



FRÉQUENTATION MENSUELLE SUR GAP TALLARD DURANCE

NUITÉES DU MOIS : DONNÉES FLUX VISION TOURISME

AVRIL 2026

Nuitées françaises (FR) du 05 : - 12,91 % / avril 2025

Nuitées FR Hors 05 : - 9,84 % / avril 2025

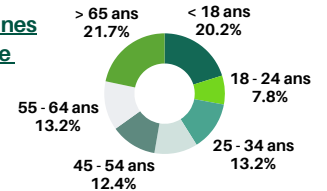
Nuitées étrangères (ET) : + 7,65 % /avril 2025

Part des Touristes HORS 05 : -5 % / avril 2025

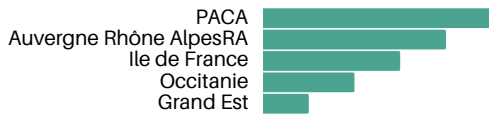
Origines



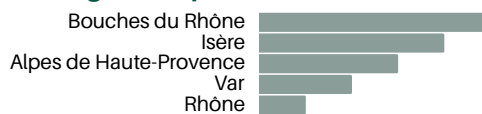
Moyennes d'âge



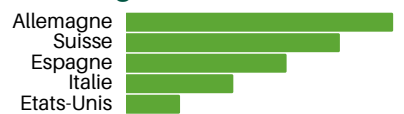
Origines régionales



Origines départementales (Hors 05)



Origines internationales



Hors Ukraine, Pologne, Algérie

Synthèse toutes nuitées sur le mois : -8,66 % / mois d'avril 2025 - Moyenne des séjours français (Hors 05) : 2,5 nuits - Etrangers : 2,9 nuits

Vacances ZONE B du 11/04/2026 au 26/04/2026

Nuitées FR 05 : -17,36 % / vacances d'avril 2025

Nuitées FR Hors 05 : -19,57 % / vacances d'avril 2025

Nuitées ET : -11,68 % / vacances d'avril 2025

Part des Touristes HORS 05 : -10,58 % / vacances d'avril 2025

TOP 5 des lieux d'excursions en journée des dormants (HORS habitants 05) sur Gap Tallard Durance pendant les vacances



Synthèse toutes nuitées sur les vacances : - 11,43 % / vacances d'avril 2025

Vacances d'AVRIL 2026 4 zones du 4/04 au 3/05/2026

Nuitées FR 05 : -13,15 % / 4 zones d'avril 2025

Nuitées FR Hors 05 : -14,27 % / 4 zones d'avril 2025

Nuitées ET : + 2,79 % / 4 zones d'avril 2025

Moyenne des séjours français (Hors 05) :
2,2 nuits / 2025 = 2,7 nuits

Moyenne des séjours Etrangers :
2,8 nuits / 2025 = idem

EXCURSIONS SUR LE MOIS : DONNÉES FLUX VISION TOURISME

AVRIL 2026

Excursions françaises (FR) du 05 : - 3,34 % / avril 2025

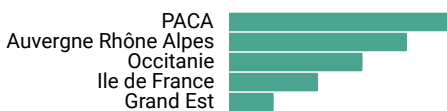
Excursions FR Hors 05 : - 5,73 % / avril 2025

Excursions étrangères (ET) : - 29 % / avril 2025

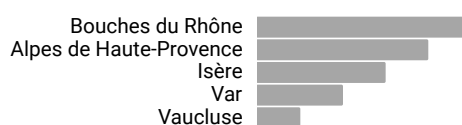
Origines



Origines régionales (Hors 05)



Origines départementales (Hors 05)



Origines internationales



Synthèse toutes excursions sur le mois : - 1,27 % / mois d'avril 2025

EXCURSIONS ZONE B du 11/04 au 26/04/2026

Excursions FR 05 : -13,61 % / vacances d'avril 2025

Excursions FR Hors 05 : - 4,86 % / vacances d'avril 2025

Excursions étrangères : - 29 % / vacances d'avril 2025

Vacances d'AVRIL 2026 4 Zones du 4/04 au 3/05/2026

Excursions FR 05 : - 5,04 % / 4 zones d'avril 2025

Excursions FR Hors 05 : + 0,67 % / 4 zones d'avril 2025

Excursions étrangères : -16,49 % / 4 zones d'avril 2025

Synthèse toutes excursions sur les 4 zones de vacances : -2,82 % / vacances d'avril 2025

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 NUITÉES 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

CLIENTÈLES REÇUES AUX 2 BUREAUX D'INFORMATIONS TOURISTIQUES



2972 Visiteurs

(Aux compteurs des 2 offices : Idem 2025)



300 Appels

(idem 2025)



606 Contacts (ou demandes touristiques au comptoir)



HOTSPOT WIFI

déployé par l'Office de Tourisme

580 Connexions (+30%/2025)

Nationalités des visiteurs utilisateurs du WIFI

France : 80 % - Italie : 1 % - USA : 1 % - Pays-Bas : 1 %
Royaume-Uni : 1 % - Suisse : 1 % - Autres : 15 %
(Allemagne, Espagne, Belgique, Mexique, Viet-Nam...)

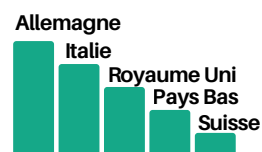
Une clientèle à **77,4 %** issue de la Région Sud - Hauts-alpins : **73 %** - Part étrangère : **7 %**

VACANCES DE PAQUES : fréquentation à l'Office de Tourisme : +3% / Vacances de Pâques 2025

Top 5 régions françaises reçues

Top 5 départements reçus (Hors 05)

Top 5 nationalités reçues



Clientèle accueillie



Couples
23,1 %



Familles
11,9 %



Individuels
62,4 %



Tribus/Groupes
2,6 %

Attentes & recherches des clientèles

Attentes des clientèles enregistrées aux 2 Bureaux d'informations touristiques

Animations - Plans de villes et cartes touristiques - Boutique & Billetterie - Patrimoine Transports - Randonnées - Commerces & services (dont marchés, centres de bien-être, WC publics, soins médicaux, différentes agences, garages...) - Sites nature de la destination - Jeux & loisirs en famille

Agenda / Domaine de Charance / Webcams / Sites & Monuments / En famille / Randonnées & Balades / Gravel & VTT / Nature & découvertes / Sports de montagne / Expositions / Fermes pédagogiques



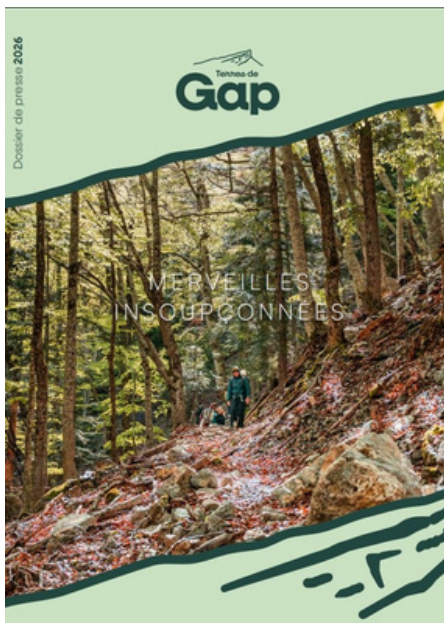
2600 Utilisateurs
6600 Sessions
9900 Pages vues

Recherches des clientèles sur le site Internet de l'Office de Tourisme

Editions

Sortie du dossier de presse
Printemps - Été - Automne 2026

Edition de maque-pages pour la collecte des avis sur chaque bureau d'information touristique via Google My Business et Tripadvisor - Edition en FR, GB & Italien



Retour sur le salon de la Randonnée

L'Office de Tourisme Terres de Gap a participé au salon du randonneur à Lyon du 20 au 22 mars.



Un salon qualitatif, autant par sa taille que par la diversité des stands proposés. Beaucoup d'échanges positifs. Les dernières éditions sur la randonnée réalisées par l'Office ont bien fonctionné.



L'offre "Expérience BIVOUAC" a suscité beaucoup d'intérêt : plusieurs randonneurs sont venus en parler, avec une réelle envie de tester.

Terres de Gap & Cyclo

Alpes & Midi · Suivre
3 janvier, 10:00 ·

Fermé depuis 12 ans, le viaduc du Buzon rouvre au public, offrant un nouvel itinéraire de 10 km entre Gap et le col de Manse. Ce tronçon de la véloroute V64, fraîchement réhabilité, s'inscrit dans un projet national reliant Grenoble à Marseille.

→ À lire sur notre site : <https://www.alpes-et-midi.fr/actualite-12399-gap-a-la-...>

#VélorouteV64 #Gap #MobilitéDouce #ViaducDuBuzon #Cyclotourisme #HautesAlpes #Vélo #TransitionÉcologique



En BOUTIQUE Réalisation de 2 maillots cyclistes Terres de Gap D'Alpes & de Sud

Maillot cycliste « Terres de Gap »
(Boutique)



En vente dans la boutique de l'Office de Tourisme

Maillot cycliste officiel « Terres de Gap »
(Ambassadrices Ambassadeurs & Boutique)



3 Cols réservés aux cyclistes programmés en 2026



Dimanche 14 juin : Col de Foureyssasse
Dimanche 12 juillet : Col de Manse
Mercredi 19 août : Col de Gleize en semi-nocturne

Route fermée : cols réservés aux cyclistes environ 3/4h

L'animation sur nos réseaux



Abonnés au 30/04/2026 : 22 715

Gap Tallard Tourisme
Le 17 avril à 17:02 · 🌐

Elle est là depuis plus d'un siècle... mais la connaissez-vous vraiment ?
La Cathédrale de Gap, c'est bien plus qu'un beau bâtiment. Et demain, vous avez 20 minutes pour le découvrir **
📅 Visite surprise demain, le 18 avril à 15h. Mais aussi le 22 avril à 16h et le 25 avril à 10h
Courte, gratuite, inattendue. On vous attend !
👉 Plus d'informations ici :
#visitgap #terresdegap



Publication FACEBOOK

Elle est là depuis plus d'un siècle...La Cathédrale de Gap
+ de 28 300 vues



Abonnés au 30/04/2026 : 5 708

Instagram

visitgap_officiel



visitgap_officiel @lecampdebase1050, la buvette
guinguette la plus branchée des @myhautesalp... more

Publication INSTAGRAM

Ouverture du Camp de Base au Domaine de Charance
+ de 6 800 vues

Point sur les vacances de Pâques en Région Sud

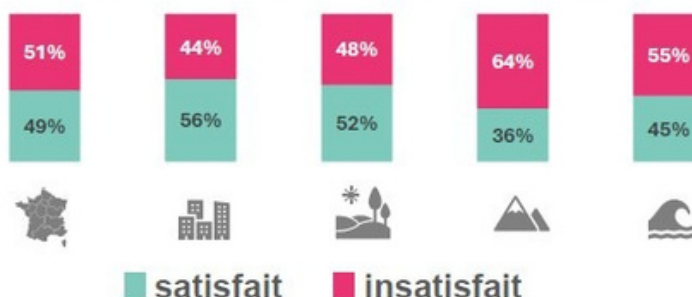
Les vacances de printemps 2026 confirment la solidité de l'attractivité touristique de la Région Sud. Soutenue par un calendrier favorable, une météo clémente et une forte dynamique des locations saisonnières, la fréquentation apparaît bonne, notamment sur le littoral et dans les destinations urbaines. Cependant quelques points de vigilance remarqués par les professionnels : une clientèle régionale, beaucoup de réservations tardives, de dernière minute, des clients prudents avec un arbitrage budgétaire, raccourcissement de la durée des séjours : beaucoup de 3/5 jours. Les clientèles européennes et nord-américaines ont fortement soutenu la fréquentation régionale.

Point national sur les vacances de Pâques

Une fréquentation touristique en retrait. La fréquentation touristique en France durant les Vacances de Printemps 2026 (en nuitées, du 4 avril au 1er mai 2026) est décevante et en diminution par rapport à l'an dernier : la clientèle française enregistre un recul de -11 %, tandis que les clientèles européennes et long-courriers affichent également une diminution, plus modérée, de -6%. Une globale insatisfaction des destinations : au total, 51% des destinations se déclarent insatisfaites du déroulé de ces Vacances de Printemps. Ce taux atteint 64 % pour les destinations de montagne et descend à 44% pour les répondants situés dans les espaces ruraux. Un contexte économique et géopolitique qui pèse sur les comportements : alors que la météo était plutôt clémente sur la période (*impactant positivement la fréquentation pour 55% des destinations*), la fréquentation semble avoir été freinée par un ensemble de facteurs combinés tels :

- la hausse du coût des carburants pour 62% des destinations
- les inquiétudes liées au pouvoir d'achat pour 65% des destinations
- les tensions géopolitiques internationales pour 58% des destinations

Satisfaction - Fréquentation Vac. Printemps 26



Conséquences du conflit au Moyen-Orient sur le tourisme

D'ici à cet été, les conséquences du conflit pourraient être positives pour l'activité "domestique". Selon les dernières analyses de Protourisme, un des cabinets français les plus médiatisés, près de 1,3 million de nos concitoyens pourraient donc troquer leurs billets long-courriers contre un billet de train ou un plein d'essence vers nos régions. Selon ces analyses, ce serait là le signal d'un report massif de la clientèle "vers la proximité", comme en période post-covid. Bonne nouvelle aussi pour la santé du taux d'occupation des hébergeurs touristiques français. La France, située au cœur de l'Europe, devient une cible prioritaire pour les Belges, les Allemands et les Néerlandais. Car, si le prix du carburant explose, traverser la France pour aller en Italie ou en Espagne risque de devenir un luxe. S'arrêter en chemin, dans nos régions, pourrait donc devenir "le choix de la raison"...

Pour INF

Le boom du "last-minute lifestyle" (mode de vie à la dernière minute) : domination émergente, le mobile accompagne un nouveau mode de vie, plus spontané, plus impulsif. Les données sont sans appel : une part croissante des réservations se fait à moins de 7 jours de l'arrivée. Ce qui donne encore plus de poids au mobile car ce dernier est devenu l'outil idéal pour ces décisions rapides (*week-ends improvisés, nuits "ce soir ou demain", etc.*). Le secteur du tourisme (*toutes catégories et tous métiers confondus*) entre dès aujourd'hui dans l'ère de la domination mobile. En 2026, les réservations mobiles devraient gagner suffisamment de terrain pour devenir majoritaires dans les canaux de réservation. Le mobile deviendra probablement le premier canal de revenus, reléguant le comptoir au rôle d'agent secondaire ; la réservation sur ordinateur devrait perdre son rôle de "filet de sécurité".

Selon les différentes études, les freins psychologiques ont disparu. Paiements sécurisés, portefeuilles digitaux, cartes bancaires déjà enregistrées et paiements facilités (*Apple Pay ou Google Pay*), reconnaissance biométrique ... en clair, réserver une nuit à plusieurs centaines d'euros ou une entrée dans un accrobranche juste avant d'arriver, via son smartphone, est devenu non seulement un geste banal mais surtout, un geste qui ne porte aucune sensation de prise de risque. Et ça, dans la psychologie de l'acheteur, c'est essentiel ! Il faut dire que, sur mobile, le parcours est devenu de plus en plus fluide, rassurant, immédiat. En conséquence, personne n'a envie de rallumer son ordinateur pour finaliser une réservation que l'on peut facilement faire sur son propre téléphone en deux-deux.

Moins de carbone, plus de rails : le boom de la mobilité douce : selon la dernière étude de l'European Travel Commission (*ETC*), les voyageurs venant de six marchés clés (*Australie, Brésil, Canada, Chine, Japon et USA*) opèreraient une mutation profonde.

Premier enseignement, le train gagne du terrain : les voyageurs délaissent les énergies fossiles (*en baisse de 5%*) pour se tourner vers le ferroviaire et les transports publics lorsqu'ils viennent en voyage sur le Vieux Continent.

Second enseignement: le "Slow Travel" s'installe. Ces neo-touristes prennent le temps. Ils limiteraient même les sauts de puce en avion une fois arrivé sur le sol européen. Enfin, l'électrique séduit : l'usage de véhicules à mobilité douce grimpe de 13% à 18%.

Etude sur l'IA : ADN Tourisme, en partenariat avec l'Afdas (*Assurance formation des activités du spectacle ; opérateur de compétences des secteurs de la culture, des industries créatives, des médias, de la communication, des télécommunications, du sport, du tourisme, des loisirs et du divertissement*) a publié en février 2026 une étude afin d'aider les acteurs du tourisme à comprendre et à anticiper les mutations engendrées par l'IA sur leurs pratiques professionnelles. L'enquête de terrain, menée tout au long du second semestre 2025, permet de battre en brèche une idée reçue : l'IA générative ne remplace pas les métiers, mais les transforme et déplace leur valeur ajoutée d'un rôle de la production vers la vérification et la contextualisation. Si l'outil accélère la rédaction, la synthèse ou la traduction, il exige en retour une expertise humaine renforcée pour garantir la fiabilité de l'information.

Dans un contexte où l'information circule vite, parfois de manière erronée, les OGD (*organismes de gestion de destination comme un Office de Tourisme*) voient leur rôle stratégique se renforcer : celui de garants de la donnée touristique territoriale, au service des visiteurs, des partenaires et des territoires.

L'IA reste un nouveau point d'entrée du voyage : ChatGPT ne finalise pas encore les réservations, mais devient un point de départ majeur dans la recherche de voyage ... comme Google le fut en son temps. Un voyageur sur deux reconnaît utiliser l'IA pour s'inspirer et préparer son séjour. Dès cette prochaine saison, les voyageurs pourraient découvrir un lieu de villégiature non plus via Google, Booking ou Airbnb, mais via une recommandation générée par IA. Et cela pose plusieurs questions clés comme celle de savoir comment l'IA choisit de recommander tel ou tel établissement ? Quelles données utilise-t-elle pour cela ? Autrement dit, même si la réservation intégrale n'est pas pour demain, le référencement touristique pourrait se jouer, en très grande partie, sur les moteurs IA ; Gemini (*moteur de Google*), en tête.

Airbnb se met au programme de fidélité : Airbnb teste activement plusieurs formules de programme de fidélité mais pas question de copier les modèles existants : les pistes qu'il a récemment évoquées porteraient plutôt sur des avantages concrets plutôt que des points ; ce qui semble correspondre à une approche plus personnalisée, peut-être, même, une adhésion payante façon Amazon Prime, un club premium expérientiel, et donc, des récompenses basées sur la fréquence d'usage.

Code européen sur les avis : le secteur touristique européen a officiellement signé le Code de conduite de l'UE sur les avis et notations en ligne dans l'hébergement touristique. Objectif : renforcer la transparence, lutter contre les faux avis et harmoniser les pratiques à l'échelle européenne. En 2026, pour une entreprise indépendante du tourisme, une note peut clairement faire (*ou défaire*) une saison. Surtout, depuis que ces avis entrent aussi largement en ligne de compte dans les algorithmes de recommandation des principaux moteurs IA. L'idée qui prévaut est que la compétitivité du secteur touristique européen repose aussi sur la crédibilité des avis en ligne.

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



Avec le soutien de

