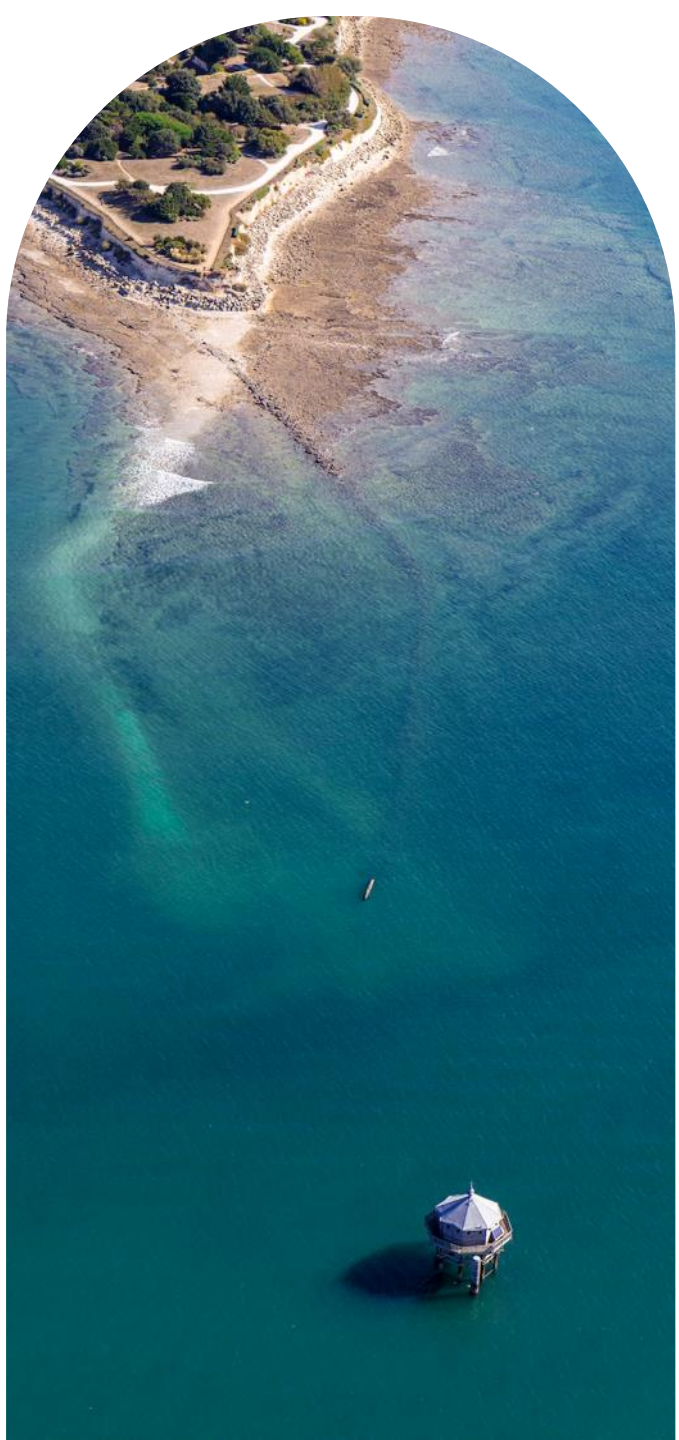


Mercredi 8 octobre 2025

BILAN DE SAISON ESTIVALE 2025

Office de tourisme La Rochelle





Sommaire

01

Indicateurs fréquentation touristique

Nuitées

Données croisées

Locations saisonnières

02

Offices de tourisme

Bilan des bureaux d'information touristique

03

Fréquentation activités de loisirs

Sites & activités touristiques

04

Transport & slow tourisme

Accès au territoire

Mobilités douces

05

À vous la parole

Agglomération rochelaise : évolution des nuitées touristiques

*hébergements marchands (hôtels, campings, locations de vacances) et non marchands (familles, amis, résidence)

Printemps
2025

+2,5%

+12,5% avril

-2,5% mai

=juin

Juillet
2025

-2,5%

-2,5% 1^{ère}
quinzaine

-5% 2^{ème}
quinzaine

Août
2025

-5%

-5% 1^{ère}
quinzaine

-5% déb. 2^{ème}
quinzaine

Top 3 origine visiteurs
juillet août Français
étrangers

Région
île de France

1



RÉGION
Nouvelle-
Aquitaine

2



Région
PAYS DE LA LOIRE

3



Source Charentes Tourisme Flux Vision Baromètre Orange Business : Flux Vision est une solution développée par Orange Business qui permet de transformer des millions d'informations techniques du réseau mobile Orange, en indicateurs statistiques afin d'analyser la fréquentation des territoires ainsi que les lieux de nuitées et d'excursions des populations.

Agglomération rochelaise : évolution des nuitées touristiques - données croisées

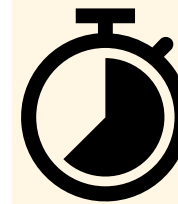
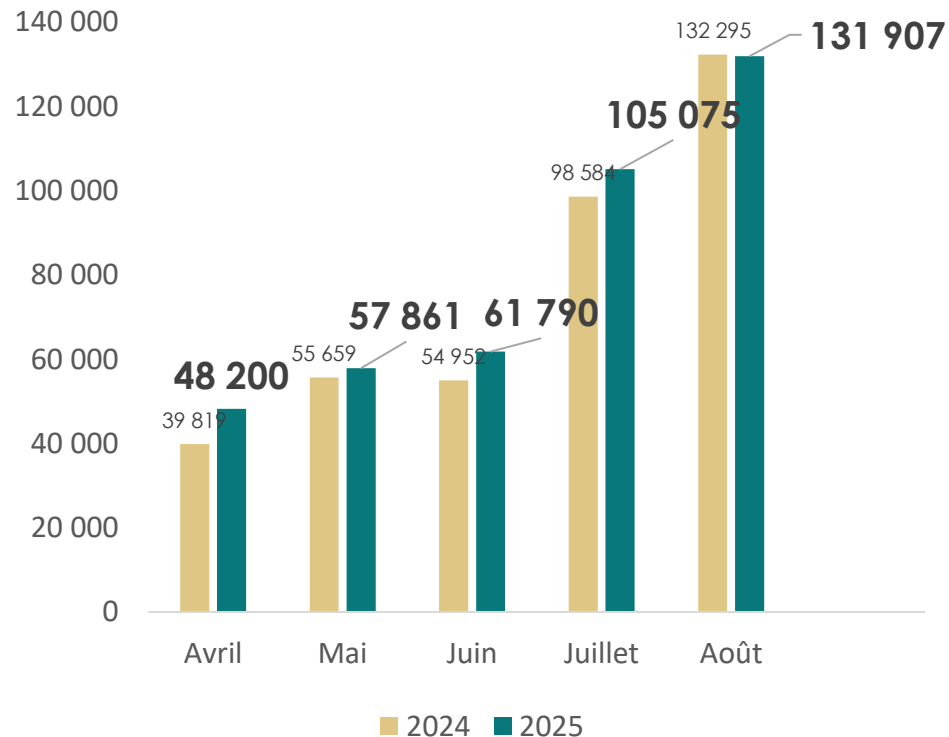
Juillet 2025

Août 2025

Nuitées marchandes et non marchandes Orange Flux Vision Charentes tourisme- mobilité téléphonique	2 661 300 nuitées	
	-2,5%	-5%
Locations saisonnières Baromètre Airdna (scrapping Airbnb & Abritel/Home Away) plateformes	236 982 nuitées réservées	
	+7% nuitées	= 2024
Hôtels Panel de 36 établissements interrogés Source Baromètre In Extenso	Taux d'occupation	
	TO 80,5%	TO 89%

Focus: locations saisonnières dans l'agglomération

Nombre de nuitées réservées/mois



Durée moyenne des séjours en juillet/août

3,9 JOURS

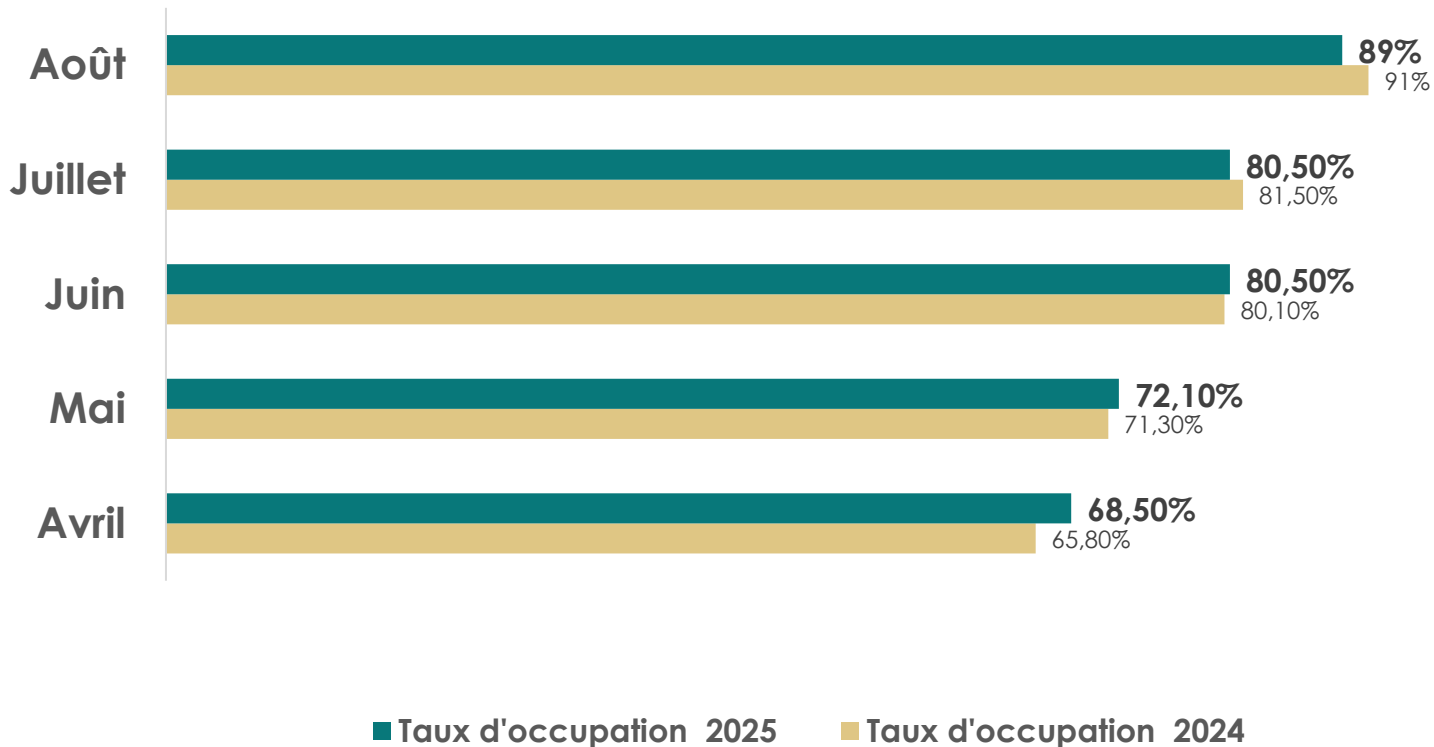
=2024

Toutes locations saisonnières confondues

404 833
nuitées
d'avril à août
+6%

Focus: l'hôtellerie dans l'agglomération

Taux d'occupation



Revenu moyen par chambre

avril à août 2025 VS/2024

Avril : **90,2€ +0,7%**

Mai : **103,7€ -2,7%**

Juin : **112,6€ +4,8%**

Juillet : **124,8€ +2,6%**

Août : **136,4€ +2,5%**

Office de tourisme : visitorat



Office de tourisme
La Rochelle

141 216 visiteurs

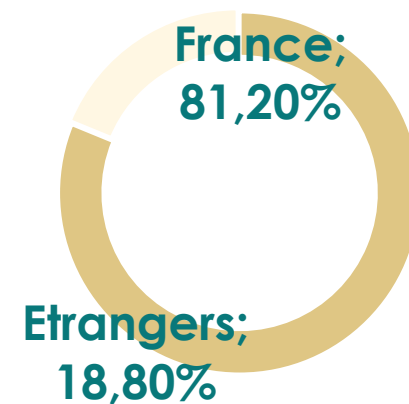
d'avril à août

-8%

Maison de la baie du Marais Poitevin

4 390 visiteurs

Provenance



Focus TOP 3

visiteurs français &
étrangers



Ile de France
Nouvelle-Aquitaine
Auvergne Rhônes Alpes



Royaume-Uni
Belgique
Allemagne

Office de tourisme : produits touristiques

Océan Pass

2707 vendus

avril à août 2025

+7% VS 2024



Visites sur larochelle- tourisme.com

1 332 305 visites

janv. à août 2025

+2% VS 2024



Visites guidées individuelles



À la Rochelle

8307 visiteurs

à août 2025

+12 VS 2024

À Esnandes : 380



TOP 3 Visites

1. La Rochelle se dévoile
2. Visite de l'hôtel de ville
3. Rondes de nuit

Musées, sites & activités : tendance juillet/août 2025

Les musées

74 004 visiteurs
+8% VS 2024

mnm
musée du Nouveau Monde

MUSEE LE BUNKER DE LA ROCHELLE

m
MUSEUM
LA ROCHELLE

MUSEE MARITIME LA ROCHELLE



Tours de la Rochelle

CENTRE DES MONUMENTS NATIONAUX

35 810 visiteurs

+9% VS 2024

Rappel fermeture tour st nicolas en juillet 2024



Loisirs

Inter Îles

Bonne saison quasi identique à N-1

Navripomer

Saison correcte, mieux que N-1

Kapalouest

Saison correcte, ailes de saison plus mitigée avec météo de septembre



Aquarium

-5% en juillet, +2% en août, à l'équilibre vs 2024, pas de baisse du panier moyen



Vertigo parc

En légère baisse

quelques épisodes météo défavorables (pluie, canicule), mai-juin ont permis de **limiter l'impact**.



Casino

en légère hausse en juillet +6%, en légère baisse en août -1,9%



Cinémas CGR

-18% sur la saison



Transport



Aéroport la Rochelle

227 599 voyageurs au 31 août,
+ **4,9 % vs 2024**

Navette cœur de ville



Fréquentation (21 juillet – 24 août 2025)

798 montées/jour en moyenne

Affluence le mercredi (marché), creux le dimanche (commerces fermés).

Usage comparable à un bus périurbain estival.

Après-midi reste le plus fréquenté

À vous la parole...

- Vos retours sur la saison
- Des questions ?
- Des bonnes initiatives mises place pour la saison à partager avec les pros ?

