

Le tourisme en 2010

Embellie pour les hôtels, beau fixe pour les campings

Séverine Francastel, direction générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services et Dominique Pallez, pôle de compétence Tourisme, Insee

Fortement affectée par la crise économique de 2009, la fréquentation des hôtels redémarre en 2010.

Dans les campings, elle ne cesse d'augmenter depuis 2008.

La clientèle étrangère contribue à la hausse de fréquentation de ces deux types d'hébergements. Signe de la reprise économique amorcée début 2010, la clientèle d'affaires fréquente davantage les hôtels qu'en 2009.

Hôtels ou campings, les établissements les plus confortables sont plus recherchés. Et au sein des campings, les clients se tournent de plus en plus vers les emplacements avec habitations légères (chalets, bungalows, ...). Les campings accentuent donc leur offre pour ce type d'emplacements.

Les hôtels situés en ville, et plus particulièrement à Paris, sont les grands bénéficiaires de cette reprise. Plus que les années passées, le littoral atlantique et les massifs montagneux ont attiré les campeurs de 2010.

En 2010, le nombre de nuitées (*définitions*) progresse de 2,2 % dans les hôtels et de 0,9 %

dans les campings (*tableau 1*). Conséquence de la crise économique, les touristes étrangers avaient boudé la France en 2009 ; ils y reviennent en partie en 2010. Leur fréquentation (*définitions*) augmente de 2,8 % pour les hôtels, après - 11,1 % en 2009, et de 1,0 % pour les campings, après - 1,1 %. Les touristes français sont également plus nombreux : + 2,0 % dans les hôtels et + 0,8 % dans les campings. La fréquentation hôtelière de 2010 est donc supérieure à celle de 2009, et ce presque tous les mois : mars, après de mauvais résultats en 2008 et 2009, retrouve quelques couleurs ; il en est de même pour juin et juillet avec respectivement + 5,9 % et + 2,9 %. Dans les campings, c'est en juillet et en août que la progression est la plus marquée, le début et la fin de la saison (*définitions*) étant comparables à ceux de 2009.

Pour l'hôtellerie, la croissance de 2010 s'appuie sur l'augmentation du nombre de séjours (*définitions*) (+ 1,8 %). Pour les campings, elle s'explique par la plus longue durée des séjours sur les emplacements locatifs (*définitions*).

Depuis 2008, la fréquentation des campings est repartie à la hausse, essentiellement grâce à la clientèle française (+ 6,9 % en 7 ans). Quant à la clientèle étrangère, elle n'a pas retrouvé son niveau de 2003.

En 2010, la fréquentation dans les hôtels est comparable à celle des années 2005-2006, sans atteindre les hauts niveaux de 2007 et

1 Fréquentation touristique dans les hôtels et les campings en France métropolitaine

	Nuitées*				Séjours*			
	Nombre de nuitées en 2010	Évolution 2009-2010 du nombre de nuitées	Évolution 2009-2010 des nuitées des touristes en provenance...		Nombre de séjours en 2010	Évolution 2009-2010 du nombre de séjours	Durée moyenne des séjours	
			de France	de l'étranger			2009	2010
(en millions)	(en %)	(en %)		(en millions)	(en %)	(en nuitées)		
Hôtels								
Année 2010	192,2	2,2	2,0	2,8	105,5	1,8	1,81	1,82
Saison** 2010	100,3	2,9	1,7	5,0	54,0	2,5	1,85	1,86
Campings (saison** 2010)	103,8	0,9	0,8	1,0	19,2	-0,1	5,33	5,41
Emplacements nus*	61,6	-3,3	-5,2	-0,2	13,4	-3,0	4,61	4,61
Emplacements locatifs*	42,2	7,5	8,9	3,7	5,8	7,0	7,15	7,23
Ensemble (saison** 2010)	204,1	1,9	1,3	3,0	73,2	1,8	2,78	2,79

* voir définitions.

** Saison : période de mai à septembre.

Sources : Insee, DGCIS, partenaires régionaux, enquêtes de fréquentation hôtelière et dans les campings.

2008. Comme pour les campings, elle est supérieure à celle de 2003 (+ 2,2 points), mais avec une clientèle étrangère moins présente qu'en 2003 ou 2007.

L'hôtellerie profite du retour de la croissance

En 2010, 192,2 millions de nuitées ont été passées dans les hôtels, pour 105,5 millions de séjours. La durée moyenne des séjours reste stable, un peu moins de deux nuitées. La hausse de la fréquentation n'a pas permis d'effacer complètement la forte baisse de 2009 (- 4,9 %) ni, *a fortiori*, de retrouver le niveau record de fréquentation de 2007 (198,9 millions de nuitées).

L'augmentation du nombre de nuitées passées par la clientèle d'affaires dans les hôtels (+ 4,6 %) explique à elle seule 87 % de la croissance de 2010. Cela reflète la sortie de crise économique amorcée début 2010. La clientèle étrangère a également été un moteur de cette reprise. Avec une augmentation des nuitées de 2,8 %, elle contribue à 40 % de la croissance. En 2010, la fréquentation de la clientèle française augmente moins (+ 2,0 %), mais elle contribue davantage à la croissance (pour 60 %) : avec 127,3 millions de nuitées, elle représente en effet les deux tiers des nuitées des hôtels.

Toutes les catégories d'hôtels profitent de la reprise de la fréquentation. Et, en 2010, leurs taux d'occupation (*définitions*) augmentent, mais restent inférieurs à ceux de 2007 et 2008. Le nombre de nuitées augmente de 3,7 % pour les 3 étoiles et de 12,0 % pour les 4 et 5 étoiles. Ces hôtels haut de gamme ont à la fois pu développer leur parc et leur taux d'occupation. À l'inverse, les hôtels de 0 à 2 étoiles ont dû réduire leur offre pour pouvoir accroître leur rentabilité (*tableau 2*).

2 Parc et fréquentation des hôtels

Catégorie	Parc		Fréquentation*		Taux d'occupation*	
	Nombre de chambres au 1 ^{er} janvier 2011	Évolution 2009-2010 (en %)	Nombre de nuitées* en 2010 (en millions)	Évolution 2009-2010 (en %)	Taux en 2010 (en %)	Évolution 2009-2010 (en points)
0 et 1 étoile	108 183	- 0,7	35,1	0,3	60,4	0,7
2 étoiles	260 423	- 0,8	75,9	- 0,7	56,7	0,3
3 étoiles	182 292	4,5	56,5	3,7	60,5	2,1
4 et 5 étoiles	72 105	8,3	24,6	12,0	65,1	4,1
Ensemble	623 003	1,7	192,2	2,2	59,4	1,3

* voir définitions.

Sources : Insee, DGCIS, partenaires régionaux, enquêtes de fréquentation hôtelière.

Afflux de la clientèle étrangère lointaine dans les hôtels

L'afflux de la clientèle étrangère lointaine (*tableau 3*), notamment en provenance des nouvelles puissances économiques, est particulièrement fort : + 45 % pour les nuitées des touristes chinois entre 2009 et 2010, + 28 % pour les Sud-Américains ou encore + 23 % pour les touristes du Proche et Moyen-Orient.

Les nuitées des clients européens sont en légère baisse par rapport à 2009 (- 0,2 %). Là encore, la fréquentation des Européens les plus éloignés de la France augmente le plus : + 9,6 % pour les nuitées des touristes des pays du nord de l'Europe, + 13,2 % pour ceux des pays d'Europe centrale et orientale et + 28,3 % pour les Russes.

À l'inverse, la clientèle plus habituelle des pays limitrophes est moins présente qu'en 2009. Les nuitées de la clientèle du Royaume-Uni, traditionnellement la plus importante, diminuent encore fortement en 2010 (- 6,7 %). En 2005, elles représentaient 21,7 % des nuitées étrangères en France, et seulement 16,6 % en 2009. Seules l'Espagne et l'Allemagne font exception, leur fréquentation progressant respectivement de 3,3 % et de 1,7 % sur un an.

Campings : le choix du confort de plus en plus fréquent

103,8 millions de nuitées ont été passées dans les campings entre mai et septembre 2010, contre 102,9 millions au cours de la même période en 2009. D'un côté, la fréquentation touristique des emplacements nus (*définitions*) diminue de 3,3 % alors que, de l'autre, celle des emplacements locatifs augmente de 7,5 %.

Des évolutions contradictoires de ce type s'étaient déjà produites par le passé. Seule l'année 2009 fait figure d'exception : en effet, au plus fort de la crise économique, la fréquentation touristique sur les emplacements nus avait, elle aussi, progressé de 3 %.

Les gestionnaires d'établissement ont anticipé ces évolutions, en réduisant leur offre en emplacements nus (- 2,6 % après - 2,2 % en 2009) et en augmentant de 4,5 % les capacités en emplacements locatifs. Deux tiers des emplacements locatifs supplémentaires sont situés dans trois régions : Languedoc-Roussillon, Aquitaine et Rhône-Alpes.

Tout comme pour les hôtels, la fréquentation des campings les moins étoilés diminue, alors que celle des établissements de haut standing progresse : respectivement - 3,3 % et - 2,4 % pour les campings de 1 et 2 étoiles, contre + 2,0 % et + 2,6 % pour les 3 et 4 étoiles (*tableau 4*).

Là encore, les campings adaptent leur offre : dans un contexte général de réduction (- 1,0 % toutes catégories confondues), seule l'offre des 4 étoiles reste stable. En 2010, les campings de 3 et 4 étoiles offrent 59 % des emplacements et concentrent 72 % de la fréquentation.

Les campings les plus confortables sont également les plus équipés en emplacements locatifs : 41,6 % des emplacements sont locatifs dans les 4 étoiles, contre 10,7 % dans les établissements d'une étoile. Ce mouvement s'amplifie, puisqu'en 2010 les deux tiers des nouveaux emplacements locatifs sont créés dans les campings 3 et 4 étoiles.

3 Provenance des clientèles étrangères des hôtels

Provenance	Nuitées* en 2010 (en millions)	Évolution 2009-2010 (en %)
Europe	47,5	- 0,2
Royaume-Uni	10,8	- 6,7
Allemagne	6,0	1,7
Italie	6,4	- 1,8
Belgique	5,2	- 1,9
Espagne	5,1	3,3
Amérique	8,9	9,1
États-Unis	5,7	3,4
Asie / Océanie	7,4	15,7
Chine	1,1	44,8
Afrique	1,1	7,0
Ensemble	65,0	2,8

* voir définitions.

Sources : Insee, DGCIS, partenaires régionaux, enquêtes de fréquentation hôtelière.

Comme le nombre d'emplacements diminue et que la fréquentation des campings progresse, les taux d'occupation augmentent (+ 0,3 point), mais seuls les établissements les plus confortables en bénéficient.

Des séjours plus confortables et plus longs

19,2 millions de touristes (12,1 millions en provenance de la France et 7,1 millions de l'étranger) ont fréquenté les campings de la métropole en 2010. Les séjours durent en moyenne 5,4 nuitées. Le nombre de touristes reste stable, c'est l'allongement de la durée des séjours qui fait croître la fréquentation des campings. Les séjours sur emplacements locatifs, d'une durée plus importante, sont préférés aux séjours sur emplacements nus. En 2010, quel que soit le type d'emplacement, les séjours des étrangers ont été plus longs qu'en 2009, tandis que ceux des Français étaient de plus courte durée.

Un tiers des touristes fréquentant les campings sont étrangers. Parmi eux, 98 % sont des Européens, dont 42 % originaires des seuls Pays-Bas (*graphique*). Entre 2009 et 2010, la fréquentation des

touristes étrangers progresse, hormis pour ceux originaires d'Allemagne. Fait marquant, à l'inverse de ce qui se passe dans l'hôtellerie, les Britanniques reviennent passer leurs vacances dans les campings français, après une année de recul important.

Record de fréquentation pour les hôtels d'Île-de-France

Pour l'hôtellerie, l'année 2010 s'avère particulièrement bonne en Île-de-France (+ 5,7 % de fréquentation) sous l'afflux conjugué des clientèles française et étrangère (*carte 1*). Avec 66 millions de nuitées en 2010, la région capitale contribue à elle seule à 85 % de la hausse de fréquentation en métropole. Après la baisse de 2009, l'Île-de-France atteint ainsi son plus haut niveau de fréquentation depuis 2005.

La région Provence - Alpes - Côte d'Azur (Paca) est la deuxième par ordre d'importance en termes de fréquentation pour l'hôtellerie. Son nombre de nuitées croît de 2,7 %, ce qui ne compense qu'en partie la baisse de 6,4 % de l'année précédente. Les Français, mais davantage encore les étrangers, y sont venus en plus grand nombre.

En Rhône-Alpes, troisième région « hôtelière », la fréquentation des touristes français, mais également étrangers, baisse légèrement (- 0,6 % et - 0,8 %), et ce à l'instar de l'ensemble des régions de montagne.

Dans les autres régions, la fréquentation hôtelière est plus dynamique à l'est de l'Île-de-France. Elle est particulièrement élevée en Bourgogne (+ 5,2 %), grâce à une forte augmentation de la fréquentation des étrangers (+ 7,8 %). Dans les régions de la moitié ouest de la France, la fréquentation diminue. Seules l'Aquitaine et la Basse-Normandie font exception.

Après la forte baisse de 2009, l'espace urbain suscite de nouveau l'intérêt des touristes (+ 2,4 %). Sur le littoral, seules la côte méditerranéenne et la Corse bénéficient d'un afflux de clientèle. Enfin, les massifs montagneux, et tout particulièrement les Pyrénées (- 7,2 %), sont moins prisés qu'en 2009.

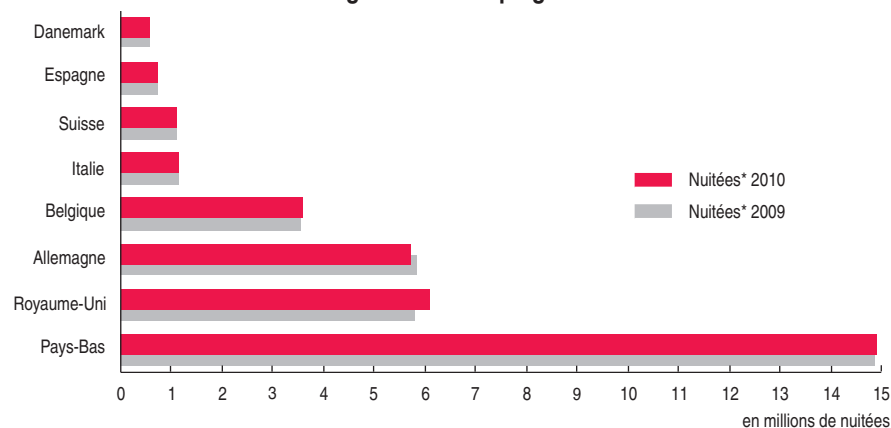
Campings : une saison favorable sur le littoral atlantique

Dans les campings, la saison d'été 2010 est très positive pour le littoral atlantique. L'activité touristique a été particulièrement favorable en Aquitaine, dans les Pays de la Loire et en Basse-Normandie grâce, notamment, à une présence plus importante des touristes étrangers (*carte 2*). Seul le Poitou-Charentes fait exception : son image aura sans doute été affectée ponctuellement par les ravages de la tempête Xynthia, fin février 2010. Les étrangers y sont certes venus en plus grand nombre, mais pas suffisamment pour combler le recul de la fréquentation des Français.

La fréquentation sur le littoral méditerranéen diminue en 2010 : les campings de la région Paca comptent en effet 3,6 % de nuitées en moins, contrairement aux hôtels de cette région. Cette désaffection est le fait des touristes français comme des touristes étrangers. En Languedoc-Roussillon et en Corse, la fréquentation est restée proche du niveau atteint en 2009.

La saison 2010 a également été favorable en montagne : 1,7 % de nuitées supplémentaires pour l'ensemble des massifs et 3,2 % en plus pour les seuls touristes en provenance de l'étranger. L'espace rural et l'espace urbain ont enregistré respectivement des hausses de 2,5 % et 2,2 %.

Provenance des clientèles étrangères des campings



* voir définitions.

Sources : Insee, DGCS, enquête de fréquentation dans les campings.

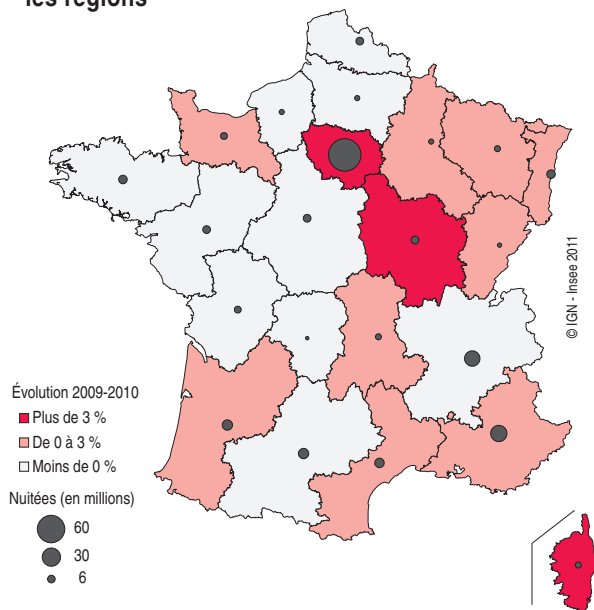
4 Parc et fréquentation des campings

Catégorie	Parc		Fréquentation*		Taux d'occupation*	
	Nombre d'emplacements au 1 ^{er} janvier 2011	Évolution 2009-2010 (en %)	Nombre de nuitées* en 2010 (en millions)	Évolution 2009-2010 (en %)	Taux en 2010 (en %)	Évolution 2009-2010 (en points)
0 et 1 étoile	47 699	-2,8	4,2	-3,3	25,8	-0,6
2 étoiles	237 307	-1,8	25,1	-2,4	29,2	-0,5
3 étoiles	267 763	-0,7	42,6	2,0	35,6	0,6
4 étoiles	147 176	0,0	32,0	2,6	44,1	1,1
Ensemble	699 945	-1,0	103,8	0,9	34,9	0,3

* voir définitions.

Sources : Insee, DGCS, enquêtes de fréquentation dans les campings.

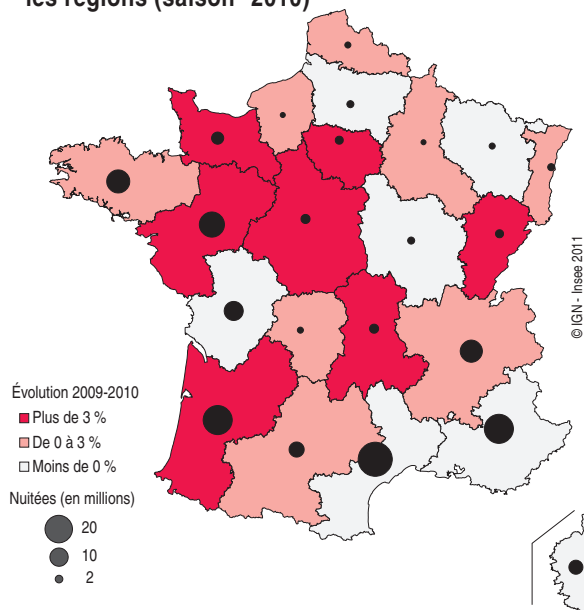
① Fréquentation* dans les hôtels en 2010 selon les régions



* voir définitions.

Sources : Insee, DGCIS, partenaires régionaux, enquêtes de fréquentation hôtelière.

② Fréquentation* dans les campings en 2010 selon les régions (saison* 2010)



* voir définitions.

Sources : Insee, DGCIS, enquêtes de fréquentation dans les campings.

Sources

L'enquête de fréquentation hôtelière est effectuée mensuellement auprès des hôtels de tourisme classés (de 0 à 5 étoiles) et des hôtels de chaîne (classés ou non). Elle est réalisée en partenariat par l'Insee et la direction générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DGCIS). Dans la plupart des régions, elle bénéficie d'une extension d'échantillon financée par les partenaires locaux du tourisme.

L'enquête de fréquentation dans les campings (hôtellerie de plein air) relève également d'un partenariat entre l'Insee et la DGCIS. L'ensemble des campings classés (de 1 à 4 étoiles) possédant au moins un emplacement de passage (définitions) est interrogé mensuellement au cours de la saison d'été (de mai à septembre). Les campings possédant uniquement des emplacements loués à l'année ne sont pas enquêtés.

Les résultats figurant dans cette publication sont définitifs pour les campings ; pour les hôtels, les résultats des deux derniers

mois de l'année sont provisoires. Les enquêtes campings ont été rénovées en 2003 et les enquêtes hôtels en 2005. Les séries hôtels ont été réropolées jusqu'en 2003.

Définitions

Les nuitées (ou fréquentation) correspondent au nombre total de nuits passées par les clients dans un hôtel ou un camping ; un couple séjournant trois nuits consécutives dans un hôtel compte ainsi pour six nuitées, de même que six personnes ne séjournant qu'une nuit. La fréquentation des campings est observée uniquement entre mai et septembre, période autrement appelée **saison**.

Le nombre de séjours (ou arrivées) correspond au nombre de clients différents séjournant une ou plusieurs nuits consécutives dans le même hôtel ou le même camping.

Un emplacement de passage est un emplacement destiné à une clientèle touristique n'y élisant pas domicile. Il peut

être **nu** ou **locatif**, c'est-à-dire équipé d'un hébergement léger du type chalet, bungalow, mobile-home ou habitation légère de loisir.

Le **taux d'occupation** est le rapport du nombre de chambres (ou d'emplacements) occupées au nombre de chambres (ou d'emplacements) effectivement offertes sur une période donnée (c'est-à-dire en excluant les fermetures saisonnières).

Bibliographie

Pallez D., « 2009 : une saison très favorable pour les campings, une année difficile pour l'hôtellerie », *Insee Première* n° 1296, mai 2010.

Doguet B., « 2009 : une année difficile pour l'hôtellerie de tourisme, alors que le camping gagne du terrain », *Le 4 pages de la DGCIS* n° 9, mai 2010.

Insee et direction du Tourisme, « Le tourisme en France », *Insee Références*, édition 2008.

INSEE PREMIERE figure dès sa parution sur le site Internet de l'Insee : www.insee.fr (rubrique Publications)

Pour vous abonner aux avis de parution : <http://www.insee.fr/fr/publications-et-services/default.asp?page=abonnements/liste-abonnements.htm>

BULLETIN D'ABONNEMENT A INSEE PREMIERE

À RETOURNER À : INSEE/CNGP, Service Abonnement - B.P. 402 - 80004 Amiens CEDEX 1
Tél. : 03 22 97 31 70 Fax : 03 22 97 31 73

OUI, je souhaite m'abonner à INSEE PREMIERE - Tarif 2011

Abonnement annuel : 81 € (France) 101 € (Étranger)

Nom ou raison sociale : _____ Activité : _____

Adresse : _____

Ci-joint mon règlement en Euros par chèque à l'ordre de l'INSEE : _____ €.

Date : _____ Signature

Direction Générale :
18, Bd Adolphe-Pinard
75675 Paris cedex 14
Directeur de la publication :
Jean-Philippe Cotis
Rédacteur en chef :
Gilles Rotman
Rédacteurs :
L. Bellin, A.-C. Morin,
C. Perrel, C. Pfister
Maquette : S. Couturaud
Impression : Jouve
Code Sage IP111344
ISSN 0997 - 3192
© INSEE 2011

INSEE
INSTITUT NATIONAL
DE LA STATISTIQUE
ET DES ÉTUDES
ÉCONOMIQUES