

Communiqué de presse, juin 2025

Étude FRANCE THALASSO / SOCIOVISION

LA THALASSOTHÉRAPIE : LES RAISONS D'UN SUCCÈS

PRENDRE SOIN DE SOI DANS UN MONDE SOUS PRESSION

Étude sur l'attrait croissant exercé par la mer et ses bienfaits sur les Français

Source : Étude France Thalasso / Sociovision sur les tendances du bien-être et la perception des séjours de thalassothérapie. Les données ont été recueillies en ligne du 2 au 4 avril 2025, auprès d'un échantillon représentatif de 1 000 personnes âgées de 18 à 75 ans. Une première vague d'étude a été réalisée en mars 2022.

Ces dernières années ont éveillé chez les Français une nouvelle conscience de leurs besoins essentiels et beaucoup aspirent à davantage de sérénité, de recul et de recentrage sur soi. Ce désir de ralentir et de se reconnecter à l'essentiel s'impose de plus en plus comme une priorité de vie.

Dans ce contexte, les séjours en bord de mer ne sont plus de simples parenthèses de loisir : ce sont de véritables ressources de bien-être et s'imposent désormais comme des réponses aux besoins de santé physique et mentale des individus. Un vent nouveau souffle sur l'art de vivre : celui du temps pour soi, du calme retrouvé et de l'équilibre personnel.

LES FRANÇAIS N'ONT JAMAIS EU AUTANT BESOIN DE SE FAIRE DU BIEN

Premier enseignement de l'étude : **aujourd'hui, les Français s'efforcent, par tous les moyens, d'alléger leur quotidien pour préserver leur santé physique et mentale.**

70% d'entre eux voudraient « prendre la vie de façon plus légère », un chiffre en forte augmentation ces dernières années (+11 points depuis 2013). Pour plus de la moitié des personnes interrogées (54%), ralentir leur rythme de vie est devenue une priorité.

Ainsi 62% des Français déclarent « passer de plus en plus de temps à prendre soin d'eux-mêmes pour être bien », une proportion en augmentation de 4 points par rapport à 2022.

Fait révélateur : afin d'atteindre cet objectif de bien-être, 85% affirment avoir « besoin d'un séjour dans un cadre apaisant (bord de mer, lumière douce, ambiance zen...) ».

LA MER, UN LIEU POUR S'EVADER, SE RESSOURCER ET SE RECONNECTER

Dans ce contexte, la mer s'impose, plus que jamais, comme la destination préférée des Français. Une popularité croissante, puisque **60% des Français choisiraient la mer comme destination si on leur offrait un week-end**, un nombre en progression de 9 points par rapport à 2022. Signe de la force de cette attraction, la mer est loin devant la montagne (21%) ou la campagne (14%).

Si la mer jouit d'une telle faveur, c'est qu'elle répond aujourd'hui à plusieurs aspirations centrales des Français. L'étude permet de révéler quatre vertus qui lui sont associées par les Français, des valeurs en forte progression ces dernières années :

- **La mer est un lieu de ressourcement** : 58% des personnes interrogées considèrent la mer comme un « endroit pour se ressourcer, se faire du bien » (+13 points vs. 2022).
- **La mer est une source d'évasion** : 47% la perçoivent comme un lieu pour s'évader du quotidien (+7 points vs. 2022)
- **La mer est un lieu de reconnexion à la nature** : 41% l'envisagent comme un « lieu pour se reconnecter à la nature et aux éléments naturels » (+12 points vs. 2022).
- **La mer est un lieu de reconnexion à soi** : 30% considèrent la mer comme un « lieu pour se reconnecter à soi-même » (+9 points vs. 2022).

Ces bienfaits sur le bien-être s'accompagnent de bénéfices tangibles sur la santé. En effet, une autre caractéristique de la mer, également plébiscitée par les Français, réside dans ses effets bénéfiques sur la santé. **Ainsi 75% des Français déclarent que « l'eau de mer exerce une influence très positive sur leur santé ».**

C'est la raison pour laquelle certaines activités proposées par les établissements en bord de mer suscitent un très vif intérêt. C'est le cas des **balades en bord de mer plébiscitées par 88% des personnes interrogées et des soins à base d'eau de mer salués par 80% des Français.** À souligner : 65% considèrent les enveloppements d'algues comme une source de plaisir.

Si la mer attire tant, c'est qu'elle permet de se faire plaisir tout en se faisant du bien : 84% des Français le reconnaissent : ils cherchent de plus en plus « à prendre soin de leur santé tout en se faisant plaisir ».

LA THALASSOTHÉRAPIE, DES VERTUS ENCORE MÉCONNUES

Si le littoral séduit de plus en plus, les véritables atouts de l'eau de mer restent néanmoins encore sous-estimés par les Français. En effet, bien que 71% aient déjà entendu parler de la thalassothérapie, moins d'un tiers savent qu'elle repose exclusivement sur l'usage d'eau de mer (27%). **Et seuls 9% des Français savent que l'eau de mer est l'eau la plus riche en sels minéraux, ce qui traduit une forte méconnaissance des bénéfices de l'eau de mer.**

Pourtant, l'intérêt pour la thalassothérapie progresse : un Français sur deux se dit aujourd'hui prêt à vivre une expérience de thalassothérapie (52%), soit une progression de 5 points par rapport à 2022.

Autre tendance qui devrait favoriser l'intérêt pour la thalassothérapie dans les années qui viennent : dans le rapport à la mer, la santé comme remède compte de plus en plus. En effet, ce qui attire de plus en plus les Français dans un séjour à la mer, c'est d'abord la possibilité de lutter contre des états de stress et d'anxiété (63%, +2 points vs. 2022), de combattre les douleurs musculaires (52%) et comme remède à la fatigue physique (42%, +9 points).

LA GÉNÉRATION Z : LES NOUVELLES VOIX DU BIEN-ÊTRE

La « génération Z » (les 18-28 ans) s'affirme comme une génération particulièrement intéressée par les questions de bien-être et de santé.

- **Une génération qui associe santé et plaisir.** 87% souhaitent « prendre soin de leur santé tout en se faisant plaisir » et la même proportion (87%) reconnaît que, dans les établissements de thalassothérapie, « on prend soin de sa santé tout en se faisant plaisir ».
- **Une génération experte.** L'expertise sur ces sujets de cette génération est un trait caractéristique : 50% aiment « donner des conseils à leur entourage » (vs. 39% de la population française), 47% prennent du plaisir à « partager leurs expériences bien-être sur les réseaux sociaux » (vs. 32 %), et une majorité consulte régulièrement des contenus sur le bien-être physique (63%) et mental (58%).
- **Une génération ouverte aux approches naturelles.** Plus curieuse et plus ouverte, cette génération s'intéresse davantage aux approches naturelles et aux médecines alternatives. Ainsi 72% privilégient les produits à base d'ingrédients naturels comme les plantes, les huiles essentiels ou les sels minéraux (vs. 68% de la population française) et 60% s'intéressent aux médecines douces (vs. 58%).
- **La génération Z est également en quête de solutions plus personnalisées et connectées :** 68% souhaitent des programmes de santé adaptés à leurs besoins (vs. 59% de la population française), et 48% utilisent des objets connectés ou des applis de suivi de santé et de bien-être (vs. 35%).

Pour toutes ces raisons, influente et précurseur, cette génération se révèle être un moteur d'influence, et représente une opportunité pour développer de nouvelles formes de bien-être.

Le Docteur Marie Perez Siscar, Présidente de France Thalasso déclare « *Jamais les Français n'ont eu autant besoin de se faire du bien. Ce que révèle cette étude, c'est une transformation profonde de notre rapport au temps, à la santé et au bien-être. Et c'est vers la mer que les Français se tournent spontanément pour répondre à ce besoin d'apaisement et de reconnexion. Il est temps de mieux faire connaître les atouts scientifiques de la thalasso, sa capacité à soulager le stress, à renforcer l'immunité, à apaiser les douleurs... À France Thalasso, nous sommes convaincus que la mer a un rôle central à jouer dans les solutions de santé de demain. Notre mission est de rendre ces bienfaits accessibles à tous, dans des lieux d'exception, où l'on prend soin du corps autant que de l'esprit.* »

<https://france-thalasso.com>

A propos de France Thalasso : En 1986, devant le développement des centres de thalassothérapie en France, médecins, scientifiques et dirigeants d'institut de thalassothérapie créent la Fédération Internationale de Thalassothérapie. Le 1^{er} février 2008, la Fédération Internationale de la Thalassothérapie et le Syndicat National Professionnel de la Thalassothérapie se sont regroupés sous une seule entité : France Thalasso. Organisme garant du respect de l'appellation « Thalassothérapie » et des valeurs fondamentales de la Thalasso : utilisation de l'eau de mer naturelle, site privilégié en bordure de mer, France Thalasso représente auprès du grand public et des organismes officiels, les centres de Thalassothérapie qui adhèrent à sa [charte qualité et à sa Norme Expérimentale AFNOR](#)