

Tourisme en Normandie : une activité dynamique mais contrastée

Premières tendances d'avril à août 2026

Important - Repère méthodologique mois d'août 2026 : les données Flux Vision Tourisme ne sont exceptionnellement pas disponibles ce mois-ci. Il n'est donc pas possible de présenter les volumes de fréquentation ni l'origine des clientèles habituellement analysées dans cette note. L'analyse d'août s'appuie donc principalement sur l'enquête de conjoncture menée auprès des professionnels du tourisme normand.

Après un début de printemps contrasté, les premières tendances font apparaître une amélioration progressive de l'activité touristique : la fréquentation se maintient en juillet et le niveau de satisfaction des professionnels atteint son plus haut niveau en août. Les épisodes de fortes chaleurs observés cet été semblent par ailleurs avoir bénéficié particulièrement au littoral. Mais cette dynamique ne se traduit pas forcément dans les dépenses puisque les professionnels constatent des visiteurs plus attentifs à leur budget.

Un printemps contrasté

La fréquentation sur les premiers mois de l'année a démarré timidement. **En avril, le volume de nuitées touristiques recule de 9,8 %**, dans un contexte de consommation plus prudente, tant du côté des clientèles françaises qu'internationales. La hausse des

prix des carburants et la baisse du pouvoir d'achat pesaient déjà sur les arbitrages des touristes. Une problématique qui perdure sur l'ensemble de la période.

Le rebond est toutefois rapide. En **mai la fréquentation repart à la hausse avec une progression de 6,2% des nuitées**, dans un contexte marqué par un calendrier favorable et un premier épisode de fortes chaleurs, notamment bénéfique au littoral normand.

Avec **+3 % de nuitées**, la dynamique se confirme en juin. Malgré une première quinzaine maussade, **le deuxième épisode de fortes chaleurs s'accompagne d'une fréquentation plus soutenue de la clientèle française, notamment dans les espaces urbains et littoraux**. Dans le même temps, plus de 40 % des professionnels se déclarent satisfaits de leur activité : **45,7 % en mai et 42,8 % en juin**.

Les données de **fréquentation hôtelière** de l'INSEE témoignent d'une trajectoire plus stable qu'au global : **678 000 nuitées en avril (-1,6 %)**, **820 000 en mai (-0,8 %)** et **850 000 en juin (+1,7 %)**.

Une dynamique plus favorable au cœur de l'été

Juliet marque une nette amélioration du ressenti des professionnels. **57,9 % d'entre eux jugent leur activité de bonne** (soit 15,1 points de plus qu'en juin). Les hébergements marchands tirent la satisfaction vers le haut, avec les campings

(80 %) et les gîtes et meublés de tourisme (71,9 %) en tête. La restauration (39,4 %) et les offices de tourisme (29,6 %) affichent en revanche des niveaux de satisfaction plus en retrait.

Pour août, les premières tendances disponibles reposent principalement sur le ressenti des professionnels. Celui-ci a **atteint le meilleur niveau de satisfaction depuis le début de l'année**, avec **près de 70 % des professionnels déclarant un bon niveau d'activité**. Près d'un professionnel sur trois estime par ailleurs son activité en hausse par rapport à août 2025.

Le marché des hébergements locatifs confirme cette bonne tenue : le taux d'occupation des meublés touristiques atteint **68,8 %**, soit **10,2 points de plus qu'en juillet** et un niveau stable par rapport à août 2025 (-1,2 point). Ce bon niveau est toutefois à nuancer : le réseau des Gîtes de France estime que le printemps dégradé a généré un report vers l'été sans que les pertes accumulées au début d'année ne soient rattrapées. Les performances restent par ailleurs très variables selon les territoires : **dans la Manche, le taux d'occupation atteint 84 % en juillet**, contre moins de 80 % dans les autres départements.

Au cœur de l'été, les différentes vagues de chaleur semblent avoir bénéficié à la Normandie. La Fédération Régionale de l'Hôtellerie de Plein Air (FRHPA) évoque un véritable effet « **destination refuge** ». Face aux canicules (et aux incendies) qui ont touché d'autres régions françaises, la Normandie apparaît alors comme une destination offrant des températures plus clémentes. Les établissements disposant d'équipements adaptés (climatisation, piscine...) ont réalisé d'excellentes performances. Les professionnels de l'hôtellerie de plein air constatent

également une forte présence des clientèles internationales, certaines ayant parfois prolongé leur séjour en Normandie face aux fortes chaleurs observées dans d'autres destinations.

Des situations contrastées entre le littoral et les terres

Le littoral concentre les meilleurs taux de satisfaction, avec **72,8 % de professionnels satisfaits en juillet et 82,5 % en août**. Ce taux dépasse même **85 % dans les campings, l'hôtellerie et la restauration** pour le mois d'août.

Le constat apparaît plus nuancé dans les **espaces urbains (71,3 % de satisfaction en août) et ruraux (61 %)**.

L'UMIH Normandie confirme cet écart entre les côtes normandes et l'intérieur des terres. Si les hôtels de bord de mer ont eu un très bon niveau d'activité, certains établissements situés à l'intérieur des terres (et souvent dépourvus de climatisation), ont enregistré des baisses d'occupation pouvant atteindre 50 %.

Les épisodes caniculaires ont également contraint certains sites et lieux de visite à adapter leurs horaires, voire à fermer temporairement lors des pics de chaleur.

Une fréquentation internationale toujours forte et des évolutions parmi les clientèles françaises

L'été 2026 s'accompagne d'une **évolution des clientèles françaises**. Les Franciliens, les Normands et les habitants des Hauts-de-France restent les principales clientèles de la destination. Mais, **en juillet, la progression des clientèles du Sud-Ouest est**

particulièrement importante. La part de l'**Occitanie** dans les nuitées françaises passe ainsi de **2,7 % à 4,6 %**, soit une progression de **74,7 % par rapport à juillet 2025**. La **Nouvelle-Aquitaine** passe quant à elle de **3,4 % à 5,2 %**, en hausse de **58,2 %**. Une évolution confirmée par les professionnels du tourisme, qui ont également observé en août de nombreux voyageurs venus du Sud, à la recherche de températures plus clémentes dans notre région.

Du côté des clientèles internationales, les professionnels sont unanimes : les **Allemands, Néerlandais et Belges ont été les nationalités les plus observées en Normandie cet été**. Les professionnels constatent en revanche une présence moins forte des Britanniques, une tendance déjà observée depuis le début de l'année.

Des touristes présents, mais attentifs à leurs dépenses

Derrière les bons niveaux de fréquentation, une autre tendance s'impose : **les touristes semblent toujours présents, mais ils dépensent moins**. Les touristes français comme internationaux n'ont pas renoncé à leurs vacances, mais la dégradation de leur pouvoir d'achat, notamment sous l'effet de la hausse des coûts du carburant, les contraint à arbitrer davantage leurs dépenses. Le constat est largement partagé par les professionnels. Le réseau Normandie Sites estime que **près d'un site touristique sur deux enregistre une baisse de son chiffre d'affaires en 2026 par rapport à 2025**. Du côté des restaurateurs, l'**UMIH Normandie observe aussi une baisse du ticket moyen** (de -20 à -25 % dans le secteur de la restauration traditionnelle). Dans les campings, on assiste à un retour de la demande en emplacements

nus face à des hébergements locatifs dont le coût est plus important, notamment pour les familles.

Une fin d'année encore difficile à anticiper

Le mois de septembre, qui représente habituellement environ **8 % du volume annuel de nuitées touristiques**, s'annonce encore incertain. **45,5 % des professionnels interrogés affichent des réservations stables tandis que 36,5 % d'entre eux constatent une baisse**. La projection reste d'autant plus délicate que les réservations de dernière et « d'ultra-dernière » minute sont désormais devenues structurelles et limitent la capacité des professionnels à anticiper le niveau d'activité des prochaines semaines.

La Normandie aborde donc la fin d'année avec un enjeu clair : prolonger la dynamique de fréquentation tout en composant avec des clientèles plus attentives à leurs dépenses et des réservations toujours plus tardives.

Notre bilan complet sera publié début octobre.

Contact Presse :

Clélia PECCABIN
c.peccabin@normandie-tourisme.fr
07.62.94.50.75

Retrouvez nos visuels sur la médiathèque en ligne : media.normandie-tourisme.fr