

Baromètre de la fréquentation touristique en Morbihan

Prébilan de la saison 2026



Septembre 2026



Une saison 2026 marquée par de nouveaux arbitrages

La saison touristique 2026 confirme une évolution désormais bien installée des comportements de consommation. Après une avant-saison en retrait, l'été a permis de stabiliser les volumes de nuitées à l'échelle bretonne, tandis que l'excursionnisme progresse. Dans le Morbihan, les résultats restent contrastés selon les périodes et les filières, mais les fondamentaux de l'attractivité de la destination demeurent solides.

Dès le printemps, les études nationales annonçaient pourtant une saison sous tension. Les intentions de départ des Français reculaient sensiblement par rapport à 2025 et, surtout, un vacancier sur deux envisageait de réduire son budget. Ces arbitrages se sont concrétisés au fil de la saison : séjours parfois plus courts, attention renforcée au rapport qualité-prix, réduction des dépenses annexes, choix d'activités gratuites ou moins coûteuses et recherche accrue de flexibilité.

Dans le Morbihan, les professionnels témoignent également d'une évolution très nette des pratiques. La réservation de dernière, voire d'ultra-dernière minute, devient la norme et réduit fortement leur visibilité. La météo joue désormais un rôle immédiat dans la décision de réserver, de reporter une activité ou de modifier son programme. Les épisodes de fortes chaleurs ont particulièrement affecté certains sites de loisirs et de visite et la restauration, tandis que les hébergements ont globalement mieux résisté. Parallèlement, les professionnels observent une consommation plus prudente : davantage de pique-niques, moins de dépenses en restauration ou en loisirs et une sensibilité accrue aux prix.

La saison apparaît ainsi moins comme une rupture de la demande touristique que comme une transformation de ses modalités. Les visiteurs continuent de venir, mais ils réservent plus tard, arbitrent davantage leurs dépenses et adaptent beaucoup plus rapidement leur séjour à la météo, aux prix et aux opportunités. Ces évolutions rendent la fréquentation plus volatile et complexifient le pilotage des entreprises touristiques.

Dans ce contexte, l'arrière-saison s'annonce globalement stable par rapport à 2025, mais reste difficile à anticiper. La capacité des professionnels et des destinations à maintenir leur visibilité et leur communication tout au long de l'année devient donc un enjeu croissant, dans un marché où la décision de partir et de réserver se prend toujours plus tard.



Éléments de fréquentation

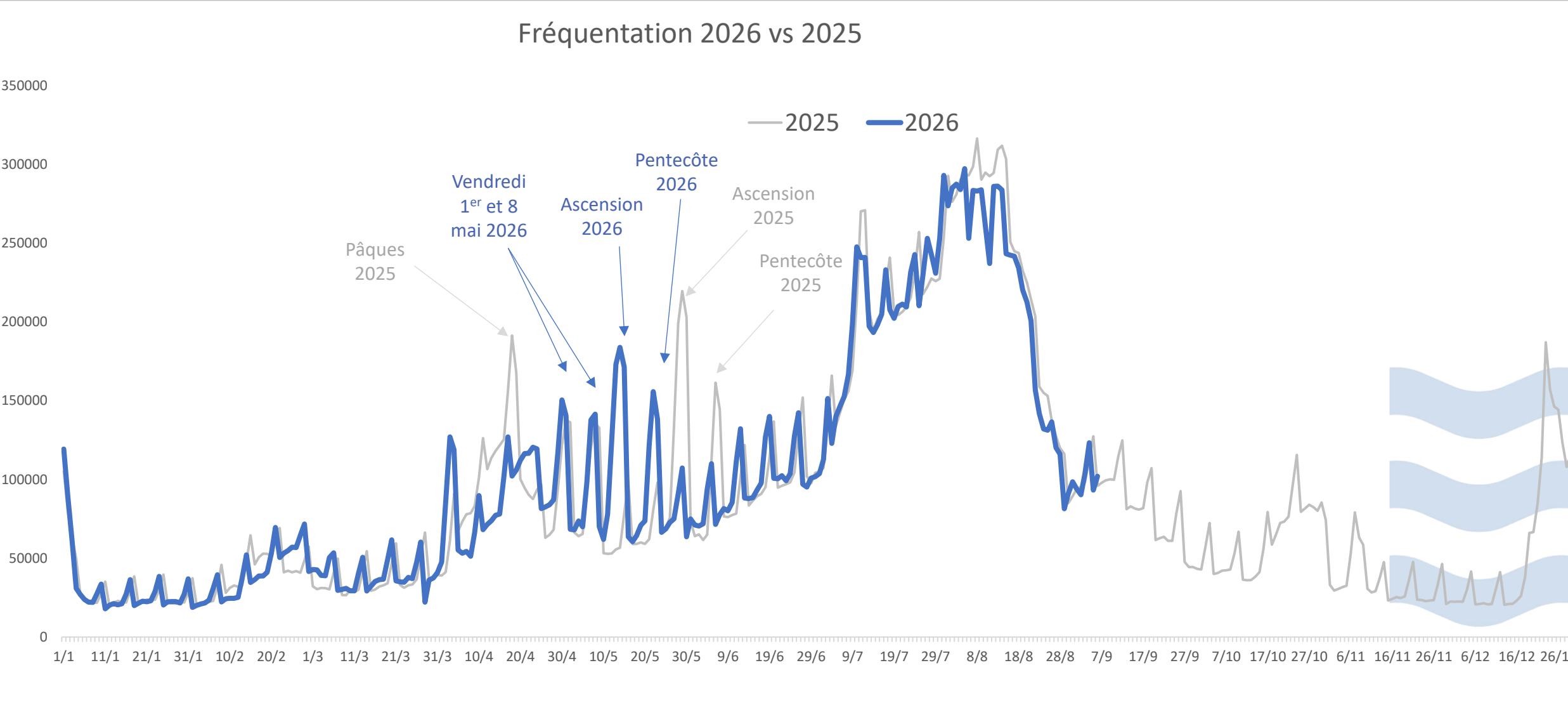
Source : ADT du Morbihan – outil Orange Flux Vision





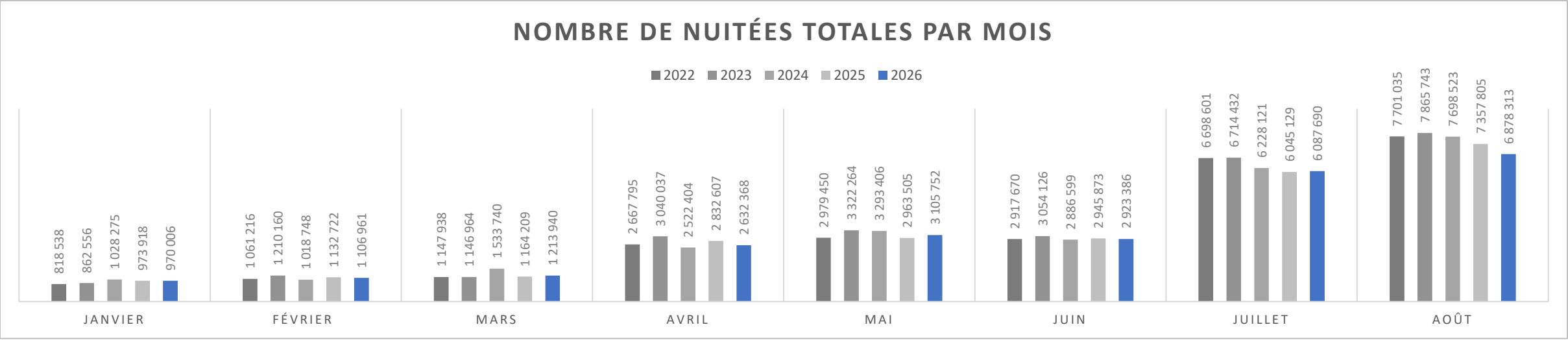
La fréquentation touristique est en légère baisse (-2%) sur la période janvier à août entre 2025 et 2026

Des pics lors des jours fériés moins hauts qu'en 2025

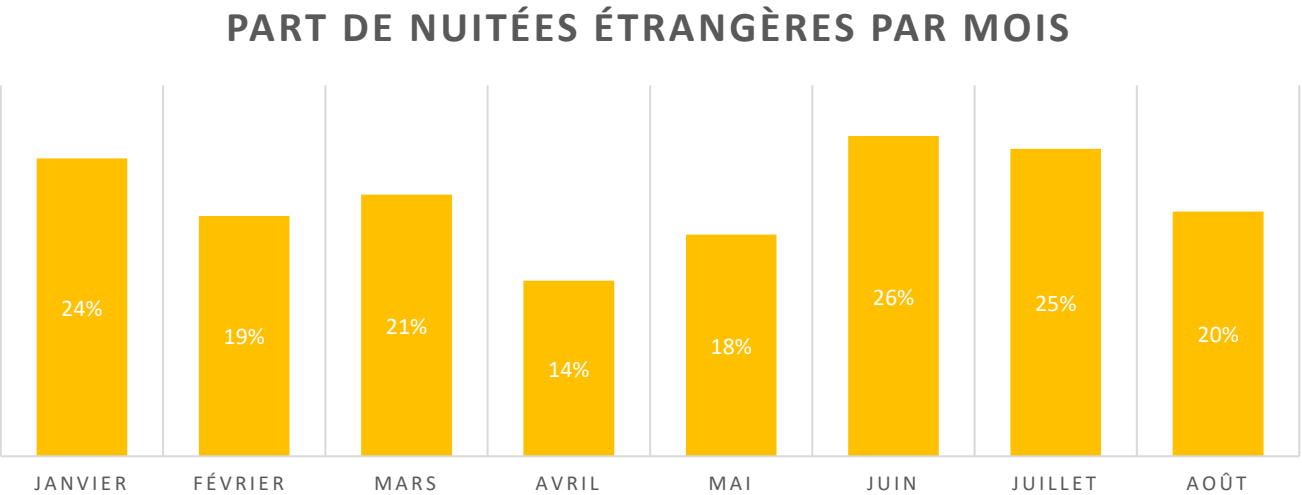
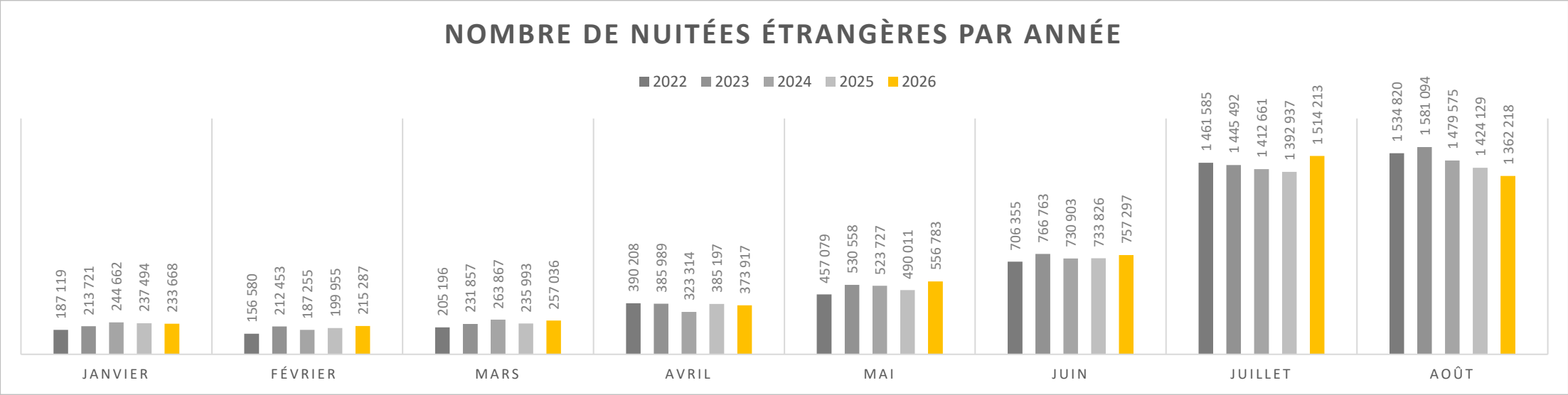


**Evolutions
mensuelles :
une saison
en dent de
scie**

	2022	2023	2024	2025	2026	Evol26/25
Janvier	818 538	862 556	1 028 275	973 918	970 006	0%
Février	1 061 216	1 210 160	1 018 748	1 132 722	1 106 961	-2%
Mars	1 147 938	1 146 964	1 533 740	1 164 209	1 213 940	4%
Avril	2 667 795	3 040 037	2 522 404	2 832 607	2 632 368	-7%
Mai	2 979 450	3 322 264	3 293 406	2 963 505	3 105 752	5%
Juin	2 917 670	3 054 126	2 886 599	2 945 873	2 923 386	-1%
Juillet	6 698 601	6 714 432	6 228 121	6 045 129	6 087 690	1%
Août	7 701 035	7 865 743	7 698 523	7 357 805	6 878 313	-7%
TOTAL	25 992 243	27 216 282	26 209 816	25 415 768	24 918 416	-2%

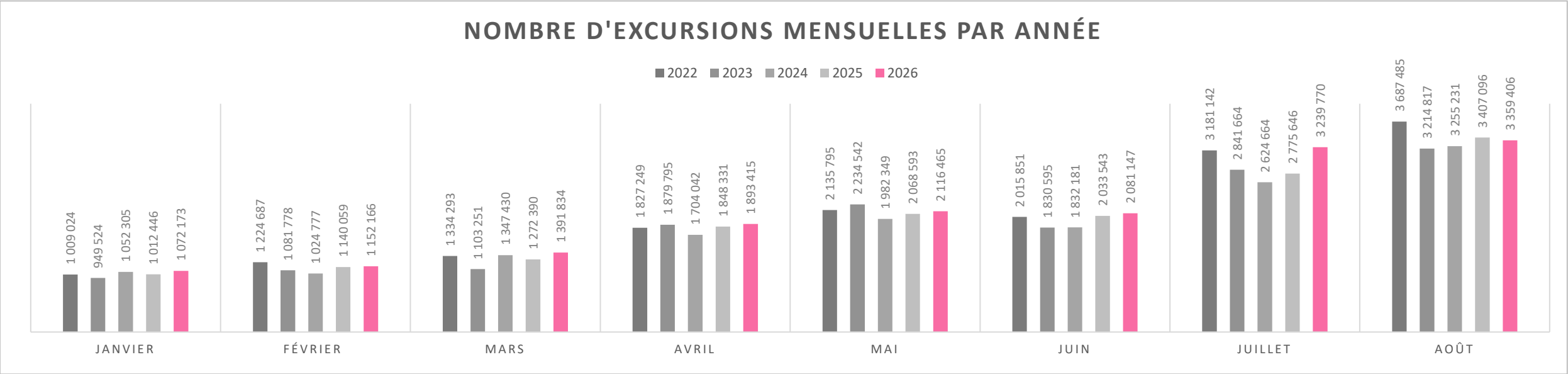


 Les nuitées étrangères en hausse de 3% entre janvier et août par rapport à la même période en 2025





Hausse de l'excursionnisme (origine extra-départementale) de 10% en 2026 par rapport à 2025



	2022	2023	2024	2025	2026	Evol26/25
Janvier	1 009 024	949 524	1 052 305	1 012 446	1 072 173	6%
Février	1 224 687	1 081 778	1 024 777	1 140 059	1 152 166	1%
Mars	1 334 293	1 103 251	1 347 430	1 272 390	1 372 470	9%
Avril	1 827 249	1 879 795	1 704 042	1 848 331	2 199 649	2%
Mai	2 135 795	2 234 542	1 982 349	2 068 593	2 891 475	2%
Juin	2 015 851	1 830 595	1 832 181	2 033 543	2 875 444	2%
Juillet	3 181 142	2 841 664	2 624 664	2 775 646	3 239 770	17%
Août	3 687 485	3 214 817	3 255 231	3 407 096	3 359 406	-1%
TOTAL	16 415 526	15 135 966	14 039 788	14 785 061	16 306 376	10%



Niveau de satisfaction des professionnels

Source : CRT Bretagne/ADT du Morbihan

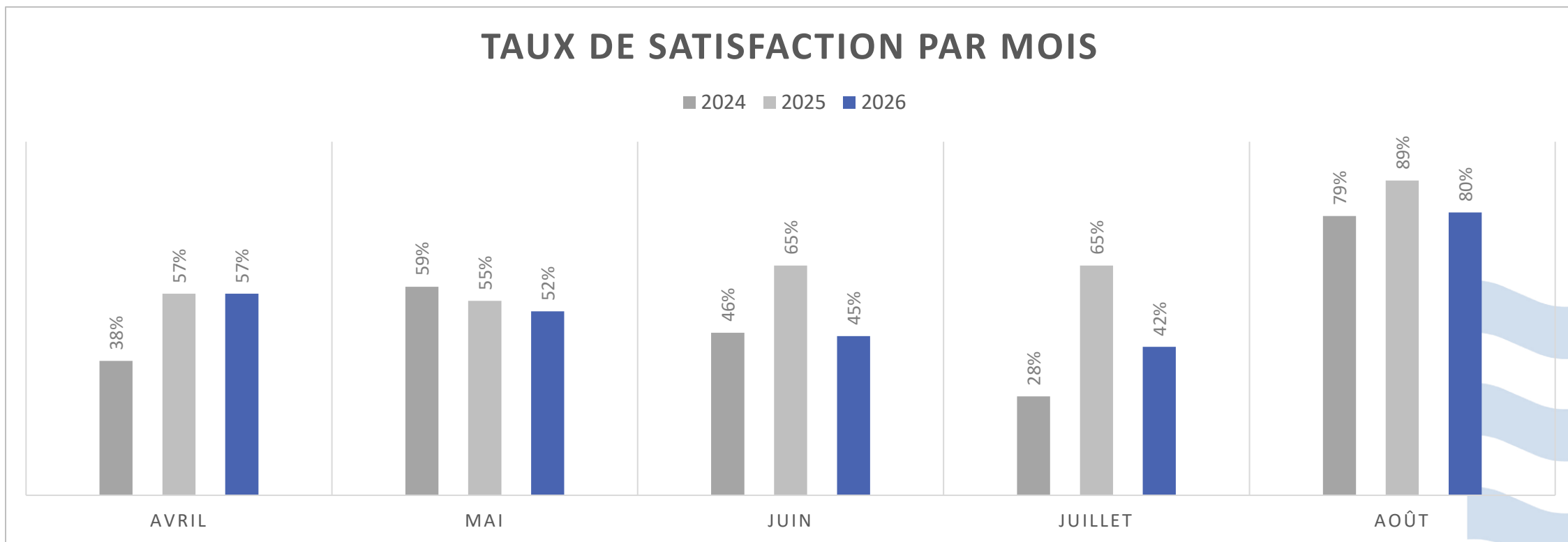
Le baromètre est un sondage mensuel réalisé auprès d'un panel représentatif de professionnels du tourisme bretons, dont 150 morbihannais



Le ressenti des professionnels se redresse fortement en août

Un contraste marqué

- 57 % de satisfaits en avril
- 42 % seulement en juillet
- 80 % en août
- Le meilleur ressenti de la saison intervient alors que les nuitées reculent





Ce que disent les professionnels : de l'incertitude aux arbitrages

Quelques verbatims qui illustrent les comportements observés en juillet et août 2026

JUILLET

« Nos clients ne se projettent pas !!! [...] beaucoup ne savent pas et verront sur le moment. »

Professionnel du tourisme breton

Source : Tourisme Bretagne – Bilan mensuel juillet 2026

AOÛT

« Ils se font plaisir sur le choix de l'hôtel, mais ont un budget plus serré pour les repas et les extras. »

Professionnel de l'hôtellerie-restauration

Source : UMIH – enquête nationale été 2026

AOÛT

« Ce doit être le pire été qu'on ait jamais fait. [...] On a été très impactés par la chaleur. »

Restaurateur vannetais

Source : Ouest-France, 23 août 2026

JUIN

« J'ai constaté que mes clients apportent plus leur pique-nique et vont moins au restaurant. »

Chambre d'hôtes – Morbihan

Source : Baromètre Morbihan Tourisme – juin 2026



Une saison morbihannaise placée sous le signe de l'arbitrage

Des clientèles qui ajustent

- Fréquentation proche des dernières années
- Séjours plus courts
- Réservations ultra-dernière minute
- Dépenses des clientèles davantage maîtrisées

Un cœur d'été mieux vécu

- 74 % des professionnels satisfaits du cœur de l'été
- 80 % de satisfaction chez les hébergeurs
- 72 % chez les restaurateurs
- 57 % dans les équipements de loisirs

Et ailleurs en France, quel bilan ?

Des situations territoriales différentes, mais des comportements très convergents

NORMANDIE

Juillet stable • Août positif

12,2 M de nuitées en juillet, stables / 2025. En août, 70,1 % des professionnels jugent le mois « bon », mais les dépenses restent mesurées.

Normandie Tourisme – 11/08 et 09/09/2026

LES CHARENTES

Haute saison en léger retrait

54 % de professionnels satisfaits ; près de 55 % déclarent une baisse de CA. Plus de 60 % constatent une baisse des dépenses et près d'un sur deux davantage de dernière minute.

Charentes Tourisme – bilan été 2026

OCCITANIE

Juillet sous pression

Nuitées en recul, satisfaction des professionnels en baisse de 9 points : canicule, incendies, carburant et arbitrages budgétaires pèsent sur l'activité.

CRTL Occitanie – note juillet 2026

CÔTE D'AZUR

Hébergement solide, dépenses en retrait

87 % d'occupation hôtelière en juin et juillet. Mais le budget dépensé sur place recule de 6 %, avec davantage d'arbitrages entre restauration, shopping et activités.

Côte d'Azur France Tourisme – 20/08/2026

FRANCE – UMIH

63,7 % des établissements interrogés déclarent un CA en baisse

L'enquête auprès de 1 300 professionnels montre surtout une baisse du panier moyen et davantage de réservations de dernière minute. Le constat national rejoint les verbatims morbihannais : les clients ne disparaissent pas, mais ils comptent davantage.

UMIH – enquête saison estivale, 01/09/2026



EN SYNTHÈSE

Une fréquentation en légère baisse

- -2 % de nuitées à fin août
- Une saison très irrégulière
 - Avril -7 %
 - Mai +5 %
 - Juillet +0,7 %
 - Août -6,5 %
- Août constitue le principal point de recul
- La clientèle étrangère progresse et compense en partie le léger recul de la clientèle française

Des professionnels plus réservés

- Satisfaction en recul tout au long du printemps : 57 % en avril, 52 % en mai et 45 % en juin.
- Plus d'un professionnel sur deux déclare une baisse de son chiffre d'affaires en juin.
- Hôtellerie et hébergements collectifs résistent mieux que la restauration et les loisirs.

Des comportements de consommation qui évoluent

- Réservations et visites de dernière minute
- Budgets contraints
- Séjours plus courts
- Arbitrages sur les dépenses annexes

Un bilan encore provisoire

- Vacances de la Toussaint et fin d'année à suivre
- Bilans sectoriels nécessaires pour consolider l'analyse



**RETROUVER TOUTES
NOS PUBLICATIONS
SUR :**

www.morbihan-pro.com



Contact : cantin-p@morbihan.com