CREUSE TOURISME

L'ESPRIT CREUSE

BAROMETRE DE CONJONCTURE TOURISTIQUE 2026

Bilan du mois d'août et de l'été

CONTEXTE NATIONAL :
les premières tendances de la fréquentation touristique
(Source : ADN TOURISME)

Un été 2026 globalement en recul

L'été marque un coup d'arrêt après un 1er semestre globalement stable. À date d'enquête, 54 % des destinations signalent une baisse de fréquentation, contre 25 % en progression et 21 % stables.

- La situation varie fortement selon les territoires :
  - Rural : 74 % des destinations en baisse
  - Urbain : 65 %
  - Littoral : 51 %
  - Montagne : seulement 14 % en baisse, avec 45 % en hausse et 41 % stables

La montagne constitue donc le principal territoire gagnant de l'été 2026

Juillet plus difficile qu'août

Juillet est le mois le plus compliqué : **57 %** des destinations déclarent une baisse par rapport à juillet 2025.

En août, la baisse concerne encore **51 %** des destinations, mais le mois résiste davantage et la satisfaction s'améliore. La montagne reste particulièrement dynamique avec **50 % des destinations en progression**

Le pouvoir d'achat transforme les vacances

L'envie de partir reste forte, mais les Français arbitrent davantage leurs dépenses :

- **85 % s**ont préoccupés par leur pouvoir d'achat ;
- **62 %** des vacanciers ont eu le sentiment de se restreindre ;
- Les séjours sont plus courts : **60 % durent une semaine ou moins ;**
- **16 %** sont restés dans leur région ou département, contre 6 % qui l'avaient envisagé au printemps ;
- Les dépenses sont particulièrement réduites en **restauration, loisirs payants et déplacements.**

Le résultat est un phénomène important : la fréquentation et les retombées économiques peuvent évoluer différemment. Plusieurs destinations signalent ainsi des visiteurs présents mais dépensant moins.

Météo, canicule et incendies deviennent des facteurs structurants

Les épisodes de f**ortes chaleurs et les incendies** ont fortement modifié les flux : recherche de fraîcheur, baignade, espaces naturels et altitude, adaptation des horaires et report vers des activités moins exposées à la chaleur.
La montagne apparaît ainsi comme un véritable **« refuge climatique ».**

Une forte différenciation des territoires

Montagne : véritable moteur de l'été, portée par la recherche de fraîcheur, les activités de plein air et certains événements.
Littoral : plus contrasté. La mer reste la destination privilégiée **(55 %),** mais perd du terrain par rapport aux intentions initiales. Certaines
destinations littorales bénéficient toutefois de reports de clientèle depuis les zones touchées par la chaleur ou les incendies.
Rural : particulièrement exposé au recul de fréquentation, avec **74 %** des destinations en baisse.
Urbain : fortement pénalisé par la canicule, avec **65 %** des destinations en baisse et **70 %** d'insatisfaction en août, même si certains événements
culturels et sportifs ont joué un rôle de soutien.

Une arrière-saison difficile à prévoir

Pour septembre, la tendance anticipée est plutôt à la stabilité :

- **37 %** anticipent une stabilité ;
- **16 %** une progression ;
- **13 %** une baisse ;
- **Mais 39 %** ne peuvent pas encore se prononcer.

L'incertitude est encore plus forte pour octobre et les vacances de la Toussaint.

Les principaux relais attendus sont les courts séjours, week-ends, groupes, événements/congrès, seniors et clientèles étrangères. La météo et les réservations de dernière minute devraient continuer à jouer un rôle déterminant.

À retenir :

L'été 2026 se caractérise par un recul de fréquentation dans une majorité de destinations, mais surtout par une transformation des comportements : les Français continuent de partir, tout en privilégiant des séjours plus courts, plus proches et moins dépensiers, tandis que la montagne bénéficie fortement de la recherche de fraîcheur et que la météo devient un facteur majeur de décision.

POINT DE VIGILANCE : IL S'AGIT D'UN PREMIER BILAN QUI DEVRA ÊTRE CONSOLIDÉ

Préambule méthodologique : les résultats ci-dessous sont issus de différentes sources d'informations et reflètent une situation à un instant T.

- **Une enquête réalisée par le Comité Régional du Tourisme de Nouvelle Aquitaine en collaboration avec les 11 CDT et ADT de la région.**

53 professionnels du tourisme creusois (campings, hôtels, sites touristiques et activités de loisirs, Offices de Tourisme, restaurants, hébergements collectifs) ont répondu à ce sondage afin d'évaluer le niveau de l'activité touristique en Creuse au mois d'août et les perspectives pour septembre (taux de réponse = 38,7%).
L'enquête a été administrée entre le 28 août et le 3 septembre 2026. Les informations collectées ne traduisent pas des résultats chiffrés de fréquentation, mais expriment le ressenti des acteurs du tourisme ; elles permettent uniquement de dégager des tendances par secteur d'activité, par période

- **Les données collectées auprès des plateformes de réservations en ligne** (Abritel – Airbnb - Booking) via la plateforme LIWANGO.

- **La centrale de réservation Gîtes de France 23**

- La place de marché **Elloha** (outil de gestion des réservations en ligne) déployée par Creuse Tourisme

Quelles sont les tendances en Creuse ?

Enquête de conjoncture réalisée par le CRT Nouvelle Aquitaine

Fréquentation en août

- Pour le mois d'août, 58,5% des répondants sont satisfaits de la fréquentation globale, notamment pour la clientèle française (59,6 %)
- 82,4% sont mécontents de la fréquentation étrangère

	Satisfaits	Insatisfaits
1ere semaine d'août	**56,7%**	43,3%
2eme semaine d'août	**57,6%**	42,4%
2eme quinzaine d'août	29,3%	**70,8%**

- Comparaison avec août 2025 :
  - 69,8% des prestataires jugent que la fréquentation est en baisse (34,6% pour la clientèle française et 74,9% pour les clientèles)
étrangères), 25,2% la juge stable (37,9% pour les Français et 17,9% pour les étrangers)
  - A noter qu'¼ des répondants estime la fréquentation française en hausse

	En Hausse	Stable	En baisse
1ere semaine d'août	12,5%	46,4%	38,0%
2eme semaine d'août	15,1%	44,8%	38,7%
2eme quinzaine d'août	5,5%	11,6%	81,6%

Parmi les clientèles étrangères présentes, on retrouve les nationalités traditionnellement présentes en Creuse : les Néerlandais (plutôt en baisse), les Britanniques (stables voire en baisse), les Belges (en baisse), les Allemands (plutôt en hausse ou stables).

Bilan pour août par secteur d'activité

Campings	
Hôtels	
Sites Touristiques / activités de loisirs	
Offices de Tourisme	
Restaurants	

Fréquentation Juillet + Août

- Au final, seuls 38,1% des répondants sont satisfaits de la fréquentation globale et 48,6% pour la fréquentation française
- Concernant les vacanciers étrangers, 87,1% des prestataires expriment leur insatisfaction
- Comparaison avec été 2025 :

o Les avis sont partagés entre stabilité (campings) et baisse (hôtels, Offices de Tourisme, restaurants, sites de visites)

o La moitié des répondants notent une baisse de fréquentation française, tandis que l'autre moitié se répartit équitablement entre stabilité et baisse

o Les 2/3 des prestataires jugent que la fréquentation internationale a régressé, mais 1/3 l'estime cependant en progression

Bilan pour août par secteur d'activité

	Fréquentation Globale	Fréquentation Française	Fréquentation Etrangère
Campings	😐	😃	☹️
Hôtels	☹️	☹️	☹️
Sites Touristiques / activités de loisirs	☹️	☹️	☹️
Offices de Tourisme	☹️	☹️	☹️
Restaurants	☹️	☹️	☹️

Evolution du chiffre d'affaires(juillet + août) comparé à 2025 :

En baisse pour presque les ¾ des prestataires répondants, et notamment dans le secteur de l'hébergement

Facteurs d'influence sur la fréquentation :

- Épisodes de canicule, contexte économique et géopolitique, et prix des carburants:
- annulation ou raccourcissement des séjours pour seulement 1/3 des répondants

Évolution des indicateurs économiques :

	Amélioration	Détérioration	Sans changement
Prix de Vente	5,0%	12,8%	**75,0%**
Marges	4,8%	**58,2%**	28,1%
Trésorerie	5,9%	**34,4%**	**47,4%**

Réservation pour Septembre:

	Non concerné / pas de visibilité	En hausse	Stable	En baisse
1ere quinzaine	54,6%	0,6%	36,8%	9,2%
2eme quinzaine	57,3%	0,5%	24,1%	18,1%

Perspectives à 6 mois : les 2/3 des répondants expriment leur inquiétude, quand un peu moins d'1/3 ne se projette pas.

Paroles de prestataires :

« CLIENTÈLE DE PLUS EN PLUS EXIGEANTE ET PROCÉDURIÈRE, DE MOINS EN MOINS DE CONSOMMATION, DE PLUS EN PLUS DE SÉJOURS D'1 NUIT » (CAMPING)

« NOS CLIENTS SE SONT ADAPTÉS AUX ÉPISODES DE CANICULE EN REPORTANT LEUR RÉSERVATION AU RESTAURANT LORS DE PÉRIODE PLUS FRAICHE AU COURS DE L'ÉTÉ OU EN MANGEANT PLUS TARDIVEMENT LE SOIR» (RESTAURANT)

« NOTRE STRUCTURE ACCUEILLE ESSENTIELLEMENT DES GROUPES, PLUTÔT SPORTIFS HORS JUILLET/ AOÛT, ET POUR LA SAISON ESTIVALE DES COLOS, IME, MAIS QUI RENCONTRENT DE GROSSES DIFFICULTÉS POUR BOUCLER LEUR BUDGET, ET DONC UNE FRÉQUENTATION MOYENNE POUR NOUS. » (HÉBERGEMENT COLLECTIF)

« POUR LES LOISIRS DE PLEIN-AIR, LES NOMBREUSES CANICULES ONT FAIT FUIR LES AMATEURS DE RANDONNÉES PÉDESTRES ET CYCLISTES DE FIN MAI À FIN AOÛT. C'ÉTAIT DÉJÀ UNE TENDANCE LES ANNÉES PRÉCÉDENTES » (HÉBERGEMENT COLLECTIF)

PLATEFORMES DE RÉSERVATION

Source : Liwanago (société d'analyses de données du marché de la location de vacances et de l'hébergement chez l'habitant) qui compile les données issues de Airbnb, Vrbo (ex Abritel) et Booking – hors hôtels, permet d'avoir des informations sur l'offre d'hébergements commercialisés sur ces plateformes, et notamment sur la fréquentation, et l'état des réservations sur Airbnb.

Offre

1 030 unités d'hébergement réservables (gîtes, chambres chez l'habitant, ...) en août (1 072 en août 2025) sont recensées pour la Creuse.
La légère baisse du nombre d'hébergements présents sur les plateformes leaders du marché, soit régulièrement soit ponctuellement, se confirme.

Fréquentation

Période	Taux d'occupation	Nombre de nuits réservées
Août	62% (64,7% en 2025)	16 368 (-5,4% / 2025)

Le taux d'occupation est légèrement inférieur à 2025, tout comme le nombre de nuits réservées, et la durée moyenne de séjour est de 4 nuits

Indicateurs économiques

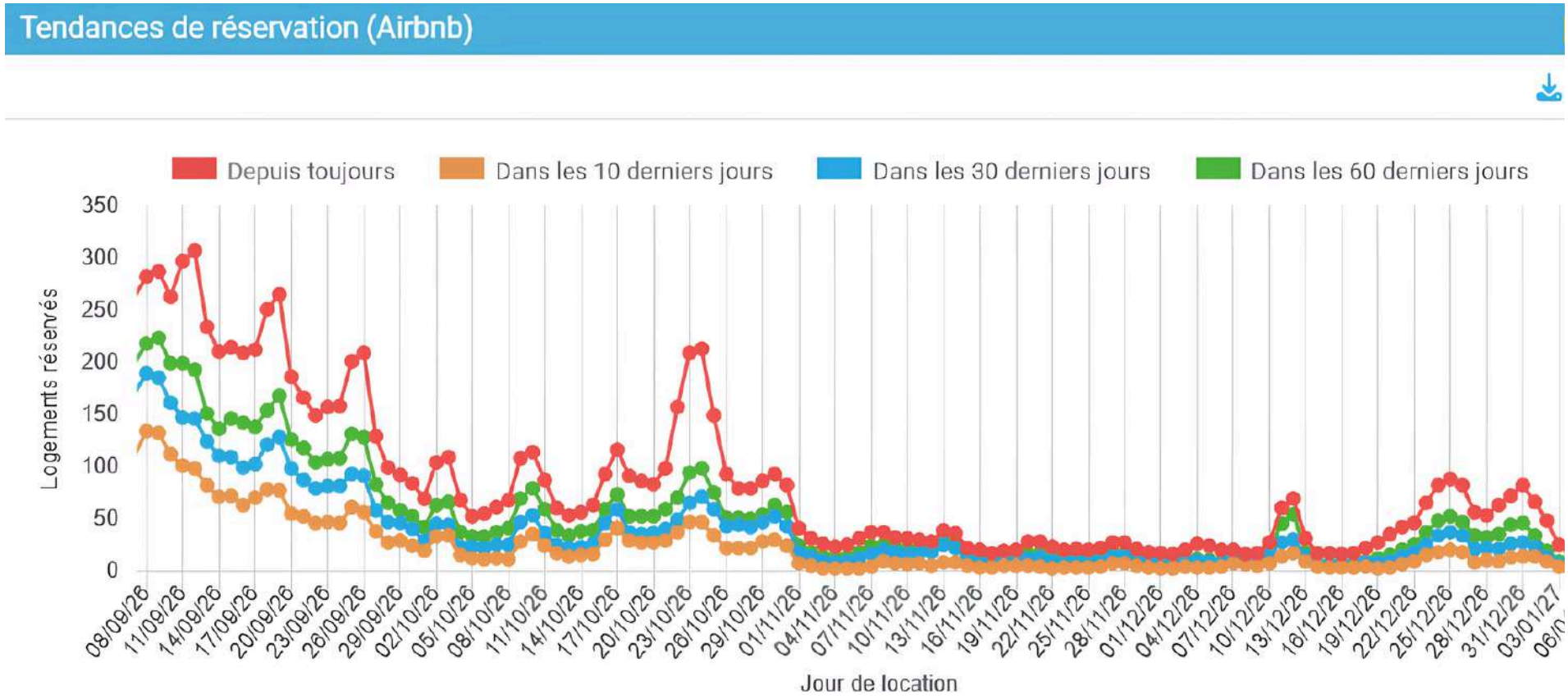
Période	Prix moyen par nuit (hors frais de plateformes)	Revpar par logement entier disponible	Chiffre d'affaires global pour la Creuse (hors frais de plateformes)
Août	112€ (108€ en 2025)	1 728€	1 801 000€ (+0,3% / 2025)

Avec des prix très légèrement supérieurs à 2025 et malgré une fréquentation en légère baisse, le chiffre d'affaires global généré par les nombreux hébergements locatifs commercialisés sur les plateformes est en progression.

Etat des réservations pour septembre et le dernier trimestre

(base : 1 104 logements réservables en septembre) – au 07/09/2026

On note des pics de réservation pour les vacances de Toussaint et de Noël, ainsi que le week-end des 12 et 13 décembre (Trail du Loup Blanc à Guéret)



ETAT DES VENTES POUR LA CREUSE VIA L'OUTIL DE RÉSERVATION ELLOHA (HÉBERGEMENTS, SITES TOURISTIQUES, ACTIVITÉS)

Le nombre de réservations est en baisse, mais le volume d'affaires en hausse peut s'expliquer par l'arrivée sur le marché de nouveaux hébergements **haut de gamme et de grande capacité aux tarifs plus élevés.**

89
ETABLISSEMENTS
(83 en 2025)

	Volume d'affaires	*Evolution / 2025*	Nombre de réservations	*Evolution / 2025*
Du 1er Juillet au 31 Août 2026	863 873€	*+6,8%*	2 899	*-6%*
Du 1er Janvier au 31 août 2026	1 753 866€	*+7,4%*	7 461	*-10,3%*

GÎTES DE FRANCE (365 HÉBERGEMENTS EN SERVICE RÉSERVATION) -

SOURCE : RELAIS GÎTES DE FRANCE 23 (AU 07/09/2026)

Le mois d'août génère ainsi près de **505 000 € de chiffre d'affaires, dépassant le niveau atteint en 2025.**
La progression de la part des contrats réalisés sur ce mois est également significative : **23,7 % des contrats enregistrés à date ont été réalisés en août 2026,** contre 20,3 % en 2025.

NB : pas de distinction entre gîtes et chambres d'hôtes, la vente de séjour en maison d'hôtes étant très peu représentés en service réservation.

Indicateur	août 2025	août 2026	*Evolution*
Volume d'affaires	494 773€	504 651€	*+ 2%*
Part des contrats réalisés sur le mois	20,30%	23,70%	*+3,4 points*

FRÉQUENTATION DES VÉLOROUTES ET SENTIERS DE GRANDE RANDONNÉE (JUILLET + AOÛT)

Malgré les différents épisodes de canicules, la fréquentation des itinéraires n'a que peu régressé (ex : la Vagabonde), voire est restée stable pour certains (ex : la Cyclobohême, GR 654)

→ Ce que l'on retient :

- Tout comme en 2025, un mois de d'août plutôt satisfaisant pour les professionnels, **avec une fréquentation concentrée sur la 1ère quinzaine malgré la météo caniculaire**
- **Une forte baisse de fréquentation étrangère,** en partie compensée par la clientèle hexagonale
- Le 2nde quinzaine d'août enregistre une baisse par rapport à 2025
- **Un niveau d'activité moins favorable qu'en 2025** pour les 2 mois d'été
- **Le secteur des locations de vacances sur les plateformes plafonne** en août et semble indiquer une certaine saturation du marché : un peu moins d'offres, taux d'occupation en légère baisse
- **Des dépenses sous tension, et une recherche d'activités gratuites ou à moindre coût**
- **Des réservations de toute dernière minute** toujours plus nombreuses et des séjours plus courts
- **La fermeture de plusieurs baignades** a impacté la fréquentation des activités d'hébergement et de restauration présentes sur place.
- **Avec une météo favorable, la fresque historique de Bridiers (La Souterraine), qui fêtait ses 20 ans, a fait carton plein sur les 4 soirées, dont 3 à guichets fermés**
- **Quelques sites touristiques voient leur fréquentation se maintenir voire progresser** ; ex : la Cité Internationale de la Tapisserie (hausse notable en juillet et août, portée par les différentes expositions-évènements, hommage à George Sand, retour du «Chant du Monde » de Jean Lurçat, Myazaki, les sites de la vallée des peintres de la Creuse (forteresse de Crozant, Hôtel Lépinat), …

CONTACT

Contact : Isabelle Ducher – Creuse Tourisme
12, avenue Pierre Leroux – 23000 Guéret
Tel : 05 55 51 93 23 / 06 26 41 02 82
mail : isabelle.ducher@tourisme-creuse.com

Informations en date du 15/07/2026