

Bilan touristique 2025 : une saison contrastée mais dynamique pour le Pays de Forcalquier – Montagne de Lure

Mardi 18 novembre, l'Office de tourisme Forcalquier Haute Provence a, comme chaque année après la saison touristique, invité les socio-professionnels du territoire à sa traditionnelle **réunion de bilan de saison**. Cette rencontre a eu lieu dans la toute récente Maison des Entrepreneurs, espace idéal pour faire le point sur le développement économique et touristique du territoire. La présidente Caroline Masper a ouvert la réunion en présentant un été globalement positif pour l'accueil touristique.

Une saison estivale dynamique pour l'Office de Tourisme

L'office de tourisme repris depuis 2024 par la Communauté de communes pays de Forcalquier montagne de Lure n'a pas ménagé ses efforts de promotion du territoire pour que la saison soit réussie : Le programme estival a offert de nombreux rendez-vous, dont le **concert d'Ayo**, qui a rassemblé **4 500 personnes** sur la place du Bourguet. L'Office a également mené plusieurs actions structurantes :

- lancement du **nouveau magazine touristique**,
- organisation des **Lundis du tourisme**,
- succès de la **Rando Ludique**, chasse au trésor en famille
- **accueil hors les murs** à la Foire d'Ongles (350 visiteurs),
- **Horaires renforcés** : ouverture 7j/7 et non stop (lundi au samedi).

Les chiffres de fréquentation s'en sont ressentis sur l'été avec **près de 14 900 visiteurs** à l'Office en juillet-août et **1 500 appels** traités, une progression notable.

Une fréquentation globalement stable mais moins favorable sur les ailes de saison

L'Agence de Développement des Alpes de Haute-Provence, représentée par Christèle Maurel, a présenté les tendances issues de Flux Vision Tourisme.

Sur notre territoire, qui compte **9 760 lits touristiques** dont près de **60%** sont des résidences secondaires, la fréquentation demeure soutenue sur le cœur de l'été, mais les mois de début et de fin de saison ont été moins dynamiques.

Entre mai et septembre, le territoire a accueilli **286 000 nuitées**, enregistrant une baisse de 3,6 % par rapport à 2024. Avec un budget moyen de 53 € par jour et par personne, la variation du nombre de nuitées a un impact direct sur les ressources générées par le tourisme.

La clientèle française qui représente **67%** des nuitées est en recul alors que la clientèle internationale reste stable. Les habitants de la Région Sud (37 % de visiteurs) sont très attirés par le dépaysement et le ressourcement de notre territoire pour des courts séjours. La clientèle internationale reste stable avec une majorité de visiteurs provenant d'Allemagne, Belgique et Pays-Bas.

Les excursionnistes, quant à eux, restent stables avec **483 300 excursions** et contribuent largement à l'activité touristique du territoire même s'ils n'y restent pas pour la nuit.

Un ressenti plus mitigé du côté des professionnels

Les résultats du questionnaire mené auprès des socio-professionnels, présentés par Elisabeth Vareilles, font apparaître un sentiment plus contrasté. Beaucoup évoquent une baisse d'activité en juillet et une saison perçue comme plus courte. Certains soulignent la nécessité d'une meilleure coordination entre prestataires, notamment sur les disponibilités d'activités et d'hébergements, et expriment le besoin d'actions collectives plus structurées.

Les données sur la **taxe de séjour** confirment la place prépondérante des campings dans l'hébergement touristique, ainsi qu'un recours croissant aux plateformes de réservation en ligne. La durée moyenne des séjours reste inférieure à une semaine, témoignant d'un tourisme mêlant courts séjours et itinérance.

Des défis à relever ensemble

La réunion s'est conclue par un échange ouvert entre les participants. Plusieurs pistes ont émergé : renforcer la coopération entre acteurs, améliorer la visibilité du territoire face à ses voisins très médiatisés ou encore explorer de nouveaux marchés lointains.

Un des enjeux majeurs de notre territoire réside dans la capacité d'hébergement, qui n'est pas adaptée au développement d'un tourisme de groupe et limite le nombre de nuitées.

Une saison contrastée, mais une ambition partagée

Si l'été 2025 a été marqué par de belles réussites et une fréquentation solide, il révèle aussi les fragilités d'un territoire encore trop dépendant du cœur de saison.

Tous s'accordent néanmoins sur un point : c'est en travaillant ensemble que le Pays de Forcalquier – Montagne de Lure pourra continuer à renforcer son attractivité et accueillir au mieux ses visiteurs.

Mardi 18 novembre c'est dans la salle de réunion de la toute récente maison des entrepreneurs que l'office de tourisme avait réuni les acteurs du tourisme du territoire pour une réunion de bilan de saison.

C'est tout d'abord la Présidente Caroline qui accueillait les arrivants et faisait le bilan de cette belle saison estivale à l'office de tourisme : près de 14 900 visiteurs accueillis en juillet et août, soit une progression notable par rapport à l'année précédente, 1 500 appels téléphoniques traités par notre équipe. Depuis la reprise de l'Office par la Communauté de communes cette nouvelle organisation nous a permis de consacrer un budget plus important à la promotion. Cet investissement stratégique nous a permis de renforcer nos actions de communication, d'améliorer la visibilité de Forcalquier et de la Haute-Provence, et de soutenir des initiatives qui valorisent nos atouts. Les résultats sont là : une fréquentation en hausse et un engouement pour nos événements.

Je souhaite remercier chaleureusement la commune de Forcalquier, la Communauté de communes Pays de Forcalquier – Montagne de Lure, nos partenaires, nos visiteurs et l'ensemble des acteurs du territoire

Cet été, nous avons proposé un programme riche et varié : la tournée « Ça c'est le Sud », des concerts, du théâtre, des activités pour enfants et de nombreux rendez-vous festifs.

Parmi les temps forts, le concert d'Ayo a rassemblé plus de 4 500 personnes sur la place du Bourguet – un moment inoubliable pour notre destination !

Au-delà de l'accueil au guichet, nous avons déployé des actions majeures :

-Éditions : lancement du nouveau magazine touristique de 84 pages, Petit Colporteur de l'été, réédition du plan de Forcalquier et de la carte touristique.

-Les lundis du tourisme : des rendez-vous hebdomadaires pour rapprocher nos partenaires des visiteurs.

-Outils famille : lancement de la Rando Ludique, une chasse au trésor en famille qui a rencontré un beau succès.

-Accueil hors les murs : présence à la Foire agricole d'Ongles, où nous avons renseigné près de 350 visiteurs.

-Horaires renforcés : ouverture 7 jours sur 7 en continu de 9 h à 18 h, pour répondre à toutes les demandes. Je vous propose que nous poursuivions cette dynamique ensemble, en préparant dès maintenant la prochaine saison. Vos idées, vos retours et vos projets sont essentiels pour continuer à avancer.

Elle donnait ensuite la parole à Christèle Maurel, en charge de l'observation du tourisme et des études à l'Agence de Développement des Alpes de Haute-Provence, qui nous présentait les chiffres issus du dispositif Flux Vision Tourisme.

Le territoire concentre 3,5 % des nuitées enregistrées à l'échelle départementale.

Entre le 1^{er} mai et la fin septembre 2025, **286 000 nuitées** ont été comptabilisées. Cette fréquentation, en **léger retrait par rapport à 2024** (–3,6 %), demeure toutefois supérieure aux niveaux observés en 2022 et 2023.

286 000 nuitées

3,5% des nuitées départementales

Un déficit de nuitées apparaît sur les ailes de saison, tandis que le coeur de l'été enregistre une progression. La **clientèle domestique recule de –4,9 %**, alors que la **fréquentation internationale se maintient. –3,6%**

par rapport à 2024

+5,8% sur le coeur de saison

Clientèle française : **–4,9%** Clientèle internationale : **stable**

Les nuitées touristiques - originées nuitées

Clientèle française :

67% des nuitées. Bouches du Rhône 23%

Top régions

Région 37%

Sud

Ile-de- 21%

France

Auvergne- 12%

Rhône-

Alpes

Clientèle internationale :

33% des nuitées. Allemagne 19% Belgique 14% pays Bas 10%

Les excursions à la journée Les **excursions estivales** sont estimées à environ **483 000**, un volume proche de celui observé en 2024. La progression des visiteurs français (+3,7 %) compense le recul de la fréquentation étrangère (–3,9 %). Près d'une excursion sur 2 est réalisée durant le coeur de l'été.

On compte 1,7 excursions pour 1 nuitée.

483 300 excursions

6,4% des nuitées départementales

Stable

par rapport à 2024

+3,6% sur le coeur de saison

Les excursions à la journée - Origines

Clientèle française :

74% des excursions. Bouches du Rhone 25% Vaucluse 10% Var 7%

Clientèle internationale :

26% des excursions. Allemagne 21% Pays Bas et Belgique 13%

Ces données

sont précieuses pour mieux comprendre les flux et affiner nos stratégies.

Ensuite, Elisabeth Vareilles présentait les résultats du questionnaire de fréquentation envoyé aux socio-professionnels qui recoupaient ceux de vision tourisme mais témoignaient d'une certaine morosité chez les socio pros surtout sur le mois de juillet.

Principaux constats :

Baisse d'activité

Temporalité estivale

: activité en

baisse durant juillet et l'été.

Elle présentait ensuite les statistiques liées à la taxe de séjour

Analyse taxe de séjour

Taxe de séjour hors plateformes (OTAs)

Période : 1 janvier au 30 septembre 2025

106 057 nuitées sur le territoire

Top 3 nuitées :

1 - Forcalquier 37%

2 - Niozelles 36%

3 - Limans 16%

Les trois premières communes concentrent près de 89 % des nuitées

Ces chiffres sont dus en grande partie aux campings qui comptabilisent 63% des nuitées :

- Camping Forcalquier : 16 500 nuitées
- Camping Limans : 16 880 nuitées
- Camping Niozelles : 32 604 nuitées

Loin derrière les hôtels comptabilisent 17% des nuitées

Les meublés : 9,4% des nuitées

Les chambres d'hôte : 6,4% des nuitées

☑ total territoire

2024 : 122 409 nuitées

2025 : 106 057 nuitées

Évolution totale : -13,36 % sur la période 1 janvier au 30 septembre

Ce chiffre est tronqué car la statistique des OTAs ne couvre que la période du 1er janvier au 31 mai 2025.

Taxe de séjour des plateformes (OTAs)

Période : 1er janvier au 31 mai 2025.

20 453 nuitées sur le territoire

- AirBnB fait 82% des nuitées
- Gîtes de France fait 8% des nuitées

Durée moyenne du séjour

La durée moyenne de séjour sur l'ensemble des communes est :

,57 nuitées

Cette moyenne reflète une tendance aux séjours de quelques jours, typique d'un tourisme mixte : familles en vacances, séjours en week-end, ou touristes en itinérance sur le territoire.

Points à retenir

- Les campings dominent largement les nuitées.
- La baisse de fréquentation globale (-13,36 %) peut être influencée par plusieurs facteurs : météo défavorable, contexte économique, variations de l'offre d'hébergement, fermetures ou sous-déclarations.
- La taxe de séjour sur les plateformes montre la prépondérance d'AirBnB.

Perspectives et stratégies :

Comment le territoire peut-il mieux équilibrer les différents types d'hébergements ?

Quelles actions mener pour limiter l'impact des aléas (économiques, climatiques) sur la fréquentation touristique ?

La stratégie actuelle de promotion correspond-elle encore aux comportements des touristes ?

Les locations de type AirBnB répondent-elles à une demande que les hébergements classiques ne couvrent pas (flexibilité, prix, localisation) ?

La baisse de fréquentation globale (-13,36 %) peut être influencée par plusieurs facteurs : météo défavorable, contexte économique, variations de l'offre d'hébergement, fermetures ou sous-déclarations.

La taxe de séjour sur les plateformes montre la prépondérance d'AirBnB.

Enfin la parole était donnée aux participants qui donnaient leur ressenti de la saison : confirmation de ce qui est dit précédemment, nécessité suivi des disponibilités pour les activités et hébergement, faire des actions collectives, travailler ensemble pour par exemple se renvoyer les clients si on est complet pour hébergements, le socle de clientèle fidèle permet de sauver la saison, déficit de notoriété par rapport à certains territoire limitrophes qui sont nos concurrents et qui sont identifiés comme des pépites par le département, aller chercher des retombées ailleurs (pays asiatiques), obligation de passer par des outils type booking.com même si commission élevée mais possibilité de proposer prix en direct moins cher, attirer plus de visiteurs sur période lavande pour pallier à un mauvais mois de juillet, relancer les réunions du club communication pour travailler ensemble, manque de coordination hébergeurs.