

# Pré-bilan de la saison 2025

*Éléments de fréquentation et baromètre de tendances des professionnels*





## Pré-bilan de la saison 2025 : un été sous tension malgré un mois d'août plus porteur

En Morbihan, la saison estivale 2025 conserve un profil contrasté, marqué par deux mois clés en retrait. Après un début d'année en dents de scie et un mois de juillet en baisse par rapport à 2024, août confirme la tendance avec une fréquentation encore en recul (-3,5 % entre le 1er et le 22 août selon Flux Vision Orange). Cette évolution touche à la fois les clientèles françaises et étrangères et concerne l'ensemble des formes de séjours, marchands comme non marchands. Toutefois, cette moyenne masque en août une bonne orientation pour les professionnels de l'hôtellerie et du camping, ainsi que des résultats positifs dans le locatif.

Cette évolution s'inscrit dans un contexte national similaire : plusieurs destinations littorales ont observé des volumes de nuitées stables ou en léger retrait en juillet, avec des taux d'occupation hôteliers autour de 70 % (source : MKG Consulting).

Avec près de 82 % de Français déclarant envisager de partir en vacances en 2025 (source : ADN Tourisme/Ipsos), le niveau d'intention affiché avant l'été était historiquement élevé. Un constat qui peut sembler paradoxal face aux premiers bilans : si les Français partent bien, ils adaptent leurs comportements. Deux explications émergent : d'une part, des séjours plus courts et des arbitrages budgétaires liés à l'inflation réduisent mécaniquement le volume de nuitées. D'autre part, certains flux se redéploient vers d'autres régions françaises ou des destinations européennes jugées attractives en termes de météo ou de prix.

Les raisons de cette saison en demi-teinte sont multiples : inflation persistante, réservations tardives et météo changeante, trois facteurs cités tant en Morbihan qu'au niveau national. Si les hébergements marchands comme l'hôtellerie et les locations affichent des niveaux corrects, le plein air semble avoir souffert de l'image laissée par deux étés mitigés avec un démarrage tardif en juillet. Côté consommation, le ressenti reste prudent : plusieurs professionnels évoquent une baisse du panier moyen, phénomène également observé à l'échelle nationale (source : UMIH).

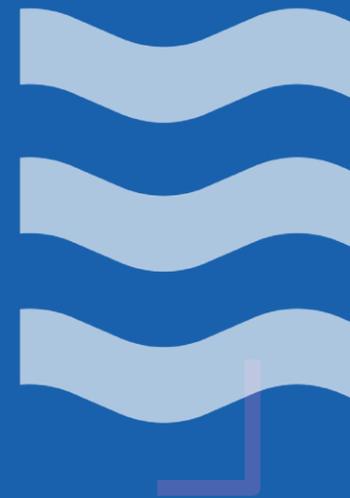
Paradoxalement, malgré cette baisse globale de fréquentation, le ressenti terrain est bien meilleur : 89 % des professionnels morbihannais se disent satisfaits de leur mois d'août, un indicateur qui s'explique par des taux d'occupation satisfaisants dans certains segments, la montée en puissance des réservations de dernière minute et un bon niveau de remplissage sur les semaines centrales.

En résumé, la saison 2025 apparaît pour l'instant en demi-teinte, dans le Morbihan comme en France : les flux touristiques reculent légèrement, mais la satisfaction des professionnels reste bonne. Les perspectives pour la suite de la saison laissent entrevoir des marges de rattrapage : l'arrière-saison, notamment les vacances de la Toussaint, reste stratégique pour limiter l'écart.



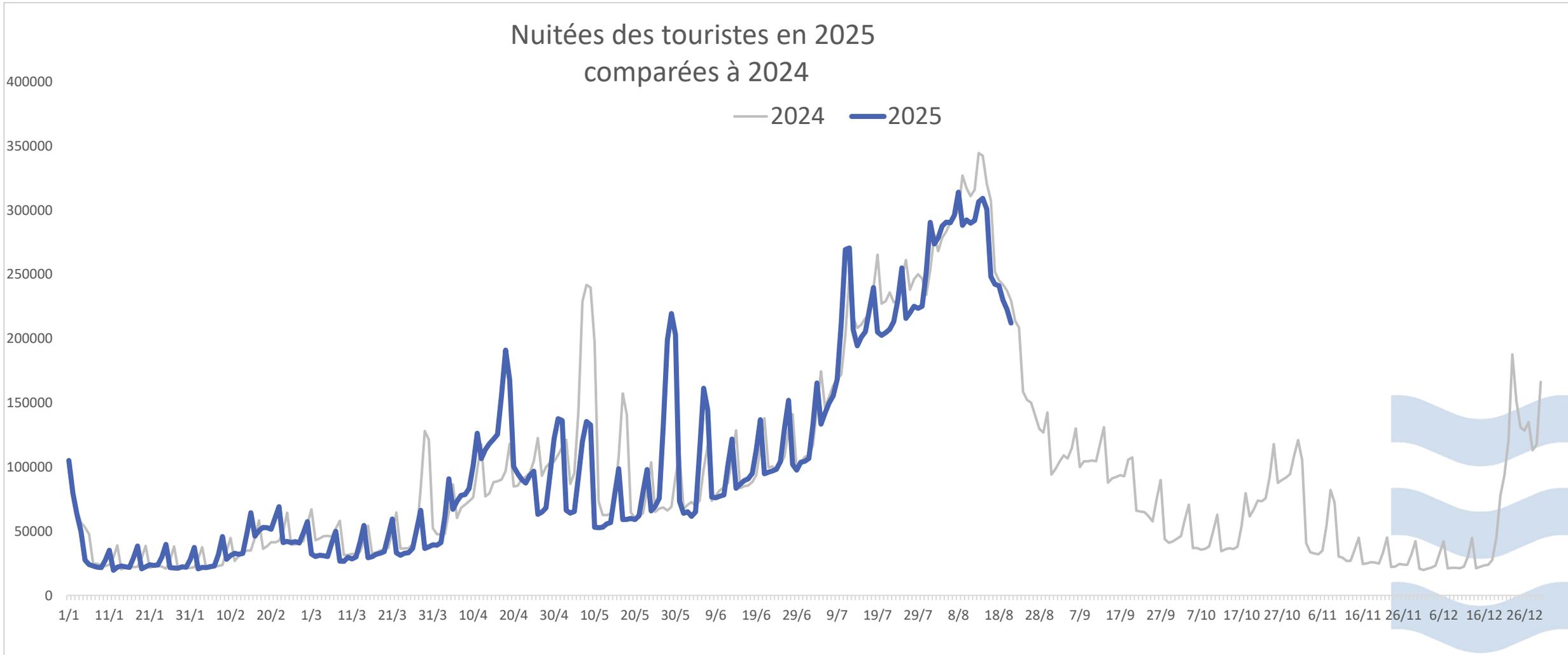
# Éléments de fréquentation

Source : ADT du Morbihan – outil Orange Flux Vision



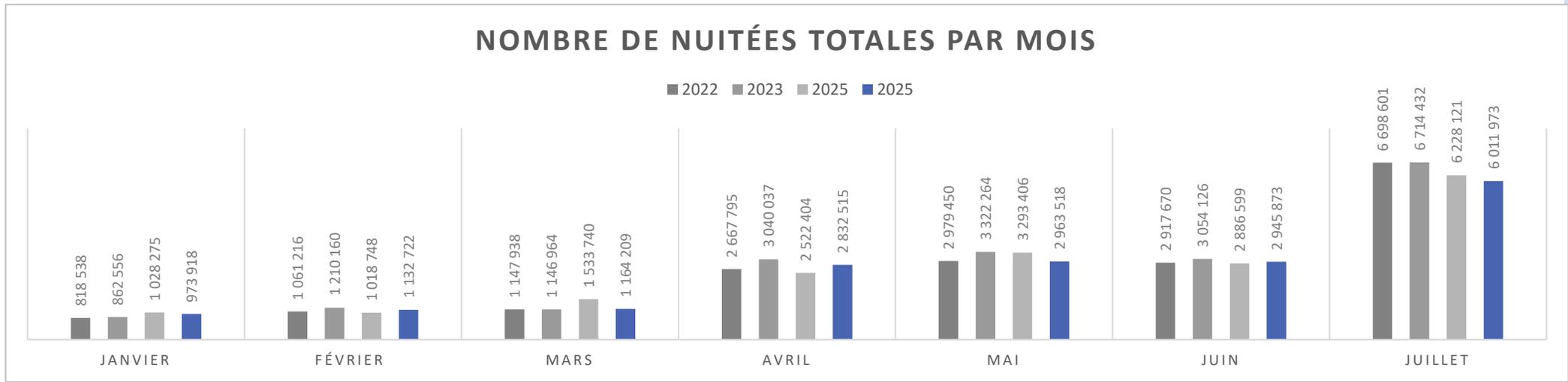
# La fréquentation touristique est en baisse de 3% (sur la période observée\*)

\*période de Janvier au 22 août 2025 comparée à la même période l'an passé



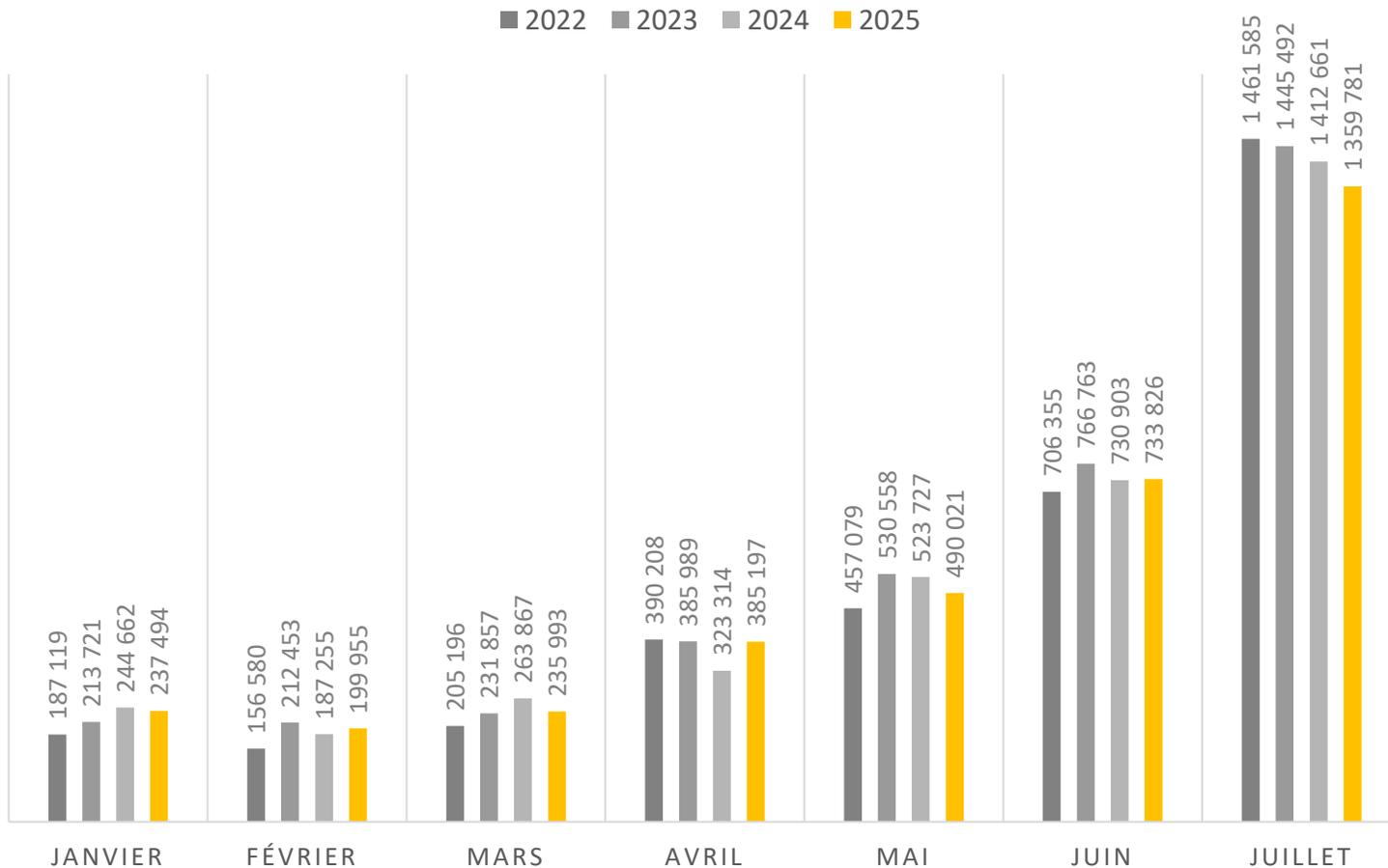
## 🌊 Evolutions mensuelles : une saison en dent de scie

|                               | 2022       | 2023       | 2024       | 2025       | Evol25/24 |
|-------------------------------|------------|------------|------------|------------|-----------|
| Janvier                       | 818 538    | 862 556    | 1 028 275  | 973 918    | -5%       |
| Février                       | 1 061 216  | 1 210 160  | 1 018 748  | 1 132 722  | 11%       |
| Mars                          | 1 147 938  | 1 146 964  | 1 533 740  | 1 164 209  | -24%      |
| Avril                         | 2 667 795  | 3 040 037  | 2 522 404  | 2 832 515  | 12%       |
| Mai                           | 2 979 450  | 3 322 264  | 3 293 406  | 2 963 518  | -10%      |
| Juin                          | 2 917 670  | 3 054 126  | 2 886 599  | 2 945 873  | 2%        |
| Juillet                       | 6 698 601  | 6 714 432  | 6 228 121  | 6 011 973  | -3%       |
| Du 1 <sup>er</sup> au 22 août | 6 327 228  | 6 416 072  | 6 276 261  | 6 048 635  | -3,5%     |
| De janvier à juillet          | 18 291 208 | 19 350 539 | 18 511 293 | 18 024 728 | -3%       |

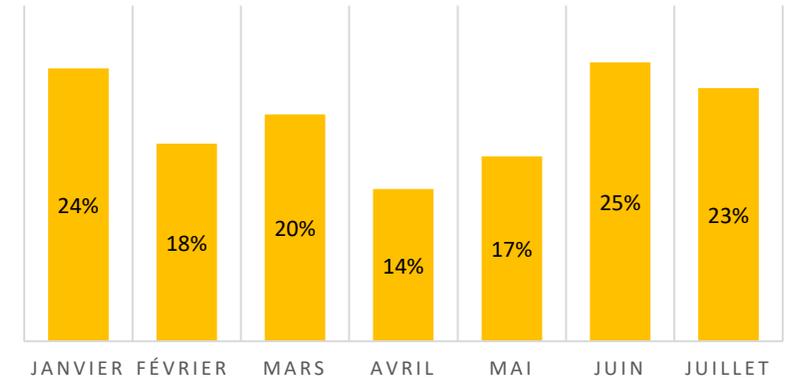


# Les nuitées étrangères en baisse de 3% par rapport à 2024 (du 1<sup>er</sup> janvier au 22 août)

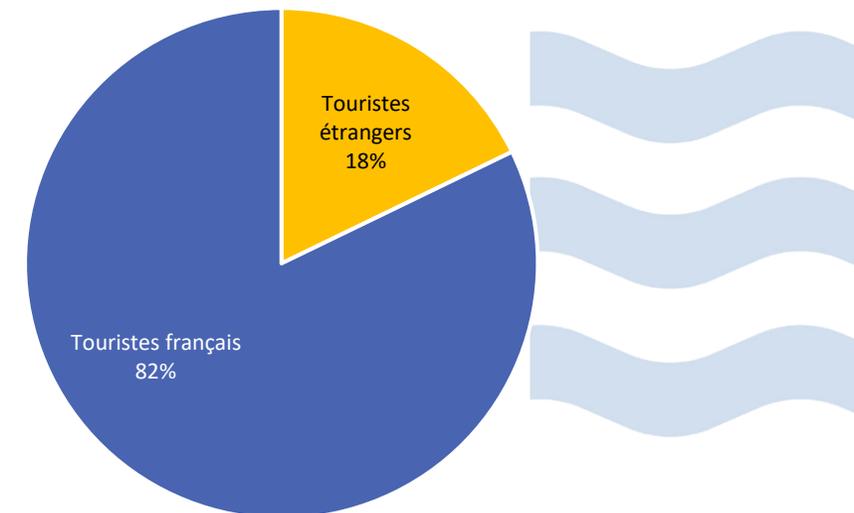
## NOMBRE DE NUITÉES ÉTRANGÈRES PAR ANNÉE



## PART DE NUITÉES ÉTRANGÈRES PAR MOIS

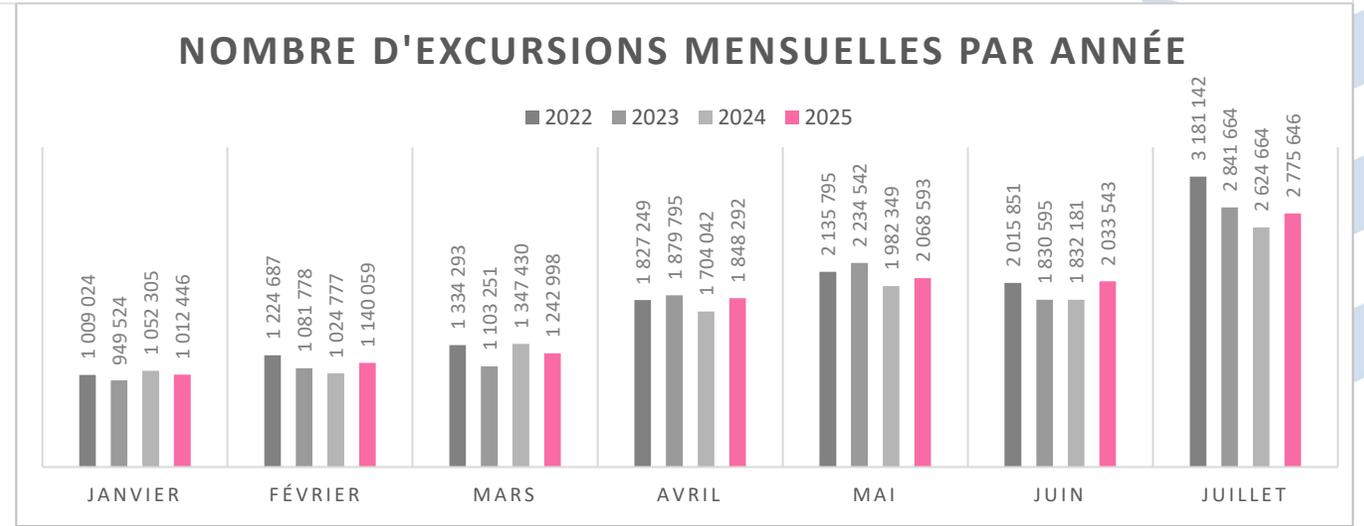
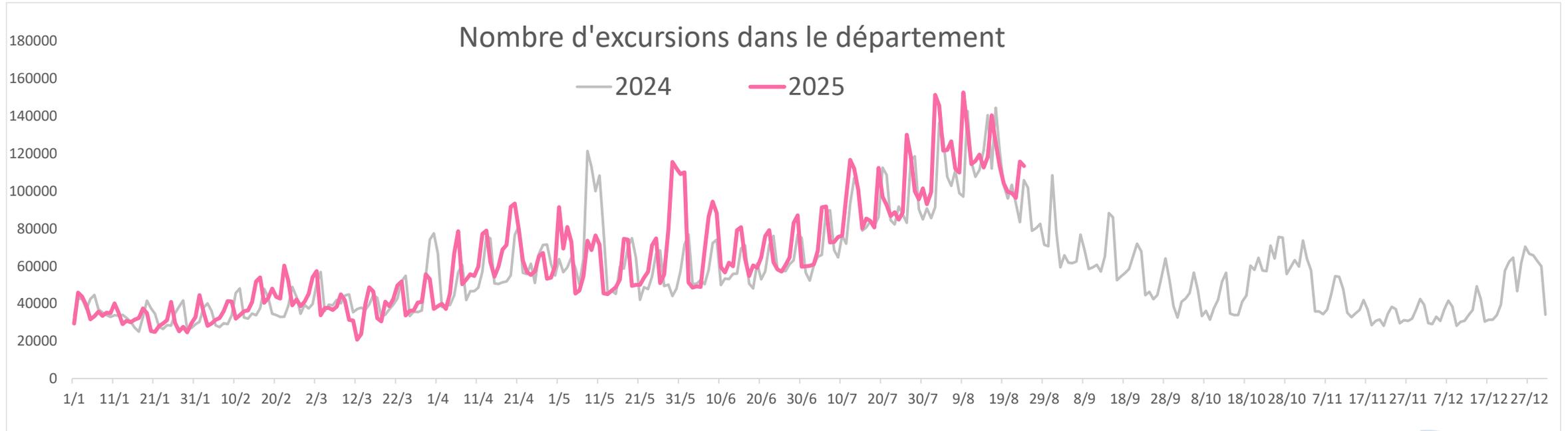


## RÉPARTITION DES NUITÉES TOURISTIQUES





# Hausse de l'excursionnisme (origine extra-départemental) de 5% sur la période de janvier au 22 août, comparée à 2024



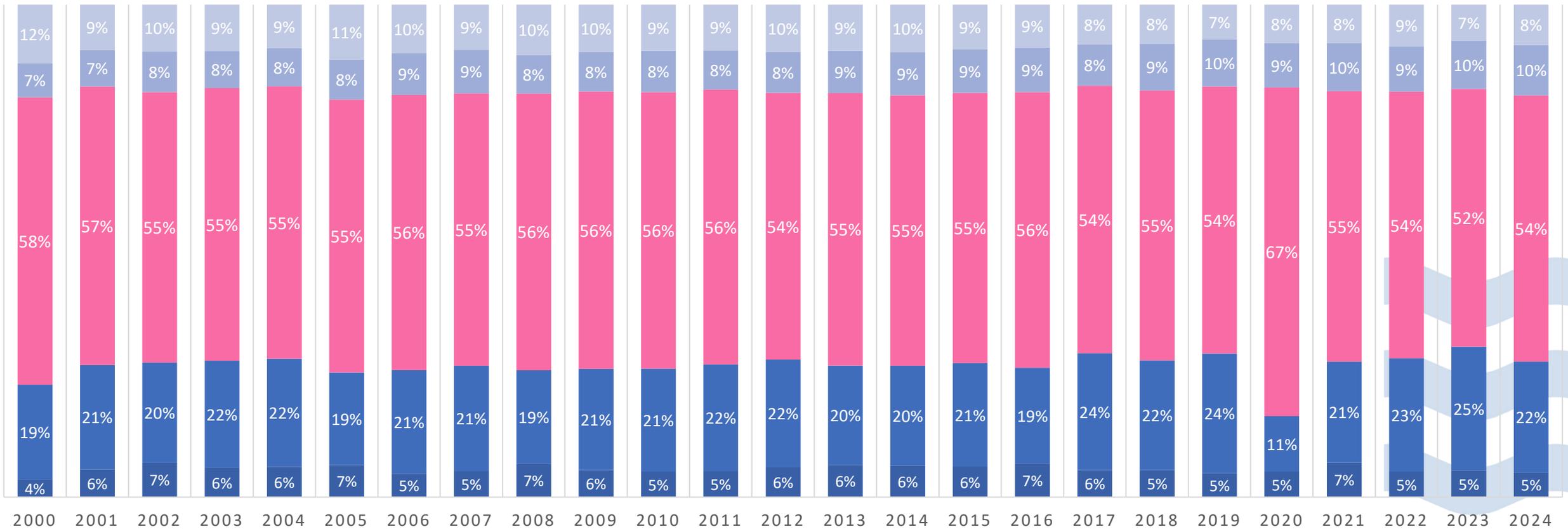


# Rappel : poids de juillet et août – 54% des nuitées – stable depuis près de 25 ans

Si l'on ajoute le facteur prix qui augmente significativement en juillet et août, les chiffres d'affaires sont encore plus concentrés en juillet et août ; le poids en fréquentation et pour le bilan économique des entreprises est considérable.

## FRÉQUENTATION PAR PÉRIODE ENTRE 2000 ET 2024

■ Janvier à Mars ■ Avril, Mai, Juin ■ Juillet et Août ■ Septembre ■ Octobre à Décembre

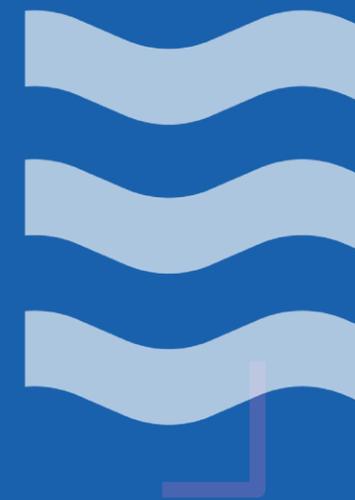




# Niveau de satisfaction des professionnels

**Source : CRT Bretagne/ADT du Morbihan**

Le baromètre est un sondage mensuel réalisé auprès d'un panel représentatif de professionnels du tourisme bretons, dont 150 morbihannais

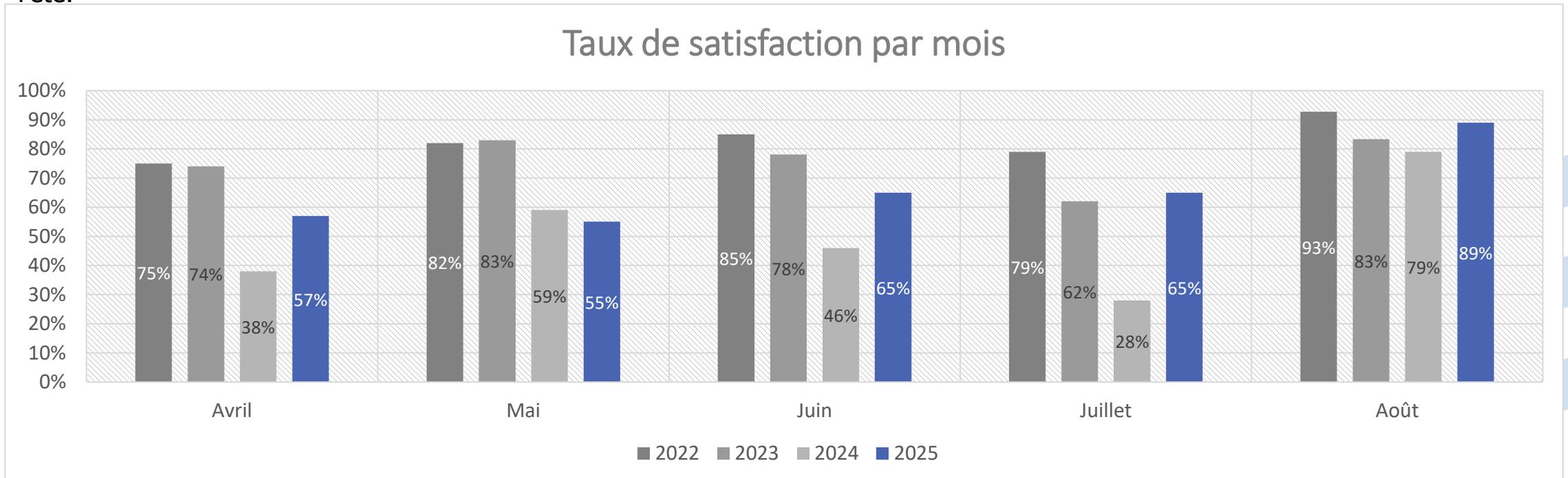


## Une saison contrastée pour les professionnels du tourisme morbihannais

Depuis le printemps, la satisfaction des professionnels du tourisme morbihannais évolue en dents de scie, reflétant une saison marquée par des contrastes. Après un mois d'avril mitigé (57 % de satisfaits) et un mois de mai en demi-teinte (55 %), la dynamique s'est améliorée en juin avec 65 % de professionnels satisfaits, portée par une météo favorable et un calendrier avantageux. Ce rebond plaçait le Morbihan sur une trajectoire encourageante, même si le département restait en retrait par rapport à la moyenne bretonne (71 %).

En juillet, ce taux de satisfaction se maintient à 65 %, un niveau globalement positif mais en dessous des attentes, dans un contexte de fréquentation en baisse. Les écarts sectoriels sont notables : hôtellerie (71 %) et activités de loisirs (74 %) affichent de bons résultats, tandis que le plein air reste fragilisé et la restauration pâtit d'une consommation en recul (56 % de satisfaits). Août enregistre de très bons résultats, avec 89% des professionnels se déclarant satisfaits, qu'ils soient professionnels de l'hébergements ou des loisirs, malgré une fréquentation globale toujours en baisse.

Cette tendance traduit une saison fragile : si la majorité des professionnels juge leur activité satisfaisante, les disparités entre secteurs et la prudence exprimée par beaucoup soulignent l'importance des réservations de dernière minute et du mois d'août pour consolider l'été.





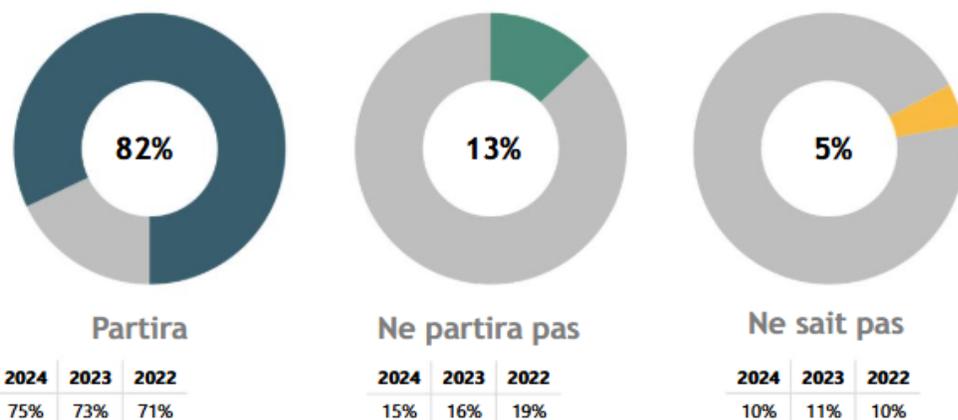
# Rappel : hausse du taux d'intention de départ en vacances en 2025

Source : CRT Bretagne



## Plus de 8 Français sur 10 prévoient de partir en vacances cet été malgré un contexte économique et international tendu

Des intentions de départ à la hausse par rapport à 2024 : Plus de 80% des Français envisagent de partir en week-end/vacances entre juin et septembre



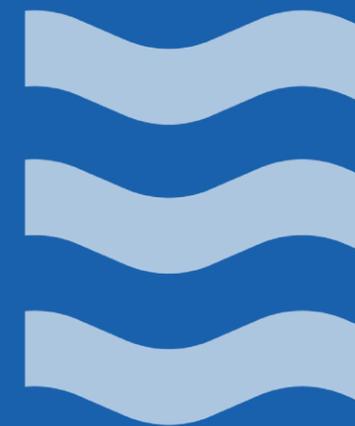
Avec près de 82 % de Français déclarant envisager de partir en vacances en 2025, le niveau d'intention affiché avant l'été était historiquement élevé (source : CRT Bretagne). Un constat qui peut sembler paradoxal face aux premiers bilans : la fréquentation touristique du Morbihan recule, notamment en juillet, et plusieurs régions françaises observent des volumes de nuitées stables ou en légère baisse par rapport à 2024 (source : Atout France).

Deux explications émergent : d'une part, les Français continuent de voyager, mais en adaptant leurs comportements – séjours plus courts, choix plus tardifs, recherche de maîtrise budgétaire dans un contexte d'inflation persistante. D'autre part, certains arbitrages semblent profiter à d'autres destinations, en France comme en Europe du Sud, jugées attractives en termes de météo ou de rapport qualité-prix.



# Bilan national

Source : CRT Bretagne



## Tendances par mode d'hébergements

**Hôtellerie marchande** : au niveau national, l'occupation hôtelière s'est stabilisée. Sur la Côte d'Azur, elle est restée très forte. En milieu urbain, Paris a bénéficié d'un surcroît d'attractivité post-JO, accueillant plus de touristes internationaux (surtout haut de gamme). Globalement, le segment haut de gamme a mieux résisté, alors que les classes moyennes ont cherché des solutions plus économiques.

**Campings** : la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air (FNHPA) signale une croissance globale de +2 % du nombre de nuitées d'avril à septembre 2025 par rapport à 2024. Ce surplus provient surtout du printemps et d'un mois de septembre dynamique (+3 %), alors qu'août n'était que légèrement supérieur à 2024 (qui était déjà une très bonne année). En revanche, juillet 2025 est resté stable voire en léger recul, avec de fortes disparités. Les campings fortement orientés vers la clientèle française et proposant principalement des locations équipées (mobil-homes) ont été davantage impactés, contrairement à ceux situés à la campagne ou en montagne. Par rapport à 2024, ce sont les emplacements nus (tentes, caravanes) et les établissements plus abordables qui ont le mieux tiré leur épingle du jeu (+5 % en Bretagne/Normandie). Le panier moyen a reculé – des vacanciers français plus prudents ont limité leurs dépenses – ce qui explique pourquoi le chiffre d'affaires global des campings est resté stable malgré la hausse de fréquentation.

**Locations saisonnières (meublés, Airbnb, Gîtes...)** : les Français ont continué à privilégier les séjours en location de meublés (39 % d'intentions de longs séjours selon IPSOS). Les plateformes de réservation notent un engouement persistant pour les zones rurales et de montagne – par exemple, Airbnb observe +20 % de recherches sur des destinations rurales en France cet été. Sur la Côte d'Azur, l'occupation des meublés entre particuliers a atteint 74 % en juillet (+1 point vs 2024) et culminé à 88 % début août, avec un parc d'offre en expansion (+7 % vs 2024). Les résidences de tourisme affichent aussi des taux élevés ( $\approx$ 79 % en juin, 65 % en montagne)

## Consommation et comportement

La faiblesse du pouvoir d'achat a fortement pesé sur la consommation touristique. Selon l'UMIH (hôtellerie-restauration), 39 % des professionnels ont constaté une baisse de fréquentation sur l'été, particulièrement marquée dans la restauration. Dans les stations balnéaires et sur le littoral méditerranéen, les restaurateurs et bars rapportent des chiffres d'affaires en recul de 25 à 35 % par rapport à 2024. En Provence-Alpes-Côte d'Azur, l'UMIH locale évoque une chute de fréquentation de 15 à 20 % dans de nombreux restaurants. Les vacanciers français expliquent ce report de dépenses par un budget global figé : ils privilégient le logement et le transport, sacrifiant en priorité les repas au restaurant et le shopping. En camping, malgré plus de clients, le panier moyen a baissé, tirant vers le bas le chiffre d'affaires par emplacement.

Sur le plan des réservations, les Français restent prudents et flexibles. Le last minute domine : selon le baromètre Opodo, 36 % des Français réservent leur séjour dans les 15 jours précédant le départ (contre 27 % plus de deux mois à l'avance). Plus généralement, la part des réservations en ligne (63 % en 2024) semble plafonner, les vacanciers sollicitant davantage de conseils hors-ligne. Les outils numériques sont en forte croissance (62 % des réservations via smartphone). Enfin, de nouvelles pratiques se confirment : beaucoup de familles font des courts séjours ou reportent fin septembre pour profiter de tarifs plus bas (jusqu'à -30 %).

### **Influence de la météo**

L'été 2025 a alterné périodes caniculaires et conditions plus clémentes. Deux fortes vagues de chaleur (fin juin et mi-août) ont atteint des records de température. Selon MKG, ces épisodes de canicule (10 jours d'août) ont provoqué une réorientation des flux touristiques (massifs montagneux et régions de la moitié nord favorisés). Toutefois, l'UMIH souligne qu'il n'y a pas de corrélation nette entre le beau temps et la baisse de fréquentation observée : c'est surtout la réduction des budgets vacances qui a freiné la consommation, non la météo.

### **Tendances en Europe de l'Ouest**

Dans les pays voisins, la saison estivale s'annonce également plus mesurée. En Espagne, l'association Exceltur prévoit une croissance des revenus touristiques limitée (+2,7 % pour juil.-sept. contre +6,3 % l'an dernier). Elle relève une baisse du nombre de nuitées venant d'Allemagne (-6,4 %) et de France (-6,6 %), signe d'une moindre dépense européenne. En Italie, les plages privées subissent une crise inédite : la fréquentation moyenne y a chuté de -15 % cet été par rapport à 2024 (jusqu'à -25 % dans certaines régions comme la Calabre ou l'Émilie-Romagne). Les Allemands, partenaires traditionnels (marché émetteur important pour l'Espagne, la France, l'Italie), semblent moins voyager cet été. Au total, le tourisme dans l'UE de l'Ouest pâtit des mêmes incertitudes économiques que la France.



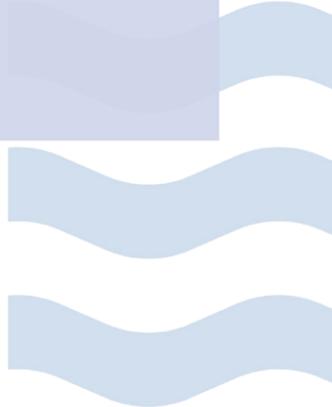
# En Synthèse





# EN SYNTHÈSE

| Saison contrastée  | Intentions record mais comportements ajustés   | Filières inégalement touchées   | Consommation en recul  | Perspectives   |
|--|--|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Printemps en léger retrait par rapport à 2024.</li><li>• Juillet et août en baisse (Flux Vision Orange), clientèles françaises et étrangères en recul.</li><li>• Août enregistre de bons résultats en hébergements marchands et loisirs mais ne compense pas totalement le retard.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• 82 % des Français prévoient de partir (ADN Tourisme/Ipsos).</li><li>• Séjours plus courts et arbitrages budgétaires liés à l'inflation → moins de nuitées.</li><li>• Réservations tardives et redéploiement vers d'autres régions ou l'étranger.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Hôtellerie : taux d'occupation stable, RevPAR national +6 % en août (MKG).</li><li>• Camping : +2 % de nuitées au national (FNHPA), mais juillet en retrait ; emplacements nus progressent.</li><li>• Locations meublées : tendance soutenue via plateformes.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Panier moyen en baisse, confirmée par l'UMIH.</li><li>• Impact de l'inflation sur restauration et activités.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Septembre et Toussaint = leviers de rattrapage, la saison n'est pas terminée</li></ul> |





**RETROUVER TOUTES  
NOS PUBLICATIONS  
SUR :**

[www.morbihan-pro.com](http://www.morbihan-pro.com)



Contact : [cantin-p@morbihan.com](mailto:cantin-p@morbihan.com)