Important - repère méthodologique mois d'octobre 2026 : pour le troisième mois consécutif, les données Flux Vision Tourisme ne sont pas disponibles. Il n'est donc pas possible de présenter les volumes de fréquentation ni l'origine des clientèles habituellement analysées dans cette note. D'autre part, les données issues de l'observatoire mutualisé du locatif permettant d'observer l'activité dans les meublés touristiques sont également indisponibles pour la période estivale et jusqu'à octobre inclus. L'analyse d'octobre s'appuie donc principalement sur l'enquête de conjoncture menée auprès des professionnels du tourisme normand.

Cette indisponibilité des données ne permet donc pas de réaliser le bilan de la période d'avril à fin septembre, initialement prévu et annoncé pour début octobre.

Octobre 2026 : les professionnels du tourisme normand dressent un bilan nuancé de leur activité

Les avis des professionnels du tourisme normand sont partagés sur l'activité du mois d'octobre. 35,0 % des professionnels qualifient le mois de « bon », 44,6 % le jugent « moyen » et 20,4 % « mauvais ». Les avis « moyen » arrivent en tête. Par rapport à octobre 2025, 39,2 % des professionnels font état d'une baisse, 31,4 % d'une stabilité et 29,4 % d'une hausse.

En milieu urbain, 38,1 % des professionnels jugent le mois « bon », contre 36,2 % sur le littoral et 33,2 % en milieu rural. L'écart entre littoral et milieu rural se réduit à 3,0 points, contre 18,4 points en septembre.

44,9 % des professionnels des sites et lieux de visite qualifient le mois de bon. Ceux des offices de tourisme réunissent 37,9 % d'avis positifs, devant la restauration (36,9 %), les campings (35,5 %) et l'hôtellerie (33,0 %). Les gîtes et meublés (30,2 %) et les chambres d'hôtes (20,0 %) affichent les satisfactions les plus basses.

Des freins budgétaires toujours dominants

Le coût des carburants (cité par 84,8% des professionnels) et la baisse du pouvoir d'achat (78,1 %) demeurent les principaux freins. 43,0 % des professionnels constatent une baisse des dépenses de leurs clients, tandis que 37,5 % les jugent stables et 19,5 % en hausse.

Les vacances de la Toussaint soutiennent l'activité

Les vacances scolaires arrivent en tête des influences positives, citées par 43,5 % des professionnels. Elles se sont déroulées du 17 octobre au 2 novembre 2026. La météo (42,3 %) et la fidélité de la clientèle (41,5 %) sont les deux autres facteurs positifs les plus cités par les professionnels.

COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME DE NORMANDIE
La Filature - 26 rue Victor Hugo - 27000 EVREUX – FRANCE
normandie-tourisme.fr
pronormandietourisme.fr

Avec le soutien de RÉGION NORMANDIE

Les conditions météorologiques davantage perçues comme un frein sur le littoral

À l'inverse, la météo est également perçue comme un frein par 27,0 % des professionnels interrogés. Le littoral est la zone où elle pèse le plus : 38,9 % des professionnels côtiers la retiennent comme influence négative, contre 25,9 % en milieu rural et 10,0 % en milieu urbain. Plusieurs professionnels évoquent la tempête Austen, qui a traversé la Normandie les 22 et 23 octobre 2026, avec des rafales atteignant 148 km/h à Fécamp et 146 km/h à Barneville-Carteret. Les cinq départements normands ont été placés en vigilance orange et les liaisons ferroviaires ont été perturbées, compliquant l'accès à la destination.

Des perspectives de réservation encore incertaines

Pour novembre, 49,2 % des professionnels ayant répondu déclarent des réservations en baisse et 40,3 % stables. La tendance se maintient jusqu'en février 2027, où 50,5 % signalent une baisse. Les taux de réservation moyens s'établissent à 35,5 % en novembre, 26,2 % en décembre, 18,4 % en janvier et 26,6 % en février. Le poids des réservations de dernière minute invite à considérer ces premières tendances avec prudence.

Source : Données issues de l'enquête en ligne, réalisée du 2 novembre au 8 novembre, auprès d'un échantillon d'environ 5 200 professionnels du tourisme normand. 524 réponses ont été enregistrées, soit un taux de réponse de 10,0 %. Certaines questions étant facultatives, les pourcentages sont calculés sur les seuls répondants à chaque question. Enquête réalisée avec Calvados Attractivité, Eurêka agence d'attractivité de l'Eure, Attitude Manche, Orne Tourisme, et Seine-Maritime Attractivité.

Cette actualité s'inscrit dans le suivi régulier des données de fréquentation réalisé par l'Observatoire de Normandie Tourisme. Retrouvez les notes de conjoncture précédentes.

Contacts Pôle Observatoire
Alice LEBAS (a.lebas@normandie-tourisme.fr)
Cindy PIERRON (c.pierron@normandie-tourisme.fr)
François Rouxelin (f.rouxelin@normandie-tourisme.fr)