

# Le poids du tourisme dans l'économie normande

Insee Dossier Normandie

n°20

Décembre 2021



**Coordination**

Insee Normandie  
5, rue Claude Bloch  
BP 95137  
14024 Caen Cedex

**Directeur de la publication**

Philippe Scherrer

**Rédacteur en chef**

Pascal Julien

**Secrétariat de rédaction**

Tania Bchini-Valle  
Claire Godin

**Auteurs**

Stéphanie Gosselin  
Anne-Sarah Horvais  
Caroline Poupet

**Contact presse**

Carole Joselier  
Tél. 02 35 52 49 17  
carole.joselier@insee.fr

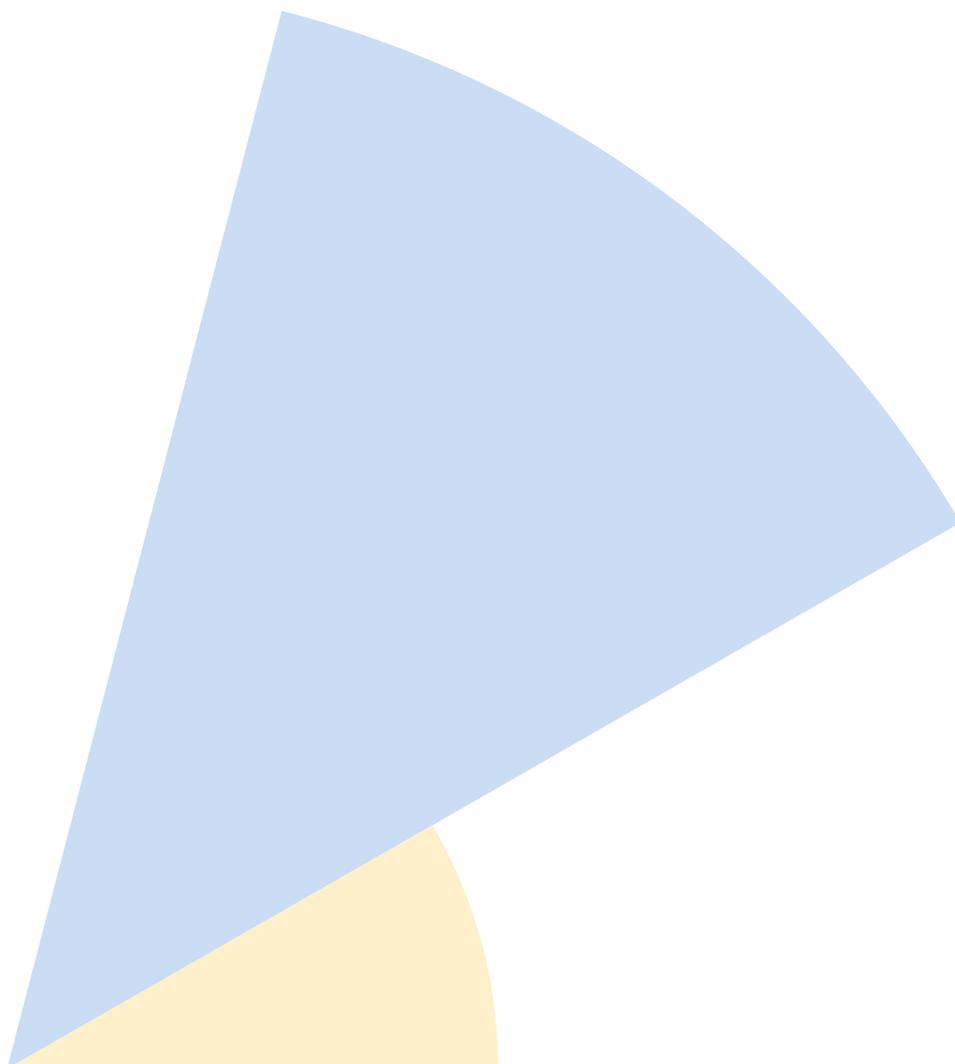
**Mise en page**

JOUVE

© Insee 2021

**[www.insee.fr](http://www.insee.fr)**

# Synthèse



# Synthèse

## Avertissement

Cette étude a pour but d'étudier le poids du tourisme dans la région de façon structurelle. Elle s'appuie sur des données de 2017 et 2018, antérieures à la crise sanitaire et ses conséquences sur le secteur du tourisme.

## La consommation touristique en Normandie s'élève à 5,5 milliards d'euros en 2017

Les touristes ont dépensé 5,5 milliards d'euros en Normandie en 2017, soit 3,3 % de la consommation touristique intérieure de la France, une part qui classe la région au 10<sup>e</sup> rang des régions métropolitaines. La part des dépenses touristiques dans l'économie régionale est moins importante dans les régions de la moitié nord de la France, à l'exception de la Bretagne. La moitié des dépenses concerne des activités entièrement touristiques ou fortement impactées par le tourisme, telles que l'hébergement, la restauration ou encore l'accès aux musées. Les touristes utilisent près des trois quarts de leur budget pour se loger, se nourrir ou se déplacer. À lui seul, l'hébergement concentre plus du tiers de la consommation touristique. Les dépenses liées à l'alimentation et aux transports en représentent chacune un cinquième. Seul un quart des dépenses finance des activités de loisirs telles que des activités sportives, culturelles ou du chalandage. La Normandie se classe néanmoins en première position parmi les régions françaises pour le poids des services culturels, sportifs et de loisirs (9,0 % de la

consommation touristique contre 5,7 % au niveau national), en raison de la forte implantation des casinos dans la région.

## 39 300 emplois touristiques en Normandie

En moyenne annuelle, la fréquentation touristique génère 39 300<sup>1</sup> emplois en Normandie pour l'année 2018 soit 3,3 % de l'emploi total. Ce taux d'emploi classe la région au 8<sup>e</sup> rang des régions métropolitaines, à égalité avec les Pays de la Loire et le Grand Est. Le poids du tourisme est néanmoins plus marqué dans le Calvados (5,7 % de l'emploi lié au tourisme) qui fait partie des départements les plus touristiques du nord de la France après Paris et la Seine-et-Marne. En Normandie, les zones littorales sont plus touristiques, en particulier celles du Calvados et de la Manche. Sur la Côte Fleurie, plus d'un emploi sur quatre est lié au tourisme. Même si le poids du tourisme est plus faible à l'intérieur des terres, la zone de Bagnoles-de-l'Orne se distingue avec près d'un tiers des emplois pouvant être qualifiés de touristiques, en raison de l'importance des activités thermales. L'hébergement et la restauration concentrent plus d'un emploi touristique

sur deux et sont particulièrement présents dans le Calvados et la Manche, notamment sur le littoral.

Après un léger repli entre 2011 et 2014 dans la région, le nombre d'emplois touristiques progresse de nouveau entre 2014 et 2018, mais de façon moins prononcée qu'au niveau métropolitain (+ 4,1 % contre + 8,2 %). Si la restauration, le commerce alimentaire et l'artisanat ont été dynamiques sur la période, l'hébergement a, en revanche, perdu des emplois.

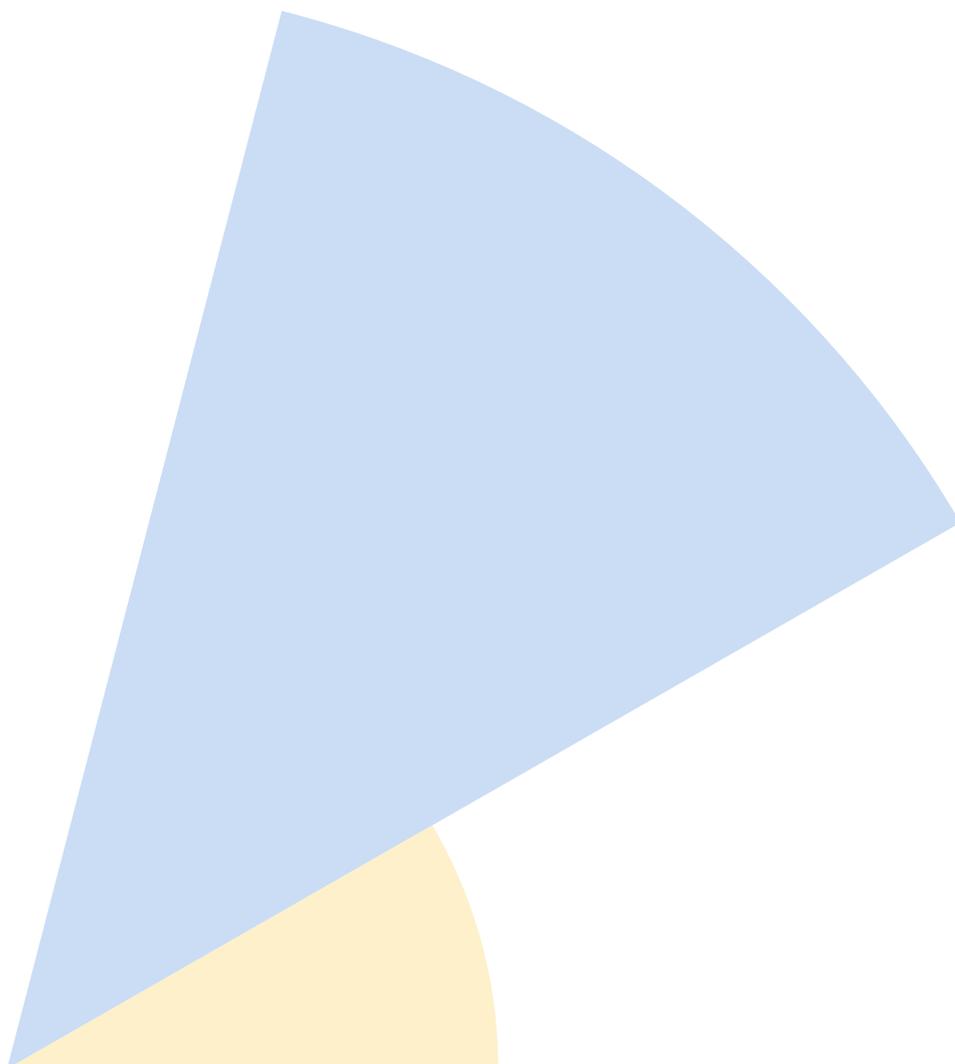
## Les activités touristiques en Normandie : 2,2 % de la richesse dégagée en 2017

En Normandie, les activités liées au tourisme génèrent 2,2 % de la richesse dégagée en 2017, une part inférieure à celle du niveau métropolitain dans son ensemble (2,9 %) qui classe la région en 9<sup>e</sup> position parmi les régions métropolitaines. La contribution du tourisme à la richesse dégagée est inférieure à sa contribution en termes d'emploi (2,2 % contre 3,3 %), les activités touristiques étant principalement des activités de main-d'œuvre qui génèrent peu de richesse relativement à l'emploi.

## Sommaire

Synthèse	1
La consommation touristique en Normandie	4
La consommation touristique en Normandie atteint 5,5 milliards d'euros en 2017	5
Emplois	8
39 300 emplois touristiques en Normandie	9
Richesse dégagée	13
Les activités touristiques en Normandie : 2,2 % de la richesse dégagée en 2017	14
Pour en savoir plus	15

# La consommation touristique en Normandie



# La consommation touristique en Normandie atteint 5,5 milliards d'euros en 2017

Le volume des dépenses des touristes en Normandie est proche de celui observé dans les autres régions du nord de la France. La moitié des dépenses concerne des activités entièrement touristiques ou fortement impactées par le tourisme, telles que l'hébergement, la restauration ou encore l'accès aux musées. Les touristes utilisent les trois quarts de leur budget pour se loger, se déplacer ou se nourrir.

Dotée de sites remarquables, dont certains sont classés ou inscrits au patrimoine mondial de l'humanité par l'Unesco, la Normandie ne manque pas d'atouts pour attirer les touristes qui contribuent, au travers de leurs différentes dépenses, à l'économie de la région. La comptabilité nationale évalue cet impact à l'aide du concept de consommation touristique intérieure ► **Méthodologie**.

En 2017, la consommation touristique en Normandie (près de 5,5 milliards d'euros) représente 3,3 % de la consommation touristique intérieure de la France. La région se situe au 10<sup>e</sup> rang national, devant la Bourgogne-Franche-Comté (4,7 milliards d'euros), le Centre-Val de Loire (3,4 milliards d'euros) et la Corse (3,4 milliards d'euros également) ► **figure 1**.

La consommation touristique équivaut à 5,9 % du PIB régional, un poids légèrement inférieur à celui observé au niveau national (7,2 %). Le poids du tourisme dans l'économie est moins marqué dans les régions de la moitié nord de la France, à l'exception de la Bretagne. Mais parmi ces régions du nord, la Normandie se situe plutôt dans une moyenne haute, à un niveau proche de celui des Pays de la Loire, de la Bourgogne-Franche-Comté ou de l'Île-de-France ► **figure 2**. La région se classe ainsi au 10<sup>e</sup> rang devant le Grand Est, le Centre-Val de Loire et les Hauts-de-France.

## La moitié des dépenses relève d'activités fortement dépendantes du tourisme

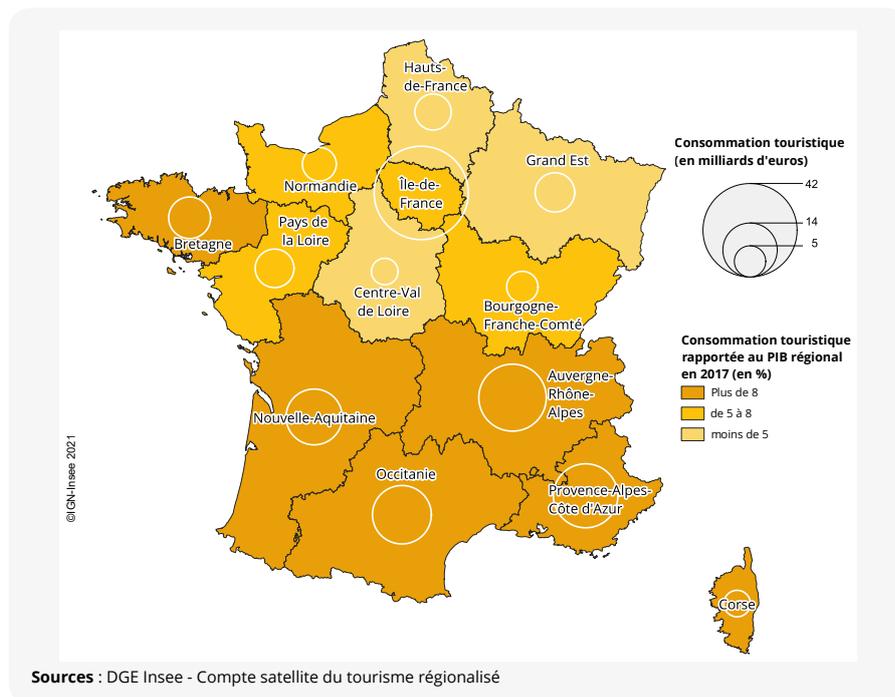
En Normandie, près de la moitié des dépenses des touristes concerne des services caractéristiques du tourisme ► **figure 3**, c'est-à-dire des activités entièrement touristiques (hébergement, agences de voyage, etc.) ou fortement impactées par le tourisme (restauration, location de voitures, casinos, etc.).

### ► 1. Indicateurs sur la consommation touristique par région en 2017

Région	Consommation touristique en 2017 (en millions d'€)	Poids dans la consommation touristique nationale en 2017		Consommation touristique rapportée au PIB	
		Poids (en %)	Rang associé	Part (en %)	Rang associé
Île-de-France	42 429,8	25,6	1	6,0	9
Auvergne-Rhône-Alpes	21 819,7	13,2	2	8,3	6
Provence-Alpes-Côte d'Azur	19 862,4	12,0	3	12,2	2
Occitanie	16 596,1	10,0	4	9,9	3
Nouvelle-Aquitaine	15 077,1	9,1	5	8,8	4
Bretagne	8 389,8	5,1	6	8,7	5
Grand Est	7 505,4	4,5	7	4,8	11
Pays de la Loire	7 168,9	4,3	8	6,3	7
Hauts-de-France	6 342,5	3,8	9	3,9	13
<b>Normandie</b>	<b>5 464,6</b>	<b>3,3</b>	<b>10</b>	<b>5,9</b>	<b>10</b>
Bourgogne-Franche-Comté	4 717,3	2,8	11	6,2	8
Centre-Val de Loire	3 416,1	2,1	12	4,7	12
Corse	3 386,2	2,0	13	37,5	1
<b>France métropolitaine</b>	<b>162 175,9</b>	<b>97,7</b>	-	<b>7,2</b>	-
<b>France</b>	<b>165 927,6</b>	<b>100,0</b>	-	<b>7,2</b>	-

Sources : DGE Insee - Compte satellite du tourisme régionalisé

### ► 2. Consommation touristique et part de la consommation touristique dans le PIB régional en 2017 par région



Les dépenses induites par le tourisme, qui rassemblent des domaines non spécifiques à celui-ci (achats d'aliments et de boissons, carburants, etc.), représentent dans la région un peu plus du tiers de la consommation touristique intérieure (35,1 %), soit 2,7 points de plus qu'au niveau national (hors Île-de-France). L'hébergement non marchand, qui valorise les nuitées passées dans les résidences secondaires, concentre quant à lui 16,8 % de la consommation touristique, une part équivalente à celle des autres régions de la France hors Île-de-France.

### L'hébergement : premier poste des dépenses touristiques

Les touristes utilisent près des trois quarts de leur budget pour satisfaire des fonctions de base (se loger, se nourrir et se déplacer). Seul un quart des dépenses finance des activités de loisirs telles que le sport, la culture ou le chalandage. À lui seul, l'hébergement (marchand ou non) concentre plus du tiers de la consommation touristique. Les dépenses liées à l'alimentation et aux transports en représentent chacune un cinquième.

### ► 3. Répartition de la consommation touristique par poste en 2017

Postes	Normandie		France entière	France entière hors Île-de-France
	Montant (en millions d'euros)	Répartition (en %)	Répartition (en %)	Répartition (en %)
<b>I Dépenses en services caractéristiques</b>	<b>2 626,3</b>	<b>48,1</b>	<b>60,4</b>	<b>52,5</b>
<b>1. Hébergements touristiques marchands</b>	<b>1 110,6</b>	<b>20,3</b>	<b>19,3</b>	<b>19,5</b>
Hôtels	564,7	10,3	11,0	8,7
Campings (1)	59,3	1,1	1,4	1,8
Gîtes ruraux et autres locations saisonnières (2)	351,2	6,4	4,8	6,3
Autres hébergements marchands (3)	135,4	2,5	2,2	2,7
<b>2. Restaurants et cafés</b>	<b>432,3</b>	<b>7,9</b>	<b>9,8</b>	<b>9,3</b>
<b>3. Services de transport non urbain</b>	<b>402,1</b>	<b>7,4</b>	<b>18,5</b>	<b>13,3</b>
Transport par avion	50,0	0,9	10,7	6,6
Transport par train (4)	161,9	3,0	5,4	4,2
Transport par autocar	159,5	2,9	1,8	1,8
Transport fluvial et maritime	30,7	0,6	0,5	0,7
<b>4. Location de courte durée de matériel</b>	<b>94,8</b>	<b>1,7</b>	<b>2,2</b>	<b>2,3</b>
Location de véhicules de tourisme	52,6	1,0	1,5	1,5
Location d'articles de sports et loisirs	42,1	0,8	0,8	0,8
<b>5. Services des voyageurs et agences de voyages</b>	<b>93,2</b>	<b>1,7</b>	<b>4,9</b>	<b>2,8</b>
<b>6. Services culturels, sportifs et de loisirs</b>	<b>493,3</b>	<b>9,0</b>	<b>5,7</b>	<b>5,3</b>
Musées, spectacles et autres activités culturelles	80,9	1,5	1,5	1,0
Parcs d'attraction et autres services récréatifs	45,4	0,8	1,2	0,6
Casinos	367,0	6,7	2,3	2,8
Remontées mécaniques	-	-	<b>0,6</b>	<b>0,9</b>
<b>II Autres postes de dépenses</b>	<b>1 920,4</b>	<b>35,1</b>	<b>27,8</b>	<b>32,4</b>
Carburants	345,8	6,3	5,9	7,3
Péages	119,5	2,2	2,3	2,8
Aliments et boissons (5)	669,5	12,3	7,8	9,9
Biens de consommation durables spécifiques (6)	339,9	6,2	4,7	4,8
Autres biens de consommation (7)	281,7	5,2	4,0	4,7
Taxis et autres services de transport urbain	30,3	0,6	1,2	0,7
Autres services (8)	133,6	2,4	2,0	2,2
<b>III Dépense touristique (III = I + II)</b>	<b>4 546,7</b>	<b>83,2</b>	<b>88,2</b>	<b>85,0</b>
<b>IV Hébergement touristique non marchand (9)</b>	<b>917,9</b>	<b>16,8</b>	<b>11,8</b>	<b>15,0</b>
<b>V Consommation touristique (V = III + IV)</b>	<b>5 464,6</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

(1) Y compris campings municipaux.

(2) Inclut les locations entre particuliers par le canal des plateformes de réservation sur internet.

(3) Résidences de tourisme et résidences hôtelières, villages de vacances, auberges de jeunesse, etc.

(4) Hors transilien.

(5) Hors restaurants et cafés.

(6) Camping-cars, bateaux de plaisance, articles de voyage et de maroquinerie et certains types de matériels de sport utilisés spécifiquement sur les lieux de vacances.

(7) Shopping en produits locaux, souvenirs, cadeaux, etc.

(8) Réparation automobile, soins corporels, etc.

(9) Résidences secondaires de vacances (valeur locative imputée).

Sources : DGE Insee - Compte satellite du tourisme régionalisé

Les dépenses consacrées à l'hébergement (marchand ou non) ont un poids plus élevé en Normandie que sur l'ensemble de la France hors Île-de-France (respectivement 37,1 % et 34,1 % de la consommation touristique). Plus de la moitié de ces dépenses se font dans l'hébergement marchand (55 %, soit 1,1 milliard d'euros), et plus particulièrement dans les hôtels (560 millions d'euros). Les touristes étrangers, bien qu'ils ne représentent qu'une nuitée sur quatre passées dans les hébergements marchands de la région, concentrent néanmoins près de la moitié des dépenses dans l'hébergement marchand, et jusqu'à 55 % dans les hôtels.

### Des dépenses liées aux transports plus faibles en Normandie

En Normandie, l'ensemble des dépenses afférentes aux déplacements (transports, carburants, péages, etc.) s'élèvent à 950 millions d'euros en 2017, soit près d'un cinquième (17,5 %) de la consommation touristique. Ce poids est bien plus faible que celui observé au niveau national (29,4 %), notamment dans les services de transport non urbain, et en particulier dans le transport aérien (0,9 % des dépenses touristiques en Normandie contre 10,7 % au niveau national). En effet, aucun des principaux aéroports français, parmi les 17 de plus d'un million de passagers annuels, n'est localisé dans la région. Avec moins de 200 000 passagers chacun en 2017, les aéroports de Caen-Carpique et de Deauville-Normandie se positionnent respectivement aux 38<sup>e</sup> et 39<sup>e</sup> places des aéroports français. Dans le budget des touristes, l'achat de carburants représente, quant à lui, plus du tiers des dépenses liées aux déplacements (36 %, soit 346 millions d'euros). Viennent ensuite les transports par le train et l'autocar, puis l'acquiescement des péages (respectivement 17,0 %, 16,8 % et 12,6 % des dépenses liées aux déplacements).

### Les touristes dépensent davantage en Normandie dans les achats d'aliments et de boissons

En 2017, les touristes ont dépensé 1,1 milliard d'euros en Normandie pour se nourrir, soit un cinquième de la consommation touristique régionale, un poids similaire à celui observé en France hors Île-de-France. Les achats d'aliments et de boissons occasionnent cependant davantage de dépenses en Normandie (12,3 % contre 9,9 % en France hors Île-de-France). Elles sont 1,5 fois supérieures aux dépenses réalisées dans les restaurants et les cafés dont le poids est moindre dans la région (7,9 % de la consommation touristique contre 9,3 % en France hors Île-de-France).

## La Normandie, première région pour le poids des dépenses dans les casinos

Hormis les dépenses de base, les touristes consacrent un quart de leur budget à la satisfaction de besoins « non essentiels » (sports, loisirs, chalandage, etc.). Le poids des dépenses dans les casinos, mesurées par le produit brut des jeux, est particulièrement élevé en Normandie (6,7 % contre 2,3 % au niveau national). Ceux-ci sont en effet bien implantés dans la région, qui compte 22 établissements, soit le plus grand nombre de casinos par habitant parmi l'ensemble des régions métropolitaines. Cette implantation a été favorisée par la loi de 1919 interdisant les

jeux de hasard dans un rayon de 100 km autour de la ville de Paris. De ce fait, la Normandie se classe en première position parmi les régions françaises pour le poids des services culturels, sportifs et de loisirs (9,0 % de la consommation touristique contre 5,7 % au niveau national), les casinos constituant les trois quarts de ces dépenses.

Mais le tourisme en Normandie s'appuie sur de nombreux autres atouts culturels et patrimoniaux, notamment grâce à la présence de sites dédiés au tourisme de mémoire, première filière en termes de fréquentation parmi l'ensemble des sites et lieux de visite de Normandie. La part des dépenses consacrées aux visites de musées, de sites ou de monuments

historiques est ainsi également supérieure dans la région par rapport à la moyenne nationale hors Île-de-France (1,5 % contre 1,0 %). Avec un montant de près de 81 millions d'euros dépensés, la région se classe en 3<sup>e</sup> position, derrière l'Île-de-France (3,0 % et 1 276 millions d'euros) et le Centre-Val de Loire (3,2 % et 108 millions d'euros).

Enfin, 15 % du budget des touristes sont dépensés dans des achats de produits locaux ou de souvenirs (282 millions d'euros), des achats de biens durables tels que les camping-cars ou les articles de voyage (340 millions d'euros), ou encore des achats de services aussi divers que les soins corporels ou la location d'articles de sports (176 millions d'euros).

### ► Méthodologie : La régionalisation du compte satellite du tourisme

Le tourisme regroupe l'ensemble des activités déployées par tous les visiteurs, habitant ou non la région, qu'ils soient touristes ou simples excursionnistes, français ou étrangers, au cours ou en vue de leurs voyages (y compris les voyages d'affaires). Le tourisme recouvre ainsi les déplacements avec nuitées sur les lieux de villégiature, comme les déplacements (ou excursions) à la journée.

Le compte satellite du tourisme (CST) présente les données économiques sur le tourisme dans un cadre comptable. Désormais de la responsabilité de l'Insee, il était produit jusqu'en 2018 au niveau national par la Direction générale des entreprises (DGE) du Ministère de l'Économie et des Finances. Il permet de mesurer le poids du tourisme dans l'économie.

La consommation touristique intérieure (CTI) constitue l'agrégat principal du compte satellite. Elle évalue les dépenses des visiteurs effectuées auprès des fournisseurs de services et de biens de consommation situés en France. Elle regroupe :

- Les dépenses en services caractéristiques du tourisme tels que les services de transports non urbains (transports par avion, par train, par autocar et transports fluvial et maritime), les restaurants et cafés et les hébergements touristiques marchands ;
- Les dépenses non spécifiques au tourisme, mais incluses dans la dépense touristique, comme la consommation de carburants, les achats d'aliments et de boissons et les achats d'autres biens de consommation (shopping, souvenirs, cadeaux, etc.) ;
- Les dépenses d'équipement en biens durables réalisées avant le départ en voyage si ces biens sont, par nature, destinés à être utilisés exclusivement durant les voyages de leurs propriétaires (bateaux de plaisance, camping-cars, articles de voyage, etc.) ;
- La valorisation des nuitées passées dans les résidences secondaires (hébergement touristique non marchand) sur la base d'une estimation du nombre de nuitées et des loyers des résidences principales.

La dépense touristique correspond aux trois premiers postes. En ajoutant la valorisation des séjours dans les résidences secondaires à la dépense touristique, on parle de consommation touristique.

La régionalisation du compte satellite du tourisme consiste à calculer la répartition régionale de la consommation touristique intérieure pour chaque poste de dépense, en valeur. Elle a été réalisée pour 2017. La consommation touristique est affectée au lieu de consommation effective du bien ou du service. Il peut être différent du lieu de résidence (achat d'un titre de transport par un employeur) ou même du lieu de villégiature (achat d'un camping-car).

La consommation touristique comprend des dépenses qui s'apparentent à un chiffre d'affaires (dépense touristique) et la valorisation non comptable pour les résidences secondaires. C'est une grandeur différente de la richesse dégagée, qui est un proxy de la part du tourisme dans la valeur ajoutée dégagée par les entreprises.

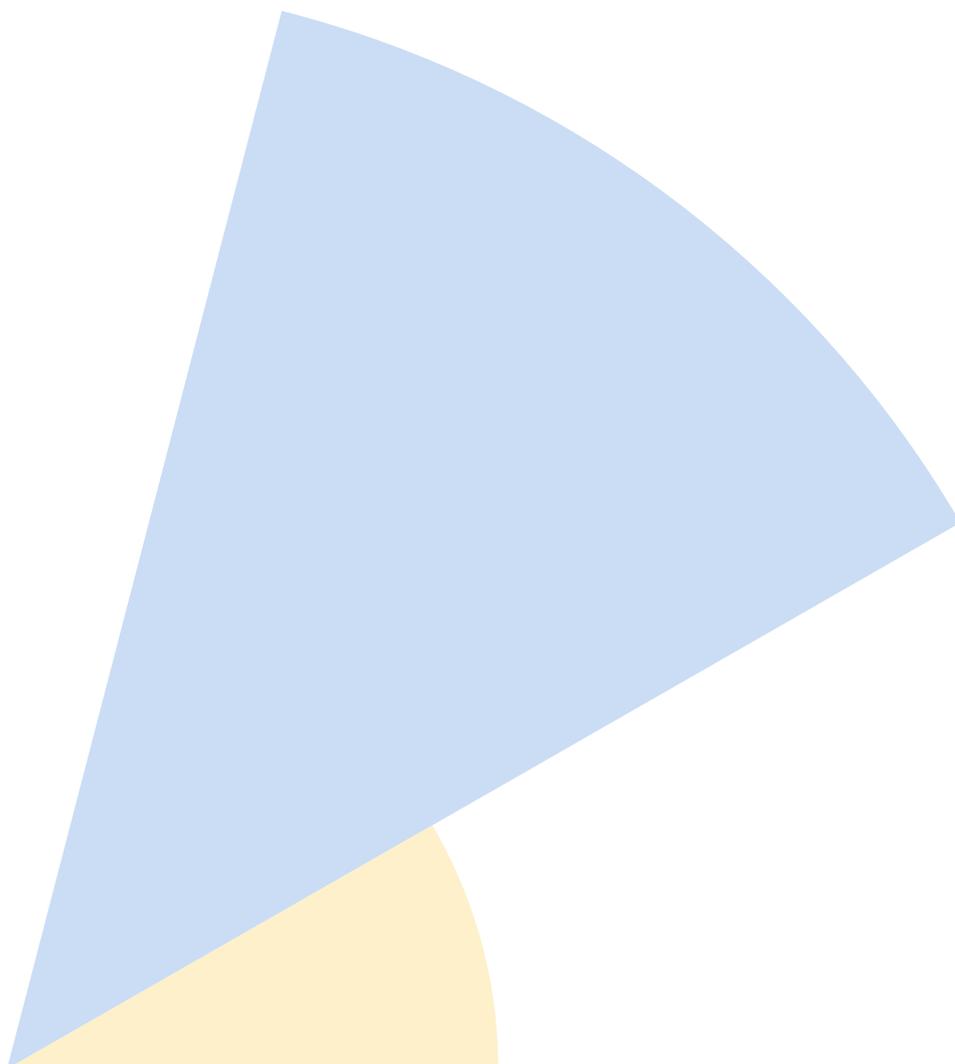
Les données présentes dans le compte satellite du tourisme au niveau national font l'objet de révisions, parfois non négligeables. Aussi, les données présentes dans cette étude ne peuvent être directement comparées avec les données présentes dans l'étude parue en 2017 : « L'économie du tourisme en Normandie : 5,4 milliards d'euros dépensés par les touristes en Normandie ».

### ► Sources

Le compte régionalisé mobilise notamment les enquêtes de l'Insee (réalisées avec la DGE et les partenaires locaux) auprès des entreprises d'hébergement touristique : sur la fréquentation des hôtels, des campings et des autres hébergements collectifs (résidences hôtelières, villages vacances, etc.). Il s'appuie aussi sur les deux enquêtes DGE-Banque de France qui portent sur le suivi de la demande touristique auprès des Français (SDT) et sur les visiteurs venant de l'étranger (EVE).

L'enquête de fréquentation touristique permet de déterminer la part des nuitées passées par des visiteurs étrangers. Les données sur les aéroports sont issues du bulletin statistique 2017 de la Direction Générale de l'Aviation Civile. Les informations sur l'importation du tourisme de mémoire en Normandie sont disponibles sur le site du CRT Normandie : <https://pronormandietourisme.fr/observatoire/les-chiffres-cles/#chiffres-cles-2020/>

# Emplois



# 39 300 emplois touristiques en Normandie

En Normandie, en 2018, la fréquentation touristique génère 39 300 emplois, soit 3,3 % de l'emploi total. Le poids du tourisme, moins élevé dans la région qu'en France métropolitaine, est plus marqué dans le Calvados et la Manche, en particulier sur le littoral. L'hébergement et la restauration concentrent la majorité de ces emplois. Entre 2014 et 2018, le nombre d'emplois touristiques progresse dans la région, mais de façon moins prononcée qu'au niveau national.

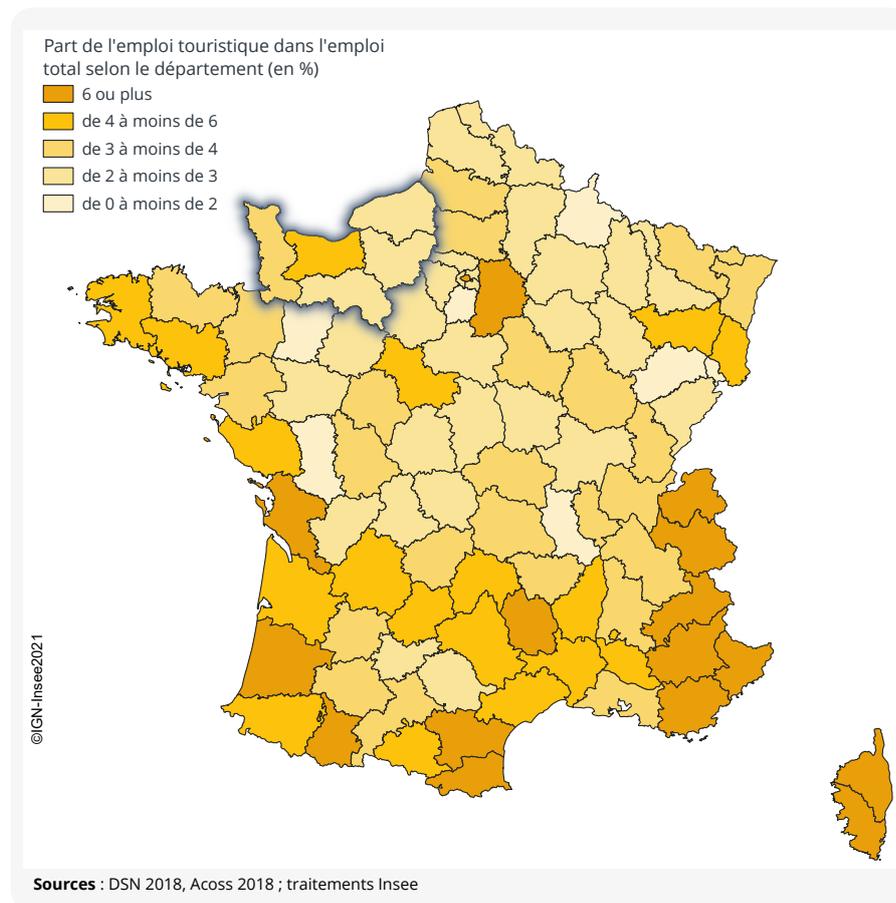
En 2018 et en moyenne annuelle<sup>1</sup>, 39 300 emplois sont directement liés à la présence de touristes en Normandie, soit 3,6 % des emplois touristiques de France métropolitaine. La région se place ainsi au 10<sup>e</sup> rang des régions après la Bretagne (50 400 emplois) et les Pays de la Loire (49 600 emplois), mais devant la Bourgogne-Franche-Comté (29 900 emplois) et le Centre-Val de Loire (25 300 emplois). L'Île-de-France concentre à elle seule plus du quart des emplois touristiques métropolitains (283 200 emplois).

## 5,7 % de l'emploi dans le Calvados est lié au tourisme

En Normandie, les emplois touristiques représentent 3,3 % de l'emploi total, une part inférieure au niveau national (4,2 %) qui classe la région au 8<sup>e</sup> rang des régions métropolitaines, tout comme les Pays de la Loire et le Grand Est. Parmi les départements normands, c'est dans le Calvados que le secteur du tourisme est le plus développé. Avec 5,7 % des emplois liés au tourisme, le département se classe au 17<sup>e</sup> rang parmi les 96 départements métropolitains ► **figure 4**. Il fait d'ailleurs partie des départements les plus touristiques du nord de la France après Paris (8,9 %) et la Seine-et-Marne (6,4 %). Avec 15 300 emplois en moyenne annuelle, et pouvant atteindre jusqu'à 20 300 emplois en août, le Calvados concentre à lui seul 39,0 % des emplois touristiques de la région ► **figure 5**.

Le tourisme occupe aussi une place importante dans l'économie de la Manche (6 300 emplois touristiques, soit 3,6 % de l'emploi du département), mais son poids est moindre dans les

## ► 4. Part de l'emploi touristique en 2018, par département



autres départements normands. Dans l'Eure et l'Orne, les emplois touristiques représentent en effet seulement 2,4 % de l'emploi total, soit respectivement 4 400 et 2 300 emplois. En Seine-Maritime, si seuls 2,3 % des emplois sont des emplois touristiques, cela représente néanmoins 11 000 emplois, soit 28,0 % des emplois touristiques de la région.

## Le poids économique du tourisme est plus important dans les zones littorales du Calvados et de la Manche

Au sein de la région, les zones littorales sont les plus touristiques, en particulier celles du Calvados et de la Manche

### ► **figure 6**.

Sur la Côte Fleurie, plus d'un emploi

<sup>1</sup> Le nombre d'emplois générés par le tourisme varie au cours de l'année. Plus faible en décembre et en janvier, il est plus élevé au cœur de la saison (juillet et août). Le nombre d'emplois en moyenne annuelle correspond au nombre d'emplois moyen observé au cours d'un mois de l'année.



Les activités de commerce sont moins présentes dans le Calvados (13,1 % des emplois touristiques du département) et davantage dans l'Eure et l'Orne (respectivement 29,9 % et 36,3 % des emplois). Dans la zone de Bagnoles-de-l'Orne, où sont implantées des activités

thermales, les soins concentrent 37,7 % des emplois touristiques. Les secteurs du patrimoine et de la culture sont plus développés dans les zones où se trouvent des villes historiques, telles que Caen ou Rouen. Ils fournissent en effet 21,7 % des emplois touristiques dans la

Vallée de la Seine et 16,7 % des emplois de la zone Caen-Côte de Nacre ► **figure 8.**

### Le nombre d'emplois touristiques normands augmente malgré une forte baisse dans le secteur de l'hébergement

Après un léger repli entre 2011 et 2014 (- 0,9 %), le nombre d'emplois touristiques progresse de 4,1 % en Normandie entre 2014 et 2018, soit 1 500 emplois supplémentaires ► **figure 9.** L'emploi touristique normand a été moins dynamique qu'au niveau métropolitain (+ 8,2 %) en raison d'un contexte économique moins favorable dans la région : sur cette période, l'emploi total progresse de 0,7 % en Normandie contre 3,3 % en France métropolitaine.

Le nombre d'emplois touristiques augmente dans les cinq départements normands, de 2,9 % dans l'Orne à 9,4 % dans l'Eure. Dans les zones touristiques Est Vernon, Campagne seinomarine, Rural Manche et dans la Baie du Mont-Saint-Michel, cette hausse est supérieure à 10 %. En revanche, les zones Sud Calvados, CU Cherbourg-Saint-Lô-Coutances, Ouest Bernay et le Bessin perdent des emplois.

## ► 7. Répartition de l'emploi touristique par département et activité touristique en 2018

Activité touristique	Unité : nombre et %						
	Calvados	Eure	Manche	Orne	Seine-Maritime	Normandie	France métropolitaine
<b>Emplois touristiques</b>	<b>15 300</b>	<b>4 380</b>	<b>6 300</b>	<b>2 290</b>	<b>10 990</b>	<b>39 260</b>	<b>1 079 150</b>
Hébergement	30,8	26,6	33,3	29,0	20,8	27,8	26,2
Restauration, cafés	30,5	19,7	22,6	11,1	21,8	24,5	29,2
Sport et loisirs	12,3	8,3	8,8	8,9	15,1	11,9	11,2
Patrimoine et culture	8,3	8,6	5,8	5,5	11,7	8,7	9,0
Commerce de détail non alimentaire	5,0	11,4	8,7	10,8	9,9	8,0	6,2
Grandes surfaces	3,7	9,3	8,1	8,7	7,7	6,4	3,8
Artisanat	1,4	2,9	2,8	3,8	2,3	2,2	1,4
Commerce de détail alimentaire	1,6	3,4	2,7	3,2	2,9	2,5	2,0
Offices de tourisme	1,5	1,2	2,5	2,4	2,1	1,8	1,4
Soins	1,3	2,9	1,6	9,8	1,4	2,1	1,9
Autres activités touristiques*	3,5	5,6	3,1	6,8	4,3	4,1	7,7
<b>Part dans l'ensemble de l'emploi</b>	<b>5,7</b>	<b>2,4</b>	<b>3,6</b>	<b>2,4</b>	<b>2,3</b>	<b>3,3</b>	<b>4,2</b>

\* Autres activités touristiques : location de logements ; agences immobilières ; banques ; transports de voyageurs par taxis ; activités photographiques ; location de courte durée de voitures ; organisation de foires, salons professionnels et congrès ; blanchisserie-teinturerie ; collecte, traitement et élimination des déchets non dangereux.

Sources : DSN 2018, Acoess 2018 ; traitements Insee

## ► 8. Répartition de l'emploi touristique par zone touristique en 2018

	Nombre d'emplois touristiques		Structure de l'emploi touristique par activité (en %)					
	En moyenne annuelle	En moyenne en juillet-août	Hébergement	Restauration, cafés	Sport et loisirs	Patrimoine, culture, offices de tourisme	Commerce, artisanat, soins*	Autres activités touristiques**
<b>Calvados</b>	<b>15 300</b>	<b>20 100</b>	<b>30,8</b>	<b>30,5</b>	<b>12,3</b>	<b>9,8</b>	<b>13,1</b>	<b>3,5</b>
Bessin	1 430	2 040	51,4	22,7	2,4	9,9	11,4	2,3
Sud Calvados	740	960	26,1	3,1	20,1	18,2	28,1	4,4
Caen - Côte de Nacre	5 840	7 410	21,0	31,0	10,5	16,7	15,6	5,2
Côte Fleurie	5 990	7 980	35,2	35,3	17,0	2,6	7,8	2,1
Pays d'Auge	1 300	1 710	34,4	30,2	5,7	7,2	19,2	3,2
<b>Eure</b>	<b>4 380</b>	<b>5 260</b>	<b>26,6</b>	<b>19,7</b>	<b>8,3</b>	<b>9,8</b>	<b>29,9</b>	<b>5,6</b>
Est Vernon	1 920	2 350	22,3	24,4	8,9	9,1	28,2	7,2
Ouest Bernay	710	880	26,0	12,0	8,1	9,5	37,5	6,9
Sud Évreux	1 750	2 030	31,7	17,7	7,8	10,6	28,9	3,4
<b>Manche</b>	<b>6 300</b>	<b>8 880</b>	<b>33,3</b>	<b>22,6</b>	<b>8,8</b>	<b>8,3</b>	<b>23,9</b>	<b>3,1</b>
Baie du Mont-Saint-Michel	2 200	3 020	35,7	28,5	12,7	5,6	15,3	2,3
CU de Cherbourg - Saint-Lô Coutances	1 540	1 980	25,1	19,4	5,4	11,5	35,0	3,7
Littoral Manche	1 510	2 590	38,5	26,5	6,6	5,5	19,9	3,0
Rural Manche	1 050	1 290	33,0	9,2	8,8	13,5	31,6	3,9
<b>Orne</b>	<b>2 290</b>	<b>2 880</b>	<b>29,0</b>	<b>11,1</b>	<b>8,9</b>	<b>7,9</b>	<b>36,3</b>	<b>6,8</b>
Alençon - Argentan	620	790	21,1	14,6	6,9	8,9	36,0	12,4
Bagnoles-de-l'Orne	520	640	26,3	13,9	14,5	5,2	39,4	0,6
Reste de l'Orne	1 150	1 450	34,4	8,0	7,5	8,5	35,1	6,5
<b>Seine-Maritime</b>	<b>10 990</b>	<b>13 690</b>	<b>20,8</b>	<b>21,8</b>	<b>15,1</b>	<b>13,8</b>	<b>24,2</b>	<b>4,3</b>
Côte d'Albâtre	4 380	5 750	27,2	22,8	17,8	6,7	22,4	3,3
Campagne seinomarine	1 350	1 714	12,8	7,1	40,5	6,4	28,7	4,5
Vallée de la Seine - Seine-Maritime	5 260	6 210	17,6	24,7	6,4	21,7	24,6	5,2
<b>Normandie</b>	<b>39 260</b>	<b>50 810</b>	<b>27,8</b>	<b>24,5</b>	<b>11,9</b>	<b>10,5</b>	<b>21,2</b>	<b>4,1</b>

\* Commerce, artisanat et soins : commerce de détail alimentaire et non alimentaire, grandes surfaces, artisanat, soins.

\*\* Autres activités touristiques : location de logements ; agences immobilières ; banques ; transports de voyageurs par taxis ; activités photographiques ; location de courte durée de voitures ; organisation de foires, salons professionnels et congrès ; blanchisserie-teinturerie ; collecte, traitement et élimination des déchets non dangereux.

Lecture : Par exemple, dans la zone touristique du Bessin, l'hébergement représente 51,4 % de l'emploi touristique : cette activité y est plus présente qu'au niveau régional (27,8 %).

Sources : DSN 2018, Acoess 2018 ; traitements Insee

Entre 2014 et 2018, la progression de l'emploi touristique est d'abord portée par la restauration (+1 240 emplois), secteur au sein duquel la hausse est plus marquée dans la région qu'en France métropolitaine (+ 14,8 % contre + 11,2 % au niveau national). Le commerce alimentaire (+ 29,0 %), l'artisanat (+ 16,0 %) et les autres activités touristiques (+ 16,1 %) **► figure 9** sont également dynamiques.

Seul le secteur de l'hébergement connaît une baisse (- 6,2 % par rapport à 2014), soit une perte de 720 emplois sur la période. Il s'agit de la baisse la plus forte dans ce secteur parmi les régions de France métropolitaine. Ce recul de l'emploi dans l'hébergement s'explique en partie par l'évolution de la fréquentation touristique au cours de cette période. En 2014, l'organisation du 70<sup>e</sup> anniversaire du débarquement, des Jeux Équestres Mondiaux et des Mondiaux de kayak-polo avaient attiré de nombreux touristes étrangers dans la région. La fréquentation internationale a en revanche baissé suite aux attentats survenus en 2015, et ce de manière plus prononcée en Normandie

## ► 9. Évolution relative de l'emploi touristique par département et activité touristique entre 2014 et 2018

Unité : nombre et %

	Calvados	Eure	Manche	Orne	Seine-Maritime	Normandie		France métropolitaine
						%	Nombre	
Restauration, cafés	+ 10,2	+ 66,3	+ 27,1	+ 3,2	+ 6,6	+ 14,8	+ 1 240	+ 11,2
Commerce de détail alimentaire	+ 28,3	+ 30,8	+ 12,0	+ 36,9	+ 38,3	+ 29,1	+ 220	+ 29,0
Autres activités touristiques	+ 75,6	+ 14,3	- 46,2	+ 91,5	+ 12,7	+ 16,1	+ 220	+ 21,5
Commerce de détail non alimentaire	+ 10,2	+ 16,6	+ 0,8	+ 12,9	+ 0,3	+ 6,0	+ 180	+ 7,1
Grandes surfaces	- 6,4	+ 7,2	+ 27,0	+ 1,9	+ 5,8	+ 6,2	+ 150	+ 3,0
Artisanat	+ 26,1	+ 27,2	+ 9,4	+ 13,3	+ 9,4	+ 16,0	+ 120	+ 22,2
Patrimoine et culture	+ 3,0	+ 11,3	- 1,0	+ 9,8	+ 2,8	+ 3,6	+ 120	+ 9,5
Soins	+ 14,3	+ 5,2	+ 7,8	+ 16,6	+ 21,6	+ 13,8	+ 100	+ 8,9
Hébergement	- 5,0	- 7,9	- 3,9	- 12,4	- 7,8	- 6,2	- 720	+ 0,4
Offices de tourisme	+ 4,9	- 13,0	- 10,5	- 16,3	- 7,9	- 6,1	- 50	- 5,0
Sport et loisirs	- 5,7	- 21,0	+ 16,0	- 8,5	+ 7,5	- 0,8	- 40	+ 10,3
<b>Ensemble</b>	<b>+ 3,4</b>	<b>+ 9,4</b>	<b>+ 4,3</b>	<b>+ 2,9</b>	<b>+ 3,2</b>	<b>+ 4,1</b>	<b>+ 1 540</b>	<b>+ 8,2</b>

Sources : DADS 2014 et DSN 2018, Acoess 2014 et 2018 ; traitements Insee

que sur l'ensemble de la France métropolitaine. Ainsi, la fréquentation progresse moins dans la région entre 2014 et 2018, en particulier pour les non-résidents (+ 4,3 % contre + 9,3 % au niveau national).

Le nombre d'emplois dans l'hébergement baisse dans toutes les zones touristiques, sauf dans la zone CU Cherbourg-Saint-Lô-Coutances, où il stagne, et sur la Côte Fleurie, où il augmente légèrement.

### ► Encadré - Le nombre d'emplois touristiques atteint un pic de 51 300 en août

Lors du mois d'août, au plus fort de la période estivale, la fréquentation touristique génère 51 300 emplois en Normandie, soit 29 % de plus qu'en moyenne au cours de l'année. C'est près de deux fois plus qu'en janvier, le mois de l'année au cours duquel le nombre d'emplois touristiques est le plus faible (27 000 emplois). Le Calvados est le département dont la saisonnalité de l'emploi est la plus forte (20 300 emplois touristiques en août contre 10 600 en janvier).

Le besoin en travailleurs saisonniers concerne particulièrement les activités commerciales. Dans les grandes surfaces, le nombre d'emplois touristiques est 13 fois plus important en août qu'en janvier (5 100 emplois contre 400). Les commerces alimentaires et non alimentaires comptent 5 900 emplois touristiques en août contre 2 600 en janvier (soit 2,3 fois plus). La saisonnalité de l'emploi touristique est également marquée dans la restauration (12 700 emplois en août contre 6 600 en janvier, soit 2 fois plus) et l'hébergement (13 200 emplois en août contre 8 800 en janvier, soit 1,5 fois plus).

### ► Sources

L'estimation de l'emploi touristique provient des déclarations annuelles de données sociales de 2014 (DADS) et des déclarations sociales nominatives de 2018 (DSN) pour l'emploi salarié et des données de l'agence centrale des organismes de sécurité sociale de 2014 et 2018 (Acoess) pour l'emploi non salarié.

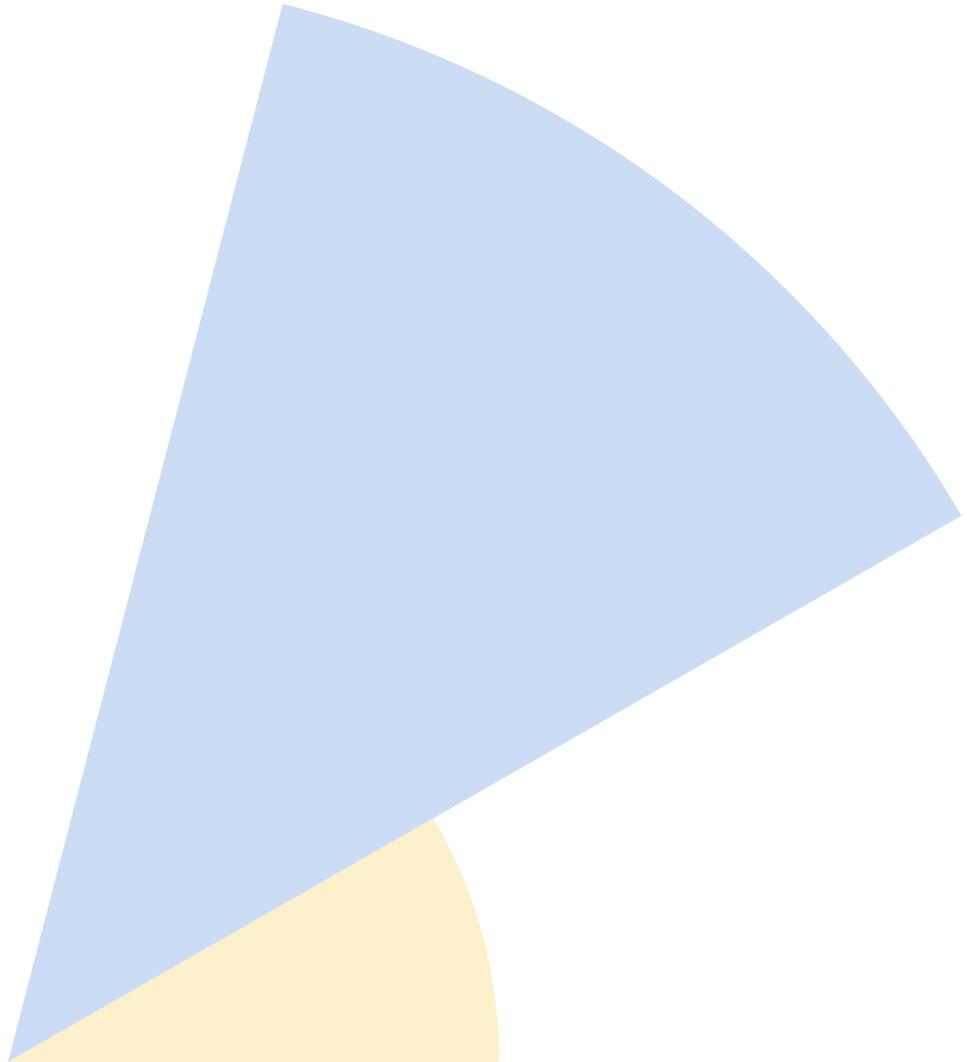
### ► Méthodologie

L'emploi touristique correspond ici aux emplois locaux induits par la présence de touristes dans la zone de réception. Ainsi, la majorité des moyens de transport et des agences de voyage sont exclus car ils permettent de se rendre sur le lieu de tourisme et ne constituent pas une dépense dans la zone de réception. Le concept d'emploi touristique est donc différent du concept retenu dans le compte satellite du tourisme.

L'estimation de l'emploi lié au tourisme repose sur le repérage des secteurs d'activités concernés par le tourisme et leur classement selon leur degré de « *touristicité* » :

- Certaines activités sont spécifiquement touristiques comme l'hôtellerie, les campings, les parcs d'attractions, etc. La totalité de l'emploi est alors comptée comme touristique puisque ces activités n'existeraient pas sans les touristes.
- D'autres activités sont partiellement touristiques comme la restauration, l'organisation d'événements culturels, le commerce de détail ou l'artisanat. Ces activités sont dépendantes de la présence de touristes, mais une partie de l'emploi est imputable aux personnes qui résident sur le territoire. Dans ce cas, quelle que soit la « *touristicité* » du territoire, l'emploi touristique résulte de la différence entre l'emploi total et l'emploi destiné à la population résidente. Ce dernier est calculé au moment où l'activité est la plus faible.

# Richesse dégagée



# Les activités touristiques en Normandie : 2,2 % de la richesse dégagée en 2017

En 2017, les activités touristiques génèrent 2,2 % de la richesse dégagée en Normandie. Cette contribution est inférieure à la contribution du tourisme à l'emploi, les activités touristiques étant principalement des activités de main-d'œuvre qui génèrent peu de richesses relativement à l'emploi. L'hébergement et la restauration contribuent pour plus de la moitié de la richesse dégagée par le tourisme.

En Normandie, les activités liées au tourisme génèrent 2,2 % de la richesse dégagée en 2017. Cette part, inférieure au niveau métropolitain (2,9 %), classe la Normandie en 9<sup>e</sup> position parmi les 13 régions métropolitaines.

## Les activités touristiques contribuent davantage à l'emploi qu'à la création de richesses

La contribution du tourisme à la richesse dégagée est inférieure à sa contribution en termes d'emploi (2,2 % contre 3,3 %). Les activités touristiques sont principalement des activités de main-d'œuvre qui génèrent peu de richesses relativement à l'emploi. Seule la zone de Bagnolles-de-l'Orne fait exception, en raison de la présence sur ce territoire d'activités thermales et d'un casino, des secteurs fortement créateurs de richesse.

La répartition de la richesse dégagée suit celle de l'emploi au niveau territorial. Ainsi, les activités touristiques apportent 4,6 % de la richesse dégagée dans le Calvados et 2,7 % dans la Manche. Plus localement, les zones de la Côte Fleurie, du Bessin, de la baie du Mont-Saint-Michel, ou encore du Littoral Manche sont les plus créatrices de richesse touristique.

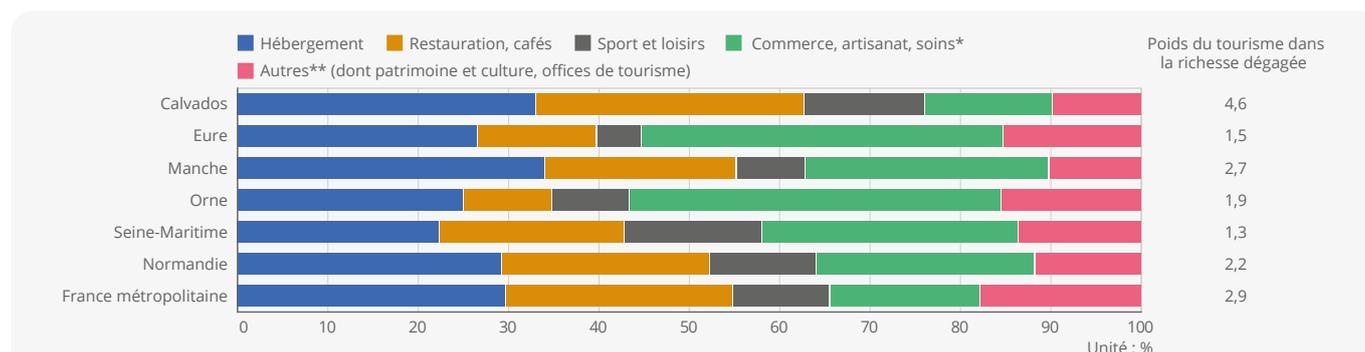
## L'hébergement et la restauration génèrent plus de la moitié de la richesse dégagée par le tourisme

En Normandie comme en France métropolitaine, l'hébergement et la restauration sont les secteurs qui contribuent le plus à la richesse dégagée (respectivement 29,1 % et 23,2 % ► **figure 10**). Le poids de ces secteurs est particulièrement marqué dans le Calvados et la Manche, en particulier sur le littoral.

Le secteur des « sports et loisirs », qui comprend les casinos, génère 11,6 % de la richesse dégagée touristique, un niveau proche de celui observé en France métropolitaine (10,6 %). Cette contribution est inégale d'un département à l'autre, et plus importante dans le Calvados (13,1 %) et en Seine-Maritime (15,1 %), départements où sont situés 17 casinos parmi les 22 implantés dans la région.

Le commerce, l'artisanat et les soins contribuent davantage à la création de richesse dégagée touristique en Normandie qu'en France métropolitaine (24,4 % contre 16,8 %), et ce de façon plus prégnante dans l'Orne (41,4 %), grâce à la présence des activités de cures thermales, ainsi que dans l'Eure (40,3 %). À l'inverse, le poids des autres secteurs (dont le patrimoine et la culture, et les offices du tourisme) est moindre en Normandie (11,7 % contre 17,8 % au niveau national).

## ► 10. Part de la richesse dégagée touristique et répartition de la richesse dégagée touristique par département, zone touristique et activité touristique en 2017

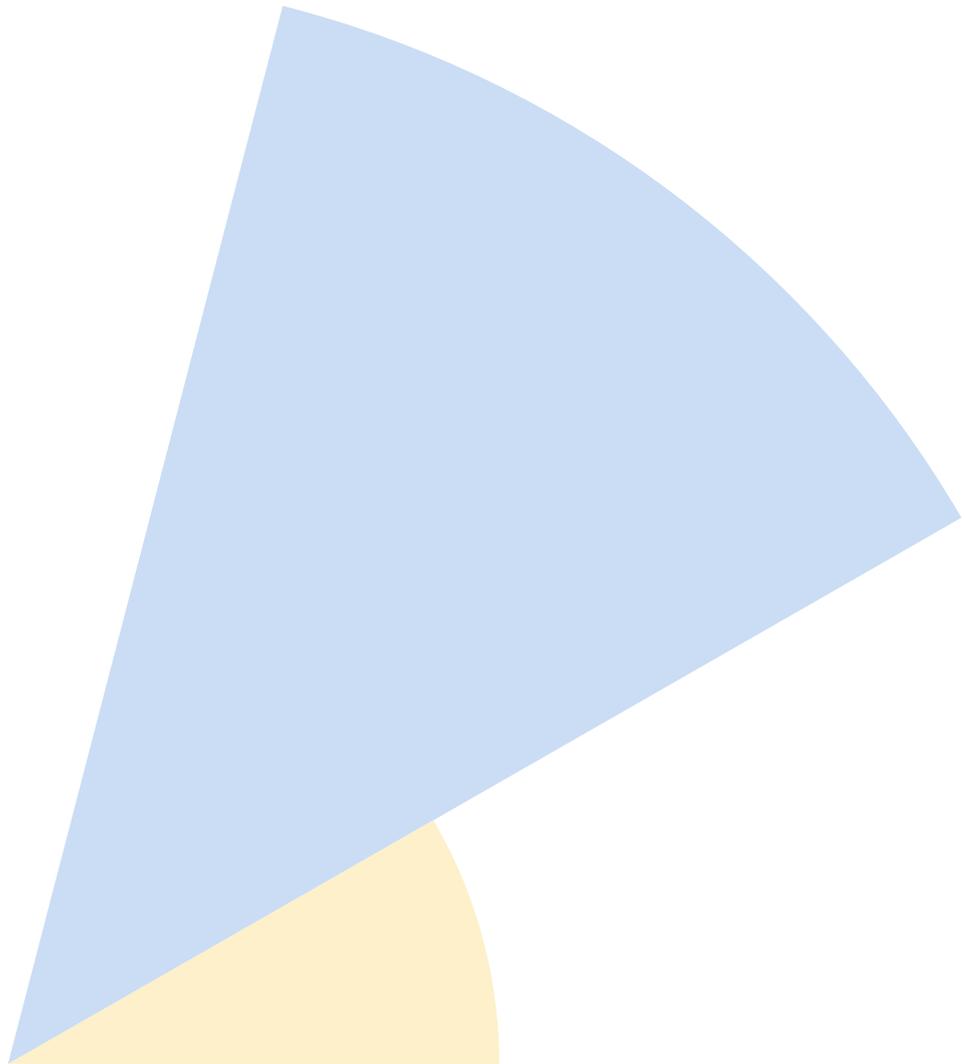


\* Commerce, artisanat, soins : commerce de détail alimentaire et non alimentaire, grandes surfaces, artisanat, soins.

\*\* Autres : patrimoine et culture, location de logements, agences immobilières ; banques ; transports de voyageurs par taxis ; activités photographiques ; location de courte durée de voitures ; organisation de foires, salons professionnels et congrès ; blanchisserie-teinturerie ; collecte, traitement et élimination des déchets non dangereux.

Sources : DSN 2017, Acoess 2017, fichier économique enrichi 2017 ; traitements Insee

**Pour en savoir plus**



### ► Pour en savoir plus

- **Brunet L., Jerrari K., Maillard M.**, « L'économie du tourisme en Normandie », *Insee Dossier Normandie*, n°8, novembre 2017.
- **Lomonaco J.C.**, « La croissance de la consommation touristique en France se confirme en 2018 », 4 pages de la DGE, n°91, décembre 2019.
- **Poupet C.**, « En Normandie, la fréquentation touristique ne retrouve pas son niveau d'avant-crise, malgré le dynamisme de la clientèle résidente », *Insee Flash Normandie*, n°108, novembre 2021.
- <https://pronormandietourisme.fr/>



# Le poids du tourisme dans l'économie normande

## Insee Dossier Normandie

n°20

Décembre 2021

En 2017, les touristes ont dépensé 5,5 milliards d'euros en Normandie, soit 3,3 % de la consommation touristique intérieure de la France, une part qui classe la région au 10<sup>e</sup> rang des régions métropolitaines. Le poids du tourisme dans l'économie normande est proche de celui observé dans les autres régions de la moitié nord de la France, à l'exception de la Bretagne. Les touristes utilisent près des trois quarts de leur budget pour se loger, se nourrir ou se déplacer. Seul un quart des dépenses finance des activités de loisirs telles que des activités sportives, culturelles ou du chalandage. La Normandie est néanmoins la région où le poids des dépenses dans les services culturels, sportifs et de loisirs est le plus élevé, en raison de la forte implantation des casinos dans la région.

En 2018, la fréquentation touristique génère 39 300 emplois en Normandie, soit 3,3 % de l'emploi total de la région. Le poids du tourisme, moins élevé dans la région qu'en France métropolitaine, est plus marqué dans le Calvados et la Manche, en particulier sur le littoral. L'hébergement et la restauration concentrent la majorité de ces emplois. Entre 2014 et 2018, le nombre d'emplois touristiques progresse dans la région, mais de façon moins prononcée qu'au niveau national. Si la restauration, le commerce alimentaire et l'artisanat ont été dynamiques sur la période, l'hébergement a, en revanche, perdu des emplois.

En Normandie, les activités liées au tourisme génèrent 2,2 % de la richesse dégagée en 2017. La contribution du tourisme à la richesse dégagée est inférieure à sa contribution en termes d'emploi, les activités touristiques étant principalement des activités de main-d'œuvre qui génèrent peu de richesse relativement à l'emploi.

Retrouvez l'ouvrage ainsi que les données sur  
[insee.fr](https://www.insee.fr)



ISSN : 2496-5227 (version imprimée)  
ISSN : 2493-7452 (version en ligne)  
REF. Insee Dossier Normandie n°20  
Décembre 2021