

ENTREPRISES..

En Limousin, les aides au tourisme accompagnent la montée en gamme de l'hébergement

Entre 2001 et 2009, la Région Limousin a appuyé financièrement les projets d'équipement ou de modernisation d'un hôtel sur quatre et d'un camping sur six.

La montée en gamme et une meilleure fréquentation sont un objectif de la politique touristique régionale.

Les structures aidées offrent plus de confort et de prestations que les autres et affichent des tarifs supérieurs. Elles bénéficient d'une meilleure fréquentation.

Les hôtels aidés ont de meilleures performances commerciales mais des investissements récents, donc un endettement plus élevé.

Entre 2001 et 2009, la Région Limousin et ses partenaires ont soutenu près de 330 projets liés aux hébergements touristiques dont 180 dans les hôtels et les campings. Près de 60 hôtels et plus de 30 campings ont ainsi reçu un appui financier pour s'installer, s'agrandir, se moderniser, créer un site Internet...

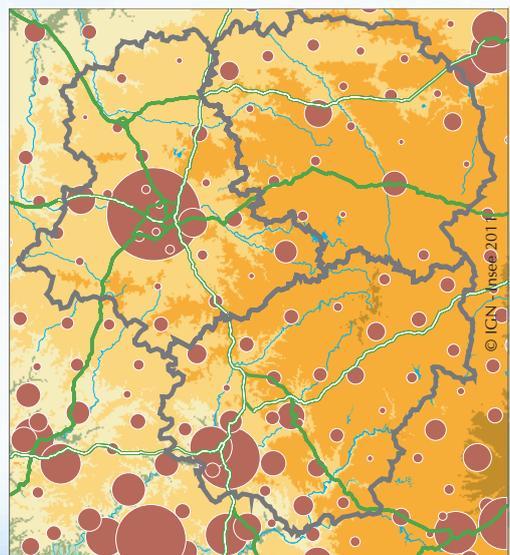
Un hôtel sur quatre, un camping sur six

Dans la région, en neuf ans, près d'un hôtel sur quatre et un camping sur six ont donc reçu une aide.

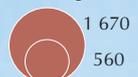
Début 2010, le Limousin compte près de 260 hôtels, offrant au total quelque 5 600 chambres (hôtels homologués et hôtels de chaîne). Ces hôtels sont en moyenne moins grands et moins étoilés qu'en France. Un hôtel limousin sur neuf affiche « 3 ou 4 étoiles », contre plus d'un sur quatre au niveau national. Les établissements adhérant à des chaînes de type « label », telles

que Logis, sont nombreux en Limousin, contrairement aux hôtels de chaîne filiales d'un groupe hôtelier.

L'offre hôtelière se concentre dans les agglomérations de Corrèze et de Haute-Vienne

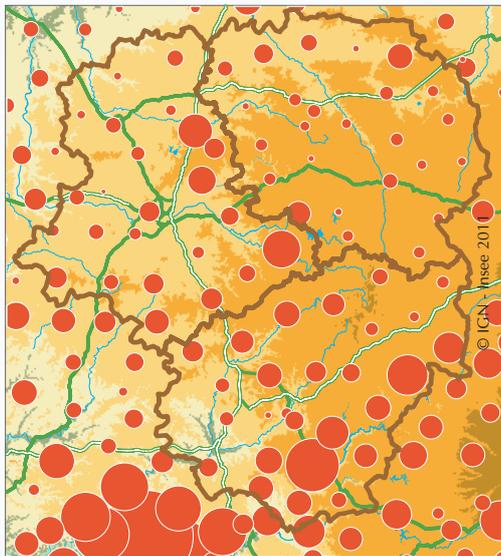


Nombre de chambres d'hôtels, par canton, début 2010
Hôtels homologués et hôtels de chaîne non homologués



Source : Insee - Direction du Tourisme - Partenaires régionaux

La Corrèze accueille la moitié des emplacements de camping du Limousin



Nombre d'emplacements de passage dans les campings, par canton, en 2009
Campings classés



Source : Insee - Direction du Tourisme - Partenaires régionaux

En 2008, les hôtels limousins ont employé entre 1 200 et 1 700 salariés au total, selon le jour de l'année. En juillet et août, les hôtels emploient, dans l'ensemble, près de 30 % de salariés de plus qu'en hiver.

Les résultats économiques du secteur sont contrastés. En 2007, un hôtel sur quatre enregistre un déficit annuel d'exploitation ou alors supporte une dette plus de cinq fois supérieure à l'excédent qui résulte de son exploitation courante. À l'opposé, un hôtel sur quatre affiche de bons résultats.

Les plus grands hôtels, à partir de 25 chambres, ont une meilleure rentabilité commerciale : rapporté au chiffre d'affaires, ils dégagent plus d'excédent de leur exploitation courante que les hôtels de taille moyenne. Il en est de même, à l'autre extrémité, pour les plus petits hôtels, ceux qui offrent moins de 10 chambres : les charges de personnel pèsent moins sur leur chiffre d'affaires, et ils sont moins endettés que les autres.

Des hôtels aidés plus étoilés

En 2010, les hôtels qui ont reçu une aide financière par le passé se distinguent de ceux qui n'ont pas été aidés, par le confort ou la fréquentation comme par

Des campings plus étoilés, aux infrastructures plus récentes

Le parc des 180 campings homologués du Limousin offre 11 600 emplacements en 2010. Un camping sur deux se situe en Corrèze.

Plus petits qu'en France en moyenne, les campings du Limousin proposent aussi moins d'emplacements locatifs (équipés de bungalows, chalets...), en particulier dans le « très haut de gamme ». Seul un emplacement équipé sur dix se situe dans un camping « 4 étoiles », contre quatre sur dix en France. Pour les emplacements nus, en revanche, avec 80 % de la capacité dans les « 2 et 3 étoiles », le confort offert est comparable à celui du parc national.

En légère diminution depuis 2002, le parc limousin se transforme : les campings les moins bien équipés régressent ; de nouvelles structures de standing supérieur apparaissent.

Un camping sur six a bénéficié d'un appui financier de la Région entre 2001 et 2009. Ces campings aidés sont à la fois plus étoilés et plus grands que les autres. Les trois quarts affichent au moins 3 étoiles, contre un tiers des non aidés. Quel que soit leur classement, la plupart propose aussi davantage de prestations ou de services : site Internet, acceptation des chèques vacances... Ces caractéristiques reflètent les critères appliqués pour l'attribution des aides : elles sont orientées vers les campings ayant un certain niveau de confort.

Offrant de meilleures prestations, les campings aidés pratiquent aussi des tarifs plus élevés que les autres en haute saison, mais équivalents en basse saison. Pour les emplacements nus, cet écart de prix reflète surtout le classement des campings aidés, plus étoilés que les autres. Pour le parc locatif, le fait même que l'attribution de l'aide soit conditionnée par l'acquisition d'équipements neufs favorise une montée en gamme, qui contribue à expliquer les prix plus élevés.

La fréquentation diffère peu entre campings aidés et non aidés dans le parc locatif. Pour les emplacements nus, les structures aidées affichent un meilleur taux d'occupation, lié pour partie à leur orientation vers le « haut de gamme » : les « 3 ou 4 étoiles » sont en général les campings les plus fréquentés.

les performances économiques. Mais les différences ne sont pas imputables uniquement aux aides reçues ; elles reflètent aussi des différences de localisation, de classement, de mode de commercialisation... L'aide permet de soutenir un projet global de développement. Son effet propre n'a pas pu être mesuré de façon isolée dans cette étude.

Les hôtels limousins aidés offrent presque tous, aujourd'hui, un niveau de confort moyen ou supérieur. Ces dernières années, en effet, seuls les établissements ayant au moins

« 2 étoiles » étaient éligibles au programme d'aide. La capacité d'accueil, en revanche, diffère peu entre hôtels aidés ou non.

Des prestations plus complètes

Piscine, site Internet, paiement par chèques vacances... : les hôtels bénéficiaires d'une aide offrent souvent plus de services ou de prestations que les autres. Pour certains services, cela reflète le fait qu'ils sont plus étoilés. Pour d'autres, tels que l'accueil en langues étrangères,

La politique régionale d'aide au tourisme

La Région Limousin considère le développement touristique comme un levier économique majeur pour le territoire. À ce titre, l'enjeu est de travailler à une meilleure adéquation entre l'offre et une demande en constante évolution, aussi bien quantitativement que qualitativement.

Pour mettre en œuvre ces politiques, un plan de professionnalisation des acteurs du tourisme a été élaboré dans un cadre partenarial et d'importants efforts en termes financiers, d'ingénierie et d'accompagnement ont été développés depuis les années 2000, auprès des porteurs de projets publics ou privés.

Les dispositifs d'intervention en faveur du tourisme ont évolué entre 2001 et 2009 afin de répondre au mieux aux attentes des acteurs. Ainsi, depuis 2007, une nouvelle génération d'aides, a été mise en place : à un montant de base s'ajoutent désormais des bonus pour les projets orientés vers le développement durable.

À l'heure où le Schéma régional de développement économique de deuxième génération est en cours de définition, il a semblé opportun de faire le bilan quantitatif et qualitatif des aides au tourisme, notamment celles dévolues aux hôtels et aux campings. Pour ces deux types d'hébergement, plus de 8,7 millions d'euros ont été votés entre 2001 et 2009 pour soutenir près de 180 projets.

À la lecture des résultats de cette étude, la montée en gamme, la meilleure fréquentation et la pérennité des structures ayant été aidées sont autant de signes encourageants qui semblent montrer que la politique de la Région a porté ses fruits.

Au-delà de cette étude, la Région Limousin est attachée à poursuivre et à amplifier ce travail partenarial avec le Comité régional du tourisme et l'Insee afin d'offrir un accompagnement le plus adapté possible aux besoins des acteurs de terrain et de construire une stratégie concertée en faveur de projets structurants pour le territoire.

Région Limousin

les hôtels aidés offrent un service supérieur quel que soit leur classement.

À catégorie équivalente, les hôtels ayant reçu une aide fi-

nancière affichent des tarifs en moyenne plus élevés que les autres. L'écart s'accroît parmi les établissements de la gamme supérieure (« 3 et 4 étoiles »).

Sans que ceci ne soit directement imputable à la perception de l'aide, les hôtels aidés bénéficient d'une meilleure fréquentation que ceux qui ne l'ont pas été, quelle que soit la période de l'année (résultats 2009). Ils assurent plus souvent un taux d'occupation minimum.

Plus de services dans les hôtels ayant été aidés

	Hôtels aidés	Hôtels non aidés
Hôtels ayant 20 chambres ou plus (en %, en 2010)	35	38
Hôtels classés 2 étoiles ou plus (en %, en 2010)	95	67
Possession d'un site Internet (en %, en 2010)	81	72
Présence d'une piscine (en %, en 2010)	25	14
Chèques vacances acceptés (en %, en 2010)	83	66
Langues étrangères parlées (en %, en 2010)	94	85
Tarif minimum affiché (médiane, en euros, en 2010)	50	44
Tarif maximum affiché (médiane, en euros, en 2010)	72	60

Caractéristiques des hôtels limousins selon le fait d'avoir reçu une aide

●●● Source : Insee - Ficus, Enquête Hôtellerie ; Comité régional du tourisme

De meilleures performances dans les hôtels aidés

	Hôtels aidés	Hôtels non aidés
Taux d'occupation médian - janvier (en %, en 2009)	29	24
Taux d'occupation médian - juillet (en %, en 2009)	58	50
Chiffre d'affaires médian (euros, en 2007)	314 500	279 000
Excédent brut d'exploitation médian (euros, en 2007)	32 000	24 000
Taux d'endettement médian (en %, en 2007)	28,1	18,6
Taux de rentabilité commerciale médian (en %, en 2007)	12,5	10,1

Taux d'endettement = emprunts et dettes assimilées / total de l'actif net

Taux de rentabilité commerciale = excédent brut d'exploitation / chiffre d'affaires

Performances des hôtels limousins selon le fait d'avoir reçu une aide

●●● Source : Insee - Ficus, Enquête Hôtellerie ; Comité régional du tourisme

Une rentabilité commerciale tempérée par la dette

Les hôtels aidés affichent des résultats commerciaux meilleurs que les autres. Ils réalisent dans l'ensemble un chiffre d'affaires plus élevé. Une fois déduits de ce chiffre d'affaires les consommations, achats externes et charges de fonctionnement, l'excédent qui résulte de leur exploitation courante reste, lui aussi, plus élevé. Leur rentabilité commerciale, mesurée par l'excédent brut d'exploitation rapporté au chiffre d'affaires, apparaît meilleure.

Le poids de l'endettement, cependant, vient tempérer ces résultats. Les hôtels aidés, en effet, ont investi dans des équipements plus récents, financés par l'emprunt. Des dotations aux amortissements et des intérêts d'emprunts plus élevés

Plusieurs sources pour une étude

Cette étude porte sur les hôtels et campings du Limousin, interrogés tous les mois par l'Insee dans le cadre des enquêtes de fréquentation, exhaustives grâce à un partenariat avec le Comité régional du tourisme. Sont exclus du champ les hôtels de moins de 5 chambres et les hôtels non classés ne relevant pas d'une chaîne.

Les structures « aidées » sont celles qui ont reçu au moins le premier versement d'une aide financière votée par la région entre 2001 et 2009 (hors études de faisabilité non suivies d'une réalisation effective). Les hébergements « aidés » sont comparés à ceux qui ne l'ont pas été : nature du parc, fréquentation, emploi salarié, résultats économiques. Les sources mobilisées proviennent de la Région Limousin (fichier des aides attribuées), du Comité régional du tourisme (« Base produits ») et de l'Insee (enquêtes de fréquentation, déclarations annuelles de données sociales, fichier Ficus de résultats comptables).

L'effectif limité des structures aidées ne permet pas d'étudier l'impact des aides « toutes choses égales par ailleurs ». Dans les différences constatées, il n'est pas possible d'isoler ce qui relèverait de l'effet « pur » de l'aide. De plus, hôtels et campings aidés ne sont comparés aux autres qu'après la perception de l'aide. L'effet de « sélection », qui fait que les structures aidées pouvaient déjà se différencier des autres avant de percevoir l'aide, n'est pas mesuré.

viennent donc grever leur excédent d'exploitation. Malgré une dette plus élevée, les hôtels aidés n'ont cependant pas plus de risque d'être insolubles. Pour la moi-

tié d'entre eux, comme parmi les hôtels non aidés, les dettes n'excèdent pas 1,5 à 1,6 fois l'excédent brut d'exploitation de l'année.

Une même saisonnalité de l'emploi

Les hôtels aidés sont de plus gros employeurs : ils emploient en moyenne entre 7 et 9 salariés, selon la saison. Les hôtels non aidés occupent entre 5 et 7 salariés. Dans l'ensemble, au cours de l'année, la saisonnalité est

comparable : l'emploi varie selon la même ampleur. Mais, quel que soit le moment de l'année, les hôtels aidés recourent davantage à des contrats à durée déterminée.

La pérennité, un enjeu fort

Les hôtels aidés sont plus pérennes que les autres structures. Tous les hôtels du parc limousin de début 2006 ayant reçu précédemment une aide appartiennent encore au parc début 2010. En revanche, parmi ceux n'ayant jamais été aidés, un sur neuf a cessé de relever du parc enquêté.

Être plus pérenne ne signifie pas absence de changement : aidé ou non, environ un hôtel aidé sur six a changé de raison sociale entre 2006 et 2010.

Le développement du potentiel touristique constitue un objectif pour la région qui dispose d'un certain nombre d'atouts dans ce domaine du fait de son patrimoine naturel et culturel. L'offre régionale rencontre aujourd'hui une demande s'orientant davantage vers des espaces naturels et préservés. Le fait que les entreprises soutenues financièrement soient pérennes est donc un enjeu fort pour les politiques d'aide. La montée en gamme du parc d'hébergement touristique constitue également une voie de progrès qui permettra de mieux répondre à la demande.

●●●● **Maryse Aguer,**
Catherine Beaudemoulin,
Frédéric Châtel, Nathalie Garçon (Insee)
Avec la collaboration de la Région Limousin



29 rue Beyrand
87031 Limoges cedex

Informations statistiques 09 72 72 40 00



www.insee.fr

Directrice de la publication Fabienne Le Hellaye
Rédactrice en chef Nathalie Garrigues
Mise en forme Martine Herny
Impression Sotiplan - Limoges
Maquette iti communication

Publication exclusivement diffusée à titre gracieux

Dépôt légal : avril 2011

Code SAGE : FOC117224
ISSN : 1765-4475
Copyright - INSEE 2011

« La rediffusion, sous quelque forme que ce soit, des fonds de cartes issus du fichier GéoFLA® de l'IGN est soumise à l'autorisation préalable de l'IGN et au paiement auprès de cet organisme des redevances correspondantes ».