loisirs dans l'intérieur



Campings de l'intérieur et du littoral
Hôtels, résidences de tourisme/villages de vacances du littoral
Sports et loisirs sur le littoral



Hôtels, résidences de tourisme/villages de vacances de l'intérieur
Sites de visites de l'intérieur et du littoral

LA NOUVELLE-AQUITAINE PLÉBISCITÉE PAR LA CLIENTÈLE FRANÇAISE

En hébergements marchands et non marchands (hors touristes intradépartementaux)

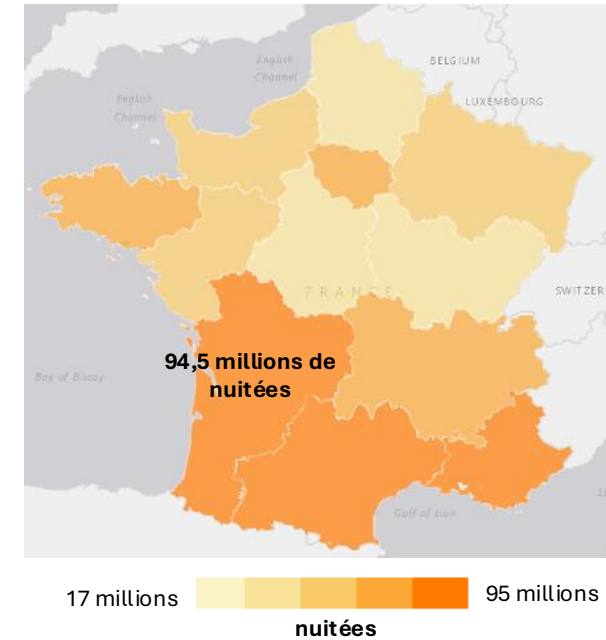
→ La Nouvelle-Aquitaine conserve sa **première place** parmi les destinations favorites des Français, devant l'Occitanie et Provence-Alpes-Côte d'Azur.

La fréquentation française est cependant en léger recul (-2,8%), ce qui correspond à la tendance nationale. La baisse sur la Côte Atlantique est inférieure à celle enregistrée par les régions du bord de la Méditerranée.

Nos principales clientèles françaises (hors Nouvelle-Aquitaine) restent :

- l'Île-de-France (en léger recul)
- L'Occitanie et Auvergne-Rhône-Alpes (stables par rapport à 2024)

Les nuitées françaises de mai à septembre

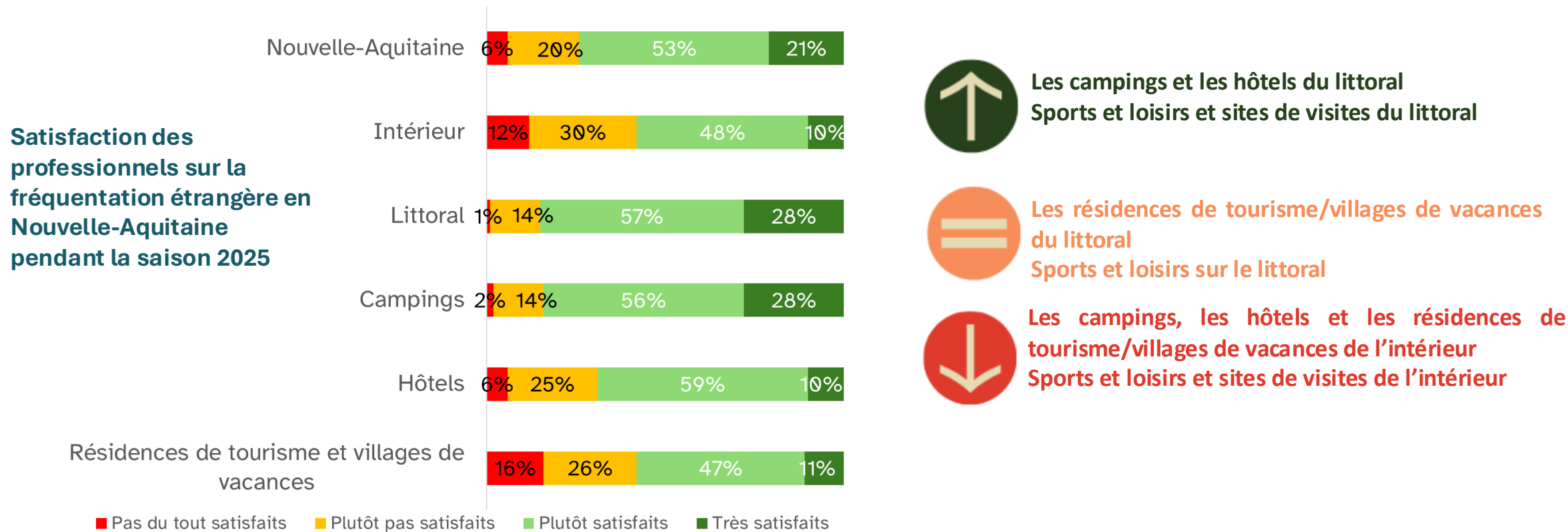


1,5
million de nuitées le 15 août 2025
le jour le plus fréquenté de la saison, en baisse de 3% par rapport à 2024

LA FRÉQUENTATION ÉTRANGÈRE SELON LES PROFESSIONNELS

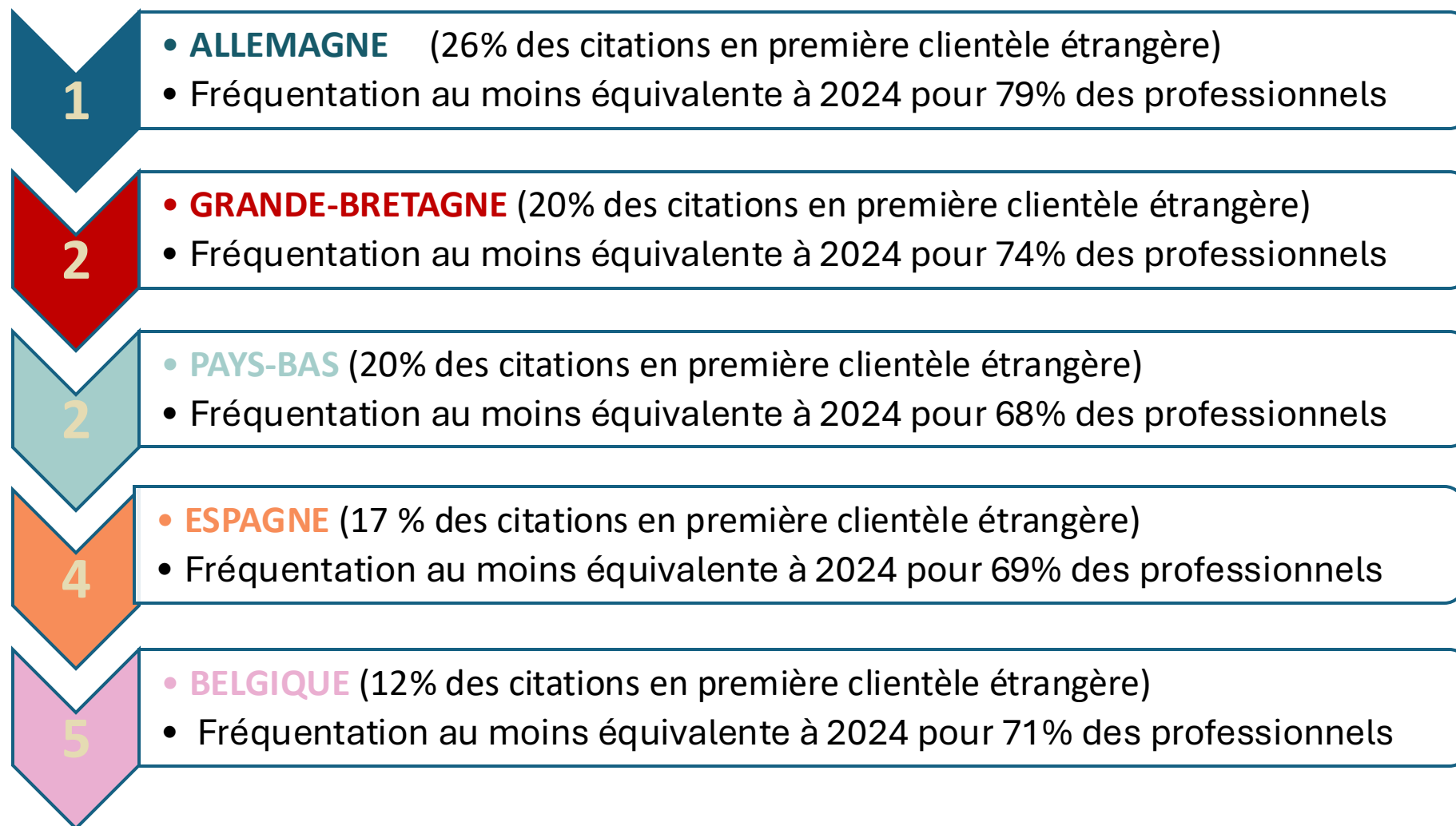
SUPÉRIEURE À CELLE DE 2024, GRÂCE AUX BONS SCORES DU LITTORAL

→ 74% des professionnels émettent un avis positif sur leur fréquentation étrangère.



LA FRÉQUENTATION ÉTRANGÈRE DANS LES HÉBERGEMENTS

UNE FRÉQUENTATION
ÉTRANGÈRE
SUPÉRIEURE À CELLE DE
2024 DANS LES
HÉBERGEMENTS DU
LITTORAL



LA FRÉQUENTATION ÉTRANGÈRE DANS LES HÉBERGEMENTS

Top 5 des citations en première clientèle étrangère



Source : enquête de conjoncture septembre 2025 CRTNA/CCI Nouvelle-Aquitaine (1 640 répondants)

LA FRÉQUENTATION ÉTRANGÈRE

Les arrivées aériennes internationales en baisse de 14% par rapport à la saison 2024 et de 12% par rapport à 2019



Les Britanniques (40% des arrivées aériennes en Nouvelle-Aquitaine) précèdent largement les **Suisses** (9%), les **Espagnols et les Irlandais** (7%), les **Allemands** (6%) et les **Néerlandais** (5%).

Tous ces marchés sont orientés à la baisse, à l'exception des Pays-Bas.

Le départ de Ryanair de l'aéroport de Bordeaux a entraîné la disparition d'un million de sièges offerts et n'a pas encore été totalement compensé par l'installation de nouveaux opérateurs.

La fréquentation étrangère n'ayant pas baissé, les clientèles se sont reportées vers des moyens de transport moins carbonés.



40%

des arrivées aériennes
internationales de la
saison 2025 sont
britanniques

La fréquentation par hébergement

L'HÔTELLERIE SELON LES PROFESSIONNELS



Une saison 2025 satisfaisante, dans l'intérieur comme sur le littoral mais en retrait par rapport à 2024

Une fréquentation française correcte qui n'atteint pas les scores de l'an dernier.

Une fréquentation étrangère conforme aux attentes de 7 professionnels sur 10, **en hausse sur le littoral.**



Les Allemands, les Belges, les Italiens, les Néerlandais, les Scandinaves, les Suisses et les Américains sur le littoral
Les Espagnols sur le littoral et dans l'intérieur

69%

Des hôteliers satisfaits de leur saison

52%

Des hôteliers ont au moins égalé leur chiffre d'affaires de la saison 2024

8,3/10

Note moyenne laissée par les clients sur les plateformes

L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR SELON LES PROFESSIONNELLS

Les campings affichent le meilleur taux de satisfaction des hébergements (69% dans l'intérieur et 91% sur le littoral)

La comparaison avec 2024 est marquée par deux tendances opposées :

- **Une hausse de la fréquentation sur le littoral** (qui concentre les 2/3 de l'offre régionale), grâce à une plus forte présence des touristes étrangers, alors que la fréquentation française est stable. La saison 2024 avait légèrement marqué le pas par rapport aux précédentes.
- **Une baisse de l'activité dans l'intérieur**, qui mettrait fin à plusieurs années de hausse continue.



Les Allemands, les Belges, les Italiens et les Scandinaves sur le littoral
Les Espagnols et les Britanniques sur le littoral et dans l'intérieur

85 %

des professionnels du camping satisfaits de leur saison

68%

des campings ont au moins égalé leur chiffre d'affaires de la saison 2024

8,5/10

Note moyenne laissée par les clients sur les plateformes

RÉSIDENCES TOURISME ET VILLAGES DE VACANCES SELON LES PROFESSIONNELLS



Les professionnels sont **majoritairement satisfaits** de leur saison.

Les indices de satisfaction concernant la clientèle française sont plus élevés que ceux concernant la fréquentation étrangère.

Depuis 2019, l'offre et la fréquentation de ces hébergements collectifs s'érodent. La saison 2025 semble s'inscrire dans la même tendance, à l'exception de la fréquentation étrangère des établissements du littoral qui s'est maintenue au même niveau que l'an dernier.



Les Espagnols et les Néerlandais sur le littoral

64 %

des établissements satisfaits de leur saison

52 %

des établissements ont au moins égalé leur chiffre d'affaires de 2024

LES MEUBLÉS SUR LES PLATEFORMES

Une offre en hausse de 2% : l'augmentation de l'offre dans l'intérieur (+6%) a compensé le recul de l'offre de 2% sur littoral.

Une fréquentation en hausse de 3% : le nombre de nuits réservées augmente de 4% dans l'intérieur et de 2% sur littoral.

Des revenus générés au niveau régional en baisse de 5% à cause de la baisse des prix (-8% en haute saison) : les revenus générés par les meublés Airbnb baissent de 4% dans l'intérieur et de 6% sur littoral.

Le revenu moyen par meublé baisse de 10% en août, de 7% en mai et en septembre, de 6% en juillet et de 5% en mai.

L'offre se répartit désormais équitablement entre le littoral et l'intérieur. Le littoral concentre 51% de la fréquentation et 58% des revenus générés.

La fréquentation des chambres louées sur Airbnb a baissé de plus de 20%. Les tarifs ayant fortement augmenté, les clients se sont peut-être tournés vers des meublés (logements entiers), plus confortables.

6,7

millions de nuits
réservées dans des
meublés Airbnb

600 000

nuits réservées dans
des chambres Airbnb

ACTIVITÉS SPORTS & LOISIRS SELON LES PROFESSIONNELS

► Une saison réussie sur le littoral et dans l'intérieur.

Une fréquentation française et étrangère conforme aux attentes des professionnels.

Une activité équivalente à celle de l'an dernier sur le littoral et supérieure dans l'intérieur, grâce à une augmentation de la fréquentation française.

La fréquentation française dans les hébergements marchands est en légère baisse mais les activités de sports et de loisirs bénéficient de la clientèle française d'excursionnistes et des touristes en vacances dans leur famille ou chez des amis.



Les Allemands, les Belges sur le littoral
Les Italiens dans l'intérieur

85%

des prestataires
satisfaits de leur saison
2025

58%

des prestataires ont au
moins égalé leur chiffre
d'affaires de 2024

9,1/10

Note moyenne laissée
par les clients sur les
plateformes

La satisfaction des professionnels

SITES DE VISITES SELON LES PROFESSIONNELLS

Les professionnels sont globalement satisfaits, sans doute parce qu'ils ont réussi à surmonter des conditions météo capricieuses (périodes de canicule, temps maussade et pluie...), mais ils enregistrent quand même un recul de leur fréquentation.

Les sites de visites, dont l'offre se renouvelle moins que celle des activités sportives et de loisirs, ont sans doute moins bénéficié de la clientèle excursionniste.

Sur le littoral, les clients étrangers ont été plus nombreux que l'an dernier.



Les Allemands, les Néerlandais sur le littoral et dans l'intérieur
Les Belges, les Espagnols, les Britanniques sur le littoral

75 %

des prestataires
satisfaits de leur saison
2025

64 %

des prestataires ont au
moins égalé leur chiffre
d'affaires de 2024

02

LA SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE



RÉGION
**Nouvelle-
Aquitaine**
Comité Régional
du Tourisme

Une saison 2025 vécue positivement par des clientèles satisfaites de leur expérience touristique.

La note moyenne laissée par les clientèles sur les plateformes d'avis atteint **8,5/10**, avec une part de clients très satisfaits (note > 9/10) de **60%**, en hausse de 2 points par rapport à 2024. **Les épisodes caniculaires ont été peu impactants sur les notes mais sont présents dans les commentaires.**

L'attention portée au rapport qualité-prix est un sujet est de plus en plus actif, avec une exigence croissante avec la montée en gamme. Ce sujet est qualifié plutôt positivement (56%) sur l'ensemble de la Nouvelle-Aquitaine et commun à tous les points du parcours client (accueil, prestations, restauration, activités...).

Le taux de recommandation* est en hausse de 2 points (46 vs 44 en 2024). Les avis, majoritairement positifs en Nouvelle-Aquitaine, traduisent un niveau de satisfaction des clientèles en progression, et une volonté de le partager en ligne.



METHODOLOGIE :

Fairquest : Outil de mesure de la satisfaction client, développé par Raccourci. Il est décliné par le CRT-NA à l'échelle de l'ensemble du territoire régional, avec nos partenaires institutionnels départementaux.

La séquence observée s'étend du 1^{er} mai au 30 septembre 2025 avec comparaison n-1. Plus de 6 200 établissements sont suivis sur la séquence, avec un total de près de 453 000 avis collectés.

***NPS / Taux de recommandation :** Rapport entre la part de clients/visiteurs « promoteurs » des prestations (notes de 9 à 10/10) et celle des « détracteurs » (notes de 1 à 6,9/10).

03

LES PERFORMANCES ÉCONOMIQUES

LE CHIFFRE D'AFFAIRES



18 % des professionnels enregistrent une hausse de 1 à 5%
10 % une hausse de 6 à 10%
8 % une hausse supérieure à 10%



18 % ont égalé leur chiffre d'affaires de l'an dernier



13 % des professionnels enregistrent une baisse de 1 à 5%
15 % une baisse de 6 à 10%
18 % une baisse de plus de 10%

36%

DES PROFESSIONNELS

ont un
**chiffre d'affaires
supérieur**
à celui de la saison 2024

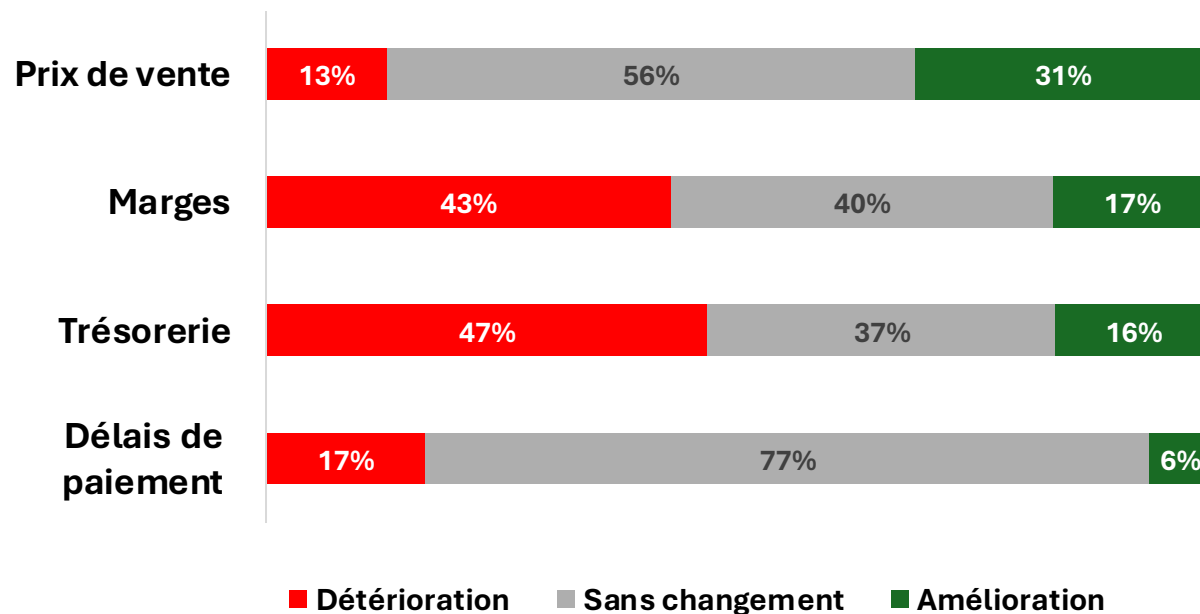
46%

DES PROFESSIONNELS

ont un
chiffre d'affaires inférieur
à celui de la saison 2024

LES INDICATEURS FINANCIERS SAISON 2025

ÉVOLUTION PAR RAPPORT À LA SAISON 2024

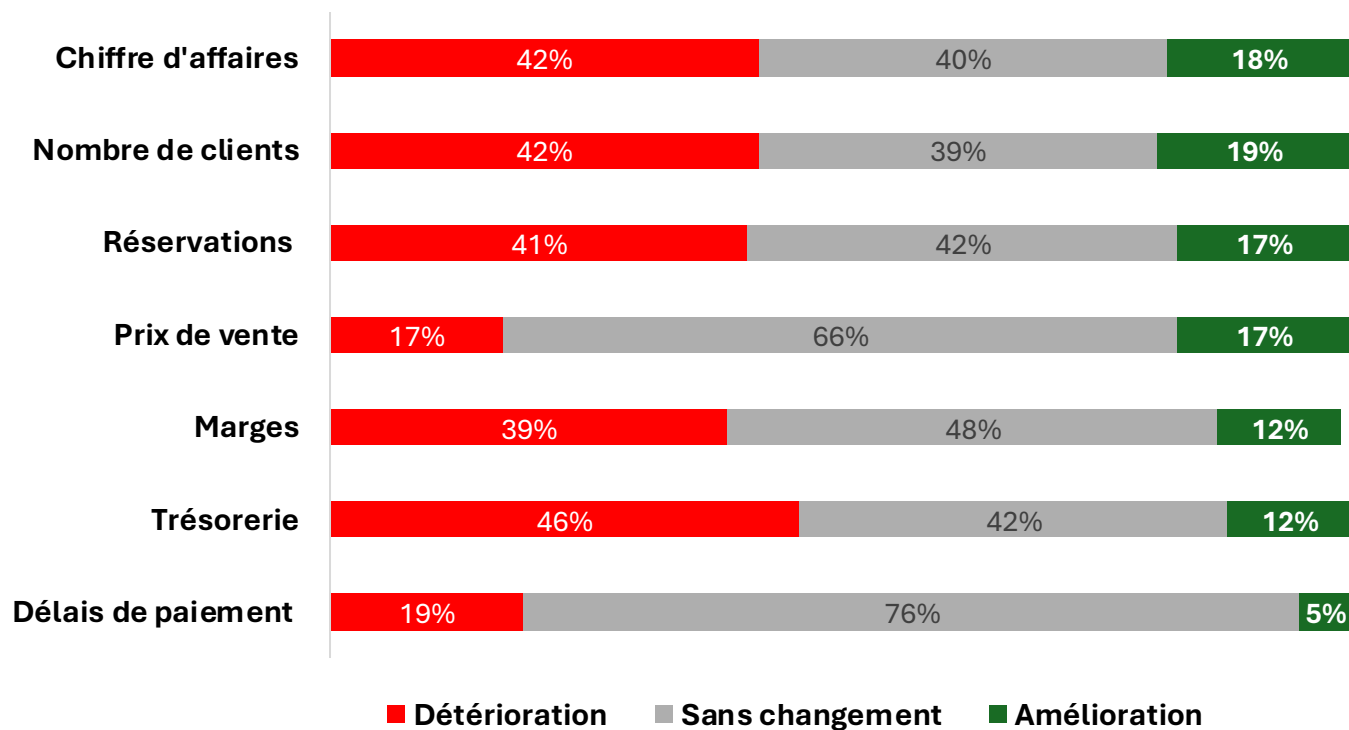


« Nos prix ne peuvent pas suivre l'inflation, notre trésorerie baisse,. Les charges fixes augmentent de tout côté et le recrutement est catastrophique. Bref c'est compliqué pour nous, hôteliers, et nos amis restaurateurs... »
(Hôtel du littoral)

Plus de 4 sur
10
PROFESSIONNELS
notent une
**détérioration de leur
trésorerie et de leur
marge**

LES INDICATEURS FINANCIERS 6 MOIS À VENIR

ÉVOLUTION POUR LES 6 MOIS À VENIR



42 %

DES PROFESSIONNELS
craignent **une baisse de
leur chiffre d'affaires et
de la fréquentation** dans
les 6 prochains mois

L'EMPLOI ET LE RECRUTEMENT

Les difficultés de recrutement concernent :

- Les hôtels (52%)
- Les restaurants (37%)
- Les résidences de tourisme/villages de vacances (35%)
- Les campings (32%)

Des difficultés de recrutement plus importantes en avant-saison et en haute saison qu'en arrière-saison.

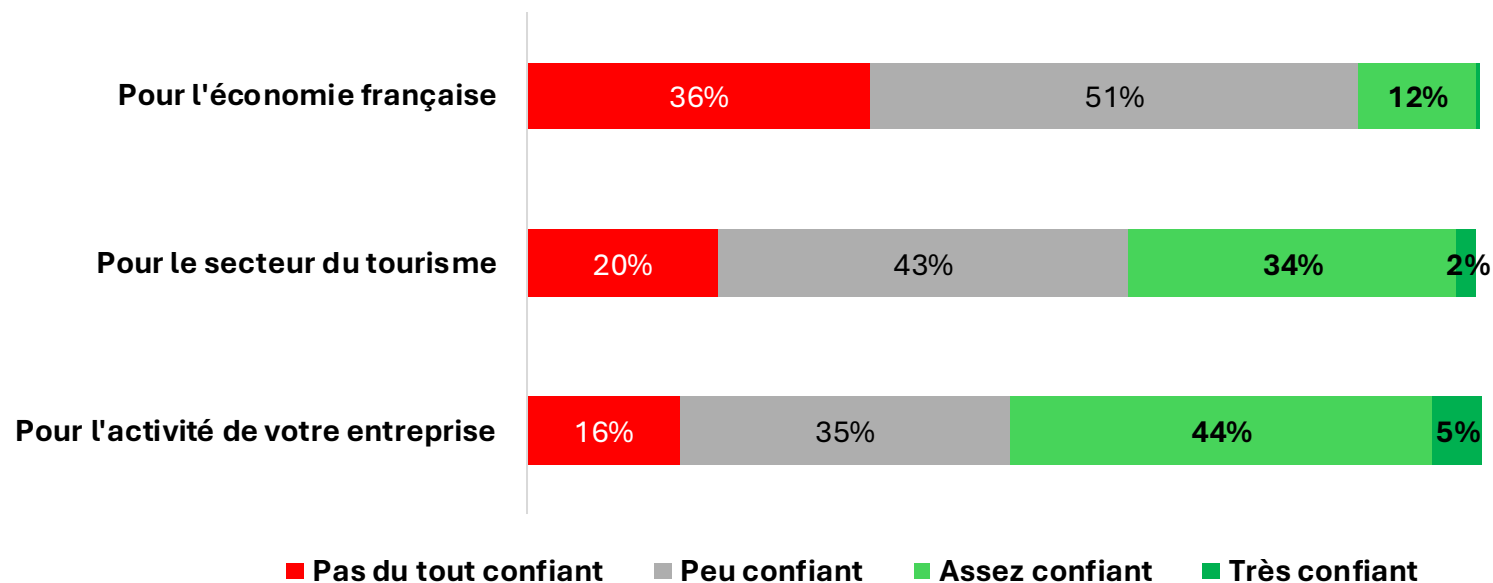
Pour 56% des entreprises qui ont connu des difficultés de recrutement, celles-ci ont affecté leur niveau d'activité.

71%
DES PROFESIONNELS
ont eu
besoin de recruter



34%
DES PROFESIONNELS
ont rencontré des
**difficultés de
recrutement**

LA CONFIANCE DES PROFESSIONNELS



49 %
DES PROFESSIONNELS
confiants pour l'avenir
de leur entreprise

04

LES ENJEUX



RÉGION
**Nouvelle-
Aquitaine**
Comité Régional
du Tourisme

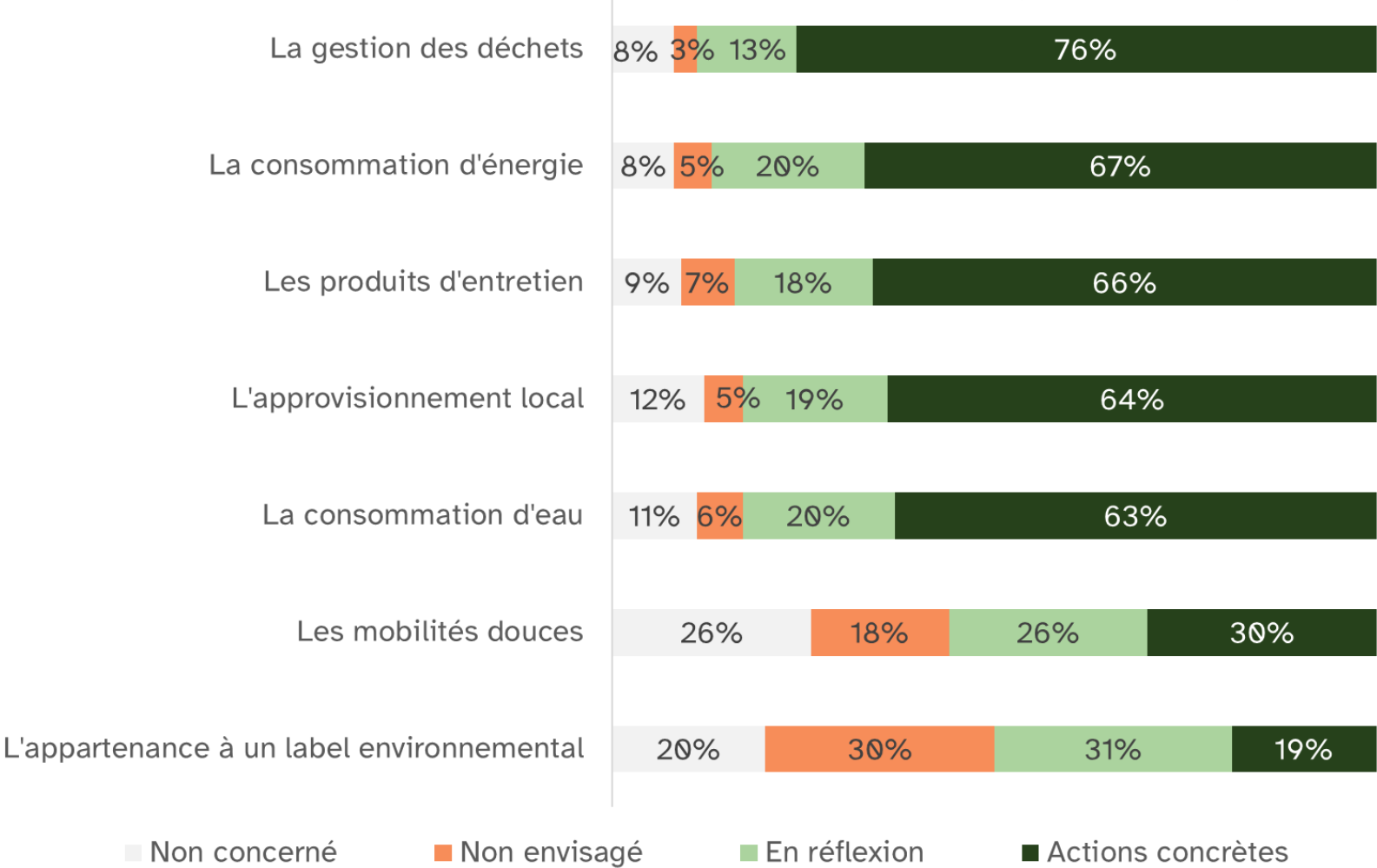
UNE DESTINATION DURABLE

L'ENGAGEMENT DES PROFESSIONNELS

Les professionnels du tourisme en Nouvelle-Aquitaine se sont emparés de nombreux enjeux du tourisme durable et mettent en place **des actions concrètes sur plusieurs thématiques**.

La promotion des mobilités douces (par exemple par la mise à disposition de vélos, de bornes de rechargement, de navettes, d'informations clients sur les alternatives à la voiture...) **et la labellisation ne sont pas encore envisagées par les professionnels**. Ces sujets nécessitent un changement de perspective et appellent à intégrer des dimensions moins familières.

État d'avancement des démarches durables par thématique



Les enjeux

UNE DESTINATION DURABLE

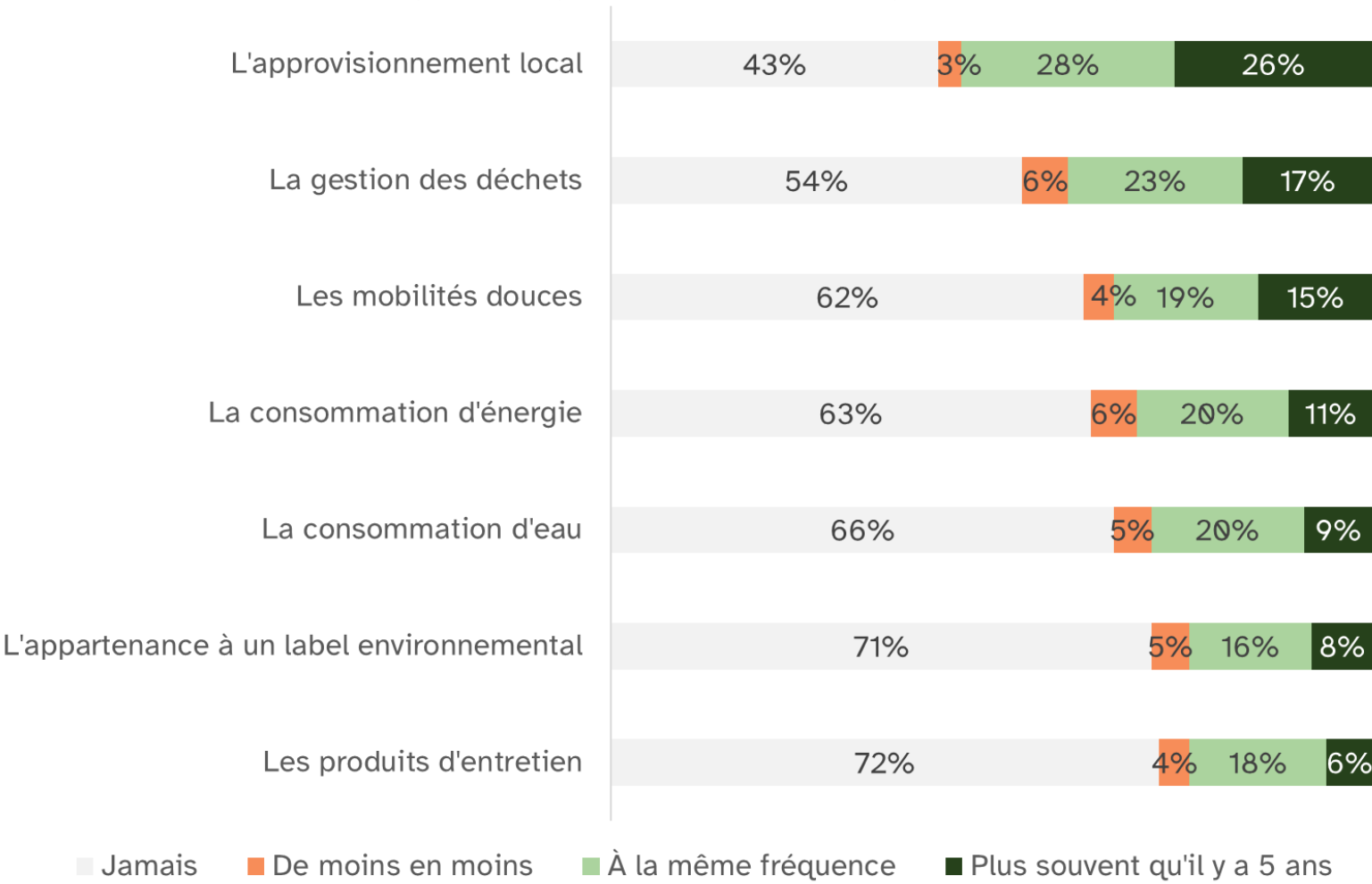
LES INTERROGATIONS DES CLIENTS

Les touristes interrogent les responsables en priorité sur **l’approvisionnement local** (pour lequel ils sont 64% à avoir mis en place des actions concrètes).

Le sujet des mobilité douces, dont peu de professionnels se sont emparés, semble s’inviter dans les préoccupations des touristes.

Même si les touristes n’interrogent pas directement les professionnels, **les thématiques du tourisme durable apparaissent régulièrement dans les avis clients laissés sur les plateformes et influent sur la satisfaction.**

Evolution des préoccupations des clients par thématique durable



Les enjeux

Source : enquête de conjoncture septembre 2025 CRTNA/CCI Nouvelle-Aquitaine (1 640 répondants)

LES NOUVEAUX COMPORTEMENTS DES CLIENTÈLES

Réservations tardives et recherches de promotions

62% des hébergeurs estiment que les réservations de **dernière minute** augmentent.

60% rapportent que leurs clients recherchent davantage les **promotions**.

Ces deux tendances sont souvent liées : les clients se décident en fonction de la **météo** et espèrent bénéficier de promotions « lastminute ».

“Les clients réservent vraiment en dernière minute depuis 3 ans” (Hôtel - Littoral)

“Beaucoup de petits séjours de dernière minute météo-dépendants” (Camping - Littoral)

Arbitrages budgétaires

62% des hébergeurs notent une **diminution des dépenses** des touristes. Même si les Français ne semblent pas renoncer à leurs vacances d'été, ils ont dû réduire la **durée de leur séjour** et/ou renoncer à certaines dépenses. La **restauration** a été particulièrement impactée (62% des restaurateurs notent une baisse de leur chiffre d'affaires).

« on observe une nette baisse des dépenses annexes » (Hôtel du littoral)

« Le budget est serré, les gens font des choix » (Hôtel de l'intérieur)

« Les séjours sont de plus en plus courts » (Camping du littoral)

LES NOUVEAUX COMPORTEMENTS DES CLIENTÈLES

La baisse du poids de la fréquentation estivale en Nouvelle-Aquitaine

Contrairement à une idée largement répandue, **la fréquentation en très haute saison (du 14 juillet au 15 août) des hébergements marchands et non marchands, se tasse depuis 2022**, dans l'intérieur comme sur le littoral :

- -7% de nuitées français extrarégionales
- -5% de nuitées étrangères

Dans le même temps, la fréquentation annuelle a augmenté de 2% pour les Français et de 7% pour les étrangers. **La fréquentation a donc tendance à être moins concentrée sur la haute saison** au niveau régional.

Au niveau local, certaines concentrations peuvent être ressenties, amplifiées par un nombre d'excursionnistes en légère hausse.

-3%

Été 2025
Nuitées françaises
par rapport à 2024

-5%

Semaine du 15 août
2025
Nuitées françaises
par rapport à 2024

DES VACANCES RÉUSSIES PAR TOUS LES TEMPS

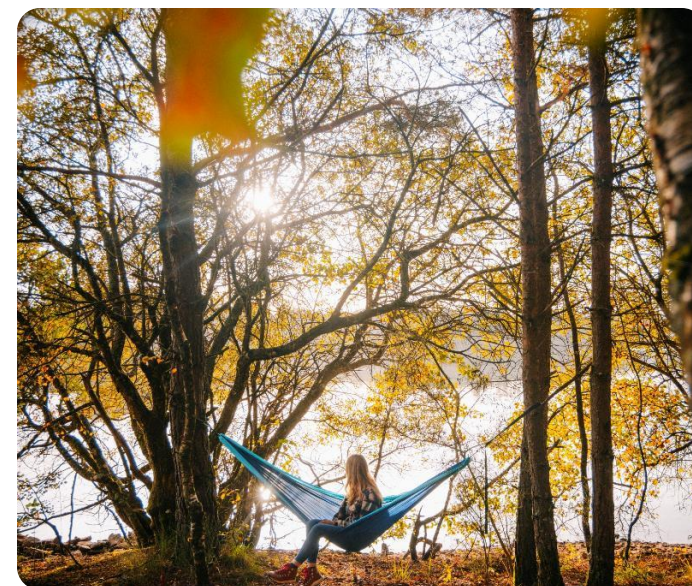
La saison estivale 2025 a enregistré des périodes de canicule, de fortes pluies et des records de fraîcheur en arrière-saison. **La Nouvelle-Aquitaine a la chance de disposer d'une offre suffisamment diversifiée pour conserver son attractivité :**

- **En période de forte chaleurs** grâce à son offre balnéaire mais aussi ses stations de montagne et ses nombreux lieux de baignade dans l'intérieur
- **En période de météo capricieuse** grâce à son offre culturelle et patrimoniale accessible quel que soit le temps



UNE ENQUÊTE DE CLIENTÈLE POUR MIEUX RÉPONDRE À TOUS CES ENJEUX

- 1 PLUS DE 40 000 QUESTIONNAIRES**
recueillis entre novembre 2024 et octobre 2025
- 2 UN DISPOSITIF D'ENQUÊTE OPTIMISÉ**
Collecte de questionnaires par des enquêteurs IPSOS-BVA sur des sites touristiques, affiches avec des QR codes personnalisés auprès de nombreux partenaires, interrogation en ligne des Néo-Aquitains...
- 3 PLUS DE 60 PARTENAIRES MOBILISÉS**
CDT, ADT, Offices de Tourisme, hébergements, Parcs Naturels Régionaux, sites et activités...
- 4 DES RÉSULTATS AU PRINTEMPS 2026**



Une enquête pour connaître :

- **L'origine géographique** des clientèles françaises (y compris les résidents en Nouvelle-Aquitaine) et des étrangers
- La ou les **communes de séjour** en Nouvelle-Aquitaine (constitution de matrices origine/destination),
- La **période** de séjour / la **durée de séjour**
- Le **mode de transport pour venir** en Nouvelle-Aquitaine
- Le **mode de transport pour se déplacer durant le séjour** en Nouvelle-Aquitaine
- Le **mode d'hébergement** : marchand et non marchand (chez parents amis, résidences secondaires)
- Les **dépenses** réalisées lors du séjour en Nouvelle-Aquitaine détaillées par poste
- Les **pratiques durables** durant le séjour (pratiques alimentaires, hébergement, activités, transport)
- La **taille** du groupe et la **composition du groupe** : couples, solo, familles...
- Le **motif** de séjour : loisirs-vacances, affinitaires, professionnels, santé
- La **motivation** : campagne, montagne, mer, grands espaces
- Les **activités** principales pratiquées
- Le mode de **réservation** du séjour
- La **fidélité** à la destination
- La **satisfaction** générale, l'appréciation du séjour (selon une vingtaine de critères)
- Le **profil socio-démographique** : âge des participants au séjour/ à la visite, la profession du répondant et le niveau de revenu du foyer



MERCI POUR VOTRE ÉCOUTE



**CCI NOUVELLE
AQUITAINE**



**RÉGION
Nouvelle-
Aquitaine**
Comité Régional
du Tourisme



Honorine GUILHEMOTONIA Responsable de la
communication CRTNA

Contact : honorine.guilhemotonia@na-tourisme.com

Martine DOMEQ Responsable Information économique –
Études CCI Nouvelle-Aquitaine

Contact : martine.domecq@nouvelle-aquitaine.cci.fr

Laure DELAMBRE
Cheffe du Pôle Observatoire et DATA

Catherine THIOU
Responsable d'observation

Contact : observatoire@na-tourisme.com



CCI NOUVELLE
AQUITAINE



RÉGION
**Nouvelle-
Aquitaine**
Comité Régional
du Tourisme