
FICHES THÉMATIQUES

1.1 Vue d'ensemble sur le tourisme

Depuis 1945, le tourisme est l'un des secteurs qui se développent le plus rapidement. Conformément aux conventions internationales, les statistiques du tourisme concernent tous les voyageurs se déplaçant pour un motif touristique, qu'il s'agisse d'un tourisme d'affaires ou d'un tourisme d'agrément.

Avec 75 millions d'arrivées de **touristes étrangers** en 2004, la France apparaît comme **la première destination touristique mondiale**, devant l'Espagne (54 millions), les États-Unis (46 millions), l'Italie (38 millions) et la Chine (42 millions). Sa situation géographique entraîne cependant un grand nombre de courts séjours de transit, ce qui explique qu'en termes de recettes touristiques, la France se classe au 3^e rang mondial, derrière les États-Unis et l'Espagne. En outre, le tourisme représente **le deuxième poste excédentaire de la balance des paiements** française, avec un excédent de plus de 9,8 milliards d'euros en 2004, derrière l'automobile et devant les industries agroalimentaires.

La **consommation touristique et para-touristique intérieure** représente 134,3 milliards d'euros en 2004, soit l'équivalent de **8,3 % du PIB**. Les activités caractéristiques du tourisme (hébergement, restauration et loisirs) représentent un tiers de la consommation touristique globale. La nomenclature d'activités française distingue ainsi trois sous-ensembles directement liés au tourisme : les hôtels, cafés et restaurants, les agences de voyages et quelques activités diverses (téléphériques et remontées mécaniques, activités thermales et de thalassothérapie et autres

soins corporels).

Au 1^{er} janvier 2004, on dénombrait plus de 228 000 entreprises dans le répertoire Sirene exerçant leur activité parmi les activités caractéristiques du tourisme. Près de 84 % de ces entreprises appartenaient au secteur des hôtels, cafés et restaurants. Si un grand nombre de ces entreprises sont petites, les 2 000 plus grandes entreprises regroupent 28 % des effectifs. Au total, le tourisme emploie près d'un million de personnes, dont environ 170 000 non-salariés. Entre 1993 et 2001, l'emploi touristique a progressé sur un rythme annuel de 3,3 %. En 2004, il a progressé de 1,1%, après une augmentation de 2,9 % en 2003. En outre, par l'afflux de personnes, le tourisme génère une économie « présenteielle » qui profite à bien d'autres secteurs d'activité.

Le tourisme est un secteur très sensible au contexte international. Après avoir connu une croissance moyenne de 4,3 % par an entre 1990 et 2000, le tourisme international a enregistré trois années médiocres de 2001 à 2003, notamment en raison du climat d'insécurité ambiant (guerre en Irak, épidémie de pneumopathie en Asie du Sud - Est). En 2004, le tourisme mondial est en nette reprise : selon l'Organisation mondiale du tourisme, les arrivées de touristes internationaux ont progressé de 10 % par rapport à 2003 pour l'ensemble du monde.

Le tourisme des Français reste quant à lui très lié à la croissance du revenu des ménages. Après une mauvaise année 2003, l'année touristique 2004 marque un retour à la normale.

Définitions

Un **touriste** est un voyageur qui passe au moins une nuit hors de son lieu de résidence habituel ; un voyageur effectuant l'aller et le retour dans la même journée est un **excursionniste**. Un **touriste étranger** (ou plus exactement non-résident) est un voyageur résidant dans un autre pays et passant au moins une nuit en France.

Le poste « voyages » de la **balance des paiements** englobe les dépenses des touristes et des excursionnistes.

La **consommation touristique et para-touristique** comprend toutes les dépenses des touristes, ainsi que les dépenses des excursionnistes et de la clientèle locale auprès des activités caractéristiques du tourisme (*voir fiche 1.4*).

Pour en savoir plus

- « Chiffres-clés du Tourisme », édition 2005, direction du Tourisme.
- « Compte satellite du tourisme 2004 », direction du Tourisme, mai 2005.
- « Baromètre de l' Organisation mondiale du tourisme », consultable sur le site internet www.world-tourism.org

Vue d'ensemble sur le tourisme 1.1

Principaux pays récepteurs de touristes

en millions

	Arrivées de touristes					
	1980	1990	2000	2002	2003	2004
France	30,1	52,5	77,2	77,0	75,0	75,0
Espagne	22,4	34,1	47,9	52,3	52,0	53,6
États-Unis	22,5	39,4	50,9	41,9	42,0	46,1
Italie	22,1	26,7	41,2	39,8	36,0	37,7
Chine *	3,5	10,5	31,2	36,8	33,0	41,8

* Y compris les arrivées en provenance de Hong-Kong et Taiwan

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT).

Recettes du tourisme international

en millions de \$ US

	1980	1990	2000	2002	2003	2004
États-Unis	10 058	43 007	82 400	66 547	65 100	74 500
Espagne	6 968	18 593	31 454	33 609	41 700	45 200
France	8 235	20 185	30 754	32 329	36 600	40 800
Italie	8 213	20 016	27 500	26 915	26 900	35 700
Chine	617	2 218	16 224	20 385	17 400	25 700

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT).

Ligne « voyages » de la balance des paiements de la France

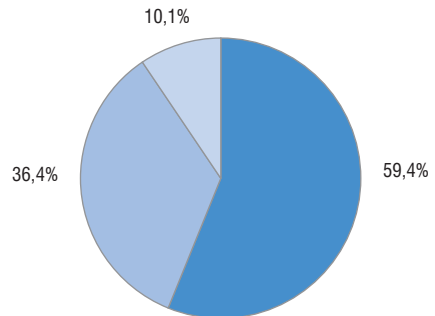
en millions d'euros

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Évolution 2004/03 en %
Recettes	29 402	33 301	33 679	34 190	32 349	32 832	1,5
Dépenses	17 402	19 227	20 055	20 580	20 712	23 021	11,1
Solde	12 000	14 074	13 624	13 610	11 637	9 811	- 15,7

Source : Banque de France.

Consommation touristique intérieure en 2004

- touristes français
- touristes étrangers
- consommation en France des résidents partant à l'étranger



1.2 L'activité du tourisme en 2004

Après trois années difficiles, l'année 2004 se caractérise par une nette reprise de l'activité touristique : le tourisme international progresse fortement, le tsunami du 26 décembre étant intervenu trop tard pour infléchir le bilan d'ensemble de l'année. Le tourisme des Français est lui aussi en nette augmentation dans un climat général plus porteur.

En France même, l'année touristique 2004 marque un retour à la normale après une année 2003 affectée par plusieurs facteurs négatifs pour le tourisme (pollution due au naufrage du Prestige, canicule, incendies de juillet et annulation de plusieurs festivals). Les séjours des Français augmentent de 5,7 % et les nuitées de 1,9 % par rapport à l'année précédente. Ainsi se confirme la tendance à une **réduction de la durée moyenne des déplacements** observée depuis quatre ans. Les Français continuent à privilégier l'hexagone puisque 9 déplacements sur 10 s'effectuent sur le territoire ; ils apprécient particulièrement le bord de mer qui recueille 36 % de leurs nuitées. Toutefois, on note en 2004 une forte augmentation de leurs voyages à l'étranger : + 11 % par rapport à 2003.

S'agissant du tourisme mondial, après un contexte général troublé en 2003 par la guerre en Irak et l'épidémie de pneumopathie atypique en Asie du Sud-Est, l'année 2004 enregistre un rebond spectaculaire dû à la forte

croissance économique mondiale : les arrivées mondiales de touristes internationaux progressent de 10 % par rapport à l'année précédente. Avec 75 millions d'arrivées de touristes non-résidents, la France reste la première destination mondiale du tourisme. Ce sont les clientèles en provenance des États-Unis et des pays d'Asie dont le retour s'est avéré le plus sensible en 2004.

Globalement, la **consommation touristique** et para-touristique intérieure (T3) a atteint 134 milliards d'euros, soit 2,9 % de plus qu'en 2003. 20 % de cette consommation correspond à la consommation des **excursionnistes** et 80 % à la consommation touristique intérieure proprement dite (T2). Celle-ci a augmenté de 3,3 % en valeur par rapport à l'an dernier, et de 1 % en volume, tandis que le PIB augmentait de 2,4 % sur la même période. Le solde excédentaire du poste « voyages » de la **balance des paiements** s'est réduit de 1,8 milliard d'euros en 2004, passant de 11,6 à 9,8 milliards d'euros. Cette réduction est due à la forte augmentation du nombre des séjours des touristes français à l'étranger. Parallèlement, les recettes des visiteurs étrangers en France n'ont que peu augmenté. En outre, la poursuite de la dépréciation du dollar et du yen par rapport à l'euro diminue la compétitivité touristique des pays de la zone euro, et de la France en particulier.

Définitions

Un **touriste** est un voyageur qui passe au moins une nuit hors de son lieu de résidence habituel ; un voyageur effectuant l'aller et le retour dans la même journée est un **excursionniste**.

La **consommation touristique** peut se décomposer en plusieurs niveaux :

T0 : consommation des touristes résidents et non-résidents auprès des activités caractéristiques du tourisme, soit hébergement, restauration, loisirs et services d'organisation de voyages.

T1 : consommation liée aux séjours = T0 + autres dépenses (loyers fictifs en cas d'hébergement privatif, alimentation, autres services, achat de biens durables).

T2 : consommation touristique intérieure = T1 + transport domicile-lieu de séjour + services touristiques non marchands.

T3 : consommation touristique et para-touristique = T2 + dépenses des excursionnistes et de la clientèle locale auprès des activités caractéristiques du tourisme.

Pour en savoir plus

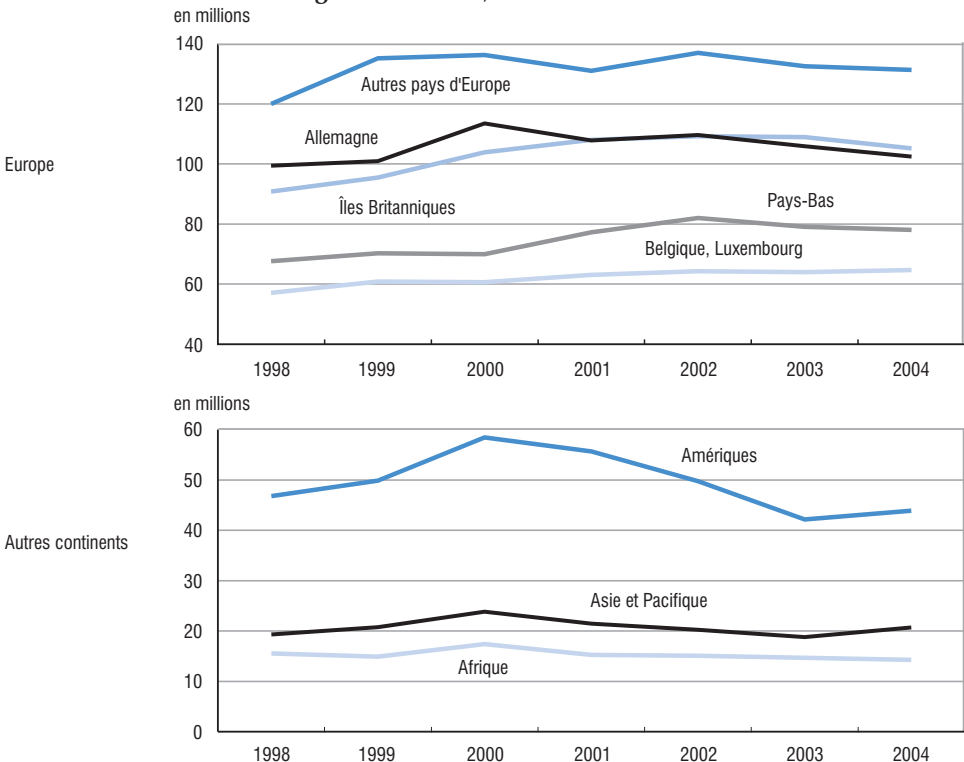
- « Mémento du Tourisme 2005 », direction du Tourisme, septembre 2005.
- « Compte satellite du tourisme 2004 », direction du Tourisme, mai 2005.

Séjours des Français

		en millions							en %
		Séjours							
		1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004/2003
courts séjours	en France	85,0	82,6	81,2	83,0	86,6	88,5	96,0	8,5
	à l'étranger	5,3	4,7	4,8	4,6	5,2	5,3	6,0	13,0
	total	90,3	87,4	86,0	87,5	91,8	93,8	102,0	8,7
longs séjours	en France	69,8	65,2	64,2	66,3	68,8	68,1	68,7	0,9
	à l'étranger	13,0	12,6	13,4	12,7	13,1	13,3	14,6	10,3
	total	82,8	77,8	77,6	79,0	82,0	81,4	83,3	2,4
ensemble des séjours	en France	154,7	147,9	145,4	149,3	155,4	156,6	164,6	5,1
	à l'étranger	18,3	17,3	17,9	17,3	18,3	18,6	20,6	11,0
	total	173,0	165,1	163,2	166,5	173,8	175,2	185,2	5,7
		Nuitées							
		1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004/2003
courts séjours	en France	ND	ND	147,7	148,8	154,9	160,7	170,7	6,2
	à l'étranger	ND	ND	9,6	9,6	10,7	10,9	12,1	10,9
	total	163,9	157,0	157,3	158,4	165,7	171,6	182,8	6,5
longs séjours	en France	ND	ND	635,7	639,0	660,2	656,2	648,9	-1,1
	à l'étranger	ND	ND	138,1	132,3	134,3	133,4	148,4	11,3
	total	844,6	774,3	773,8	771,3	794,5	789,6	797,3	0,9
ensemble des séjours	en France	862,1	791,6	783,4	787,9	815,2	816,9	819,3	0,3
	à l'étranger	146,4	139,8	147,8	141,8	145,1	144,3	160,6	11,3
	total	1 008,5	931,3	931,2	929,7	960,2	961,2	979,9	1,9

Source : suivi de la demande touristique des Français, direction du Tourisme - TNS-Sofrès.

Nuitées des touristes étrangers en France, selon leur zone de résidence



Source : suivi de la demande touristique des Français, direction du Tourisme - TNS-Sofrès.

1.3 La conjoncture du tourisme en 2004 et début 2005

Après trois années de stagnation, le tourisme international a enregistré un rebond en 2004, la majorité des destinations affichant des résultats positifs. Le nombre d'arrivées de **touristes** internationaux a progressé de 10 % dans le monde par rapport à 2003. Mais si le tourisme mondial affiche une croissance à deux chiffres, l'Europe est la région qui bénéficie le moins de ce rebond en 2004.

En France, la **fréquentation des touristes étrangers** en 2004 est restée **stable par rapport à l'année précédente** : 75 millions de touristes étrangers ont séjourné en France cette année, chaque séjour comptant au moins une nuitée. Ce nombre d'**arrivées** est stable par rapport à l'année 2003 (+ 0,1%), tandis que le nombre de **nuitées** diminue légèrement (-1 %) : cela traduit une baisse de la durée moyenne de séjour des touristes étrangers en France. Malgré le maintien de l'euro à un niveau élevé en 2004, la fréquentation des clientèles lointaines (États-Unis, Japon, Canada...) a progressé par rapport à l'année 2003, tandis que celle des clientèles européennes traditionnelles reculait. Ce retour des clientèles à fort pouvoir d'achat a en particulier profité aux hôtels 4 étoiles, dont le taux d'occupation s'est nettement redressé.

Dans l'hôtellerie de tourisme, le début de l'année 2005 prolonge la tendance haussière observée en 2004. On observe en particulier une poursuite du retour des clientèles en provenance des États-Unis et d'Asie : sur le premier semestre 2005, les nuitées américaines et japonaises progressent de 9 % par rapport au premier semestre 2004. En outre, on enregistre une forte croissance des nuitées de touristes en provenance des autres pays d'Asie

(+ 20 % par rapport au premier semestre 2004), traduisant l'arrivée de touristes chinois.

Les déplacements touristiques des Français ont nettement progressé en 2004. En effet, les Français de plus de 15 ans ont effectué plus de séjours en 2004 qu'en 2003. Ce sont aussi bien les séjours personnels qui ont augmenté (+ 5,7 % entre 2003 et 2004) que les séjours professionnels. Toutefois, l'augmentation du nombre de nuitées françaises est moins forte que celle du nombre des séjours : les Français sont partis plus souvent mais moins longtemps à chaque fois.

En 2004, près de 11 % des séjours personnels des Français de plus de 15 ans se sont déroulés à l'étranger ou en France d'outre-mer. Le nombre de séjours à l'étranger a augmenté de 11 % par rapport à 2003 alors que le nombre total de séjours n'augmentait que de 5,7 %.

La saison d'hiver 2004/2005 est en demi-teinte : si le nombre de séjours des Français a augmenté de 1 %, celui des nuitées a baissé de 3 % par rapport à la saison précédente. Il faut y voir en partie un effet de calendrier, Noël et le 1^{er} janvier tombant un samedi et Pâques étant décalé par rapport aux vacances de printemps. Les Français ont fortement réduit la durée de leurs séjours d'hiver en France métropolitaine : elle est passée de 4,1 nuits pendant l'hiver 2003/2004 à 3,8 nuits en 2004/2005.

Pour les séjours d'hiver des Français à l'étranger, la tendance est inversée. Le nombre de séjours a diminué de 2,6 % par rapport à l'hiver précédent et le nombre de nuitées a augmenté de 1,3 %.

Définitions

Un **touriste** est un voyageur qui passe au moins une nuit hors de son lieu de résidence habituel ; un voyageur effectuant l'aller et le retour dans la même journée est un **excursionniste**.

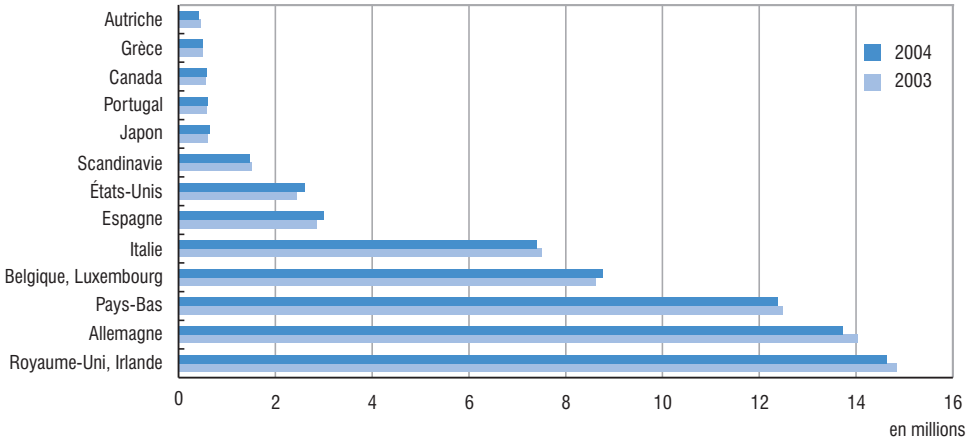
Le nombre d'**arrivées** est le nombre de clients différents qui séjournent une ou plusieurs nuits consécutives dans le même hébergement. À une arrivée correspond donc un séjour, lequel peut être plus ou moins long. Le nombre de **nuitées** est le nombre total de nuits passées par les clients dans un hébergement.

Pour en savoir plus

- « Compte satellite du tourisme 2004 », direction du Tourisme, mai 2005.
- « Mémento du Tourisme 2005 », direction du Tourisme, septembre 2005.
- « Suivi de la demande touristique des Français en 2004 », direction du Tourisme – TNS-Sofrès, consultable sur le site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».

La conjoncture du tourisme en 2004 et début 2005 1.3

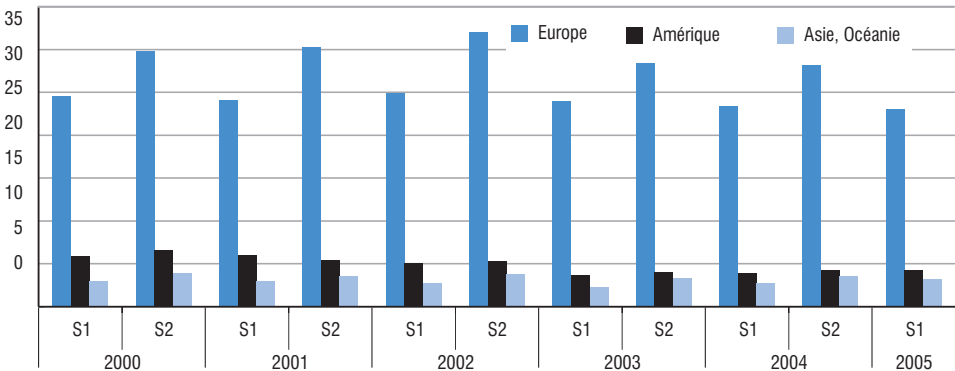
Séjours des touristes étrangers en 2004



Source : estimation direction du Tourisme.

Nuitées étrangères dans l'hôtellerie par semestre

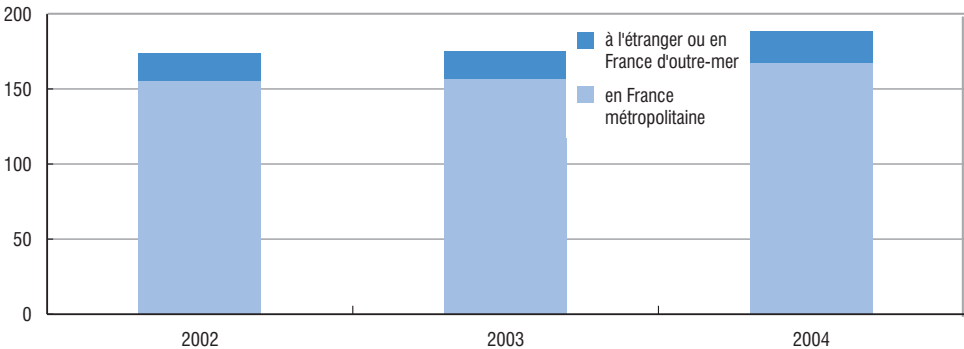
en millions



Source : enquête de fréquentation hôtelière, Insee, direction du Tourisme, partenaires régionaux.

Séjours personnels des Français

en millions



Source : suivi de la demande touristique des Français, direction du Tourisme - TNS-Soirès.

1.4 Les activités du tourisme dans l'économie

Les **activités touristiques** peuvent être évaluées par un ensemble de dépenses appelé **consommation touristique intérieure**, lequel représente l'équivalent de **6,5 % du produit intérieur brut** en 2004. Si l'on y ajoute les dépenses des **excursionnistes**, on obtient la consommation touristique et para-touristique intérieure, qui représente 8,3 % du PIB.

Les activités touristiques occupent près d'**un million de personnes**, soit plus de 4 % de l'**emploi intérieur**. Ces effectifs se répartissent en environ 760 000 salariés et 170 000 non-salariés. À lui seul, le secteur des hôtels, cafés et restaurants emploie plus de 84 % des effectifs du tourisme. En 2004, le secteur des hôtels, cafés et restaurants a constitué le premier secteur créateur d'emploi, devant le secteur des services aux entreprises et celui de la construction. En 2002-2003, il était déjà le deuxième secteur créateur d'emplois derrière celui du commerce.

En 11 ans, de 1993 à 2004, la **consommation touristique intérieure** a progressé de **26 %** en euros courants. Toutefois cette progression est très heurtée car le tourisme est tributaire des aléas de la situation internationale. La baisse de la consommation touristique de l'année 2001 est due aux attentats du 11

septembre et celle de l'année 2003 au conflit irakien et à l'épidémie de pneumopathie en Asie du Sud-Est. En 2004, elle est en nette reprise, avec une hausse de 3,3 % par rapport à 2003. Sur la même période, les **emplois salariés** des activités caractéristiques **du tourisme** ont augmenté de plus de **38 %**.

On distingue plusieurs niveaux de consommation touristique :

T0 : consommation des touristes résidents et non-résidents auprès des activités caractéristiques du tourisme (hébergement, restauration, loisirs, services d'organisation de voyages) : 42,8 Md€ en 2004.

T1 : consommation liée aux séjours = T0 + autres dépenses (loyers fictifs pour l'hébergement privatif, alimentation, autres services, achat de biens durables) : 79,6 Md€ en 2004.

T2 : consommation touristique intérieure = T1 + transport domicile-lieu de séjour + services touristiques non marchands : 105,9 Md€ en 2004.

T3 : consommation touristique et para-touristique = T2 + dépenses des excursionnistes et de la clientèle locale auprès des activités caractéristiques du tourisme : 134,3 Md€ en 2004.

Définitions

Les **activités caractéristiques du tourisme** sont principalement des activités d'hébergement en hôtels (NAF 55.1) ou autres moyens d'hébergement de courte durée (NAF 55.2), de restauration (NAF 55.3) et cafés (NAF 55.4), de loisirs et d'organisation de voyages (NAF 63.3Z). S'y ajoutent quelques activités annexes comme les téléphériques et remontées mécaniques (NAF 60.2C), le thermalisme et la thalassothérapie (NAF 93.0K), ainsi que les soins de beauté (NAF 93.0E) et autres soins corporels (93.0L).

Un **touriste** est un voyageur qui passe au moins une nuit hors de son lieu de résidence habituel ; un voyageur effectuant l'aller et le retour dans la même journée est un **excursionniste**.

La **consommation touristique intérieure** ne peut être considérée comme une composante du PIB car elle intègre des consommations intermédiaires (en l'occurrence, des dépenses correspondant à des déplacements professionnels) ; sans être correct d'un point de vue théorique, ce ratio de 6,5 % fixe un ordre de grandeur.

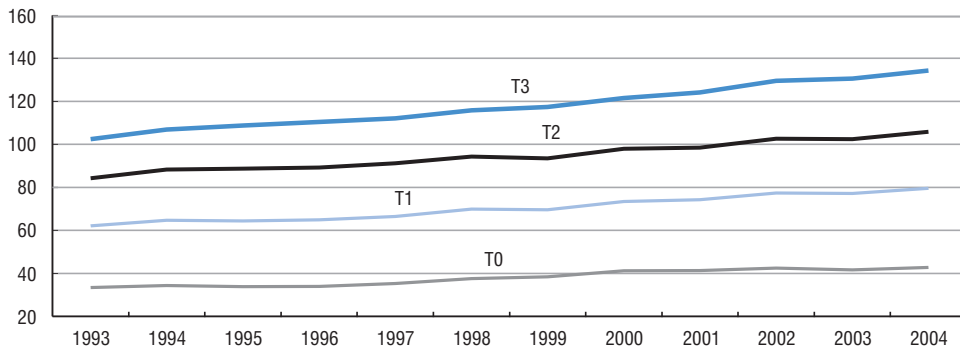
L'**emploi intérieur** comprend les personnes physiques exerçant une activité productive quel que soit leur statut (salarié, indépendant...). La mesure de l'emploi se fait en équivalent temps plein (ETP) : il s'agit du nombre total d'heures travaillées dans les activités touristiques, rapporté à la moyenne annuelle des heures travaillées dans les emplois à plein temps sur le territoire économique.

Pour en savoir plus

- « Mémento du Tourisme 2005 », direction du Tourisme, septembre 2005.
- « Compte satellite du tourisme 2004 », direction du Tourisme, mai 2005.
- « Estimations d'emploi salarié », Unedic – Insee.

Évolution de la consommation touristique

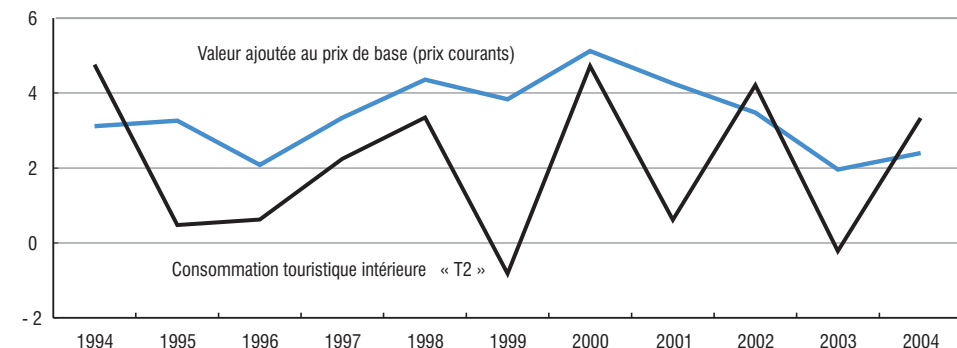
en milliards d'euros courants



Source : *compte du tourisme*, direction du tourisme.

Taux de croissance annuel de la consommation touristique

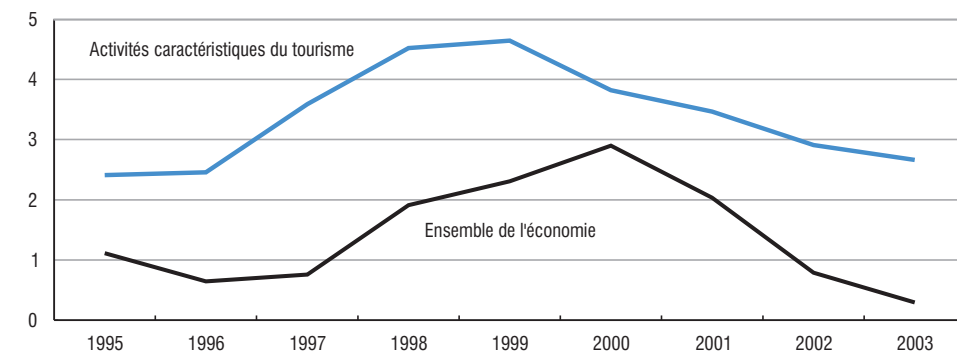
en %



Source : *Insee, comptes nationaux pour la valeur ajoutée*, direction du tourisme, *compte satellite du tourisme pour la consommation touristique*.

Taux de croissance annuel de l'emploi intérieur salarié¹

en %



1. L'emploi intérieur comprend toutes les personnes physiques (résidentes ou non) ayant un emploi dans une unité de production résidente. Il s'agit d'une population évaluée en moyenne annuelle où chaque personne compte pour une unité, quelle que soit la durée de son travail.

Source : *Insee, comptes nationaux pour l'emploi intérieur*.

Source : *Unedic pour salariés du tourisme au 31/12*.

1.5 Le poids du tourisme dans les échanges extérieurs

De 1990 à 2003, les **voyages** ont constitué le **premier poste excédentaire de la balance des paiements**, devant le secteur agroalimentaire et l'automobile, avec un solde positif de 11,6 milliards d'euros en 2003. En 2004, le solde extérieur du tourisme est passé à la deuxième place avec 9,8 milliards d'euros, derrière l'automobile (+12,2 milliards d'euros). Le record avait été établi en 2000, avec un excédent touristique de 14,1 milliards d'euros. Avec 38 % des recettes et 28 % des dépenses, les voyages représentent également le premier poste au sein des échanges de services. Les recettes touristiques s'établissent à 32,8 milliards d'euros en 2004 contre 32,3 milliards d'euros en 2003, en légère progression de 1,5 % en raison d'une hausse de la fréquentation des **touristes** et **excursionnistes** non européens en France. Compte tenu de la hausse des prix, les recettes enregistrées en 2004 restent pratiquement stables en volume par rapport à 2003. Mais le nombre des séjours des Français à l'étranger a fortement progressé en 2004, entraînant une hausse de 11,1 % de la ligne « dépenses » de la balance des paiements par rapport à 2003 ; elles atteignent 23 milliards d'euros en 2004 contre 20,7 en 2003. C'est ce cumul d'une faible hausse des recettes et d'une forte hausse des dépenses qui a contribué à dégrader le solde

extérieur du secteur du tourisme en 2004.

En 2004, les États-Unis et le Japon représentent seulement 15 % de ces recettes tandis que l'Europe en représente plus de 70 %. Ainsi la progression des recettes pour les touristes en provenance des États-Unis, du Japon et des pays du Proche et du Moyen-Orient ne compense pas la diminution des recettes de plusieurs clientèles européennes importantes ; en 2004, seules les recettes dues aux clientèles belge et espagnole ont progressé par rapport à 2003.

Les prix constituent un élément caractéristique de la compétitivité touristique d'un pays, mais il faut les apprécier en prenant en compte les effets liés au taux de change. En 2004, le dollar continue à se déprécier vis-à-vis de l'euro : cette dépréciation dépasse 9 % en 2004 après 16 % en 2003, contraignant les touristes américains à restreindre leurs dépenses (recettes en hausse de 1,2 % alors que les nuitées croissent de 5 %). En 2004, les mouvements des autres devises principales (la livre et le yen) sont de moindre ampleur : le yen s'est déprécié de 2,6 % par rapport à l'euro, tandis que la livre s'appréciait de 2 %. Au total, la compétitivité des pays de la zone euro, et de la France en particulier, a diminué en 2004 par rapport à celle des pays situés en dehors de cette zone.

Définitions

La **balance des paiements**, élaborée par la Banque de France pour la direction du Trésor, retrace l'ensemble des opérations réelles et financières entre résidents et non-résidents au cours d'une année.

Les **voyageurs** intéressant le tourisme sont appelés « visiteurs » : ils se répartissent en « **touristes** » qui passent au moins une nuit hors de leur domicile et en « **excursionnistes** », visiteurs de la journée uniquement.

Pour en savoir plus

- « Les comptes extérieurs de la France en 2004 », *Insee Première* n° 1035, juillet 2005.
- « La balance des paiements et la position extérieure de la France en 2004 », Banque de France et ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, 2005.
- « Chiffres clefs du tourisme », édition 2005, direction du Tourisme.
- « Compte satellite du tourisme 2004 », direction du Tourisme, mai 2005.

Le poids du tourisme dans les échanges extérieurs 1.5

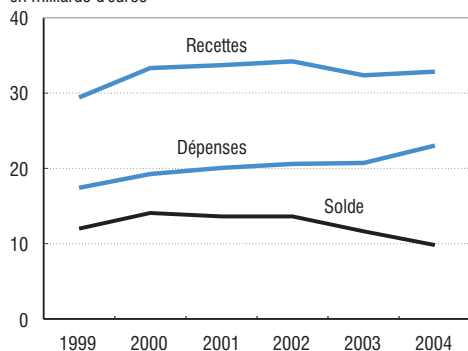
Recettes du poste « voyages » de la balance des paiements de la France

Pays d'origine	en millions d'euros					évolution en % 2004/2003
	2000	2001	2002	2003	2004	
Europe	21 367	22 381	23 618	23 326	23 608	1,2
Allemagne	3 895	3 820	3 927	3 888	3 830	- 1,5
Autriche	228	211	315	327	310	- 5,1
Belgique et Luxembourg	2 781	2 971	3 099	3 176	3 316	4,4
Danemark	265	281	296	325	309	- 4,9
Espagne	1 274	1 280	1 409	1 393	1 533	10,0
Grèce	67	80	286	275	289	5,0
Irlande	149	179	192	190	198	4,0
Italie	2 546	2 400	2 519	2 446	2 461	0,6
Pays-Bas	1 547	1 759	1 931	1 921	1 936	0,8
Portugal	208	213	235	235	244	4,0
Royaume-Uni	4 429	4 838	5 146	4 936	4 931	- 0,1
Suède	337	310	467	519	492	- 5,2
Suisse	2 834	3 261	3 102	3 005	3 071	2,2
Autres pays d'Europe	808	777	695	689	688	- 0,2
Amérique	6 645	6 550	5 947	4 766	4 849	1,7
dont : Canada	300	307	310	268	278	3,6
États-Unis	5 838	5 785	5 176	4 090	4 139	1,2
Asie, Océanie, Moyen-Orient	2 286	2 161	2 027	1 760	1 937	10,0
dont : Japon	998	900	898	755	801	6,2
Afrique	2 392	1 934	1 949	1 847	1 854	0,4
indéterminés	610	654	650	650	584	- 10,1
Total	33 301	33 679	34 190	32 349	32 832	1,5

Source : Banque de France, direction du Tourisme.

Ligne « voyages » de la balance des paiements de la France

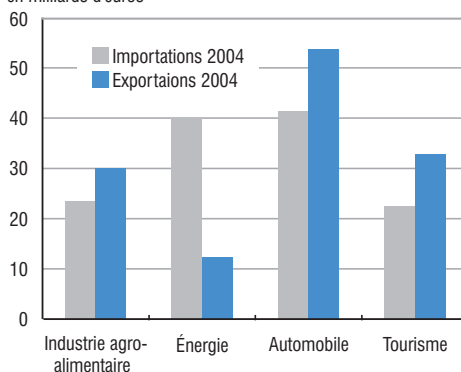
en milliards d'euros



Source : Insee, comptes nationaux.

Solde extérieur de la France

en milliards d'euros



1.6 La part de la France dans le tourisme mondial

En terme d'arrivées, la France est le premier pays avec 75 millions de visiteurs. Toutefois, 18 % d'entre eux n'y passent qu'une nuit et la moitié des visiteurs y passent moins de quatre nuits. Par ailleurs, entre 90 et 100 millions de visiteurs étrangers sont venus en France en 2004 sans y passer la nuit. **La France est essentiellement un pays de courts séjours** et, pour un certain nombre de visiteurs, un pays de transit. La très grande majorité des touristes étrangers vient d'Europe (plus de 90 % en 2004). Les visiteurs originaires des Amériques ne représentent que 5 % des visiteurs et ceux en provenance d'Asie, moins de 3 %.

En 2004, la part de la France dans les arrivées de touristes internationaux était de 10 %. La part de la France est en légère baisse, car si le nombre d'arrivées de touristes internationaux en France se maintient, le tourisme mondial progresse. En 2000, la part de la France était de 11,2 %. Par rapport au tourisme européen, la France représente 18,1 % en 2004 contre 19,7 % en 2000. La France est suivie par l'Espagne, qui détient 7 % des arrivées de touristes internationaux en 2004 et les États-Unis qui recueillent 6 %. L'Espagne progresse régulièrement depuis 2000 alors que la part de la France a tendance à diminuer.

La prépondérance des courts séjours fait que **la part de la France dans les recettes du tourisme international est plus réduite que sa part dans les arrivées** : 8,2 % des recettes du tourisme mondial et 15,6 % des recettes du tourisme européen en 2004. La France est devancée par les États-Unis, qui reçoivent 14,9 % des recettes du tourisme international et par l'Espagne qui a perçu 9 % des recettes du tourisme international en 2004. La part de la France fluctue selon les années : 7,7 % en 1991, 6,4 % en 1997 et 8,2 % en 2004.

Les Européens sont nombreux à venir en France, mais la France n'est pas forcément la première destination des touristes européens. 18,8 % des touristes allemands et 22,4 % des touristes britanniques sont venus en France en 2003. Dans le tourisme mondial, la France a représenté la destination de seulement 4,4 % du nombre des touristes américains et 4,5 % de celui des touristes japonais.

En matière de dépenses, les Britanniques ont consacré seulement 9,1 % de leur budget tourisme à leurs voyages en France en 2003, et les Allemands 6 %. Les touristes originaires des États-Unis ont consacré 5,9 % de leurs dépenses touristiques à la France et les Japonais 2,3 %.

Définitions

L'**Organisation mondiale du tourisme** considère comme touriste international toute personne qui passe une nuit au moins dans le pays visité, dans le but autre que d'y exercer une profession rémunérée. Ces touristes peuvent être des non-résidents étrangers ou des nationaux résidant à l'étranger.

Les voyageurs intéressant le tourisme sont appelés « **visiteurs** » : ils se répartissent en « touristes » qui passent au moins une nuit hors de leur domicile, et en « excursionnistes », visiteurs de la journée uniquement.

Le nombre d'**arrivées** aux frontières correspond au nombre de séjours de touristes étrangers en France une année donnée.

Le **tourisme récepteur** désigne les non-résidents d'un pays visitant un pays autre que le leur.

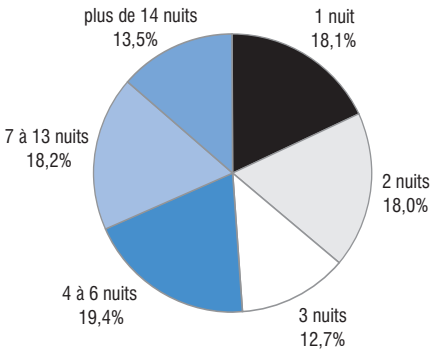
Le **tourisme émetteur** désigne les touristes résidents d'un pays visitant d'autres pays.

Pour en savoir plus

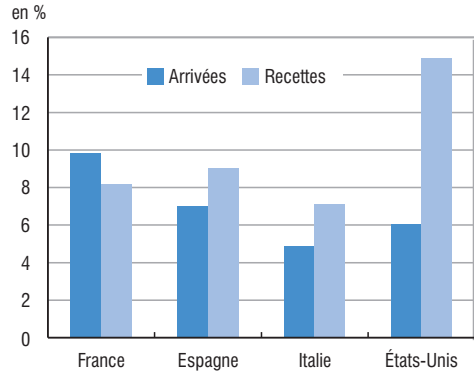
- « Baromètre OMT du tourisme mondial », juin 2005, consultable sur le site internet www.world-tourism.org
- « Mémento du tourisme », édition 2005, direction du Tourisme.
- « Compte satellite du tourisme 2004 », direction du Tourisme, mai 2005.

La part de la France dans le tourisme mondial 1.6

Répartition des arrivées selon la durée de séjour en 2004

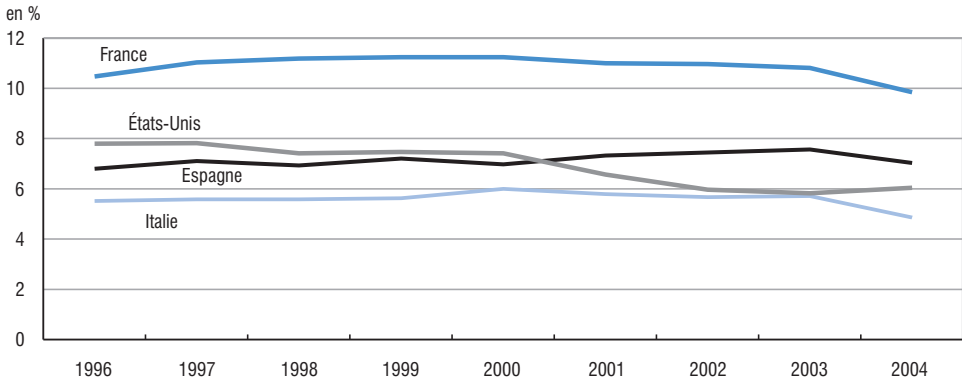


Part de la France en 2004



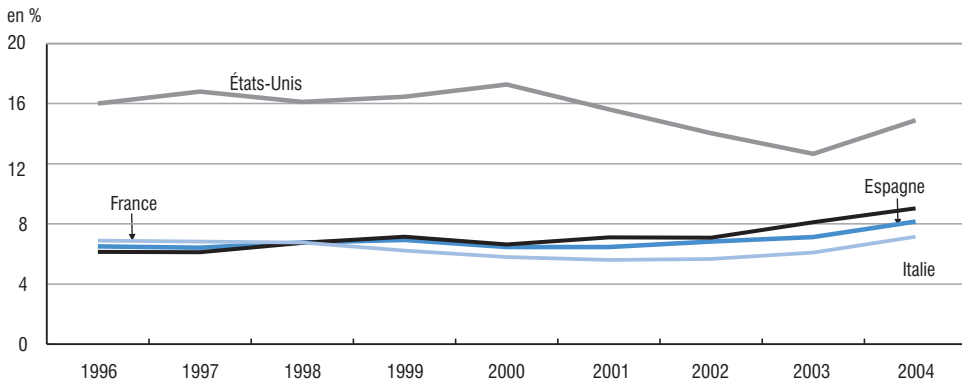
Source : direction du Tourisme.

Part de la France dans les arrivées de touristes



Source : organisation mondiale du Tourisme.

Part de la France dans les recettes



Source : organisation mondiale du Tourisme.

1.7 L'emploi dans le tourisme

En 2004, les activités caractéristiques du tourisme emploient **près d'un million de personnes**, soit au total 3,4 % des actifs occupés. Ils se répartissent en environ 760 000 salariés et 170 000 non-salariés. Le secteur des hôtels, cafés et restaurants représente 84 % des effectifs des activités touristiques. Depuis 1985, la croissance annuelle de l'emploi dans le tourisme est en moyenne de 12 000 emplois par an. Les activités où l'emploi progresse le plus sont la restauration, les hébergements touristiques autres que les hôtels, et les agences de voyages. Avec la création de plus de 39 000 emplois salariés en deux ans, le secteur des hôtels, cafés et restaurants a constitué le deuxième secteur créateur d'emplois sur les années 2002-2003, le premier étant celui du commerce (+ 50 000 emplois salariés en deux ans) ; en 2004, le tourisme a pris la troisième place avec la création de 11 000 emplois, derrière le secteur des services aux entreprises et celui de la construction.

D'autres emplois sont liés au tourisme quand il génère un surcroît de population présente : ce sont des emplois induits dans le commerce (alimentation, habillement...), les transports, la santé, les collectivités locales (traitement des déchets, de l'eau), ainsi que les emplois dus aux consommations des personnes tirant leurs revenus du tourisme. On estime généralement à **un million** le nombre **d'emplois induits par le tourisme**.

Le tourisme se caractérise par une **proportion importante d'emplois non-salariés** (18 % contre 11 % dans l'ensemble de l'économie). Cette proportion est particulièrement élevée dans le secteur des hôtels, campings, cafés et restaurants, où l'on recense un grand nombre de petites entreprises sans salariés.

L'emploi dans le secteur du tourisme comporte une part importante d'**emplois saisonniers** et d'emplois à temps partiel. Une exploitation spécifique des déclarations annuelles de données sociales réalisée par l'Insee en 1996 a dénombré 420 000 emplois saisonniers dans les activités touristiques. Toutefois, ce phénomène d'emploi saisonnier est moins répandu dans les hôtels que dans les autres formes d'hébergement touristique : il est par exemple très répandu dans l'hôtellerie de plein air dont les terrains de camping sont rarement ouverts toute l'année, ainsi que dans les téléphériques et remontées mécaniques. Ainsi le Syndicat national des téléphériques de France évalue les effectifs des téléphériques et remontées mécaniques à 22 000 salariés dont 80 % de saisonniers.

Enfin, le niveau de qualification de l'emploi touristique est plus faible que dans les autres secteurs de l'économie. En effet, l'essentiel des emplois touristiques est généré par le secteur des hôtels, cafés et restaurants, ce qui explique que 60 % des effectifs sont des ouvriers ou des employés.

Définitions

Les **estimations d'emploi salarié** ont pour objectif de fournir une photographie exhaustive de l'emploi au 31 décembre de chaque année, cohérente entre les différents échelons géographiques et les divers postes de nomenclatures d'activité. Entre chaque recensement, les estimations sont actualisées à l'aide d'indices d'évolution calculés principalement avec les données issues des fichiers de l'Unedic (Union nationale pour l'emploi dans l'industrie et le commerce). Après une expertise des directions régionales de l'Insee, les résultats définitifs sont publiés au 31 décembre de l'année n+2.

La part des **emplois non-salariés** est connue par l'Enquête annuelle d'entreprises dans les services aux particuliers réalisée par l'Insee sur l'année 2002.

Pour en savoir plus

- « Compte satellite du tourisme 2004 », direction du Tourisme, mai 2005.
- « Estimations trimestrielles de l'emploi salarié », Insee, *Informations Rapides* n° 263, septembre 2005.
- « La France des services : services aux particuliers et activités immobilières », *Insee Références*, 2004-2005.
- « Bilan de la saison 2003-2004 », Syndicat national des téléphériques de France, 2004.

L'emploi salarié au 31/12, en France métropolitaine

en milliers

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003 (p)
Hôtels de tourisme	150,5	154,0	157,0	161,0	164,5	170,1	171,7	173,2	172,7
Hôtels avec restaurant	132,3	133,8	136,2	138,6	140,6	145,1	145,6	146,0	145,0
Hôtels sans restaurant	18,3	20,2	20,8	22,3	23,9	25,0	26,1	27,2	27,7
Autres hébergements touristiques	44,1	41,8	41,1	40,9	40,6	42,1	42,5	43,2	45,2
Autres hôtels	5,6	4,2	4,1	4,0	3,9	4,0	3,8	3,9	3,9
Auberges de jeunesse et refuges	0,7	0,8	0,9	1,0	1,1	1,1	1,2	1,2	1,1
Exploitation de terrains de camping	6,6	6,5	6,5	6,7	6,6	6,8	7,0	7,3	7,5
Autres hébergements touristiques	31,2	30,3	29,6	29,1	29,0	30,2	30,4	30,8	32,7
Restaurants	283,6	292,2	308,7	328,1	347,2	363,1	382,2	399,3	404,4
Restaurants de type traditionnel	221,3	224,7	234,9	248,5	261,3	271,8	283,2	294,1	295,3
Restaurants de type rapide	62,3	67,5	73,8	79,6	85,9	91,4	99,0	105,2	109,2
Cafés	37,0	37,8	39,0	40,0	41,4	41,3	42,1	42,1	41,5
Cafés tabacs	10,9	11,1	11,2	11,6	11,9	12,0	12,3	12,4	12,3
Débits de boissons	26,0	26,6	27,8	28,4	29,4	29,3	29,8	29,7	29,2
Autres activités touristiques	57,9	61,4	62,6	65,8	71,6	74,1	76,2	78,6	80,5
Téléphériques, remontées mécaniques *	9,3	11,4	11,4	11,8	13,4	12,3	12,1	12,8	13,6
Agences de voyages	35,2	36,2	37,2	39,3	42,5	45,8	46,8	47,4	47,6
Soins de beauté	5,2	5,4	5,6	6,2	7,1	7,8	8,9	9,9	10,5
Thermalisme, thalassothérapie	7,1	7,2	7,2	7,1	7,0	6,2	6,2	6,1	6,1
Autres soins corporels	1,0	1,1	1,2	1,4	1,7	2,1	2,2	2,4	2,7
Total activités caractéristiques du tourisme	573,1	587,2	608,3	635,8	665,3	690,7	714,7	736,5	744,4
Location autres biens immobiliers **	21,3	25,6	25,3	24,7	23,5	19,8	21,2	19,4	17,7

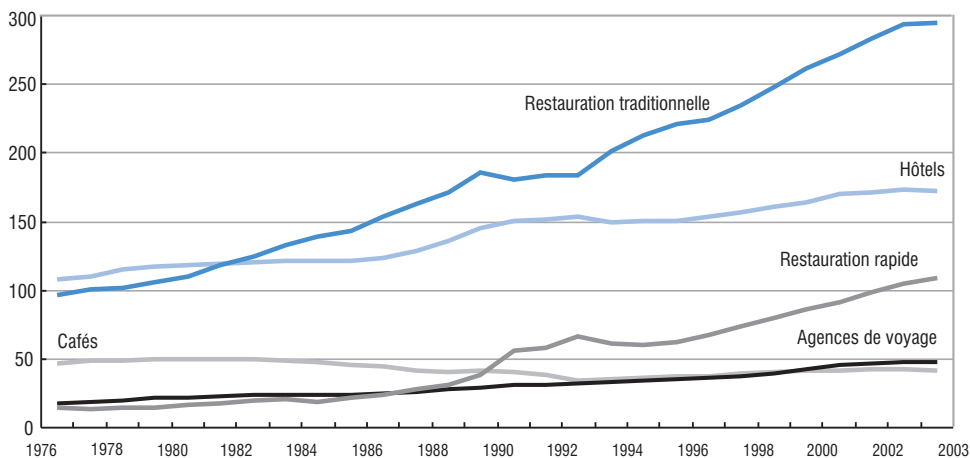
* Le champ Unedic ne couvrant pas les salariés des collectivités publiques, les effectifs de ce secteur sont sous-estimés ; le SNTF évalue les effectifs des téléphériques et remontées mécaniques à près de 22 000 emplois pour la saison 2003-2004.

** Cette activité incluait les résidences hôtelières et les résidences de tourisme jusqu'en 2002.

Source : Unedic.

Évolution de l'emploi salarié du tourisme

en milliers



1.8 Les entreprises du tourisme

Au 1^{er} janvier 2004, on compte près de **229 000 entreprises** exerçant leur activité parmi les activités caractéristiques du tourisme dans le répertoire **Sirene**. Ce nombre a augmenté de 1,6 % depuis 2003. Les entreprises de restauration rapide et de soins corporels ont connu la croissance la plus forte ces dernières années. Plus de la moitié sont des **entreprises individuelles**.

En 2002, selon l'enquête annuelle d'entreprise dans les services, les entreprises caractéristiques du tourisme ont réalisé plus de **64 milliards d'euros de chiffre d'affaires**. Plus de **90 %** de ces entreprises appartiennent au secteur des **hôtels, cafés et restaurants** : 38 % de restaurants traditionnels, 11 % d'établissements de restauration rapide, 23 % de cafés, 13 % d'hôtels de tourisme, 6 % d'établissements d'hébergements de courte durée. Enfin 2 % sont des agences de voyages et 6 % des établissements de soins corporels.

Le tourisme compte de nombreuses petites entreprises et quelques très grandes : 0,7 % du total, soit 150 entreprises, regroupe 21 % des salariés et réalise 19 % du chiffre d'affaires du secteur des hôtels, cafés et restaurants. Le phénomène est encore plus important dans le secteur des agences de voyages où 1 % des entreprises, soit 36 unités, emploie 45 % des salariés et réalise 45 % du chiffre d'affaires du secteur.

L'hôtellerie de tourisme compte 28 000 entreprises, qui réalisent 15 milliards d'euros de chiffre d'affaires et emploient 180 000 personnes. Dans le secteur de l'hôtellerie et de la

restauration, 65 % des entreprises emploient 0 à 2 salariés. La part des entreprises individuelles ne cesse de s'y réduire : elle est passée de 39 % en 2000 à 34 % en 2003. Cette baisse est due à la diminution constante de l'hôtellerie individuelle au profit de l'hôtellerie de chaîne.

Le secteur des **cafés et restaurants** compte plus de 146 000 entreprises qui réalisent près de 32 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Il emploie 526 000 personnes, soit plus de **40 % des personnes occupées de l'ensemble des services aux particuliers**. Si le nombre des restaurants traditionnels reste stable, la restauration rapide s'est fortement développée au cours des dix dernières années, tandis que le nombre des cafés diminue régulièrement. La moitié des restaurants et les trois quarts des cafés sont des entreprises individuelles.

Le secteur des agences de voyages comporte 3 900 entreprises, qui réalisent 12 milliards d'euros de chiffre d'affaires et emploient 42 000 personnes. On y trouve seulement 10 % d'entreprises individuelles. 270 entreprises de téléphériques et remontées mécaniques réalisent près d'un milliard d'euros de chiffre d'affaires et emploient plus de 20 000 personnes. Enfin, le thermalisme et la thalassothérapie, les soins de beauté et soins corporels comptent 12 000 entreprises, qui réalisent plus d'un milliard d'euros de chiffre d'affaires et emploient 27 000 personnes. Les trois quarts sont des entreprises individuelles.

Définitions

L'**entreprise** est définie comme « la plus petite combinaison d'unités légales qui constitue une unité organisationnelle de production de biens et de services jouissant d'une certaine autonomie de décision ». En pratique, l'entreprise est assimilée à l'unité légale.

Le **répertoire Sirene** (Système informatique pour le répertoire des entreprises et de leurs établissements) identifie les unités légales disposant d'une personnalité juridique distincte. Les entrées au répertoire sont statistiquement bien suivies, l'inscription étant un acte administratif indispensable à la reconnaissance de l'existence de l'entreprise. En revanche, les cessations d'activité sont déclarées avec un certain délai.

Pour en savoir plus

- « Compte satellite du tourisme 2004 », direction du Tourisme, mai 2005.
- « Les services en 2002, Rapport sur les comptes », *Insee Synthèses*, n° 76, avril 2004.
- « La France des services : services aux particuliers et activités immobilières », *Insee Références*, 2004-2005.
- « Bilan de la saison 2003-2004 », Syndicat national des téléphériques de France, 2004.

Les entreprises du tourisme 1.8

		Nombre d'entreprises au 31/12/2002	Personnel occupé annuel moyen	Chiffre d'affaires (millions d'€)	Valeur ajoutée (millions d'€)
55.1	Hôtellerie	27 630	183 256	15 122	7 461
55.1A	Hôtels avec restaurant	18 235	146 483	11 815	5 684
55.1C	Hôtels de tourisme sans restaurant	7 023	32 434	2 993	1 625
55.1E	Autres hôtels	2 372	4 339	315	151
55.2	Autres hébergements touristiques	11 081	36 617	3 323	1 364
55.2A	Auberges de jeunesse	144	1 118	38	17
55.2C	Exploitation de terrains de campings *	4 448	13 336	1 159	516
55.2E	Autres hébergements touristiques	6 489	22 165	2 126	831
<i>dont</i>	<i>Hébergement en meublés</i>	<i>4 691</i>	<i>8 307</i>	<i>644</i>	<i>278</i>
	<i>Centres de villégiature, résidences de tourisme</i>	<i>1 280</i>	<i>10 019</i>	<i>1 192</i>	<i>444</i>
	<i>Centres de vacances pour enfants et adolescents</i>	<i>518</i>	<i>3 839</i>	<i>290</i>	<i>109</i>
55.3	Restaurants	99 621	440 620	26 340	12 494
55.3A	Restauration de type traditionnel	76 906	342 202	20 413	9 854
55.3B	Restauration de type rapide	22 715	98 418	5 927	2 640
55.4	Cafés	46 676	86 140	5 372	2 736
55.4A	Cafés - tabacs	12 882	27 053	2 259	1 138
55.4B	Débits de boissons	33 794	59 087	3 113	1 598
60.2C	Téléphériques, remontées mécaniques **	171	7 292	792	538
63.3Z	Agences de voyages	3 860	41 958	12 185	2 001
	Soins corporels	12 067	26 840	1 164	662
93.0E	Soins de beauté	10 029	17 515	659	375
93.0K	Activités thermales et thalassothérapie	133	6 004	377	212
93.0L	Autres soins corporels	1 905	3 321	128	75
	Total activités caractéristiques du tourisme	201 106	822 723	64 298	27 256

* Non compris les campings municipaux.

**Non compris les remontées exploitées par les collectivités locales ; selon le SNTF, 270 entreprises ont réalisé un chiffre d'affaires de 930 M€ sur la saison 2002-2003, employant plus de 20 000 personnes.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2002).

1.9 Les créations et défaillances d'entreprises

En 2004, la **création** d'entreprises dans les activités caractéristiques du tourisme s'est avérée très dynamique : 36 000 entreprises ont été créées, soit environ 1 600 de plus qu'en 2003. Depuis deux ans, ce volume correspond à un **taux de création spectaculaire** de plus de 15 %, bien supérieur au taux moyen de création dans l'ensemble des services aux particuliers (6 %).

On distingue trois modalités de création d'entreprise :

- la **reprise** d'entreprise : c'est la modalité la plus fréquente, qui concerne 43 % des créations en 2004, essentiellement dans l'hôtellerie, les restaurants de type traditionnel et les cafés.

- la **création pure** : elle représente 36 % des créations en 2003 ; on l'observe dans 86 % des créations d'agences de voyages et 61 % des créations d'hébergements de courte durée autres que les hôtels.

- la **réactivation** d'entreprise : elle concerne 21 % des créations et jusqu'à 27 % pour les cafés.

Le rythme global de création en 2004 est fort par rapport au rythme moyen constaté depuis dix ans. C'est un phénomène qui touche l'ensemble de l'économie et qui est à relier aux nombreuses dispositions favorisant l'initiative économique. Cette hausse touche diversément les secteurs d'activités. Ainsi, 64 % des créations concernent les restaurants, dont le taux de création est très élevé en 2004

puisque'il dépasse 27 %. En revanche, la création de cafés continue à baisser.

La création d'hôtels de tourisme est à peine plus élevée qu'en 2003, où le niveau de création a été le plus bas constaté depuis 1990. La création des autres moyens d'hébergement de courte durée s'avère encore très dynamique en 2004, après une année 2003 constituant un point haut historique.

La création d'agences de voyages fluctue depuis plusieurs années autour de 400 créations par an ; elle est encore de cet ordre en 2004.

Enfin, les services de soins de beauté et d'entretien corporel sont sur une tendance de forte hausse qui s'accélère encore en 2004 avec près de 4 000 créations après 3 000 en 2003.

Alors qu'en 2002, on avait dénombré 4 000 **défaillances** d'entreprises dans les activités caractéristiques du tourisme, en 2003 on en compte 4 300, dont 4 000 pour le seul secteur des hôtels, cafés et restaurants. C'est une inversion de la tendance à la diminution des défaillances constatée depuis 1996. Ce volume de défaillances reste toutefois modeste par rapport aux années antérieures. L'activité la plus touchée est l'hôtellerie de tourisme : de nombreux petits hôtels indépendants, de type familial ou saisonnier, cessent leur activité, en particulier dans les zones rurales ou de montagne. Le nombre moyen de salariés par entreprise concernée était de 2 en 2003.

Définitions

On distingue trois types de **création** d'entreprise :

- la **reprise** d'entreprise, lorsqu'une unité reprend l'activité d'une autre unité légale ;

- la **création pure**, lorsque l'activité exercée ne constitue pas la poursuite d'une activité de même type exercée auparavant au même endroit par une autre entreprise ; d'un point de vue économique, elle correspond à une réelle augmentation des capacités de production ;

- la **réactivation** d'une unité inscrite au répertoire qui avait cessé son activité et qui la reprend.

Le **taux de création** est le nombre de créations nouvelles d'entreprises rapporté au nombre total d'entreprises.

La **défaillance** est la mise en redressement judiciaire d'une entreprise qui, à la suite de problèmes financiers, se trouve en situation de cessation de paiement. Cette procédure peut conduire à une cessation, mais il peut y avoir reprise d'activité. L'effectif salarié concerné par une défaillance est l'effectif salarié pris au 1^{er} janvier et précédant d'au moins trois mois la mise en redressement judiciaire.

Pour en savoir plus

- « Les créations d'entreprises », *Informations Rapides*, Insee, mai 2005.
- « Les défaillances d'entreprises », *Informations Rapides*, Insee, mai 2005.
- « Les comptes du tourisme en 2004 », direction du Tourisme, mai 2005.

Les créations d'entreprises de tourisme de 1990 à 2004

	1990	1995	2000	2002	2003	2004
Activités caractéristiques du tourisme	33 984	32 105	31 978	33 354	34 532	36 156
Hôtellerie de tourisme	4 702	3 028	2 500	2 377	2 299	2 365
Autres hébergements touristiques	1 392	1 720	1 726	1 897	2 035	1 870
Restauration de type traditionnel	14 269	13 623	12 690	12 973	13 382	14 986
Restauration de type rapide	5 014	5 904	7 295	8 248	8 663	8 200
Cafés-tabacs, débits de boissons	6 688	5 744	5 367	5 016	4 727	4 308
Agences de voyages	396	387	408	382	392	445
Thermalisme et thalassothérapie, soins de beauté, soins corporels	1 523	1 699	1 983	2 458	3 030	3 977

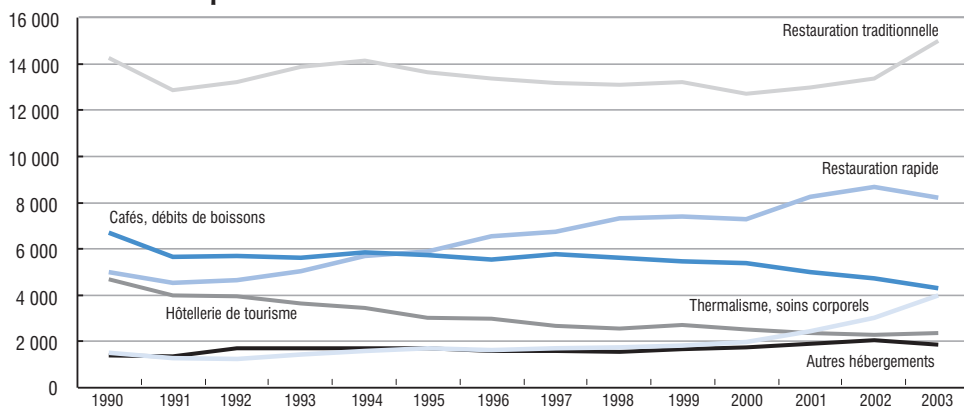
Source : Insee - Sirene.

Les défaillances d'entreprises de tourisme de 1990 à 2003

	1990	1995	2000	2001	2002	2003
Activités caractéristiques du tourisme	5 030	6 354	4 298	4 224	4 063	4 330
Hôtellerie de tourisme	871	1 019	431	476	394	420
Autres hébergements touristiques	53	98	107	56	57	62
Restauration de type traditionnel	2 861	3 637	2 279	2 218	2 068	2 179
Restauration de type rapide	161	435	624	602	653	717
Cafés-tabacs, débits de boissons	827	850	655	631	641	683
Agences de voyages	78	148	74	98	92	96
Thermalisme et thalassothérapie, soins de beauté, soins corporels	179	167	127	140	156	172

Source : Insee - Sirene, Bodacc.

Créations d'entreprises



1.10 La consommation touristique intérieure

En 2004, la **consommation touristique et para-touristique** intérieure s'est établie à 134,3 milliards d'euros contre 130,5 en 2003, soit une progression de 2,9 %. 80 % de cette consommation correspond à la consommation touristique proprement dite et 20 % à la consommation para-touristique ; en effet, en matière de consommation touristique, on distingue quatre agrégats :

- **T0** : consommation des touristes auprès des activités caractéristiques du tourisme, 42,8 milliards d'euros en 2004 ;
- **T1** : consommation liée aux séjours, 79,5 milliards d'euros en 2004 ;
- **T2** : consommation touristique intérieure, 105,8 milliards d'euros en 2004 ;
- **T3** : consommation touristique et para-touristique, 134,3 milliards d'euros en 2004.

En 2004, la composante proprement touristique (T2) a progressé de 3,3 % en valeur par rapport à celle de l'année 2003. Les évolutions en valeur sont assez nettes et correspondent à des augmentations en volume légères mais significatives puisque les variations de prix ont été en moyenne égales à 2 % entre 2003 et 2004. Ainsi, l'agrégat le plus représentatif du tourisme proprement dit, T2, progresse en volume de 1 % par rapport à 2003. Depuis 2001, en contraste avec les années précédentes, le tourisme récepteur, c'est-à-dire celui des non-résidents en France, s'est avéré moins dynamique que celui des Français en France. En 2004, le phénomène se confirme : la consommation touristique (T2) des

résidents a progressé en valeur de 3,9 % tandis que celle des non-résidents augmentait de 2,3 % seulement. Cette reprise du tourisme étranger en France en 2004 constitue néanmoins un bon résultat, car elle survient après une mauvaise année 2003 due à un contexte international troublé (guerre en Irak, épidémie de pneumopathie atypique en Asie du Sud-Est...)

Les comportements touristiques des Français se caractérisent en 2004 par un recours toujours accru à l'**hébergement non-marchand**. Selon l'enquête de suivi de la demande touristique des Français, la tendance au raccourcissement de la durée des séjours constatée les années précédentes s'est confirmée au cours de l'année 2004 : à une croissance sensible du nombre des séjours personnels (+ 5,7 %) correspond une faible hausse du nombre des nuitées (+ 0,7 %). La durée moyenne des séjours s'est ainsi établie à 5,37 nuits en 2004 contre 5,77 en 2003.

Comme les années précédentes, le goût des Français pour les courts séjours (séjours d'au plus trois nuits) se confirme en 2004, particulièrement en ce qui concerne les déplacements à l'étranger (+13,2 %, contre + 8,5 % pour les courts séjours en France). Toutefois, la prédominance de l'hexagone se maintient : environ 9 déplacements sur 10 s'effectuent sur le territoire. Pour ces séjours en France, on constate également un fort développement des courts séjours depuis 2001, tandis que le nombre de longs séjours ne progresse plus.

Définitions

T0 : dépenses en France des touristes résidents et non-résidents auprès des activités caractéristiques du tourisme (hébergement, restauration, loisirs et services d'organisation de voyages).

T1 : consommation liée aux séjours = T0 + alimentation et achats divers + déplacements sur place et autres services + loyers fictifs en cas d'hébergement privatif.

T2 : consommation touristique intérieure = T1 + transport domicile-lieu de séjour + dépenses préalables aux voyages + services touristiques non marchands.

T3 : consommation touristique et para-touristique = T2 + dépenses des excursionnistes et de la clientèle locale auprès des activités caractéristiques du tourisme.

Hébergement non-marchand : résidences secondaires, famille, amis.

Hébergement marchand : hôtels, campings, résidences de tourisme, villages de vacances, meublés, gîtes et chambres d'hôtes...

Pour en savoir plus

- « Mémento du Tourisme », édition 2005, direction du Tourisme.
- « Les comptes du tourisme en 2004 », direction du Tourisme, mai 2005.
- « Suivi de la demande touristique des Français », direction du Tourisme – TNS Sofres, consultable sur le site www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».

La consommation touristique intérieure 1.10

Consommation touristique

en milliards d'euros

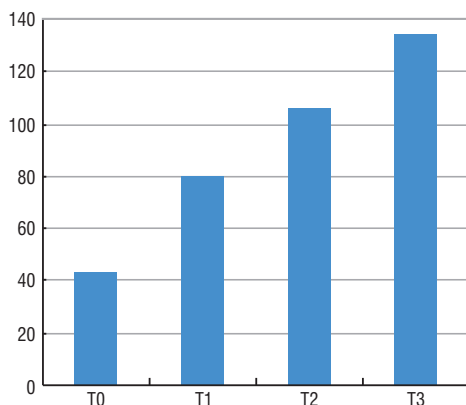
	2003		2004		2004/2003	
	résidents	non résidents	résidents	non résidents	résidents	non résidents
T0 Hébergements marchands, restaurants, cafés	12,6	13,1	13,1	13,5		
Services de loisirs	3,1	2,6	3,2	2,6		
Services d'organisation de voyages	3,9	6,3	4,0	6,4		
Total = T0	19,6	22,0	20,3	22,5	3,2%	2,3%
T1 Alimentation	7,5	2,6	7,8	2,7		
Loyers fictifs	9,0	1,4	9,4	1,4		
Achats et autres prestations	11,1	3,9	11,5	4,0		
Total + T0 = T1	47,3	29,9	49,0	30,5	3,7%	2,1%
T2 Transport domicile-lieu de séjour	14,4	5,9	15,1	5,9		
Dépenses préalables aux voyages	2,8	///	2,9	///		
Consommation non marchande *	2,4	///	2,4	///		
Total + T1 = T2	66,8	35,6	69,4	36,4	3,9%	2,3%
T3 Dépenses des excursionnistes et de la clientèle locale auprès des activités touristiques		28,1		28,5		
Total + T2 = T3	130,5		134,3		2,9%	

* Dépenses de fonctionnement des communes touristiques, et d'accueil/promotion des collectivités locales.

Source : compte satellite du tourisme, direction du Tourisme.

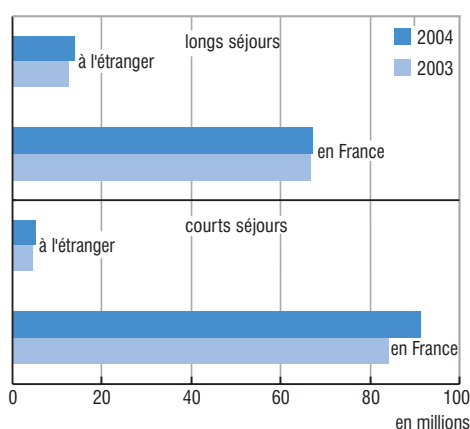
Consommation touristique en 2004

en milliards d'euros



Source : compte satellite du tourisme, direction du Tourisme.

Séjours des Français



Source : SDT, direction du Tourisme - TNS Sofrès.

1.11 Les investissements touristiques

Avec **8,9 milliards d'euros en 2003**, les investissements touristiques totaux ont représenté 3 % de la Formation brute de capital fixe (FBCF) en France. Si l'on enlève les résidences secondaires, les investissements touristiques au sens strict sont évalués à 5,1 milliards d'euros en 2003.

Les investissements des secteurs de **l'hébergement et de la restauration** constituent une composante majeure de l'investissement touristique, avec à eux seuls **près de 60 % des investissements** marchands du tourisme. En 2003, les investissements en hébergement-restauration sont estimés à 3,6 milliards d'euros (dont 1,3 milliard pour les hôtels, 1 milliard pour les cafés et restaurants, 0,5 milliard pour les résidences de tourisme, 0,2 milliard pour les gîtes et chambres d'hôtes). Sur le total des investissements hôteliers, 49 % sont le fait de l'hôtellerie indépendante et 51 % celui de l'hôtellerie de chaîne, alors que celle-ci ne représente qu'un peu moins de 40 % des chambres. Le montant des investissements en **équipements touristiques** s'élève en 2003 à 1 milliard d'euros, dont 32 % pour les remontées mécaniques, 25 % pour les centres de congrès et parcs d'exposition et 13 % pour les parcs récréatifs.

Quatre segments ont bénéficié d'une progression de leurs investissements de plus de 10 % par an en valeur de 1993 à 2003 : les remontées mécaniques (effet d'une intensité capitalistique croissante), l'hôtellerie de plein air (essor des hébergements légers du type

bungalows, mobile-homes), les casinos (augmentation du parc de machines à sous), les résidences de tourisme (association d'une gestion professionnelle des hébergements et d'une épargne privée bénéficiant de mesures fiscales incitatives).

L'investissement public (État et Communes) est également important. Outre les aides apportées à des investissements privés, les collectivités locales prennent en charge les investissements en infrastructures induits par la fréquentation touristique (gestion de l'eau ou des déchets par exemple). Ainsi, en considérant les 5 000 communes recevant la dotation touristique ou ayant instauré la taxe de séjour, appelées « communes touristiques », on a pu estimer à 800 millions d'euros en 2001 le surcroît d'investissement induit par le tourisme. En 2002, l'investissement total de ces 5 000 communes a représenté 4 milliards d'euros, soit le quart de l'investissement de l'ensemble des communes françaises.

En 2002, les encours d'investissements français à l'étranger dans le secteur de l'hébergement et de la restauration étaient de 4,6 milliards d'euros. En excluant la restauration collective de manière à ne conserver que le champ des activités touristiques, les investissements français à l'étranger se montaient encore à 2,9 milliards d'euros, chiffre sensiblement supérieur à celui des investissements étrangers en France qui atteignait 1,1 milliard d'euros.

Définition

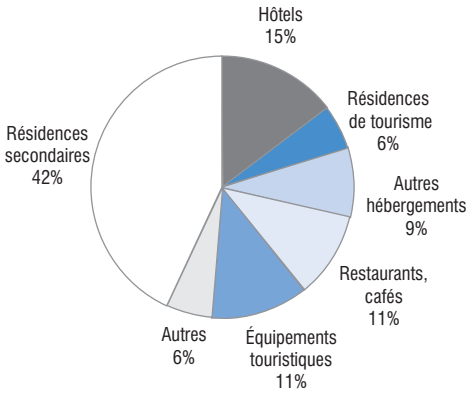
Le domaine retenu pour évaluer les **investissements touristiques** comprend les activités caractéristiques du tourisme telles que définies dans le Compte satellite du tourisme ; pour les résidences secondaires, l'investissement a été apprécié à partir des Comptes du logement et des travaux de la DAEI.

Pour en savoir plus

- « Les investissements touristiques, mise en place d'un tableau de bord », direction du Tourisme - ECCE, juin 2004.
- « Les comptes du logement en 2003 », ministère des Transports, de l'Équipement, du Tourisme et de la Mer.
- « Comptes nationaux annuels, base 2000 », Insee.

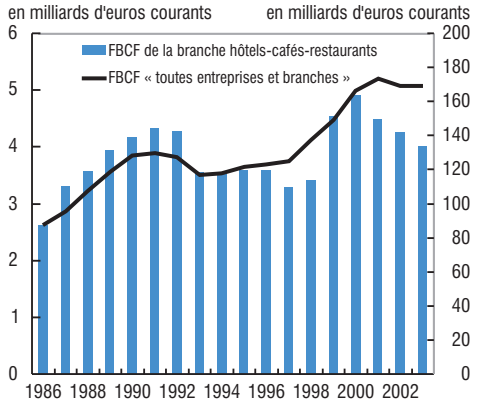
Les investissements touristiques 1.11

Investissements touristiques en 2003



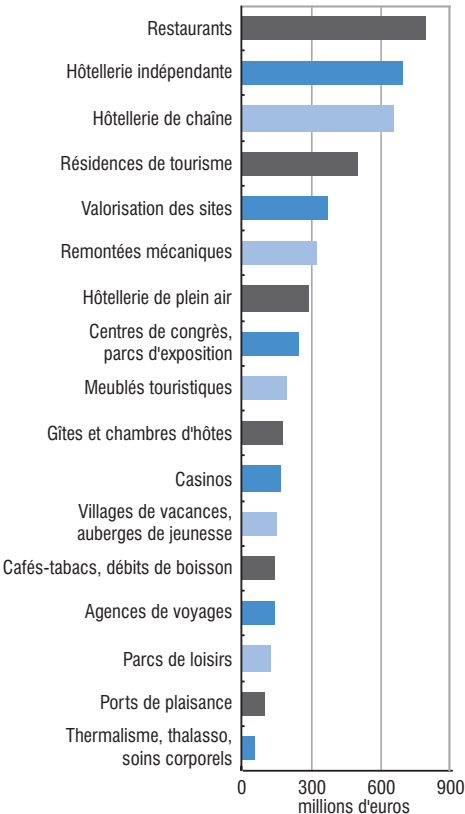
Source : direction du Tourisme.

Investissements des hôtels-café-restaurants et du total des entreprises



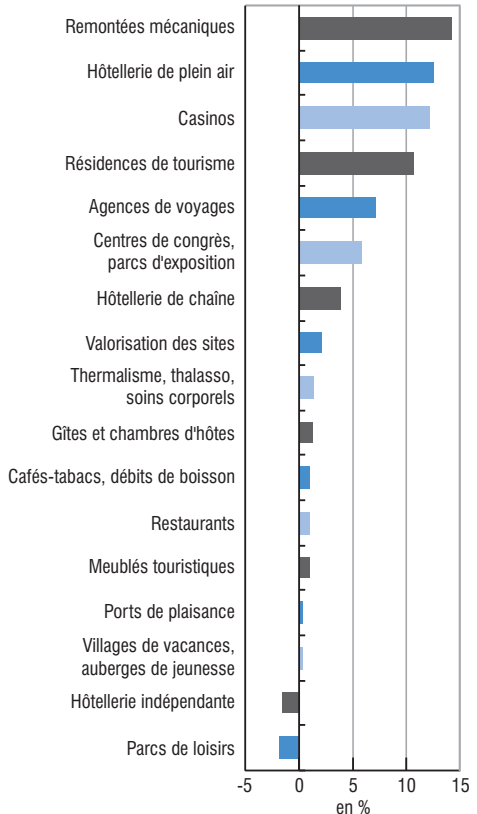
Source : Insee, comptes nationaux.

Investissements touristiques en 2003



Source : direction du Tourisme.

Taux de croissance annuel moyen des investissements touristiques entre 1993 et 2003



Source : direction du Tourisme.

2.1 L'hôtellerie de tourisme

Au 1^{er} janvier 2005, le parc de l'**hôtellerie homologuée** compte 18 100 établissements pour 604 000 chambres, auquel il convient d'ajouter 200 hôtels de chaîne non classés, représentant 10 000 chambres. Ce volume équivalait à 1,2 million de lits, soit 23 % de la capacité d'accueil en hébergement marchand en France.

Le nombre d'hôtels diminue légèrement depuis dix ans alors que la capacité totale d'accueil reste stable. Il en résulte une augmentation de la capacité moyenne d'un hôtel de tourisme, passée de 30 à 33 chambres entre 1994 et 2005.

La diminution du nombre d'hôtels s'est effectuée au profit de l'hôtellerie de **chaîne** et au détriment de l'hôtellerie indépendante traditionnelle. En vingt ans, le nombre de chambres des hôtels de chaînes a triplé et le taux de pénétration de l'hôtellerie de chaîne atteint 36 % en 2005. Inversement, les hôtels purement indépendants (sans regroupement de type volontaire) sont en déclin : leur offre a diminué de 10 % en cinq ans. Néanmoins, ils représentent toujours environ la moitié de la capacité hôtelière. Leur capacité moyenne (25 chambres) est nettement inférieure à celle des hôtels de chaîne (81 chambres). Seuls les hôtels indépendants adhérents à une **chaîne volontaire** se sont développés à un rythme

comparable à celui des chaînes intégrées ; en 2005, ils représentent 21 % des hôtels et 15 % des chambres.

La catégorie « 2 étoiles » est majoritaire, avec 54 % des établissements et 47 % des chambres. La répartition par catégorie évolue lentement au profit de l'hôtellerie de luxe. À l'autre extrémité, la montée en puissance d'hôtels 0 étoile de plus de 100 chambres (appartenant souvent à des chaînes) a renforcé le poids de cette catégorie dans la capacité d'accueil totale.

Les trois principales régions d'accueil pour l'hôtellerie sont l'Île-de-France (24 % de la capacité totale), Rhône-Alpes (12 %) et Provence - Alpes - Côte d'Azur (11 %).

L'espace **urbain** concentre 37 % des hôtels classés et 55 % des chambres en 2005. Les établissements y sont de taille largement supérieure à la moyenne, en particulier en Île-de-France. Les chaînes sont très fortement implantées dans les hôtels urbains (la moitié de la capacité) mais également le long des axes routiers. Le **littoral** concentre près de 20 % de l'offre hôtelière, dont la moitié en Méditerranée. À la **campagne** et en **montagne**, les hôtels sont de taille assez petite (20 chambres). En montagne, cette taille n'augmente que lorsque l'on se rapproche des stations. Sur ces deux espaces, les chaînes sont très peu présentes.

Définitions

Les **hôtels homologués** ou classés tourisme sont, depuis l'arrêté du 14 février 1986, répartis en 6 catégories de 0 étoile à 4 étoiles luxe. Les conditions requises pour le classement portent sur le nombre de chambres, leur confort, les locaux communs, l'équipement de l'hôtel et le niveau de service rendu par le personnel.

L'hôtellerie de **chaîne** est constituée de l'ensemble des hôtels ayant une enseigne d'un groupe hôtelier (filiales ou franchisés). Les **chaînes volontaires** sont des groupements d'hôtels indépendants désireux d'affirmer une identité, tels Logis de France, Relais et Châteaux...

L'**enquête de fréquentation dans l'hôtellerie** est réalisée mensuellement en partenariat entre l'Insee et la direction du Tourisme. Elle bénéficie dans la plupart des régions d'une extension d'échantillon financée par les partenaires locaux du tourisme. Elle couvre l'ensemble des établissements de l'hôtellerie de tourisme de France métropolitaine, et a été étendue aux DOM en 2004.

Pour en savoir plus

- « Une médiocre saison d'été dans l'hôtellerie et le camping en 2004 », M.-A. Le Garrec et S. Maille, *Insee Première* n° 1003, février 2005.
- « L'hôtellerie a souffert en 2003 », M.-A. Le Garrec, *Insee Première* n° 976, juillet 2004.
- « L'hôtellerie classée en France » : l'offre et la fréquentation en 2004, direction du Tourisme, consultable sur le site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».

Parc de l'hôtellerie homologuée au 1^{er} janvier 2005

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Hôtels	18 809	18 563	18 474	18 468	18 373	18 217	18 114
Hôtels de chaînes	2 040	2 219	2 359	2 534	2 656	2 682	2 715
Hôtels indépendants	16 769	16 344	16 115	15 934	15 717	15 535	15 399
Chambres	586 944	583 578	589 174	600 492	603 619	603 279	604 235
Hôtels de chaînes	160 326	175 030	187 082	202 914	213 019	216 566	218 821
Hôtels indépendants	426 618	408 548	402 092	397 578	390 600	386 713	385 414

Source : Insee, direction du Tourisme, partenaires régionaux.

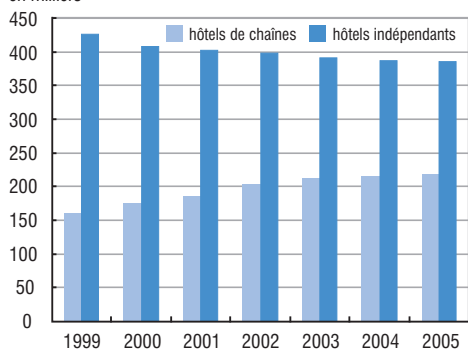
Implantation des hôtels homologués au 1^{er} janvier 2005

	0 étoile	1 étoile	2 étoiles	3 étoiles	4 étoiles	Ensemble
Hôtels de chaînes	679	154	1 136	577	169	2 715
Littoral	76	13	141	104	49	383
Montagne	7	0	9	20	3	39
Rural	71	21	94	30	4	220
Urbain	525	120	892	423	113	2 073
Hôtels indépendants	1 405	1 602	8 689	3 125	578	15 399
Littoral	201	273	1 715	763	138	3 090
Montagne	353	326	1 839	415	57	2 990
Rural	559	481	2 729	747	162	4 678
Urbain	292	522	2 406	1 200	221	4 641

Source : Insee, direction du Tourisme, partenaires régionaux.

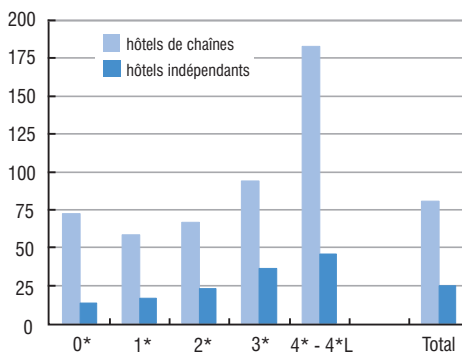
Évolution du nombre de chambres de 1999 à 2005

en milliers



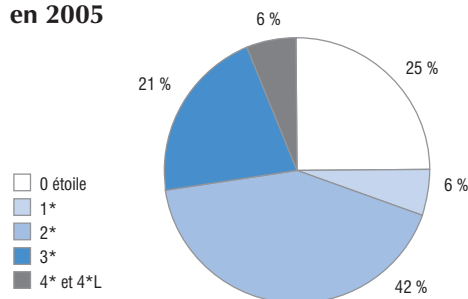
Sources : Insee, direction du Tourisme, partenaires régionaux.

Nombre moyen de chambres par hôtel en 2005



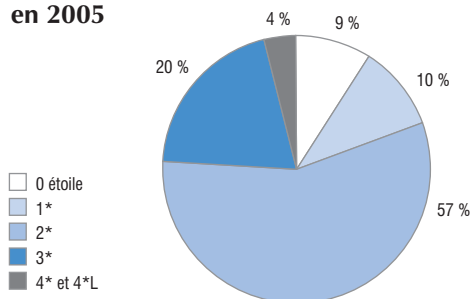
Source : Insee, direction du Tourisme, partenaires régionaux.

Répartition des hôtels de chaîne en 2005



Source : Insee, direction du Tourisme, partenaires régionaux.

Répartition des hôtels indépendants en 2005



Source : Insee, direction du Tourisme, partenaires régionaux.

2.2 Les campings (hôtellerie de plein air)

En 2005, le secteur de l'**hôtellerie de plein air** compte près de 8 200 terrains de **camping classés**, offrant 935 000 emplacements. Avec 2,8 millions de lits (un emplacement équivalent à 3 lits), l'hôtellerie de plein air représente 53 % de la capacité d'accueil en hébergement marchand. Ces chiffres ne prennent pas en compte les aires naturelles ni le camping à la ferme. En termes d'offre, l'hôtellerie de plein air française se situe au deuxième rang au niveau international derrière les États-Unis, mais au premier rang européen, devant l'Italie et l'Espagne.

Si le parc est globalement stable, le nombre d'**emplacements de passage** (757 000) diminue régulièrement depuis dix ans, au profit du nombre d'**emplacements loués à l'année** (167 000) qui représentent 18 % des emplacements en 2005. Ces emplacements résidentiels loués à l'année sont majoritairement situés dans les régions du Nord. Parmi les emplacements de passage, on observe également une diminution des classiques emplacements nus au profit d'**emplacements équipés** d'un hébergement léger. Ces emplacements équipés représentent 15 % de la capacité d'accueil en 2005.

Plus de la moitié des terrains classés appartiennent à des SARL ou des particuliers. Les collectivités territoriales et les associations de

loi 1901 possèdent respectivement 30 % et 6 % des campings classés français. 95 % des campings proposent des emplacements de passage, seuls espaces dont la fréquentation est considérée comme touristique.

Si la majorité des campings français sont classés 2*, le développement des 3* au cours des dernières années devrait à terme faire de cette catégorie la plus importante. Plus généralement, la part des campings « haut de gamme » (3* et 4*) offrant des équipements et des services variés, progresse régulièrement depuis dix ans au détriment des campings 2*, tandis que la catégorie 1* reste stable. C'est dans les campings 4* qu'on trouve la plus forte proportion d'emplacements équipés d'un hébergement léger (30 % de leur capacité).

Le littoral **regroupe près d'un emplacement sur deux**, devant la campagne qui concentre environ un tiers de la capacité totale. Les campings littoraux sont d'une taille moyenne plus importante (180 emplacements par camping contre 111 pour l'ensemble des espaces touristiques). Plus de la moitié des emplacements est concentrée sur cinq régions littorales : Languedoc-Roussillon (13 % des emplacements en 2005), Aquitaine (12 %), Provence - Alpes - Côte d'Azur (11 %), Bretagne (10 %) et Pays de la Loire (9 %).

Définitions

L'**enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air** est réalisée en partenariat entre l'Insee et la direction du Tourisme. Le champ de l'enquête est l'ensemble des **campings classés** possédant un emplacement de passage, quel que soit leur mode de gestion (y compris les campings municipaux, exclus du champ de l'Enquête annuelle d'entreprise dans les services). L'enquête, exhaustive, se déroule au cours de la saison d'été (mai à septembre). Les campings possédant uniquement des emplacements loués à l'année sont dénombrés, mais leur fréquentation n'est pas enquêtée.

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

Un **emplacement loué à l'année** est un emplacement réservé à la location résidentielle, c'est-à-dire à un seul client pour l'ensemble de la période d'ouverture du camping.

Un **emplacement équipé** est muni d'un hébergement léger (chalet, bungalow ou mobile-home).

Pour en savoir plus

- « Une médiocre saison d'été pour l'hôtellerie et le camping en 2004 », M-A. Le Garrec et S. Maille, *Insee Première*, n° 1003, février 2005.
- « Les campings classés en France : l'offre et la fréquentation en 2004 », direction du Tourisme, consultable sur le site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».
- « Mémento du tourisme 2005 », direction du Tourisme.

Les campings (hôtellerie de plein air) 2.2

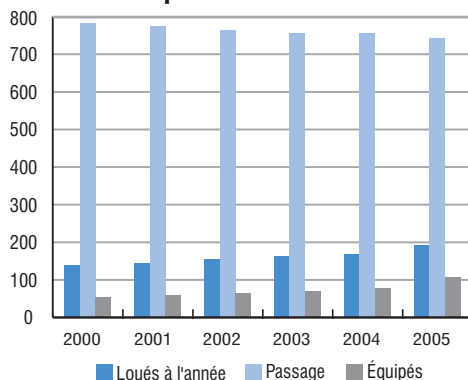
Parc de l'hôtellerie de plein air au 1^{er} janvier

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Terrains de camping	8 356	8 357	8 354	8 327	8 289	8 174
Terrains avec emplacement de passage	8 027	8 021	8 004	7 972	7 926	7 839
Emplacements	921 789	919 847	921 488	920 599	924 378	934 642
Emplacements loués à l'année	138 915	144 881	156 582	163 161	167 410	192 353
Emplacements de passage	782 874	774 966	764 906	757 438	756 968	742 289
dont emplacements équipés *	53 707	59 738	65 503	71 297	78 356	107 449

* Emplacements équipés d'un hébergement léger type chalet, bungalow ou mobile-home.

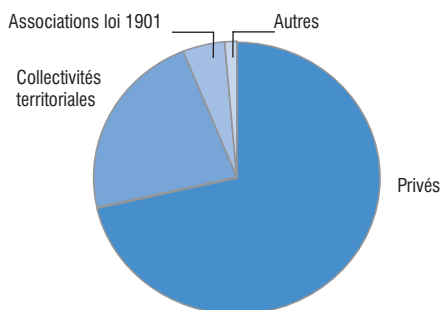
Source : Insee, direction du Tourisme.

Nombre d'emplacements



Source : Insee, direction du Tourisme.

Mode de gestion



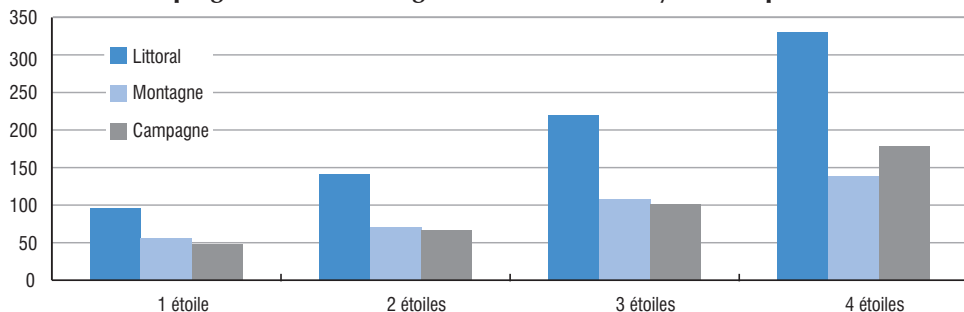
Source : Insee, direction du Tourisme.

Implantation de l'hôtellerie de plein air au 1^{er} janvier 2005

	1 étoile	2 étoiles	3 étoiles	4 étoiles	Total
Terrains de camping	1 295	3 865	2 299	715	8 174
Littoral	240	1 138	761	346	2 485
Montagne	261	728	366	53	1 408
Rural	739	1 827	1 023	267	3 856
Urbain	55	172	149	49	425
Emplacements	76 076	349 221	331 140	178 205	934 642
Littoral	23 113	160 117	167 398	114 074	464 702
Montagne	14 410	51 551	39 506	7 337	112 804
Rural	35 551	120 616	103 871	47 780	307 818
Urbain	3 002	16 937	20 365	9 014	49 318

Source : Insee, direction du Tourisme.

Taille des campings selon leur catégorie (en nombre moyen d'emplacements)



Source : Insee, direction du Tourisme.

2.3 Les autres hébergements collectifs

Parmi les **autres formes d'hébergement touristique** collectif, alternatives à l'hôtellerie et aux campings, les résidences de tourisme, les villages de vacances et les auberges de jeunesse offrent près de 750 000 lits au 1^{er} janvier 2005.

Ces autres formes d'hébergement touristique répondent à la demande croissante en structures de villégiatures diversifiées ou s'adressent à une clientèle spécifique (jeunes, sportifs). Le fractionnement des vacances renforce en effet le besoin en hébergements relativement peu coûteux et fréquentables en toutes saisons.

1 300 **résidences de tourisme** offrent 455 000 lits, dans une gamme variée de logements (taille, situation géographique, catégorie). Moins coûteuses que l'hôtel, elles proposent néanmoins des services annexes (ménage ou restauration par exemple). Elles disposent aussi d'équipements de loisirs (piscine, tennis et autres terrains de sport). Elles sont principalement situées en montagne (32 % dans la seule région Rhône-Alpes) ou au bord de la mer (26 % dans la région Provence - Alpes - Côte d'Azur et 9 % en Languedoc-Roussillon). Certaines résidences situées en ville sont adaptées à la clientèle d'affaires (voyages

d'affaires, séminaires d'entreprises) et sont alors équipées de matériel spécifique.

Les **villages de vacances** offrent plus de 270 000 lits, en hébergement individuel ou collectif, ainsi que des installations communales (sportives ou de loisirs) et des services d'animation. Il existe deux catégories de villages : des villages exploités par des sociétés commerciales (Club Méditerranée par exemple) et des villages exploités par des organismes à but non lucratif et destinés au tourisme social (associations, mutuelles, comités d'entreprises...). Ils constituent une offre de vacances appropriée pour les familles avec enfants et, hors vacances scolaires, pour les seniors. Les villages de vacances sont principalement situés sur le littoral (18 % en région Provence - Alpes - Côte d'Azur, 13 % en Aquitaine, 13 % en Languedoc-Roussillon) ou à la montagne (13 % en Rhône-Alpes).

Les **auberges de jeunesse** sont de moins en moins nombreuses. Traditionnellement tournées vers l'accueil des jeunes voyageant à travers le monde, elles proposent aussi désormais des activités culturelles ou sportives. Regroupées en deux fédérations (FUAJ et LFAJ), elles offrent 14 400 lits au 1^{er} janvier 2004.

Définitions

Les **autres hébergements touristiques** (classes 55.2A et 55.2E de la NAF) comprennent quatre types d'hébergement : en meublés de courte durée (gîtes, locations vacancières, chambres d'hôtes...), en villages de vacances ou résidences de tourisme (incluant également les services connexes de type récréatifs, sanitaires... ne faisant pas l'objet d'une tarification à part), en centres de vacances pour enfants et adolescents et en auberges de jeunesse et refuges.

Les **résidences de tourisme** offrent des hébergements individuels ou collectifs, loués à la journée, à la semaine ou au mois ; elles sont classées de 1 à 4 étoiles en fonction des équipements et services offerts.

Les **villages de vacances** offrent des séjours de vacances selon un prix forfaitaire comportant la fourniture de repas ou les moyens d'en préparer. Ils sont classés en 2 catégories : « confort » ou « grand confort ». En 1997, l'UNAT (Union nationale des associations de tourisme et de plein air) a mis en place une marque commune, « Loisirs de France », représentative d'une démarche de qualité qualifiant les loisirs et services internes, le site, l'environnement et le confort du logement offerts par les villages de vacances.

Pour en savoir plus

- « Le tourisme de A à Z », direction du Tourisme, octobre 2004.
- Site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».
- « Mémento du tourisme 2005 », direction du Tourisme.
- Union nationale des associations de tourisme et de plein air, site internet www.unat.asso.fr
- Syndicat national des résidences de tourisme, site internet www.snrt.fr

Parc des hébergements touristiques

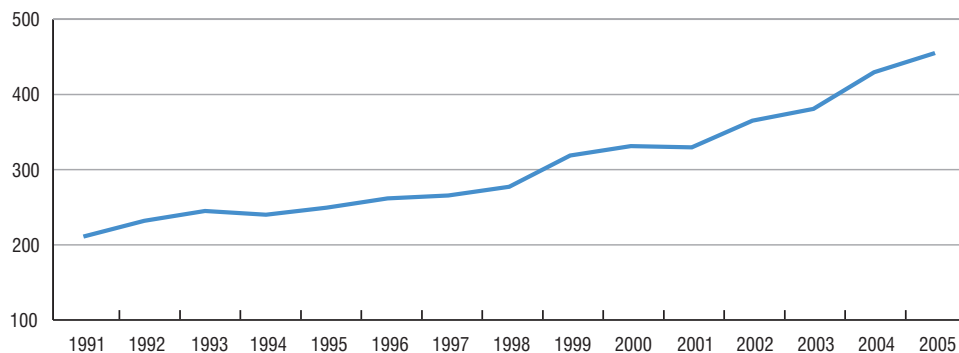
au 1^{er} janvier

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Résidences de tourisme						
Établissements	816	841	1 015	1 091	1 227	1 300
Lits	318 707	329 551	365 148	380 837	429 540	455 089
Villages de vacances						
Établissements	892	879	897	865	901	901
Lits	260 571	263 497	263 964	258 856	276 272	276 272
Auberges de jeunesse						
Établissements	215	200	201	187	188	181
Lits	15 213	14 849	14 652	13 752	14 409	14 175

Source : direction du Tourisme, SNRT, UNAT, FUAJ, LFAJ.

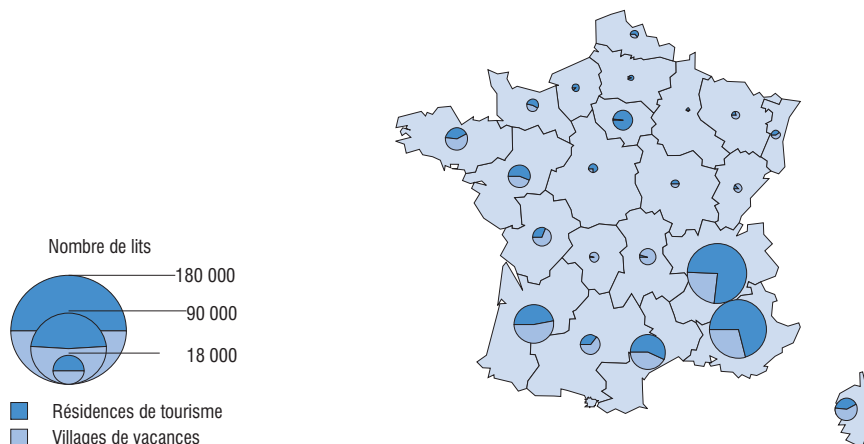
Capacité des résidences de tourisme

en milliers de lits



Source : Syndicat national des résidences de tourisme (SNRT).

Répartition des résidences de tourisme et villages de vacances



2.4 Les meublés de tourisme, gîtes et chambres d'hôtes

Les meublés classés de tourisme, les gîtes et les chambres d'hôtes offrent plus de 660 000 lits au 1^{er} janvier 2004, soit 12 % de l'hébergement marchand.

Si la location de meublés de tourisme est une composante ancienne de l'hébergement touristique, en revanche les gîtes et chambres d'hôtes répondent à la demande croissante en hébergements plus diversifiés. Dans le cas des gîtes ruraux, ils ont également procuré un complément de revenu à des exploitations agricoles moyennement rentables.

Les **meublés classés de tourisme** sont des villas ou appartements offerts en location à une clientèle de passage. En 2004, on en recense plus de 150 000, offrant plus de 600 000 lits. La location est effectuée par des loueurs professionnels ou occasionnels. Ils sont concentrés pour un tiers dans les régions de montagne (Rhône-Alpes et Midi-Pyrénées) et 40 % dans les régions littorales (Provence - Alpes - Côte d'Azur, Languedoc-Roussillon, Aquitaine et Bretagne). Comme les résidences de tourisme ou les villages de vacances, les meublés font l'objet d'un classement de 1 à 5 étoiles.

Certains meublés sont **labellisés** : il s'agit notamment des **gîtes ruraux** (label « Gîtes de France ») ou de vacances (label « Clévacances »). Ce sont des hébergements proposés par petites unités, loués au week-end ou à la

semaine. En 2004, on compte près de 66 000 meublés labellisés, comptant plus de 263 000 lits et offrant des garanties de qualité en matière d'habitat, d'environnement.

Les **gîtes ruraux** sont des meublés de tourisme situés en milieu rural, dans un habitat de qualité, de préférence à caractère régional. Créés pour revitaliser l'économie des zones rurales, ils ont connu une forte croissance depuis vingt ans : leur nombre est passé de 16 000 en 1976 à 42 000 en 2004. Il existe également des gîtes à caractère spécifique (gîtes de neige, gîtes de charme, gîtes de pêche, gîtes de cheval, gîtes Panda...) ainsi que des gîtes d'étape et des gîtes de groupe.

Les **chambres d'hôtes** offrent une formule complémentaire de logement chez l'habitant. Pour les chambres d'hôtes, il n'existe pas de procédure de classement réglementaire comme pour les gîtes ou les meublés, mais seulement des procédures de labellisation volontaire. Le nombre des chambres labellisées est passé d'un millier en 1976 à 31 000 en 2004 ; en outre, 11 000 d'entre elles proposent une **table d'hôte**. Si ce type d'hébergement s'est d'abord développé dans les zones rurales, il se répand aujourd'hui dans les zones à forte attractivité touristique ; ainsi, dans certaines régions, le nombre de chambres d'hôtes non labellisées est aujourd'hui supérieur au nombre de chambres labellisées.

Définitions

Les **meublés classés de tourisme** sont, depuis l'arrêté du 28 décembre 1976, répartis en 5 catégories de 1 à 5 étoiles. Les conditions requises pour le classement portent sur la surface et le confort des villas ou appartements.

Les **hébergements labellisés** adhèrent à une charte de qualité ; les fédérations de meublés et chambres d'hôtes ont leur propre classement : 1 à 4 clés pour le label « Clévacances », 1 à 4 épis pour le label « Gîtes de France ».

Les gîtes ruraux sont des meublés situés en milieu rural, indépendants de l'habitation du propriétaire. La Fédération nationale des gîtes de France est officiellement chargée de leur classement.

Une **chambre d'hôte** est située dans l'habitation du propriétaire ou dans un bâtiment attenant ; la prestation comprend le petit déjeuner et le ménage quotidien, et afin de ne pas concurrencer l'hôtellerie, le nombre de chambres est limité à 5. Elle peut être accompagnée d'une **table d'hôte** offrant des repas traditionnels à base de produits régionaux.

Pour en savoir plus

- « Le tourisme de A à Z », direction du Tourisme, octobre 2004.
- Site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».
- « Mémento du tourisme 2005 », direction du Tourisme.

Hébergements labellisés* en France métropolitaine

au 1^{er} janvier 2005

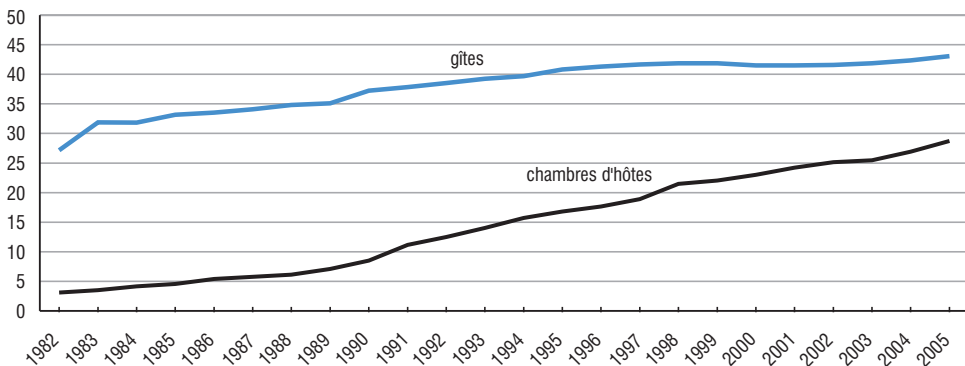
	Meublés		Chambres d'hôtes		
	Gîtes de France	Clévacances	Gîtes de France	Clévacances	Fleurs de soleil
France métropolitaine	43 075	23 747	28 712	3 368	1 352
Alsace	1 530	440	624	69	8
Aquitaine	2 680	1 297	1 586	338	78
Auvergne	2 222	248	1 348	7	64
Basse-Normandie	1 639	660	1 865	26	86
Bourgogne	1 311	27	1 715	18	54
Bretagne	4 092	5 125	2 170	794	60
Centre	1 706	244	1 968	66	57
Champagne-Ardenne	532	71	632	58	0
Corse	884	434	233	33	6
Franche-Comté	1 388	436	570	7	2
Haute-Normandie	607	182	950	69	20
Île-de-France	265	76	472	54	51
Languedoc-Roussillon	3 271	6 080	1 721	502	58
Limousin	1 620	240	891	42	0
Lorraine	875	13	467	0	8
Midi-Pyrénées	4 510	3 863	2 424	592	21
Nord - Pas-de-Calais	805	516	741	185	26
Pays de la Loire	1 358	712	1 257	160	20
Picardie	413	381	755	25	3
Poitou-Charentes	1 465	141	1 083	69	51
Provence - Alpes - Côte d'Azur	3 778	286	2 302	56	566
Rhône-Alpes	6 124	2 275	2 938	198	113

* Les meublés labellisés font partie des meublés classés de tourisme.

Source : Fédération nationale des gîtes de France, Clévacances France, Fleurs de soleil.

Gîtes ruraux et communaux, chambres d'hôtes FNGF*

en milliers



* Label gîtes de France uniquement

Source : Fédération nationale des gîtes de France.

2.5 Les résidences secondaires

En 1999, le dernier recensement de la population dénombrait **2,6 millions de résidences secondaires** en France métropolitaine, soit 9,2 % de l'ensemble des logements. Les résidences secondaires sont situées principalement dans les régions de bord de mer ou à la montagne. C'est en Provence - Alpes - Côte d'Azur qu'elles sont les plus nombreuses, 415 000, soit près de 16 % des résidences secondaires. Les régions Rhône-Alpes et Languedoc-Roussillon comptent chacune plus de 300 000 résidences secondaires. C'est en Corse que la proportion de résidences secondaires par rapport à l'ensemble des logements est la plus élevée (33 %). Les résidences secondaires sont, pour près des deux tiers, des maisons individuelles. L'évolution dans le temps est également très différente selon les régions. Entre 1990 et 1999, certaines régions ont vu croître le nombre de résidences secondaires de plus de 10 % : en Aquitaine 12 %, Basse-Normandie (11 %), Bretagne (12 %), Corse (12 %), Languedoc-Roussillon (20 %), Midi-Pyrénées (11 %), Pays de la Loire (18 %) et Provence - Alpes - Côte d'Azur (14 %). En revanche, d'autres régions ont connu une diminution des résidences secondaires : en particulier, le Centre avec une baisse de près de 9 %, Champagne-Ardenne (- 6 %), Haute-Normandie (- 4 %) et surtout Picardie (- 15 %), ce qui s'explique par l'étalement urbain de Paris. De secondaires, les résidences peuvent devenir principales.

En 2003, les Français ont passé près de **10 % de leurs séjours personnels** dans leurs résidences secondaires et près de 16 % des nuitées. Les séjours dans les résidences secondaires ont une **durée moyenne de 9 jours**.

Une partie des résidences secondaires appartient à des personnes domiciliées à l'étranger ou non-résidents fiscaux. Un peu plus de 220 000 propriétaires de résidences secondaires en France ne sont pas des résidents français au sens fiscal. Ce sont les **Britanniques** qui sont les plus nombreux à posséder une résidence secondaire en France, 53 200, soit **près du quart des résidences secondaires** des étrangers. Cette prépondérance s'est récemment accentuée : en 2002, les ressortissants du Royaume-Uni représentaient 45,2 % des acquéreurs étrangers d'un bien immobilier. Les Britanniques sont tout particulièrement attirés par les espaces ruraux où se situent plus de 60 % de leurs résidences secondaires. Ils se répartissent sur l'ensemble du territoire, en particulier sur le pourtour de l'arc atlantique. Les résidents suisses et italiens possèdent un peu plus de 31 000 résidences secondaires. Ils choisissent massivement de s'installer au voisinage de leur frontière : les Suisses vont essentiellement en Alsace et en Franche-Comté et les Italiens sur la Côte d'Azur. Les Allemands, propriétaires de 29 000 résidences secondaires, sont majoritairement présents dans les régions Alsace, Provence - Alpes - Côte d'Azur et Languedoc-Roussillon.

Définitions

L'Insee définit comme **résidences secondaires** des logements utilisés pour les week-ends, les loisirs ou les vacances. Les logements meublés loués (ou à louer) pour des séjours touristiques sont également classés en résidences secondaires. Pour les sources fiscales, les résidences secondaires concernent tous les logements qui ne sont pas des résidences principales.

Les **non-résidents fiscaux** sont des personnes domiciliées à l'étranger. Ce sont pour une grande part des étrangers, mais aussi des Français expatriés. Ne figurent pas dans ce champ les propriétaires étrangers résidant fiscalement en France.

Pour en savoir plus

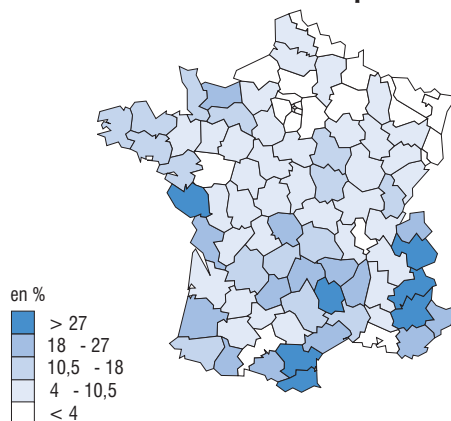
- « Mémento du Tourisme », édition 2005, direction du Tourisme.
- « Compte satellite du tourisme 2004 », direction du Tourisme, mai 2005.
- « Les résidences secondaires possédées par des étrangers », *Notes de synthèse du SES*, n° 156, novembre-décembre 2004.

Parc des résidences secondaires en France métropolitaine

	Nombre au 1/1/1999	En % de logements	Évolution de 1990 à 1999 (%)
France métropolitaine	2 641 757	9,2	9,4
Alsace	16 869	2,2	6,2
Aquitaine	164 533	11,0	12,3
Auvergne	91 398	12,7	- 0,1
Basse-Normandie	112 985	15,5	11,0
Bourgogne	81 563	9,9	- 1,2
Bretagne	187 274	12,5	12,0
Centre	88 392	7,5	- 8,8
Champagne-Ardenne	24 623	4,0	- 6,0
Corse	59 021	33,3	12,4
Franche-Comté	34 954	6,7	- 0,3
Haute-Normandie	38 395	4,9	- 4,3
Île-de-France	86 633	1,7	- 0,2
Languedoc-Roussillon	304 765	21,9	20,1
Limousin	50 798	12,6	8,2
Lorraine	33 209	3,3	7,1
Midi-Pyrénées	138 118	10,5	11,3
Nord - Pas-de-Calais	49 585	3,0	8,9
Pays de la Loire	186 944	11,9	18,0
Picardie	43 256	5,4	- 15,4
Poitou-Charentes	98 329	11,5	18,4
Provence - Alpes - Côte d'Azur	414 701	16,4	14,1
Rhône-Alpes	335 412	11,9	6,9

Source : Insee, RP 1999.

Parc des résidences secondaires en France métropolitaine



Source : Insee, RP 1999.

Résidences secondaires d'étrangers en France métropolitaine

	Résidences secondaires d'étrangers en 2003		Acquisitions immobilières par des étrangers en 1994-2000	
	Nombre au 1/1/2003 (milliers)	%	Nombre (milliers)	Montant total (millions d'€)
Ensemble	223,0	100,0	62,0	7840,7
Royaume-Uni	53,2	23,9	11,8	1413,2
Suisse	31,6	14,2	5,1	677,2
Italie	31,2	14,0	15,6	1837,6
Allemagne	29,1	13,1	10,4	1236,3
Belgique	23,7	10,6	5,5	597,8
Pays-Bas	18,7	8,4	5,4	722,8
Espagne	6,5	2,9	1,9	149,3
États-Unis	5,7	2,6	0,9	203,9
Autres	23,3	10,4	5,4	1002,5

Sources : METATM-FILOCOM d'après la DGI et SESDO (DGI).

3.1 La fréquentation de l'hôtellerie de tourisme

En 2004, l'ensemble des hôtels de tourisme, classés de 0 à 4 étoiles et non classés, ont enregistré environ 104 millions d'**arrivées** pour 189 millions de **nuitées**. La fréquentation hôtelière est en très légère diminution par rapport à 2003. Après une hausse continue depuis 1995, les nuitées étrangères avaient diminué pour la première fois en 2001 à la suite du 11 septembre, puis en 2003 : les clientèles des États-Unis et du Moyen-Orient reculaient en raison de la guerre en Irak et la clientèle japonaise à cause de l'épidémie de pneumopathie atypique en Asie du Sud-Est. Le phénomène marquant de l'année 2004 est le retour de ces trois clientèles à fort pouvoir d'achat, avec une progression de 6 % des nuitées américaines et japonaises par rapport à 2003, et de 11 % pour la clientèle moyen-orientale.

Les clients séjournent en moyenne près de deux jours et cette durée de séjour augmente avec la catégorie de l'hôtel. Près de 40 % des nuitées hôtelières proviennent des touristes étrangers. Les quatre premières clientèles étrangères — Royaume-Uni, Allemagne, Italie et États-Unis — concentrent plus de la moitié de la fréquentation étrangère.

La région Île-de-France regroupe près d'un tiers de la fréquentation hôtelière totale, et un

peu moins de la moitié des nuitées étrangères. Elle est suivie par Provence - Alpes - Côte d'Azur (11 % des nuitées en 2004) et Rhône-Alpes (10 %).

Le **taux d'occupation** moyen d'un hôtel de tourisme est de 58,6 % en 2004. Il est plus élevé en semaine (65% du lundi au jeudi) que le week-end (54% pour les nuitées du vendredi au dimanche). Ces différences journalières s'expliquent par l'importance de la clientèle d'affaires dans l'hôtellerie française : en 2004, près de **4 nuitées hôtelières sur 10 ont un motif professionnel**. Dans les régions où le tourisme d'affaires est fortement implanté (Picardie, Limousin, Nord - Pas-de-Calais), les différences d'occupation entre semaine et week-end sont importantes. C'est le contraire dans les régions méditerranéennes où domine le tourisme de loisir (Provence - Alpes - Côte d'Azur, Languedoc-Roussillon et Corse).

Si la catégorie « **2 étoiles** » recueille **42 % de la fréquentation**, les meilleurs taux d'occupation sont ceux des hôtels « 0 étoile » (64,5 %) bien implantés dans les zones urbaines et le long des axes routiers, et ceux des hôtels « 4 étoiles » (60,5 %) où la durée de séjour est nettement plus longue que dans les autres catégories.

Définitions

L'**enquête de fréquentation dans l'hôtellerie** est réalisée mensuellement en partenariat entre l'Insee et la direction du Tourisme. Elle bénéficie dans la plupart des régions d'une extension d'échantillon financée par les partenaires locaux du tourisme. Elle couvre l'ensemble des établissements de l'hôtellerie de tourisme de France métropolitaine et a été étendue aux DOM en 2004.

Les **hôtels homologués** ou **classés** tourisme sont, depuis l'arrêté du 14 février 1986, répartis, dans l'une des 6 catégories de 0 étoile à 4 étoiles luxe. Les conditions requises pour le classement portent sur le nombre de chambres, leur surface et leur confort, les locaux communs, l'équipement de l'hôtel, le niveau de service rendu par le personnel.

Le nombre d'**arrivées** est le nombre de clients différents qui séjournent une ou plusieurs nuits consécutives dans le même hôtel. Le nombre de **nuitées** est le nombre total de nuits passées par les clients dans un hôtel.

Le **taux d'occupation** est le rapport entre le nombre de chambres occupées et le nombre de chambres offertes.

Pour en savoir plus

- « Une médiocre saison d'été dans l'hôtellerie et le camping en 2004 », M - A. Le Garrec et S. Maille, *Insee Première* n° 1003, février 2005.
- « L'hôtellerie a souffert en 2003, M - A. Le Garrec », *Insee Première* n° 976, juillet 2004.
- « L'hôtellerie en France : l'offre et la fréquentation en 2004 », direction du Tourisme, consultable sur le site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».

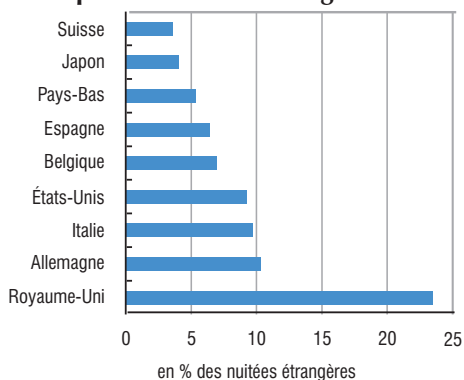
La fréquentation de l'hôtellerie de tourisme 3.1

Les chiffres clés

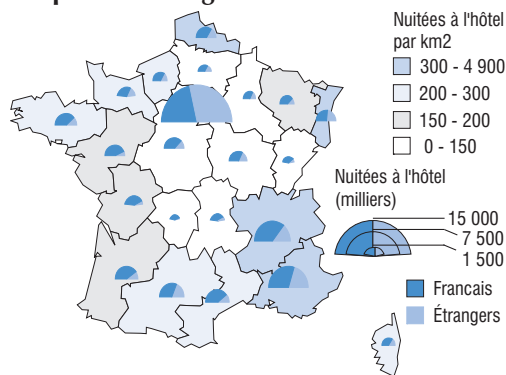
	Arrivées (milliers)	Nuitées (milliers)	Durée moyenne de séjour (nuitées)	Taux d'occupation moyen (%)	Part de la clientèle étrangère dans les nuitées (%)	Part de la clientèle d'affaires dans les nuitées (%)
Hôtellerie de tourisme	103 693	188 524	1,82	58,6	37,3	41,0
Hôtels 0*	16 925	26 818	1,58	64,5	21,7	51,8
Hôtels 1*	5 931	10 315	1,74	53,9	22,8	42,5
Hôtels 2*	44 910	80 058	1,78	56,3	28,9	39,9
Hôtels 3*	26 393	52 337	1,98	59,9	49,7	36,4
Hôtels 4* - 4* luxe	9 535	18 996	1,99	60,5	69,1	41,8

Source : Insee, direction du Tourisme, partenaires régionaux, Enquête de fréquentation dans l'hôtellerie (2004).

Principales clientèles étrangères

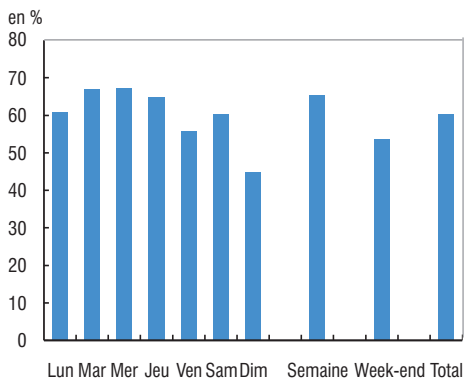


Fréquentation régionale



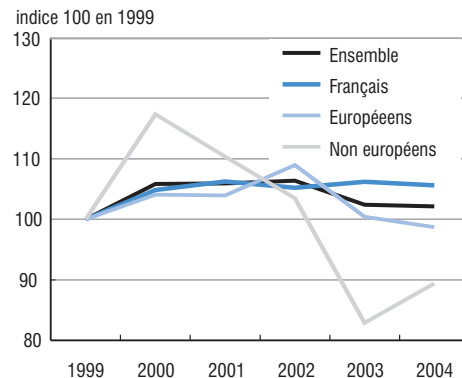
Source : Insee, direction du Tourisme, partenaires régionaux, Enquête de fréquentation dans l'hôtellerie (2004).

Taux d'occupation selon le jour de la semaine



Source : Insee, direction du Tourisme, partenaires régionaux, Enquête de fréquentation dans l'hôtellerie (2004).

Évolution des nuitées de 1999 à 2004



3.2 La fréquentation de l'hôtellerie de plein air

Au cours de la saison 2004, les **campings classés** ont enregistré 16,6 millions d'**arrivées** et 94,5 millions de **nuitées**. La fréquentation est en forte diminution (- 6 %) par rapport à 2003, aussi bien pour la clientèle française que pour la clientèle étrangère. Ce résultat médiocre est probablement lié aux conditions climatiques peu favorables de l'été 2004. Après avoir régulièrement augmenté de 1997 à 1999, la fréquentation de l'hôtellerie de plein air a marqué le pas en 2000 après le naufrage de l'*Érika*, qui a engendré une chute des nuitées sur le littoral atlantique. Entre 2001 et 2003, la fréquentation a repris pour s'établir autour de 98 millions de nuitées annuelles, sans atteindre toutefois le niveau record de 1999.

Les clients séjournent **en moyenne un peu moins de 6 nuitées** dans les campings français et cette durée de séjour augmente avec la catégorie du camping. Près des deux tiers des nuitées proviennent des Français, qui fréquentent surtout les campings de moyenne gamme (2 et 3 étoiles). La fréquentation étrangère se concentre sur les campings haut de gamme (3 et 4 étoiles), qui offrent des animations et des équipements variés. Elle est à 97 % européenne : 41 % des nuitées étrangères sont le fait de Hollandais, 18 % d'Allemands et 18 % de Britanniques. Le camping est souvent synonyme de « bord

de mer » puisque quatre régions littorales regroupent la moitié de la fréquentation : le Languedoc-Roussillon (17 % des nuitées), l'Aquitaine (13 %), Provence - Alpes - Côte d'Azur (12 %) et les Pays de la Loire (10 %). Rapportée à la population, l'importance de l'hôtellerie de plein air est maximale en Corse (13 nuitées/habitant) et en Languedoc-Roussillon (8 nuitées/habitant) ; elle est minimale dans le Nord et le Bassin parisien.

Depuis dix ans, on observe une mutation de l'hôtellerie de plein air : les traditionnels **emplacements de passage** nus sont progressivement remplacés par des **emplacements équipés** d'un hébergement léger « en dur », pour lesquels la demande est croissante. En 2004, si ces emplacements équipés représentent seulement 15 % des emplacements de passage (et même 30 % dans les campings 4 étoiles), ils concentrent 26 % des nuitées. On y observe ainsi un taux d'occupation de 10 points supérieur à celui des simples emplacements nus. En effet, les emplacements équipés d'un mobile-home sont loués plus longtemps que les emplacements nus et par des familles plus nombreuses, ce qui contribue à l'augmentation du nombre des nuitées. La multiplication de ces hébergements légers entraîne également un allongement de la période d'ouverture des terrains de camping.

Définitions

L'**enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air** est réalisée en partenariat entre l'Insee et la direction du Tourisme, au cours de la saison d'été (mai à septembre). Elle couvre l'ensemble des **campings classés** possédant un emplacement de passage, quel que soit leur mode de gestion. Les campings possédant seulement des emplacements loués à l'année ne sont pas enquêtés. Depuis 2004, on distingue la fréquentation des emplacements nus de celle des emplacements équipés.

Le nombre d'**arrivées** correspond au nombre de clients différents qui séjournent une ou plusieurs nuits consécutives dans un camping.

Le nombre de **nuitées** est le nombre total de nuits passées par les clients dans un camping.

Un **emplacement de passage** est un emplacement destiné à une clientèle touristique n'y élevant pas domicile.

Un **emplacement équipé** est un emplacement de passage muni d'un hébergement léger : chalet, bungalow, mobile-home.

Pour en savoir plus

- « Une médiocre saison d'été dans l'hôtellerie et le camping en 2004 », M - A. Le Garrec et S. Maille, *Insee Première* n° 1003, février 2005.
- « Les campings en France : l'offre et la fréquentation en 2004 », direction du Tourisme, site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».

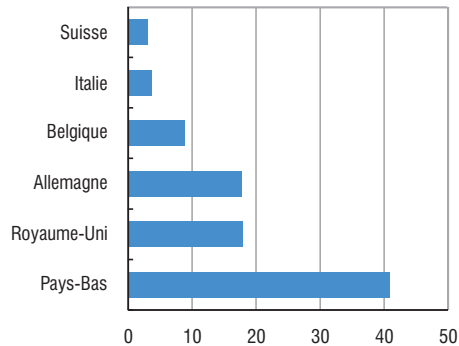
Les chiffres clés

	Arrivées (milliers)	Nuitées (milliers)	Durée moyenne de séjour (nuitées)	Taux d'occupation moyen (%)	Part de la clientèle étrangère dans les nuitées (%)
Campings classés	16 611	94 493	5,7	31,7	35,8
Campings 1*	984	4 261	4,3	24,4	31,4
Campings 2*	5 505	27 274	5,0	28,4	24,6
Campings 3*	6 487	37 803	5,8	32,6	36,0
Campings 4*	3 635	25 156	6,9	38,3	48,3

Source : Insee, direction du Tourisme, enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air (2004).

Principales clientèles étrangères

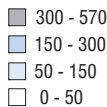
en % des nuitées étrangères



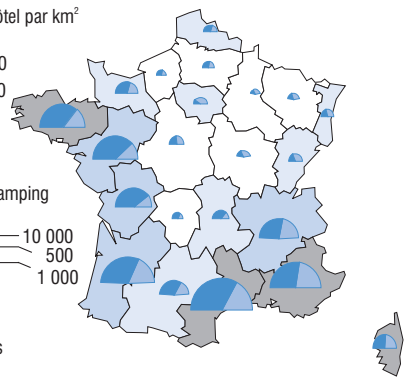
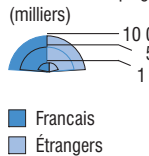
Source : Insee, direction du Tourisme, enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air (2004).

Nuitées par région en 2004

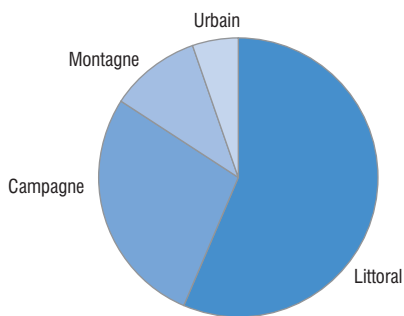
Nuitées à l'hôtel par km²



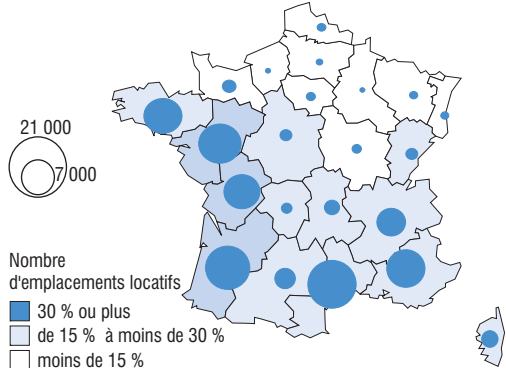
Nuitées en camping (milliers)



Fréquentation par espace touristique



Part des nuitées sur emplacements locatifs (en%)



Source : Insee, direction du Tourisme, enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air (2004).

3.3 Les sites touristiques les plus fréquentés

En matière de monuments et sites culturels, la **tour Eiffel** vient en tête, suivie de près par le musée du Louvre et le centre Georges Pompidou, avec plus de 5 millions de visiteurs par an. Ils sont suivis par le château de Versailles, la Cité des sciences de la Villette et le musée d'Orsay (plus de 2 millions de visiteurs), puis par le Mont-Saint-Michel et l'Arc de Triomphe (plus d'un million). L'Île-de-France possède 16 des 25 sites culturels les plus fréquentés (dont 15 à Paris) ; elle est suivie de la Basse-Normandie avec 3 sites (le Mont-Saint-Michel, le Mémorial de la paix à Caen et la tapisserie de Bayeux).

Parmi les sites non culturels dont les entrées sont comptabilisées, **Disneyland Paris** reste leader du marché et première destination touristique européenne avec **13 millions de visiteurs** en 2004, dont 40 % de Français. Dès son ouverture en 1992, Disneyland a largement devancé ses concurrents. Les quatre sites suivants sont des **parcs de loisirs** : le parc Astérix, le Futuroscope, le parc zoologique de Lille et le Puy-du-Fou. Seul le Futuroscope a accusé une nette baisse de fréquentation : après un maximum de 2,9 millions de visiteurs en 1997, la fréquentation est tombée à 1,3 million en 2004. Le parc Astérix se maintient autour de 1,8 million de visiteurs annuels et le Puy-du-Fou autour de 1,8 million. Le marché français représente une centaine de parcs de loisirs dont la fréquentation est supérieure à 100 000 visiteurs par an. Ces

parcs sont majoritairement de petite taille, ont un caractère saisonnier et un rayonnement régional, alors que le trio Disneyland Paris, parc Astérix et Futuroscope capte plus de la moitié de la clientèle. Ainsi, 78 % des visiteurs ont déjà visité l'un de ces trois équipements : 58 % pour Disneyland, 43 % pour le parc Astérix et 37 % pour le Futuroscope. Après plus de 15 ans de croissance, le marché français des parcs de loisirs est entré dans sa phase de maturité. Aujourd'hui, près d'un Français sur deux consomme ce type de loisirs et se rend entre deux et trois fois par an dans un parc de loisirs. Le nombre de visites effectuées dans l'ensemble des parcs de loisirs se situe autour de 65 millions par an, dont 24 % sont consacrées aux parcs d'attractions, 23 % aux parcs animaliers, 16 % aux aquariums, 12 % aux parcs à thème et 11 % aux parcs aquatiques. La clientèle étrangère représente environ 10 % du total des visites.

Les parcs les plus ludiques (parcs d'attraction, parcs animaliers) ont la plus haute récurrence de visites, car ils bénéficient du poids important de la clientèle enfantine dont la présence dans un foyer est déterminante : 61 % des foyers avec enfants fréquentent les parcs contre 36 % pour les foyers sans enfant. Autre facteur clé pour ces deux types de parcs : huit visiteurs sur dix se rendent dans un parc dans une optique de divertissement, un facteur qui pénalise les parcs à thème dont l'approche est plus culturelle.

Définitions

L'observation de la fréquentation des **sites touristiques** est limitée aux seuls sites **dont les entrées sont comptabilisées** (sites payants).

Le secteur de *La fréquentation touristique* regroupe des établissements de taille et de nature très différentes :

- les parcs d'attraction (Disneyland, Astérix...), espaces clos consacrés au jeu et à la distraction, marqués par leur vocation commerciale ;
- les parcs animaliers (zoo de la Palmyre, Thoiry...) ;
- les parcs aquatiques (Aqualand, Aquaboulevard) ;
- les parcs à thème (Futuroscope, Vulcania, Puy-du-Fou...), utilisant une scénographie ludique sur un thème particulier. Les aquariums (Océanopolis, Nausicaa...) sont assimilés aux parcs à thème

Pour en savoir plus

- « Le tourisme de A à Z », direction du Tourisme, consultable sur le site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique Dossiers en ligne.
- « L'observation du tourisme », oct 2005, ODIT-France .

Les sites touristiques les plus fréquentés 3.3

Les 22 sites culturels payants les plus fréquentés

en milliers de visiteurs

Site	Région	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Tour Eiffel	Île-de-France	5 720	6 052	6 369	6 152	6 104	6 157	5 865	6 230
Musée du Louvre	Île-de-France	5 175	5 729	5 261	6 100	5 164	5 717	5 735	6 600
Centre Georges-Pompidou	Île-de-France	4 419	1114*	1062 *	5 122	6 157	5 503	5 321	5 369
Château de Versailles	Île-de-France	2 702	2 685	2 652	2 873	2 583	3 026	2 854	3 261
Cité des sciences de la Villette	Île-de-France	3 455	3 350	3 442	3 088	2 581	2 624	2 853	2 795
Musée d'Orsay	Île-de-France	2 277	2 724	2 241	2 345	1 677	2 130	1 830	2 590
Arc de triomphe	Île-de-France	1 074	1 168	1 218	1 335	1 023	1 258	1 193	1 206
Mont Saint-Michel	Basse-Normandie	922	1 000	1 062	1 078	1 038	1 113	1 076	1 132
Musée de l'armée	Île-de-France	796	827	871	844	1 036	1 019	991	1 031
Château de Chambord	Centre	763	753	767	743	717	723	648	658
Sainte-Chapelle	Île-de-France	774	742	789	794	697	823	633	689
Musée Grévin	Île-de-France	496	578	565	594	351	616	605	705
Château du Haut-Kœnigsbourg	Alsace	594	549	531	533	503	529	525	521
Palais des Papes, Avignon	PACA	504	525	570	616	595	613	514	532
Musée Rodin	Île-de-France	499	569	531	561	558	560	508	529
Muséum d'histoire naturelle	Île-de-France	402	410	485	484	601	497	482	739
Tour Maine-Montparnasse	Île-de-France	510	504	573	550	464	489	460	500
Mémorial de la paix, Caen	Basse-Normandie	354	353	414	409	413	478	423	557
Hospices de Beaune	Bourgogne	419	418	431	443	455	447	416	402
Musée Picasso	Île-de-France	502	576	591	527	498	441	395	480
Tapisserie de Bayeux	Basse-Normandie	396	407	429	407	400	411	386	410
Musée Carnavalet	Île-de-France	249	490	612	395

* Travaux en 1998-1999.

Source : ODI-France.

Les 22 sites non culturels payants les plus fréquentés

en milliers de visiteurs

Site	Région	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Disneyland Paris	Île-de-France	12 600	12 051	12 500	12 200	12 200	13 100	12 400	12 400
Parc Astérix	Picardie	1 900	1 710	2 003	1 830	1 815	1 750	1 770	1 830
Futuroscope	Poitou-Charentes	2 900	2 650	2 262	2 291	1 972	1 553	1 205	1 350
Parc zoologique de Lille	Nord - Pas-de-Calais	...	1 060	1 300	1 412	1 574	1 500	1 506	1 241
Le Puy-du-Fou	Pays de la Loire	680	1 020	1 053	1 067	1 180	1 100	1 104	1 138
Chemin de fer de la Mer de glace *	Rhône-Alpes	982	1 008	824	875	921	931	963	932
Aquaboulevard (parc aquatique)	Île-de-France	...	731	748	764	834
Aquarium de La Rochelle	Poitou-Charentes	479	499	464	424	929	866	850	830
Parc zoologique de Paris	Île-de-France	878	826	822	750	675	852	781	603
Visite en bateau de Strasbourg	Alsace	667	632	642	678	598	664	688	672
Parc zoologique de la Palmyre	Poitou-Charentes	730	706	674	639	695	721	672	757
Parc Loisinord	Nord - Pas-de-Calais	510	680	695	665	639	640	620	450
Musée océanographique de Monaco	PACA	799	795	776	719	698	704	593	593
Zoo du bois de Coulange	Lorraine	352	361	421	478	516	574	570	545
Nausicaa, Boulogne/mer	Nord - Pas-de-Calais	531	784	743	690	630	625	533	603
Parc d'attractions Nigloland	Champagne-Ardenne	480	450	480	455	423	489	515	497
Sommet du Puy de Dôme	Auvergne	379	418	440	518	506	409
Géode de la Cité de la Villette	Île-de-France	771	740	823	691	666	538	504	491
Téléphérique de l'Aiguille du Midi **	Rhône-Alpes	538	471	446	498	428	427	480	470
Océanopolis, Brest	Bretagne	...	314	230	494	531	475	450	500
Parc la mer de sable Jean-Richard	Picardie	444	399	439	435	426	419	417	428
Vulcania	Auvergne	///	///	///	///	///	628	584	420

* Passagers en montée et en descente.

** Passagers en montée seulement.

Source : ODI-France.

3.4 Le tourisme d'hiver

La France compte 308 stations ou centres de ski avec 3 865 remontées mécaniques, ce qui en fait un des principaux pays européens de sports d'hiver.

La **capacité d'accueil touristique** des stations de sports d'hiver s'élève à plus de 2 millions de lits, majoritairement située dans les Alpes du Nord (58 %). Les résidences secondaires représentent 54 % de cette capacité d'accueil, suivie des meublés avec 22 % et des hébergements collectifs (8 %). Les hôtels classés fournissent moins de 5 % de la capacité. En 2004, la **clientèle étrangère** représente près de 30 % des nuitées hôtelières (27,6 % en 2002). La clientèle britannique est la plus importante avec 7,5 % des nuitées, suivie de la clientèle belge (5,2 %). Les Allemands ne figurent qu'à la troisième place avec 3,3 % des nuitées.

Alors que 38 % des Français partent en vacances d'hiver, seulement 8,3 % partent aux sports d'hiver, avec ou sans pratique de ski et 7,7 % font du ski. Le ski alpin est l'activité la plus pratiquée. Les nouvelles glisses, dont la plus importante est le surf, se développent. Le ski de fond est en baisse alors que la raquette à neige connaît une progression. En France, en 1999, un minimum de 1,4 million de personnes auraient pratiqué la raquette.

Les Français partent très majoritairement aux sports d'hiver en France (87 % des nuitées pour la saison 2003-2004 à la montagne et 96 % pour ceux qui font du ski). Quand ils vont à l'étranger, les Français vont surtout en

Suisse. L'âge et la présence d'enfants sont des déterminants majeurs de ce type de séjours. Ce sont les moins de 45 ans et les catégories aisées de la population qui vont le plus aux sports d'hiver. Les enfants partent le plus souvent avec leur famille tandis que la fréquentation des centres de vacances est en diminution régulière depuis plusieurs années. Le recours à la location est le mode d'hébergement dominant (24 % des nuitées en France). Quand ils vont à l'étranger, les Français choisissent plus facilement d'aller à l'hôtel (56 % des nuitées à l'étranger).

Ce sont les **Alpes du Nord** qui concentrent l'offre la plus importante et la **plus grande fréquentation**, avec 56 % des remontées mécaniques et 76 % de leur chiffre d'affaires. Les Alpes du Sud offrent 19 % des remontées mécaniques, mais ne reçoivent que 12 % de leur chiffre d'affaires. Les Pyrénées viennent ensuite avec 12 % des remontées mécaniques. Le Jura, le Massif central et les Vosges sont des massifs beaucoup moins fréquentés.

Plus de 200 sites de ski nordique offrent 9 000 kilomètres de pistes. Les recettes procurées par le ski nordique s'élèvent à 10 millions d'euros contre 930 millions d'euros de chiffre d'affaires des remontées mécaniques. Les recettes du ski nordique se concentrent à 47 % dans les Alpes du Nord (qui possèdent le tiers des stations de ski nordique) et près de 19 % dans le massif du Jura. Le ski nordique est aussi pratiqué dans les Pyrénées (13,5 % des recettes).

Définitions

Les **zones de montagne** sont déterminées par l'arrêté du 28 avril 1976, le territoire devant correspondre aux caractéristiques suivantes : altitude supérieure à 700 m (600 m pour le massif des Vosges), pente moyenne supérieure à 20 %, ou combinaison des deux facteurs.

L'article 5 de la loi du 9 janvier 1985 définit par **massif** chaque zone de montagne et les zones qui lui sont immédiatement contiguës et qui forment avec elle une même entité géographique, économique et sociale. Ces massifs, au nombre de 6, sont territorialement délimités par le décret du 14 janvier 2004.

Pour en savoir plus

- « Mémento du Tourisme », édition 2005, direction du Tourisme.
- Site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Territoires et aménagement ».
- « Les chiffres clés du tourisme de montagne en France », SEATM, décembre 2004.
- « Bilan de la saison d'hiver 2003-2004 », Syndicat national des téléphériques de France, 2004.

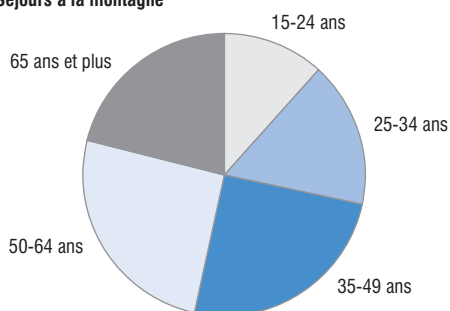
Les chiffres clés de la saison 2003-2004

	Nombre de stations et centres de ski	Nombre de remontées mécaniques	Journées skieur (millions)	CA TTC hiver (millions d'€)
France	308	3 865	54,8	970
Autriche	255	3 016	49,9	901
Suisse	230	1 672	28,0	588
Italie	200	3 100	27,0	431
Allemagne	322	1 311	2,3	40
Espagne	28	338	5,5	151
Andorre	4	104	2,5	46
USA	494	3 004	57,1	1 655
Canada	267	1 001	19,1	499
Japon	752	3 051	55,0	1 375

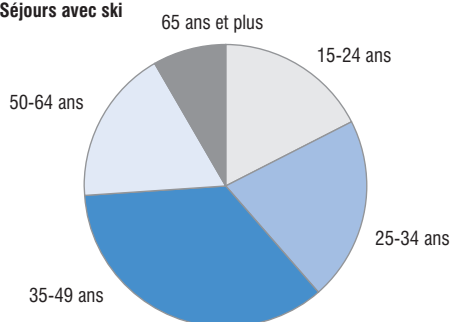
Source : les chiffres clés du tourisme de montagne en France, Odit-France, décembre 2004.

Séjours d'hiver des Français selon leur âge

Séjours à la montagne



Séjours avec ski



Source : SDT - direction du Tourisme / TNS-Sofrès.

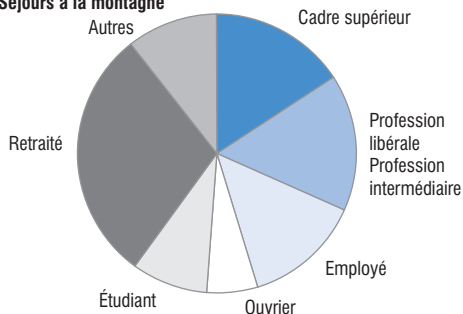
La capacité d'accueil touristique des communes supports de stations

	Nombre de lits	Hôtels classés	Meublés	Résidences de tourisme	Gîtes, chambres d'hôtes	Hébergements collectifs	Campings classés	Gîtes d'étape, refuges	Résidences secondaires	Total
Ensemble	99 584	462 133	152 426	26 940	169 740	98 148	19 274	1 134 287	2 097 558	
Alpes du Nord	57 074	281 070	75 203	14 615	93 756	33 345	9 074	662 171	1 226 308	
Alpes du Sud	12 146	86 109	8 514	2 921	20 746	17 916	3 361	195 386	347 099	
Jura	5 470	13 506	0	3 968	12 278	6 606	1 970	55 816	99 614	
Massif central	7 986	12 899	160	1 976	9 666	12 648	1 211	61 937	108 483	
Pyrénées	10 698	64 463	64 463	1 773	28 412	18 369	2 167	130 851	260 308	
Vosges	6 210	4 086	4 086	1 687	4 882	9 264	1 491	28 126	55 746	

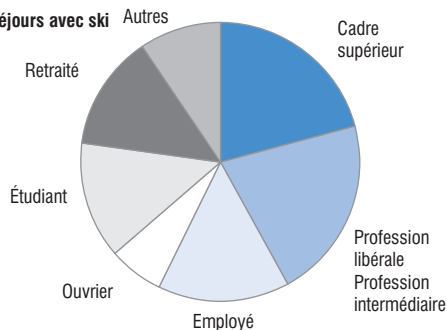
Source : les chiffres clés du tourisme de montagne en France, SEATM, décembre 2004.

Séjours d'hiver des Français selon leur CSP

Séjours à la montagne



Séjours avec ski



Source : SDT - direction du Tourisme / TNS-Sofrès.

3.5 Le tourisme fluvial

Le tourisme fluvial regroupe des activités multiples : **bateaux promenade**, croisières fluviales à bord de bateaux-hôtels, location de **coches de plaisance**. L'activité de navigation fluviale est répartie essentiellement sur trois secteurs : le canal du Midi, les canaux du Centre et de Bourgogne et le bassin de l'Ouest (Bretagne et Pays de la Loire). Une activité plus récente se développe dans le Grand Est. Le réseau national compte 8 500 kilomètres de voies navigables, dont 6 600 sont gérés par l'établissement public Voies navigables de France (VNF), le reste du réseau étant directement géré par les collectivités locales, régions ou départements.

Le tourisme fluvial compte 300 entreprises représentant 1 800 emplois permanents et près de 2 000 saisonniers. Le chiffre d'affaires du tourisme fluvial a été évalué à 225 millions d'euros en 2003, sans compter les retombées sur les zones traversées.

La location de **coches de plaisance** est assurée par deux catégories d'opérateurs : les loueurs nationaux, au nombre de 5, qui se caractérisent par la taille de leur flotte et l'implantation de leurs bases sur l'ensemble du territoire, et les loueurs régionaux. En 2004, la flotte était constituée de 1 971 bateaux, répartis entre 1 245 pour les loueurs nationaux et 726 pour les loueurs régionaux. Le nombre total de contrats est estimé pour 2004 à 31 500 dont 32 % pour la clientèle française et 68 % pour la clientèle étrangère. Le nombre total de passagers transportés en

2004 est estimé à 150 000 touristes. Les clientèles étrangères les plus importantes sont les Allemands (23 %), les Suisses (13 %) et les Britanniques (12 %).

Les **bateaux promenade**, avec ou sans restauration, au nombre de 298 en 2004, sont exploités par 186 sociétés. 43 % d'entre eux offrent un espace restauration à bord. Près du tiers de la flotte se trouve dans la région Île-de-France et transporte 70 % des passagers (dont 58 % de touristes étrangers). En effet, les bateaux y sont de taille nettement plus importantes : 240 places en moyenne, contre 100 pour les bateaux basés en province. Les bateaux promenade ont accueilli 8,9 millions de passagers en 2004.

Les **péniches-hôtels** sont concentrées sur les régions Bourgogne et Languedoc-Roussillon. La flotte comprend 60 unités, offrant une capacité totale de 954 lits. En 2004, elles ont transporté 14 000 passagers, pour un total de 83 000 nuitées. La clientèle est presque exclusivement étrangère (près de 90 % des passagers). La clientèle américaine est très importante, avec 67 % du total ; viennent ensuite les Britanniques avec 8 % de la clientèle et les Suisses (5 %).

Enfin, les **paquebots fluviaux**, de par leur taille, empruntent le réseau à grand gabarit et notamment les trois grands axes Rhin-Moselle, Seine-Oise et Rhône-Saône. En 2004, la flotte comprenait 17 unités, gérées par 8 sociétés et offrant une capacité totale de 2 000 lits.

Définitions

Les **coches de plaisance** sont des bateaux de plaisance mis en location par une société (dit « loueur ») qui est alors appelée « noliseur » ; ils sont pilotés par les clients et peuvent accueillir de 3 à 12 passagers.

Les **bateaux promenade** transportent des passagers payants pour des croisières de quelque heures, avec ou sans restauration.

Les **péniches-hôtels** proposent des circuits alliant découverte du patrimoine local et gastronomie.

Pour en savoir plus

- « Mémento du tourisme 2005 », direction du Tourisme.
- « Le tourisme fluvial en France en 2004 », *Observation touristique* n° 1, juillet 2005, ODI-France,
- « Tourisme fluvial en France et premières évaluations des retombées économiques locales en 2003 », *Analyses et Perspectives du tourisme* n° 88, Réseau national d'observation du tourisme fluvial.
- Voies navigables de France- Service des Études économiques
- Le tourisme de A à Z - Site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Dossiers en ligne ».

Le tourisme fluvial en 2004

	Nombre	Capacité	Passagers transportés
Coches de plaisance*	1 971	11 826	150 000
Bateaux promenade	298	42 734	8 888 000
Île-de-France	89	22 259	6 212 000
Autres régions	209	20 475	2 676 000
Péniches-hôtels	60	954	14 000
Paquebots fluviaux	17	2 002	n.d.

* Capacité moyenne de 6 passagers.

Source : RNOTF.

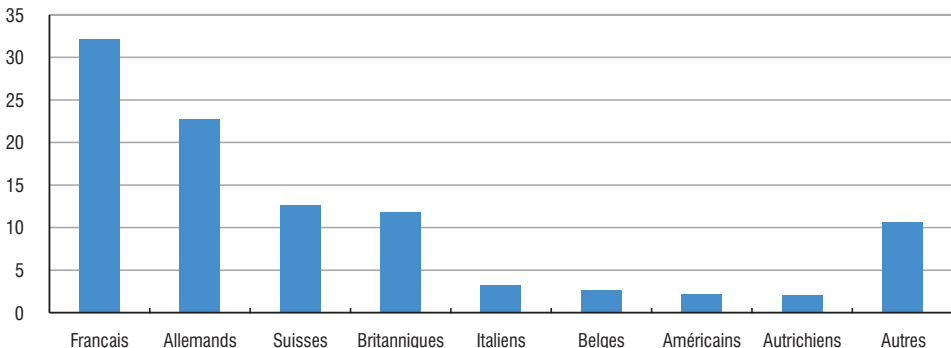
Les flottes régionales en 2004

Régions	Coches de plaisance	Bateaux promenade	Péniches-hôtels
Alsace	36	12	1
Aquitaine	132	14	1
Auvergne	32	-	-
Bourgogne	428	10	17
Bretagne	75	9	-
Centre	20	10	4
Champagne-Ardenne	24	3	-
Franche-Comté	124	3	-
Île-de-France	19	89	7
Languedoc-Roussillon	596	24	14
Lorraine	195	10	2
Midi-Pyrénées	75	15	7
Nord - Pas-de-Calais	1	22	-
Normandie	-	4	-
Pays de la Loire	119	18	-
Picardie	7	2	-
Poitou-Charentes	75	4	-
PACA	-	8	3
Rhône-Alpes	13	26	2
au départ de l'étranger	-	15	2

Source : RNOTF.

Clientèles des coches de plaisance en 2004

en %



Source : RNOTF.

3.6 Le tourisme d'affaires

Le **tourisme d'affaires** regroupe quatre grandes activités : les congrès et conventions d'entreprise, les **foires** et salons, les voyages de motivation ou « **incentives** » et séminaires d'entreprise, et les voyages d'affaires individuels. La notion de « voyage d'affaires » recouvre les dépenses de voyages des entreprises pour le transport aérien et ferroviaire, les locations de voitures, les nuitées d'hôtels et les repas au restaurant. Le marché du voyage d'affaires en France est estimé à 25 milliards d'euros en 2004 par le baromètre American Express.

En 2003, 180 salons se sont tenus en France. Ils ont rassemblé 7 millions de visiteurs dont près de 800 000 visiteurs internationaux. Le secteur de l'**organisation de foires et salons** compte près de 2 000 entreprises, réalise plus de 1,9 milliard d'euros de chiffre d'affaires et emploie 10 800 salariés en équivalent temps plein.

L'offre française est très hétérogène, avec environ 2 000 établissements pouvant accueillir des manifestations professionnelles d'au moins 200 personnes. Il s'agit de 120 centres de congrès, ayant une capacité totale de 127 000 places, de 1 500 hôtels qui ont développé un service affaires et de parcs d'exposition. Les parcs d'exposition proposent 1 800 000 m² de surface d'exposition, mais seuls deux d'entre eux offrent plus de

100 000 m² : Paris Expo et Paris-Nord Villepinte. Les palais des congrès se sont développés en France depuis 1980 : leur nombre est passé de 39 en 1980 à 119 en 2000. La France se place en première position en terme d'équipements de congrès en Europe, avec **36 % de l'offre européenne**. Selon l'Union des associations internationales (UAI), la France est la seconde destination mondiale pour l'accueil des manifestations professionnelles, derrière les États-Unis et devant la Grande-Bretagne. L'offre française est concentrée sur trois grandes régions : Paris et l'Île-de-France, Provence - Alpes - Côte d'Azur et Rhône-Alpes, qui concentrent 40 % de l'offre française.

La clientèle d'affaires est importante pour le secteur de l'hôtellerie. En 2004, les nuitées d'affaires ont représenté 41 % des nuitées dans l'hôtellerie de tourisme. C'est dans les hôtels 0 étoile que la part des nuitées d'affaires est la plus importante : 52 %. Selon les régions, l'importance de la clientèle d'affaires est très variable : de 11 % des nuitées en Corse à 56 % en Lorraine, en passant par 44 % en Ile-de-France. Elle fluctue également selon les mois : c'est en novembre (56 %) et janvier (52 %) qu'elle est maximale alors qu'elle se réduit en juillet (26 %) et plus encore en août (18 %).

Définitions

Les **foires** sont des regroupements périodiques d'exposants présentant aux acheteurs professionnels ou au grand public des produits ou des services, dans l'intention d'en faire connaître les qualités et d'en provoquer l'acquisition. Lorsqu'elles sont spécialement consacrées à une catégorie déterminée de marchandises, elles sont qualifiées de salons.

Les **incentives** sont des voyages professionnels organisés pour les membres d'une même entreprise, dans le but de les récompenser lorsqu'ils ont réalisé leurs objectifs.

Le secteur d'activité **Organisation de foires et salons** (NAF 74.8J) comprend l'organisation de manifestations économiques, salons ou expositions professionnels, l'organisation de rencontres scientifiques ou culturelles et de congrès, la fourniture et la mise en place des matériels d'exposition.

Pour en savoir plus

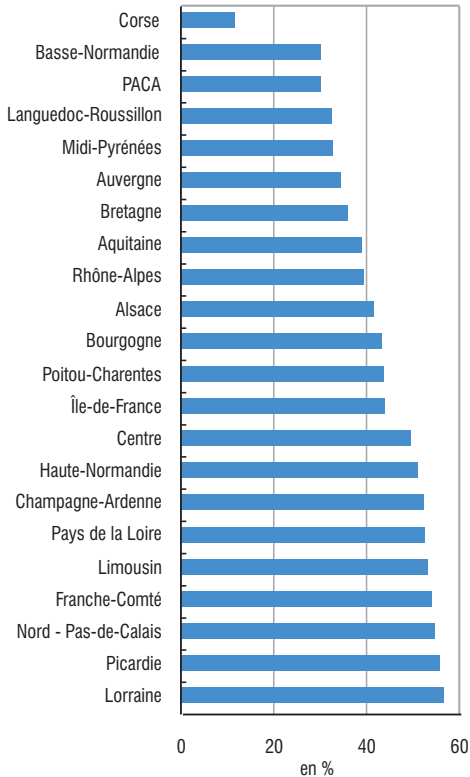
- « Les entreprises des services en 2002 », *Insee Résultats, série Économie* n° 17, sur papier et cédérom octobre 2004.
- « Les congrès, conventions et salons », rapport du Conseil national du tourisme publié à la Documentation française, 2000.
- « Le baromètre des voyages professionnels » - Concomitance consulting.
- « Mémento du tourisme 2004 », direction du Tourisme.

Les salons en 2003

Secteurs d'activités	Nombre de salons	Nombre de visiteurs	dont visiteurs internationaux
Ensemble	181	7 036 796	791 200
Agriculture - Viticulture - Pêche	16	1 397 706	92 468
Habitat - Équipement, aménagement et décoration de la maison	32	858 364	69 178
Transport - Circulation	11	1 118 059	40 379
Sports - Jeux - Loisirs - Tourisme	22	1 184 520	9 275
Commerce - Services	3	34 710	
Antiquités	5	46 646	410
Alimentation - Hôtellerie - Restauration	9	431 687	31 519
Textiles - Habillement - Cuir - Accessoires de mode	32	444 716	247 549
Bâtiment - Travaux publics	8	645 336	148 487
Santé - Hygiène - Mode de vie	4	89 830	25 283
Environnement	1	37 964	4 738
Sécurité civile et militaire	1	19 611	6 124
Informatique - Bureautique - Industrie graphique - Communication	17	201 742	37 138
Mécanique et ses équipements	5	102 248	11 576
Électricité - Electronique - Mesure	1	14 636	1 190
Nouvelles technologies	2	258 835	42 166
Sous-traitance	4	65 840	6 944
Communication d'entreprise - Commerce - Services	8	84 346	16 776

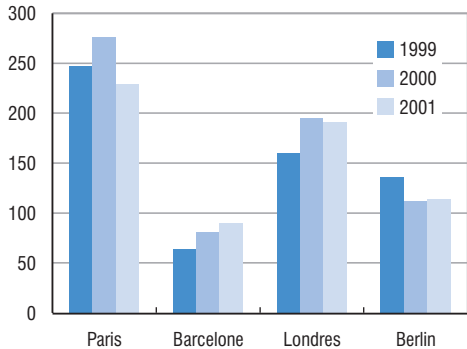
Source : office de justification des statistiques (OJS).

Part des nuitées d'affaires dans l'hôtellerie



Source : enquête de fréquentation dans l'hôtellerie, 2004, Insee, direction du Tourisme, partenaires régionaux.

Nombre de congrès



Source : UAI*

* L'UAI répertorie l'ensemble des réunions internationales et internationales à forte participation étrangère, répondant à des critères précis : 300 participants au moins, dont 40 % d'étrangers, cinq nationalités minimum et une durée minimum de trois jours.

4.1 Les caractéristiques des touristes français

En 2004, **trois Français sur quatre ont effectué au moins un voyage** au cours de l'année. Deux Français sur trois ont effectué des **séjours de longue durée** et presque un sur quatre a effectué un séjour à l'étranger. Les séjours en France métropolitaine durent en moyenne un peu plus de 5 nuits ; les séjours à l'étranger ou en France d'outre-mer sont plus longs puisqu'ils comprennent en moyenne 8 nuits. Les deux tiers des séjours des Français en France métropolitaine sont effectués en **hébergement non marchand**.

Les seniors (64 ans et plus) réalisent à eux seuls 20 % des séjours (et 28 % des nuitées) en métropole et 23 % des séjours (25 % des nuitées) à l'étranger ou en France d'outre-mer. Les jeunes (de 15 à 23 ans) séjournent plus longtemps que la moyenne à l'étranger. Les ménages composés d'une ou deux personnes voyagent plus fréquemment que les autres : ils effectuent les deux tiers des séjours en métropole et les trois quarts des séjours à l'étranger. 56 % des séjours sont effectués par des couples mariés et 22 % par des célibataires, ces derniers générant presque 25 % des nuitées à l'étranger.

Ce sont surtout les citadins qui se déplacent : plus de la moitié des séjours sont effectués par les habitants des agglomérations de plus

de 100 000 habitants. Parmi eux, les habitants de l'agglomération parisienne sont les plus mobiles. Ils effectuent plus de 6 voyages par an (contre 4,5 en moyenne) ; ils génèrent 24 % des séjours en métropole et 27 % des séjours à l'étranger. Cette forte proportion de citadins parmi les touristes est due non seulement au besoin de sortir de la ville, mais aussi à la présence en ville d'une importante population de cadres et professions libérales à hauts revenus. En effet, après les retraités (qui génèrent 24 % des séjours), **ce sont les cadres et professions libérales qui se déplacent le plus** : représentant seulement 7,3 % de la population âgée de 15 ans et plus, ils effectuent 16 % des séjours en métropole et 22 % des séjours à l'étranger. Le nombre moyen de voyages des cadres et professions libérales est proche de 8 voyages par an. À l'opposé, les agriculteurs n'effectuent en moyenne que 2,6 voyages par an. Enfin, les ménages disposant d'un revenu mensuel compris entre 1 500 et 3 000 euros réalisent la moitié des séjours, que ce soit en France ou à l'étranger ; ceux qui disposent de plus de 3 000 euros mensuels en réalisent un tiers, et ceux qui disposent de moins de 1 500 euros mensuels en génèrent seulement 17 %.

Définitions

L'enquête direction du Tourisme/TNS Sofrès sur le **suivi de la demande touristique** (SDT) permet de suivre l'évolution des comportements touristiques de la **clientèle française âgée de 15 ans et plus**. Cette enquête mensuelle est réalisée auprès d'un panel de 20 000 personnes représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus.

Le **voyage** désigne la période écoulée entre la date de départ du domicile habituel et la date de retour. Un voyage comprend au moins une nuitée passée hors du domicile. Véritable indicateur de « mobilité touristique », il sert notamment de base au calcul du taux de départ. Au cours d'un voyage, on peut effectuer plusieurs déplacements entre plusieurs lieux de séjours.

La notion de **séjour** est associée à l'arrivée d'une personne dans un lieu pour au moins une nuit. Un couple effectuant un voyage comprenant trois séjours successifs donne lieu à l'observation de six séjours. Le décompte des séjours revient au décompte des arrivées. Par convention, un **court séjour** comporte de 1 à 3 nuitées et un **long séjour**, 4 nuitées ou plus.

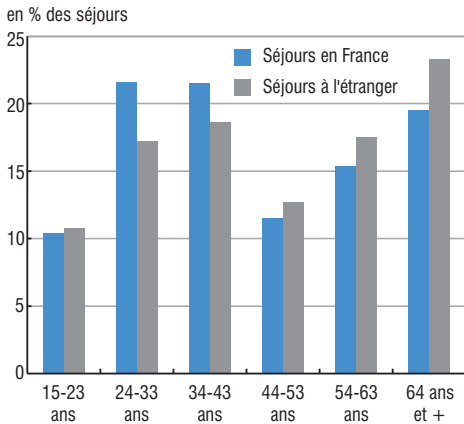
L'**hébergement non marchand** regroupe l'hébergement chez un membre de la famille, chez des amis ou dans une résidence secondaire du foyer.

Pour en savoir plus

- « Compte satellite du tourisme 2004 », direction du Tourisme, mai 2005.
- Site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».

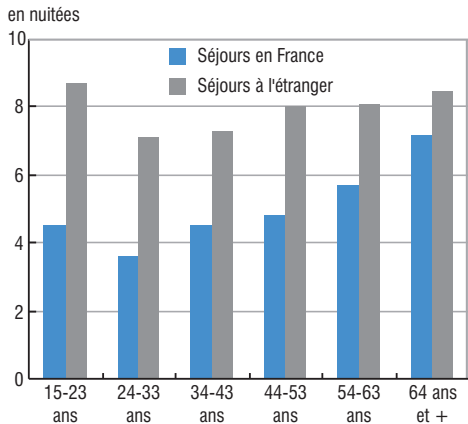
Les caractéristiques des touristes français 4.1

Répartition des séjours selon l'âge



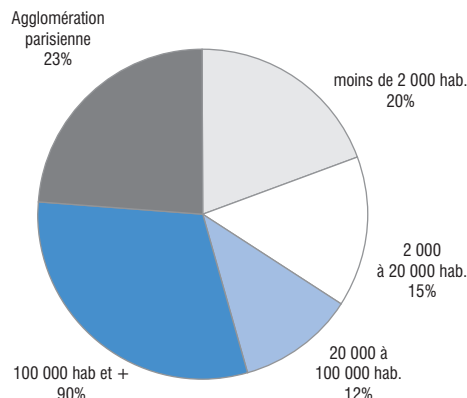
Source : SDT, direction du Tourisme-TNS Sofrès.

Durée moyenne de séjour selon l'âge



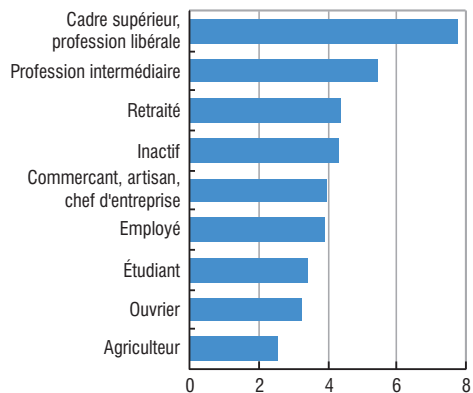
Source : SDT, direction du Tourisme-TNS Sofrès.

Répartition des séjours selon la taille de l'agglomération d'origine



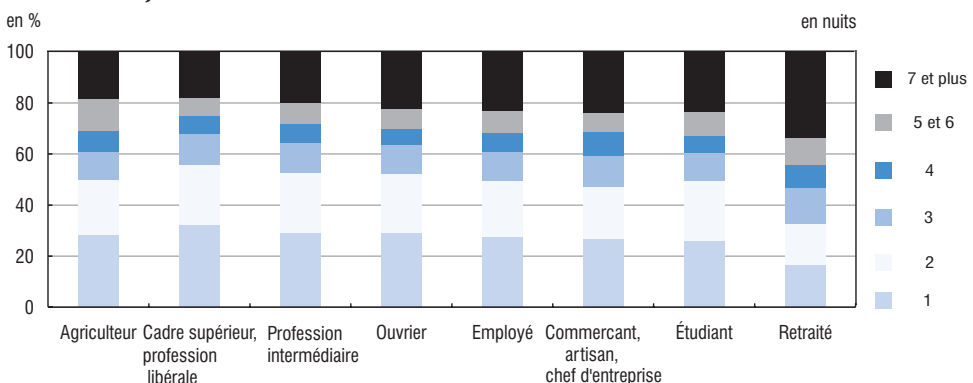
Source : SDT, direction du Tourisme-TNS Sofrès.

Nombre de voyages par an selon la CSP



Source : SDT, direction du Tourisme-TNS Sofrès.

Durée de séjour selon la CSP



Sources : SDT, direction du Tourisme-TNS Sofrès.

4.2 Le nombre, la durée et les motifs des déplacements

Les Français ont effectué 152 millions de **voyages touristiques** (comportant au moins une nuitée) en 2004 ; au cours de ces voyages ils ont réalisé 188 millions de séjours, ce qui représente un volume de 985 millions de nuitées. 89 % des séjours ont lieu en France métropolitaine et seulement 11 % à l'étranger ou en France d'outre-mer. 56 % sont des séjours de longue durée (plus de quatre nuitées) et 44 % ont une durée d'une à trois nuits.

Les séjours pour **motif personnel** représentent 94 % des séjours des Français (177 millions de séjours et 953 millions de nuitées). Parmi ces séjours personnels, la moitié sont des **séjours affinitaires**, effectués pour rendre visite à un membre de la famille (41 % des séjours personnels) ou à des amis (10 %). Les **séjours d'agrément** (43 % des séjours personnels) arrivent en seconde position et représentent 76 millions de séjours. Le reste des séjours personnels (7 %) a un autre objet : effectuer un stage sportif, assister à une manifestation sportive ou culturelle, effectuer un stage professionnel, partir en cure thermale (avec ou sans prescription médicale) ou en thalassothérapie, ou faire étape sur le chemin vers un autre séjour qui aura lui un motif plus traditionnel. La répartition entre les différents types de séjours personnels est restée stable au cours des dernières années.

Depuis quelques années, les Français ont tendance à raccourcir la durée de leurs séjours personnels : cette durée moyenne est passée de 5,9 nuits en 1998 à **5,4** nuits en 2004. Les durées des séjours personnels sont très variables selon les motifs et les destinations de ces séjours. Les séjours les plus longs sont les séjours d'agrément et les plus courts les séjours affinitaires : un séjour d'agrément dure en moyenne 7 nuits, alors qu'un séjour dans la famille ou chez des amis dure moins de 4 nuits. Les séjours à destination de la métropole ou d'un pays d'Europe sont en général plus courts que les séjours vers des continents plus lointains ou vers la France d'outre-mer. 60 % des séjours en France métropolitaine et 40 % des séjours en Europe durent en moyenne de 1 à 3 nuits, tandis que 83 % des séjours en France d'outre-mer et 38 % des séjours sur d'autres continents durent plus d'une semaine. Les **séjours professionnels** représentent 11 millions de séjours en 2004. Ils sont beaucoup plus courts que les séjours personnels (3 nuits en moyenne) ; près de la moitié ne comprennent qu'une seule nuit. Avec le développement de l'avion et du TGV, une bonne part de ces déplacements professionnels s'effectue désormais à la journée et sort donc du champ du tourisme (où l'on observe les déplacements comportant au moins une nuit hors du domicile).

Définitions

L'enquête direction du Tourisme/TNS Sofres sur le **suivi de la demande touristique** (SDT) permet de suivre l'évolution des comportements touristiques de la clientèle française. Au cours d'un **voyage**, on peut effectuer plusieurs déplacements entre plusieurs lieux de séjours. La notion de **séjour** est associée à l'arrivée d'une personne dans un lieu pour au moins une nuit.

On distingue les motifs des séjours : **séjours pour motif personnel** ou **séjours professionnels**.

Les **séjours d'agrément** peuvent être définis par une série d'exclusions. Ils ne comprennent pas les séjours à motif professionnel, médical (ex : cure avec prescription médicale), **affinitaire** (rendre visite à la famille ou à des amis), d'étude ou de formation, de bénévolat.

Pour en savoir plus

- « Chiffres clefs du tourisme », édition 2005, direction du Tourisme.
- « Mémento du tourisme », direction du Tourisme, octobre 2005.
- Site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».

Répartition des séjours personnels selon le motif

		1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Ensemble des séjours personnels	en millions	164,0	157,7	156,7	160,1	166,9	168,1	177,7
Agrément	en %	45,4	45,1	44,5	43,7	43,9	43,5	43,0
Famille, amis	en %	48,6	47,8	48,4	49,2	49,1	49,5	50,2
Autre (santé, formation, ...)	en %	6,0	7,1	7,2	7,1	7,0	7,0	6,8

Source : SDT, direction du Tourisme-TNS Sofres.

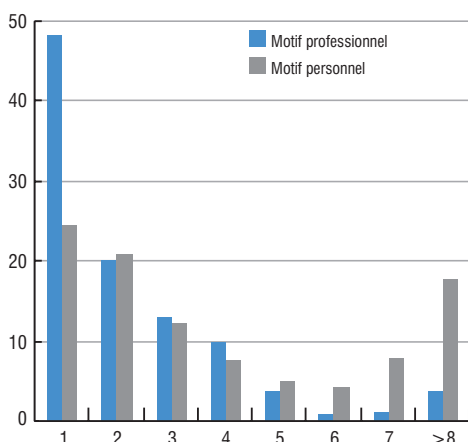
Durée moyenne des séjours personnels

		1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Ensemble des séjours personnels	en nuitées	5,9	5,7	5,8	5,6	5,6	5,5	5,4
Agrément		7,7	7,5	7,6	7,5	7,4	7,3	7,1
Famille, amis		4,1	3,9	4,0	4,0	4,0	3,9	3,8
Autre (santé, formation, ...)		6,6	6,1	6,5	5,9	5,8	6,2	6,1

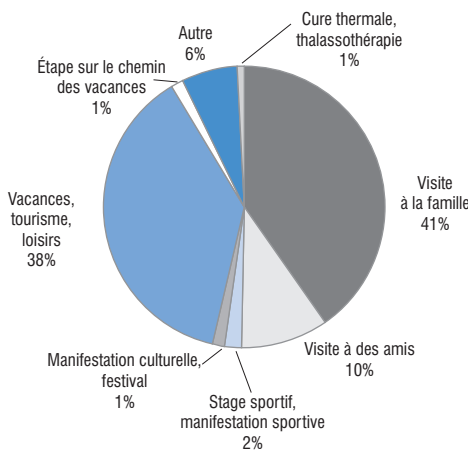
Source : SDT, direction du Tourisme-TNS Sofres.

Durée de séjour selon le motif

en % de séjours

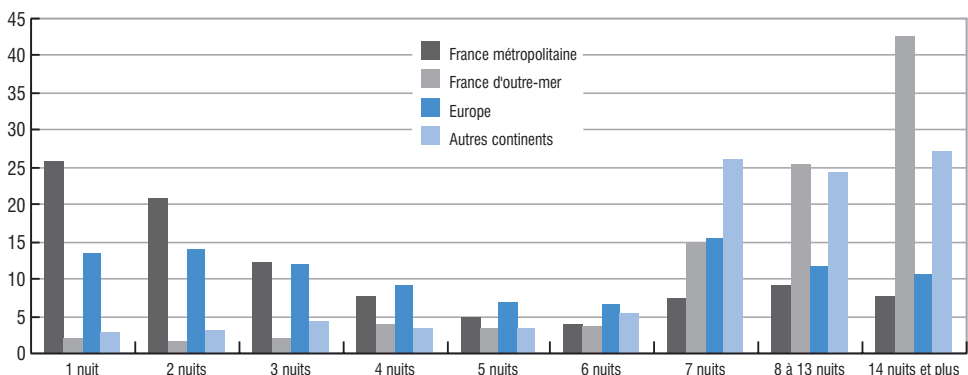


Motifs des séjours personnels des Français



Durée du séjour selon la destination

en % de séjours



Source : SDT, direction du Tourisme-TNS Sofres.

4.3 Les destinations et modes d'hébergement des Français

En 2004, les Français de 15 ans et plus ont effectué **39 % de leurs séjours en hébergement marchand**, ce qui représente 73,9 millions de séjours. Le poids de l'hébergement marchand est très variable selon le motif du séjour et sa destination. Ainsi, 36% des séjours personnels des Français sont effectués en hébergement marchand, contre 84% des séjours professionnels. De même, 34 % des séjours en France métropolitaine sont effectués en hébergement marchand, contre 79 % des séjours à l'étranger ou en France d'outre-mer.

Quand ils partent en France **pour des motifs personnels, les Français privilégient donc l'hébergement non marchand** : chez un membre de leur famille (43 % des séjours), chez des amis (12 % des séjours) ou dans leur résidence secondaire (9 % des séjours). *A contrario*, 97 % des séjours professionnels à l'étranger sont effectués en hébergement marchand.

L'hébergement marchand est surtout représenté par l'hôtellerie et l'hébergement non marchand par la famille. Les séjours à l'hôtel représentent environ 42 % des séjours personnels effectués en hébergement marchand, tandis que les séjours chez la famille représentent 67 % de ceux effectués en hébergement non marchand. La répartition des séjours personnels en fonction du mode d'hébergement est restée stable au cours des six dernières années.

En France métropolitaine, certaines régions très touristiques accueillent une proportion plus importante de séjours en hébergement marchand. C'est par exemple le cas des régions Poitou-Charentes, Languedoc-Roussillon, Alsace et Corse. Les régions moins touristiques accueillent quant à elles essentiellement des séjours motivés par la visite à des proches et donc en hébergement non marchand. L'Île-de-France fait partie des régions où la proportion de séjours en hébergement non marchand est la plus forte. En effet, cette région est très hétérogène en matière de tourisme : si elle est très visitée par les touristes étrangers, elle attire aussi de nombreux provinciaux venus rendre visite à leur famille ou à leurs amis. Paris, pôle d'attraction prépondérant de la région, possède la particularité de recevoir plus d'étrangers que de Français dans ses hôtels.

Les régions où les touristes séjournent le plus longtemps sont la Corse (11 nuitées en moyenne), le Languedoc-Roussillon, la région Provence - Alpes - Côte d'Azur et l'Aquitaine ; dans ces trois dernières régions, la durée moyenne de séjour est supérieure à six nuitées. En revanche les plus courtes durées de séjour sont enregistrées en Île-de-France (3,3 nuitées), en Haute-Normandie et en Champagne-Ardenne (3,1 nuitées).

Définitions

Dans l'enquête direction du tourisme/TNS Sofres sur le suivi de la demande touristique (SDT) des Français, on distingue en particulier les motifs des séjours des Français de 15 ans et plus : **séjours pour motif personnel** ou **séjours professionnels**. La notion de séjour est associée à l'arrivée d'une personne dans un lieu pour au moins une nuit.

L'**hébergement non marchand** regroupe l'hébergement chez un membre de la famille, chez des amis ou dans une résidence secondaire du foyer. L'**hébergement marchand** regroupe toutes les autres formes d'hébergement (hôtel, camping, résidence de tourisme, village de vacances, gîte ...).

Pour en savoir plus

- « Chiffres clefs du tourisme », édition 2005, direction du Tourisme.
- Site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».

Modes d'hébergement selon la destination en 2004

	Séjours personnels				Séjours professionnels			
	Séjours (milliers)	(%)	Nuitées (milliers)	Durée (nuitées)	Séjours (milliers)	(%)	Nuitées (milliers)	Durée (nuitées)
Ensemble des séjours								
Hébergement marchand	64 949	36	401 865	6,2	8967	84	25 089	2,8
Hébergement non marchand	112 755	64	551 592	4,9	1 691	16	6 630	3,9
Séjours en France métropolitaine (89 % des séjours)								
Hébergement marchand	50 262	32	290 952	5,8	7 035	81	17 487	2,5
Hébergement non marchand	108 294	68	510 569	4,7	1 640	19	6 435	3,9
Séjours à l'étranger* (11 % des séjours)								
Hébergement marchand	14 687	77	110 913	7,6	1 931	97	7 602	3,9
Hébergement non marchand	4 461	23	41 023	9,2	52	3	195	3,8

* Séjours à l'étranger et en France d'outre-mer

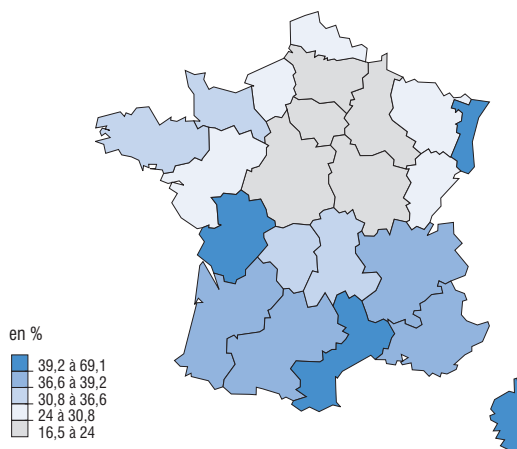
Source : SDT - direction du Tourisme / TNS Sofrès.

Séjours personnels des Français selon le mode d'hébergement

	en millions					part en % en 2004
	2000	2001	2002	2003	2004	
Hébergement marchand	58,3	59,2	61,0	61,5	64,9	36,5
Hôtel et pension de famille	24,6	24,3	25,1	24,9	27,4	15,4
Camping	8,9	9,3	9,4	9,8	10,0	5,6
Location	8,0	8,1	8,3	8,4	8,2	4,6
Gîte, chambre d'hôte	4,4	4,6	6,5	5,6	5,7	3,2
Résidence de tourisme	1,9	1,9	2,6	2,7	3,0	1,7
Club et village de vacances	5,0	5,4	4,7	4,6	4,4	2,5
Autres	5,5	5,6	4,6	5,6	6,2	3,5
Hébergement non marchand	98,4	100,8	105,9	106,5	112,8	63,5
Famille, amis	81,8	85,2	89,7	90,6	97,0	54,6
<i>dont chez quelqu'un de la famille</i>	ND	65,3	68,9	70,6	75,5	42,5
<i>dont chez des amis</i>	ND	19,9	20,8	20,0	21,5	12,1
Résidence secondaire	16,5	15,7	16,2	15,9	15,6	8,8
Total	156,7	160,1	166,9	168,1	177,7	100,0

Source : SDT - direction du Tourisme / TNS Sofrès.

Part de l'hébergement marchand dans les séjours personnels



Source : SDT - direction du Tourisme / TNS Sofrès.

4.4 Les moyens de transport des Français

La **voiture** est le moyen de transport privilégié des Français pour se rendre sur leur lieu de séjour. En effet, elle a été **utilisée pour près de 73 % de l'ensemble des séjours** effectués par les Français de plus de 15 ans en 2004, ce qui représente près de 137 millions de séjours.

Le deuxième moyen de transport le plus utilisé est le **train, avec 13 % des séjours**. Vient ensuite l'avion (8 % des séjours), l'autocar (2 % des séjours) et le camping-car (1 % des séjours).

Les Français utilisent leur voiture personnelle pour leurs **séjours personnels**. Elle est le moyen de transport utilisé pour effectuer 75 % des séjours personnels et 32 % des séjours professionnels. La voiture de location est essentiellement utilisée pour les séjours professionnels ; en effet, c'est le moyen de transport utilisé pour 6 % des séjours professionnels et à peine 1 % des séjours personnels.

La voiture personnelle est utilisée pour effectuer 81 % des séjours personnels en France métropolitaine. Cette proportion est à peu près la même dans toutes les régions à l'exception de l'Île-de-France et de la Corse. En 2004, les Français ont pris le train pour 30 % de leurs séjours personnels en Île-de-France ; ils n'ont utilisé leur voiture personnelle que pour 59 % de leurs séjours personnels dans cette région, ce qui est peu comparé à la moyenne nationale. En revanche, pour se rendre sur un lieu de séjour situé en Corse, l'avion est utilisé pour 33 % des séjours, contre 2 % à peine des séjours en France continentale. La voiture personnelle est utilisée pour 33 % des séjours en Corse et le bateau pour 22 % des séjours : il s'agit du mode de transport principal (utilisé pour l'essentiel du trajet), voiture et bateau pouvant être combinés.

En moyenne, les séjours personnels des Français durent 5,4 nuits. Ils partent un peu plus longtemps que la moyenne quand ils partent en camping-car (6,5 nuits), en bateau (8,6 nuits) ou en avion (8,6 nuits). En général, les séjours pour lesquels le transport aller est effectué en avion ou en bateau sont des séjours à l'étranger, ce qui explique leur durée plus longue. Ainsi, 56 % des séjours utilisant le bateau durent plus d'une semaine. En revanche, la moto est très peu utilisée, et essentiellement pour de très courts séjours : dans 80 % des cas, il s'agit de séjours d'une à trois nuits.

Pour se rendre sur un lieu de séjour personnel en **hébergement marchand**, les Français utilisent leur voiture personnelle pour 66 % des séjours (contre 80 % en **hébergement non marchand**), le train pour 8 % de leurs séjours (contre 14 %) et l'avion pour 14 % de leurs séjours (contre 3 %). Un Français sur deux prend l'avion pour se rendre dans un village de vacances de type commercial, car nombre d'entre eux se situent à l'étranger (Afrique du Nord ou Bassin méditerranéen). En revanche, plus de 86 % des Français qui se rendent dans une location, un gîte, une chambre d'hôte ou un camping, utilisent leur voiture personnelle.

La **distance parcourue** varie selon le type de déplacement et le moyen de transport utilisé. Pour les allers et retours à la journée, le kilométrage moyen parcouru passe de 450 kilomètres en train ou en voiture à 1 100 kilomètres pour l'avion. Pour les séjours avec nuitées, le kilométrage moyen parcouru est sensiblement plus élevé. Il passe de 900 kilomètres en train ou en voiture à 5 900 kilomètres en avion.

Définitions

Dans l'enquête direction du tourisme / TNS Sofrès sur le **suivi de la demande touristique** (SDT) des Français, on distingue en particulier le **moyen de transport principal** utilisé pour se rendre sur un lieu de séjour.

On distingue également les motifs des séjours : **séjours pour motif personnel** ou séjours professionnels.

L'**hébergement non marchand** regroupe l'hébergement chez un membre de la famille, chez des amis ou dans une résidence secondaire du foyer. L'**hébergement marchand** regroupe toutes les autres formes d'hébergement (hôtel, camping, résidence de tourisme, village de vacances, gîte ...).

Pour en savoir plus

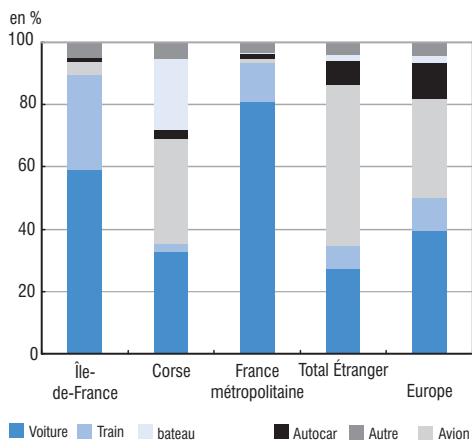
- « Mémento du tourisme », direction du Tourisme, octobre 2005.
- « Les voyages à longue distance des Français en 2003 », SES *Infos-rapides*, n° 228, septembre 2004.
- Site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».

Moyen de transport utilisé en fonction du motif de séjour en 2004

	Séjours professionnels (en %)	Séjours personnels (en %)	Durée moyenne des séjours personnels (en nuitées)
Voiture particulière	31,9	75,0	5,1
Voiture de location	6,2	0,7	4,0
Camping-car	0,2	1,1	6,5
Train	28,5	12,2	5,2
Avion	23,3	6,9	8,6
Autocar	2,2	2,1	4,3
Autre	7,7	2,0	n.s.
Total	100,0	100,0	5,4

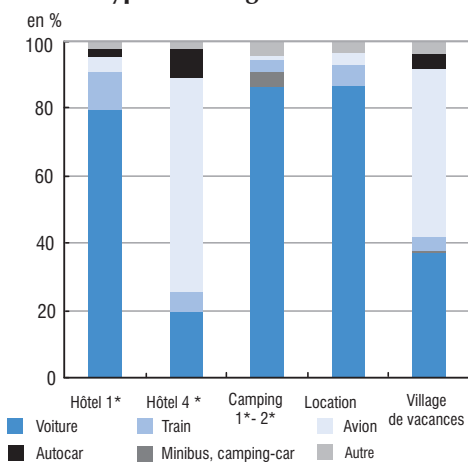
Source : direction du Tourisme / TNS Sofrès.

Séjours personnels : moyen de transport utilisé selon la destination



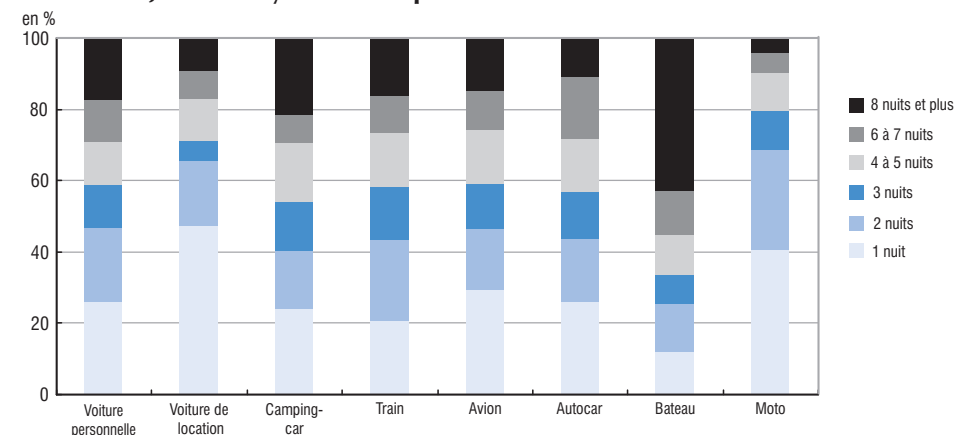
Source : SDT - direction du Tourisme / TNS Sofrès.

Séjours personnels : moyen de transport utilisé selon le type d'hébergement



Source : SDT - direction du Tourisme / TNS Sofrès.

Durée du séjour et moyen de transport utilisé



Source : SDT - direction du Tourisme / TNS Sofrès.

4.5 Les activités pratiquées par les Français

En 2004, près de **79 % des séjours personnels des Français ont donné lieu à la pratique d'une activité** spécifique. La part des séjours donnant lieu à la pratique d'une activité est très variable d'un type de séjour à l'autre. En effet, 77 % des séjours personnels en France métropolitaine donnent lieu à la pratique d'une activité particulière. Cette part passe à 95 % pour un séjour à l'étranger.

Les Français ont donc plus tendance à pratiquer une activité lorsqu'ils partent en **séjour d'agrément** que lorsqu'ils partent rendre visite à de la famille ou à des amis. Seuls 7 % des séjours d'agrément ne donnent pas lieu à la pratique d'une activité, contre 36 % pour un séjour ayant pour motif la visite à la famille. Les séjours dans la famille ou chez les amis donnent essentiellement lieu à la pratique de la promenade et aux visites de villes. Les activités sont beaucoup plus variées et nombreuses pour les séjours d'agrément (ski, baignade, promenade, visites diverses). Les séjours à l'étranger étant plus souvent des séjours d'agrément (80 %) que les séjours en France (46 %), les séjours donnant lieu à la pratique d'une activité sont plus fréquents à l'étranger qu'en France.

Les séjours plus longs donnent généralement lieu à la pratique d'une activité : ils durent au moins 6 nuits, tandis que les séjours ne donnant lieu à aucune activité durent en moyenne 3,7 nuits. 29 % des courts séjours personnels ne donnent lieu à la pratique d'aucune activité particulière, contre 13 % des longs séjours. Ce résultat est en partie lié au fait que les séjours effectués pour rendre

visite à la famille ou à des amis sont généralement moins longs que les séjours d'agrément. **L'activité la plus couramment pratiquée en France métropolitaine** lors de séjours personnels est **la promenade**. Par contre, 68 % des séjours en France d'outre-mer donnent lieu à la pratique de la baignade, 43 % donnent lieu à des promenades et 42 % à la visite de sites naturels. Les **séjours en Europe** donnent lieu dans plus de la moitié des cas à la **visite de villes**. Les activités pratiquées et le nombre de séjours donnant lieu à la pratique d'une activité sont très différents d'un pays de destination à l'autre. Une distinction similaire peut être faite entre les différentes régions françaises. Ainsi, 33 % des séjours personnels en Languedoc-Roussillon donnent lieu à la pratique de la baignade, contre 12 % au niveau national. 53 % des séjours effectués à la montagne l'hiver donnent lieu à la pratique de sports d'hiver et 30 % à des promenades, mais 12 % des séjours à la montagne l'hiver ne donnent lieu à la pratique d'aucune activité. En général, quel que soit l'environnement, les séjours d'hiver donnent moins fréquemment lieu à la pratique d'une activité que les séjours d'été. En hiver, les activités privilégiées sont les sports d'hiver à la montagne, la promenade au bord de la mer et en ville. En été, les activités privilégiées sont la baignade et la promenade en bord de mer, la promenade et la randonnée à la montagne et les visites en ville. Quelle que soit la saison, la campagne est l'espace touristique qui donne le moins lieu à la pratique d'une activité lors d'un séjour personnel.

Définitions

L'enquête direction du tourisme / TNS Sofrès sur le suivi de la demande touristique (**SDT**) permet de suivre les comportements touristiques de la clientèle française, et en particulier les activités pratiquées par les Français de 15 ans et plus lors de leurs séjours touristiques.

Les **séjours d'agrément** peuvent être définis par une série d'exclusions. Ils ne comprennent pas les séjours à motif professionnel, médical (ex : cure avec prescription médicale), affinitaire (rendre visite à la famille ou à des amis), d'étude ou de formation, de bénévolat.

La saison d'**hiver** dure d'octobre à mars et celle d'**été** d'avril à septembre.

Pour en savoir plus

- « Mémento du tourisme », direction du Tourisme, octobre 2005.
- Site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».

Les activités pratiquées par les Français 4.5

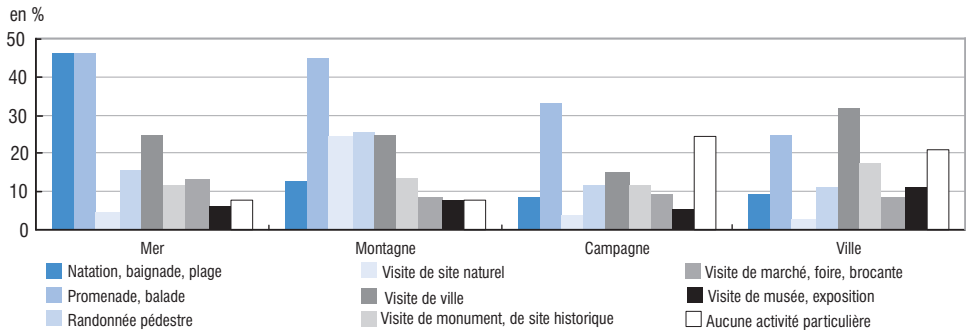
Activités pratiquées lors de séjours personnels en 2004*

	France métropolitaine en %	France d'outre-mer en %	Europe en %	Étranger en %	Ensemble des séjours en %	Durée du séjour en nuitées
Sports d'hiver (ski, snowboard, raquettes,...)	4,6	0,0	3,0	2,4	4,4	6,2
Activités aquatiques	13,7	86,6	19,1	27,7	15,2	9,8
Natation, baignade, plage	12,0	68,3	16,5	22,4	13,1	9,8
Plongée sous-marine	0,2	10,3	0,5	1,7	0,3	9,9
Autres activités aquatiques	1,5	8,0	2,1	3,6	1,8	9,8
Marche, vélo	39,7	62,8	34,5	34,3	39,1	7,2
Promenade, balade	31,4	43,0	28,6	27,9	31,0	6,9
Randonnée pédestre	4,6	18,9	4,2	5,0	4,6	8,2
Vélo, VTT	3,7	0,9	1,7	1,4	3,5	8,1
Visite de ville	15,7	21,3	51,4	48,4	19,3	6,0
Autres visites	28,5	61,1	85,3	89,3	35,0	7,0
Visite de site naturel	8,3	42,1	18,5	24,2	10,0	7,5
Visite de musée, exposition	4,6	5,4	22,2	19,5	6,2	6,3
Visite de monument, de site historique	7,0	5,2	36,9	35,8	10,1	6,5
Visite de marché, foire, brocante	8,6	8,4	7,7	9,8	8,7	7,5
Autres activités	47,8	31,1	37,5	36,8	46,9	7,5
Gastronomie, oenologie	3,8	2,2	3,4	2,8	3,7	6,3
Autre activité	44,0	28,9	34,1	34,0	43,2	n.s.
Aucune activité particulière	23,4	3,7	6,1	5,3	21,4	3,7

* Le total est supérieur à 100 % car plusieurs activités peuvent être pratiquées au cours d'un même séjour.

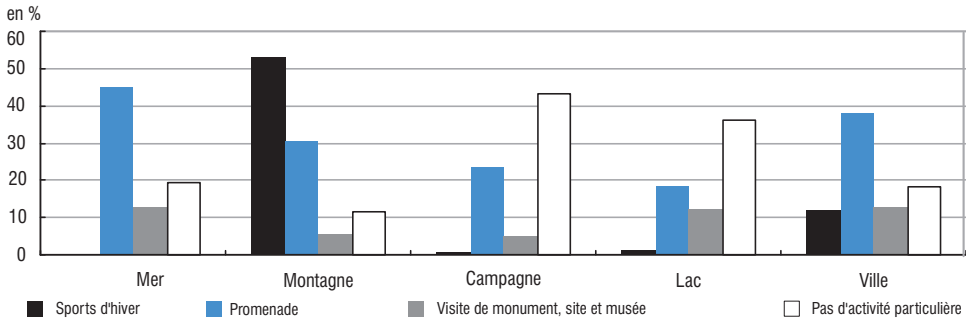
Source : SDT - direction du Tourisme / TNS Sofrès.

Saison d'été 2004



Sources : SDT - direction du Tourisme / TNS Sofrès.

Saison d'hiver 2003-2004



Source : SDT - direction du Tourisme / TNS Sofrès.

4.6 Les espaces touristiques fréquentés par les Français

En 2004, les Français de 15 ans et plus ont passé **36 % de leurs séjours personnels en ville, 36 % à la campagne, 27 % au bord de la mer et 15 % à la montagne**. Ces espaces sont ceux que perçoit le touriste. Un même lieu de séjour peut donner lieu à la perception d'espaces différents. Cette perception dépend pour une grande part du motif de séjour et des activités pratiquées.

Les séjours de visite à la famille ou à des amis se situent le plus souvent en ville ou à la campagne, alors que les séjours d'agrément ont plus fréquemment lieu au bord de la mer ou à la montagne. 46 % des séjours des Français ayant pour motif les vacances ou les loisirs se passent au bord de la mer (contre 27 % de l'ensemble des séjours personnels). 65 % des séjours en bord de mer ont pour motifs les vacances et les loisirs (contre 38 % des séjours personnels). **La mer est la destination préférée** des Français pour leurs séjours d'agrément, alors que la campagne est leur destination privilégiée pour les séjours dans la famille.

Les séjours personnels au bord de la mer ont tendance à durer plus longtemps que dans un autre environnement : ils représentent 27 % des séjours et près de 40 % des nuitées. Un séjour en bord de mer dure en moyenne 7,9 nuits, alors qu'un séjour à la campagne ne dure que 4,8 nuits et un séjour en ville 4,5 nuits. Ce résultat est lié au fait que les séjours d'agrément sont plus longs que les séjours auprès de la famille ou d'amis. Les séjours

personnels des Français ont duré en moyenne 5,4 nuits en 2004. Un séjour ayant pour motif les vacances et les loisirs dure en moyenne 7,7 nuits, alors qu'un séjour dans la famille ne dure que 3,9 nuits. À la mer et à la montagne, un tiers des séjours seulement sont de courts séjours. À la campagne et en ville ces proportions sont inversées. L'ensemble des séjours personnels se répartissent en 54 % de **courts séjours** et 46 % de **longs séjours**.

Les modes d'hébergement varient d'un espace à l'autre. À la campagne et en ville, environ 70 % de l'hébergement se fait dans le secteur non marchand (famille, amis, résidence secondaire). Pour les autres espaces, la part du non marchand est de l'ordre de 40 % des séjours personnels des Français.

53 % des séjours au bord de la mer sont effectués en hébergement marchand. Le bord de mer représente 39 % des séjours en hébergement marchand alors qu'il ne représente que 27 % de l'ensemble des séjours personnels des Français. Les résidences secondaires représentent 11 % de l'hébergement en bord de mer, à la montagne et à la campagne. La part de l'hébergement en hôtel est de 8 % à la campagne et d'environ 20 % dans les autres espaces. 47 % des séjours en résidence secondaire s'effectuent à la campagne, 37 % au bord de la mer et 17 % à la montagne. Les locations représentent 8 % de l'hébergement en bord de mer et 12 % de l'hébergement à la montagne. Elles sont très peu présentes dans les autres espaces.

Définitions

L'enquête direction du tourisme / TNS Sofrès sur le suivi de la demande touristique (SDT) permet de suivre les comportements touristiques de la clientèle française, et en particulier les cinq « **espaces touristiques** » fréquentés par les Français de 15 ans et plus : mer, lac, montagne, campagne et ville.

La notion de **séjour** est associée à l'arrivée d'une personne dans un lieu pour au moins une nuit. Par convention, un **court séjour** comporte de 1 à 3 nuitées et un **long séjour**, 4 nuitées ou plus.

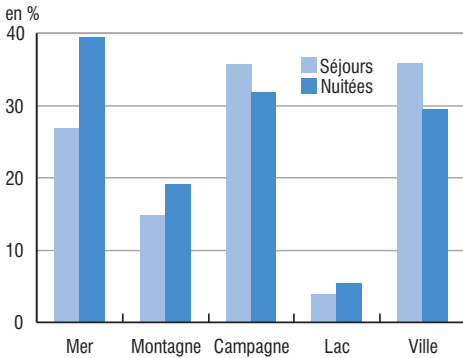
Les **séjours d'agrément** peuvent être définis par une série d'exclusions. Ils ne comprennent pas les séjours à motif professionnel, médical (cure avec prescription médicale), affinitaire (rendre visite à la famille ou à des amis), d'étude ou de formation, de bénévolat.

Pour en savoir plus

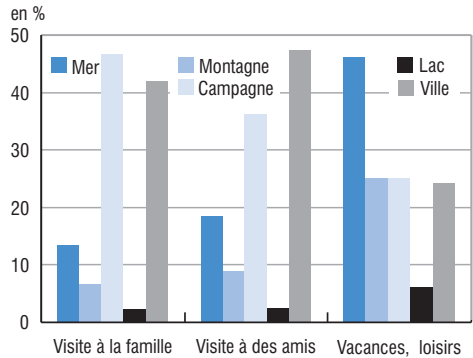
- « Mémento du tourisme », direction du Tourisme, octobre 2004.
- Site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».

Les espaces touristiques fréquentés par les Français 4.6

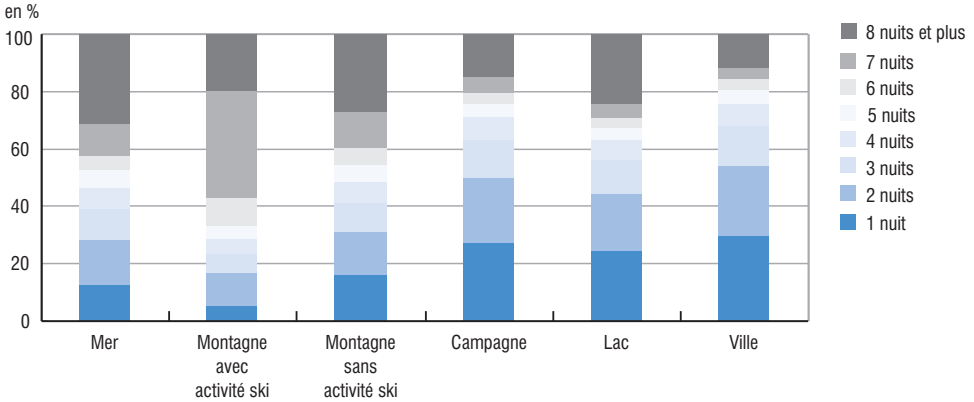
Répartition des séjours personnels en 2004



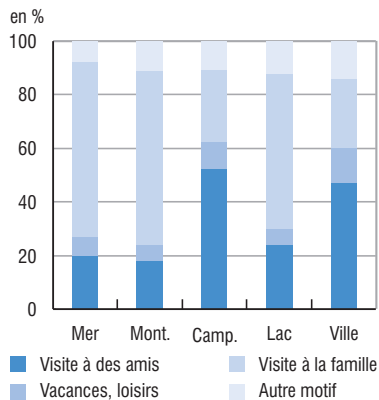
Destination selon le motif du séjour



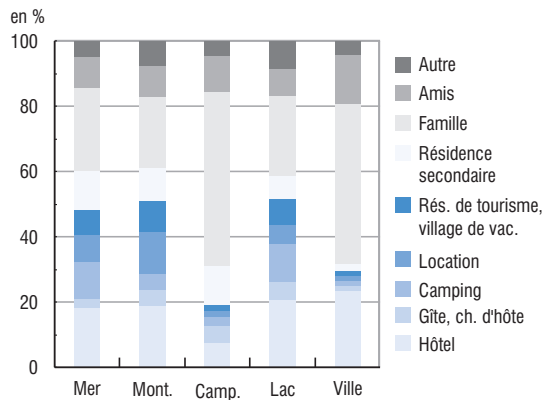
Durée du séjour selon l'espace fréquenté



Motif des séjours et espace fréquenté



Hébergement selon le type d'espace fréquenté en 2004



Source : suivi de la demande touristique des Français (SDT), direction du Tourisme - TNS Sofrès, 2004

4.7 Les modes de réservation

En 2004, 35 % des **séjours personnels** des Français en France métropolitaine et 84 % des séjours personnels des Français à l'étranger ou en France d'outre-mer ont fait l'objet d'une réservation.

Les **séjours d'agrément**, les séjours à l'étranger et les **longs séjours** sont les types de séjours qui font le plus fréquemment l'objet d'une réservation. Ainsi, 23 % des séjours réservés sont effectués à l'étranger ou dans la France d'outre-mer. En France métropolitaine, on constate que près de 90 % des séjours à destination de la Corse ont fait l'objet d'une réservation alors que la part des séjours réservés en France métropolitaine n'est que de 35 %.

65 % des séjours réservés sont des séjours d'agrément alors que les séjours d'agrément ne représentent que 43 % des séjours personnels des Français. Les longs séjours sont majoritaires parmi les séjours réservés. Ils représentent 46 % des séjours personnels des Français, mais 58 % des séjours personnels ayant fait l'objet d'une réservation préalable.

En France métropolitaine, plus de la moitié des séjours réservés le sont auprès du prestataire lui-même. Les réservations faites directement auprès du prestataire sont principalement des réservations de transport seul et d'hébergement seul. Ainsi, pour une réservation de transport, les Français se sont adressés directement au transporteur pour 85 % de leurs voyages en métropole, et pour une réservation d'hébergement, ils se sont

adressés directement au prestataire pour 45 % de leurs séjours. Seul un tiers des séjours réservés en agence de voyages sont à destination de la France métropolitaine. Les réservations effectuées pour un **court séjour**, le sont généralement auprès du prestataire lui-même.

En revanche, **58 % des séjours à l'étranger** ou dans la France d'outre-mer sont réservés par l'intermédiaire d'une **agence de voyages** ou d'un **tour-opérateur**. Il s'agit alors plutôt de réservations multiples : transport, hébergement et/ou autres prestations. Près de la moitié des séjours à l'étranger ont fait l'objet d'une réservation par le biais d'une formule « tout compris », c'est-à-dire d'une formule regroupant plusieurs prestations. 56 % des séjours qui ont fait l'objet d'une réservation de formule « tout compris » ont été effectués à l'étranger ou dans la France d'outre-mer. Pour leurs réservations de transport ou d'hébergement à l'étranger, les Français ne s'adressent directement au prestataire que dans 42 % des cas.

Seul un tiers des séjours réservés en agence de voyages sont à destination de la France métropolitaine. Les réservations effectuées pour un **court séjour**, le sont généralement auprès du prestataire lui-même.

Enfin, la réservation par l'intermédiaire d'associations atteint 16 %, que ce soit pour des séjours en France ou à l'étranger ; elle monte jusqu'à 23 % pour les séjours à la montagne.

Définitions

L'enquête direction du tourisme / TNS Sofrès sur le suivi de la demande touristique (SDT) permet de suivre les comportements touristiques de la clientèle française, et en particulier le mode de réservation de ses séjours. Une réservation peut se faire soit directement auprès d'un prestataire de services (transport, hébergement), soit auprès d'un intermédiaire : agence de voyage, tour-opérateur, office de tourisme, syndicat d'initiative, association...

On y distingue également les motifs des séjours : **séjours pour motif personnel** ou séjours professionnels.

Les **séjours d'agrément** peuvent être définis par une série d'exclusions. Ils ne comprennent pas les séjours à motif professionnel, médical, affinitaire (rendre visite à la famille ou à des amis), d'étude ou de formation.

Par convention, un **court séjour** comporte de 1 à 3 nuitées et un **long séjour**, 4 nuitées ou plus.

Pour en savoir plus

- « Mémento du tourisme », direction du Tourisme, octobre 2005.
- Site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».

Séjours personnels réservés ou non réservés en 2004

	Total	France métropole	Étranger, Outre-mer	Longs séjours	Courts séjours	Mer	Montagne	Campagne	en % Ville
Séjours réservés	41	35	84	51	32	52	57	27	45
<i>dont formules "tout compris"</i>	19	11	48	24	13	24	25	17	20
Séjours non réservés	59	65	16	49	68	48	43	73	55

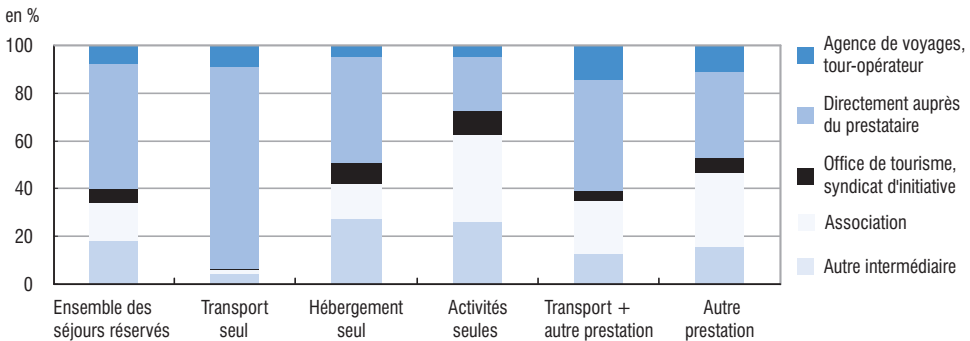
Source : SDT - direction du Tourisme / TNS Sofrès.

Mode d'intermédiation des séjours personnels ayant fait l'objet d'une réservation en 2004

	Total	France métropole	Étranger, Outre-mer	Longs séjours	Courts séjours	Mer	Montagne	Campagne	en % Ville
Directement auprès du prestataire	49	55	25	40	60	40	36	52	55
Agence de voyages, tour-opérateur	20	8	58	26	11	28	21	14	24
Association	16	16	16	18	14	17	23	16	13
Office de tourisme, syndicat d'initiative	5	6	2	6	4	4	9	7	3

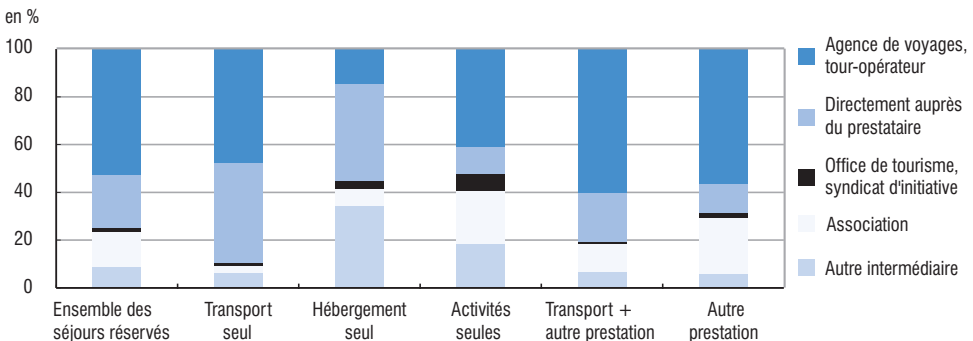
Source : SDT - direction du Tourisme / TNS Sofrès.

Prestations réservées en fonction de l'intermédiaire : séjours personnels en France en 2004



Source : SDT - direction du Tourisme / TNS Sofrès.

Prestations réservées en fonction de l'intermédiaire : séjours personnels à l'étranger en 2004



Source : SDT - direction du Tourisme / TNS Sofrès.

4.8 Les Français à l'étranger

En 2004, **11 % des séjours des Français** de plus de 15 ans ont eu lieu **à l'étranger ou en France d'outre-mer**, ce qui représente près de 21 millions de séjours et 160 millions de nuitées. Leurs destinations préférées à l'étranger sont l'Espagne, l'Italie, la Grande-Bretagne, la Belgique, l'Allemagne et le Maroc.

Les séjours pour motif personnel représentent 94 % des séjours effectués par les Français. Parmi ces séjours personnels, 89 % sont effectués en France métropolitaine et 11 % à l'étranger ou en France d'outre-mer. Le nombre des **séjours personnels des Français à l'étranger** est passé de 15 millions en 1999 à plus de **18 millions** en 2004.

Certaines destinations ont un motif quasi-exclusivement personnel : l'Autriche, la Tunisie ou l'Égypte. D'autres concernent presque uniquement les séjours professionnels : le Japon, l'Algérie, le Moyen-Orient et les États-Unis.

Les **Français privilégient les destinations d'Europe limitrophe**, aussi bien pour leurs séjours personnels que pour leurs séjours professionnels. Par exemple, 21 % des séjours des Français en Allemagne ont un motif professionnel, ce qui en fait la première destination étrangère des Français pour les déplacements professionnels (0,2 million de séjours). On y dénombre 0,9 million de séjours personnels, ce qui en fait la sixième destination étrangère pour les séjours personnels après l'Espagne, l'Italie, la Grande-Bretagne, le Benelux et le Maroc.

Depuis quelques années, la tendance est à un raccourcissement de la durée des

séjours. En général, la durée de séjour est plus courte dans les pays limitrophes. Ainsi, la durée moyenne de séjour en Belgique est de 3,6 nuits alors qu'elle dépasse 11 jours en Amérique ou en Asie. De même, les déplacements professionnels sont plus courts que les déplacements personnels.

Le nombre de séjours personnels en Afrique a augmenté de 26 % entre 2003 et 2004. 60 % de ces séjours se font en bord de mer (Maroc, Tunisie, Sénégal par exemple). L'Asie a, elle aussi, plus attiré les Français en 2004 qu'en 2003 : après avoir chuté en 2003 en raison de l'épidémie de pneumopathie atypique, le nombre de séjours en Asie est revenu en 2004 au niveau atteint en 2002. Les espaces touristiques les plus fréquentés en Asie sont le littoral et les villes.

En France métropolitaine, 68 % des séjours personnels sont effectués en hébergement non marchand (dont 46 % chez un membre de la famille). En France d'outre-mer, 26 % des séjours sont effectués chez un membre de la famille et 64 % en hébergement marchand. À l'étranger, les hébergements marchands sont prédominants pour les destinations lointaines. Ainsi, en Afrique et en Asie, plus de la moitié des séjours ont pour hébergement un hôtel de 3 étoiles ou plus, et pour ces deux destinations, seuls 10 % des séjours sont effectués en hébergement non marchand. En revanche, en Allemagne ou au Benelux, près de la moitié des séjours sont effectués chez un membre de la famille ou un ami, et un tiers seulement dans l'hôtellerie.

Définitions

L'enquête direction du tourisme / TNS Sofrès sur le suivi de la demande touristique (SDT) des Français permet de suivre l'évolution des comportements touristiques de la clientèle française de 15 ans et plus, et en particulier la destination des séjours effectués.

Un **touriste** est une personne qui a passé au moins une nuit hors de son domicile habituel pour une raison personnelle ou professionnelle. La notion de séjour est associée à l'arrivée d'une personne dans un lieu pour au

Pour en savoir plus

- « Chiffres clefs du tourisme », édition 2005, direction du Tourisme.
- « Compte satellite du tourisme 2004 », direction du Tourisme, mai 2005.
- Site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».

Séjours personnels des Français à l'étranger

en millions

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	part en % 2004
Ensemble	15,3	15,0	15,6	15,1	16,3	16,1	18,1	100,0
Europe	11,0	10,2	10,3	10,4	11,6	11,7	12,7	70,2
Allemagne	0,7	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,9	5,0
Belgique, Luxembourg	1,0	0,8	0,7	0,8	0,9	1,1	1,1	6,1
Espagne	2,8	2,6	2,5	2,6	2,8	2,8	2,9	16,0
Italie	1,6	1,9	1,8	1,7	2,0	2,1	2,0	11,0
Royaume-Uni, Irlande	1,1	1,0	0,9	0,9	1,0	0,9	1,3	7,2
Afrique	1,9	2,5	2,8	2,6	2,4	2,5	3,1	17,1
Amérique	1,6	1,5	1,6	1,3	1,5	1,4	1,5	8,3
Asie, Océanie	0,8	0,8	0,9	0,8	0,8	0,6	0,8	4,4

Source : SDT - direction du Tourisme / TNS Sofrès.

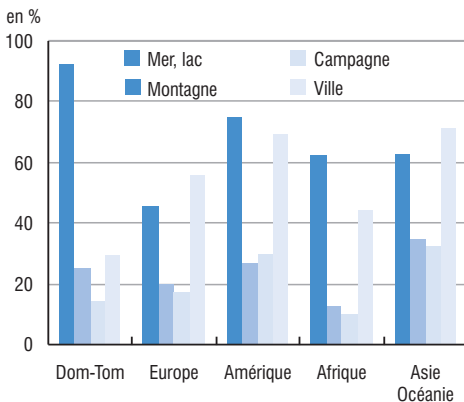
Durée moyenne des séjours personnels des Français à l'étranger

en nuitées

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Ensemble	7,9	8,0	8,4	8,1	7,9	7,7	7,6
Europe	7,0	6,9	7,2	7,0	6,9	6,8	6,6
Allemagne	4,6	5,2	5,5	5,1	4,9	5,5	4,7
Belgique, Luxembourg	3,2	3,3	4,3	3,3	3,7	3,2	3,8
Espagne	8,4	8,5	8,6	8,7	8,2	8,2	7,9
Italie	6,8	6,5	6,8	6,6	6,8	6,8	6,8
Royaume-Uni, Irlande	5,1	5,6	6,2	6,4	5,4	5,5	5,3
Afrique	9,1	9,0	8,8	9,1	9,2	9,3	9,0
Amérique	10,5	11,2	12,4	11,8	11,6	10,7	11,1
Asie, Océanie	12,3	13,3	12,2	13,1	12,4	12,2	11,9

Source : SDT - direction du Tourisme / TNS Sofrès.

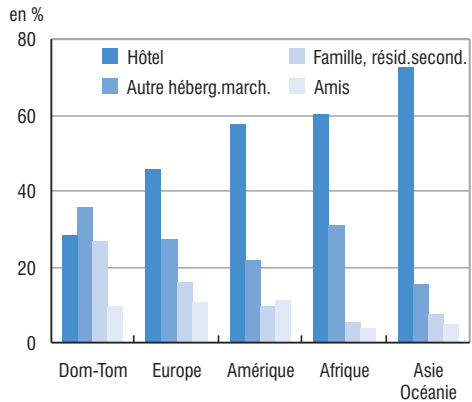
Environnement des séjours personnels des Français hors métropole en 2004*



*Un même séjour peut conduire à la déclaration de plusieurs espaces, d'où une somme supérieure à 100.

Source : SDT - direction du Tourisme / TNS Sofrès.

Principal mode d'hébergement des Français hors métropole en 2004



Source : SDT - direction du Tourisme / TNS Sofrès.

4.9 Le taux de départ en vacances des Français

Plus de six Français sur dix partent en vacances. Après avoir stagné pendant une dizaine d'années (61 % en 1989 et 62 % en 1999), la proportion de Français partant en vacances progresse légèrement pour atteindre **65 % en 2004**.

En quinze ans, les inégalités d'accès aux vacances observées selon l'âge se sont fortement réduites. Seuls les 20-24 ans et les plus de 70 ans partent moins que la moyenne. Les générations qui ont pris l'habitude de partir en vacances continuent à le faire, l'âge venant. Ainsi, la part des 50-69 ans partant en vacances a fortement progressé entre 1969 et 2004. À partir de 70 ans, les personnes qui ne partent pas – ou plus – en vacances, invoquent souvent un choix délibéré ou des raisons de santé. Ainsi, les personnes âgées de plus de 80 ans ne sont plus qu'un tiers à partir en vacances.

Pour ce qui concerne les plus jeunes, si ces derniers ne sont plus que six sur dix entre 20 et 24 ans à partir en vacances contre plus de sept sur dix avant 20 ans, cela peut

s'expliquer par des raisons financières et/ou une entrée récente dans la vie active qui ne leur permet pas encore de bénéficier de congés suffisants.

Parmi les actifs, les agriculteurs et les ouvriers restent les catégories qui partent le moins en vacances. Seulement quatre agriculteurs sur dix sont partis hors de leur domicile en 2004. Les ouvriers restent aussi plus souvent chez eux que la moyenne : c'est le cas de 52 % d'entre eux. Les cadres et professions intellectuelles supérieures demeurent ceux qui partent le plus : neuf sur dix partent en vacances. Viennent ensuite les professions intermédiaires, avec un taux de départ de 78 %.

Sur les dix dernières années, les taux de départ par catégorie socioprofessionnelle ont évolué diversement. Si les professions intermédiaires et les employés partent un peu moins, en revanche, les obligations professionnelles des indépendants semblent s'atténuer. Cela permet aux agriculteurs et aux artisans, commerçants et chefs d'entreprise de partir plus que par le passé.

Définitions

Les vacances des Français sont étudiés régulièrement depuis les années soixante. Les informations sur les départs en vacances proviennent du **volet « vacances »** de l'**enquête permanente sur les conditions de vie des ménages** réalisée par l'Insee. Si cette enquête permet avant tout d'évaluer le taux de départ en vacances des résidents français, elle permet également de mettre en évidence les différences de comportement entre les ménages. La dernière enquête « vacances » a été réalisée en octobre 2004 : elle porte sur les vacances situées entre le 1^{er} octobre 2003 et le 30 septembre 2004.

Le **taux de départ en vacances** mesure la part des individus qui ont effectué au moins un séjour de quatre nuits ou plus de suite hors du domicile.

Pour en savoir plus

- « Les vacances des Français », *Insee Résultats*, série Société n°4, mai 2002.
- « Les Tableaux de l'Économie Française », Insee, édition 2004-2005 .
- Site internet www.insee.fr, rubrique « La France en faits et chiffres », thème « conditions de vie, société » (vacances-loisirs).

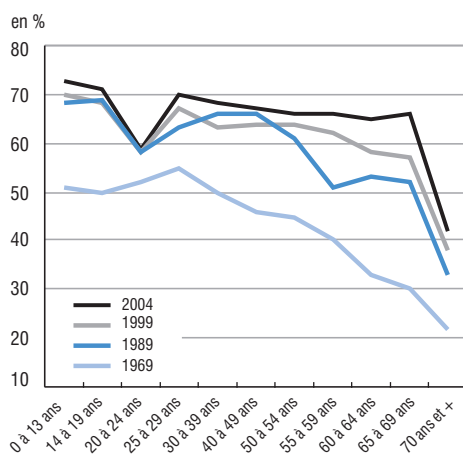
Le taux de départ en vacances des Français 4.9

Taux de départ en vacances selon l'âge

	en %				
	1969	1989	1994	1999	2004
Ensemble	45	61	62	62	65
0 à 13 ans	51	68	71	70	73
14 à 19 ans	50	69	69	68	71
20 à 24 ans	52	58	58	58	59
25 à 29 ans	55	63	65	67	70
30 à 39 ans	50	66	68	63	68
40 à 49 ans	46	66	63	64	67
50 à 54 ans	45	61	62	64	66
55 à 59 ans	40	51	58	62	66
60 à 64 ans	33	53	56	58	65
65 à 69 ans	30	52	54	57	66
70 ans et plus	22	33	39	38	42

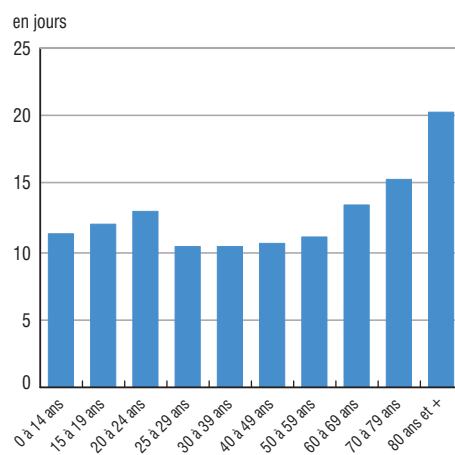
Source : Insee, enquête sur les conditions de vie des ménages « vacances » (EPCV) pour 1999 et 2004 ; enquête quadrimestrielle de conjoncture pour 1969, 1989 et 1994.

Taux de départ en vacances selon l'âge



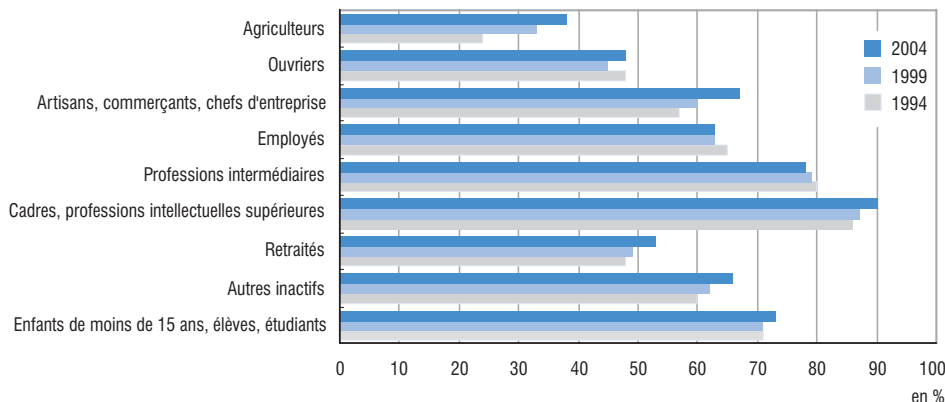
Source : Insee, enquête sur les conditions de vie des ménages « vacances » (EPCV) pour 1999 et 2004 ; enquête quadrimestrielle de conjoncture pour 1969, 1989 et 1994.

Durée moyenne de séjour selon l'âge



Source : Insee, enquête sur les conditions de vie des ménages « vacances » (EPCV) pour 1999 et 2004 ; enquête quadrimestrielle de conjoncture pour 1969, 1989 et 1994.

Taux de départ en vacances selon la catégorie sociale



Source : Insee, enquête sur les conditions de vie des ménages « vacances » (EPCV) pour 1999 et 2004 ; enquête quadrimestrielle de conjoncture pour 1969, 1989 et 1994.

4.10 Le budget vacances des Français

75 % des Français de 15 ans et plus sont partis en **voyage** au moins une fois en 2004, toutes destinations (France et étranger) confondues. 71 % des Français sont partis en France et 24 % des Français ont effectué au moins un voyage hors métropole .

En 2004, ces Français qui voyagent ont dépensé environ **1 100 euros par personne pour l'ensemble de leurs voyages personnels en France**, courts et longs séjours. C'est une dépense moyenne par personne, qui recouvre à la fois des séjours dans tous les types d'hébergement (hôtel, camping, location, dans la famille, chez des amis,...), que les gens voyagent seuls ou à plusieurs. La dépense quotidienne est presque deux fois plus élevée pour les **courts séjours** (72 euros) que pour les **longs séjours** (39 euros). Les dépenses de transport sont proportionnellement beaucoup plus importantes (de près de 30 %) pour les courts séjours, mais les dépenses de restaurant et d'achats divers sont également beaucoup plus élevées que lors de longs séjours.

C'est à la campagne que les Français dépensent le moins pour leurs séjours : 160 euros par personne, pour un séjour d'une durée moyenne de 4,8 jours. Pour un séjour au bord de la mer, la dépense moyenne s'élève à 310 euros, pour une durée moyenne de 7,9 jours. Les séjours au bord de la mer sont aussi les plus longs. C'est lors de leurs séjours aux sports d'hiver que les Français dépensent

le plus : 500 euros par personne, pour une durée moyenne de 7 jours. Quant aux séjours en ville, qui sont les plus courts avec une durée moyenne de 4,5 jours, ils coûtent en moyenne 285 euros par personne. Une partie de cette dépense est alors consacrée au shopping.

Les Français sont moins nombreux à voyager à l'étranger qu'en France, mais leurs séjours sont plus longs (7,3 jours à l'étranger contre 5 jours en France) et le budget qu'ils y consacrent est sensiblement plus élevé. En 2004, les Français qui sont allés à l'étranger ont effectué en moyenne 1,5 voyage et ont dépensé en moyenne 1 700 euros. Une partie importante de cette dépense est consacrée au transport. En effet, 54 % des départs à l'étranger se font par avion contre seulement 2 % pour les voyages personnels en France.

Les quatre mois de **juin à septembre** concentrent **la moitié des dépenses de vacances** de l'ensemble de l'année. En terme de budget moyen dépensé, le budget de ces quatre mois représente 57 % du budget annuel de vacances. Toutes destinations confondues, les Français ont dépensé en moyenne 850 euros pour leurs vacances d'été en 2004. Ils ont passé 85 % de leurs vacances en France, pour une dépense moyenne par personne de 650 euros. Pour ceux qui sont allés en vacances à l'étranger, le budget moyen par personne s'est élevé à 1 400 euros.

Définitions

Les **vacances** correspondent à tout déplacement hors de l'environnement habituel d'une personne pour une durée d'au moins quatre nuits et pour un motif personnel (visite à la famille ou à des amis, agrément...).

Le **voyage** désigne la période écoulée entre la date de départ du domicile habituel et la date de retour. Au cours d'un voyage, on peut effectuer plusieurs déplacements entre plusieurs lieux de séjour. La notion de **séjour** est associée à l'arrivée d'une personne dans un lieu pour au moins une nuit.

Par convention, un **court séjour** comporte de 1 à 3 nuitées et un **long séjour**, 4 nuitées ou plus.

Pour en savoir plus

- « Chiffres clés du tourisme », édition 2005, direction du Tourisme.
- « Compte satellite du tourisme 2004 », direction du Tourisme, mai 2005, consultable sur le site internet www.tourisme.gouv.fr.

Dépenses par nuitée des Français lors de leurs séjours personnels en 2004

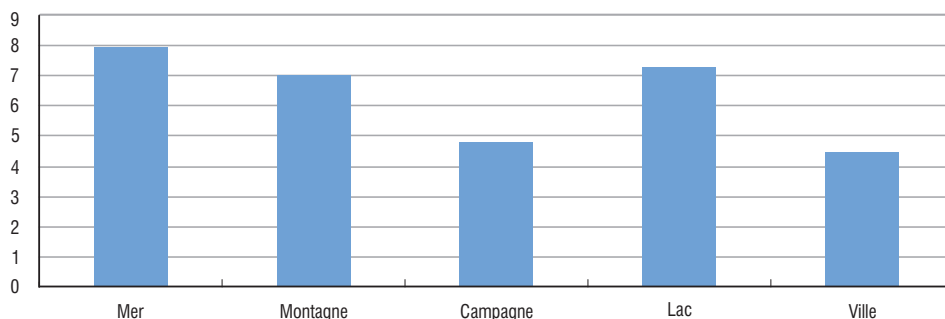
en euros

	Hébergement	Restauration	Loisirs	Achats divers	Alimentation	Transport	Autres dépenses	Total
Ensemble des séjours	6,88	5,75	3,53	11,49	6,83	9,47	1,35	45,30
Courts séjours	6,80	10,60	5,20	19,71	7,05	19,95	2,27	71,58
Littoral	8,23	12,49	4,47	15,35	6,87	18,15	1,53	67,09
Montagne sans ski	11,74	16,86	17,79	15,60	7,92	16,75	1,33	87,99
Montagne avec ski	14,39	18,12	52,27	15,57	7,09	16,18	1,33	124,95
Campagne	3,32	5,85	1,74	11,26	6,82	15,29	1,99	46,27
Urbain	7,75	12,65	4,80	32,04	7,24	26,68	3,17	94,33
Longs séjours	6,90	4,51	3,11	9,38	6,77	6,79	1,11	38,57
Littoral	5,88	3,98	1,71	6,99	5,70	10,82	0,75	35,83
Montagne sans ski	11,37	6,47	6,17	8,98	7,34	6,11	0,75	47,19
Montagne avec ski	15,67	7,02	21,49	9,15	7,01	5,78	0,70	66,82
Campagne	3,71	2,94	0,95	6,56	6,55	5,61	1,37	27,69
Urbain	5,46	4,57	2,28	16,55	7,40	9,80	1,63	47,69

Source : direction du Tourisme.

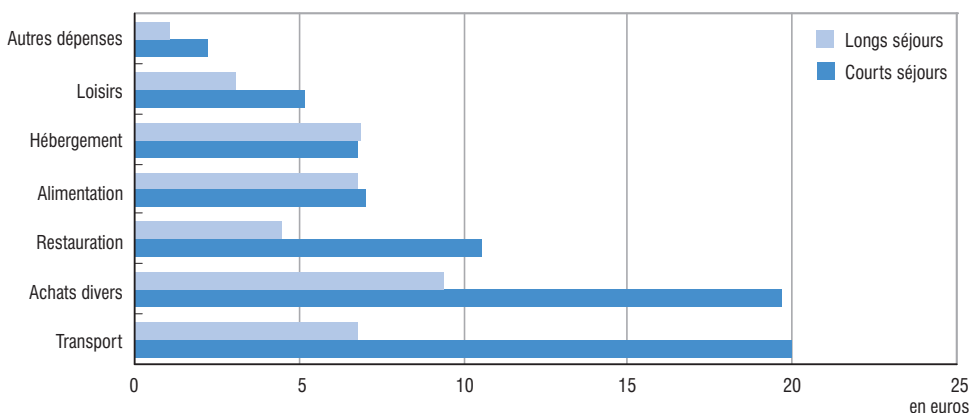
Durée moyenne de séjour selon l'espace fréquenté

en nuitées



Source : suivi de la demande touristique des Français (SDT), direction du Tourisme - TNS Sofrès, 2004.

Répartition des dépenses par nuitée en 2004



Source : suivi de la demande touristique des Français (SDT), direction du Tourisme - TNS Sofrès, 2004.

4.11 Les week-ends des Français

En 2004, les Français ont effectué 167 millions de séjours en France métropolitaine, représentant 825 millions de nuitées. **85 millions de ces nuitées ont été effectuées lors de week-ends** (soit 10 %), ce qui représente près de la moitié des nuitées de **courts séjours**. En moyenne, les Français effectuent 5,4 week-ends par an et séjournent **1,6 nuit par week-end**. Plus d'un week-end sur deux commence le vendredi pour s'achever le dimanche (2 nuits). 35 % des nuitées sont réalisées le vendredi, 42 % le samedi et 23 % le dimanche. Les week-ends comportant une seule nuit représentent 32 % des nuitées, ceux de deux nuits 41% et ceux de trois nuits 27 %. Lorsque le week-end ne comporte qu'une seule nuit, il s'agit de celle du samedi dans la moitié des cas.

Le printemps est la saison préférée des Français pour ces séjours de fin de semaine. En effet, le mois de mai concentre plus de 13 % des nuitées de week-end, et les mois d'avril et de juin plus de 9 % chacun. C'est en mai qu'on observe la plus forte proportion de séjours de week-end (20 % des nuitées du mois) par rapport aux plus longs séjours (80 %). Inversement, c'est en août qu'on note la plus faible part des nuitées de fin de semaine (3 % des nuitées du mois) par rapport aux nuitées de long séjour (97 %).

La région **Rhône-Alpes** est celle qui recueille le plus de nuitées de fin de semaine (10 %) en

raison de la variété de ses espaces touristiques (montagne, campagne et villes, fréquentées aussi bien l'été que l'hiver) et de sa situation géographique sur d'importants axes routiers et ferroviaires. La montagne en particulier bénéficie d'un important volume de week-ends effectués par les Rhônalpins eux-mêmes. L'**Île-de-France** est la deuxième région d'accueil des week-ends avec 9 % des nuitées, en raison non seulement de la richesse de son offre touristique, mais aussi de la présence de nombreuses résidences secondaires appartenant à des Parisiens. Enfin, les châteaux de la Loire constituent un atout majeur pour les régions **Pays de la Loire** et **Centre**, troisième et quatrième région d'accueil pour les fins de semaine (avec respectivement 8 et 7 % des nuitées). À l'autre extrémité, les Français se rendent rarement en Corse pour un simple week-end : 99 % des nuitées passées en Corse le sont lors d'un séjour d'au moins 4 nuitées.

Trois quarts des nuitées de fin de semaine sont effectuées en hébergement non marchand : 54 % chez un membre de la famille, 14 % chez des amis et 10 % dans une résidence secondaire. Dans le tiers des week-ends effectués en hébergement marchand, l'hôtellerie occupe la première place avec 10 % des nuitées, suivie par les campings (4 %) et les gîtes et chambres d'hôtes (3 %).

Définitions

L'enquête direction du tourisme / TNS Sofrès sur le **suivi de la demande touristique** (SDT) des Français permet de suivre l'évolution des comportements touristiques de la clientèle française.

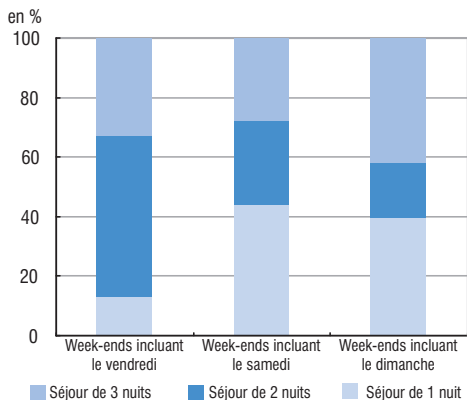
La notion de **séjour** est associée à l'arrivée d'une personne dans un lieu pour au moins une nuit. Par convention, un **court séjour** comporte de 1 à 3 nuitées et un **long séjour**, 4 nuitées ou plus.

L'**hébergement non marchand** regroupe l'hébergement chez de la famille, chez des amis ou dans la résidence secondaire du foyer. L'**hébergement marchand** regroupe toutes les autres formes d'hébergement (hôtel, camping, résidence de tourisme, village de vacances, gîte ...).

Pour en savoir plus

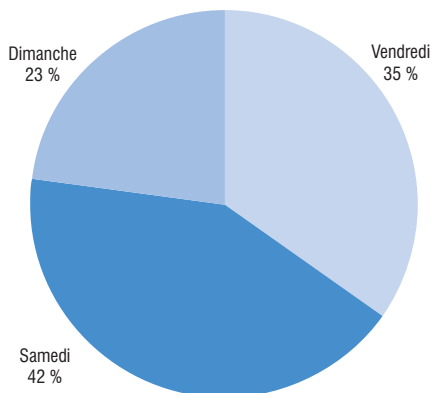
- « Compte satellite du tourisme 2004 », direction du Tourisme, mai 2005.
- Site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».

Répartition des week-ends suivant leur durée



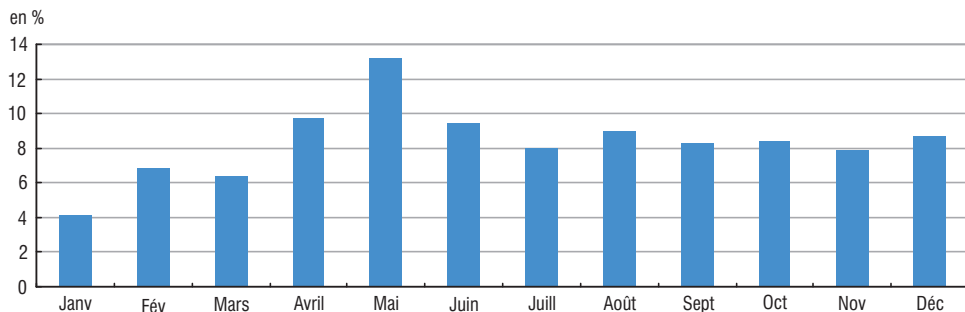
Source : Suivi de la demande touristique des Français (SDT), direction du Tourisme - TNS Sofrès.

Répartition des nuitées de week-end



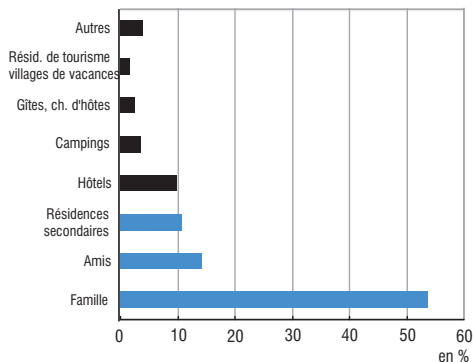
Source : Suivi de la demande touristique des Français (SDT), direction du Tourisme - TNS Sofrès.

Saisonnalité des week-ends (en % de nuitées)



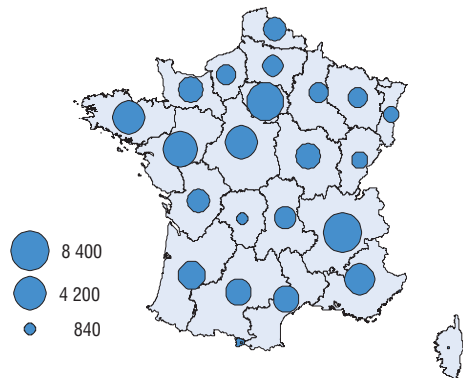
Source : Suivi de la demande touristique des Français (SDT), direction du Tourisme - TNS Sofrès.

L'hébergement en week-end



Source : Suivi de la demande touristique des Français (SDT), direction du Tourisme - TNS Sofrès.

Nuitées de week-ends en milliers



Source : Suivi de la demande touristique des Français (SDT), direction du Tourisme - TNS Sofrès.

4.12 Les déplacements à la journée des Français

Avec le développement de l'avion et du TGV, une bonne part des déplacements touristiques des Français s'effectue désormais à la journée et sort donc du strict champ du tourisme. Ces **déplacements à la journée**, à plus de 100 kilomètres du domicile, ont toutefois un poids économique important. En effet, en 2004, les Français ont effectué 98 millions de déplacements à la journée, dont **42 % pour un motif professionnel** et **58 % pour un motif personnel**. La proportion des déplacements pour motif professionnel est ici beaucoup plus importante que celle observée dans les voyages avec nuitée. La plupart de ces déplacements se font en France (93 %) et seulement 7 % à l'étranger. Lorsque ces allers et retours à la journée sont effectués pour une raison professionnelle, les voyageurs sont seuls la plupart du temps (72 %) ; en revanche, lorsque les déplacements sont d'ordre personnel, le voyageur est presque toujours accompagné (82 % des cas). Les moyens de transport utilisés sont également différents suivant le motif du déplacement. Les Français utilisent essentiellement leur voiture personnelle (87 %) lorsqu'ils se déplacent pour une raison personnelle ; à défaut, ils prennent le train (8 %) ou l'auto-car (5 %). En revanche, pour des allers et retours à but professionnel, les Français se déplacent toujours beaucoup en voiture (63 %), mais ils utilisent également le train (17 %), un camion (15 %) ou l'avion (3 %). 70 % des allers et retours à la journée se

concentrent sur les jours ouvrables, du lundi au vendredi, et 30 % s'effectuent en fin de semaine.

Parmi les déplacements à motif professionnel, 38 % sont des visites à des clients ou à des fournisseurs, 23 % sont des trajets quotidiens (de plus de 100 kilomètres) entre le domicile et le lieu de travail habituel. Ils sont concentrés à 95 % sur les jours de semaine, du lundi au vendredi ; c'est en particulier le mardi et le mercredi que ces déplacements sont les plus nombreux. Les visites à la famille représentent le tiers des déplacements pour raison personnelle, et les loisirs le quart. Les déplacements personnels à la journée se répartissent pratiquement pour moitié du lundi au vendredi et pour moitié le samedi, le dimanche et les jours fériés.

Les deux premières régions émettrices de déplacements à la journée sont l'Île-de-France (10,3 %) et la région Rhône-Alpes (9,5 %) ; viennent ensuite le Nord - Pas-de-Calais (8,5 %) et les Pays de la Loire (7 %). Constituant des pôles d'activité économique importants, l'Île-de-France et Rhône-Alpes sont également les deux premières régions réceptrices : elles reçoivent respectivement 14,8 % et 9,1 % de ces déplacements. Ce sont les Franciliens et les habitants de Haute-Normandie qui se déplacent le plus en dehors de leurs région : 96 % de leurs allers et retours à la journée sont extra-régionaux. À l'inverse, les Corses se déplacent très peu en dehors de leur île pour moins d'une journée.

Définitions

L'enquête direction du Tourisme / TNS Sofrès sur le **suivi de la demande touristique** (SDT) permet de suivre mensuellement l'évolution des comportements touristiques de la clientèle française âgée de 15 ans et plus. Un volet destiné à mesurer les **déplacements à la journée** (à plus de 100 kilomètres du domicile) a été introduit en 2002 ; il concerne un échantillon tournant par trimestre de 8 000 individus.

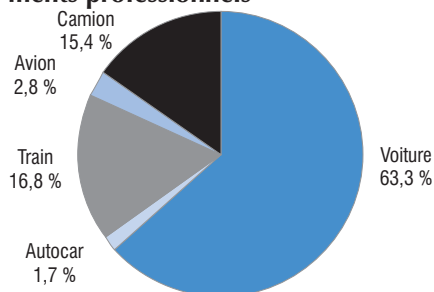
On y distingue les motifs des séjours : **séjours pour motif personnel ou séjours professionnels**.

Pour en savoir plus

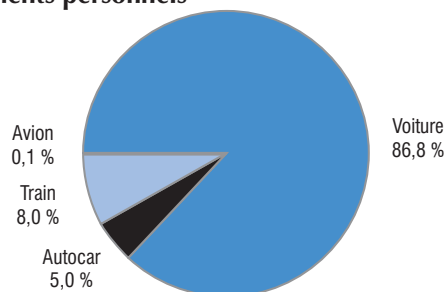
- « Mémento du tourisme », direction du Tourisme, octobre 2005.
- « Compte satellite du tourisme 2004 », direction du Tourisme, mai 2005, consultable sur le site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».

Les déplacements à la journée des Français 4.12

Moyens de transport pour les déplacements professionnels

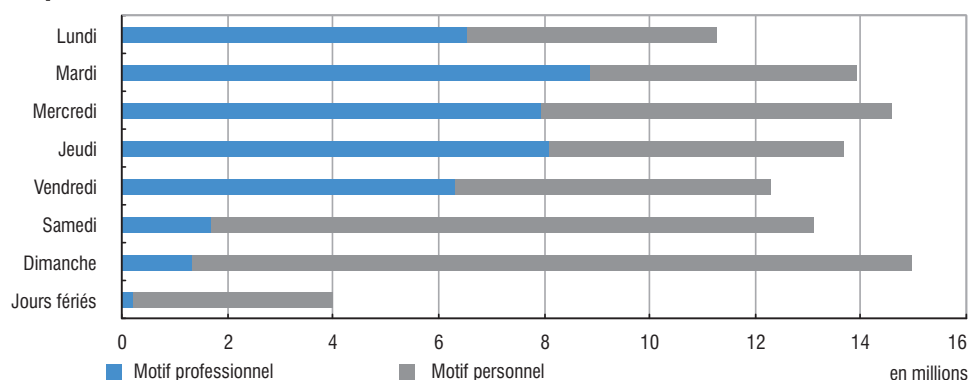


Moyens de transport pour les déplacements personnels



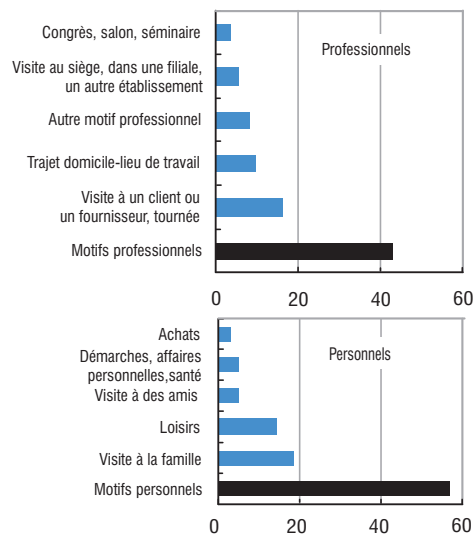
Source : suivi de la demande touristique des Français (SDT), direction du Tourisme - TNS Sofrès.

Déplacements à la journée selon le jour



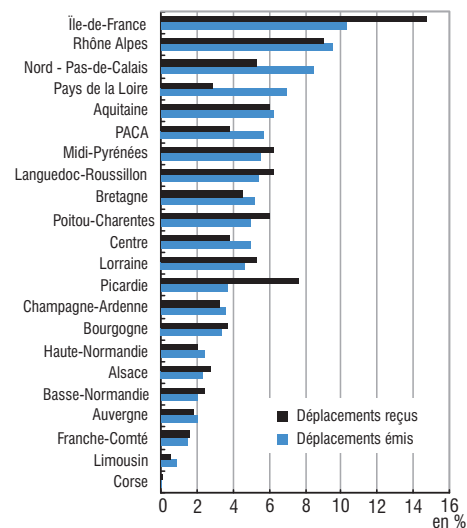
Source : suivi de la demande touristique des Français (SDT), direction du Tourisme - TNS Sofrès.

Motifs des déplacements à la journée



Source : suivi de la demande touristique des Français (SDT), direction du Tourisme - TNS Sofrès.

Régionalité des déplacements à la journée



Source : suivi de la demande touristique des Français (SDT), direction du Tourisme - TNS Sofrès.

5.1 Les touristes étrangers en France

En 2004, **75 millions de touristes** étrangers ont séjourné en France. En un peu moins de 30 ans, le nombre d'arrivées touristiques étrangères en France a triplé : en 1976, l'enquête aux frontières avait recensé 25 millions d'arrivées. La fréquentation a crû à un rythme modéré jusqu'à la fin des années 1980, puis a connu une période de forte expansion pendant les années 1990. Le **nombre record** d'arrivées a été atteint en **2000** (77 millions). En 2001, les événements du 11 septembre ont entraîné une baisse du nombre d'arrivées, malgré un bon début d'année en termes de fréquentation touristique. Le nombre de touristes étrangers a de nouveau augmenté en 2002, et a presque atteint le niveau de 2000 : la fréquentation des clientèles en provenance des États-Unis, du Moyen-Orient et du Japon a chuté, mais cette baisse a été plus que compensée par une fréquentation accrue de la clientèle européenne. L'année 2003 a été marquée par l'épidémie de pneumopathie atypique en Asie du Sud-Est et le début de la guerre en Irak, deux événements qui ont accentué la baisse de la clientèle long-courrier ; les touristes européens sont eux aussi moins venus, probablement en raison d'une conjoncture économique morose. En outre, la France a du faire face à la progression de la concurrence de destinations meilleur marché (comme l'Afrique du Nord ou la Croatie). En 2004, la France n'a que peu profité de l'essor

du tourisme international : le nombre d'arrivées est stable par rapport à 2003 (+ 0,1 %). Le nombre d'arrivées d'Américains, de Japonais et de Moyen-orientaux a augmenté (tout en restant très inférieur au niveau de l'année 2000) mais la fréquentation européenne a connu un léger déclin.

La grande **majorité des touristes étrangers** arrivant en France est **européenne** (90 %). Trois pays fournissent à eux seuls plus de la moitié des arrivées de touristes étrangers en France en 2004 : les Îles britanniques, l'Allemagne et les Pays-Bas. La baisse des arrivées en provenance de ces trois pays a fait fortement diminuer le nombre total d'arrivées en 2004 ; elle a néanmoins été contrebalancée par la hausse de la fréquentation des pays non-européens et de quelques pays européens (notamment la Suisse).

En 2004, les séjours des touristes étrangers en France ont duré **en moyenne 7,5 nuitées**. En règle générale, plus les pays de résidence des touristes sont éloignés de la France, plus la durée moyenne de séjour sur le territoire français est forte. Ainsi, les séjours des résidents des pays limitrophes durent en moyenne moins de 7 nuitées. En revanche, les séjours des Américains s'étalent sur un peu plus de 10 nuitées. Une exception toutefois : la durée moyenne de séjour des Japonais en France est faible (6,2 nuitées).

Définitions

Les enquêtes aux frontières menées périodiquement par la direction du Tourisme entre 1976 et 1996 consistaient à interroger par sondage les touristes étrangers à leur sortie du territoire, à propos de leur séjour en France. Une nouvelle « Enquête auprès des visiteurs étrangers » (EVE) est actuellement menée conjointement par la direction du Tourisme et la Banque de France, pour connaître la nature des séjours des étrangers en France et leurs dépenses de voyage.

Est considéré comme touriste toute personne ne résidant pas en France qui passe au moins une nuitée sur le territoire français

Le nombre d'arrivées aux frontières correspond au nombre de séjours de touristes étrangers en France une année donnée. Le nombre de nuitées est le nombre total de nuits passées par les touristes étrangers sur le territoire français. La durée moyenne de séjour est le rapport entre le nombre de nuitées et le nombre d'arrivées.

Pour en savoir plus

- « Bilan de l'année touristique 2004 », direction du Tourisme, consultable sur le site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».
- « Mémento du Tourisme 2005 », direction du Tourisme.

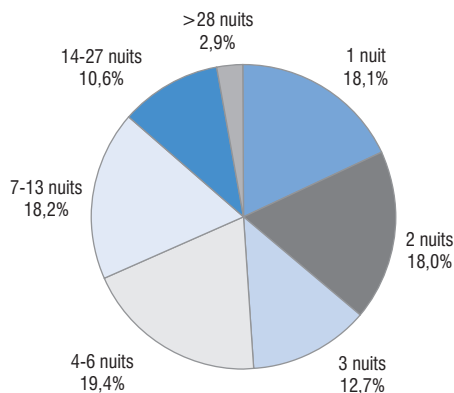
Arrivées par pays de référence

	2000	2001	2002	2003	2004	Évolution 2003-2004	Contribution des pays à l'évolution	Durée moyenne de séjour en 2004
	(milliers)					en %	en %	(nuitées)
MONDE	77 190	75 202	77 011	75 048	75 121	0,1	0,1	7,5
EUROPE	67 580	66 492	69 079	68 073	67 712	- 0,5	- 0,5	7,1
Îles britanniques	14 304	14 885	14 958	14 845	14 648	- 1,3	- 0,3	7,2
Allemagne	15 008	13 880	14 346	14 047	13 728	- 2,3	- 0,4	7,5
Autriche	444	418	452	461	432	- 6,2	0,0	9,5
Pays-Bas	10 774	11 777	12 631	12 486	12 387	- 0,8	- 0,1	6,3
Suisse	3 463	3 296	3 074	3 002	3 079	2,5	0,1	6,5
Belgique et Luxembourg	8 326	8 238	8 472	8 614	8 771	1,8	0,2	7,4
Espagne	2 995	2 858	2 965	2 861	3 009	5,2	0,2	6,7
Grèce	405	379	503	496	506	2,0	0,0	10,5
Italie	7 869	7 058	7 874	7 511	7 400	- 1,5	- 0,1	6,6
Portugal	613	585	607	586	596	1,7	0,0	6,0
Scandinavie(*)	1 490	1 465	1 526	1 518	1 468	- 3,3	- 0,1	9,5
Autres pays d'Europe	1 889	1 653	1 670	1 645	1 687	2,5	0,1	9,0
AMÉRIQUE	5 699	5 291	4 638	3 954	4 206	6,4	0,3	10,4
États-Unis	3 816	3 539	2 995	2 447	2 621	7,1	0,2	10,0
Canada	703	710	636	562	586	4,2	0,0	13,7
Autre Amérique	1 180	1 042	1 007	945	999	5,7	0,1	9,6
ASIE DE L'EST ET PACIFIQUE	2 352	2 113	2 080	1 890	2 057	8,9	0,2	8,9
Japon	852	727	723	601	642	6,8	0,1	6,2
Autres pays	1 500	1 386	1 357	1 289	1 415	9,9	0,2	10,1
MOYEN-ORIENT	399	325	249	210	237	13,1	0,0	10,0
AFRIQUE	1 074	920	924	889	895	0,6	0,0	16,0
Non spécifié	86	61	41	32	14	n.s.	0,0	n.s.

* Danemark, Finlande, Islande, Norvège, Suède.

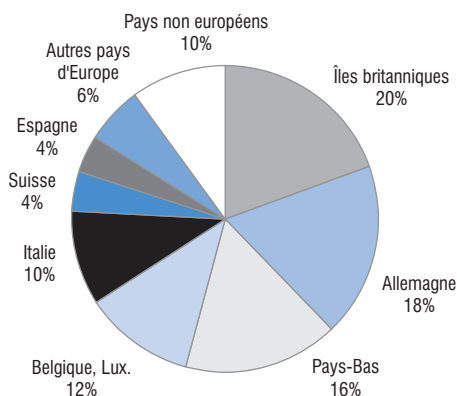
Source : estimation direction du Tourisme.

Répartition des arrivées suivant la durée de séjour



Source : estimation direction du Tourisme.

Répartition des arrivées par nationalité en 2004



Source : estimation direction du Tourisme.

5.2 Les touristes étrangers dans les hôtels

Après une baisse générale de la fréquentation hôtelière étrangère en 2003, l'année 2004 marque une reprise, faible mais sensible. La **clientèle européenne**, qui représente les **trois quarts des nuitées étrangères**, est quasi stable en 2004 : ses séjours progressent de 0,3 % par rapport à 2003, mais se raccourcissent car les nuitées diminuent de 1,7 %. Après une chute record de 26 % des nuitées américaines en 2003 due au début de la guerre en Irak, la fréquentation des touristes américains repart à la hausse en 2004 (+ 6 % pour les nuitées), sans toutefois rejoindre les niveaux atteints en 2000-2001. Depuis 2003, les États-Unis ne représentent plus que la quatrième clientèle étrangère de l'hôtellerie derrière le Royaume-Uni, l'Allemagne et l'Italie. De même, l'hôtellerie française a vu revenir les touristes en provenance du Japon et des pays du Proche et du Moyen-Orient. L'hôtellerie haut de gamme avait beaucoup souffert en 2003 de la désaffection de ces clientèles à fort pouvoir d'achat, qui représentent 20 % des nuitées des hôtels 4 étoiles : elle s'est nettement redressée en 2004 en affichant la meilleure progression de taux d'occupation de toutes les catégories d'hôtels.

Le **Royaume-Uni** a conforté sa première place parmi l'ensemble des clientèles étrangères en 2004, avec 23 % des nuitées étrangères contre 20 % en 1999. Les Britanniques fréquentent les hôtels de moyenne gamme (2 et 3 étoiles) et viennent tout au long de l'année. Après l'Île-de-France (40 % des

nuitées), ils privilégient les régions Provence - Alpes - Côte d'Azur (PACA) et Rhône-Alpes ainsi que la Normandie. Les **Allemands** constituent la deuxième clientèle étrangère (10 % des nuitées) ; ils viennent surtout avant et après l'été (en mai-juin et en septembre-octobre), dans des hôtels de moyenne gamme. Leurs régions préférées sont l'Île-de-France, la région PACA, l'Alsace (11,5 % des nuitées) et Rhône-Alpes. La troisième clientèle est italienne (10 % des nuitées); ses nuitées sont très concentrées sur le mois d'août et dans les régions méditerranéennes : PACA, Midi-Pyrénées (avec Lourdes notamment) et surtout la Corse, où les Italiens représentent à eux seuls le tiers de la fréquentation étrangère. Les autres clientèles européennes importantes sont belges (7 % des nuitées), espagnoles (6 %), néerlandaises (5 %) et suisses (4 %).

Les **États-Unis** représentent la quatrième clientèle étrangère de l'hôtellerie en termes de nuitées, mais la première en termes de recettes car les touristes américains privilégient l'hôtellerie haut de gamme (3 et 4 étoiles). Leur fréquentation est concentrée à 63 % sur l'Île-de-France, puis sur la Côte d'Azur. Comme les Américains, les touristes japonais fréquentent l'hôtellerie de luxe et visitent majoritairement la région parisienne, qui représente plus de 70 % de leurs nuitées. La clientèle japonaise présente une particularité : elle se rend en France tout au long de l'année, sans privilégier un mois particulier.

Définitions

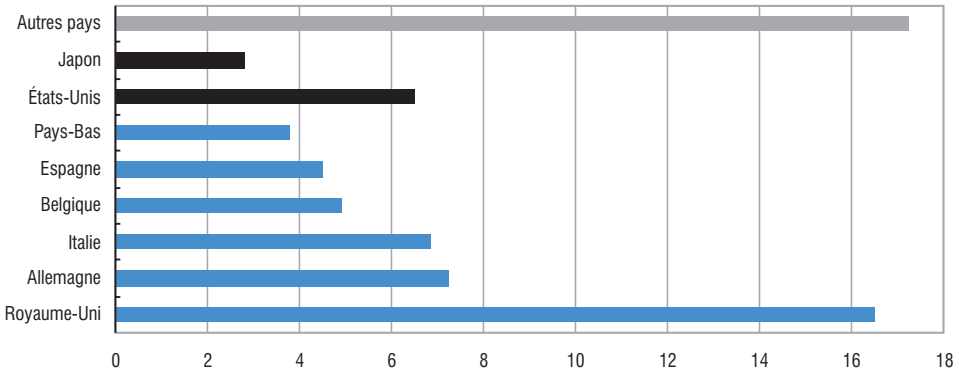
L'**enquête de fréquentation dans l'hôtellerie** est réalisée mensuellement en partenariat entre l'Insee et la direction du Tourisme. Elle bénéficie dans la plupart des régions d'une extension d'échantillon financée par les partenaires locaux du tourisme et couvre l'ensemble des établissements de l'hôtellerie de tourisme.

Le nombre d'**arrivées** est le nombre de clients différents qui séjournent une ou plusieurs nuits consécutives dans le même hôtel. Le nombre de **nuitées** est le nombre total de nuits passées par les clients dans un hôtel.

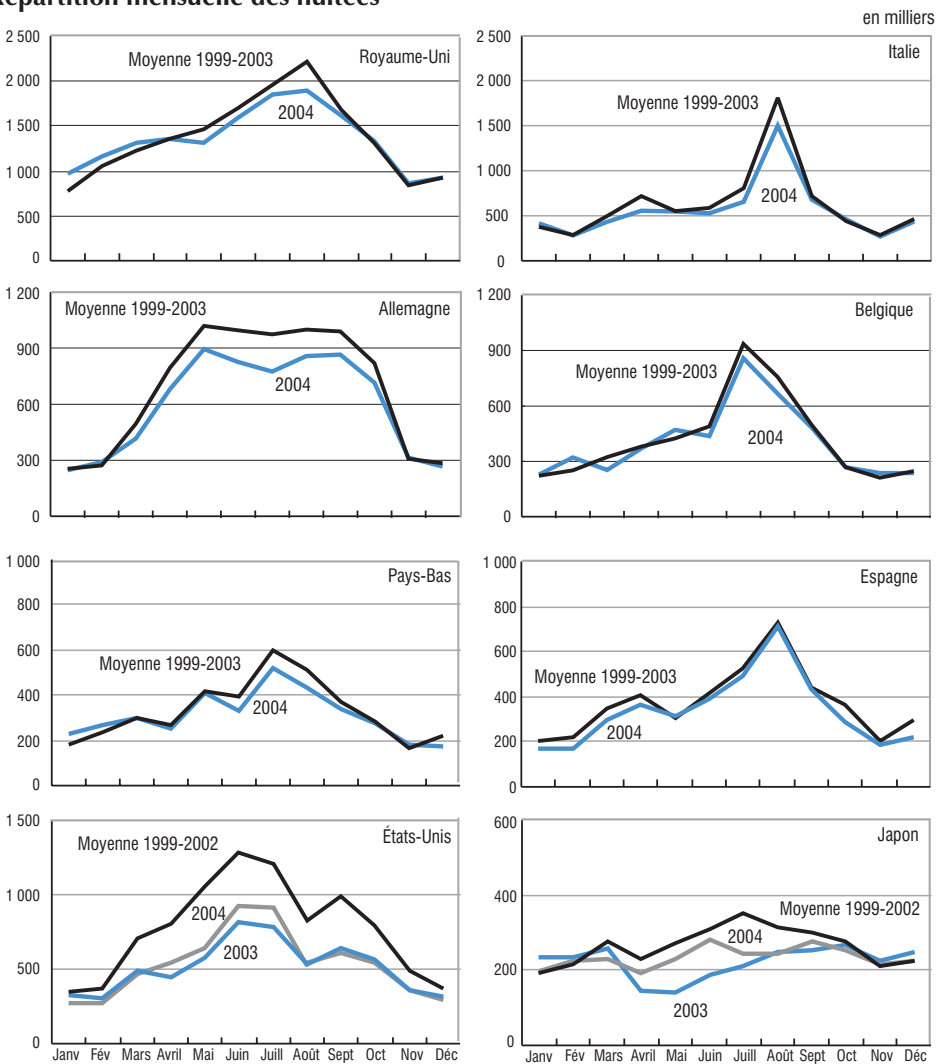
Pour en savoir plus

- « Une médiocre saison d'été dans l'hôtellerie et le camping en 2004 », M.A. Le Garrec et S. Maille, *Insee Première* n° 1003, février 2005.
- « L'hôtellerie a souffert en 2003 », M.A. Le Garrec, *Insee Première* n° 976, juillet 2004.
- « L'hôtellerie homologuée en France : l'offre et la fréquentation en 2004 », consultable sur le site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».

Nuitées étrangères en 2004 (en millions)



Répartition mensuelle des nuitées



Source : enquête de fréquentation hôtelière, Insee - direction du Tourisme - partenaires régionaux.

5.3 Les touristes étrangers dans les campings

Pour la deuxième année consécutive, l'**hôtellerie de plein air** connaît en 2004 une forte baisse de la fréquentation étrangère par rapport à la saison précédente. Les séjours ont reculé de 6 % et les nuitées de 7 %, après un recul de 3,4 % en 2003. Cette baisse est vraisemblablement due à des conditions climatiques médiocres, ainsi qu'à une mauvaise image laissée par la saison 2003 (canicule, incendies de juillet sur la Côte d'Azur, pollution due au naufrage du *Prestige* en Aquitaine). Les plus fortes baisses enregistrées en 2004 sont celles des deux premières clientèles étrangères de l'hôtellerie de plein air : les clientèles néerlandaises et britanniques. En revanche, la chute de fréquentation des Allemands et des Italiens semble enrayée.

La clientèle étrangère de l'hôtellerie de plein air est presque exclusivement européenne : en 2004, la clientèle européenne a représenté **95 % des nuitées** étrangères. À l'intérieur de l'Europe, la fréquentation est extrêmement concentrée, beaucoup plus que dans l'hôtellerie. Elle est dominée par les **Pays-Bas** qui représentent **42 % des nuitées étrangères**, suivis par le Royaume-Uni (18 %), l'Allemagne (18 %), la Belgique et le Luxembourg (9 %), l'Italie (3,6 %) et la Suisse (3 %). La Belgique et le Luxembourg, le Royaume-Uni ou l'Italie ont un niveau de nuitées comparable à celui d'il y a six ans, alors que la fréquentation allemande a évolué à la baisse au cours de cette période. Les nuitées néerlandaises

progressent régulièrement depuis 1997 et le poids de cette clientèle ne cesse de se confirmer.

Les touristes **néerlandais** fréquentent surtout les campings de haut de gamme (3 et 4 étoiles) et viennent majoritairement en juillet (53 % de leurs nuitées), pour une durée de 6 jours en moyenne. Ils privilégient l'espace rural et en particulier l'arrière-pays des régions Languedoc-Roussillon, PACA, et Aquitaine. Les **Britanniques** viennent plutôt en août et préfèrent les campings 4 étoiles. Ils séjournent en moyenne 5 jours, principalement sur le littoral atlantique (Pays de la Loire, Bretagne et Aquitaine), ou à la campagne (un tiers de leurs nuitées). Les Allemands affectionnent le bord de mer au mois d'août. Leurs régions favorites sont le Languedoc-Roussillon (20 % de leurs nuitées), PACA et l'Aquitaine. Les Belges constituent la quatrième clientèle, et leur fréquentation est proche de celle des Néerlandais : ils viennent surtout en juillet, dans des campings 3 étoiles (42 % de leurs nuitées) où ils passent près de 6 jours. Ils privilégient également l'espace rural et les régions du Sud-Est : Languedoc-Roussillon, PACA et Rhône-Alpes. Les autres clientèles européennes notables sont italiennes et suisses. Deux Italiens sur trois viennent en août, essentiellement en Corse (42 % de leurs nuitées). 60 % des Suisses fréquentent le littoral méditerranéen, de préférence en juillet.

Définitions

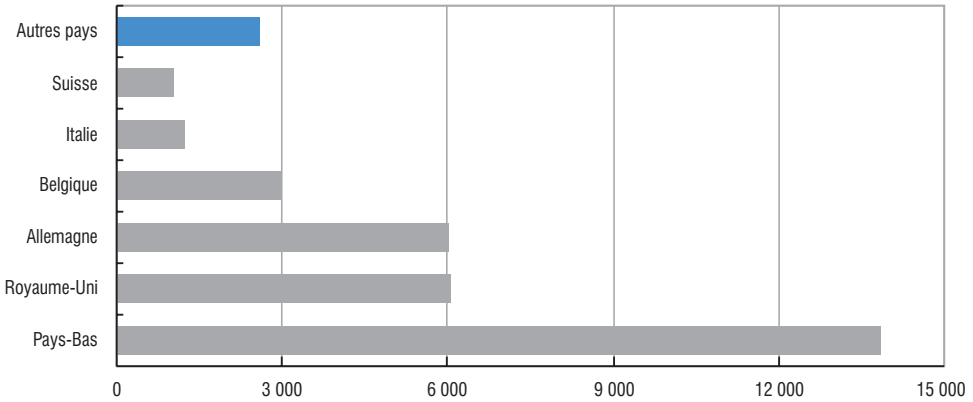
L'**enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air** est réalisée en partenariat entre l'Insee et la direction du Tourisme. Le champ de cette enquête est l'ensemble des campings classés (de 1 à 4 étoiles) possédant un emplacement de passage. Les campings ne possédant que des emplacements loués à l'année sont dénombrés mais ne sont pas enquêtés.

Le nombre d'**arrivées** correspond au nombre de clients différents qui séjournent une ou plusieurs nuits consécutives dans le même camping. Le nombre de nuitées est le nombre total de nuits passées par les clients dans un camping.

Pour en savoir plus

- « Une médiocre saison d'été dans l'hôtellerie et le camping en 2004 », M.A. Le Garrec et S. Maille, *Insee Première* n° 1003, février 2005.
- « Les campings en France : l'offre et la fréquentation en 2004 », direction du Tourisme, consultable sur le site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».

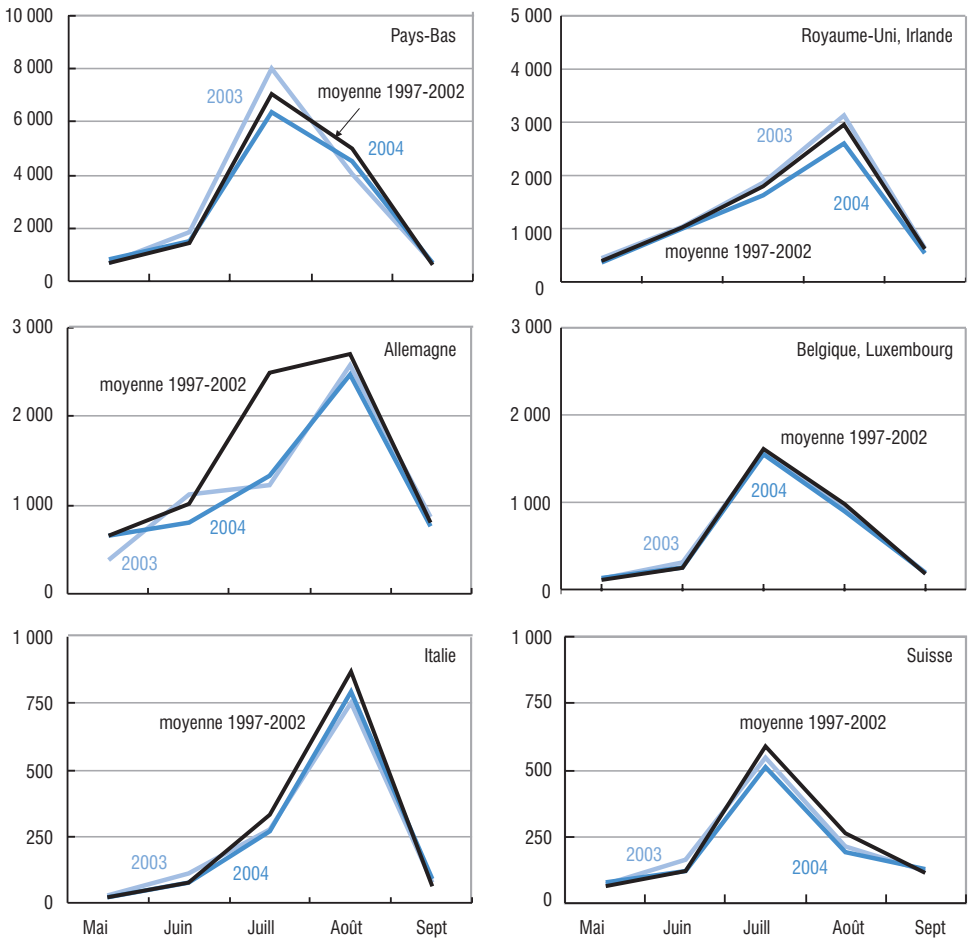
Nuitées étrangères en 2004 (en milliers)



Sources : enquête de fréquentation hôtelière, Insee - direction du Tourisme.

Répartition mensuelle des nuitées

en milliers



Sources : enquête de fréquentation hôtelière, Insee - direction du Tourisme.

5.4 Les recettes du tourisme des étrangers

En **2004**, les touristes et excursionnistes étrangers ont dépensé **32,8 milliards d'euros** à l'occasion de leurs séjours sur le territoire français, ce qui classe la France au troisième rang mondial derrière les États-Unis et l'Espagne. Les recettes du tourisme ont connu un essor important au cours des trente dernières années. Entre 1970 et 1985, les recettes sont passées de 1,1 à 10,9 milliards d'euros, soit une augmentation moyenne de 16 % par an. En 1986, les recettes ont baissé en raison de la vague d'attentats islamistes à Paris. De 1987 à 1992, les recettes ont connu une nouvelle phase d'expansion (13,3 % par an en moyenne). La récession économique européenne en 1993 et la nouvelle vague d'attentats dans les métros parisiens en 1995 ont entraîné une stagnation des dépenses des touristes étrangers ces années là. **De 1996 à 2000, les recettes ont progressé à un rythme soutenu (10,8 % par an).**

En 2001, les recettes américaines, japonaises et moyen-orientales du dernier trimestre ont été affectées par les événements du 11 septembre. L'augmentation de 4,7 % des recettes européennes a permis de compenser cette baisse : l'ensemble des recettes touristiques a progressé de 1,1 % en valeur. En 2002, l'évolution des dépenses des touristes étrangers en France est à nouveau inférieure à celle de l'indice général des prix : la fréquentation des clientèles long-courrier, à fort pouvoir d'achat, ne s'est pas redressée. La fréquentation européenne a continué d'augmenter mais cela n'a pas suffi à faire progresser sensiblement les recettes. En 2003, pour la première

fois depuis 1985, les recettes de la ligne « voyages » de la balance des paiements ont diminué (-5,4 %). La guerre en Irak et l'épidémie de pneumopathie atypique en Asie du Sud-Est ont découragé certains touristes de se rendre en France ; le cours élevé de l'euro et la conjoncture économique morose ont incité les autres à modérer leurs dépenses sur place.

En 2004, les recettes de la ligne « voyages » sont en légère augmentation, tout en restant inférieures aux recettes des années 2000 à 2002. Les dépenses des clientèles non-européennes, malgré un euro fort, augmentent timidement ; les dépenses de certains pays européens (Belgique et Luxembourg, Suisse, Espagne) sont également en hausse. En revanche, les recettes des deux principaux pays européens (Royaume-Uni et Allemagne) déclinent.

Les dépenses des touristes européens constituent en 2004 plus des deux tiers des recettes de la ligne « voyages ». Le **Royaume-Uni** représente à lui seul 15 % des recettes touristiques ; depuis 2003, les Britanniques sont la première clientèle touristique de la France, devançant les touristes en provenance des **États-Unis** qui étaient à l'origine des plus fortes recettes de la ligne « voyages » depuis le début des années 1980. Le deuxième pays en termes de recettes est les États-Unis, suivi de près par l'**Allemagne**. On trouve l'union **Belgique-Luxembourg** et la **Suisse** en quatrième et cinquième positions. En 2004, l'ensemble de ces six pays représente 58,7 % du total des recettes de la ligne « voyages » de la balance des paiements.

Définition

Les **recettes de la ligne « voyages »** de la balance des paiements correspondent aux dépenses en France des non-résidents effectuées au titre de leurs frais de séjour à l'occasion de voyages touristiques ou de voyages d'affaires. Elles comprennent également les frais engagés au titre des services personnels acquis auprès de résidents (santé, scolarité, etc.).

Pour en savoir plus

- « Bilan de l'année touristique 2004 », direction du Tourisme, consultable sur le site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».
- « Mémento du tourisme 2005 », direction du Tourisme.
- « La balance des paiements et la position extérieure de la France, rapport annuel 2004 », Banque de France.
- Site internet www.banque-france.fr

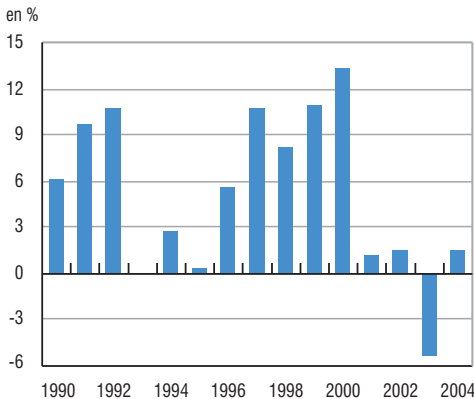
Les recettes du tourisme des étrangers 5.4

Recettes du poste « voyages » de la balance des paiements de la France

	2000	2001	2002	2003	2004	Évolution 2003-2004	Part des recettes 2004
	en millions d'euros					en %	en %
MONDE	33 299	33 675	34 190	32 349	32 832	1,5	100,0
EUROPE	21 367	22 381	23 618	23 326	23 608	1,2	71,9
Royaume-Uni	4 429	4 838	5 146	4 936	4 931	-0,1	15,0
Allemagne	3 895	3 820	3 927	3 888	3 830	-1,5	11,7
Belgique et Luxembourg	2 781	2 971	3 099	3 176	3 316	4,4	10,1
Suisse	2 834	3 261	3 102	3 005	3 071	2,2	9,4
Italie	2 546	2 400	2 519	2 446	2 461	0,6	7,5
Pays-Bas	1 547	1 759	1 931	1 921	1 936	0,8	5,9
Espagne	1 274	1 280	1 409	1 393	1 533	10,0	4,7
Suède	337	310	467	519	492	-5,2	1,5
Autriche	228	211	315	327	310	-5,1	0,9
Danemark	265	281	296	325	309	-4,9	0,9
Portugal	208	213	235	235	244	4,0	0,7
Irlande	149	179	192	190	198	4,0	0,6
Autres pays d'Europe	874	857	981	964	977	1,3	3,0
AMERIQUE	6 645	6 550	5 947	4 766	4 849	1,7	14,8
États-Unis	5 838	5 785	5 176	4 090	4 139	1,2	12,6
Canada	300	307	310	268	278	3,6	0,8
Autre Amérique	507	459	461	407	432	6,0	1,3
ASIE DE L'EST ET PACIFIQUE	1 583	1 501	1 540	1 358	1 486	9,5	4,5
Japon	998	900	898	755	801	6,2	2,4
Autres pays	585	600	642	603	685	13,6	2,1
MOYEN-ORIENT	703	660	486	403	451	11,8	1,4
AFRIQUE	2 392	1 934	1 949	1 847	1 854	0,4	5,6
Non spécifié	608	650	650	650	584	n.s.	1,8

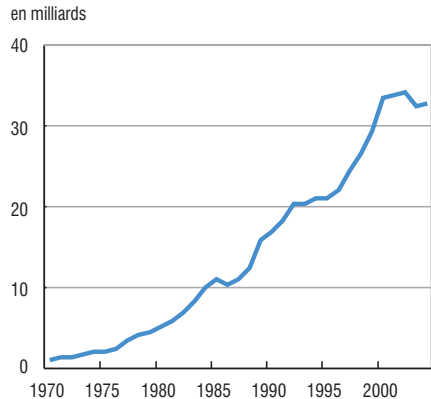
Source : Banque de France, direction du Tourisme.

Évolution annuelle des recettes du poste « voyages »



Source : Banque de France, direction du Tourisme.

Recettes du poste « voyages » de la balance des paiements de la France



Source : Banque de France, direction du Tourisme.

5.5 Les dix principaux clients de la France

En terme d'arrivées et de nuitées, **les principaux clients de la France sont essentiellement européens**. En effet, les touristes européens représentent 90 % des arrivées en France métropolitaine, et 85 % des nuitées. Depuis 2001, les premiers clients de la France sont les clients originaires des Îles britanniques avec près de 20 % des arrivées. Les Allemands constituent le deuxième grand client de la France avec 18,3 % des arrivées et des nuitées en 2004. Ils ont occupé la première place jusqu'en 2000. Les Pays-Bas et l'Union belgo-luxembourgeoise occupent respectivement la troisième et quatrième place avec 16,5 % et 11,7 % des arrivées en 2004. L'Italie est le cinquième client avec 10 % des arrivées et 8,8 % des nuitées. Les cinq clients suivants ont une part beaucoup plus réduite dans les arrivées. Les États-Unis sont les premiers clients non-européens avec 3,5 % des arrivées et 4,7 % des nuitées en 2004. Dans le classement des dix principaux clients, outre les États-Unis, le Japon est le seul autre client non-européen avec 0,9 % des arrivées et 0,7 % des nuitées en 2004. Le classement des principales clientèles étrangères dans les **recettes touristiques** présente quelques différences avec le classement des arrivées de touristes étrangers. La

clientèle britannique occupe toujours la première place avec 15 % des recettes en 2004. Mais, la deuxième place revient à la clientèle américaine avec 12,6 % des recettes en 2004. Si les clients américains sont moins nombreux à visiter la France que les clients allemands et néerlandais, ils restent généralement plus longtemps et dépensent beaucoup plus pendant leurs séjours : en effet, ils fréquentent le plus souvent des hôtels haut de gamme. L'Allemagne figure en troisième position avec 11,7 % des recettes, suivie de l'Union belgo-luxembourgeoise avec 10,1 % et de l'Italie avec 7,5 %. Les Pays-Bas, qui représentent 16,5 % des arrivées ne procurent que 5,9 % des recettes. En effet, les Néerlandais viennent souvent en France, mais dépensent peu : ils sont nombreux à fréquenter les campings, forme d'hébergement relativement bon marché. L'Espagne vient ensuite avec 4,7 % des recettes, suivie des pays scandinaves avec 2,8 % et du Japon avec 2,4 %.

Les plus longues **durées de séjour** sont à mettre à l'actif des touristes américains (10 jours en moyenne) et scandinaves (9,5 jours). En revanche, les plus courtes sont le fait des touristes japonais (6,2 jours en moyenne) et néerlandais (6,3 jours).

Définitions

L'**Organisation mondiale du tourisme** (OMT) considère comme touriste international toute personne qui passe une nuit au moins dans le pays visité, dans le but autre que d'y exercer une profession rémunérée.

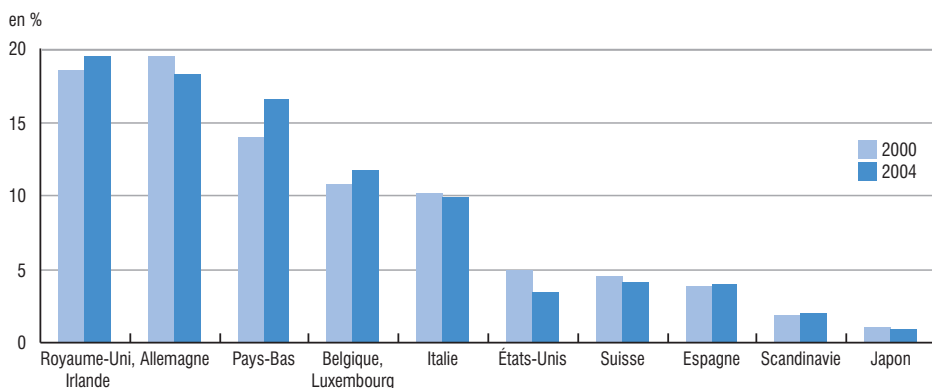
Le nombre d'arrivées aux frontières correspond au nombre de séjours de touristes étrangers en France une année donnée. Le nombre de nuitées est le nombre total de nuits passées par les touristes étrangers sur le territoire français. La **durée moyenne de séjour** est le rapport entre le nombre de nuitées et le nombre d'arrivées.

Pour en savoir plus

- Bilan de l'année touristique 2004, direction du Tourisme », consultable sur le site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».
- Compte satellite du tourisme 2004 », direction du Tourisme, mai 2005.
- « Mémento du Tourisme 2005 », direction du Tourisme.
- « Baromètre OMT du tourisme mondial » - Site internet www.world-tourism.org

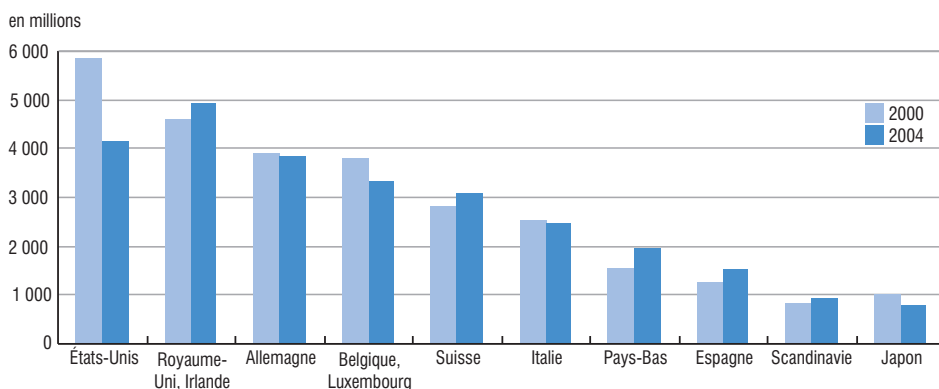
Les dix principaux clients de la France 5.5

Évolution de la part des arrivées entre 2000 et 2004



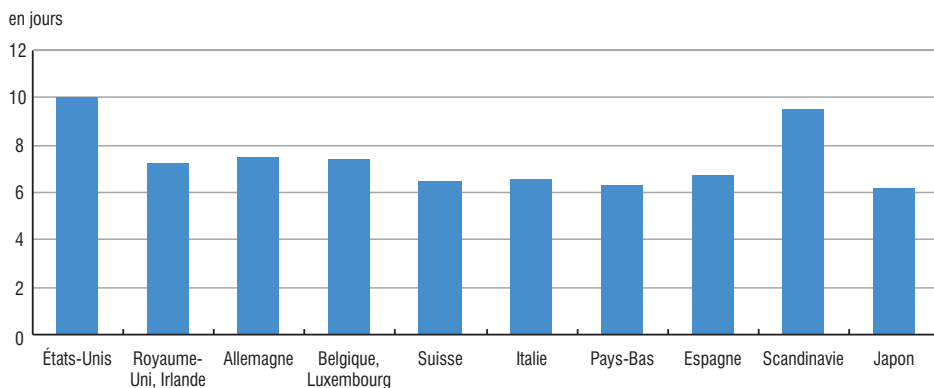
Source : estimation direction du Tourisme.

Évolution des recettes de la France entre 2000 et 2004



Source : estimation Banque de France, direction du Tourisme.

Durée de séjour en 2004



Source : estimation direction du Tourisme.

6.1 L'hôtellerie

En 2002, l'hôtellerie compte un peu plus de 27 000 entreprises et réalise un chiffre d'affaires de **15 milliards d'euros**. Le secteur emploie 183 000 personnes, dont une sur dix est non-salariée. Ce sont de petites entreprises, employant en moyenne six salariés. 85 % d'entre elles emploient moins de dix salariés et réalisent au total 40 % de l'activité.

Dans les années quatre-vingt-dix, l'hôtellerie a souffert d'une surcapacité et les pouvoirs publics ont décidé d'encadrer la création ou l'extension d'hôtels avec la **loi Raffarin**. L'investissement reste important mais les entreprises sont moins nombreuses à investir. Les sommes engagées portent d'abord sur l'amélioration des équipements des hôtels ou la mise aux normes, avant l'augmentation des capacités d'accueil. Après une diminution entre 1996 et 2000, les charges financières de l'hôtellerie se sont nettement accrues en 2002, conséquence d'une baisse de la part d'autofinancement des investissements. Mais ceci n'impacte pas le résultat comptable, qui, avec + 595 millions d'euros pour les hôtels avec restaurant, se situe au même niveau

qu'en 2000, alors qu'il était de – 52 millions d'euros en 1996.

Après avoir augmenté entre 1996 et 2000, l'emploi dans l'hôtellerie subit un tassement : l'effectif total diminue légèrement entre 2000 et 2004, du fait surtout de la baisse des emplois non salariés et salariés à temps partiel. Un recours renforcé à l'intérim ne suffit pas à infirmer cette tendance. Le secteur continue de se restructurer au profit des chaînes, qui utilisent proportionnellement moins de personnel que les hôtels indépendants. L'effet sur l'emploi avait dans un premier temps été atténué par le fait que la profession avait repris à son compte des tâches auparavant externalisées. Aujourd'hui, il est plus apparent. L'hôtellerie de tourisme est constituée pour 64 % d'hôtels indépendants, lesquels proposent 49 % des chambres du parc hôtelier. Parmi les indépendants, les chaînes volontaires regroupent 21 % des hôtels et 15 % des chambres. Les chaînes intégrées et les hôtels franchisés sont de plus en plus nombreux depuis 5 ans : ils représentent 15 % des hôtels et 36 % des chambres en 2004.

Définitions

Le secteur de l'hôtellerie (NAF 55.1) recouvre les **hôtels touristiques avec restaurant** (NAF 55.1A), les **hôtels touristiques sans restaurant** (NAF 55.1C) et les **autres hôtels** non touristiques (NAF 55.1E). Les **hôtels classés ou homologués** de tourisme sont répartis dans l'une des 6 catégories de 0 étoile à 4 étoiles Luxe.

Les **hôtels de chaîne** sont définis comme l'ensemble des hôtels homologués ayant une enseigne d'un groupe hôtelier quel que soit leur statut juridique. On distingue 2 types de chaînes hôtelières : les **chaînes hôtelières intégrées** (franchise, mandats de gestion...), les regroupements d'hôtels indépendants ou **chaînes volontaires** (Logis de France, Relais et châteaux...).

La **loi Raffarin** de juillet 1996 oblige tout investisseur en hôtellerie à soumettre, à une commission spéciale, une demande de permis de construire ou d'extension pour tout établissement dépassant 30 chambres en province et 50 chambres en région parisienne.

Pour en savoir plus

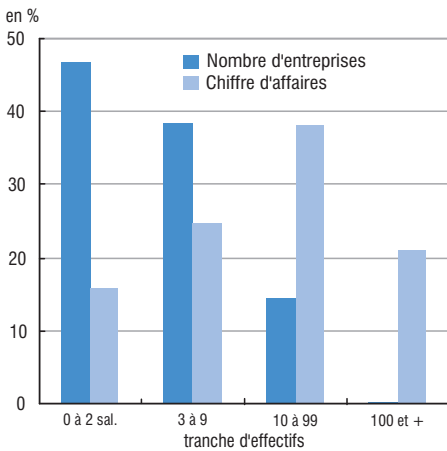
- « L'hôtellerie classée en France métropolitaine : l'offre et la fréquentation en 2004 », consultable sur le site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique *Statistiques – Études statistiques*.
- « L'hôtellerie a souffert en 2003 », M-A. Le Garrec, *Insee Première*, n° 976, juillet 2004.
- « L'hôtellerie, la restauration et les cafés, un secteur très spécifique en termes d'emploi et de rémunération », M. Beauvois, *Insee Première*, n° 889, mars 2003.
- « L'hôtellerie de chaîne en 2000 : un bouleversement de l'offre hôtelière », S. Maille, *Insee Première*, n° 820, janvier 2002.

Les chiffres clés

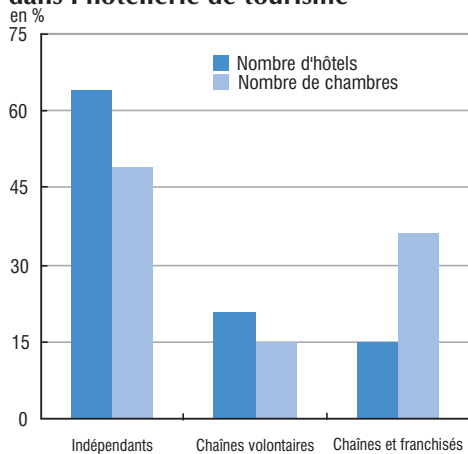
	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (milliers €)	Chiffre d'affaires (millions €)	Valeur ajoutée (millions €)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par entrep. (milliers €)	
	Nombre d'entrep.	Total						Par entrep.
Hôtellerie	27 630	183 254	6,6	19,2	15 122	7 461	64,1	56,3
Hôtels de tourisme avec restaurant	18 235	146 481	8,0	19,2	11 815	5 684	67,7	60,6
Hôtels de tourisme sans restaurant	7 023	32 434	4,6	19,7	2 993	1 625	63,9	52,1
Autres hôtels	2 372	4 339	1,8	15,7	315	151	37,1	17,4

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2002).

Nombre d'entreprises et chiffres d'affaires

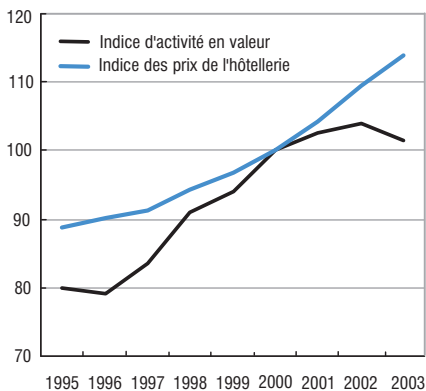


Répartition des hôtels et des chambres dans l'hôtellerie de tourisme



Activité et prix dans l'hôtellerie

indice 100 en 2000



Les plus grandes chaînes hôtelières *

par ordre alphabétique (toutes chaînes, y c. volontaires)

AGIL HÔTELS
CAMPANILE
ÉTAP HÔTEL
EUROSTARS HOTUSA
FORMULE 1
IBIS
LOGIS DE FRANCE
MERCURE
NOVOTEL
PREMIÈRE CLASSE

* en nombre de chambres offertes en France

Source : UMIH - Offre des chaînes en France.

6.2 Les campings (hôtellerie de plein air)

En 2002, le secteur de l'**hôtellerie de plein air** compte plus de 4 400 entreprises (hors campings municipaux) et réalise plus d'un milliard d'euros de chiffre d'affaires. Il concourt à hauteur de 2 % du chiffre d'affaires et de la valeur ajoutée du secteur des hôtels, cafés et restaurants. Pour appréhender toute l'activité du secteur, il faut ajouter les 2 400 campings municipaux et les 600 campings associatifs. En 2004, l'hôtellerie de plein air compte au total 8 200 terrains classés offrant 934 000 emplacements. Plus de la moitié appartient à des SARL ou des particuliers, les collectivités territoriales en possédant 30 %.

Les exploitations de terrains de camping sont de **petites entreprises** qui emploient en moyenne trois personnes. Neuf entreprises sur dix ont moins de cinq salariés mais ne réalisent au total que 55 % de l'activité. Seule une centaine de campings emploie plus de 10 salariés. Ces derniers regroupent près d'un quart du chiffre d'affaire global de l'hôtellerie de plein air. La grande majorité des emplois dans l'hôtellerie de plein air sont des **emplois saisonniers**. En 2002, les salariés permanents étaient 5 500 alors qu'en haute saison (juillet-août), période d'emploi maximale, le secteur employait plus de 26 000 salariés.

Depuis dix ans, le mouvement d'amélioration de la qualité de l'offre dans l'hôtellerie

de plein air est parallèle au développement d'un mode de gestion privé. La part des campings gérés par des entreprises est passée de 57 % en 1994 à 63 % en 2004, tandis que le nombre de campings gérés par les collectivités locales diminuait. La part des campings haut de gamme (3 et 4 étoiles) n'a cessé de progresser, passant de 46 % de l'offre en 1994 à 53 % en 2004.

Les campings sont plus nombreux à investir (74 %) que les entreprises du secteur des hôtels, cafés et restaurants (50 %). Leurs investissements ont fortement progressé depuis 1992 : de 96 millions d'euros en 1992, ils sont passés à 189 millions en 1996 et 300 millions en 2002. La croissance des investissements est liée au développement de nouveaux produits : forte croissance des **HLL** (habitations légères de loisirs) entre 1995 et 1999 et des **mobile-homes** (de + 600 en 1992 à + 18 000 en 2002), augmentation des piscines de 4 % par an. Parmi les emplacements de passage, le nombre des emplacements locatifs équipés d'un hébergement (chalet, bungalow, mobile-home) a progressé au détriment des simples emplacements nus de camping. Les emplacements équipés constituent en moyenne 15 % de l'offre totale d'emplacements en 2004 ; cette proportion atteint même 30 % dans les campings 4 étoiles.

Définitions

L'**exploitation de terrains de camping** (NAF 55.2C), appelée aussi hôtellerie de plein air, comprend les terrains de caravanage mais exclut la location à l'année d'emplacements de caravanes (70.2C de la NAF) ainsi que la location de tentes (71.4B) et de caravanes (71.2A).

Une **habitation légère de loisirs** est une construction à usage non professionnel, démontable ou transportable (type chalet ou bungalow).

Un **mobile-home** (ou résidence mobile de loisirs) est un hébergement assimilé à la caravane lorsqu'elle séjourne dans un terrain de camping ; il conserve en permanence des moyens de mobilité lui permettant d'être déplacé par simple traction (circulaire du 29 février 1988).

Pour en savoir plus

- « Une médiocre saison d'été dans l'hôtellerie et le camping en 2004 », M.A. Le Garrec et S. Maille, *Insee Première* n° 1003, février 2005.
- « L'hôtellerie de plein air en France : marché et perspectives », direction du Tourisme et FNHPA, décembre 2004.
- « L'hôtellerie de plein air en France : l'offre et la fréquentation en 2004 », direction du Tourisme, consultable sur le site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques : études statistiques ».

Les campings (hôtellerie de plein air) 6.2

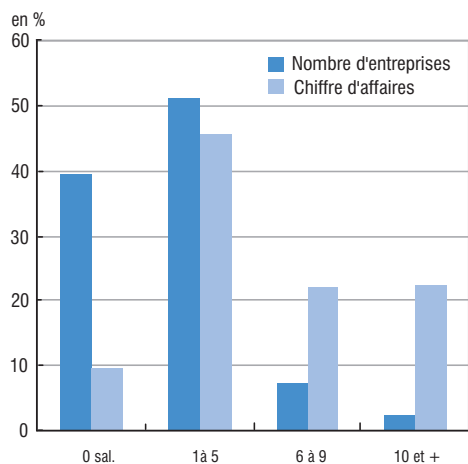
Les chiffres clés

	Nombre d'entrep.	Nombre de personnes occupées	Rémun. par salarié (milliers €)	Chiffre d'affaires (millions €)	Valeur ajoutée (millions €)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par entrep. (milliers €)	
	Total	Par entrep.						
Campings (hôtellerie de plein air)	4 448*	13 334	3,0	18,8	1 159	516	74,3	53,0
0 salarié	1 759	2 203	1,3	0,0	114	2	63,0	16,8
1 à 5 salariés	2 267	6 058	2,7	17,5	529	267	79,9	43,3
6 à 9 salariés	322	2 419	7,5	21,5	257	137	90,1	143,5
10 salariés et plus	100	2 654	26,5	17,9	260	110	96,0	381,0

* non compris 2 400 campings municipaux et 600 campings associatifs.

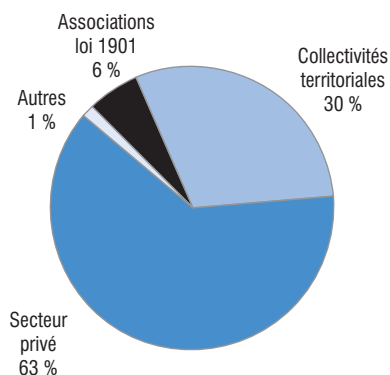
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (EAES), 2002, Insee.

Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



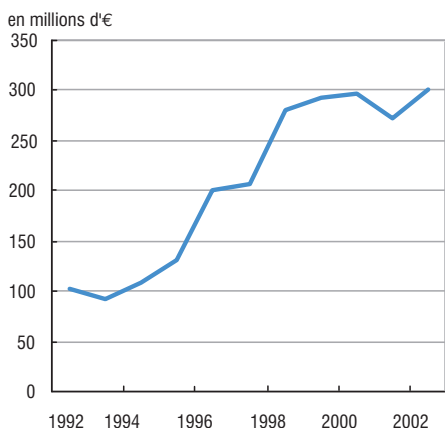
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (EAES), 2002, Insee.

Répartition des campings selon le mode de gestion en 2004



Source : enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air, Insee - DT.

Les investissements des campings



Source : Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air.

Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

- CAMPING PRAIRIE DE LA MER
- DOMAINE DES ORMES SAS
- HAVEN LEISURE FRANCE
- LES CAMPEOLES
- SNC DEFOUR ET CIE
- SOC DE FINANCEMENT DES CENTRES DE NATURE

Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2000), Insee.

6.3 Les autres hébergements touristiques

En 2002, 6 600 entreprises offrent d'**autres formes d'hébergement touristique**, alternatives à l'hôtellerie et aux campings. Les résidences de tourisme, centres de vacances, auberges de jeunesse et refuges, ainsi que les établissements gérant des gîtes ou chambres d'hôtes, dégagent un chiffre d'affaires de 2,2 milliards d'euros, soit presque le double du chiffre d'affaires des campings. Pour appréhender toute l'activité du secteur, il faut ajouter les meublés, gîtes et chambres d'hôtes gérés par des particuliers. Au 31 décembre 2004, leur capacité d'hébergement s'élève à plus de 1 400 000 lits, soit une capacité supérieure à celle de l'hôtellerie de tourisme.

La plupart des entreprises sont des **petites unités** : six sur dix n'ont pas de salarié, et trois sur dix en comptent entre un et cinq. L'activité y est relativement concentrée : les 8 % d'entreprises de plus de dix salariés réalisent autant de chiffre d'affaires que les petites structure.

Les **villages de vacances et résidences de tourisme** concourent à **plus de la moitié du chiffre d'affaires** et de la valeur ajoutée des hébergements non hôteliers. Principalement situés en montagne ou au bord de la mer, ils offrent une gamme variée de logements et d'équipements de loisirs (piscine, tennis). Ils

proposent également des services annexes (ménage, restauration, animation). Les montants investis en moyenne par entreprise sont particulièrement **élevés** : 208 000 euros (contre 29 000 euros pour l'ensemble du secteur de l'hôtellerie-restauration).

L'hébergement en meublés de courte durée, avec près de 5 000 entreprises, concentre **30 % du chiffre d'affaires** et de la valeur ajoutée de l'ensemble du secteur. Près de la moitié des salariés y travaillent à temps partiel. Les centres de vacances pour enfants et adolescents assurent 13 % du chiffre d'affaires et de la valeur ajoutée de l'activité. Ils accueillent près de 1,3 million de mineurs, pour de courts séjours : deux tiers durent moins de 16 jours ; trois quarts des séjours ont lieu en été. L'âge moyen de ces jeunes vacanciers augmente : la moitié est âgée de 13 à 18 ans. La fréquentation de ces centres diminue régulièrement depuis 1995.

Les auberges de jeunesse et les refuges sont de moins en moins nombreux. Ils ne représentent que 2 % des entreprises, du chiffre d'affaires et de la valeur ajoutée du secteur. Traditionnellement tournés vers l'accueil des jeunes voyageant à travers le monde, ils proposent aussi des activités culturelles ou sportives.

Définition

Les **autres hébergements touristiques** (classes 55.2A et 55.2E de la NAF) comprennent quatre activités distinctes : l'hébergement en meublés de courte durée (gîtes, locations vacancières, chambres d'hôtes...), les services des centres de villégiature et résidences de tourisme, les services des centres de vacances pour enfants et adolescents, l'hébergement en auberges de jeunesse et refuges.

Pour en savoir plus

- « Mémento du Tourisme 2005 », direction du Tourisme.
- « Compte satellite du tourisme 2004 », direction du Tourisme, mai 2005.
- « Les entreprises des services en 2002 », *Insee Résultats* n° 17, série économie, octobre 2004.
- Sites internet :
 - www.snrt.fr
 - www.jeunesse-sports.gouv.fr
 - www.fuaj.org

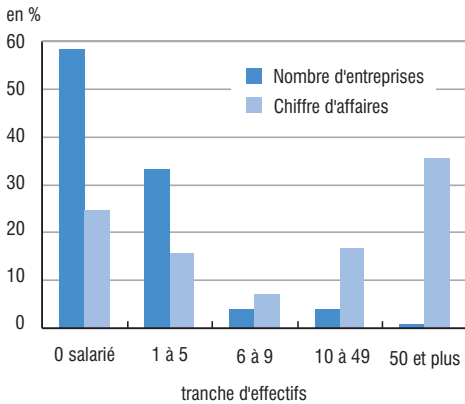
Les autres hébergements touristiques 6.3

Les chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Nombre de personnes occupées		Rémun. ann. par salarié (milliers €)	Chiffre d'affaires (millions €)	Valeur ajoutée (millions €)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par entreprise (milliers €)
		Total	Par entreprise					
Autres hébergements touristiques	6 633	23 283	3,5	19,8	2 164	848	42,7	85,1
Hébergements en meublés de courte durée	4 691	8 307	1,8	15,2	644	278	37,6	39,6
Centres de villégiature, résidences de tourisme	1 280	10 019	7,8	22,5	1 192	443	57,6	208
Centres de vacances pour enfants et adolescents	518	3 839	7,4	20,8	290	109	49,2	65,8
Hébergements en auberges de jeunesse et refuges	144	1 118	7,8	8,9	38	17	54,2	13,9

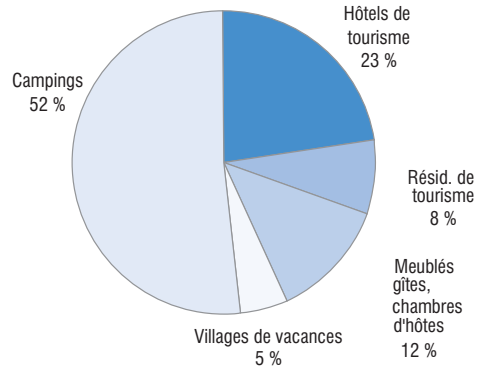
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2002), Insee.

Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires



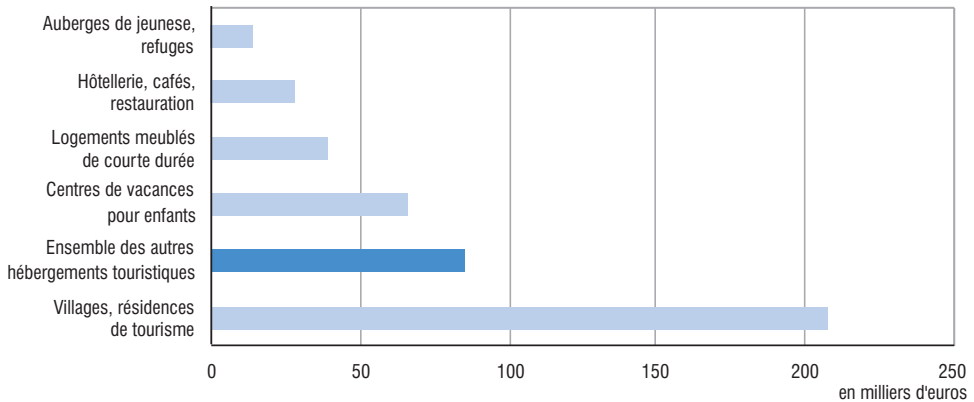
Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2002), Insee.

Capacités d'hébergement en 2005



Source : direction du Tourisme.

Investissement moyen par entreprise



Source : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2002), Insee.

6.4 Les restaurants et cafés

En 2002, le secteur des **restaurants et cafés** compte plus de 146 000 entreprises, réalise plus de **31 milliards d'euros de chiffre d'affaires** et emploie 527 000 personnes, soit plus de **40 % des personnes occupées de l'ensemble des services aux particuliers**. Il est composé en grande majorité de petites entreprises ; 95 % d'entre elles ont moins de 10 salariés et réalisent 60 % du chiffre d'affaires global. Dans les restaurants, plus de 80 % des employés sont salariés ; dans les cafés, moins d'une personne sur deux.

Malgré les 4,6 milliards de repas servis, l'activité des restaurants a baissé en 2002 (- 0,8 %). Cette baisse fait suite à une faible croissance en 2001 (+ 1,1 %), année elle-même en retrait par rapport aux années 1998 à 2000 (rythme supérieur à 4 %). Cette évolution est due à une moindre progression des dépenses des ménages en services de restauration, ainsi qu'au recul de la clientèle étrangère non européenne. Les cafés et débits de boissons se portent mieux, avec une croissance de la production de 1,7 %, supérieure à celle des autres secteurs des services aux particuliers.

La **restauration traditionnelle** représente la moitié des entreprises et 60 % du personnel et du chiffre d'affaires du secteur des restaurants et cafés. La **restauration rapide** compte, quant à elle, 15 % des entreprises du secteur mais 20 % des salariés. Ce sont majoritairement

des emplois à temps partiel (50 % contre 24 % dans l'ensemble des services aux particuliers). Avec la création de 39 700 emplois salariés en deux ans, le secteur des hôtels, cafés et restaurants a constitué le deuxième secteur créateur d'emplois sur les années 2002-2003, le premier étant celui des commerces. Les restaurants, traditionnels ou rapides, sont très présents en Île-de-France et dans le Sud-Est de la France (régions Provence - Alpes - Côte d'Azur, Languedoc-Roussillon et Corse). On y compte 25 restaurants ou plus pour 10 000 habitants contre 13 ou moins dans le Nord-Est.

Depuis plusieurs années, le nombre de cafés-tabacs est stable autour de 13 000 en raison de la réglementation qui limite leur implantation. Ils emploient près de 6 % du personnel du secteur, en majorité des non salariés (58 %). La bonne tenue de la production des **cafés-tabacs** s'explique essentiellement par le fait que ces établissements commercialisent des jeux d'argent (Française des jeux, PMU) et que les Français jouent de plus en plus aux jeux de hasard.

Avec moins de 34 000 entreprises, les **débits de boissons** représentent plus d'un quart des entreprises du secteur mais emploient seulement 14 % des personnes. Ce sont de très petites unités dans lesquelles travaillent moins de deux personnes en moyenne, majoritairement non-salariées.

Définitions

La nomenclature distingue deux types de restaurants. Les **restaurants traditionnels** (NAF 55.3A) comprennent les activités de restauration avec un service à table ou fonctionnant en libre service, la restauration ferroviaire ou maritime, les restaurants à thème, les cafés-restaurants associant restauration et vente de boissons. Les **restaurants de type rapide** (NAF 55.3B) fournissent au comptoir aliments et boissons à consommer sur place ou à emporter, présentés dans des conditionnements jetables ; cette classe comprend également la vente de glaces et les salons de thé.

Le terme de « cafés » regroupe les limonadiers et les débits de boissons. La nomenclature différencie les **cafés-tabacs** (NAF 55.4A) des débits de boissons (NAF 55.4B) qui ne sont pas associés à la tenue d'un bureau de tabac.

Pour en savoir plus

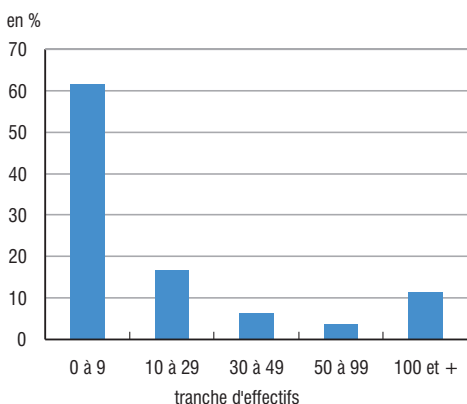
- « Les entreprises des services en 2002 », *Insee Résultats* avec cédérom, série Économie, n°17, octobre 2004.
- « Les services en 2002, rapport sur les comptes », *Synthèses* n° 76, Insee, avril 2004.
- « Estimations trimestrielles d'emploi salarié », *Informations Rapides* n° 263, Insee, septembre 2005.

Les chiffres clés

	Nombre d'entreprises	Nombre de personnes occupées		Rémun. ann. par salarié (milliers €)	Chiffre d'affaires (millions €)	Valeur ajoutée (millions €)	Entrepr. qui investissent (%)	Investiss. par entreprise (milliers €)
		Total	Par entreprise					
Restaurants, cafés	146 297	526 757	3,6	17,3	31 711	15 230	45,5	20,2
Restauration traditionnelle	76 906	342 199	4,5	17,9	20 413	9 854	52,2	21,9
Restauration rapide	22 715	98 417	4,3	15,2	5 927	2 640	47,6	23,4
Cafés-tabacs	12 882	27 053	2,1	17,4	2 259	1 138	44,4	15,4
Débites de boissons	33 794	59 086	1,8	16,8	3 113	1 598	29,1	12,5

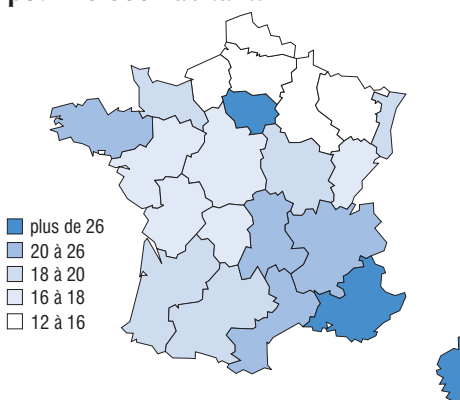
Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2002).

Ventilation des recettes



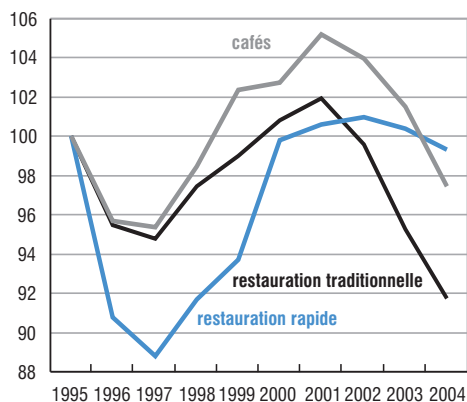
Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2002).

Nombre de restaurants commerciaux pour 10 000 habitants



Source : Insee, Sirene au 1/1/2003 et RP 1999.

Volume de l'activité de 1995 à 2004



Source : Insee, indices de chiffres d'affaires.

Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

BOULANGERIES PAUL
BUFFALO GRILL
CASINO CAFETERIA
FLUNCH
FRANCE QUICK SA
HIPPO GESTION ET CIE SNC
HOLDING DE RESTAURATION CONCÉDÉE
MAC DONALD'S FRANCE RESTAURANTS
SELECT SERVICE PARTNER
SERARE

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2002).

6.5 Les agences de voyages

Les agences de voyages et les activités d'information touristique regroupent près de **4 000 entreprises** et génèrent un **chiffre d'affaires de 12 milliards d'euros**, y compris les activités de tours opérateurs. L'activité du secteur progresse en 2004 (+ 3,9 %), après deux mauvaises années 2002 et 2003 (- 1,8 % après - 0,4 %). C'est la billetterie qui est l'activité la plus dynamique avec une croissance de 4,6 % tandis que les voyages à forfait n'augmentent que de 0,9 %. En 2004, la billetterie représente 73,7 % du chiffre d'affaires et les voyages à forfait 19,7 %.

La plupart sont de **petites entreprises** : 85 % ont moins de 10 salariés et réalisent un peu moins d'un tiers du chiffre d'affaires global. À l'opposé, les 10 plus grandes entreprises qui appartiennent toutes à des groupes produisent également un tiers du chiffre d'affaires du secteur. Une grande majorité des employés travaille à temps plein, leur rémunération est légèrement supérieure à celle des autres secteurs. Le taux de non-salariés est faible (4 %). **Trois quarts des salariés sont des femmes**, au lieu de seulement la moitié dans l'ensemble des services aux particuliers. Dans les agences de voyages, **plus de la moitié des entreprises investissent**, pour un montant annuel moyen de 73 000 euros, soit plus du double de l'investissement des entreprises des services aux particuliers.

Les agences indépendantes, organisées en réseaux volontaires ou non, dominent encore le marché, mais les circuits de distribution intégrés, la grande distribution et la vente par internet modifient l'exercice de l'activité, en mettant aujourd'hui à disposition immédiate des consommateurs une offre touristique complète et très concurrentielle. La crise de l'industrie touristique, conjuguée aux modifications de comportement des consommateurs et au développement des réservations par internet ont eu un impact significatif sur la structure du secteur. Dans ce contexte, les groupes ont cherché à atteindre une taille critique, dans l'optique d'intégrer la totalité de la chaîne de valeur touristique (conception des séjours, distribution de l'information, transport, hébergement). Le secteur a donc été marqué par un **vaste mouvement de concentration** orchestré par les groupes étrangers. L'Allemand TUI a acquis en 2002 le tour-opérateur Nouvelles Frontières et Thomas Cook a racheté Havas Voyages en 2001. Accor a pris le contrôle de Go Voyages en 2002 et une participation importante dans le Club Méditerranée en 2004. Dans un second temps, les groupes ont amélioré leur stratégie commerciale en renforçant la coopération au sein du secteur.

Définitions

Le secteur des **agences de voyages** (classe 63.3Z de la NAF) englobe les services rendus par les agences de voyages, mais aussi par les accompagnateurs de groupes, offices de tourisme, syndicats d'initiative et organismes similaires. Les prestations incluent notamment : la fabrication et la vente de voyages, la vente de séjours organisés par d'autres entreprises, la vente de titres de transports, hébergement, restauration, spectacles, les services d'information touristique, les services de guides touristiques.

Une partie du secteur n'est pas couverte par l'Enquête annuelle d'entreprise dans les services, notamment les syndicats d'initiative et offices de tourisme des mairies ainsi que les associations loi 1901 (nombreuses) qui emploient moins de six salariés. Par ailleurs, les déclarations des entreprises ne sont pas homogènes : certaines ne déclarent, en tant que chiffre d'affaires, que des commissions perçues, d'autres y incluent les produits qu'elles achètent et revendent.

Pour en savoir plus

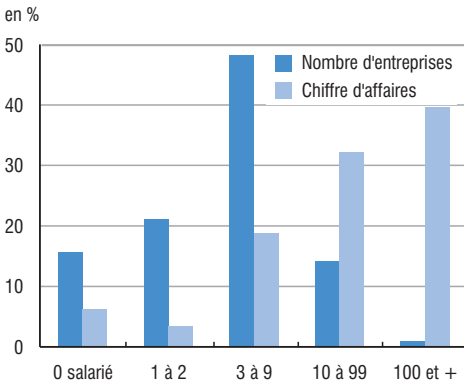
- « Les entreprises des services en 2002 », *Insee Résultats*, série Économie n° 17, octobre 2004.
- « Bilan de l'année touristique 2004 », direction du Tourisme.
- « Le secteur des agences de voyages », direction du Tourisme.
- Site internet www.snav.org

Les chiffres clés

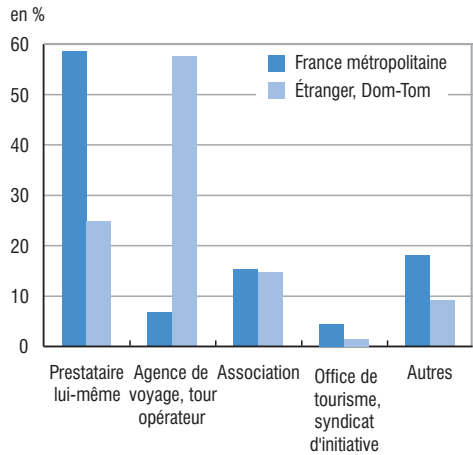
	Nombre d'entreprises	Nombre de personnes occupées		Rémunération annuelle par salarié (milliers d'€)	Chiffre d'affaires (millions d'€)	Valeur ajoutée (millions d'€)	Entreprises qui investissent (%)	Investissement par entreprise (milliers d'€)
		Total	Par entreprise					
Agences de voyages	3 860	41 958	10,9	25,7	12 185	2 001	54,1	73,0
Agences de voyages	3 559	41 058	11,5	25,7	12 147	1 977	57,8	73,6
Informations touristiques, guides touristiques	301	899	3,0	26,5	37	24	9,3	30,3

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2002).

Nombre d'entreprises et chiffre d'affaires Mode d'intermédiation des séjours personnels selon la destination en 2003

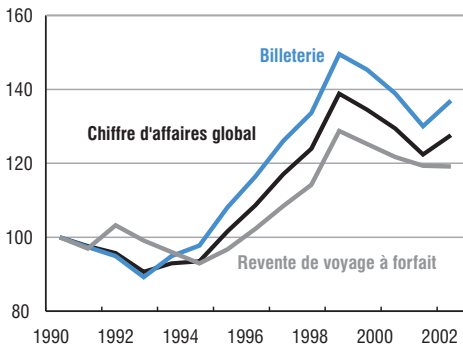


Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2002).



Source : SDT, direction du Tourisme / TNS-Sofrès.

Chiffre d'affaires en volume base 100 en 1990



Source : COE / SNAV.

Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

AGENCE DE VOYAGES FER ROUTE AIR MER (FRAM)

CLUB MÉDITERRANÉE

EURO DISNEY VACANCES

GRUPE MARMARA

HAVAS VOYAGES AMERICAN EXPRESS

JET TOURS

LOOK VOYAGES

THOMAS COOK VOYAGES

NOUVELLES FRONTIÈRES TOURAVENTURE

VOYAGES KUONI

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans les services (2002).

6.6 Les téléphériques et remontées mécaniques

En 2003, 172 entreprises ont exploité des téléphériques et des remontées mécaniques. Elles ont employé 7600 personnes et réalisé un chiffre d'affaires hors taxes de 888 millions d'euros, pour une valeur ajoutée de 608 millions d'euros. Pour appréhender toute l'activité du secteur, il faut ajouter les remontées mécaniques exploitées par les collectivités locales (qui ne figurent pas dans le champ de l'EAE Transports). Le secteur emploie alors plus de 20 000 personnes.

Il comporte une part importante de petites unités : 40 % des entreprises comptent entre 0 et 5 salariés. L'activité y est **concentrée** : les entreprises de plus de cinquante salariés réalisent 94 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur. L'activité est également très **saisonnnière** (la durée moyenne de la saison 2003-2004 s'établit à 102 jours) et le secteur emploie beaucoup de personnel saisonnier : alors que l'effectif salarié moyen était de 7 100 sur l'année 2001, il atteignait 11 800 salariés au 31 décembre 2001. Depuis 1999, l'effectif salarié n'a cessé de croître : le nombre de salariés permanents a augmenté de 20 %, celui des personnels saisonniers de 24,5 %.

Les **recettes brutes toutes taxes comprises de la saison d'hiver 2003-2004** s'élèvent à **970 millions d'euros**, pour 270 entreprises. Ces recettes se concentrent à 54 % sur deux périodes clefs pour l'activité : les vacances de Noël (18 %) et surtout les vacances d'hiver (36 %). Ceci explique que l'activité des

stations dépende fortement des dates des vacances scolaires. Depuis la saison 2001-2002, le chiffre d'affaires des remontées mécaniques est en nette croissance (+ 4,3 % en 2003-2004 après une croissance de 14,5 % en 2002-2003). Sur le plan géographique, les recettes sont réalisées pour la plus grande partie dans les Alpes du Nord (76 %), 12 % dans les Alpes du Sud, 9 % dans les Pyrénées, 1 % dans le Jura, 1 % dans les Vosges et 1 % dans le Massif central.

Le total des **investissements sur les domaines skiables** s'est élevé à 331 millions d'euros en 2004, ce qui représente **36 % du chiffre d'affaires** des remontées mécaniques de la saison 2003-2004. Depuis cinq ans, des investissements considérables ont été réalisés (1,2 milliard d'euros) pour construire de nouvelles remontées mécaniques, remplacer des installations anciennes et rajeunir le parc : le pourcentage du chiffre d'affaires consacré à l'investissement a doublé.

Les stratégies d'investissement varient beaucoup d'un massif à l'autre ou en fonction de la taille des stations. C'est dans les Pyrénées, le Massif central et les Alpes du Sud que l'effort d'investissement est le plus important, représentant jusqu'à la moitié des recettes, selon une enquête réalisée en 2003 par le SEATM. Dans ces massifs, les collectivités locales ont souvent mis en place des dispositifs d'aides aux stations. En revanche, les stations jurassiennes et vosgiennes n'ont que peu de moyens pour investir.

Définitions

Le secteur des **téléphériques et remontées mécaniques** (NAF 60.2C) n'est pas entièrement couvert par l'enquête annuelle d'entreprise dans les transports. En effet, certaines remontées mécaniques sont exploitées par les collectivités locales.

Les **investissements sur les domaines skiables** comprennent non seulement les constructions neuves de remontées mécaniques et les modifications, mais aussi les équipements de sécurité, les travaux des pistes, la neige de culture, les engins de damage et les matériels de billetterie.

Pour en savoir plus

- « Compte satellite du tourisme 2004 », direction du Tourisme, mai 2005.
- « Les entreprises des transports en 2003 », DAEI-SES.
- « Bilan des investissements dans les domaines skiables français en 2003 », Service d'études et d'aménagement touristique de la montagne, novembre 2003.
- « Bilan 2004 », syndicat national des téléphériques de France.
- Site internet
www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Territoires ».
www.sntf.org

Les téléphériques et remontées mécaniques 6.6

Les chiffres clés

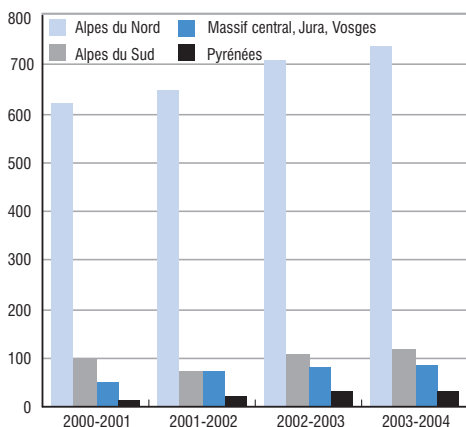
	Nombre d'entrep.	Nombre de personnes occupées		Chiffre d'affaires (millions d'€)	Valeur ajoutée (millions d'€)	Investiss. corporels (millions d'€)	Investiss. par entrep. (milliers d'€)
		non salariés	salariés				
Téléphériques et remontées mécaniques*	172	52	7 528	887 712	608 231	208 400	1 211,6
Entreprises de 0 à 5 salariés	69	50	97	8 408	5 224	794	11,5
Entreprises de 6 à 49 salariés	34	0	639	41 262	24 038	5 178	152,3
Entreprises de 50 salariés et plus	69	2	6 792	838 042	578 969	202 428	2 933,7

* Non compris les remontées mécaniques exploitées par les collectivités locales

Source : SES, enquête annuelle d'entreprise dans les transports (2003).

Chiffre d'affaires par massif

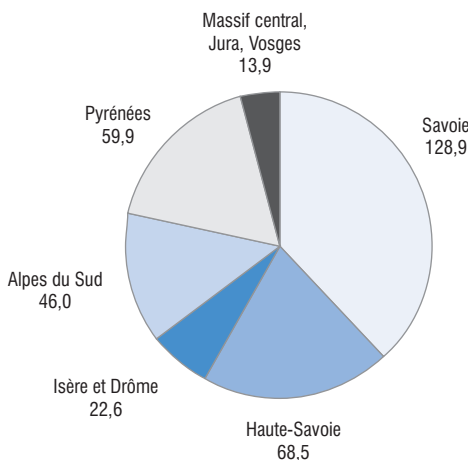
en millions d'euros TTC



Sources : SEATM, SNTF.

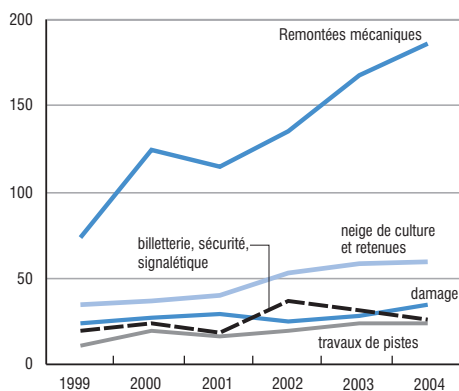
Répartition des investissements en 2004

(en millions d'euros)



Sources : SEATM, Montagne Expansion, STRMTG.

Évolution des investissements



Source : SEATM, Montagne Expansion, STRMTG.

Les principales sociétés

Par tranche de chiffre d'affaires décroissante

- SOC DES TROIS VALLÉES
- SA SOC AMÉNAGEMENT STATION PLAGNE
- COMPAGNIE DU MONTENVERS
- SOC LES MONTAGNES DE L'ARC
- SOC DES TÉLÉPHÉRIQUES DE LA GRANDE MOTTE
- SOC DES TÉLÉPHÉRIQUES DE VAL D'ISÈRE
- SOC EXPLOI TÉLÉPHÉR TARENTAISE MAURIENNE
- SOC AMÉNAG TOURIS ALPE D'HUEZ GR ROUSSES
- DEUX ALPES LOISIRS
- STE EXPLOITATION VALLÉE DE BELLEVILLE

Source : SES, enquête annuelle d'entreprise dans les transports (2003).

6.7 Le thermalisme et la thalassothérapie

En 2002, un peu plus de **130 entreprises** exercent une **activité de thermalisme ou de thalassothérapie**. Elles emploient 6 000 personnes et dégagent une valeur ajoutée de 210 millions d'euros pour un **chiffre d'affaires de 377 millions**. Le **secteur est très concentré** : les 10 plus grandes entreprises réalisent plus de la moitié du chiffre d'affaires global. Elles emploient 45 personnes en moyenne par entreprise, essentiellement des salariés et des femmes.

L'activité de thermalisme et thalassothérapie occupe une place peu importante au sein des services personnels, mais peut toutefois tenir une place conséquente dans l'économie régionale, car elle dynamise les zones où elle est implantée. Les stations thermales sont en effet situées dans de petites communes rurales ou dans les massifs montagneux, et les centres de thalassothérapie sur les zones côtières de l'Atlantique et de la Méditerranée. L'activité a un **caractère très saisonnier** : les stations emploient presque deux fois plus de salariés en été qu'en hiver (7 300 salariés contre 4 600). Les trois quarts des entreprises investissent pour un montant annuel moyen de 172 000 euros, soit près de cinq fois plus que dans les autres services aux particuliers. Ce **fort investissement** est surtout le fait des entreprises de 30 salariés et plus. Les exploitants réinvestissent 7 % de leur valeur ajoutée dans

la qualité des installations, l'amélioration de l'accueil et la diversification des loisirs.

Alors que le nombre de curistes est globalement en régression depuis 1992, le chiffre d'affaires de la thalassothérapie continue sa progression. En 2003, le chiffre d'affaires a cru de 1,5 % à 208 millions d'euros. Les Français profitent de leur temps libre pour entretenir leur santé et leur condition physique. En associant le thermalisme avec les activités sportives, les centres attirent une clientèle plus large et plus jeune, et offrent ainsi la possibilité de diversifier ses vacances. Le ralentissement de l'activité économique a eu peu d'impact sur la thalassothérapie, laquelle bénéficie d'une clientèle relativement protégée des retournements conjoncturels.

Les prix à la consommation des cures thermales ont de nouveau progressé en 2002 suivant l'augmentation amorcée depuis 1990. Cette hausse est le fait de l'accroissement des forfaits hôteliers. En revanche, les prix des actes médicaux propres aux cures ont tendance à être stables. La volonté des pouvoirs publics de maîtriser l'évolution des dépenses de santé pèse sur la croissance de la demande : en fait, les médecins limitent les prescriptions. Après une hausse de fréquentation en 2001 et 2002 de respectivement de 1,3 % et 1,2 %, le nombre de curistes a baissé en 2003 de 1,3 %.

Définitions

L'activité de thermalisme et thalassothérapie (classe 93.0K de la NAF) est scindée en deux groupes.

Le **thermalisme** regroupe l'ensemble des traitements exclusivement médicaux qui utilisent les eaux de source et leurs dérivés : vapeur, gaz et boue thermale. Pour exercer une activité, l'établissement thermal doit satisfaire à plusieurs exigences : autorisation d'exploiter une source minérale, et surveillance des sources et contrôles sanitaires. Seul le ministre de la Santé peut habiliter une station thermale.

La **thalassothérapie** est l'utilisation, sous surveillance médicale et dans un but préventif ou curatif, des bienfaits du milieu marin : l'eau de mer, les boues marines, les algues, les sables et autres substances extraites de la mer. La balnéothérapie qui utilise de l'eau douce est, quant à elle, classée en soins de beauté (NAF 93.0L).

Pour en savoir plus

- « Les entreprises des services en 2002 », *Insee Résultats avec cédérom, série Économie*, n°17, octobre 2004.
- Sites internet
www.tourisme.gouv.fr
www.france-thermale.org

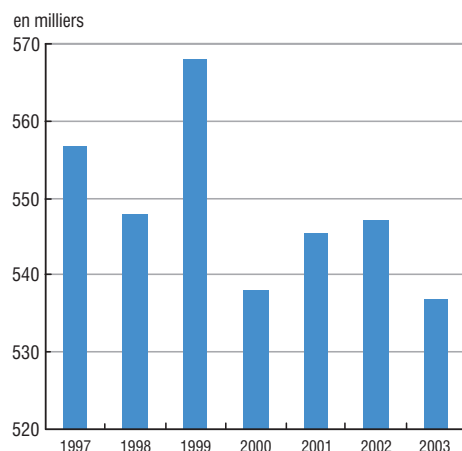
Le thermalisme et la thalassothérapie 6.7

Les chiffres clés

	Nombre de personnes occupées		Rémun. par salarié (milliers €)	Chiffre d'affaires (millions €)	Valeur ajoutée (millions €)	Entrep. qui investissent (%)	Investis. par entrep. (milliers €)	
	Nombre d'entrep.	Total						
Thermalisme et thalassothérapie	133	6 004	45,2	16,8	377	212	71,4	172,1
0 à 5 salariés	34	54	1,6	15,8	3	1	17,6	25,0
6 à 9 salariés	10	134	13,4	19,1	9	6	100,0	163,4
10 à 29 salariés	38	1 252	33,0	13,0	76	46	78,9	110,4
30 salariés et plus	51	4 564	89,5	17,8	289	159	96,1	229,6

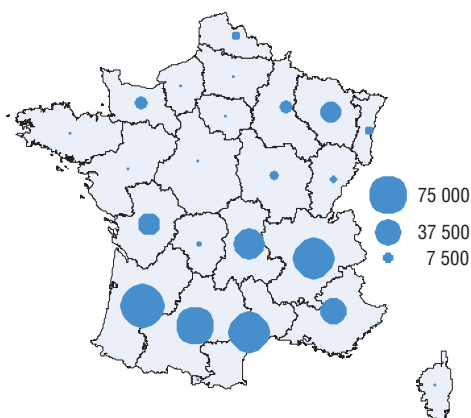
Sources : enquête annuelle d'entreprise dans les services (2002), déclarations annuelles de données sociales 2002 - Insee.

Évolution du nombre de curistes



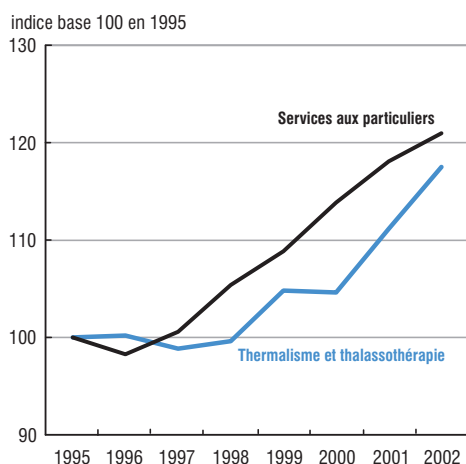
Source : SNET, syndicat national des établissements thermaux.

Nombre de curistes en 2003



Source : SNET, syndicat national des établissements thermaux.

Évolution du chiffre d'affaires



Source : Insee, indices de chiffres d'affaires.

Les plus grandes entreprises

par ordre alphabétique

- CENTRE THERMAL D'AMNÉVILLE
- CHAÎNE THERMALE DU SOLEIL
- CIE HOT FRM EUGÉNIE BAINS M. GUÉRARD
- ÉTABLISSEMENTS THERMAL D'URIAGE
- LA THERMALE DE FRANCE
- SA THALAMER
- STÉ ETS THERMAUX DE BRIDES ET SALINS
- THALACAP
- THALASS ARMOR
- THERMES DE BAGNOLES DE L'ORNE

Source : Insee, EAES (2002).

7.1 La consommation touristique régionale

La consommation touristique s'est élevée à 105,9 milliards d'euros en 2004, dont seulement 90,5 milliards sont **régionalisables**. C'est en **Île-de-France** que la consommation touristique est la plus importante, avec 15 % de l'ensemble. Viennent ensuite la région **Provence - Alpes - Côte d'Azur** qui reçoit 13 % de la consommation touristique et la région **Rhône-Alpes** qui en reçoit 11 %. L'Île-de-France se distingue des autres régions par le poids des touristes étrangers. En effet, 71% de la consommation touristique en Île-de-France est réalisée par les non-résidents, alors que ceux-ci n'en représentent que 46 % en Provence - Alpes - Côte d'Azur et 40 % en Rhône-Alpes.

Les **régions du littoral atlantique ou méditerranéen** (Languedoc-Roussillon, Aquitaine, Bretagne et Pays de la Loire) bénéficient d'une part importante de la consommation touristique : entre 5 et 8 % selon les régions. Ce sont majoritairement les Français qui fréquentent ces régions : de 85 % dans la région des Pays de la Loire à 74 % en Aquitaine, 70 % en Bretagne et 61 % dans le Languedoc-Roussillon. C'est dans cette dernière région que l'hôtellerie de plein air est la plus développée : elle est largement fréquentée par les touristes étrangers en provenance des Pays-Bas, d'Allemagne, de Belgique-Luxembourg et de Suisse. La part de la région **Midi-Pyrénées** dans la consommation touristique est de près de

5 %, majoritairement du fait des touristes français (73 %). Une mention spéciale doit être faite pour le tourisme de pèlerinage attiré par la ville de Lourdes, qui capte une forte clientèle étrangère.

Les régions **Nord - Pas-de-Calais**, **Basse-Normandie**, **Centre**, **Alsace**, **Auvergne** et **Poitou-Charentes** représentent chacune environ 3 % de la consommation touristique en France. La répartition de la consommation entre touristes français et étrangers est très différente entre ces régions. La consommation des touristes non-résidents est particulièrement importante dans le Nord - Pas-de-Calais (53 %) grâce aux visiteurs britanniques, et encore davantage en Alsace (68 %) qui accueille de nombreux Allemands. La part de la consommation touristique en **Bourgogne** et en **Lorraine** s'établit respectivement à 2,3 % et 2 %, dont environ 30 % de consommation par les touristes étrangers.

Bien que ne représentant que 1,8 % de la consommation totale, la consommation touristique est déterminante dans l'activité économique corse, essentiellement grâce aux touristes étrangers (58 %), majoritairement italiens. Enfin, dans les régions Limousin, Picardie, Champagne-Ardenne, Haute-Normandie et Franche-Comté, la consommation touristique varie de 1 à 1,5 % de l'ensemble de la consommation touristique régionalisable, essentiellement du fait des touristes français.

Définitions

La **consommation touristique intérieure** comprend la consommation touristique des résidents et des non-résidents en France ; elle comprend également la consommation des résidents partant à l'étranger auprès des agences de voyages et voyagistes français, ainsi que leur consommation de transport en France. Elle comprend enfin la consommation en autres produits touristiques (dépenses préalables aux voyages, appareils photo, caravanes...) et les dépenses des pouvoirs publics et des administrations en charge du tourisme.

Une partie de la consommation touristique intérieure ne peut pas se ventiler entre les régions : elle est dite consommation « **non régionalisable** ».

Enfin, la consommation touristique n'est pas une composante « pure » du PIB : en effet, elle comprend des consommations intermédiaires comme le coût des déplacements professionnels, qui sont en double compte, car comptabilisées aussi dans les comptes des entreprises.

Pour en savoir plus

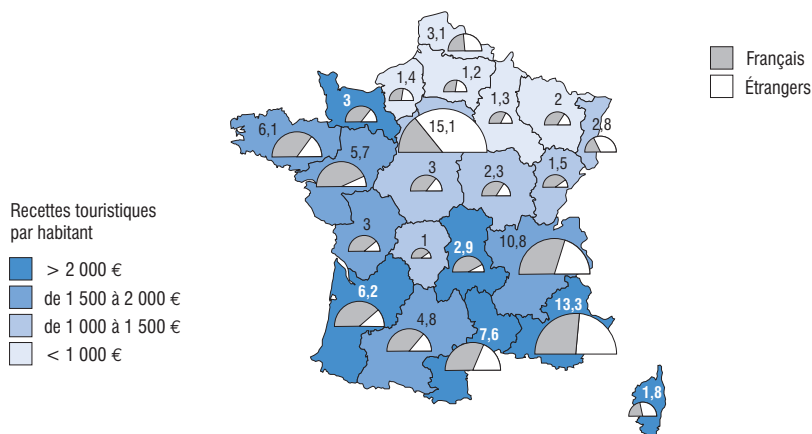
- « Chiffres clefs du tourisme », édition 2005, direction du Tourisme.
- « Les comptes du tourisme en 2004 » direction du Tourisme, mai 2005.

Consommation touristique régionale en 2004

	Consommation touristique intérieure		Rang	Part du tourisme dans le PIB régional en 2003 (%)
	(millions d'euros)	(%)		
France métropolitaine	90 528	100,0	///	6,1
Alsace	2 512	2,8	14	5,1
Aquitaine	5 594	6,2	5	7,0
Auvergne	2 608	2,9	13	7,3
Basse-Normandie	2 705	3,0	12	8,0
Bourgogne	2 061	2,3	15	5,3
Bretagne	5 496	6,1	6	7,9
Centre	2 714	3,0	11	4,7
Champagne-Ardenne	1 219	1,3	20	3,4
Corse	1 619	1,8	17	36,0
Franche-Comté	1 348	1,5	18	5,2
Haute-Normandie	1 255	1,4	19	2,9
Île-de-France	13 690	15,1	1	3,2
Languedoc-Roussillon	6 894	7,6	4	14,9
Limousin	930	1,0	22	5,5
Lorraine	1 816	2,0	16	3,6
Midi-Pyrénées	4 358	4,8	8	7,2
Nord - Pas-de-Calais	2 782	3,1	9	3,3
Pays de la Loire	5 201	5,7	7	6,1
Picardie	1 109	1,2	21	3,1
Poitou-Charentes	2 760	3,0	10	7,9
Provence - Alpes - Côte d'Azur	12 047	13,3	2	11,4
Rhône-Alpes	9 810	10,8	3	6,8

Sources : direction du Tourisme, Compte satellite du tourisme 2004 ; Insee, Comptes nationaux.

La consommation touristique régionale en 2004



Source : direction du Tourisme, Compte satellite du tourisme 2004.

7.2 L'hôtellerie dans les régions

Au 1^{er} janvier 2005, le parc de l'**hôtellerie de tourisme** compte 18 300 établissements offrant 615 000 chambres. À elles seules, trois régions concentrent près de la moitié de cette capacité : ce sont l'Île-de-France (avec près de 24 % de la capacité totale) et les régions Rhône-Alpes et Provence - Alpes - Côte d'Azur (avec 11,4 % chacune). Avec 6,5 % de la capacité totale, la région Midi-Pyrénées occupe la quatrième place en raison de la présence de Lourdes qui offre près de 15 000 chambres. Les dix-huit autres régions se partagent 288 000 chambres.

La répartition régionale de la capacité hôtelière s'est peu modifiée en dix ans. Avec 8,5 lits pour 100 habitants, la Corse présente la plus grande concentration d'hôtels relative à la population, loin devant les régions Midi-Pyrénées (3,1 lits pour 100 habitants) et Provence - Alpes - Côte d'Azur (3,0). La densité touristique hôtelière relative est légèrement plus faible en Île-de-France, très fortement peuplée, et en région Rhône-Alpes où d'autres types d'hébergements ont un poids plus important. D'une manière générale, et sauf pour l'Alsace, la densité touristique relative est plus élevée dans les régions du Sud.

C'est en Île-de-France, en région Provence - Alpes - Côte d'Azur, en Corse et en Alsace que l'on trouve les plus fortes proportions d'hôtels haut de gamme (3 étoiles et plus). Les régions Île-de-France et Provence - Alpes - Côte d'Azur concentrent même près de 70 % des chambres de

l'hôtellerie de luxe (4 étoiles et plus). À l'opposé, les hôtels économiques (0 et 1 étoile) sont les plus nombreux dans les régions Auvergne, Limousin, Centre et Haute-Normandie.

En 2004, la fréquentation hôtelière est restée globalement stable par rapport à celle enregistrée en 2003. Toutefois, cette stabilité globale recouvre des évolutions régionales contrastées. Ainsi, l'Île-de-France a vu sa fréquentation augmenter de 2,8 % : elle a concentré 31 % des nuitées totales en 2004, et en particulier 47 % des nuitées étrangères. En revanche, les régions Provence - Alpes - Côte d'Azur (11 % des nuitées en 2004) et Rhône-Alpes (10 %) ont vu leur fréquentation diminuer de plus de 4 % par rapport à celle de 2003. Ces trois régions recueillent habituellement les deux tiers des nuitées de touristes étrangers. Ce sont les Pays de la Loire et le Nord - Pas-de-Calais qui ont enregistré les meilleures hausses de fréquentation en 2004. Depuis quelques années, la durée moyenne de séjour diminue dans l'hôtellerie, et ce dans toutes les régions. C'est en Corse et en Provence - Alpes - Côte d'Azur que les durées moyennes de séjour sont les plus longues et que la part des nuitées d'affaires est la plus réduite : ces régions accueillent manifestement un tourisme d'agrément. Les meilleurs taux d'occupation des hôtels en 2004 sont affichés par l'Île-de-France où le taux d'occupation moyen est de 68 %, le Nord - Pas-de-Calais (63 %), la Picardie et la Normandie (plus de 58 %).

Définitions

Les **hôtels de tourisme** comprennent des hôtels **homologués** répartis en 6 catégories de 0 étoile à 4 étoiles luxe, ainsi que des hôtels de chaînes non homologués.

L'**enquête de fréquentation dans l'hôtellerie** est réalisée mensuellement en partenariat entre l'Insee et la direction du Tourisme. Elle bénéficie dans la plupart des régions d'une extension d'échantillon financée par les partenaires locaux du tourisme. Elle a été étendue aux DOM en 2004.

Pour en savoir plus

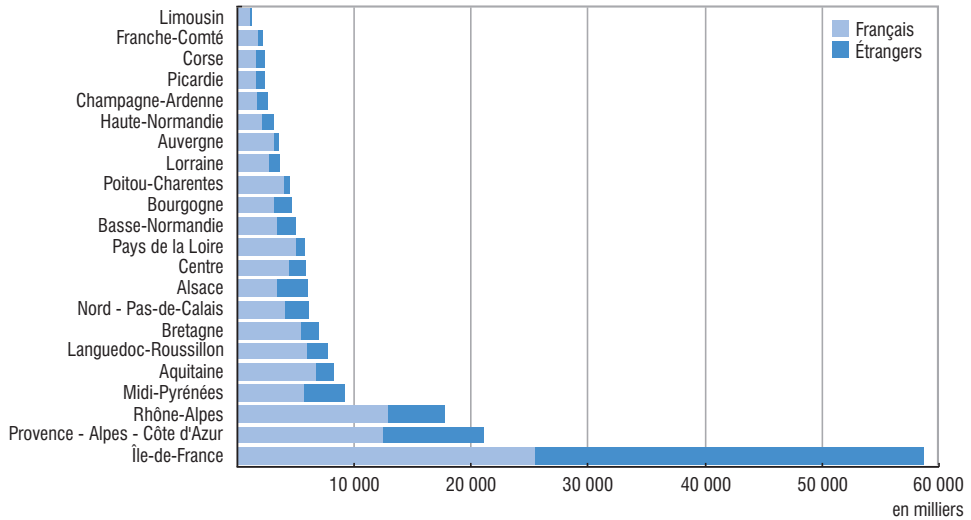
- « Une médiocre saison d'été dans l'hôtellerie et le camping en 2004 », M.-A. Le Garrec et S. Maille, *Insee Première* n° 1003, février 2005.
- « L'hôtellerie a souffert en 2003 », M.-A. Le Garrec, *Insee Première* n° 976, juillet 2004.
- « L'hôtellerie de tourisme en France : l'offre et la fréquentation en 2004 », site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques : études statistiques ».

Les chiffres-clés

	Chambres		Nuitées totales (milliers)	dont nuitées étrangères (%)	Part des nuitées totales (%)	Part des nuitées étrangères (%)	Durée moyenne de séjour	Taux d'occupation moyen (%)	Part des nuitées d'affaires (%)
	(nombre)	(%)							
France	615 402	100,0	188 524	37,3	100,0	100,0	1,82	58,6	41,0
Île-de-France	146 247	23,8	58 645	56,6	31,1	47,2	1,93	67,9	44,0
Rhône-Alpes	70 385	11,4	17 774	27,7	9,4	7,0	1,95	55,9	39,4
Provence - Alpes - Côte d'Azur	70 148	11,4	21 037	40,7	11,2	12,2	2,11	57,4	30,0
Midi-Pyrénées	40 297	6,5	9 275	38,0	4,9	5,0	1,99	52,5	32,8
Aquitaine	30 016	4,9	8 186	17,4	4,3	2,0	1,89	54,6	38,9
Languedoc-Roussillon	27 398	4,5	7 706	21,7	4,1	2,4	1,71	53,0	32,4
Bretagne	25 089	4,1	7 036	21,6	3,7	2,2	1,79	55,9	35,8
Pays de la Loire	20 558	3,3	5 743	13,4	3,0	1,1	1,69	56,1	52,6
Centre	20 022	3,3	5 918	23,1	3,1	1,9	1,45	54,3	49,5
Alsace	19 153	3,1	5 974	43,6	3,2	3,7	1,73	56,3	41,4
Nord - Pas-de-Calais	17 459	2,8	6 111	32,9	3,2	2,9	1,60	63,0	54,6
Auvergne	16 939	2,8	3 493	11,1	1,9	0,6	1,77	46,8	34,4
Bourgogne	16 315	2,7	4 670	34,5	2,5	2,3	1,32	53,4	43,3
Poitou-Charentes	15 965	2,6	4 509	12,8	2,4	0,8	1,66	52,5	43,7
Basse-Normandie	15 271	2,5	4 986	32,4	2,6	2,3	1,73	58,2	30,0
Lorraine	13 713	2,2	3 603	22,4	1,9	1,1	1,59	54,9	56,6
Corse	11 288	1,8	2 382	30,2	1,3	1,0	2,34	51,1	11,5
Haute-Normandie	9 338	1,5	3 101	29,9	1,6	1,3	1,62	58,2	51,0
Champagne-Ardenne	8 793	1,4	2 629	34,5	1,4	1,3	1,39	57,9	52,3
Franche-Comté	7 860	1,3	2 067	18,4	1,1	0,5	1,51	51,7	54,1
Picardie	7 833	1,3	2 414	30,3	1,3	1,0	1,46	58,8	55,7
Limousin	5 315	0,9	1 267	12,6	0,7	0,2	1,43	49,3	53,1

Source : enquête de fréquentation dans l'hôtellerie en 2004 - Insee, direction du Tourisme, partenaires régionaux.

Répartition des nuitées en 2004



Source : enquête de fréquentation dans l'hôtellerie en 2004 - Insee, direction du Tourisme, partenaires régionaux.

7.3 L'hôtellerie de plein air dans les régions

Au 1^{er} janvier 2005, le parc de l'hôtellerie de plein air compte près de 8 200 terrains de camping classés offrant plus de 930 000 emplacements. À elles seules, cinq régions concentrent plus de 500 000 emplacements : ce sont le Languedoc-Roussillon (13 % des emplacements), l'Aquitaine (12 %), Provence - Alpes - Côte d'Azur (11 %), la Bretagne (11 %) et les Pays de la Loire (9 %). En nombre total d'emplacements, le parc a peu évolué en dix ans, mais sa structure s'est profondément modifiée. On observe d'une part une progression du nombre d'emplacements loués à l'année, et d'autre part, un développement récent d'hébergements légers installés sur les emplacements de passage.

Les régions présentant la particularité d'offrir une proportion importante d'emplacements loués à l'année sont toutes situées dans le Nord de la France. Ainsi, dans le Nord - Pas-de-Calais, les trois-quarts des emplacements sont loués à l'année et seulement un quart sont réservés au passage. Les terrains qui se sont le plus fortement équipés en chalets et mobile-homes sur leurs emplacements de passage sont situés dans les régions Poitou-Charentes, Pays de la Loire, Languedoc-Roussillon (où 20 % des emplacements sont équipés), l'Aquitaine (15 %) et Provence - Alpes - Côte d'Azur (15 %).

La densité relative des emplacements mesurée en équivalents-lits par habitant est maximale en Corse (24 lits pour 100 habitants), devançant nettement les régions Languedoc-Roussillon (15), Aquitaine et

Poitou-Charentes (11). Cette densité relative est extrêmement faible dans les régions du Nord. C'est en Languedoc-Roussillon, en Provence - Alpes - Côte d'Azur, en Aquitaine et en Pays de la Loire que l'on trouve les plus fortes proportions de campings haut de gamme (3 et 4 étoiles).

En 2004, la fréquentation de l'hôtellerie de plein air a globalement diminué de 6 % par rapport à celle de 2003, dans toutes les régions à l'exception de l'Aquitaine. Toutefois, cette progression de la clientèle des campings aquitains (+ 6,5 %) fait suite à la chute importante (- 13 %) enregistrée en 2003 à la suite de la pollution due au naufrage du *Prestige*. Les cinq régions littorales offrant 54 % de la capacité recueillent 62 % de la fréquentation. Les campeurs néerlandais privilégient les régions Languedoc-Roussillon, Provence - Alpes - Côte d'Azur et Rhône-Alpes, qui recueillent 42 % de leurs nuitées. 40 % des touristes allemands préfèrent les campings d'Aquitaine et de Languedoc-Roussillon. Le tiers des campeurs britanniques fréquente les campings de Bretagne et des Pays de la Loire. Les trois quarts des Italiens se concentrent sur les campings de Corse (42 % du total de leurs nuitées) ou de Provence - Alpes - Côte d'Azur (26 %). Les Italiens représentent près de la moitié de la clientèle étrangère des campings corses.

C'est en Languedoc-Roussillon et en Aquitaine que les durées moyennes de séjour sont les plus longues : plus de 7 nuitées en moyenne, et même 8 ou 9 nuitées dans les campings 4 étoiles.

Définition

L'enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air est réalisée en partenariat entre l'Insee et la direction du Tourisme. Le champ de l'enquête est l'ensemble des campings classés possédant un emplacement de passage, quel que soit leur mode de gestion (y compris les campings municipaux, exclus du champ de l'enquête annuelle d'entreprise dans les services). L'enquête, exhaustive, se déroule au cours de la saison d'été (mai à septembre). Les campings possédant uniquement des emplacements loués à l'année sont dénombrés, mais leur fréquentation n'est pas enquêtée.

Pour en savoir plus

- « Une médiocre saison d'été dans l'hôtellerie et le camping en 2004 », M.-A. Le Garrec et S. Maille, *Insee Première* n° 1003, février 2005.
- « L'hôtellerie de plein air en France : l'offre et la fréquentation en 2004 », site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques : études statistiques ».

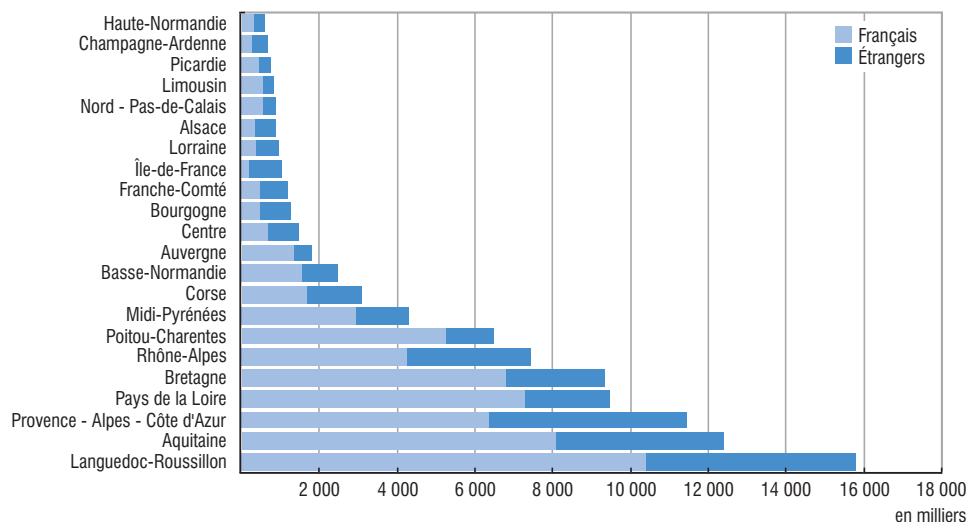
L'hôtellerie de plein air dans les régions 7.3

Les chiffres-clés

	Emplacements de passage		Nuitées totales (milliers)	dont nuitées étrangères (%)	Part des nuitées totales (%)	Part des nuitées étrangères (%)	Durée moyenne de séjour (nuitées)
	(nombre)	(%)					
France	742 289	100,0	94 493	35,8	100,0	100,0	5,7
Languedoc-Roussillon	100 042	13,5	15 785	34,0	16,7	15,9	7,5
Aquitaine	93 018	12,5	12 410	34,7	13,1	12,7	7,1
Provence - Alpes - Côte d'Azur	80 947	10,9	11 433	44,3	12,1	15,0	6,3
Bretagne	81 176	10,9	9 367	27,3	9,9	7,6	6,4
Pays de la Loire	67 719	9,1	9 463	23,2	10,0	6,5	6,8
Rhône-Alpes	61 767	8,3	7 429	42,6	7,9	9,4	5,5
Poitou-Charentes	47 967	6,5	6 475	18,9	6,9	3,6	6,7
Midi-Pyrénées	38 528	5,2	4 300	31,6	4,6	4,0	5,9
Auvergne	21 626	2,9	1 804	25,0	1,9	1,3	4,3
Corse	20 575	2,8	3 085	44,7	3,3	4,1	4,1
Basse-Normandie	19 889	2,7	2 479	38,3	2,6	2,8	4,1
Centre	18 865	2,5	1 481	52,7	1,6	2,3	3,0
Bourgogne	13 298	1,8	1 241	62,5	1,3	2,3	2,6
Franche-Comté	12 713	1,7	1 192	60,9	1,3	2,1	4,2
Limousin	12 050	1,6	813	33,8	0,9	0,8	4,3
Lorraine	9 749	1,3	970	60,6	1,0	1,7	3,4
Nord - Pas-de-Calais	8 626	1,2	866	37,6	0,9	1,0	3,7
Alsace	7 603	1,0	886	56,4	0,9	1,5	3,6
Picardie	6 977	0,9	753	40,8	0,8	0,9	3,0
Champagne-Ardenne	6 913	0,9	658	58,8	0,7	1,1	2,4
Île-de-France	6 779	0,9	1 029	82,5	1,1	2,5	3,4
Haute-Normandie	5 462	0,7	575	45,5	0,6	0,8	3,2

Source : enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air en 2004 - Insee, direction du Tourisme.

Répartition des nuitées en 2004



Source : enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air en 2004 - Insee, direction du Tourisme.

7.4 La concentration spatiale et temporelle du tourisme

La concentration spatiale et temporelle est une des caractéristiques majeures du tourisme en France. Deux secteurs sont, de ce point de vue, particulièrement emblématiques : l'**hôtellerie de plein air** et les **remontées mécaniques**.

L'hôtellerie de plein air est certes présente dans toutes les régions mais moins de 5 200 communes sur 36 000 disposent d'un terrain de camping classé au 1^{er} janvier 2005. Les **régions de la moitié Sud** regroupent plus des **trois quarts de l'offre** métropolitaine et les campings des seules **communes littorales** concentrent près de la **moitié de l'offre**.

Pour les remontées mécaniques, un seul département du massif des Alpes du Nord, la **Savoie, concentre 45 % de l'activité** de la saison d'hiver 2003-2004 ; le massif des **Alpes du Nord** représente **76 % de l'activité**. Les Alpes du Sud (12 %) et les Pyrénées (9 %) sont les deux autres massifs importants tandis que les trois autres massifs montagneux français (Vosges, Jura et Massif central) ne regroupent chacun que 1 % de l'activité des remontées mécaniques en France.

Les fortes variations temporelles de l'activité touristique se traduisent sur l'emploi par des profils infra-annuels très spécifiques.

L'emploi dans les **campings** est marqué par l'amplitude des variations (son volume varie dans un rapport de 1 à 4 entre le point le plus bas et le point le plus haut), et par la **concentration du maximum sur deux mois : juillet et août**. Au cours de l'année 2002, l'emploi dans l'hôtellerie de plein air a culminé à plus de 25 000 personnes alors que hors saison

seulement 7 300 salariés étaient occupés. Globalement, l'emploi double de janvier à juin, puis redouble de nouveau en juillet-août pour redescendre rapidement à son niveau bas. Conséquence des embauches massives en juillet-août, le volume d'emplois des jeunes de moins de 26 ans est durant cette période 12 fois celui de l'emploi hors saison. Pendant la haute saison d'été, la moitié des salariés est âgée de moins de 26 ans, alors que ces derniers ne représentent que 10 % des emplois hors saison.

Le profil de l'emploi dans les **remontées mécaniques** est très différent. Ce secteur présente une moindre amplitude des variations infra-annuelles et un étalement sur **trois mois** de la période **d'emploi élevé**. Globalement, l'emploi double entre le point bas et le point haut de l'année. Dans ce secteur, l'emploi « décolle » rapidement du 1^{er} décembre au 1^{er} janvier, reste ensuite à un niveau élevé pendant trois mois avec un maximum en février, puis décroît au cours du mois d'avril pour atteindre un minimum en mai-juin et se stabiliser ensuite. La part de l'emploi des moins de 26 ans dans ce secteur oscille entre 10 % et 20 % au cours de l'année.

Ces fortes variations au cours de l'année ont pour conséquence que ces deux secteurs rémunèrent pour des périodes plus ou moins longues un nombre de salariés très supérieur à ce que laisserait supposer le volume d'emploi moyen. Ainsi, en 2002, les établissements de camping ont salarié en un an 33 400 personnes et ceux des remontées mécaniques environ 18 400.

Définitions

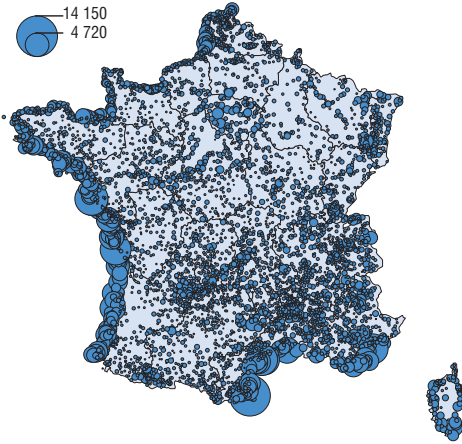
L'**exploitation de terrains de camping** (NAF 55.2C), appelée aussi hôtellerie de plein air, comprend les terrains de caravanage mais exclut la location à l'année d'emplacements de caravanes (70.2C de la NAF) ainsi que la location de tentes (71.4B) et de caravanes (71.2A).

L'activité du secteur des **téléphériques et remontées mécaniques** (NAF 60.2C) est retracée annuellement par le syndicat national des téléphériques de France.

Pour en savoir plus

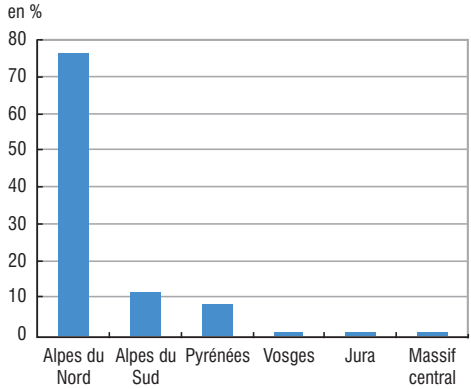
- « L'hôtellerie de plein air en France : l'offre et la fréquentation en 2004 », direction du Tourisme, site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques : études statistiques ».
- « Bilan de la saison 2003-2004 », syndicat national des téléphériques de France, 2004.

Concentration spatiale des campings



Sources : Insee, direction du Tourisme.

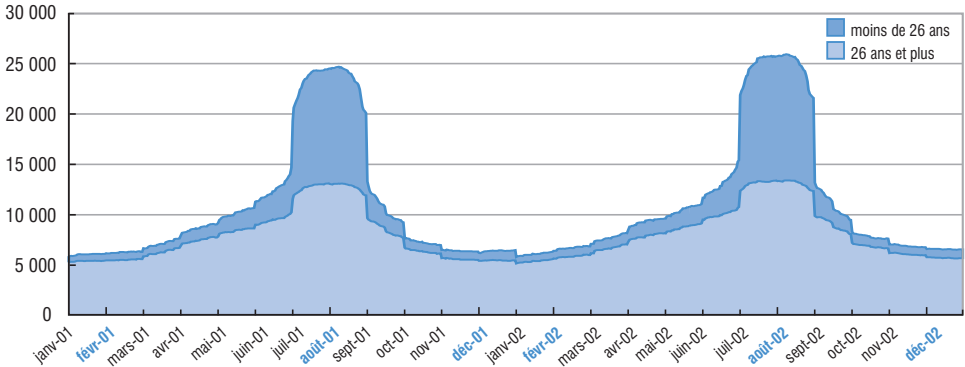
Concentration spatiale des recettes des remontées mécaniques en 2002-2003



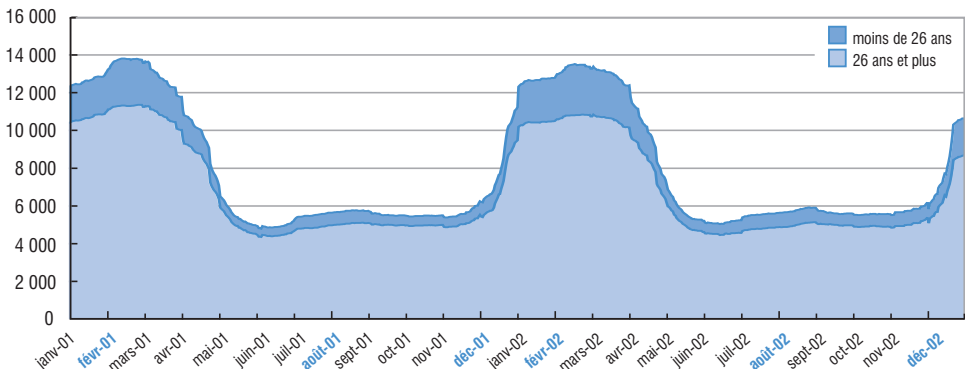
Source : syndicat national des remontées mécaniques.

Concentration temporelle de l'emploi dans les campings et dans les remontées mécaniques (années 2001-2002)

nombre de jours-contrats dans les campings



nombre de jours-contrats dans les remontées mécaniques



Source : Insee, DADS 2001-2002.

7.5 Les flux touristiques français inter-régionaux

Ce sont les habitants d'**Île-de-France** qui voyagent le plus, effectuant 5,1 voyages personnels en France contre une moyenne de 4 en 2004. Comme l'Île-de-France est la région la plus peuplée, ses habitants fournissent près de 30 % des nuitées des touristes français. Les touristes français qui séjournent en Île-de-France y restent relativement peu de temps, 3,3 jours en moyenne. La région **Rhône-Alpes** est la deuxième région émettrice, avec un taux de départ supérieur à 77 %, mais les Rhônalpins voyagent un peu moins que les Franciliens. La région Rhône-Alpes est aussi la première région réceptrice pour les séjours, accueillant 11,5 % du total des séjours des Français ; elle présente la particularité d'être à la fois une région très émettrice et très réceptrice.

À l'opposé, la **Corse** est non seulement la région la moins émettrice de touristes, mais aussi la moins réceptrice pour la part des séjours (0,7 % des séjours en France). Toutefois, c'est en Corse que les Français séjournent le plus longtemps, avec une durée moyenne de séjour de 11,1 jours.

Après la Corse, c'est la région **Nord - Pas-de-Calais** qui a un taux de départ extrêmement faible (56 %) toutes destinations confondues, avec en moyenne seulement 2,6 voyages personnels en France par an. En revanche, les habitants du Nord - Pas-de-Calais partent pour une durée assez longue, 7,3 jours en moyenne. La région est

aussi assez faiblement réceptrice : elle ne concentre que 3 % des séjours des Français. En terme de nuitées, c'est la région **Provence - Alpes - Côte d'Azur** qui reçoit le plus de touristes (12,2 % des nuitées) pour une durée moyenne de séjour de 6,7 jours. Le **Langue-doc-Roussillon** et la région **Aquitaine** sont également des régions réceptrices, puisque les touristes français y séjournent respectivement 6,8 et 6,1 jours. La **Bretagne** et la région **Pays de la Loire** figurent également dans les régions plus réceptrices, recueillant respectivement 9 % et 7,4 % du total des nuitées des Français.

Quant aux habitants de la région **Midi-Pyrénées**, ce sont eux qui partent le moins longtemps, 4,4 jours en moyenne. La région est davantage réceptrice, avec 5,7 % des nuitées, en particulier grâce à la présence de Lourdes sur son territoire. Les régions **Alsace** et **Lorraine** sont, quant à elles, des régions davantage émettrices, tandis que l'**Auvergne**, la **Basse-Normandie**, la **Bourgogne**, le **Limousin** et **Poitou-Charentes** sont des régions qui reçoivent davantage de touristes français qu'elles n'en émettent.

Le **Centre**, la **Franche-Comté** et la **Picardie** sont des régions plutôt émettrices, dans la mesure où leurs habitants partent plus longtemps que ne séjournent les touristes dans leurs régions. Les régions **Champagne-Ardenne** et **Haute-Normandie** sont les régions où les touristes séjournent le moins longtemps : 3,1 jours.

Définitions

L'enquête direction du Tourisme / TNS Sofrès sur le suivi de la demande touristique permet de suivre l'évolution des **comportements touristiques de la clientèle française âgée de 15 ans et plus**. Cette enquête mensuelle est réalisée auprès d'un panel de 20 000 personnes représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus.

Les régions **émettrices** désignent les régions dont les habitants visitent des régions autres que celles où ils habitent.

Les régions **réceptrices** désignent les régions qui reçoivent des touristes venant d'autres régions ou d'autres pays.

Pour en savoir plus

- « Chiffres clés du tourisme », édition 2005, direction du Tourisme.
- « Mémento du Tourisme », édition 2005, direction du Tourisme.
- « Atlas des mobilités touristiques », Datar - direction du Tourisme - INRETS, 2005.

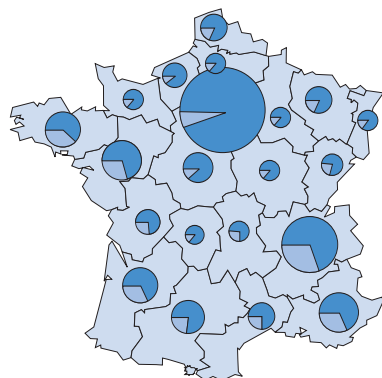
Flux touristique inter-régionaux en 2004

	Régions émettrices				Régions réceptrices		Solde touristique réception - émission	
	Taux de départ (motif personnel) en France*	Nombre moyen de voyages personnels en France*	Part des séjours (%)	Durée moyenne de séjour (nuitées)	Part des séjours (%)	Durée moyenne de séjour (nuitées)	Séjours (%)	Nuitées (%)
	(%)		(%)	(nuitées)	(%)	(nuitées)	(%)	(%)
France métropolitaine	70,5	4,0	100,0	5,1	100,0	5,1	0,0	0,0
Alsace	59,1	3,2	2,1	5,1	1,7	4,3	- 0,4	- 0,6
Aquitaine	69,0	4,0	5,3	4,6	6,6	6,1	1,3	3,2
Auvergne	69,1	4,5	1,9	4,8	3,2	4,9	1,3	1,4
Basse-Normandie	64,5	3,8	1,7	5,1	3,4	4,3	1,7	1,4
Bourgogne	74,3	3,8	2,3	5,0	3,5	3,8	1,2	0,3
Bretagne	65,1	3,9	5,5	4,5	8,0	5,8	2,5	4,4
Centre	76,1	3,9	4,4	5,5	4,8	3,4	0,4	- 1,1
Champagne-Ardenne	62,8	3,2	1,8	5,3	1,9	3,1	0,1	- 0,6
Corse	45,5	2,2	0,2	9,6	0,7	11,1	0,5	1,2
Franche-Comté	64,4	4,0	2,1	4,6	2,1	4,3	0,0	0,0
Haute-Normandie	71,1	3,2	2,5	4,9	2,4	3,1	- 0,1	- 0,8
Île-de-France	83,7	5,1	26,3	5,9	7,2	3,3	- 19,1	- 24,5
Languedoc-Roussillon	67,2	4,2	3,3	5,2	7,0	6,8	3,7	6,2
Limousin	64,9	4,5	1,3	4,7	1,5	5,5	0,2	0,4
Lorraine	62,2	3,1	3,0	5,5	2,5	4,1	- 0,5	- 1,2
Midi-Pyrénées	68,0	4,1	4,7	4,4	5,6	5,1	0,9	1,8
Nord - Pas-de-Calais	55,6	2,6	3,8	7,3	3,0	4,2	- 0,8	- 3,0
Pays de la Loire	72,1	4,4	5,9	4,6	7,7	5,1	1,8	2,3
Picardie	66,5	3,1	2,3	5,8	2,4	3,6	0,1	- 0,8
Poitou-Charentes	72,1	3,4	2,7	4,5	4,4	5,4	1,7	2,6
Provence - Alpes - Côte d'Azur	66,9	3,5	6,1	5,7	9,0	6,7	2,9	5,6
Rhône-Alpes	77,6	4,3	10,8	4,9	11,5	5,3	0,7	2,0

* France métropolitaine.

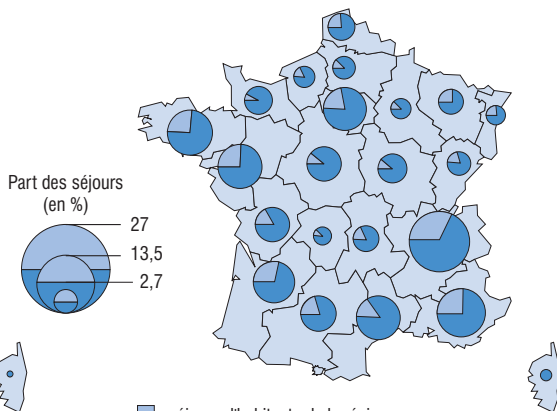
Source : suivi de la demande touristique des Français, direction du Tourisme - TNS-Sofrès.

Séjours émis



■ séjours intra-régionaux
■ séjours à destination d'autres régions

Séjours reçus



■ séjours d'habitants de la région
■ séjours d'habitants d'autres régions

Source : suivi de la demande touristique des Français, direction du Tourisme - TNS-Sofrès.

7.6 La fréquentation touristique journalière

La répartition de la fréquentation touristique des Français au cours de l'année est très liée au calendrier des vacances scolaires et des jours fériés. En 2003, 70 % des nuitées touristiques ont eu lieu au cours de vacances ou de ponts et **44 % des nuitées** se sont concentrées pendant les **vacances d'été**. Seules 10 % des nuitées se sont déroulées hors week-ends, vacances scolaires ou ponts. Le profil saisonnier de la fréquentation des Français à l'étranger est moins marqué : 43 % des nuitées à l'étranger ont eu lieu hors vacances scolaires ou ponts.

C'est le 15 août que le maximum de Français sont en déplacement : leur nombre atteignait 13,6 millions (soit 23 % de la population résidente) le vendredi 15 août 2003. Hors vacances d'été, on compte deux principaux pics de fréquentation : à Noël (7,3 millions d'absents le mercredi 24 décembre) et à Pâques (6,8 millions d'absents le samedi 19 avril).

Les Français partent en voyage dans 52 % des cas en fin de semaine : 24 % des départs le vendredi et 28 % le samedi. Le principal **pic de départs** a eu lieu le **24 décembre** (2,2 millions de partants) ; le second s'est produit à l'occasion du pont du 14 juillet, et le troisième lors du week-end de Pâques.

À la mi-août, le nombre de touristes étrangers en France métropolitaine atteint son maximum : **3,8 millions**. C'est également la période au cours de laquelle le nombre de Français à l'étranger est le plus fort : 1,5 million le 15 août 2003. La population présente sur le territoire français n'est donc pas maximale en août, mais en juillet : le 22 juillet 2003, **62,5 millions** de personnes ont passé la

nuit en France, soit 2,8 millions de plus que la population résidente. Chaque jour de l'année, la France reçoit plus de touristes internationaux qu'elle n'en émet : le niveau de population présente est toujours supérieur au niveau de population résidente.

Si le solde touristique est chaque jour positif à l'échelle nationale, c'est loin d'être toujours le cas à l'échelle départementale. À Paris, notamment, le solde touristique reste, malgré une fréquentation étrangère élevée, négatif pendant tout l'été en raison du nombre important de départs de Parisiens.

La carte des soldes touristiques au **15 février** 2003 montre qu'au cours des vacances d'hiver, les seuls départements très nettement excédentaires sont ceux d'environnement montagneux (les départements alpins, mais aussi les Hautes-Pyrénées et les Vosges). À cette date, la zone A (académies de Caen, Clermont-Ferrand, Grenoble, Lyon, Montpellier, Nancy-Metz, Nantes, Rennes et Toulouse) n'était pas en vacances : le solde touristique de la plupart des départements appartenant à ces zones reste donc positif.

Au **15 août** 2003, le solde touristique est négatif dans la plupart des départements comportant une grande ville (Paris, Marseille, Lyon, Toulouse, Lille). Il est également négatif dans de nombreux départements du Nord-Est. Il est en revanche très positif sur tout le littoral, dans le quart Sud-Ouest et dans les Alpes. Dans certains départements (Alpes du Sud, Corse, Vendée, Landes), la population présente au 15 août est supérieure au double de la population résidente.

Définitions

Une nuitée touristique est une nuit passée, à l'occasion d'un voyage, hors de son domicile. Elle peut aussi bien être pour motif personnel (visite de famille et d'amis, agrément, etc.) que pour motif professionnel.

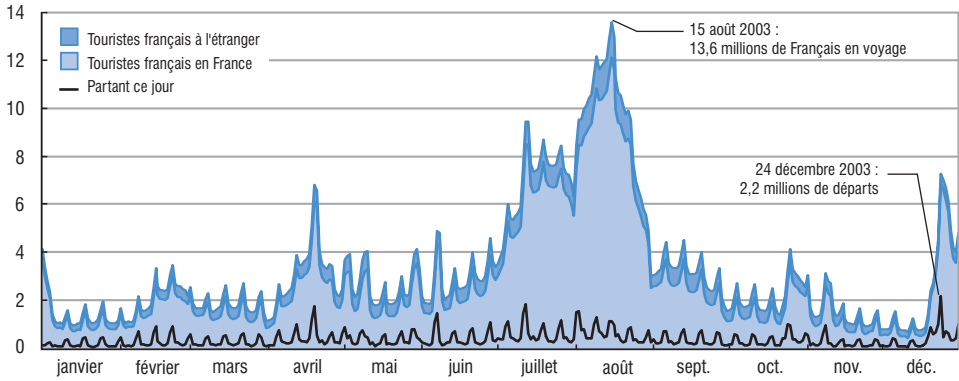
Le solde touristique d'une zone (pays, région, département, etc.) est la différence entre le volume de touristes reçus dans cette zone et le volume de touristes émis par cette zone.

Pour en savoir plus

- « Méthodes de détermination de la population présente », Abdel Khiati (direction du Tourisme), Véronique Moncere (TNS-Sofrès), Marguerite Sylvander et Christophe Terrier (direction du Tourisme), journées de méthodologie statistique Insee, mars 2005.

Français absents et partant par jour en 2003

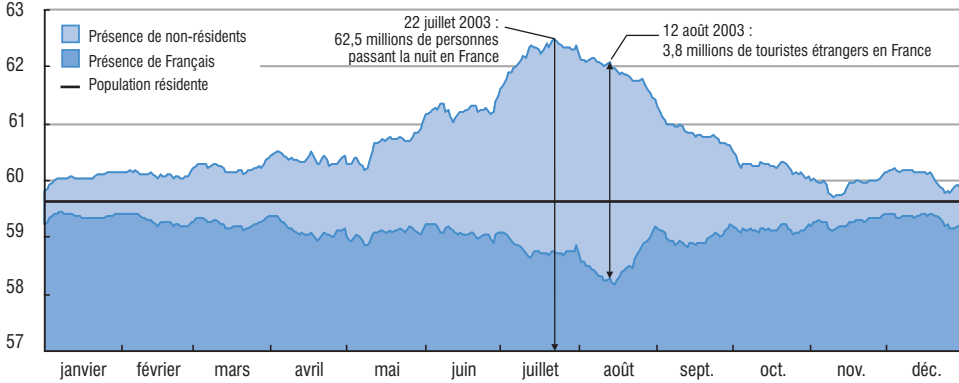
en millions



Sources : estimation direction du Tourisme.

Présence par jour en France en 2003

en millions

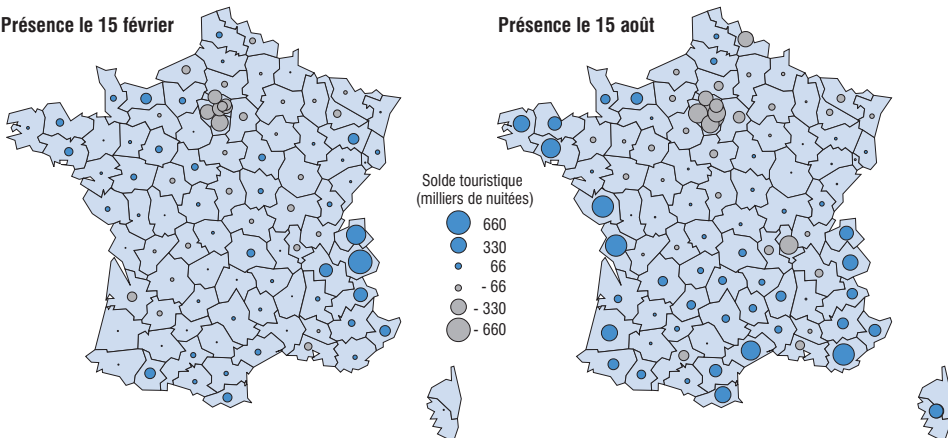


Source : estimation direction du Tourisme.

Présence et absence par département : 15 février et 15 août 2003

Présence le 15 février

Présence le 15 août



Source : estimation direction du Tourisme.

7.7 La spécificité de l'Île-de-France

Le tourisme en Île-de-France présente plusieurs particularités par rapport à l'ensemble du pays. C'est la région qui reçoit le plus de touristes étrangers, où la part du tourisme d'affaires est la plus importante, où les courts séjours sont surreprésentés, où les déplacements à la journée sont les plus nombreux et dont les habitants partent le plus souvent.

L'Île-de-France est la première région hôtelière, en capacité (25 % des chambres) comme en nuitées (31 % en 2004). Les **touristes étrangers** fréquentent massivement la région qui recueille 43 % de leurs séjours et 47 % de leurs nuitées à l'hôtel. C'est Paris qui reçoit le plus de touristes dans l'hôtellerie : plus de la moitié des nuitées de la région et plus de 60 % des nuitées des étrangers en Île-de-France. La première clientèle étrangère de Paris vient des États-Unis. Après Paris et bien loin derrière, le département de la Seine-et-Marne accueille environ 15 % des nuitées étrangères de la région, grâce à la présence de Disneyland Paris.

Outre la clientèle étrangère, le **tourisme d'affaires** est également surreprésenté en Île-de-France. Alors que les séjours professionnels représentent à peine 4 % des séjours des Français pour l'ensemble de la France en 2004, ils s'élèvent à 13 % en Île-de-France. Ils sont concentrés à Paris (plus de 60 % des séjours professionnels de la région).

Les **séjours personnels des Français** présentent eux aussi plusieurs spécificités par rapport au reste de la France. Les Français effectuent essentiellement des courts séjours en Île-de-France : ils y restent en moyenne 3,4 jours contre 5,3 en France. Les courts séjours constituent plus de 70 % des séjours en Île-de-France contre 56 % en France. En

Île-de-France, les Français sont plus souvent qu'ailleurs hébergés par leur famille (56 % contre 45 %), par des amis (17 % contre 12 %) et vont davantage à l'hôtel (15 % contre 10 %). Une autre particularité des séjours en Île-de-France tient à la saisonnalité. Alors que dans le reste de la France, c'est en été, et plus particulièrement au mois d'août, que les séjours personnels sont les plus importants, en Île-de-France, c'est le mois de décembre qui détient le plus fort pourcentage de séjours personnels. En 2003, la population parisienne, estimée à 2,15 millions d'habitants, a varié entre 1,7 million de présents au mois d'août et 2,3 millions au mois de décembre. En effet, même si Paris accueille beaucoup d'étrangers en août, la ville se vide de ses habitants. À l'inverse, en décembre, de nombreux provinciaux s'ajoutent aux touristes étrangers venus à Paris pour les fêtes de fin d'année.

Ce sont les Franciliens qui ont le plus fort taux de départ (87 % contre 72 % pour le reste de la France) et qui partent le plus souvent. En effet, 27 % d'entre eux effectuent plus de 7 voyages par an, contre seulement 13 % des provinciaux ; ce taux est même de 34 % pour les Parisiens. Les habitants de l'agglomération parisienne effectuent 6,2 voyages par an (contre 4,5 en moyenne en France) et sont à l'origine de 27 % des séjours à l'étranger.

Première région émettrice de **déplacements à la journée** (10 %), l'Île-de-France en est aussi la première région réceptrice (15 %). Ce sont les Franciliens qui se déplacent le plus en dehors de leur région : 96 % de leurs allers et retours à la journée sont extra-régionaux. Ils sont également les plus nombreux à partir en week-end.

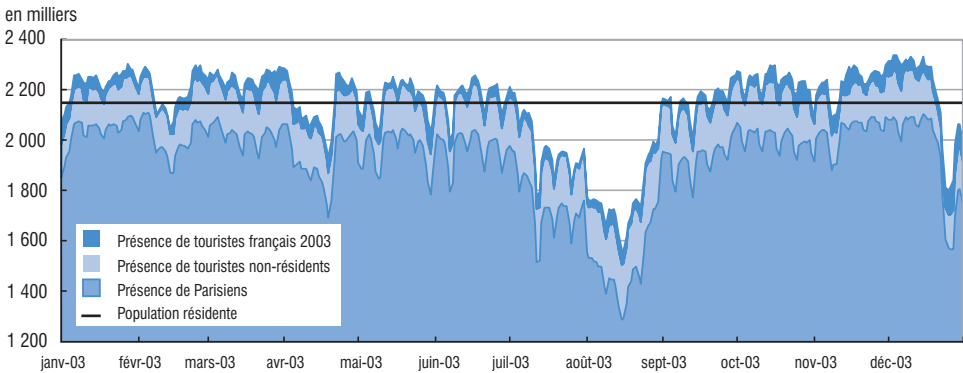
Définition

Un volet de l'enquête direction du tourisme / TNS Sofrès sur le suivi de la demande touristique des Français analyse les **déplacements à la journée** à plus de 100 km du lieu de résidence habituel. Un voyageur effectuant l'aller et le retour dans la même journée est un **excursionniste** ; un **touriste** passe au moins une nuit hors de son lieu de résidence habituel.

Pour en savoir plus

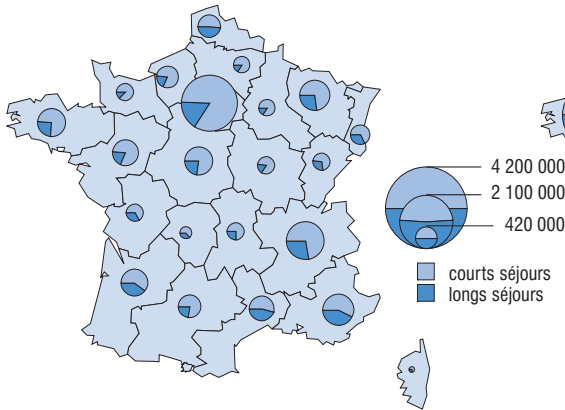
- « L'hôtellerie de tourisme en France métropolitaine en 2004 », direction du Tourisme, site internet www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques ».
- « Le baromètre de l'activité touristique de Paris Île-de-France », site internet www.ortif.info

Population présente à Paris la nuit en 2003



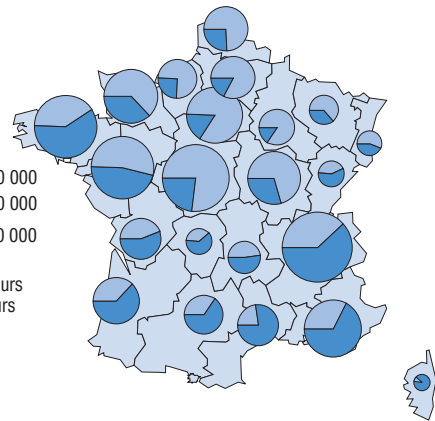
Source : direction du Tourisme - TNS/Sofrès, suivi de la demande touristique des Français en 2004.

Origine des touristes séjournant en Île-de-France

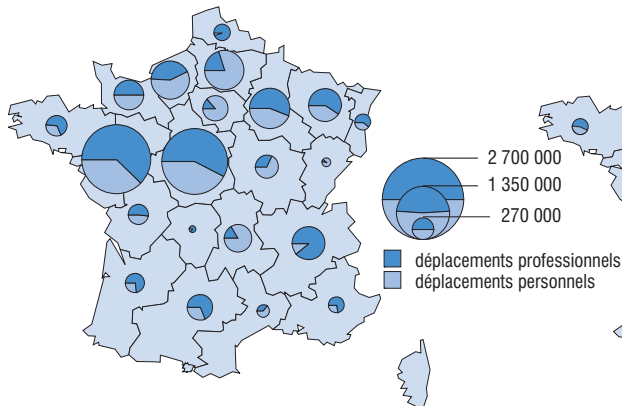


Source : direction du Tourisme - TNS/Sofrès, suivi de la demande touristique des Français en 2004.

Destination des touristes franciliens

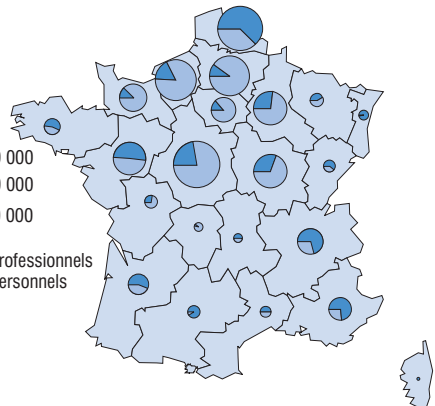


Origine des excursionnistes en Île-de-France



Source : direction du Tourisme - TNS/Sofrès, suivi de la demande touristique des Français en 2004.

Destination des excursionnistes franciliens



7.8 La spécificité de Lourdes

En 2004, Lourdes (15 800 habitants) a accueilli **5 millions de visiteurs** : 3 millions d'**excursionnistes** et 2 millions de **touristes**. Pour se rendre à Lourdes, les visiteurs utilisent presque autant leur voiture (36 %) que le train (30 %) ; ils sont également nombreux à venir en autocar (16 %) ou en avion (16 %).

Pour accueillir les touristes, Lourdes possède la deuxième capacité hôtelière française derrière Paris, avec 241 hôtels de tourisme offrant 14 000 chambres. Ce sont majoritairement des hôtels 2 et 3 étoiles. Recevant de nombreux groupes de pèlerins, les hôtels de Lourdes ont une capacité bien supérieure à la normale : 60 chambres en moyenne, contre 42 en moyenne dans les villes hors Île-de-France. Afin de répondre aux attentes des clientèles des tours-opérateurs étrangers, les hôtels 3 étoiles se sont développés ces dernières années : avec une capacité moyenne de 105 chambres, ils représentent aujourd'hui la moitié de la capacité hôtelière de la ville. En nombre de chambres, Lourdes représente 35 % de l'offre hôtelière de la région Midi-Pyrénées.

La saisonnalité de la fréquentation touristique de Lourdes est très marquée : en 2004, **95 %** des 3 millions de nuitées hôtelières se concentrent sur la période **avril-octobre**, avec un pic autour du 15 août. On note également une petite pointe autour du 11 février, date anniversaire de la première apparition.

Parmi les touristes séjournant dans les hôtels de Lourdes, **les deux tiers sont des étrangers**. Les **Italiens** sont de loin les plus nombreux, avec 800 000 nuitées, soit 40 % des nuitées étrangères et 27 % des nuitées hôtelières totales enregistrées en 2004. Viennent ensuite les Britanniques, les Belges et les Irlandais ; ces derniers séjournent plus longtemps que la moyenne : 4,6 jours, contre 3 jours en moyenne toutes nationalités confondues. Si les Espagnols sont très nombreux à se rendre à Lourdes (2^e nationalité après les Italiens en termes d'arrivées), ils restent beaucoup moins longtemps (1,8 jour en moyenne) et n'arrivent ainsi qu'en 5^e position en termes de nuitées. On compte également des visiteurs portugais et polonais, originaires de pays où la dévotion mariale est particulièrement marquée.

Les touristes restent en moyenne 3 jours à Lourdes ; après s'être rendus dans les sanctuaires, ils profitent souvent de leur séjour pour visiter le parc naturel des Pyrénées ou le cirque de Gavarnie.

Avec 6 millions de nuitées par an (dont 50 % à l'hôtel), Lourdes représente 8 % de la fréquentation touristique annuelle de la région Midi-Pyrénées. C'est également un tiers de la fréquentation hôtelière de la région et près de 60 % de la fréquentation étrangère en Midi-Pyrénées.

Définitions

Les voyageurs intéressant le tourisme sont appelés « **visiteurs** » : ils se répartissent en « **touristes** » qui passent au moins une nuit hors de leur domicile, et en « **excursionnistes** », visiteurs de la journée uniquement.

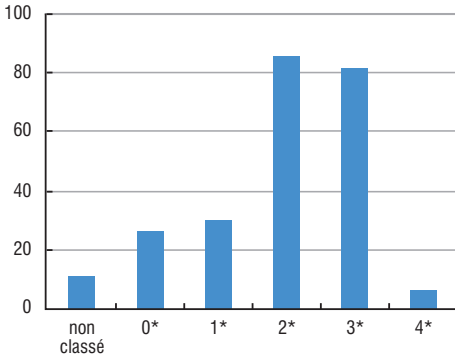
L'**enquête de fréquentation dans l'hôtellerie** est réalisée mensuellement en partenariat entre l'Insee et la direction du Tourisme. Elle bénéficie dans la plupart des régions d'une extension d'échantillon financée par les partenaires locaux du tourisme.

Le nombre d'**arrivées** est le nombre de clients différents qui séjournent une ou plusieurs nuits consécutives dans le même hôtel. Le nombre de **nuitées** est le nombre total de nuits passées par les clients dans un hôtel.

Pour en savoir plus

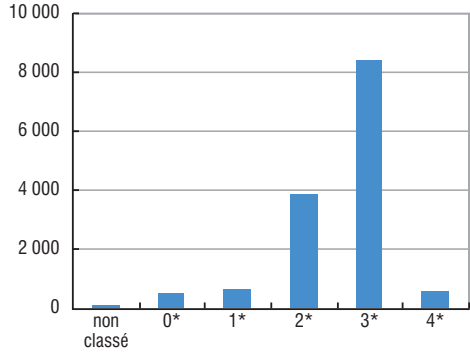
- Office du tourisme de Lourdes, site internet www.lourdes-infotourisme.com
- Comité régional du tourisme de Midi-Pyrénées, site internet www.crtmp.com

Nombre d'hôtels



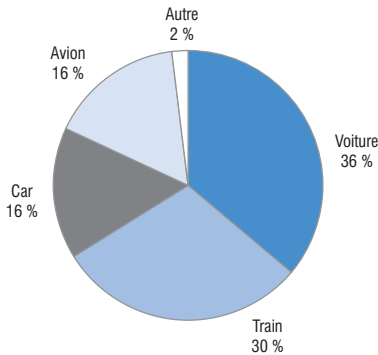
Source : enquête de fréquentation hôtelière 2004 - Insee, direction du Tourisme, partenaires régionaux.

Nombre de chambres



Source : enquête de fréquentation hôtelière 2004 - Insee, direction du Tourisme, partenaires régionaux.

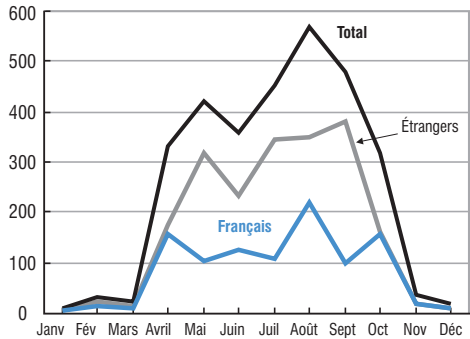
Moyens de transport utilisés



Source : Office du tourisme de Lourdes.

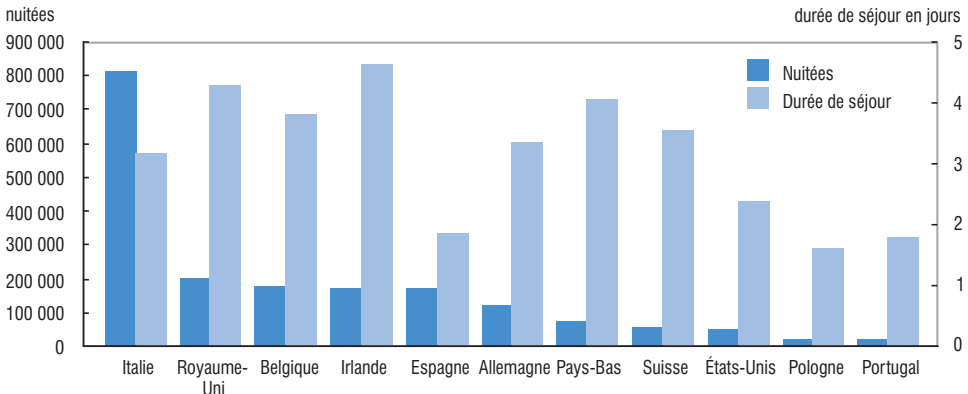
Nuitées hôtelières en 2004

en milliers



Source : office du tourisme de Lourdes.

Nuitées hôtelières et durée moyenne de séjour en 2004



Source : enquête de fréquentation hôtelière 2004 - Insee, direction du Tourisme, partenaires régionaux.

7.9 Le tourisme dans les départements d'outre-mer

C'est la Guadeloupe qui a l'économie touristique la plus importante des départements d'outre-mer, avec près d'un million de touristes par an. La Martinique a accueilli près de 700 000 visiteurs en 2004, en partie grâce au tourisme de croisière. La Réunion reçoit plus de 400 000 touristes par an, essentiellement en provenance de métropole. Quant à la Guyane, son tourisme est dominé par le tourisme d'affaires, lié à l'activité du Centre spatial de Kourou.

La **Guadeloupe**, y compris les îles du nord, reçoit près d'un million de touristes par an. Après une progression constante durant la décennie 1990 (doublement de la fréquentation), l'activité touristique a connu une période de baisse sensible de 2000 à 2004, marquée à la fois par une réduction du nombre et de la durée moyenne des séjours. L'aéroport de Pôle Caraïbes est ainsi passé durant cette période de 2,1 millions à 1,8 million de passagers, la croisière de 300 000 à 150 000 ; la durée moyenne des séjours a diminué de 5,5 à 4 jours, le nombre de nuitées s'est réduit de 25 %, le taux d'occupation des chambres est passé de 68 % à 50 %. Le tourisme dans les îles du nord est différent de celui de la Guadeloupe continentale : il est plus orienté vers l'international et vers le luxe.

Une partie importante des clientèles touristiques en **Martinique** est composée des croisiéristes, entre un quart et un tiers des visiteurs selon les années. Les clientèles des croisières sont majoritairement américaines (les trois-quarts étaient originaires des États-Unis en 2003). Les passagers d'origine européenne représentaient seulement 18 % des croisiéristes en 2003. Depuis le début des années 1990, le nombre d'escales a diminué régulièrement. De 1990 à 1997, cette baisse a été

compensée par l'augmentation de la taille des navires. Mais depuis, une période de déclin de la croisière s'est poursuivie en Martinique. La Martinique reste une destination privilégiée pour la pratique de la plaisance, avec quatre marinas. Au cours de l'année 2003, près de 8 500 bateaux de plaisance et de 40 000 passagers ont fait escale sur l'île. Depuis 2000, le nombre de touristes en visite à la **Réunion** s'est stabilisé autour de 430 000. La clientèle touristique de la Réunion est largement composée de personnes qui ont un lien avec l'île : 51 % d'entre elles ont de la famille ou des amis sur place. Ce **tourisme affinitaire** est, depuis 1998, le moteur de la progression du tourisme. Sa part est de plus en plus importante dans les arrivées : 32 % dans les années quatre-vingt-dix et 42 % en 2004. Les touristes d'agrément sont à peine plus nombreux avec 43 % des arrivées. Les personnes venues pour la première fois et qui n'étaient pas hébergées chez des amis ne représentaient que 30 % des arrivées en 2003 ; seulement 28 % des touristes ont visité la Réunion dans le cadre d'un voyage à forfait. Le tourisme d'affaires représente la troisième catégorie touristique, soit environ 12 % des arrivées. La Réunion a du mal à diversifier l'origine de ses touristes. Les étrangers sont peu nombreux : ainsi, en 2003, huit touristes sur dix sont venus de France métropolitaine. En **Guyane**, le tourisme d'affaires est le principal segment touristique. Le taux d'occupation hôtelier de la zone Kourou-Sinnamary est fortement corrélé au tourisme d'affaires généré par l'activité du Centre spatial guyanais (86 % de la clientèle des hôtels de Kourou). Après le Centre spatial guyanais, ce sont les îles du Salut qui sont les plus visitées (20 000 visiteurs en 2003).

Définition

Le **tourisme affinitaire** désigne les personnes qui rendent visite à des amis ou à de la famille.

Pour en savoir plus

- « Mémento du tourisme », édition 2005, direction du Tourisme.
- « Rapport annuel », Institut d'émission des départements d'outre-mer.
- « Antiane, la revue économique et sociale d'Antilles - Guyane », n° 61 septembre 2004, Insee.

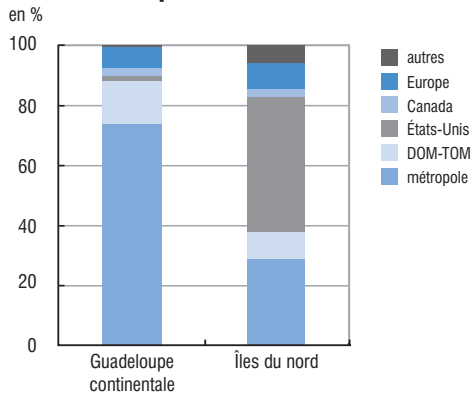
Les hébergements touristiques dans les Dom

au 1^{er} janvier 2004

	Guadeloupe		Martinique		Guyane		Réunion	
	établiss.	lits	établiss.	lits	établiss.	lits	établiss.	lits
Ensemble des hébergements	594	20 103	442	11 675	59	3 194	778	11 787
Hôtellerie	162	16 038	106	8 706	27	2 398	86	7 555
dont hôtels non classés	50	1 804	60	904	—	—	25	1 400
hôtels 0 étoile	12	344	—	—	11	495	5	180
hôtels 1 étoile	5	120	26	1 610	—	—	5	427
hôtels 2 étoiles	21	1 576	—	—	4	263	25	1 900
hôtels 3 étoiles	49	7 474	19	6 042	12	1 640	23	3 080
hôtels 4 étoiles et 4 ét. luxe	25	4 720	1	150	—	—	3	568
Résidences de tourisme et établissements assimilés	5	2 209	6	868	1	350	3	620
Villages de vacances	2	172	4	826	—	—	3	750
Meublés	417	1 668	313	1 252	6	30	329	1 244
Chambres d'hôtes	8	16	13	23	5	10	310	620
Gîtes de montagne ou d'étape, auberges de jeunesse	—	—	—	—	20	406	47	998

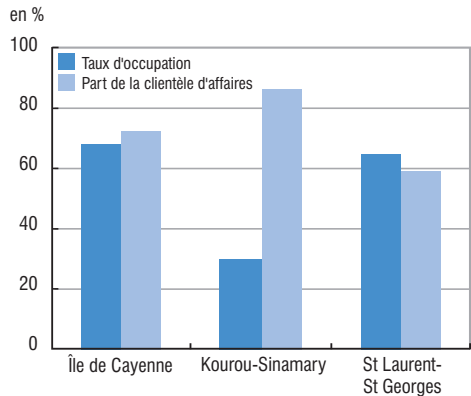
Source : ledom, direction du Tourisme.

Origine des clientèles hôtelières en Guadeloupe



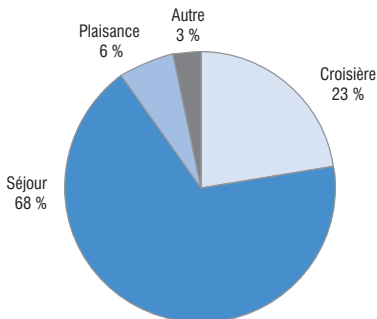
Source : Insee, enquête de fréquentation hôtelière.

Hôtellerie de Guyane en 2003



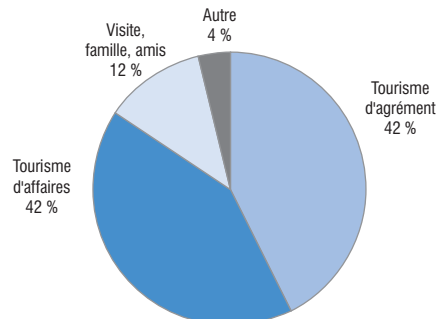
Source : Insee, enquête de fréquentation hôtelière.

Clientèles de la Martinique en 2004



Source : Comité martiniquais du tourisme.

Clientèles de la Réunion en 2004



Source : Insee-CTR Enquête flux touristiques 2004.

Définitions

L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) utilise deux critères pour distinguer les voyageurs entre eux : le motif du séjour et sa durée.

Les motifs du séjour permettent de répartir les voyageurs en deux catégories : d'une part les visiteurs dont la motivation est touristique, et d'autre part ceux qui se rendent à l'étranger pour exercer une profession rémunérée et qui sont donc exclus des statistiques du tourisme.

Le tourisme comprend « les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel à des fins de loisirs, pour affaires ou autres motifs ». Tous les voyageurs intéressant le tourisme sont appelés « **visiteurs** ».

La durée du séjour permet de distinguer deux catégories de visiteurs : les **touristes** qui passent au moins une nuit (et au plus un an) dans le pays visité, et les **excursionnistes**, qui n'en passent aucune. On considère donc comme **touriste international** toute personne qui passe au moins une nuit dans le pays visité, dans un but autre que d'y exercer une profession rémunérée.

On distingue trois formes de base du tourisme :

- le tourisme interne, où les résidents d'un pays se déplacent dans leur propre pays ;
- le tourisme récepteur, où les non-résidents d'un pays visitent un pays autre que le leur ;
- le tourisme émetteur, où les résidents d'un pays visitent un autre pays.

Les activités caractéristiques du tourisme sont celles qui satisfont les besoins des touristes en hébergement et restauration, ou pour certaines activités spécifiques : agences de voyages, offices de tourisme, thermalisme et thalassothérapie, remontées mécaniques...

Le compte satellite du tourisme

Le compte satellite du tourisme permet d'évaluer le poids du tourisme dans les économies nationales et dans l'économie mondiale. Il regroupe dans un système unique et cohérent l'ensemble des flux économiques intéressant le tourisme.

Le poids du tourisme est estimé par la consommation touristique. Celle-ci regroupe l'ensemble des biens et des services consommés par les touristes pendant leurs déplacements ou en vue de ce dernier, ainsi que les services rendus par des organismes concourant au développement touristique (accueil, promotion, administration). Toutefois, la consommation touristique n'est pas une composante pure du PIB car elle comporte des

8.1 Le champ du tourisme

consommations intermédiaires en double compte, telles le coût des déplacements professionnels.

On décompose la consommation touristique en quatre agrégats :

- T0 : consommation des touristes résidents et non-résidents auprès des activités caractéristiques du tourisme (dépenses d'hôtels et autres hébergements marchands, de restaurants et cafés, de loisirs touristiques et de services d'organisation de voyages).
- T1 : consommation liée aux séjours : T0 + autres dépenses des touristes au cours des séjours (hébergements privatifs¹, alimentation, autres services, achats de biens durables).
- T2 : consommation touristique intérieure : T1 + transport domicile-lieu de séjour, achats préalables aux voyages, consommation de services touristiques non marchands.
- T3 : consommation touristique et para-touristique : T2 + dépenses des excursionnistes et de la clientèle locale auprès des activités caractéristiques du tourisme.

1. Évaluation du service d'hébergement qu'auraient payé les touristes s'ils avaient séjourné en hébergement marchand au lieu de séjourner dans leur résidence secondaire ou chez des parents ou amis.

L'enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de tourisme

L'enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de tourisme est réalisée par l'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee) en partenariat avec la direction du Tourisme. La mise en œuvre est effectuée par les directions régionales de l'Insee. Le pôle Tourisme de l'Insee (direction régionale de Languedoc-Roussillon) joue le rôle de coordinateur entre les 22 directions régionales. L'enquête fait partie du programme avalisé par le Conseil national de l'information statistique (CNIS) et revêt un caractère obligatoire. Des partenariats avec des organismes locaux du tourisme (CRT, CDT, ORT, offices de tourisme) ont été signés dans la plupart des régions, permettant ainsi d'augmenter la taille de l'échantillon, voire d'enquêter l'ensemble des hôtels de tourisme dans certaines régions.

Il s'agit d'une enquête **mensuelle** réalisée par voie postale, portant sur l'ensemble des hôtels homologués de 0 à 4 étoiles. À partir de l'année 2003, l'enquête a été progressivement étendue aux hôtels de tourisme non homologués, puis à trois départements d'outre-mer (Guadeloupe, Martinique et Guyane). Une partie des **hôtels échantillonnés** reçoit un questionnaire complet (contenant une information détaillée sur les pays d'origine) et l'autre un questionnaire léger (comportant seulement le détail Français-étrangers).

Le **parc** est mesuré au 31 décembre de chaque année et la **fréquentation** sur chaque mois.

Les principaux indicateurs recueillis sont les suivants :

- les arrivées (nombre de personnes arrivées dans les hôtels) ;
- les nuitées (nombre de nuitées réalisées) : *exemple : un couple arrive le 25 juillet et séjourne 10 nuits ; il faut compter 2 arrivées et 14 nuitées en juillet, et 0 arrivées et 6 nuitées en août ;*
- la durée moyenne de séjour : nombre de nuitées/nombre d'arrivées ;
- le taux d'occupation (%) : nombre de chambres occupées/nombre de chambres offertes ;
- la part des nuitées d'affaires (%) : nombre de nuitées d'affaires/nombre total de nuitées.

Outre les critères géographiques habituels (département, région), un critère « espace touristique » prend quatre modalités : littoral, montagne, rural et urbain. Dans chaque région, les critères de stratification de l'échantillon des hôtels enquêtés sont les suivants : taille, catégorie et espace touristique.

L'enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air

L'enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air est réalisée par l'Insee en partenariat avec la direction du Tourisme, comme l'enquête de fréquentation dans l'hôtellerie. La mise en œuvre est effectuée par les directions régionales de l'Insee. L'enquête fait partie du programme avalisé par le Conseil national de l'information statistique (CNIS) et revêt un caractère obligatoire.

8.2 Les enquêtes sur le tourisme

Cette enquête **exhaustive** s'effectue **mensuellement** par voie postale auprès des gérants de campings classés de 1 à 4 étoiles. Elle a pour objet la connaissance exhaustive du **parc** (y compris les campings classés n'offrant aucun emplacement de passage), et celle de la **fréquentation des seuls emplacements de passage**, c'est-à-dire des emplacements destinés à une clientèle touristique, par opposition aux emplacements loués à l'année destinés à une pratique plus résidentielle. L'enquête porte sur la fréquentation des cinq mois d'été, de mai à septembre, sur l'ensemble des campings classés de 1 à 4 étoiles offrant au moins un emplacement de passage.

Le parc est mesuré au 30 septembre de chaque année et la fréquentation sur chaque mois, de mai à septembre.

Les principaux indicateurs recueillis sont les suivants :

- les arrivées (nombre de personnes arrivées dans les campings) ;
- les nuitées (nombre de nuitées réalisées) ;
- la durée moyenne de séjour : nombre de nuitées/nombre d'arrivées ;
- le taux d'occupation (%) : nombre d'emplacement occupés/nombre d'emplacements offerts

Depuis 2004, l'enquête distingue la fréquentation des emplacements nus de celle des emplacements équipés d'un hébergement léger (type chalet, bungalow ou mobile-home).

L'enquête sur le suivi de la demande touristique (SDT) des Français

Réalisée depuis 1990, l'enquête sur le suivi de la demande touristique des Français (SDT) permet de suivre l'évolution des **comportements touristiques de la clientèle française**. Elle est réalisée mensuellement par voie postale, par TNS-Sofrès pour la direction du Tourisme auprès d'un panel de 20 000 personnes représentatives de la population française âgée de 15 ans et plus.

C'est un outil d'analyse conjoncturelle de la demande touristique française : les premiers résultats mensuels sont connus cinq semaines après le mois concerné. C'est également un outil à vocation régionale, qui permet aux régions : de se positionner dans le cadre de la demande nationale, d'évaluer leur part de marché, d'analyser les séjours selon les critères socio-démographiques et d'en déduire des profils de clientèle, de lancer des campagnes de promotion, d'analyser la saisonnalité, les caractéristiques des séjours en fonction de la durée, des modes d'hébergement, des espaces fréquentés, des activités pratiquées.

L'ensemble des déplacements touristiques sont concernés, quels que soient leur durée (au moins une nuit) et leur motif (personnel, professionnel ou mixte). La personne interrogée peut décrire jusqu'à trois voyages, et pour chaque voyage, deux séjours. Un « **voyage** » y est défini comme tout départ du domicile et retour à celui-ci avec au moins une nuit passée en dehors. Ces

Les enquêtes sur le tourisme 8.2

voyages se décomposent en « séjours » définis par le fait d'avoir passé au moins une nuit en lieu fixe. La durée des séjours est comptabilisée en nuitées.

En outre, un volet « dépenses des Français en France et dans les Dom » a été introduit dans le questionnaire « séjours touristiques » en janvier 2003.

De plus, compte tenu de la part croissante des voyages sans nuitée résultant de la réduction des temps de trajet, qui incite les voyageurs à effectuer dans la journée des déplacements effectués auparavant sur deux jours, un volet destiné à mesurer les déplacements à la journée a été introduit en avril 2002. Il concerne un échantillon tournant par trimestre de 8 000 individus.

Enfin, afin de déterminer les dépenses des Français à l'étranger et dans les Dom, un volet spécifique, introduit à la demande de la Banque de France, direction de la Balance des paiements, permet d'élaborer le poste « dépenses » du poste voyage de la balance des paiements. Ce volet a été mis en place en avril 2002. Cette mesure a été reconduite chaque année.

L'enquête aux frontières

Réalisée avec une périodicité variable, l'enquête aux frontières (EAF) était destinée à observer le comportement des visiteurs non résidents en France. Cette enquête était menée par la direction du Tourisme **aux points de sortie du territoire**, ce qui permettait d'interroger les non-résidents au moment où ils quittaient le territoire métropolitain : ports, aéroports, gares ferroviaires, routières ou maritimes, frontières routières et autoroutières. Elle a été réalisée en 1963, 1976, 1982, 1989, 1991, 1993-1994, 1996 et 2000-2001, et a connu plusieurs améliorations.

En 1991, les autocars ont été introduits dans le champ de l'enquête ; en 1994, l'unité statistique enquêtée est passée de l'individu au groupe familial en voyage et aux passagers d'un même véhicule. En 1996, la mesure des flux des non-résidents a été améliorée ainsi que les données sur les types d'hébergement. En 2000-2001, l'enquête s'est inscrite dans les réflexions qui ont été menées sur la mesure des flux touristiques internationaux dans le nouveau contexte européen (passage à l'euro et abolition des frontières due aux accords de Schengen) : un volet sur les dépenses et les moyens de paiements utilisés par les touristes non résidents a été introduit dans le questionnaire 2000-2001, et un nouveau dispositif de comptage mis en place aux points de sortie routiers et autoroutiers du territoire. Mais les problèmes rencontrés pour obtenir l'aide des forces de l'ordre pour arrêter les véhicules ont eu pour conséquence l'absence totale de collecte en de nombreux lieux. Les données « route » se sont donc révélées non significatives ; en conséquence, les résultats de l'enquête n'ont pu être exploités, la route représentant à elle seule plus de 70 % du trafic global.

8.2 Les enquêtes sur le tourisme

Étant donné leurs intérêts conjoints et leur besoin de données statistiques sur l'activité touristique, la direction du Tourisme et la direction de la Balance des paiements de la Banque de France se sont donc associées pour réaliser et financer une nouvelle opération commune, l'enquête EVE.

L'enquête auprès des visiteurs venant de l'étranger (EVE)

L'enquête auprès des visiteurs venant de l'étranger (EVE) cherche à mesurer le **volume mensuel des flux touristiques des non-résidents** à la sortie du territoire et à en observer le comportement en France métropolitaine. Elle a été réalisée pour la première fois en 2004.

En effet, la mise en circulation de l'euro dans les douze pays membres de l'Union économique et monétaire en janvier 2002 a rendu caduc le système d'information dont disposait la Banque de France pour élaborer le poste recettes de la ligne « voyages » de la balance des paiements. Une nouvelle source permettant de connaître l'ensemble des **dépenses réalisées par les non-résidents** sur le territoire français étant par conséquent nécessaire, cette enquête comporte une large part consacrée aux dépenses effectuées par les non-résidents lors de leur séjour en France.

L'interrogation s'effectue à la sortie du territoire auprès de l'ensemble des visiteurs (touristes et excursionnistes) sur tous les modes de transport utilisés à l'exception de la route. Pour ce mode de transport, à la suite de l'abolition des frontières physiques consécutive aux accords de Schengen, l'interrogation s'effectue sur les aires d'autoroutes.

Les questionnaires, traduits en huit langues, sont remplis par les touristes, l'enquêteur, chargé également du recensement, étant disponible pour une aide éventuelle. Plus de 120 000 questionnaires sont recueillis, ce nombre élevé étant nécessaire pour assurer la fiabilité des estimations au niveau mensuel.

L'enquête vise ainsi à déterminer le nombre de visiteurs étrangers qui viennent chaque mois, par mode de transport. Elle nous renseigne aussi sur les régions qu'ils visitent, sur la durée de leur séjour, sur leurs modes d'hébergement et sur la motivation (raisons personnelles ou professionnelles) de leur venue en France. Enfin, les dépenses indiquées sur les questionnaires permettent de déterminer leur contribution à l'économie française.

Les données utilisées par l'opération sont de trois types :

- les données issues du questionnaire distribué aux non-résidents ;
- les données issues des vacances de comptage, qui détermineront la structure résidents/non-résidents ;
- les données exogènes à l'enquête elle-même : il s'agit des flux de trafic aérien, ferroviaire, maritime (en nombre de passagers) et routier (en nombre de véhicules) provenant des organismes de tutelle (Direction générale de l'aviation civile, SNCF, direction des ports, ministère de l'Équipement).

L'enquête vacances

Les vacances des Français sont régulièrement étudiées par l'Insee depuis les années soixante. Les informations sur les **départs en vacances entre le 1^{er} octobre et le 30 septembre de l'année suivante** proviennent de l'enquête vacances, partie variable de l'enquête permanente sur les conditions de vie des ménages (EPCV). Les enquêtes permanentes sur les conditions de vie des ménages permettent d'étudier l'évolution annuelle d'indicateurs sociaux. Réalisées auprès d'un échantillon de 8 000 ménages en France métropolitaine, elles ont lieu chaque année en janvier, mai et octobre, depuis 1995. Les questions sur les vacances sont posées tous les cinq ans environ : les dernières l'ont été en octobre 1999 et en octobre 2004. On appelle « vacances » uniquement les **voyages d'agrément d'au moins quatre nuits hors du domicile**. Sont exclus des vacances les séjours professionnels, les voyages d'études, les séjours motivés par la maladie ou le décès d'un proche et les courts séjours d'agrément. L'environnement principal du séjour est celui qui est décrit par le vacancier : mer, montagne (avec ou sans sports de neige), ville et campagne. Un circuit (cumulant plusieurs environnements) est considéré comme un environnement à part entière.

Avant 1995, les informations sur ce sujet provenaient de l'enquête de conjoncture auprès des ménages, enquête quadrimestrielle menée depuis les années cinquante. Également réalisée sur environ 8 000 ménages, cette enquête posait des questions sur les vacances deux fois par an, en mai sur la saison d'hiver s'achevant, en octobre sur la saison d'été.

8.3 La réglementation du tourisme

L'hôtellerie

Depuis l'arrêté du 14 février 1986, les hôtels de tourisme sont classés dans l'une des six catégories de 0 étoile à 4 étoiles luxe. Les conditions requises pour le classement portent sur le nombre, la surface et le confort des chambres, les locaux communs et les équipements de l'hôtel. Il faut au moins cinq chambres pour un hôtel 0 étoile, au moins sept pour un hôtel 1 ou 2 étoiles et au moins dix pour un hôtel 3 ou 4 étoiles. En outre, un hôtel est dit « saisonnier » lorsque sa durée d'ouverture n'excède pas 9 mois par an, en une ou plusieurs périodes.

De plus, le code du commerce soumet à une autorisation d'exploitation commerciale les constructions nouvelles, les extensions ou les transformations d'immeubles existants entraînant la constitution d'établissements hôteliers d'une capacité supérieure à 30 chambres hors de la région d'Île-de-France, et à 50 chambres dans cette dernière. Cette autorisation est accordée par la commission départementale d'équipement commercial (CDEC).

L'hôtellerie de plein air (campings)

Depuis l'arrêté du 11 janvier 1993, les terrains de camping sont classés en quatre catégories (de 1 à 4 étoiles), le nombre d'étoiles croissant avec le niveau de confort des aménagements.

Sont classés terrains de camping avec la mention « tourisme » les terrains dont plus de la moitié du nombre d'emplacements est destinée à la location à la nuitée, à la semaine ou au mois pour une clientèle de passage. Sont classés terrains de camping avec la mention « loisirs » les terrains dont plus de la moitié du nombre d'emplacements est destinée à une occupation généralement supérieure au mois par une clientèle qui n'y élit pas domicile.

Les aires naturelles de camping (7 à 25 emplacements, 28 à 100 personnes) ou les campings à la ferme (6 emplacements, 20 personnes au maximum) ne sont pas classés.

Les résidences de tourisme

Depuis l'arrêté du 14 février 1986, les résidences de tourisme sont classées en quatre catégories, de 1 à 4 étoiles. Elles offrent une gamme variée de logements (appartements ou maisons individuelles) et proposent des services annexes tels que le ménage, la fourniture de linge, etc..., voire parfois un service de restauration. Elles disposent souvent d'équipements de loisirs (piscine, tennis...).

Les villages de vacances

Les villages de vacances sont définis par le décret n° 68-476 du 25 mai 1968 modifié et l'arrêté du 8 décembre 1982 ; ils sont classés en deux catégories : « confort » et « grand confort ». Ce

La réglementation du tourisme 8.3

sont des établissements touristiques constitués d'hébergements individuels ou collectifs proposant des séjours de vacances et de loisirs sous forme de forfait, comprenant la restauration ou des moyens individuels pour la préparation des repas ainsi que l'usage des équipements collectifs de loisirs sportifs et culturels.

La plupart des villages de vacances sont gérés par des associations de tourisme social ; les autres sont exploités par des sociétés commerciales (ex. Club Méditerranée).

Les meublés de tourisme

Les meublés de tourisme sont définis par l'arrêté du 28 décembre 1976 modifié. Ils sont répartis en catégories allant de 1 à 5 étoiles. Ce sont des hébergements individuels (villas ou appartements meublés) offerts en location à une clientèle de passage qui y effectue un séjour à la journée, à la semaine ou au mois et qui n'y élit pas domicile.

8.4 Les organismes du tourisme

La loi du 23 décembre 1992, récemment modifiée dans le Code du tourisme, répartit les compétences dans le domaine du tourisme. Elle établit le principe de concertation entre la commune, le département et la région afin de faciliter la définition d'objectifs cohérents et de privilégier les procédures contractuelles pour une meilleure coordination de leurs actions.

La répartition des compétences est la suivante :

- l'**État** réglemente, agréé et classe les équipements, organismes et activités touristiques ; il assure la promotion du tourisme français à l'étranger et au sein des organisations internationales compétentes ; il apporte son concours aux actions de développement touristique des collectivités territoriales.

- la **région** élabore les objectifs à moyen terme du développement touristique régional, dans le cadre d'un schéma régional de développement du tourisme et des loisirs ; le conseil régional peut créer un **comité régional du tourisme** (CRT) pour coordonner dans la région les initiatives publiques et privées dans le domaine du développement, de la promotion et de l'information touristique. Dans le cadre des contrats de plan État-régions, des **observatoires régionaux du tourisme** (ORT) ont été mis en place pour rassembler des informations économiques et réaliser des études sur le tourisme de leur région.

- le **département** peut créer un **comité départemental du tourisme** (CDT), dont il choisit librement le régime juridique. Le CDT exerce son activité en harmonie avec les collectivités territoriales et en partenariat avec les organismes intéressés au développement du tourisme dans le département, en prenant en compte les orientations définies par le schéma régional.

- la **commune** peut créer un **office de tourisme** chargé des missions d'accueil et d'information des touristes et de la promotion touristique locale. Elle choisit librement le régime juridique de l'office du tourisme.

Direction du Tourisme

Administration centrale, la direction du Tourisme élabore et met en œuvre la politique générale du tourisme dont les orientations sont préalablement définies par le ministre délégué au Tourisme ; elle prépare et évalue sa politique internationale aux plans bilatéral et multilatéral.

Elle élabore la réglementation, notamment les procédures d'agrément et de classement, applicable aux équipements, organismes, activités et professions touristiques et en contrôle l'exécution.

Elle normalise et rassemble les données et les prévisions sur les équipements et activités du tourisme. Elle contribue à la diffusion de l'information générale sur le tourisme.

Elle prépare et met en œuvre la politique sociale des vacances et des loisirs, et prépare et évalue les actions en faveur de l'emploi et de la formation professionnelle dans le secteur du tourisme.

Enfin, elle veille à la cohérence des actions menées par les organismes associés que sont le Conseil national du Tourisme, Maison de la France, ODIT-France, la Bourse solidarité vacances, l'Agence nationale pour les chèques-vacances et le Conseil national des villes et villages fleuris, avec la politique de l'État auquel ils apportent leurs concours.

Maison de la France

Maison de la France est un GIE (groupement d'intérêt économique) créé en 1997 pour rassembler dans une même entité les fonctions de promotion, d'information, d'édition et d'accueil, et ouvrir la voie à une véritable démarche marketing. C'est une unité opérationnelle destinée à coordonner les initiatives du secteur privé, des collectivités publiques et de l'État.

Maison de la France est principalement en charge de la **promotion de la destination France à l'étranger**. Il s'agit d'accroître la notoriété de la France en tant que destination touristique, et d'en donner une image attractive en associant à l'image de la France celle des régions ou celle de produits touristiques particulièrement porteurs.

La promotion de l'image de la France à l'étranger est d'autant plus importante que le poids du tourisme étranger dans l'économie touristique est considérable, qu'il soit évalué sur la base des recettes touristiques, du nombre de séjours ou du nombre d'emplois créés.

Les campagnes publicitaires et opérations de marketing direct menées à l'étranger visent des clientèles à haut pouvoir d'achat, susceptibles d'accroître le chiffre d'affaires du tourisme français. Les campagnes thématiques ou régionales menées en direction de la clientèle française portent par exemple sur le littoral, le tourisme « nature », le tourisme social ou associatif, les Dom...

ODIT-France

Organisé en GIP (groupement d'intérêt public), ODIT-France (observation, développement et ingénierie touristiques) est une plate-forme d'expertise de l'offre touristique française née de la fusion de trois organismes : l'Agence française d'ingénierie touristique, l'Observatoire national du tourisme et le Service d'Études et d'aménagement touristique de la montagne, placée sous l'autorité du ministre en charge du Tourisme.

ODIT-France apporte son expertise à l'État, aux collectivités territoriales, aux membres du groupement ou à ses partenaires privés et associatifs. Il conduit des études générales ou spécifiques sur l'offre et la demande, contribue à enrichir l'observation des phénomènes touristiques à un niveau de proximité approprié. Il mène des expertises et accompagne tout projet ou démarche ayant une composante touristique novatrice ou originale, contribue à la recherche et à la prospective dans les filières et territoires touristiques et répond à des demandes d'évaluation. Enfin, il organise des séminaires, des journées techniques et des « Rencontres ».