



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

destinations
Nature

12 > 15 mars 2026

PARIS EXPO PORTE DE VERSAILLES

DESTINATIONS NATURE PRÉSENTE SON DÉCRYPTAGE DES

« **TENDANCES VOYAGE & ACTIVITÉS OUTDOOR 2026** »

Du 12 au 15 mars 2026, Destinations Nature s'installe à Paris Expo Porte de Versailles pour sa 41^e édition. Avec 200 exposants, plus de 47 000 visiteurs attendus et 6 500 m² d'exposition, le salon s'impose comme l'événement incontournable pour tous les passionnés de sports outdoor, experts comme novices. L'événement réunit pratiquants (trailers, randonneurs, marcheurs, trekkeurs, cyclistes), fédérations sportives, tour-opérateurs spécialisés, institutions, organisateurs d'événements sportifs, aventuriers, auteurs, influenceurs et guides partagent leurs récits, anecdotes et conseils personnalisés.

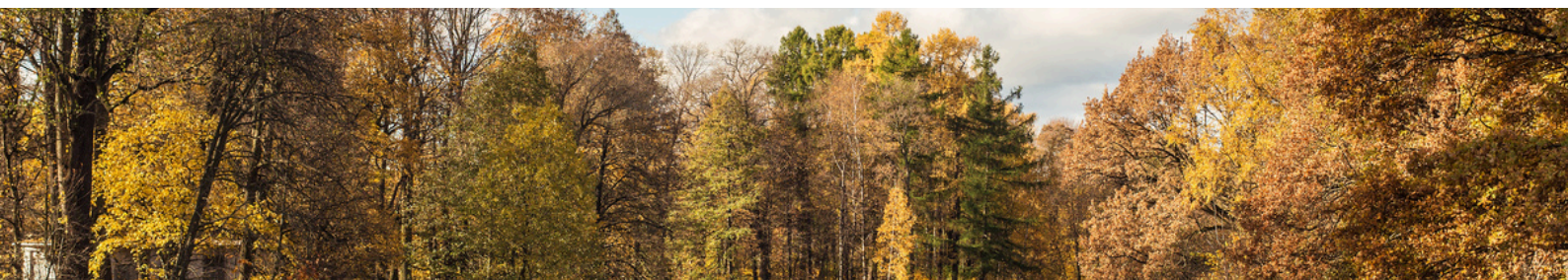
À l'occasion de son rendez-vous annuel, Destinations Nature partage son enquête* qui révèle le portrait des voyageurs outdoor : une nouvelle génération de touristes ultra-voyageuse, en quête d'authenticité et d'aventures nature.

DÉCRYPTAGE D'UN PHÉNOMÈNE QUI REDESSINE LE TOURISME OUTDOOR

Partir plus longtemps, partir mieux, partir autrement. Les pratiquants d'activités outdoor incarnent une nouvelle manière de voyager qui s'affirme : celle d'un **tourisme plus conscient**, où l'expérience prime sur le prix, où la découverte des territoires se conjugue avec le temps long, et où la quête de sens redessine les critères de choix.

L'enquête Destinations Nature 2026 dresse le portrait d'une cible de **voyageurs passionnés d'outdoor, ultra-mobiles et "early bookers"**, qui planifient leurs escapades plusieurs mois à l'avance et pour qui le voyage n'est pas un luxe occasionnel mais un véritable **mode de vie "outdoor"**. **Leurs activités outdoor sont un critère déterminant dans leur choix de voyage.**

* Enquête réalisée en novembre 2025 sur une base de 455 répondants pratiquants d'activités outdoor issus des bases newsletters des salons Destinations Nature & Mondial du Tourisme de Paris.



63 % DES RÉPONDANTS ; LES ACTIVITÉS OUTDOOR, UN CRITÈRE DÉTERMINANT DANS LE CHOIX DES DESTINATIONS

Pour **63 %** des répondants, la possibilité de **pratiquer des activités outdoor constitue un critère "très ou assez important" dans le choix de leurs week-ends et de leurs voyages.** Une pratique qui se vit avant tout à deux ou en petit comité : **62 %** des adeptes pratiquent leurs activités outdoor avec leur conjoint ou des amis, **36 %** en solo, **23 %** au sein d'un club ou d'une association, et **9 %** en famille avec leurs enfants.

RANDONNÉE ET CULTURE : LE DUO GAGNANT

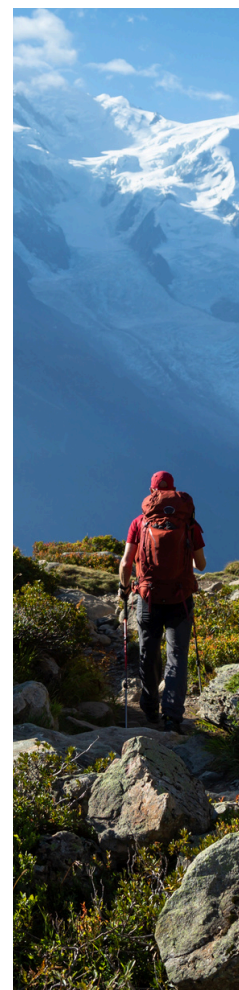
Les activités privilégiées confirment l'ADN du salon : **la randonnée reste numéro un** (**55 %** en 2026) suivie des **activités culturelles** qui progressent fortement (**50 %** en 2026 vs **43 %** en 2025, soit + 7 points).

Viennent ensuite la **gastronomie locale** (**41 %**), la découverte de la **nature** (**39 %**), les **parcs nationaux/réserves** (**30 %**), et la **plage** (**26 %** en 2026 vs **19 %** en 2025) qui reste significative mais non dominante.

La montée des activités culturelles témoigne d'une **approche de plus en plus holistique du voyage nature** : découvrir les paysages, certes, mais aussi comprendre les territoires, leurs histoires et leurs habitants.

88 % des répondants pratiquent la randonnée à pied, **25 %** la randonnée à vélo, **24 %** le ski/ski de randonnée, **14 %** les activités sportives plus intenses, **10 %** le trek, **9 %** la micro-aventure, et **7 %** le trail. Les sports en eaux vives ou nautiques concernent **7 à 10 %** des pratiquants.

En projection 2026, les activités que les visiteurs aimeraient tester sont : randonnée à pied (**40 %**), randonnée à vélo (**24 %**), randonnée fluviale (**20 %**), trek (**11 %**), activités en eaux vives (**11 %**), parapente/ULM (**10 %**), et équitation/randonnée à cheval (**10 %**).



PAYSAGES, BIEN-ÊTRE, DÉCONNEXION ET RECONNEXION À LA NATURE : CE QUI MOTIVE LES PRATIQUANTS

Les motivations des pratiquants d'activités outdoor révèlent une quête multiple. **la découverte de paysages et de destinations** arrive en tête (**71 %**), suivie par le **maintien en forme** (**41 %**) et le **contact avec la nature et la biodiversité** (**37 %**). **La recherche d'aventure et de dépassement de soi** (**13 %**), ainsi que **la quête de sens** et le **recentrage sur soi** (**10 %**) complètent ce tableau.

99 % DE DÉPARTS : QUAND PARTIR N'EST PLUS UNE OPTION UNE INTENSITÉ DE VOYAGES RECORD CHEZ LES PRATIQUANTS OUTDOOR

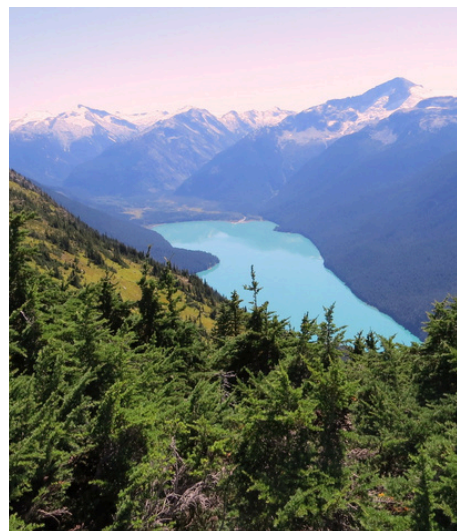
Les chiffres parlent d'eux-mêmes : **99 % des pratiquants d'activités outdoor partent en vacances en 2026**, contre 96 % en 2025. Un taux quasi universel qui témoigne d'un besoin viscéral d'évasion.

Loin des escapades express du week-end, **ces passionnés de nature préfèrent les longs séjours**. Nature **38 %** partent pour deux semaines lors de leur plus long séjour, et **55 %** s'accordent même trois semaines ou plus. Ces durées contrastent avec la moyenne nationale et révèlent une autre façon de concevoir le voyage : prendre le temps, s'immerger, vivre au rythme des paysages et des sentiers.

LES VOYAGEURS NATURE, UNE CIBLE ULTRA-MOBILE

La fréquence confirme cet engagement : **près de 75 %** de ces pratiquants outdoor partent au moins deux fois par an en France pour des séjours de plus de trois jours, tandis que 38 % s'offrent au moins deux escapades annuelles à l'étranger.

Sur les week-ends, plus de 70 % font au moins deux escapades par an en France et 36 % au moins un week-end à l'étranger. **Le voyage outdoor n'est pas un luxe occasionnel mais un mode de vie à part entière.**



TOURISME OUTDOOR : QUAND L'EXPÉRIENCE NATURE PRIME SUR LE PRIX

Le prix reste le critère numéro un mais recule significativement chez les pratiquants outdoor : 62 % le citaient en 2025 contre 51 % en 2026 (- 11 points), tandis que **la richesse culturelle, la sécurité, les conditions météo et la recherche de destinations moins connues gagnent du poids.**

Les destinations peu connues passent de 26 % à 31 % (+ 5 points), et la dimension écologique du voyage est intégrée par environ 12 % en 2026. Une évolution qui montre que le prix, bien qu'important, cède du terrain face à des critères plus qualitatifs ans le tourisme de pleine nature.

UN BUDGET VOYAGE MAÎTRISÉ PAR LES PRATIQUANTS OUTDOOR

Le budget moyen par personne (transport + hébergement) **progresses légèrement** : 1 668 € en 2025 contre 1 697 € en 2026, soit une légère hausse de **1,7 %**.

La structure reste stable (44% sous les 1 000 € de budget, environ un tiers entre 1 001€ et 2 000 €, et 21-24% au-delà de 2 000 €).

Le contexte inflationniste pèse toujours mais son impact diminue chez les voyageurs outdoor : 67% en 2026 vs 71 % en 2025, (- 4 points). Parmi les impactés, 61,8 % réduisaient leur budget en 2025 contre 59 % en 2026 (- 2,8 points), avec des ajustements moyens (20 % à la baisse et 18 % à la hausse).



L'HEXAGONE COMME DESTINATION NATURE REGAGNE DU TERRAIN

Les intentions de départ révèlent un mouvement significatif : **la France progresse de 4,2 points**. En 2026, 39 % des interrogés optent pour la France (vs 34% en 2025) et 61 % pour l'étranger (vs 66% en 2025). Un retour au local qui témoigne d'une redécouverte des territoires nationaux.

Côté France, le trio de tête reste inchangé : **Bretagne (39 %), Auvergne-Rhône-Alpes (35 %) et Région Sud (34 %)** continuent de séduire les amoureux de nature, tout comme la Normandie et l'Occitanie.

Pour l'étranger, l'Europe domine (38 % en 2026), devant l'Asie (25 %) et l'Afrique (13 %), avec **un socle fort "rando/nature"**.

Italie, Espagne, Vietnam, Canada et Japon forment le top 5 des destinations les plus recherchées par les pratiquants outdoor.

LE TRAIN EN PLEINE ACCÉLÉRATION

Le train progresse comme mode d'accès privilégié pour les voyages outdoor : **42 % en 2026** contre 34 % en 2025 (**+ 8 points**). Il reste très complémentaire de l'avion (70 % en 2026 vs 64 % en 2025) et de la voiture (33 % vs 29 %) pour rejoindre les destinations nature.

Les critères de choix du transport restent dominés par le **prix** (62 % en 2026 comme en 2025), le **temps de trajet** (43 % en 2026 contre 32 % en 2025, en forte hausse de 11 points) et l'**accessibilité/praticité** (40 % vs 45 %). **L'empreinte carbone reste non négligeable** et stable autour de 8 % dans le choix des transports pour les pratiquants outdoor.





HÉBERGEMENTS DES PRATIQUANTS OUTDOOR : LA DIVERSITÉ COMME STRATÉGIE

En termes d'hébergement, l'hôtel progresse : 64 % en 2026 se projettent à l'hôtel contre 49 % en 2025. Mais la part de "chez l'habitant/gîtes" reste très forte (39 % en 2026 vs 41 % en 2025), ainsi que les gîtes d'étapes (15 % vs 17 %) et le camping/van. Une diversité qui traduit la recherche d'expériences variées et personnalisées chez les voyageurs outdoor.

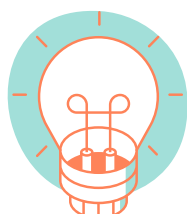
ENVIRONNEMENT : DES ACTES PLUS QUE DES MOTS POUR LES VOYAGEURS OUTDOOR

Sur l'environnement, une majorité de pratiquants outdoor déclare avoir déjà adapté ses habitudes. **Près de 52 % en 2026 ont changé au moins un aspect de leurs pratiques contre environ 47 % en 2025** (+ 5 points), qu'il s'agisse de voyager moins loin, moins souvent, plus longtemps, ou de privilégier des modes de transport ou hébergements plus verts pour leurs escapades outdoor.

Toutefois, 38 % n'ont pas changé leurs pratiques en 2026 (vs 35 % en 2025), et environ 18 % aimeraient le faire mais se heurtent au coût ou au manque de repères. Une progression qui témoigne d'une prise de conscience croissante, mais aussi de freins persistants.

SALONS ET RECOMMANDATIONS : LES VRAIS PRESCRIPTEURS

L'idée de destination vient surtout du bouche-à-oreille élargi (famille/amis, environ 30 %), des salons (26 % citent les salons ou événements comme source d'inspiration), de la presse et des sites spécialisés outdoor. Le rôle des réseaux sociaux est modéré mais réel (8 %).



LES PRATIQUANTS OUTDOOR : DES "EARLY BOOKERS" QUI ANTICIPENT TOUT

Les pratiquants outdoor sont **des planificateurs encore plus précoces** : 59 % se renseignent plus de trois mois avant leur grand séjour en 2026 (vs 56 % en 2025), dont un tiers plus de six mois à l'avance. Pour la réservation, 57 % réservent trois mois ou plus avant en 2026 (vs 52 % en 2025), ce qui les place clairement dans la catégorie des "early bookers".

ÉQUIPEMENT OUTDOOR : UN MARCHÉ EN RENOUVELLEMENT RÉGULIER

En matière d'équipement, **28 % des répondants déclarent disposer d'un équipement complet pour leurs activités outdoor**, 40 % possèdent quelques équipements, et 32 % aucun matériel spécifique. Parmi les pratiquants équipés, 30 % renouvellent leur matériel au maximum tous les deux ans, 22 % tous les trois ans, et près de 42 % au-delà de cette période.

Les magasins spécialisés constituent de très loin le canal d'achat privilégié (87 %), devant l'achat en ligne (26 %) et **les événements ou salons** (18 %). À noter que près de la moitié des répondants jugent pertinent de tester du matériel sur un salon, et un tiers d'effectuer un achat sur place.



Face à ces transformations profondes, Destinations Nature s'impose comme l'événement qui rassemble toutes ces nouvelles attentes grandeur nature !

Le mois de mars, le moment idéal pour s'inspirer et décider de sa prochaine escapade en pleine nature au printemps-été 2026.

200 exposants inspirants : ALLIBERT, AVIS EXPLORE, CAPFRANCE, CHEMINS DU SUD, CIMALP, CREUSE TOURISME, DESTINATION LUBERON, FUNDACIÓ MALLORCA TURISME, LA BOUTIQUE DU BATON, MON VOYAGE AU COSTA RICA, RESPYRENEES, SOCIETE DES AMIS DE SAINT-JACQUES DE COMPOSTELLE, TIRAWA, TONTON OUTDOOR, UCPA VENTS & VOYAGES / LA BALAGUERIE, VERBIER TOURISME, VISIT PARIS RÉGION

Des fédérations partenaires : FF Randonnée, FF Cyclisme, FF Équitation

47 000 visiteurs attendus et 1 500 spectateurs au Festival Expérience Nature

4 JOURS POUR

- Rencontrer, partager et échanger avec la communauté outdoor.
- S'équiper, tester du matériel, faire le plein de bons plans, découvrir les destinations nature tendances et profiter de séjours à prix attractifs.
- Tout savoir avec un condensé d'informations pratiques et d'inspiration pour les passionnés.

À NE PAS MANQUER SUR LE SALON

- **Le Village Vanlife** : entièrement dédié aux passionnés de vie nomade, avec le Spot Vanlife animé par Les Coflocs, créateurs de contenus experts qui partagent conseils et récits de voyages.
- **Le Village Équipement** : les dernières innovations et matériels indispensables pour la randonnée, le trekking, le trail et la marche nordique.
- **Le Village Vélo/Cyclotourisme** : les meilleures pistes cyclables, équipements et une piste cyclable pour tester le matériel.
- **Le Camp des Aventuriers** : ateliers pratiques pour apprendre à confectionner un kit de survie, organiser son sac, filtrer l'eau ou reconnaître les empreintes d'animaux.
- **L'Espace Montagne** : activités outdoor familiales et aventures sportives en altitude.
- **Le Festival Expérience Nature** : 3 jours d'évasion cinématographique

Du 13 au 15 mars, le Festival Expérience Nature, propose une sélection de films d'aventure et vanlife. Chaque projection est suivie d'échanges avec les protagonistes.

Nouveauté 2026 : la création du Prix du Jury, qui récompensera le film le plus inspirant dédié à la nature, à l'aventure et à la découverte de territoires préservés.



INFORMATIONS GÉNÉRALES



DU 12 AU 15 MARS 2026

Tous les jours de 10h00 à 19h00
Dimanche fermeture à 18h00



TARIF ENTRÉE

10 € billet prévente / 12€ sur place
Gratuit pour les moins de 18 ans.



PARIS PORTE DE VERSAILLES

1 Place de la Porte de Versailles
75015 Paris



Votre billet d'entrée vous donne également accès au Salon Mondial du Tourisme

POUR NE MANQUER AUCUN TEMPS FORT RDV SUR : WWW.DESTINATIONS-NATURE.COM



DESTINATIONS NATURE EST CO-ORGANISÉ PAR

Le Groupe Comexposium figure aujourd'hui parmi les leaders mondiaux de l'organisation d'événements professionnels et grand public. Il organise plus de 400 salons, expositions, congrès, rendez-vous one to one, dans 20 pays. Comexposium organise notamment le SIAL, premier réseau mondial d'événements des professionnels de l'agro-alimentaire, les événements Wine Paris et Vinexpo, premier réseau mondial de rencontres d'affaires dédiées aux vins et spiritueux, Who's Next, Les Assises de la cybersécurité, Foire de Paris, Rétronomie, le Salon Mondial du Chocolat ou encore les salons de l'Étudiant. Présent notamment sur les secteurs de l'agro-alimentaire et la boisson, l'orientation/éducation, la sécurité, les industries créatives, le retail/digital, les loisirs, la santé et l'automobile, Comexposium anime des communautés de professionnels et de passionnés à travers le monde, grâce à une stratégie omnicanale. Situé à Courbevoie, le Groupe emploie près de 1200 collaborateurs répartis dans ses différentes filiales. Le Groupe Comexposium est détenu à parité par SIPAC, filiale de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris Île-de-France, et Crédit Agricole Assurances.

COMEXPOSIUM



Créée en 1973, l'ASMT - Association pour le Salon Mondial du Tourisme, fondatrice de la Semaine Mondiale du Tourisme devenue Mondial du Tourisme - MAP, a pour objet de promouvoir, par tous moyens et sous toutes ses formes, "Le Salon Mondial du Tourisme" et toutes autres manifestations concernant les vacances, la culture, les affaires et les loisirs et les congrès, ainsi que l'organisation et l'animation des loisirs et du tourisme. Les fondateurs sont l'Adonet, la FEITS et les Entreprises du Voyage et ont pour partenaires : Air France - APST - SETO - SYNHORCAT - SNET - SNCF - UNAT.

Accréditations presse :

https://badge.destinations-nature.com/accueil.htm?utm_source=website&utm_medium=organic&utm_campaign=PRESE&utm_term=visiteur&utm_content=comexposium

Photographies du salon :

<https://dam.comexposium.com/web/2276383a3aca33bc/s-lection-de-photos-destinations-nature/>

CONTACTS PRESSE

Aleksandra Kaweci
O6 82 30 35 57 / aleksandra@akagencyparis.com
Elise Guerrillot
O6 87 34 21 67 / elise@leschoixdelse.com