



FRÉQUENTATION MENSUELLE SUR GAP TALLARD DURANCE

NUITÉES DU MOIS SELON LES DONNÉES FLUX VISION TOURISME

Nuitées françaises (FR) du 05 : - 4.83 % / juillet 2025

Nuitées FR Hors 05 : - 10.12 % / juillet 2025

Nuitées étrangères (ET) : + 4.38 % / juillet 2025

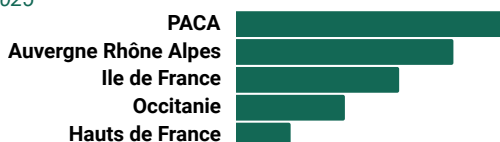
Synthèse toutes nuitées sur le mois : - 5.64 % / juillet 2025

Part des Touristes HORS 05 : - 5.35 % / juillet 2025

Origines



Origines françaises

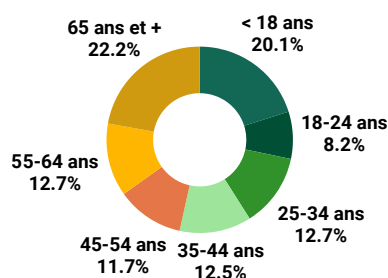


Origines internationales

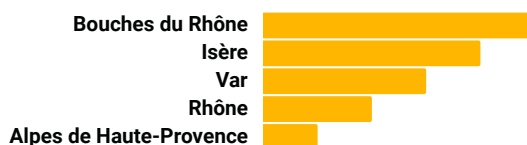


(Hors Pologne, Ukraine & Algérie)

Moyennes d'âge



Départements (Hors 05)



Moyenne des séjours français (Hors 05) : 2.7 nuits (3.6 en 2025) - Moyenne des séjours étrangers : 2,7 nuits (2.9 en 2025)

Sur le mois, les séjournants sur Terres de Gap D'ALPES ET DE SUD ont essentiellement fréquenté en excursion journée les territoires suivants : Gap / Tallard / Sigoyer - Serre-Ponçon Val D'Avance - Champsaur Valgaudémar - Serre-Ponçon - Sisteronais Buëch - Vallée de l'Ubaye

EXCURSIONS SUR LE MOIS

Excursions françaises (FR) du 05 : - 13.30 % / juillet 2025

Excursions FR Hors 05 : - 7.25 % / juillet 2025

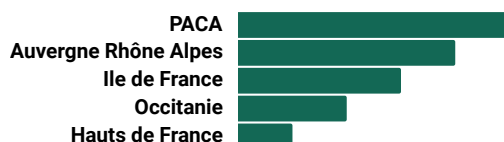
Excursions étrangères (ET) : - 3.69 % / juillet 2025

Synthèse toutes excursions sur le mois : - 10.49 % / juillet 2025

Origines



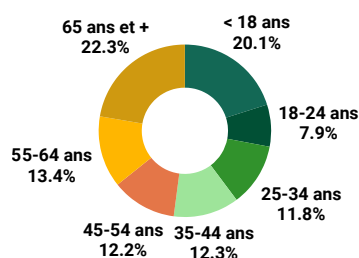
Origines françaises



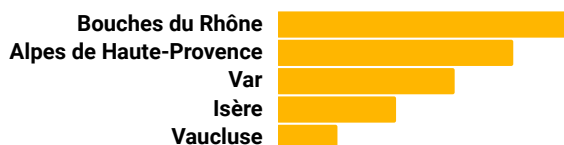
Origines internationales



Moyennes d'âge



Départements (Hors 05)



Les premiers bilans du mois de juillet 2026 mettent en lumière une fréquentation touristique en demi-teinte marquée par les fortes chaleurs, un net recul des dépenses des ménages et une généralisation des réservations de dernière minute

Séjours raccourcis : le réflexe du « dernier moment » s'impose de plus en plus, avec des durées de séjour plus courtes qui impactent le volume global des nuitées

Budgets serrés : la majorité des professionnels signale une baisse du panier moyen, les vacanciers rognant sur les extras comme les entrées de sites, les souvenirs, le vin ou les desserts au restaurant

Impact de la météo et des canicules : fréquentation en journée des sites en extérieur au ralenti ; report vers les soirées : ce sont les animations et les marchés nocturnes qui ont capté l'essentiel de l'affluence

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



9 327 Visiteurs

(Aux compteurs des 2 offices : - 7 % / 2025)

1 267 Contacts

(ou demandes touristiques au comptoir)



1 103 Appels

(- 15 % / 2025)

Une clientèle à **58 %** issue de la
Région Sud - Hauts-alpins : 56 %

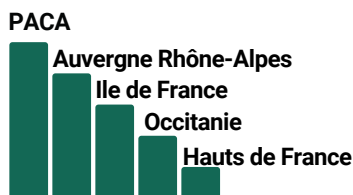


HOTSPOT WIFI
déployé par l'Office de Tourisme
757 Connexions

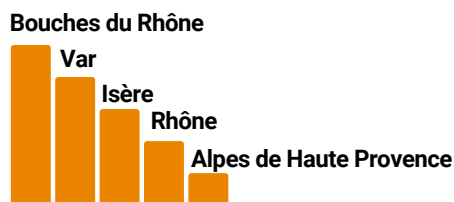
17 nationalités étrangères reçues entre les deux bureaux dont Afrique du Sud, Colombie, Japon, Israël, Australie, Chypre, Irlande, Suède - Etrangers d'Europe : 15 %
Hors Europe : 2 %

Nationalités des visiteurs utilisateurs du WIFI : **France : 63 % - Royaume-Uni : 15 %**
Pays-Bas : 12 % - Italie : 6 % - Allemagne : 2 % - Espagne : 2 % -

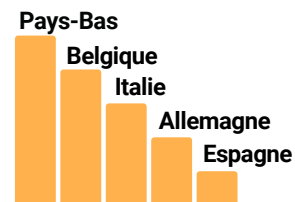
Top 5 régions françaises reçues



Top 5 départements (Hors 05)



Top 5 nationalités reçues



Clientèle accueillie



Couples
31.7 %



Familles
25.3 %



Individuels
37.4 %



Tribus/GROUPES
5.6 %

Point sur les ventes boutique et visites/billetterie de juillet



Visites en autonomie et visites guidées du Château de Tallard, de l'aérodrome et de la ville de Gap
444 Réservations de Visites
effectuées par l'Office de Tourisme aux deux bureaux d'accueil ou sur son site Internet
-18 % / juillet 2025



Vente de produits de la boutique : **635** articles du territoire et produits locaux
- 3 % / juillet 2025



474 Billets vendus sur les deux bureaux d'accueil
- 13.8 % / juillet 2025

Attentes & recherches des clientèles

Attentes des clientèles enregistrées aux 2 Bureaux d'informations touristiques

Plans de villes et cartes touristiques / Animations / Patrimoine / Boutique & Billetterie / Randonnées / Sites nature Terres de Gap / Sites nature hors TDG / Eau vive & baignade / Jeux & loisirs en famille / Commerces & services (dont marchés, centres de bien-être, WC publics, soins médicaux, différentes agences, garages...) / Transports / Vélo / Via ferrata-Escalade / Routes touristiques / Produits du terroir



6 600 Utilisateurs
9 500 Sessions
25 000 Pages vues

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

Agenda-Evénements + + + (Tour de France, fête nationale, nocturnes & fêtes médiévales château de Tallard, divers concerts) / Domaine de Charance / Château de Tallard / Montagne-Rando-Balades / Activités montagne / Activités enfants / Patrimoine / Billetterie / Saveurs & artisanat

Terres de Gap & CYCLO : opération COLS RESERVES du 12 juillet



Col de Manse
le dimanche 12 juillet

Organisé par l'Office de Tourisme en partenariat avec l'agence touristique départementale

Avec plus de 500 cyclistes réunis tout au long de la matinée, cette édition a remporté **UN SUCCÈS EXCEPTIONNEL**, devenant la plus fréquentée des Cols Réservés organisés sur notre territoire. Habitants, vacanciers et visiteurs étrangers ont partagé un beau moment de convivialité autour du vélo, dans un cadre naturel remarquable.



Au sommet, ravitaillement, transats & musique en récompense !

Terres de Gap & CYCLO : départ du Tour de France / Etape à Gap le 24 juillet



Les Hautes-Alpes ont hissé leurs couleurs pour le Grand Départ à Barcelone !

La 113ème édition du Tour de France Cycliste s'élançait de Barcelone le samedi 4 juillet et à cette occasion, sous l'impulsion de l'agence de développement des Hautes-Alpes, notre Office de Tourisme était présent avec ceux d'Orcières Merlette, Dévoluy et Serre Chevalier Briançon pour le départ de la première étape

A cette occasion, ce sont plus de 1000 éventails pour la promotion de la destination **Terres de Gap D'ALPES ET DE SUD** qui ont été distribués



TOP 5 des visiteurs accueillis sur le stand des Hautes-Alpes

**Espagne - France - Grande-Bretagne
Etats-Unis - Allemagne**

L'Office de Tourisme Terres de Gap HORS LES MURS

A l'occasion du départ du tour de France cycliste, l'Office de Tourisme était présent sur le village départ au stade nautique de Fontreyne à Gap



Le Tour de France, une véritable aubaine pour les Hautes-Alpes

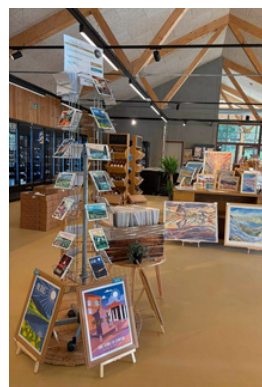
Président de l'Agence de Développement des Hautes-Alpes, Patrick Ricou rappelle que le Tour, c'est 5 millions de téléspectateurs en France, 1 800 journalistes accrédités. Le bonus du Tour est estimé à 12 millions d'euros sur les trois jours, sans compter l'effet de traîne : des cyclistes du monde entier viennent rouler dans les cols haut-alpins : la Grande Boucle constitue un formidable outil de promotion touristique

La nouvelle Maison de Pays au Col Bayard



La Maison de Pays de Gap-Bayard a ouvert ses portes

Ce sont plus de 75 producteurs locaux qui sont réunis à la Maison de Pays de GAP Bayard, qui a ouvert ses portes le vendredi 24 juillet, à l'occasion symbolique du passage du Tour de France. Des informations touristiques sur la destination Terres de Gap D'ALPES ET DE SUD sont proposées, ainsi qu'un clip du Conservatoire Botanique National Alpin sur le Jardin Alpin de Gap-Charance. Possibilité de manger sur place, à l'intérieur ou à l'extérieur, avec des plats chauds.





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

Selon FAIRGUEST, une application qui compile les avis en ligne de plusieurs sites (Evaluation depuis janvier)

Satisfaction Restaurants : sur 22 établissements : 489 avis répartis sur Google, Booking, Tripadvisor

Moyenne de **8.5/10** sur les critères : Accueil - Cadre - Environnement - Restauration - Rapport qualité/prix - Propreté

Critères qualité les plus notés par les clients : l'accueil, le cadre du restaurant, le rapport qualité/prix et la restauration

Satisfaction Hôtels : sur 16 établissements : 964 avis répartis sur Booking, Google, Customer Alliance & Tripadvisor

Moyenne de **7.9/10** sur les critères : Accueil - Cadre - Environnement - Chambres - Petit déjeuner - Restauration- Equipements

Rapport qualité/prix - Critères qualité les plus notés par les clients : l'accueil, l'environnement, le petit déjeuner, le cadre de l'hôtel, le rapport qualité/prix et le petit déjeuner

Satisfaction Campings : sur 7 établissements : 110 avis répartis sur Google, Tripadvisor, Booking & Camping2be

Moyenne de **8.7/10** sur les critères : Accueil - Cadre - Environnement - Emplacements - Equipements - Activités - Expérience

Rapport qualité/prix - Critères qualité les plus notés par les clients : l'expérience, le cadre du camping, l'accueil et les équipements

Satisfaction Activités : sur 3 établissements : 28 avis sur Google

Moyenne de **9/10** sur les critères : Accueil - Cadre - Expérience - Parking - Restauration sur place

Rapport qualité/prix - Critères qualité les plus notés par les clients : l'accueil et l'expérience



L'animation sur nos réseaux



23 288

Abonnés au
31/07/2026



6 867

Abonnés au
31/07/2026



Publication FACEBOOK

Carte des communes de Terres de Gap,
D'ALPES ET DE SUD
46 700 vues



Publication INSTAGRAM

Village départ du Tour de France à Gap
le vendredi 24 juillet
18 600 vues

Focus fréquentation en région sud

Les perspectives estivales demeurent encourageantes, avec des réservations jugées stables par rapport à l'an dernier par 82 % des professionnels pour juillet. L'indice de confiance reste élevé à 80 % cependant que les réservations estivales sont en retrait (-6 % en juillet, -5 % en août) ; à suivre, le comportement toujours prononcé des réservations de dernière minute. Plusieurs facteurs de vigilance pour l'été : canicule et météo (45 % des citations), circulation et saturation (30 %), pouvoir d'achat (21 %) peuvent peser sur le comportement et la consommation des touristes et constituent les principaux risques identifiés par les professionnels.

Tendances au niveau national

Juillet 2026 est considéré comme un bon mois touristique pour la France, avec une fréquentation en légère progression / juillet 2025, mais avec des performances très contrastées selon les régions et les conditions climatiques.

Tous les observateurs sur tout le territoire national s'accordent à dire que le tourisme montre un visage "résilient"; le nouveau terme à la mode pour dire que les entreprises s'adaptent même quand les conditions économiques ne sont pas les meilleures... Entre une météo qui déshydrate, des budgets surveillés à l'euro près et des habitudes d'achat qui évoluent à toute vitesse, les professionnels doivent s'adapter en temps réel.

La quête de températures clémentes : la Bretagne enregistre de très nettes progressions (+5 points chez VVF), tout comme les zones de moyenne montagne à l'image des Hautes-Alpes (+8 points). Même constat chez Best Western, où le Nord, la Normandie et Auvergne-Rhône-Alpes tirent leur épingle du jeu.

La règle des "4 heures de route" : avec les tensions sur le prix des carburants à la pompe, les vacanciers appliquent massivement la limite des 4 heures de trajet maximum en voiture. Le transport n'est donc plus une dépense annexe : c'est le cœur de l'arbitrage. La région PACA reste certes une valeur sûre et la grande locomotive du Sud (+6,6 % de chiffre d'affaires, par exemple, chez Best Western) mais, cet été, la "carte du tourisme" s'équilibre aussi au profit du Nord et de la montagne.

Pour INFO

En 2026, les Français ont le coup de foudre pour la France ! Avec un budget plafond estimé à 1 817 euros en moyenne pour une semaine en famille, la France s'impose comme le meilleur compromis entre coût et qualité de l'expérience. Elle devance ainsi l'Espagne et le Portugal dans le cœur des vacanciers soucieux de leur portefeuille. Pour beaucoup de voyageurs, cet élan vers la France tient aussi à de meilleures pratiques tarifaires chez les opérateurs du pays (*tarification claire et transparente qui évite les mauvaises surprises*), une réelle valorisation du patrimoine local et de la gastronomie (*les premiers arguments de choix des Français*). Enfin, la France se distinguerait par un maillage de routes et de voies ferrées qui faciliteraient, plus qu'ailleurs, le transport ou l'accès de proximité.

Airbnb se met à l'heure de la "Fintech Voyage" (*utilisation de moyens technologiques pour proposer des services financiers*)

Une grande première pour Airbnb. L'introduction d'une option payante baptisée "annulation étendue" repose sur un concept assez simple au potentiel immense : moyennant un supplément réglé au moment de la réservation, les voyageurs peuvent désormais annuler leur séjour pour n'importe quelle raison et obtenir un remboursement intégral, et ce, jusqu'à 24 heures avant leur arrivée. Même s'il s'agit d'un changement d'avis de dernière minute

Parcours client : la revanche du direct en France : les comportements de réservation se séparent nettement entre les pays. Si le Royaume-Uni voyage plus et que l'Allemagne dépense plus par séjour, la France, elle, se distingue par une demande record en locations, en trajets ferroviaires et en expériences personnalisées. Et contrairement à nos voisins allemands chez qui les agences en ligne (OTAs) raflent tout, le marché français montre un net retour vers les canaux de réservation directe. Les voyageurs français veulent de la réassurance, de l'expérience vécue et une relation simplifiée avec l'hébergeur.

La disparition de la FUAJ en France (*fédération unifiée des auberges de jeunesse*) : elle illustre la transformation profonde de tout le secteur touristique. Pendant des décennies, le tourisme social a reposé sur un équilibre fragile entre solidarité, bénévolat, soutien public et rentabilité limitée. Aujourd'hui, ce modèle se heurte à une réalité économique nouvelle : hausse des coûts, baisse des subventions, attentes accrues des voyageurs et concurrence d'acteurs privés capables d'investir massivement dans l'expérience client, le design et le marketing digital. L'arrivée de groupes comme Jo&Joe, Generator ou The People a démontré qu'il ne suffit plus d'offrir un hébergement abordable ; il faut également proposer une expérience attractive, visible et rentable. Pour les professionnels du tourisme, la leçon est claire : aucune structure, même emblématique, n'est à l'abri si elle ne modernise pas ses outils de distribution, sa stratégie commerciale et son offre. Le rachat de la FUAJ par un acteur du logement étudiant marque peut-être la fin d'une époque, mais aussi le début d'un nouveau modèle où mission sociale et performance économique devront apprendre à cohabiter. Plus que jamais, l'avenir appartiendra aux établissements capables de préserver leurs valeurs tout en adoptant les méthodes, les technologies et la rigueur de gestion exigées par le marché actuel.

(Sources : Flux Vision Tourisme, Opteo, Le Coq Trotteur, Click & Surf, 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

