

# OBSERVATOIRE

## SAISON TOURISTIQUE

du 1er/04 au 30/09/2025



- **Nombre de lits marchands : environ 6 600 unités**

*(Selon les déclarations sur la plateforme de la taxe de séjour)*

*(approximativement au 1/4/25)*

- **Nombre de lits en résidences secondaires : environ 6 900 unités**

*(Avec un coefficient de capacité d'accueil x 5 - Source INSEE)*

### 13 500 lits touristiques connus par l'Office de Tourisme

*(HORS Hébergements Airbnb, Gîtes de France, Booking... non enregistrés sur la plateforme taxe de séjour)*

- **Nombre de lits vacants : environ 11 770 lits**

*(Logements vacants : locations annuelles vides, logements à la vente)*

**Répartition approximative des lits marchands (campings, hôtels ...) connus via les déclarations de la taxe de séjour**

**Unité de capacité d'accueil donnée en nombre d'unités : lits/personnes**

**Hôtel : 1 287 lits classés - 510 non classés / Campings : 2 979 lits classés - 332 non classés**

**Locations saisonnières : 568 lits classés - 533 non classés / Hébergements collectifs : 595 lits non classés**

**Chambres d'hôtes : 66 lits non classés / Aires de camping-car : 90 lits**

# DONNEES QUANTITATIVES - Du 1/04 au 30/09/2025

**Sur le territoire national :** le taux de départ en vacances est en baisse avec 62% des français partis pour des séjours de 4 nuits et plus, contre 63% en 2024, 65% en 2023 et 67% en 2022. - 3 % de fréquentation française constatée sur tous les espaces : urbain, montagne, littoral, campagne par rapport à la saison 2024. Une consommation touristique maîtrisée. Pourtant constatée depuis plusieurs saisons par les destinations, la baisse importante des dépenses cet été traduit une certaine fragilité du pouvoir d'achat des touristes, notamment français. Même si ces derniers ne souhaitent pas renoncer à leurs vacances d'été, des arbitrages ont semble-t-il été nécessaires face à la hausse des prix : l'hébergement et le transport semblant incompressibles, ce sont les durées de séjour, la restauration et/ou les activités et les loisirs pour lesquels des choix ont été opérés.

**En Région Sud :** la fréquentation des touristes français est légèrement en baisse. On note -1% de touristes français extrarégionaux sur la saison.

La fréquentation des touristes internationaux est stable par rapport à la saison dernière : 0% d'évolution. Après une bonne dynamique en début d'année, on note un ralentissement début mai et une baisse à partir de mi-juin.

**Alpes du Sud :** un quart des professionnels déclarent que la saison estivale 2025 a été meilleure que la saison 2024. Sur l'été sont enregistrées - 4% de nuitées françaises/été 2024 et - 8% de nuitées internationales/été 2024.

## FRÉQUENTATION DE LA DESTINATION RELEVÉE AVEC LE DISPOSITIF FLUX VISION TOURISME

↓ Fréquentation Nuitées FRANCAISES : visiteurs hauts-alpins - 8,61 % / 2024	↑ Fréquentation Excursions FRANCAISES : visiteurs hauts-alpins + 5,25 % / 2024
→ Fréquentation Nuitées FRANCAISES : visiteurs HORS 05 + 0,79 % / 2024	→ Fréquentation Excursions FRANCAISES : visiteurs HORS 05 - 0,51 % / 2024
↓ Fréquentation Nuitées ETRANGERES - 7,05 % / 2024	↓ Fréquentation Excursions ETRANGERES - 12,34 % / 2024

**Sur la période étudiée :**

Nuitées : - 4,09 % / même période 2024 - Fréquentation française : 82 % - Fréquentation étrangère : 18 % - Part des touristes : 64,56 % - Part des habituellement présents : 35,44 %

Excursions : - 0,73 % / même période 2024 - Fréquentation française : 88 % - Fréquentation étrangère : 12 %

Sur la destination, recul de la fréquentation étrangère marqué sur les clientèles allemande, néerlandaise et italienne.

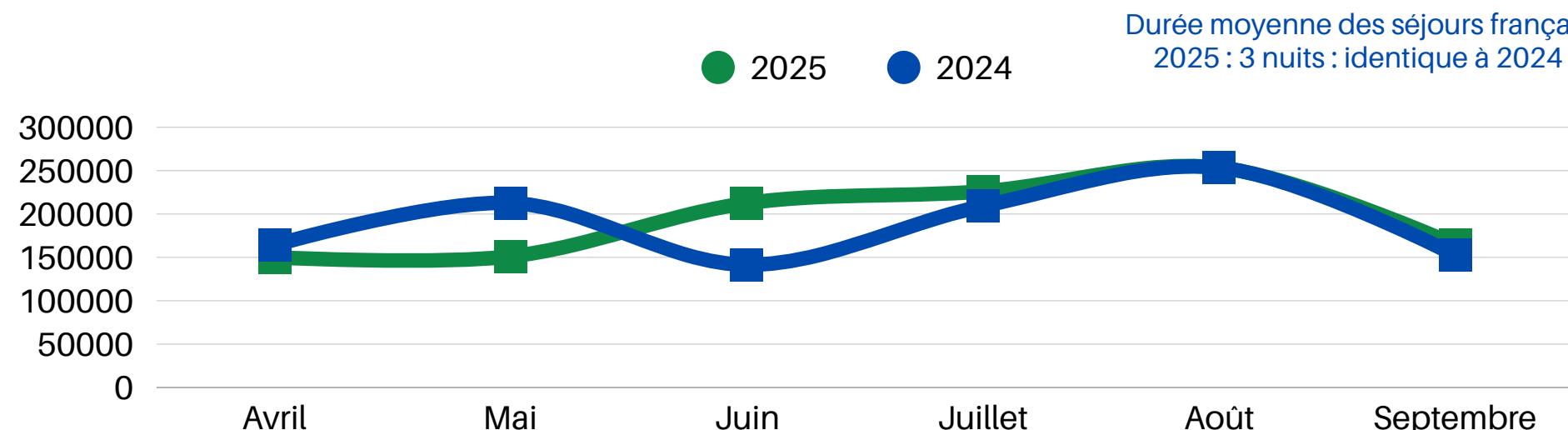
Rappel du dispositif Flux Vision Tourisme d'Orange : bornage des téléphones portables ; connaissance de l'origine des visiteurs par le lieu de facturation de la carte SIM. Sont pris en compte dans les données en pourcentage : selon Flux Vision tourisme : les "touristes" : toute personne présente entre 00H00 et 06H00 plus de 2H + les "habituellement présents" : toute personne qui n'est pas résidente de la zone d'étude mais qui a été vue sur cette zone plus de 4 fois sur des semaines différentes au cours des 8 dernières semaines (résidents secondaires, étudiants, travailleurs, routiers...) - Excursion : pas de nuitées la veille et le soir du jour étudié sur la zone d'observation et personne présente plus de 2 heures entre 6h et 0h00 et moins de 5 fois en journée sur les 15 derniers jours - 1 visiteur vu le lundi et le mercredi est comptabilisé comme ayant effectué 2 excursions dans la semaine

# DONNEES QUANTITATIVES - Du 1/04 au 30/09/2025

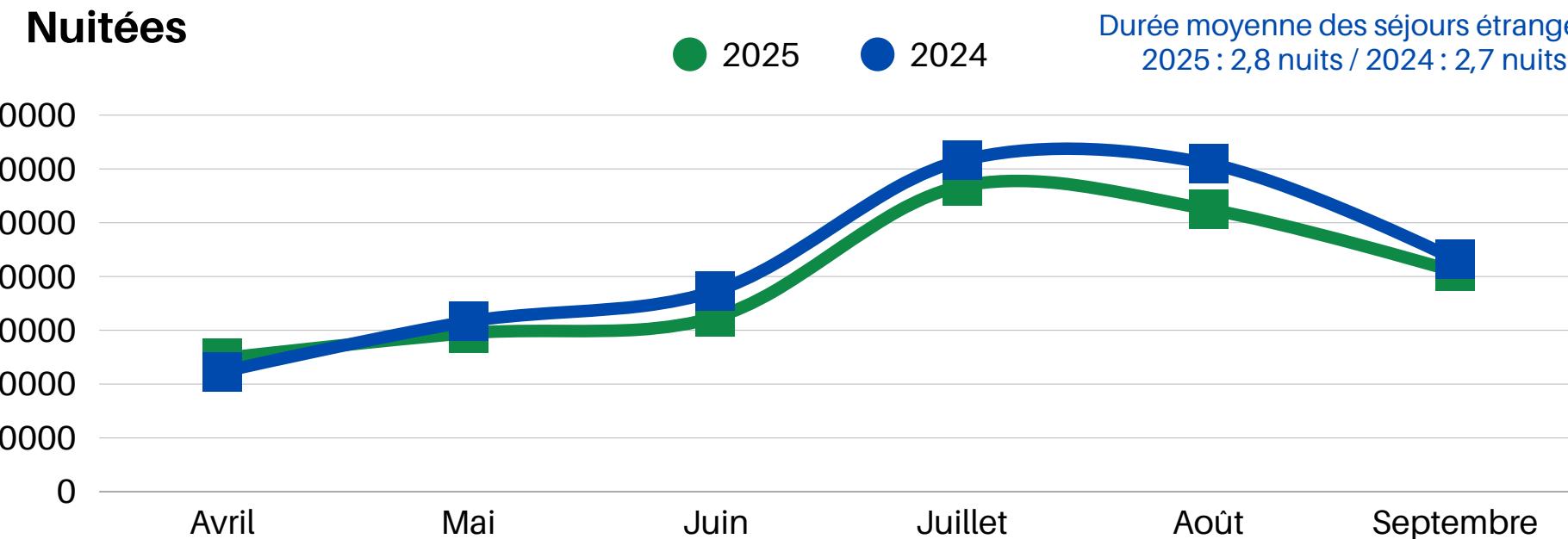
## Fréquentation en nuitées observée sur la saison via Flux Vision Tourisme

### Fréquentation française

Nuitées hors 05 + nuitées locales du 05 hors GTD



### Fréquentation étrangère

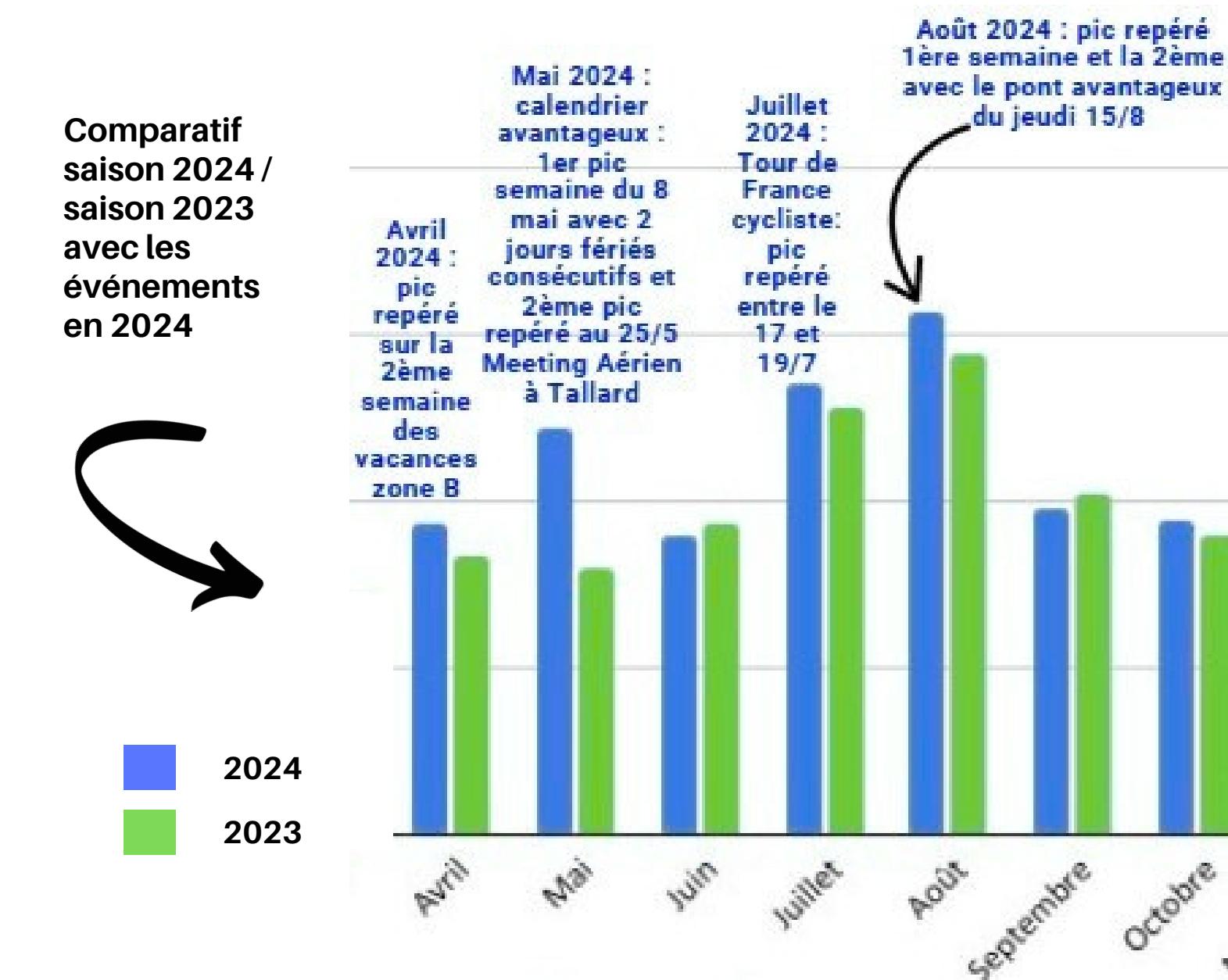


Touristes étrangers : le recul est perceptible par rapport à la saison 2024.

### Touristes français :

Fréquentation stable /2024 pour les vacances de Pâques. La fréquentation des ponts de mai en 2024 est marquée par rapport à 2025 en baisse malgré 3 ponts propices aux courts séjours (jeudi 1/5, jeudi 8/5, jeudi 29/5). A noter en 2024 le Meeting Aérien en mai sur l'aérodrome de Gap Tallard. Bonne fréquentation en juin 2025 avec une météo très favorable. Par contre, on observe un bon mois de juillet 2025 même s'il n'y a pas eu le Tour de France Cycliste sur le territoire pendant 3 jours comme en juillet 2024.

Comparatif  
saison 2024 /  
saison 2023  
avec les  
événements  
en 2024



# DONNEES QUANTITATIVES - Du 1/04 au 30/09/2025



## FRÉQUENTATION DES DEUX BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

### Fréquentation FRANCAISE

33 229 visiteurs accueillis : + 1% / 2024

Environ 5 000 demandes touristiques traitées au comptoir

**BIT GAP:** 29 497 : + 1% / 2024 (Sur la saison : 64.4 % de hauts-alpins - 85 % de Gapençais - Juillet/Août : 53 % de hauts-alpins - 79 % de Gapençais)

**BIT TALLARD:** 3 732 : + 0.50 % / 2024 (Sur la saison : 38.4 % de hauts-alpins 50 % de Tallardiens - Juillet/Août : 26 % de hauts-alpins - 50 % de Tallardiens)



107  
Publications  
Facebook  
(- 2.70 % / 2024)



134  
Publications  
Instagram  
(+ 9 % / 2024)



### Fréquentation ETRANGERE

1 401 visiteurs accueillis : + 12 % / 2024

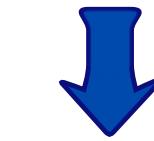
Dont 50 % sur le mois de juillet

Environ 750 demandes touristiques traitées au comptoir

**BIT GAP:** + 30 % / 2024

**BIT TALLARD:** - 39 % / 2024

Précision juillet & août 2025 : ouverture des 2 bureaux les dimanches et jours fériés appréciés par les visiteurs  
(En 2024 bureaux fermés dimanches et JF de l'été)



- 22 % / 2024

Environ 5 700 appels téléphoniques

Pas d'événement majeur en 2025 versus 2024 où Terres de Gap recevait le Meeting Aérien en mai et le Tour de France cycliste en juillet

## CONNEXIONS NUMERIQUES

### Consultations sur le site Internet de l'Office de Tourisme

1 783 Documentations téléchargées  
(- 7.5 % / même période 2024)

2 509 Lectures de documentations sur le site  
(+ 7.9 % / même période 2024)

[www.terresdegap.fr](http://www.terresdegap.fr)

3 914 Clics vers le site Web de l'Office effectués depuis la fiche Google My Business de l'Office de Tourisme entre mai et septembre 2025  
(+ 6.7 % par rapport à la même période en 2024)

7 001 Interactions depuis la fiche établissement  
(Demandes d'itinéraires, appels, réservations, clics sur le site OT)  
(+ 8.2 % par rapport à la même période en 2024)



4 027 Connexions au HOT SPOT WIFI déployé par l'Office de Tourisme  
(- 19.4 % / même période 2024)

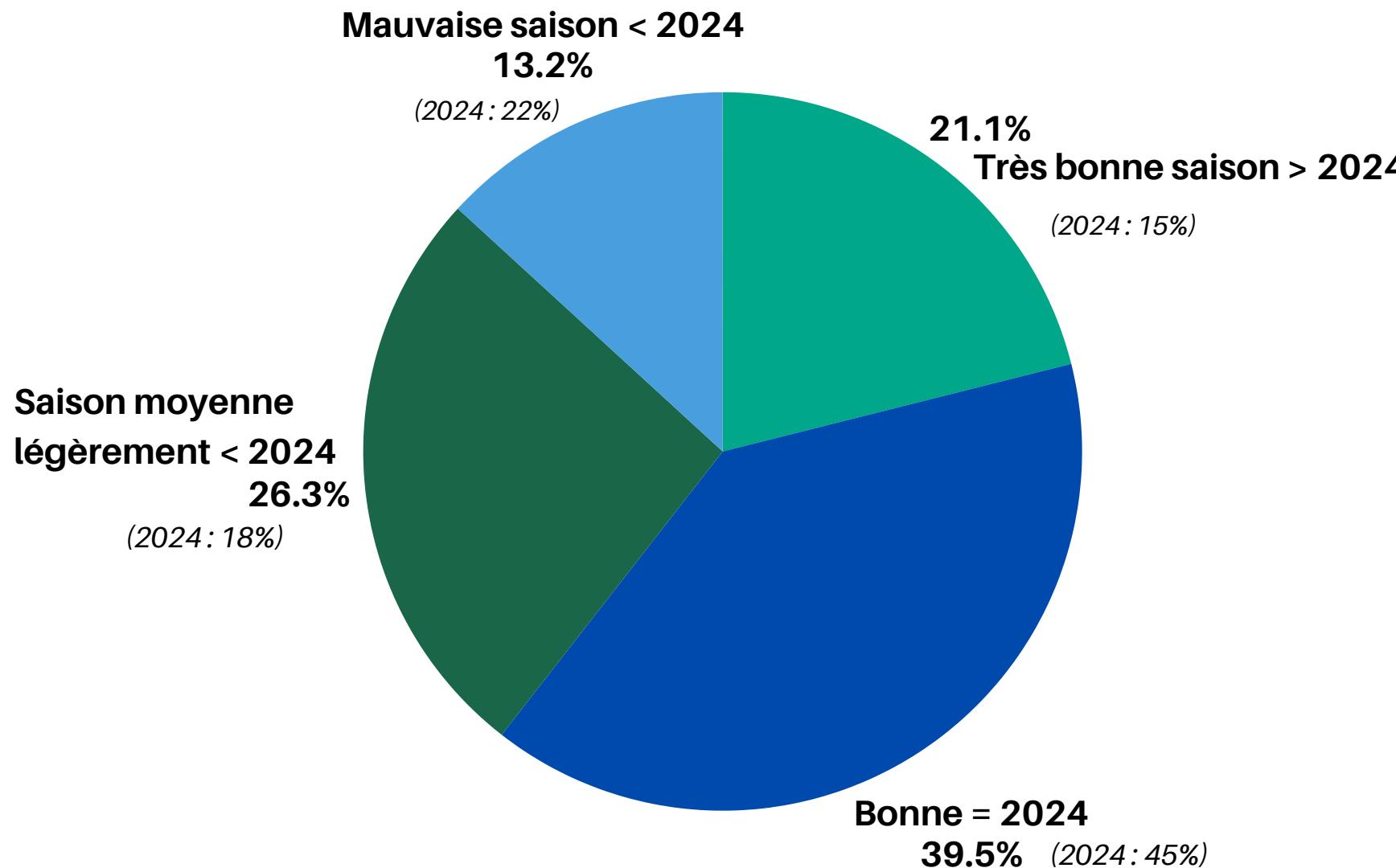
### Top 5 des nationalités connectées

France  
Italie  
Royaume-Uni  
Pays-Bas  
Allemagne



# DONNEES QUANTITATIVES - Du 1/04 au 30/09/2025

## LA FRÉQUENTATION SELON LES PROFESSIONNELS



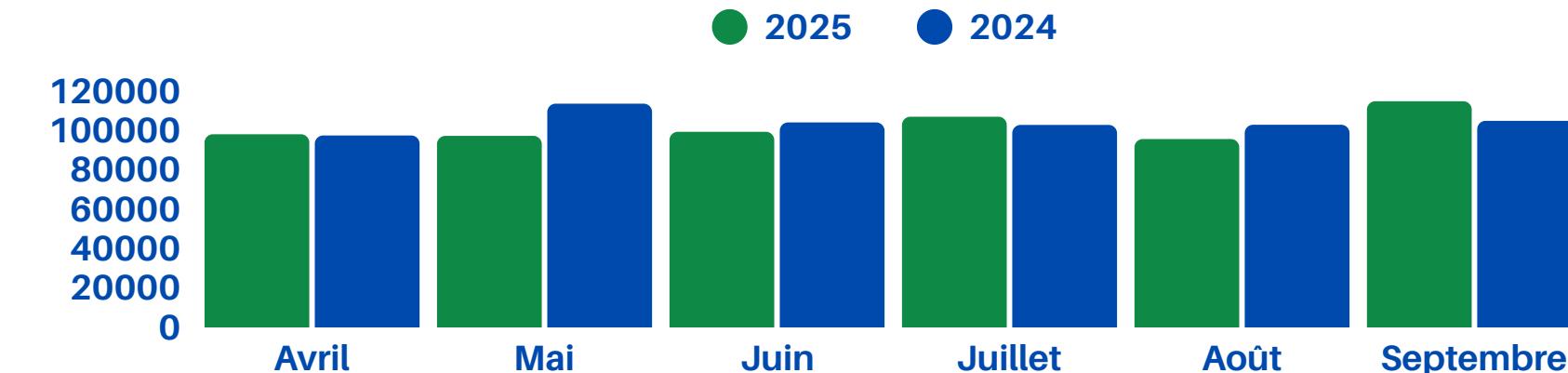
Une saison différente selon les prestataires de la destination.

En hébergements : hôtels & chambres d'hôtes qualitatifs ont fait une bonne saison.

La restauration est l'activité qui a le plus souffert de la baisse du pouvoir d'achat des touristes : multiplication des pique-niques.

Les prestataires d'activités sont dans l'**ensemble satisfaits** : +6 % de satisfaits et de très satisfaits / 2024 avec une augmentation du pourcentage des professionnels déclarant une saison légèrement en baisse / 2024 : + 8 % et un recul de 9% des déclarants "mauvaise saison".

## LA FRÉQUENTATION DES PARKINGS DE GAP



Fréquentation des parkings sur toute la saison 2025, d'avril à septembre : + 6% / saison 2024. A NOTER : début juillet 2025 : réouverture du parking Desmichels au centre-ville : parking couvert de 442 places (avant 256). Cependant, la fréquentation reste inférieure aux saisons 2023 (-1%) et 2022 (-11%) malgré 200 places de parking supplémentaires au centre-ville en 2025.

## INFO ECOMOBILITÉ SUR GAP & AGGLO

6 parkings relais sont installés autour de Gap pour l'utilisation des transports en commun gratuits - 58 lignes de bus sur l'Agglo.

6 abris vélo sécurisés disponibles sur les parkings relais/covoiturage de l'Agglo, pour un total de 120 places, avec prise de charge en accès gratuit ; entre 100 et 250 accès par mois en augmentation constante bien que le service reste "météo dépendante".

Sur l'Agglo pour les voitures électriques : une centaine de bornes sont disponibles entre domaine public et privé.

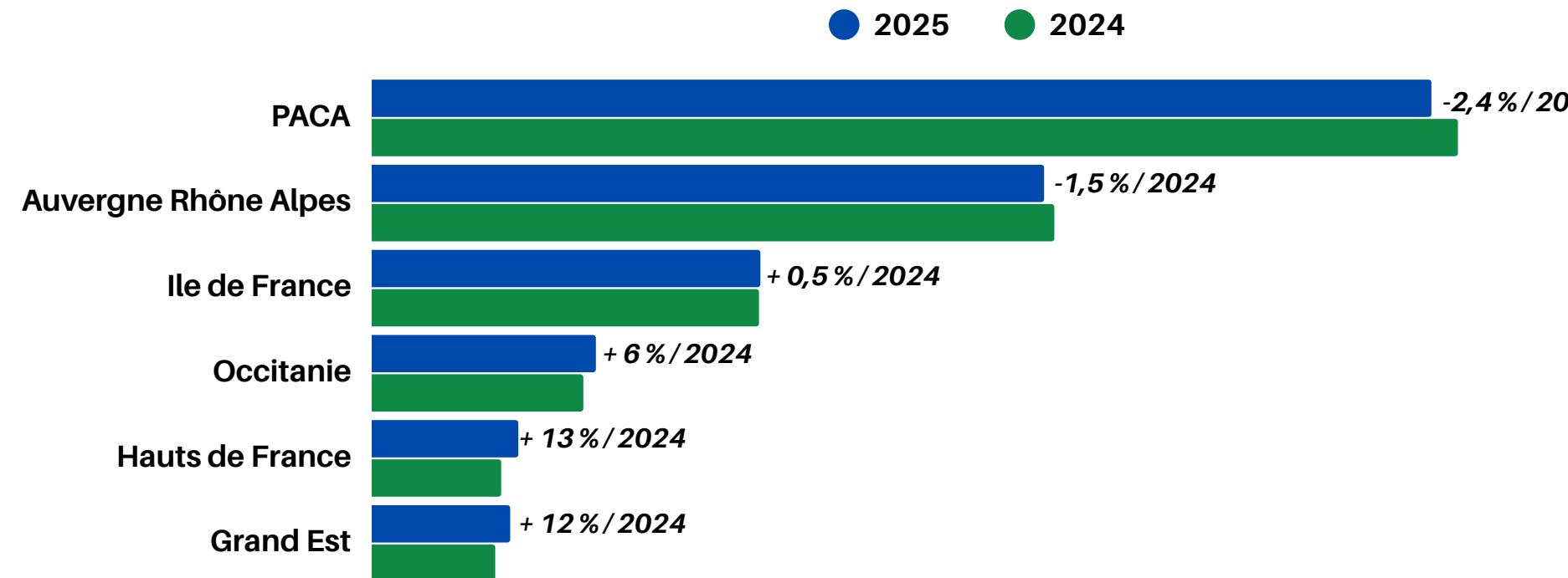
A Gap : 20 bornes de charge pour voitures électriques disponibles dont 13 rapides et un superchargeur

Déploiement d'une flotte de trottinettes électriques en libre service ; utilisation à 60 % pour des trajets qualifiés de déplacements quotidiens multimodaux ; domicile-travail/Étude, correspondances avec gares ou transports en commun. Depuis 2022, 350 000 kms parcourus en trottinettes électriques.

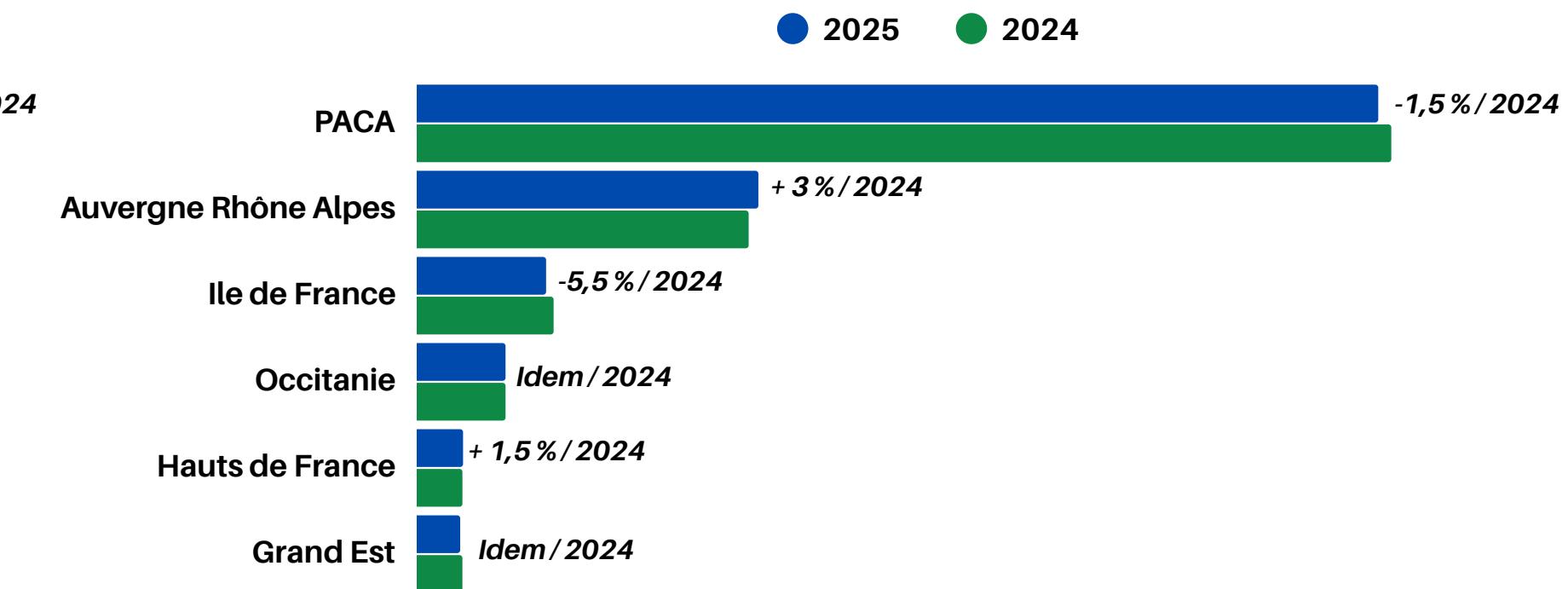
# DONNEES QUANTITATIVES & QUALITATIVES- Du 1/04 au 30/09/2025

## TOP 6 Origines des nuitées & excursions selon Flux Vision Tourisme

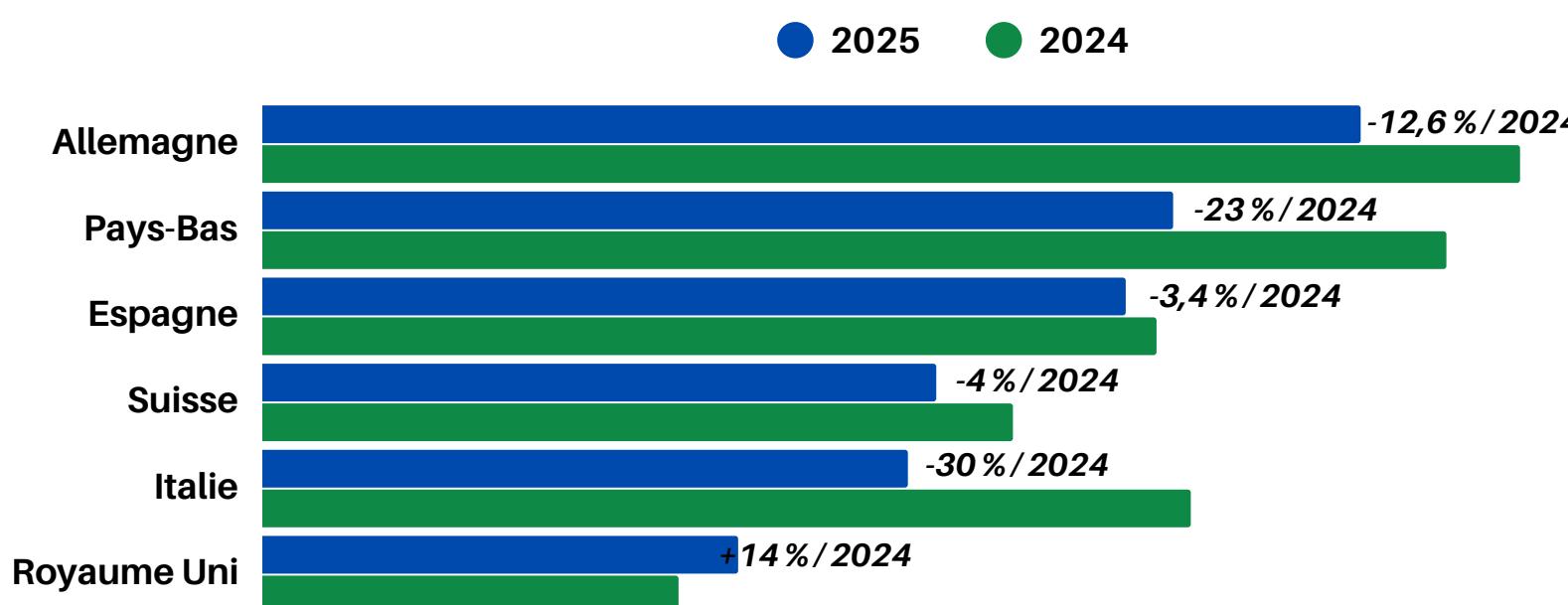
### Fréquentation NUITEES FRANCAISES HORS habitants du 05



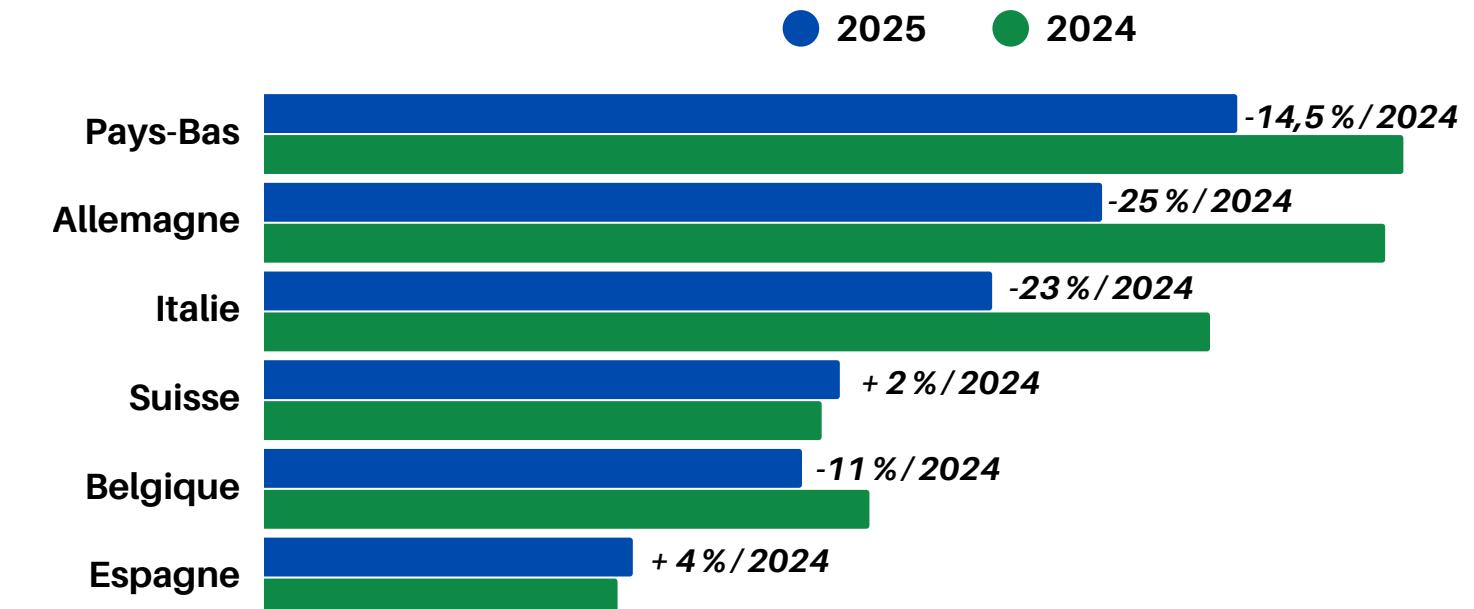
### Fréquentation EXCURSIONS FRANCAISES HORS habitants du 05



### Fréquentation NUITEES ETRANGERES

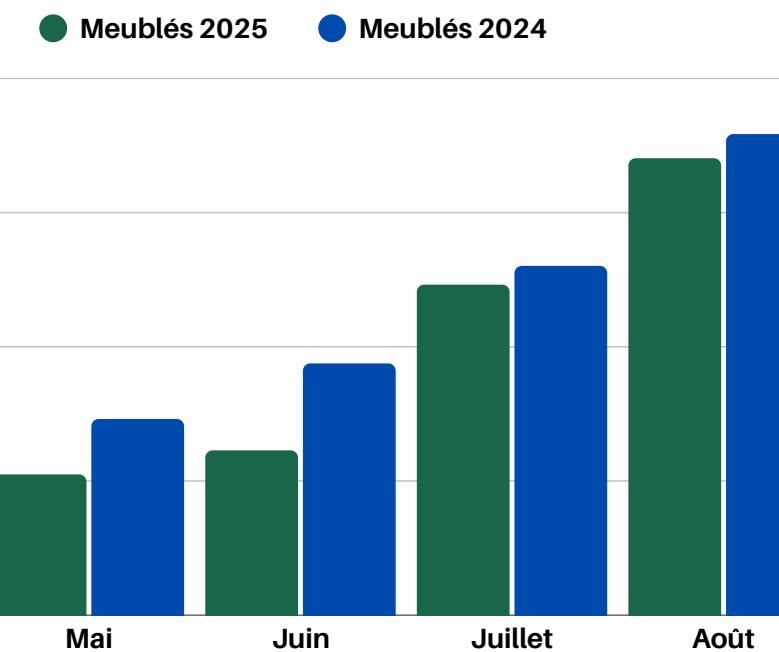
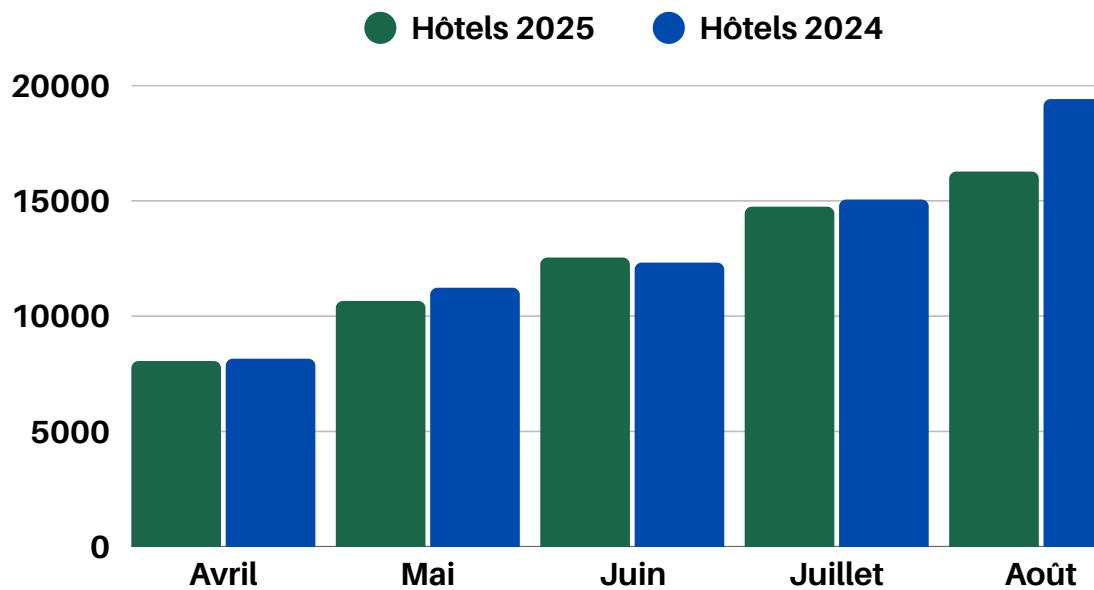


### Fréquentation EXCURSIONS ETRANGERES



# DONNEES QUANTITATIVES - Du 1/04 au 31/08/2025

## NUITEES selon les déclarations de la TAXE DE SEJOUR



Avec la progression des dernières minutes, les destinations (et les prestataires) ont dû faire preuve de souplesse s'agissant des demandes formulées : développement de séjours de 3 à 4 nuits et de l'itinérance, recul des traditionnels séjours du samedi au samedi (pour éviter les embouteillages notamment), horaires d'arrivée dans les hébergements nécessitant une plus grande flexibilité, repas pris dans les chambres...

### PRECISIONS : ESTIMATION

#### Données sur 5 mois

Les moins de 18 ans et autres exonérés ne sont pas comptabilisés dans les déclarations des nuitées de la taxe de séjour.

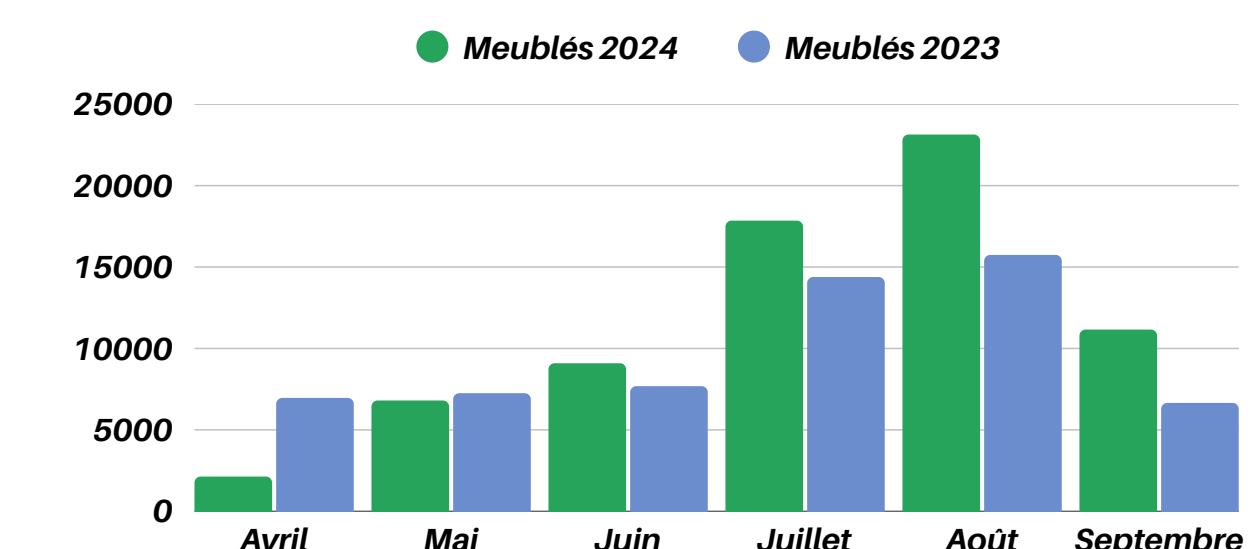
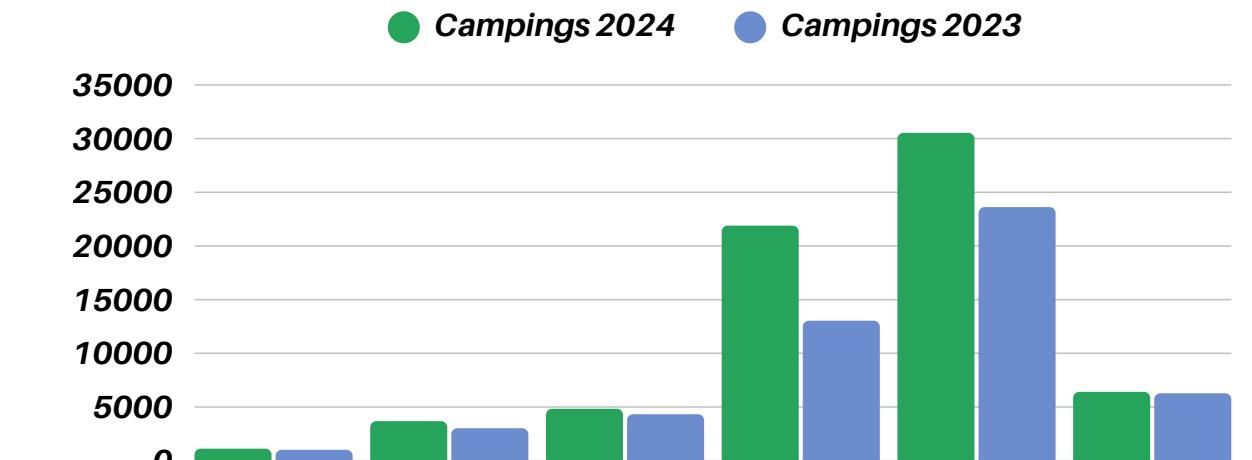
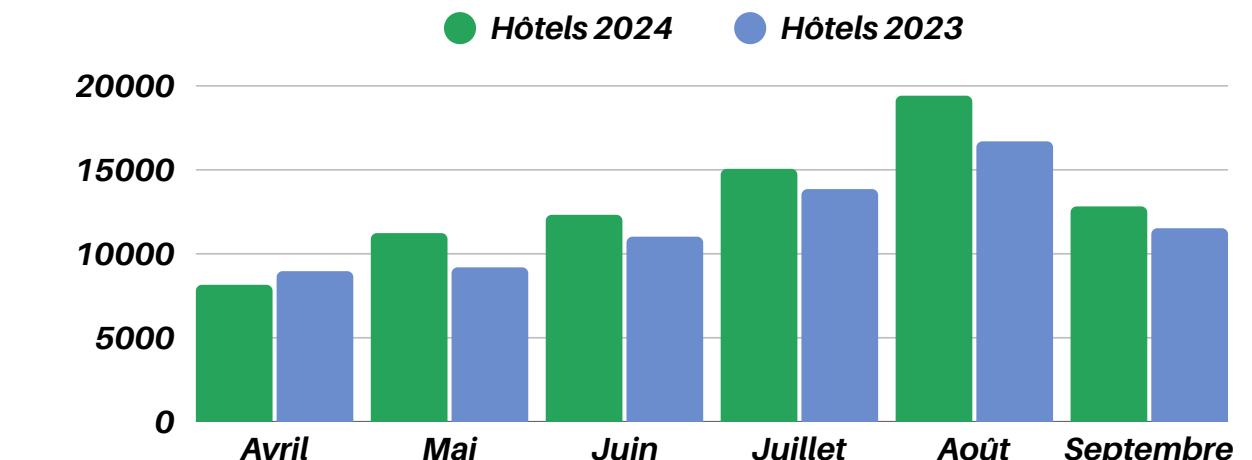
Les hébergeurs n'ont pas encore tous déclaré le mois de septembre ou en partie.

Les campings n'ont encore rien déclaré ou très peu (6000 nuitées déclarées au 30/10/25 pour juillet 2025 alors qu'en juillet 2024 : 22000 nuitées ont été enregistrées ; *idem* en août : 11000 nuitées au 30/10/25 pour 31000 nuitées en août 2024) : impossible d'évaluer au plus juste les réservations sur les campings de la saison 2025/2024.

Une baisse est perceptible en logement hôtelier sur la saison 2025/2024.

Les nuitées sur les meublés devraient augmenter, les opérateurs numériques (Airbnb, Booking...) n'ayant pas encore déclaré les nuitées qu'ils ont enregistrées.

POUR INFORMATION: nuitées 2024 versus 2023



# QUELQUES INDICATEURS D'ACTIVITES

Données collectées entre le 1/01 et le 30 septembre 2025

## Domaine de Charance



**209 000**  
Visiteurs du 1/04 au 30/09  
(+10 % / 2024)

## Château de Tallard



**4 705** Visiteurs du 1/05 au 30/09  
(-5 % / 1/5-30/9/2024)  
(Dont Journées du Patrimoine : 500 sur 1jour ½ & 72 visiteurs aérodrome)

## Maison de Céüse



**7 761**  
Visiteurs de mai au 15/09  
(Entrées dans la maison +50 % / 2024)



Actualités  
Notre réseau au cœur des nouveautés

Du 1/01 au 30/09

**8**

"L'Actu des Pro"  
Newsletters envoyées aux partenaires

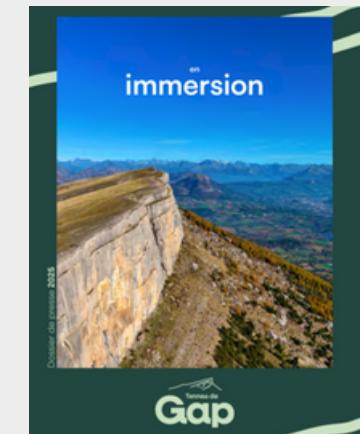
**6**

Newsletters envoyées aux abonnés



**266**  
Articles parus sur la destination tous médias confondus

Du 1/01 au 30/09  
**15** Communiqués de presse  
Accueils presse et/ou reportages/interview  
**13** Dossier de presse PRINTEMPS ETE AUTOMNE



**124**

Partenaires de l'Office de Tourisme

**1 100**  
Fiches gérées dans la base de données APIDAE

Du 1/01 au 30/09

**10 775**

Documentations éditées par l'Office DIFFUSEES tous moyens confondus

**11 500**

Brochures touristiques & 12 500 Flyers de festivités édités par l'Office de Tourisme



**1800** Visiteurs accueillis Stand Office sur la Fan Zone



**65** Participantes



**50** Participants



**30** Participants



**550**

Participants à l'OPERATION "Cols Réservés" aux Cyclistes (Juillet-Août)

En partenariat avec le département ET les communes de Jarjayes : Col de la Sentinelle (400 cyclistes) et Esparron : Col d'Espréaux (150 cyclistes)

**500**

Exemplaires de Guides, Plans, cartes... Envoyés par courrier

**134** Envois postaux



Du 1/04 au 30/09

**4 841** (+71 % / 2024) Billets de spectacle vendus 1 332 aux deux comptoirs 3 509 en ligne sur le site Internet de l'Office de Tourisme



INFO Visites château du 1/5 au 30/9 soit 5 mois et non 6 comme en 2024

**822** En ligne sur le site Internet de l'Office

**1 227**

Du 1/04 au 30/09 (-36 % / 2024) Réservations de visites guidées aux deux comptoirs

**2 377**



Du 1/04 au 30/09 (-13 % / 2024) Unités de produits de la boutique vendus en direct aux deux comptoirs et en ligne sur le site Internet de l'Office de Tourisme

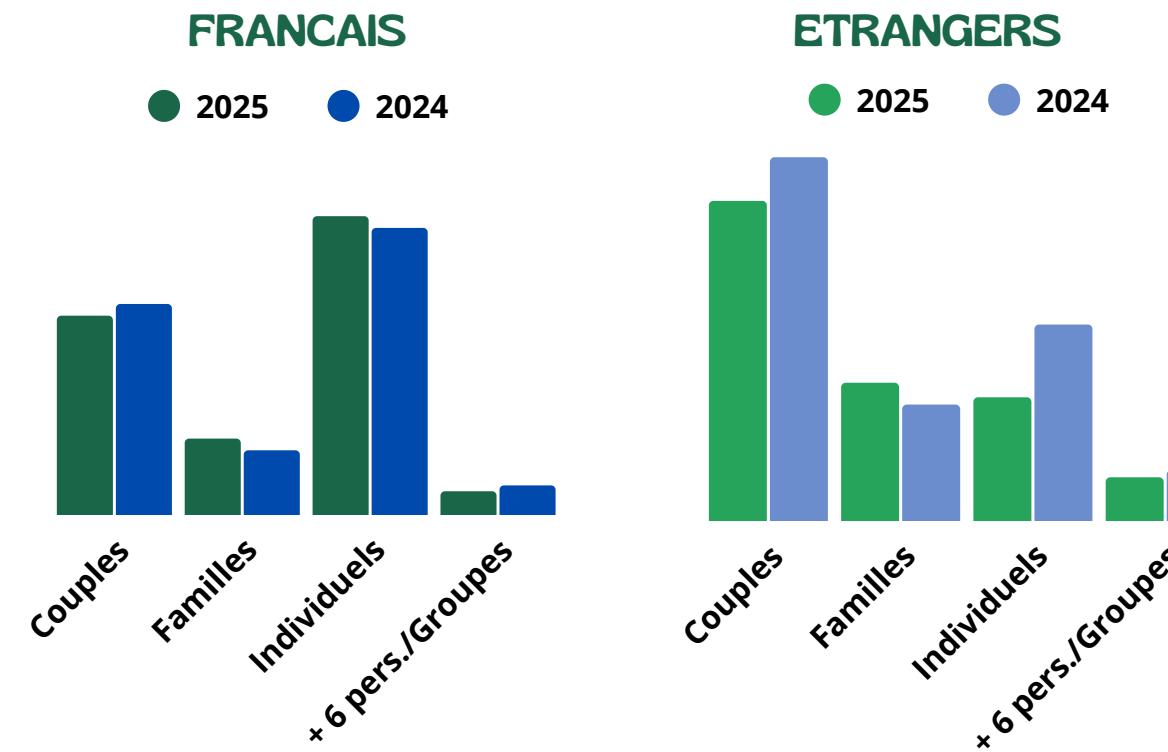


L'Office de Tourisme est labellisé TOUTOURISME Du 1/04 au 30/09  
**134** Packs "Toutou" distribués Informations sur les vacances avec son chien et petits goodies

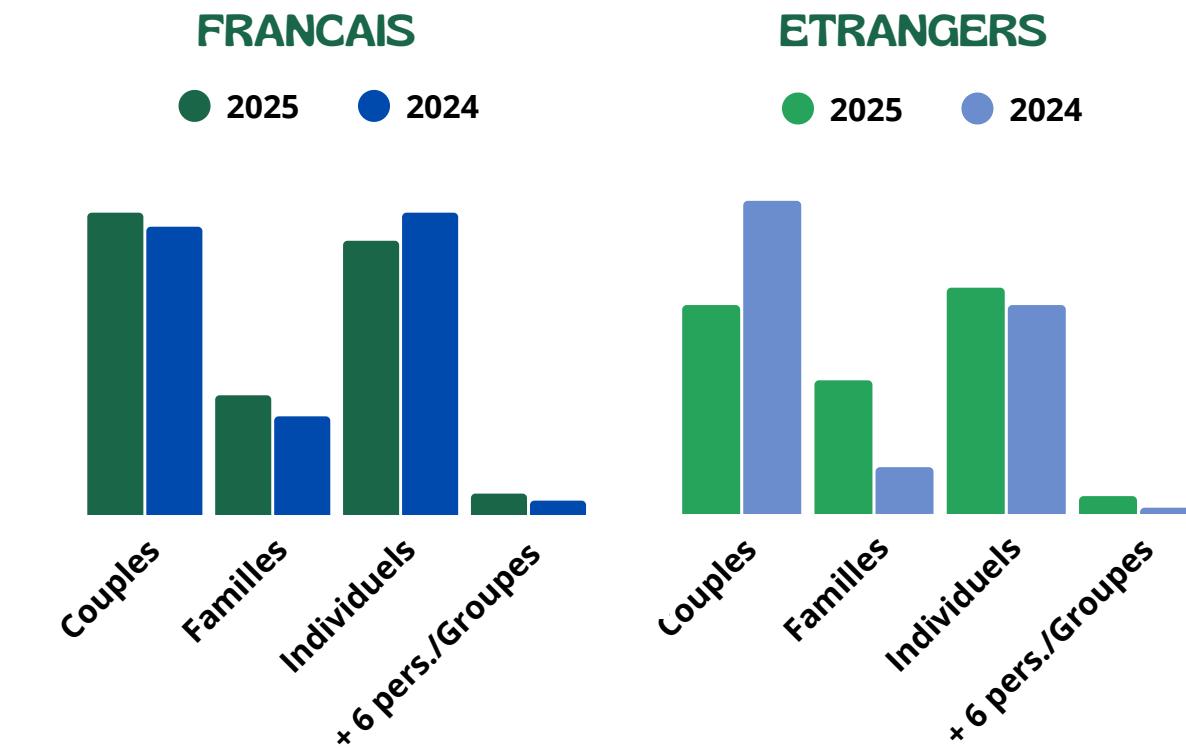
# DONNEES QUALITATIVES - Du 1/04 au 30/09/2025

Collectées par l'Office de Tourisme aux deux comptoirs avec un logiciel de gestion de la relation client

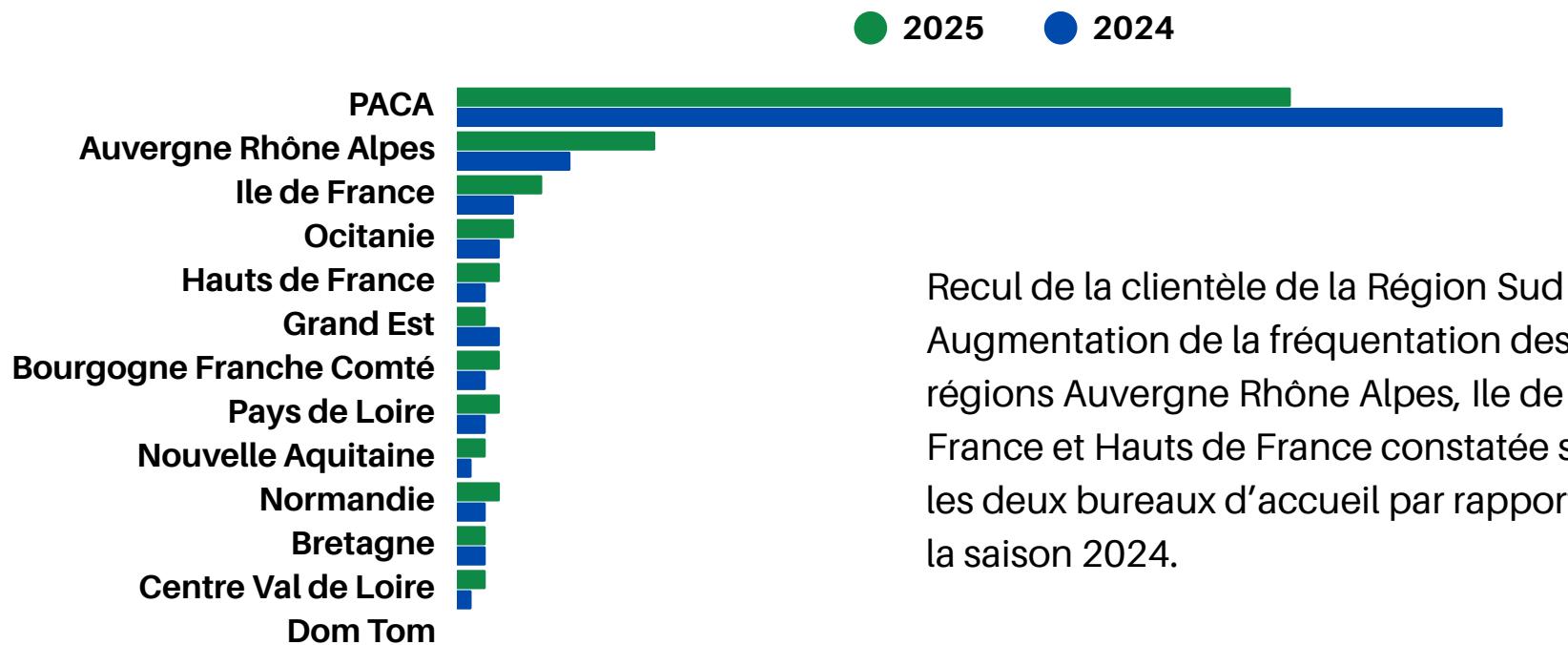
## Typologie Clientèle à GAP - Moyenne de saison sur 6 mois



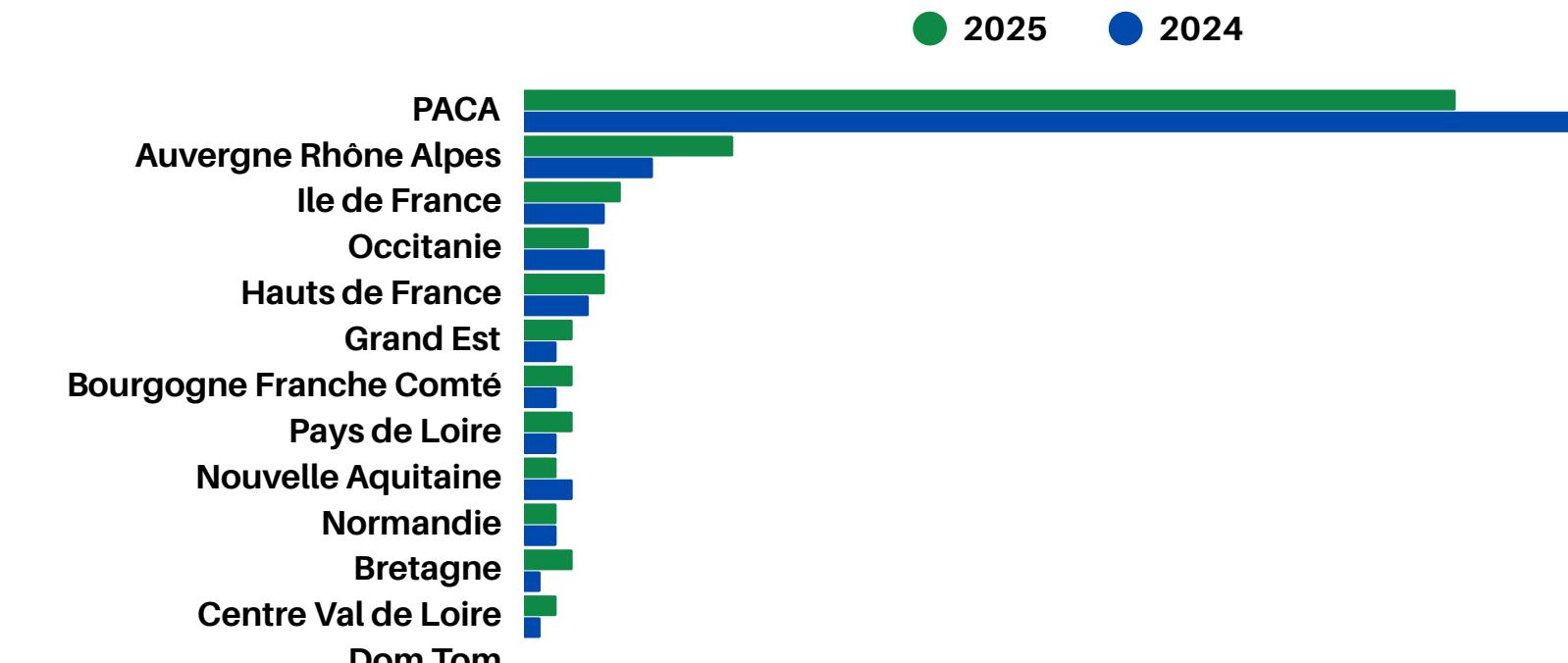
## Typologie Clientèle à TALLARD - Moyenne de saison sur 6 mois



## Régions françaises reçues au BIT de GAP



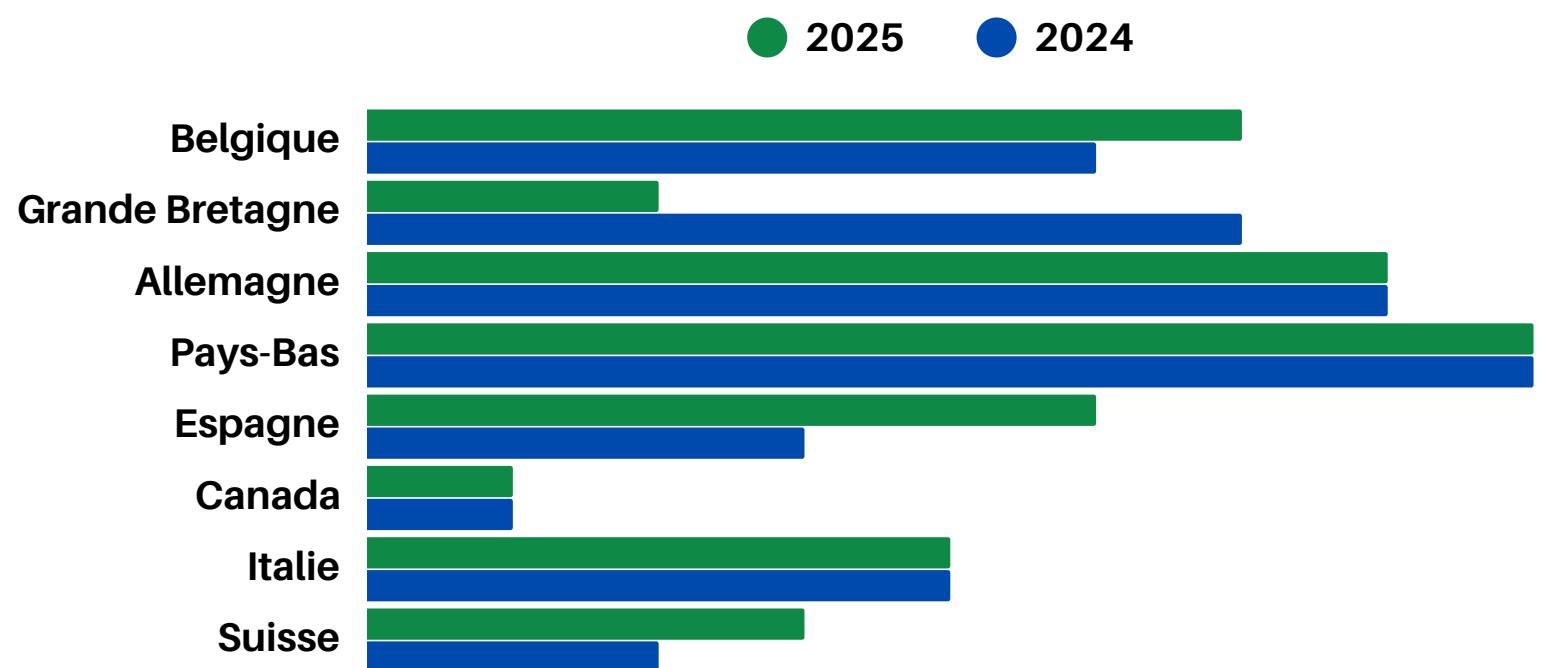
## Régions françaises reçues au BIT de TALLARD



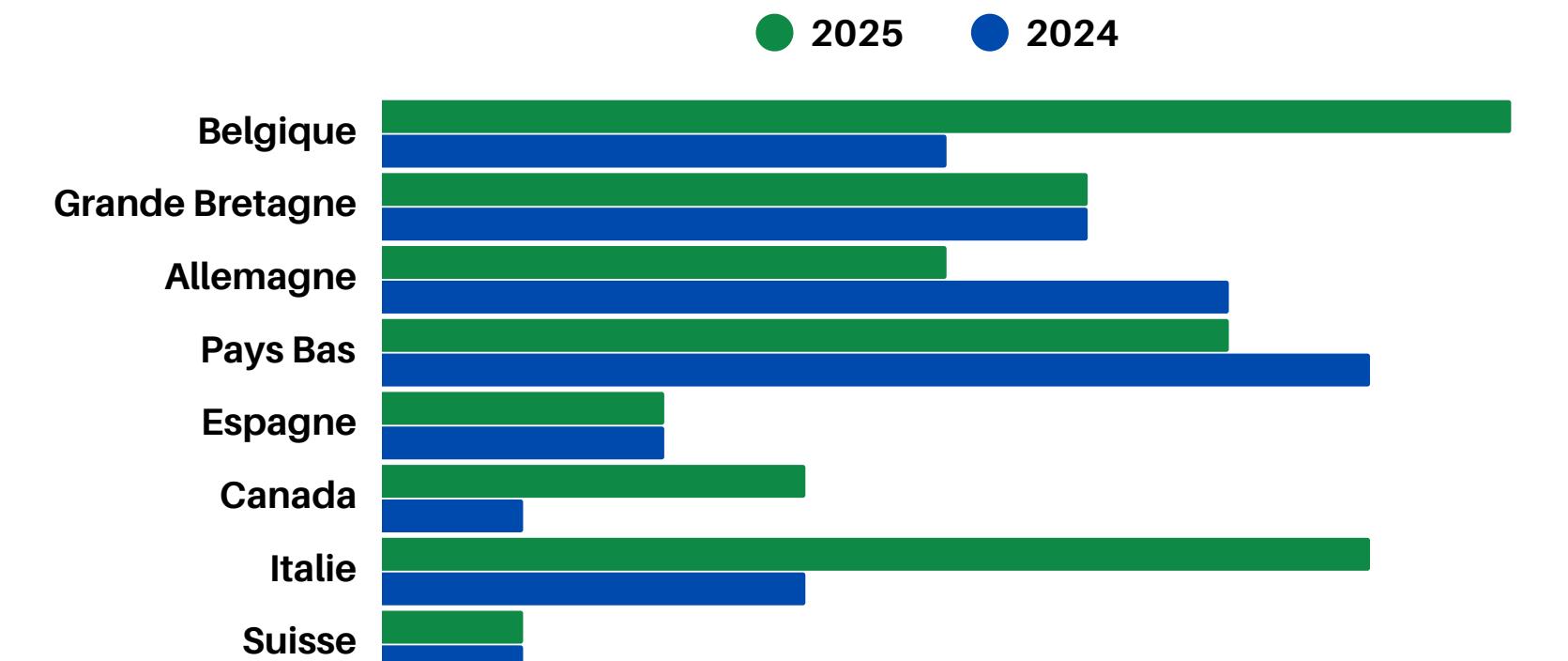
# DONNEES QUALITATIVES - Du 1/04 au 30/09/2025

Collectées par l'Office de Tourisme aux deux comptoirs avec un logiciel de gestion de la relation client

## Nationalités étrangères reçues au BIT de GAP

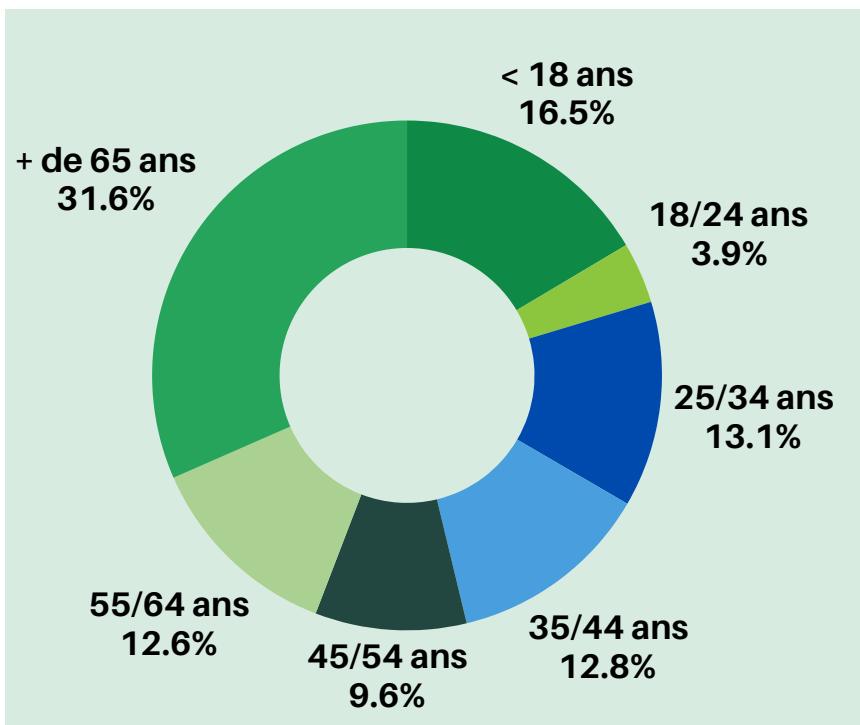


## Nationalités étrangères reçues au BIT de TALLARD

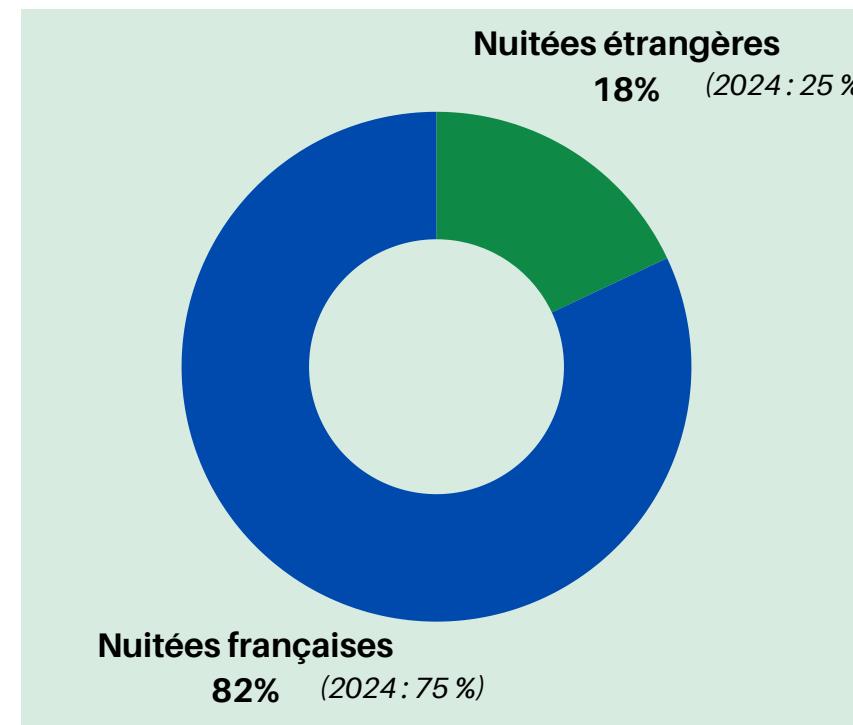


Collectées avec Flux Vision Tourisme

### Typologie âge des visiteurs



### Part des nuitées étrangères sur la saison



Augmentation de la clientèle belge remarquée sur les deux bureaux d'accueil.

Clientèle hollandaise toujours bien présente à Gap et clientèle italienne bien présente sur Tallard.

Recul des clientèles britannique à Gap et allemande à Tallard.

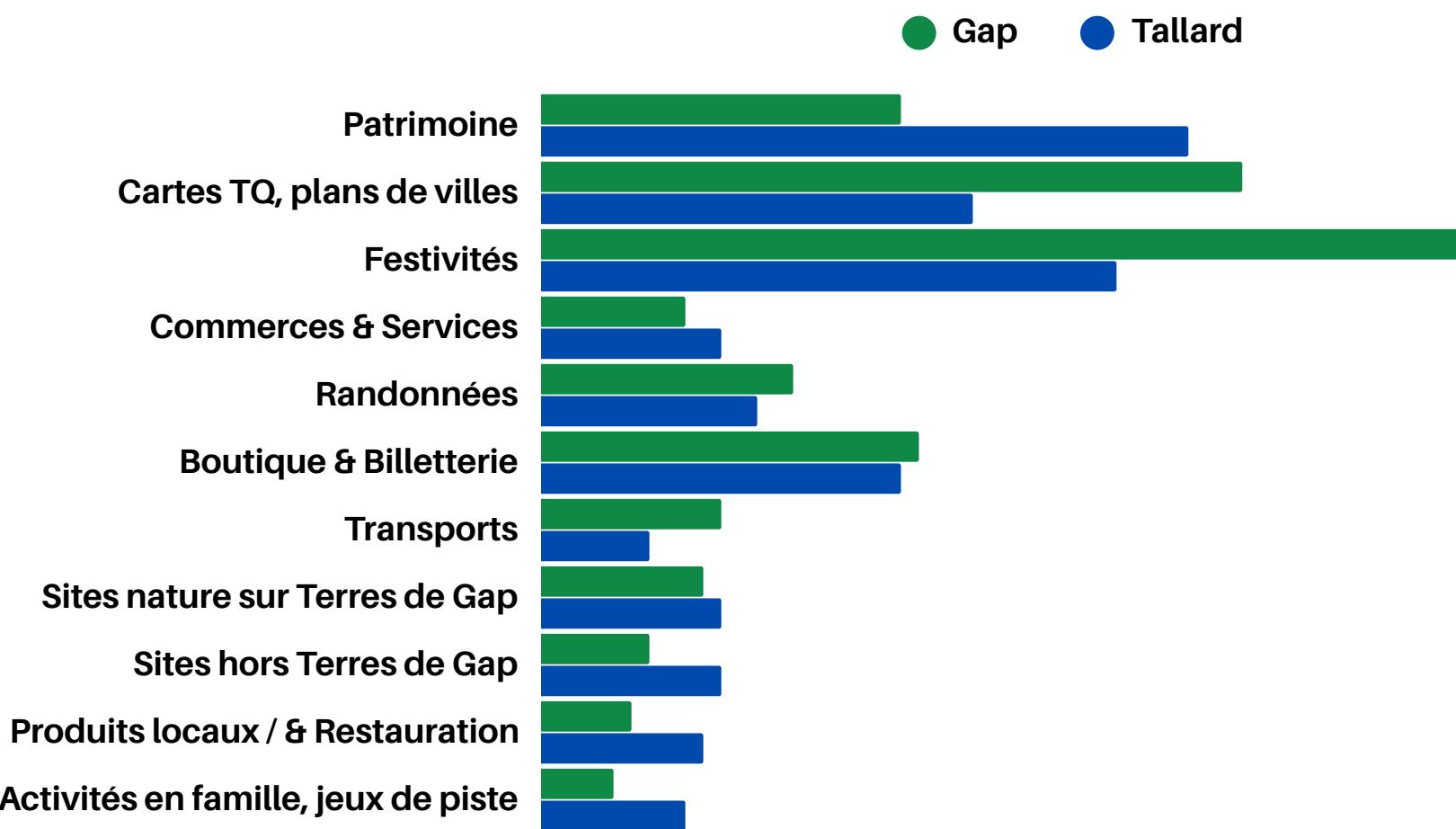
### Age des visiteurs

- Les plus de 54 ans sont toujours très présents : clientèle de couples, en itinérance camping-car.
- En 2025, une augmentation de la clientèle familiale est perceptible / saison 2024 : on note une hausse de + de 2 % l'été chez les moins de 18 ans.

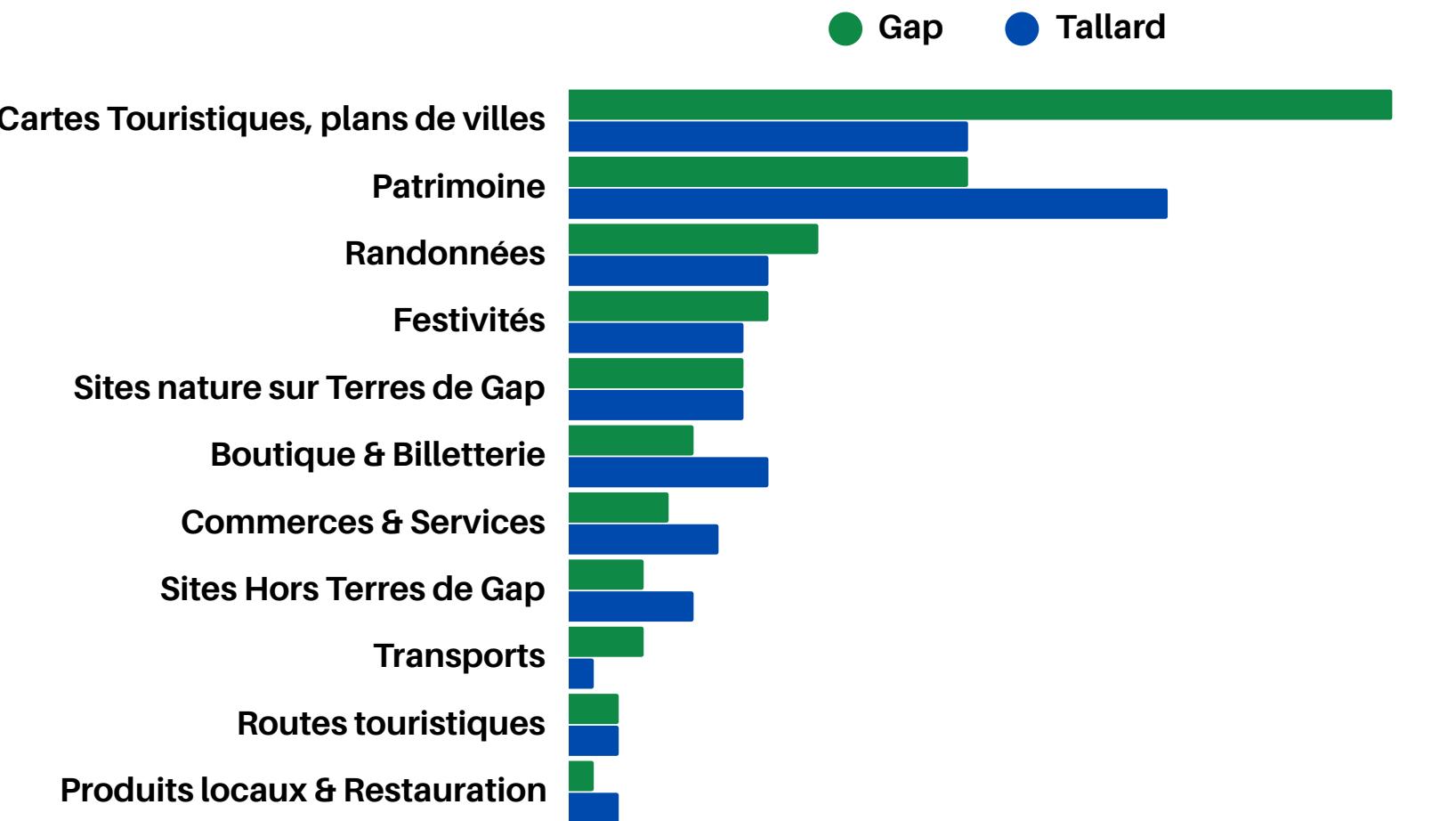
# DONNEES QUALITATIVES - Du 1/04 au 30/09/2025

Collectées par l'Office de Tourisme aux deux comptoirs avec un logiciel de gestion relations clients

## Attentes premières des clientèles FRANCAISES à GAP & TALLARD



## Attentes premières des clientèles ETRANGERES à GAP & TALLARD



Comme en 2024, marquant toute la saison 2025 : arbitrage des touristes sur toutes leurs dépenses.

Demandes de festivités gratuites : concerts, bals, vide-greniers, fêtes de village...

Beaucoup de demandes de petites randonnées à faire en famille mais 1 ou 2 pour le séjour avec un tracé téléchargeable : pas d'achat de carte ou de topo.

Demandes de marchés pour l'achat de produits locaux et lieux de pique-niques.

Demandes +++ en juillet & août des lieux de baignade ombragés.

Demandes +++ de jeux de piste à faire en famille - Engouement pour les ESCAPE GAME en nocturne les mercredis de juillet & août au château de Tallard.

En boutique : à Gap : vente du jeu "Randoland" - A Tallard : vente de livrets de poche "Escape Game à faire en famille". Vente massive de magnets : vente essentiellement de produits entre 0.50 € et 10/12 €.

### Principaux sites d'excursions des séjournants sur Terres de Gap

(hors découvertes de la destination)

Déplacements dans un rayon de 50/60 kms

Serre-Ponçon, Val d'Avance : Barrage, Demoiselles Coiffées

Champsaur Valgaudémar : Parc des Ecrins, cascade du Voile de la Mariée, marmottes, randonnées

Sisteron : Citadelle, ville provençale, lavande

Lac de Serre-Ponçon : plages/baignade/activités nautiques

Buëch Dévoluy : randonnées, activités montagne (spéléo, via sousterrata, via ferrata)

# DONNEES QUALITATIVES SELON LES PROFESSIONNELS & CLIENTS

## Critères de Satisfaction des professionnels

- La météo : du beau temps tout l'été
- La clientèle fidèle
- La diversité de la destination
- Les promotions de dernière minute
- Les familles (*plus présentes qu'en 2024*)
- Partenariats mis en place / Communication

## Critères d'Insatisfaction des professionnels

- Baisse du pouvoir d'achat importante
- Le manque de clientèle étrangère : manque de visibilité internationale
- Mauvaise communication de la destination : pas assez de communication sur les réseaux sociaux, les activités proposées par les prestataires
- Clientèle trop locale
- Manque d'événements

## Avis clients collectés par les professionnels

- Manque de visuels d'information sur les festivités sur du mobilier urbain quand les offices de tourisme sont fermés
- Manque d'événements
- Manque de toilettes publiques à Gap
- Département et destination mal desservis en transports
- Manque d'animations sur l'aérodrome
- Gratuité des bus sur tout le territoire très apprécié
- Concerts gratuits très appréciés



## Suggestions des professionnels du tourisme

- Plus de communication sur les prestataires : réaliser des reportages sur les socioprofessionnels du territoire, sur les activités à pratiquer à diffuser sur les réseaux sociaux, sur le site Internet de l'Office
- Moins de commerces et restaurants en congés l'été : Gap, sensation de ville morte
- Création d'une infrastructure style Aquasplash pour palier au manque de plan d'eau
- Accroître l'offre d'hébergements : hébergements eco-responsables ; hébergements de qualité 4\*
- Service des transports en commun actif les dimanches et jours fériés pendant l'été
- Plus d'affichage sur les événements
- Plus de communication sur la destination hors été
- Améliorer le Parc de la Durance à Tallard en équipements : lumière, toilettes : y organiser l'été un grand marché de producteurs ET un grand marché hebdomadaire tout l'été ou Av.J.Bonfort comme le vide greniers



## Remarques, suggestions des clients formulées aux deux bureaux d'accueil de l'Office de Tourisme

### **GAP**

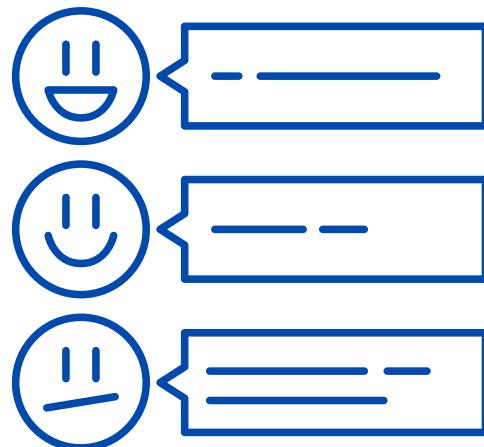
- Mettre en place des navettes pour se rendre aux spectacles Eclats d'Eté au parc Givaudan
- Manque de toilettes publiques
- Difficulté de stationner ; mauvaise circulation
- Beaucoup de restaurants, commerces fermés les dimanches, lundis et jours fériés
- Dommage que la navette centre-ville/Charance ne soit pas élargie de juin à septembre même avec des rotations moins importantes en ailes de saison
- Mettre en place un jeu de piste ados/adultes dans le centre-ville

### **TALLARD**

- Manque un jeu de piste dans le village & château
- Dommage que les chèques vacances ne soient pas acceptés pour les visites du château
- Plus d'affichage dans la commune des festivités organisées dans le village
- Au moins un grand marché hebdomadaire l'été

# DONNEES QUALITATIVES SELON LES CLIENTS

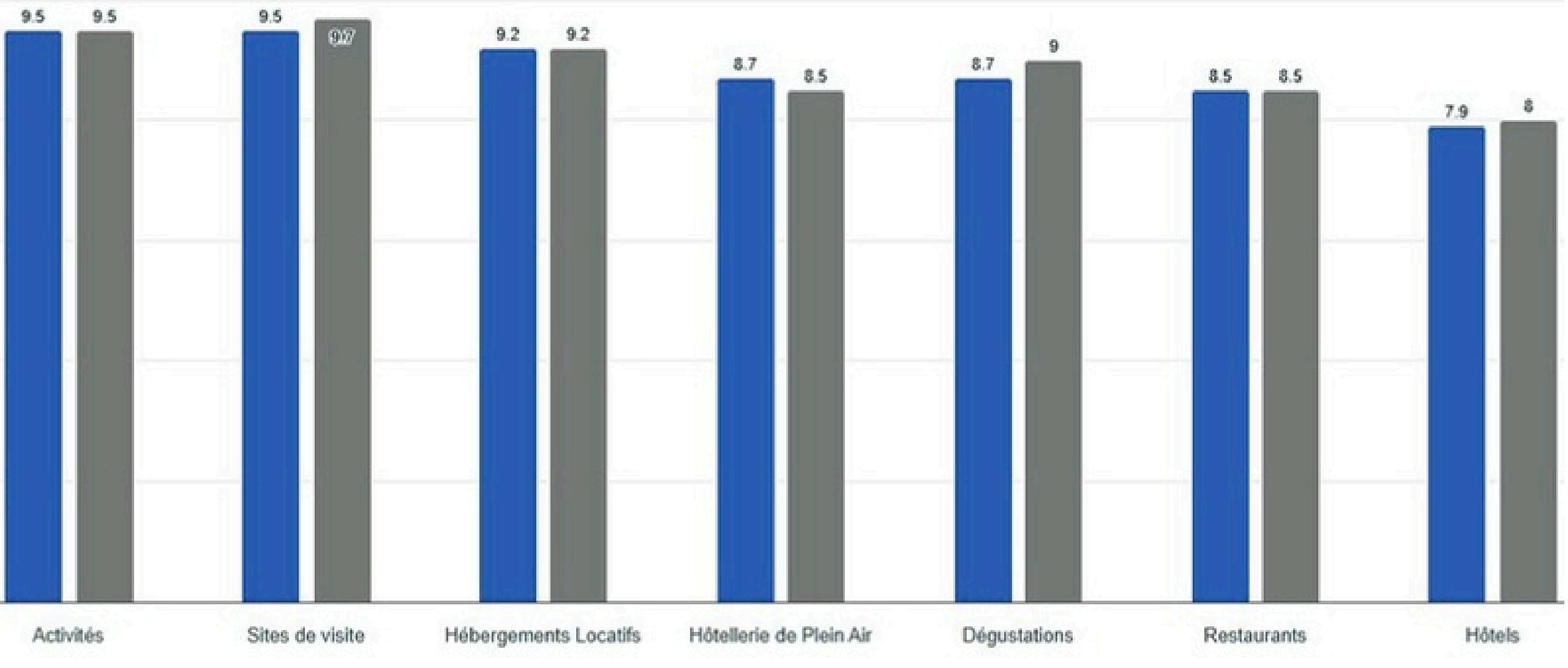
## Point sur la satisfaction des visiteurs en Terres de Gap, D'ALPES ET DE SUD



Selon FAIRQUEST, une application qui compile les avis en ligne de plusieurs sites

Booking - Google - Tripadvisor - The Fork - Hotels.com - Airbnb - Expedia - Customer Alliance - Gîtes de France - Ebookers - Abritel - Camping2be

Classement  
par type  
d'établissements



Moyenne de Satisfaction 2025

6 927 avis répartis  
sur 84 établissements



Satisfaction Accueil à l'Office de Tourisme Terres de Gap - Moyenne de Google my business 4,4/5

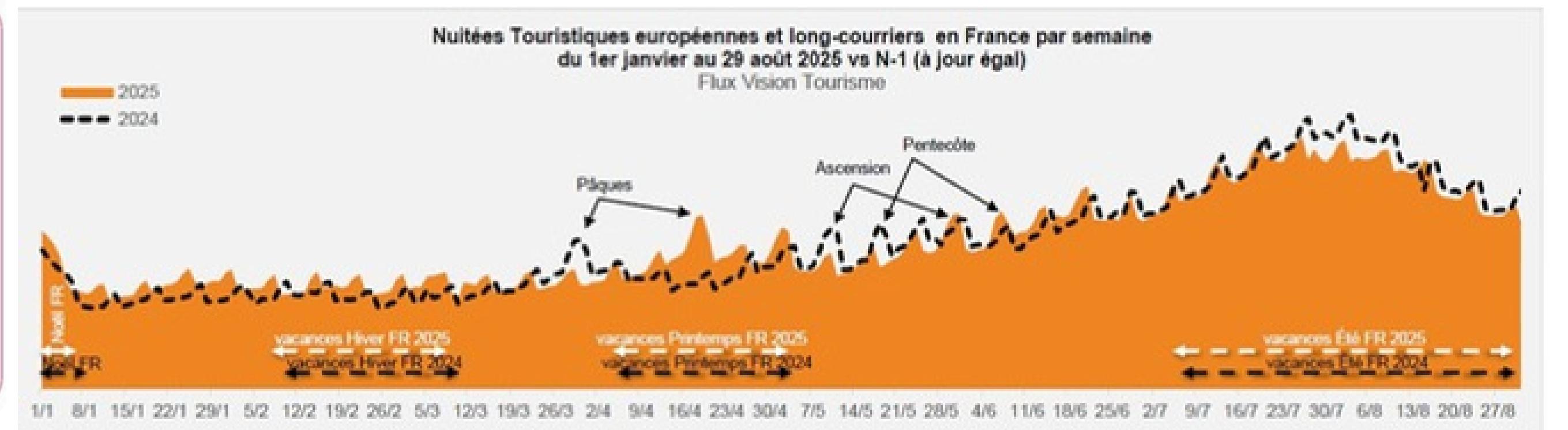
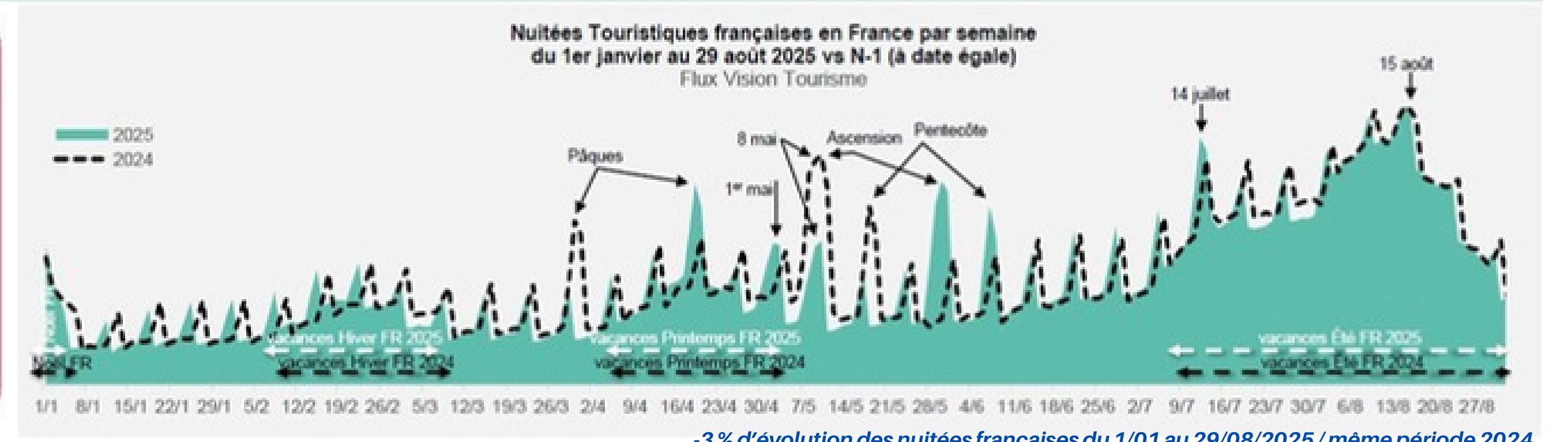
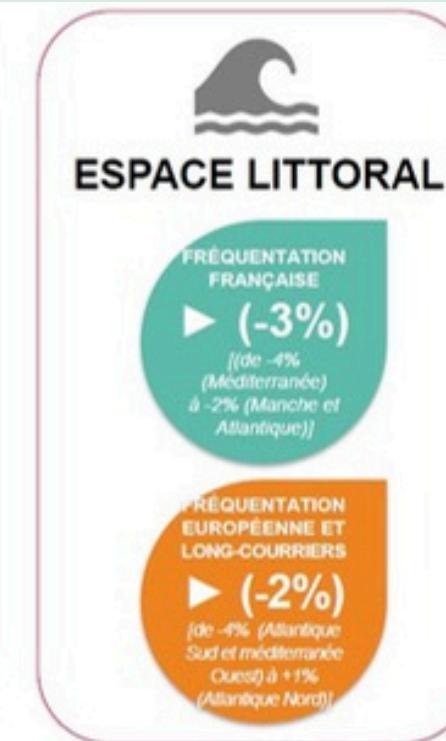
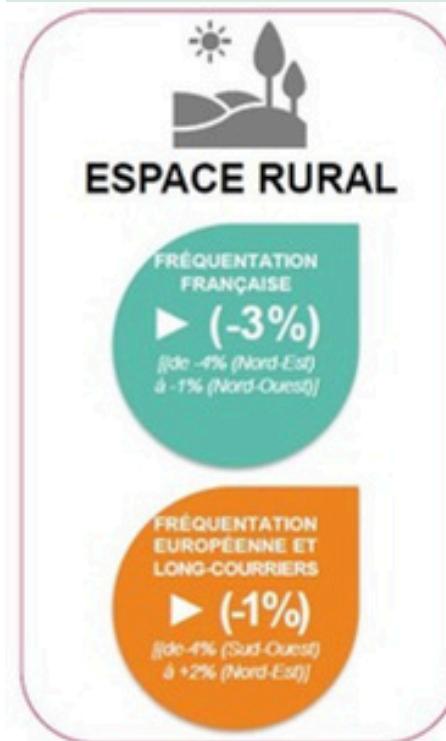
★★★★★ Il y a 9 semaines

Super bien accueilli et bien renseigné ! Grâce aux aides des personnes de l'accueil nous avons pu bien visité et profité de Gap

★★★★★ Il y a 3 semaines **NOUVEAU**

Très bon accueil par hôtesse très accueillante et de bon conseils pour les visites aux alentours de tallard. Un coup de chapeau pour l'accueil de notre petit chien. C'est rare !!! Des sarthois très satisfaits

# FRÉQUENTATION NATIONALE



## Tendances observées par les destinations

La restauration «rapide» privilégiée à la restauration «traditionnelle» -Des repas parfois pris dans les chambres, même si elles ne disposent pas de cuisine. - Les achats de souvenirs sont en recul. Progression des demandes liées au vélo et aux randonnées, aux marchés du terroir/produits locaux. Les «pass touristiques», générant des tarifs préférentiels pour les activités, ont eu le vent en poupe. Bonne présence des excursionnistes et des clientèles de proximité.

**La baisse des dépenses majoritairement constatée** traduit une certaine fragilité du pouvoir d'achat des touristes, notamment Français, plus perceptible en saison estivale avec le recul de fréquentation étrangère souvent plus consommatrice.

**La clientèle européenne et long-courriers est en recul de -4% lors de la saison estivale :** le retrait est constaté sur des nationalités « majeures » à cette période de l'année ; clientèles européennes de proximité tels les Italiens, Allemands, Belges et Néerlandais, et plus marqué dans les espaces littoraux et ruraux que dans les zones urbaines et montagnardes.



# A RETENIR en 2025

- **Le paiement d'un séjour de vacances en 3 ou 4 fois sans frais est devenu incontournable :** 78% des personnes interrogées estiment que la possibilité d'étailler les paiements est "importante" pour une réservation de voyage, et 66 % affirment que cela suffit à les faire choisir une offre touristique plutôt qu'une autre.
- **L'IA & le tourisme ont le vent en poupe :** 36% l'utilisent pour trouver des destinations inédites ; 42 % pour gagner du temps dans la planification de leur séjour ; 37% pour recevoir des recommandations personnalisées. Les voyageurs apprécient de plus en plus les parcours "hybrides"; c'est-à-dire, alliant chatbot (*pour les renseignements*), accueil physique au traditionnel comptoir et "check-in express" (*dans les moments de rush*) ou encore la présence d'un humain pour régler un problème.
- **Mise en place en Europe d'un code de conduite pour gérer la jungle des faux avis clients** (*de + en + générés par l'IA : Tripadvisor a supprimé 1,2 million de faux avis en 2022 ; 2 millions en 2023 et 2,7 millions en 2024 !*) : vérifier l'identité de l'auteur de l'avis ; indiquer la date du séjour et le type de réservation (*direct ou via une plateforme*) ; modérer les contenus pour éviter les abus ou la désinformation ; interdire le recours aux "review brokers" (*revendeurs de faux avis*) ; donner la possibilité aux professionnels de contester un avis suspect. Objectif : plus de transparence pour le consommateur, plus de sécurité pour l'hébergeur, et moins de place pour la fraude.
- **Les réseaux sociaux au tamis de l'IA** : les réseaux sociaux sont devenus les nouveaux baromètres du tourisme : un post viral sur Instagram ou un challenge TikTok peut suffire à lancer une destination ou une tendance de voyage.
- **Révolution : Google indexe désormais des posts Instagram** : tous les posts publics (*images, vidéos, carrousels, réels*) publiés par des comptes professionnels (*ceux possédés par des marques, des hébergeurs professionnels, des créateurs d'expériences, des offices de tourisme ou encore des influenceurs*) sont désormais parcourus par Google ; c'est-à-dire, lus et passés au "tamis" par le premier moteur de recherche au monde. Désormais, un contenu Instagram devient aussi visible qu'un article, un blog ou une fiche e-commerce sur Google ; l'audience potentielle des contenus explose et les posts s'adressent à tous les internautes, même ceux qui n'utilisent pas Instagram.
- **L'enjeu du tourisme durable et de la gestion des flux touristiques** (*surtourisme dans certains lieux*) est plus que jamais à l'ordre du jour. Le gouvernement français a lancé, au comité interministériel du tourisme 2025, une stratégie pour faire de la France une « première destination de tourisme durable au monde » (source DGE).
- **Une jeunesse qui veut du changement** : les jeunes générations veulent vivre des "expériences engagées", auprès des populations locales, avec une bonne dose d'aventure. Ils attendent, en priorité, des hébergements écoresponsables (82 %), des circuits plus locaux (87 %) ou encore, une meilleure information sur l'impact carbone de leur voyage (82 %).
- **À l'horizon 2050 pour les français, voyager devrait mieux rimer avec proximité, personnalisation... et durabilité** : d'année en année, au gré des effets délétères d'une inflation persistante, des urgences climatiques ou encore, des nouveaux usages qui se popularisent tant bien que mal, les français redéfinissent régulièrement leur priorités en matière de vacances : 84 % pensent que leurs habitudes de voyage vont changer d'ici 2050, 67 % sont séduits par le coolcation (*fuir les canicules pour des destinations tempérées*), 46 % plébiscitent le staycation (*vacances à domicile ou à proximité*), 36 % s'essayent au workation (*télétravail + dépaysement*), avec un pic chez les moins de 35 ans.



Fédération Régionale  
Offices de Tourisme  
Provence-Alpes  
Côte d'Azur



Fédération Régionale  
Offices de Tourisme  
Provence-Alpes  
Côte d'Azur



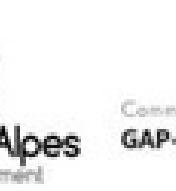
Fédération Régionale  
Offices de Tourisme  
Provence-Alpes  
Côte d'Azur



Fédération Régionale  
Offices de Tourisme  
Provence-Alpes  
Côte d'Azur



Fédération Régionale  
Offices de Tourisme  
Provence-Alpes  
Côte d'Azur



Fédération Régionale  
Offices de Tourisme  
Provence-Alpes  
Côte d'Azur



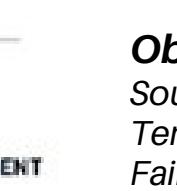
Fédération Régionale  
Offices de Tourisme  
Provence-Alpes  
Côte d'Azur



Fédération Régionale  
Offices de Tourisme  
Provence-Alpes  
Côte d'Azur



Fédération Régionale  
Offices de Tourisme  
Provence-Alpes  
Côte d'Azur



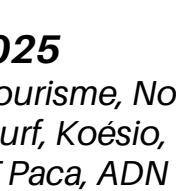
Fédération Régionale  
Offices de Tourisme  
Provence-Alpes  
Côte d'Azur



Fédération Régionale  
Offices de Tourisme  
Provence-Alpes  
Côte d'Azur



Fédération Régionale  
Offices de Tourisme  
Provence-Alpes  
Côte d'Azur



Fédération Régionale  
Offices de Tourisme  
Provence-Alpes  
Côte d'Azur

Avec le soutien de



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE



FONDS NATIONAL  
D'AMÉNAGEMENT  
ET DE DÉVELOPPEMENT  
DU TERRITOIRE  
Massif des Alpes

## Observatoire édité le 30/10/2025

Sources : Avizi, Optéo, Flux Vision Tourisme, Nouveaux Territoires, Le Coq Trotteur, Click & Surf, Koésio, Welogin, Fairquest, Facebook, Instagram, CRT Paca, ADN Tourisme, Elloha, Expedia, Booking, Opinionway, Protourisme, Insee, DGE, Google, Agglomération GTD & Mairies, Sites Touristiques...