



Bilan de l'année touristique 2016 Un repli de la fréquentation dû à la clientèle étrangère

En 2016, la fréquentation dans l'ensemble des hébergements collectifs touristiques de Normandie se replie de 1,8 %. Elle progresse toutefois dans l'hôtellerie grâce à la clientèle française. Vis-à-vis de l'étranger, l'image de la France souffre des attentats. La fréquentation étrangère recule, davantage qu'à l'échelle nationale. Par ailleurs, les conditions météorologiques ne sont pas très favorables sur le début de l'année. Les nuitées passées en camping fléchissent nettement. L'année se termine toutefois par un fort rebond des nuitées, constituant un signe encourageant.

Bruno Blazévic

En 2016, les touristes passent 13,5 millions de nuitées dans un hébergement collectif normand. La fréquentation baisse pour la deuxième année consécutive (-1,8 % en 2016 et -0,6 % en 2015), après une année 2014 d'exception. Le contexte est défavorable en France depuis fin 2015, en raison de plusieurs attentats sur le territoire national, y compris en Normandie (Saint-Étienne-du-Rouvray, commune touchée à l'été 2016) mais aussi, à un degré moindre, à cause de mouvements sociaux liés à la loi travail. L'impact est particulièrement négatif pour la région concernant la fréquentation étrangère (-8,1 % contre -5,1 % à l'échelon national). Ce net recul est toutefois compensé par une légère augmentation de la clientèle française (+0,5 %), celle-ci représentant 76 % de l'ensemble des nuitées.

La fréquentation dans les hôtels normands augmente en 2016 (+0,9 %, *illustration 1*), alors que le niveau national enregistre une baisse de 1,0 %. À l'inverse, la fréquentation des campings

souffre particulièrement dans la région (-7,6 %), la baisse étant plus limitée sur l'ensemble de la France (-0,6 %). Peu aidée par une météo maussade au début de l'été, l'évolution des nuits passées dans un emplacement non équipé plonge (-12,6 %, contre -2,4 % au niveau national). Les nuits passées dans un autre type d'hébergement collectif (21,0 % du total) reculent quant à elles de 2,0 %.

Progression de la fréquentation hôtelière portée par la clientèle française

Les Français représentent la plus grande part de la clientèle hôtelière en Normandie (77 % des nuitées en 2016) et ce volume de nuitées augmente de 2,3 % sur l'année, soit trois fois plus qu'entre 2014 et 2015. Mise à part la Manche qui marque le pas en 2016 (-0,5 %) après

1 En 2016, la fréquentation des hébergements collectifs normands diminue de 1,8 %

Nuitées réservées en 2016 selon le type d'hébergements

	Nombre	Répartition	Évolution 2015-2016	Part des étrangers
Total des hébergements collectifs	13 526	100,0	- 1,8	24,4
Hôtels	7 582	56,1	+ 0,9	23,2
AHCT (*)	2 836	21,0	- 2,0	11,3
Campings	3 108	23,0	- 7,6	39,2
Emplacements nus	1 954	14,4	- 12,6	43,5
Emplacements équipés	1 155	8,5	+ 2,3	32,0

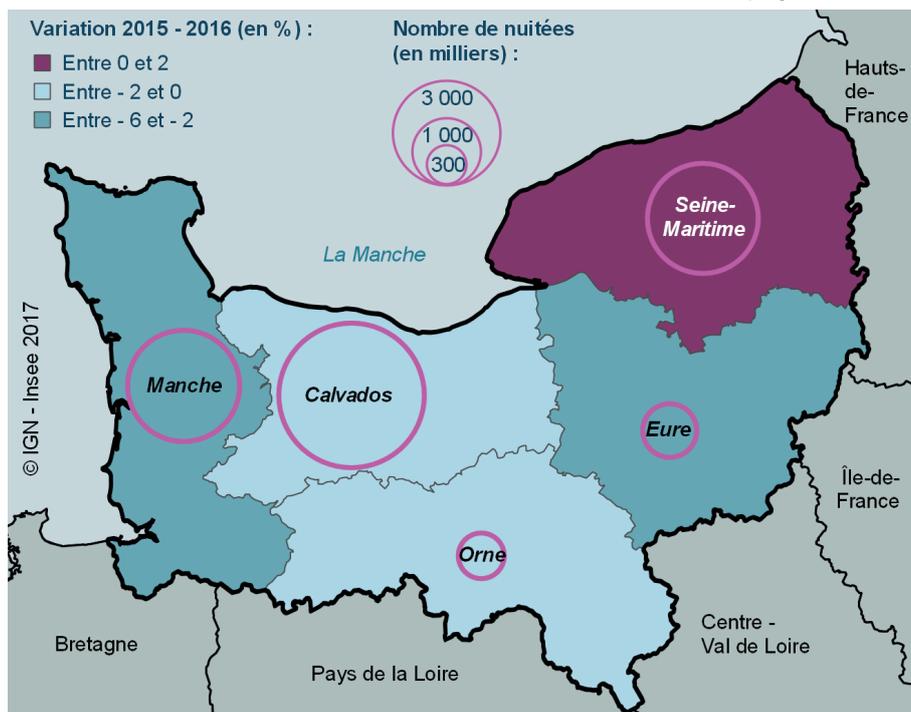
Unité : nombre (milliers) et %

(*) Autres hébergements collectifs de tourisme

Sources : Insee ; DGE ; partenaires régionaux - Enquêtes de fréquentation touristique

2 La Seine-Maritime se démarque par une hausse de la fréquentation

Évolution entre 2015 et 2016 du nombre de nuitées dans les hôtels et les campings



Unités : nombre de nuitées (en milliers), %

Source : Insee, en partenariat avec les comités régionaux du tourisme (CRT) et la DGE

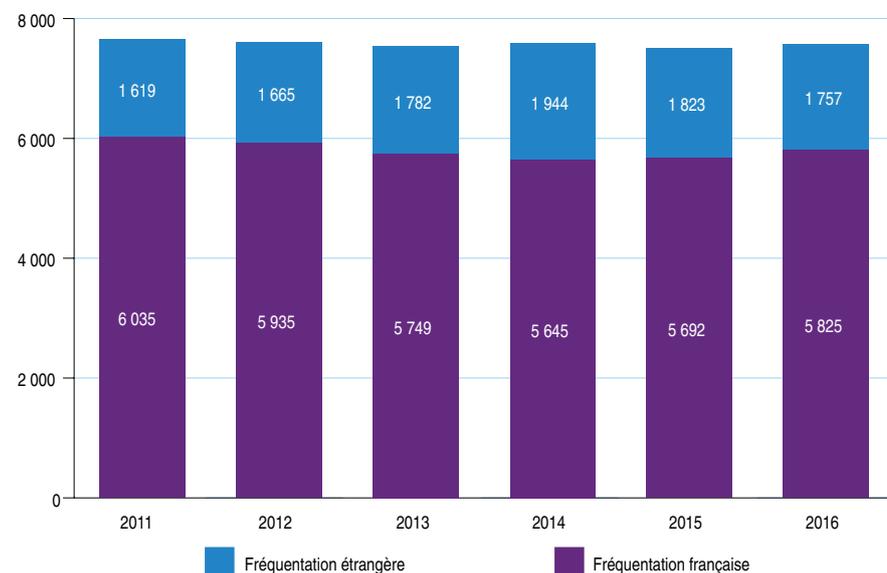
le bond de 2015 (+ 7,9 %), la clientèle hôtelière française progresse dans tous les autres départements, et davantage dans les départements les plus fréquentés (+ 2,0 % dans le Calvados et surtout + 5,1 % en Seine-Maritime). La fréquentation est particulièrement forte dans les agglomérations du Havre (+ 10,6 %) et de Rouen (+ 7,8 %). La progression de la clientèle d'affaires en Seine-Maritime en 2016 explique en partie ce résultat. Y compris la clientèle étrangère, six nuitées sur dix relèvent du tourisme d'affaires dans ce département, contre cinq sur dix au niveau régional. Les

nuitées augmentent aussi sur la Côte fleurie dans le Calvados (+ 4,1 %), cette zone rassemblant la moitié des nuitées du département. La fréquentation dans la Baie du Mont-Saint-Michel progresse également (+ 3,3 %) mais le fort retrait dans le reste du littoral Manche (- 13,9 %) ternit le résultat départemental pour la clientèle française.

La fréquentation étrangère dans les hôtels recule à nouveau en 2016 (- 3,6 % après - 6,2 % en 2015), retombant sous le niveau de 2013 (*illustration 3*). L'Orne, seul département en hausse (+ 2,6 %), se démarque avec la forte progression de sa

3 Depuis 2014, recul de la fréquentation hôtelière étrangère amorti par les touristes français

Évolution de la fréquentation hôtelière entre 2011 et 2016



Unité : nombre de nuitées (milliers)

Sources : Insee ; DGE ; partenaires régionaux - Enquêtes de fréquentation touristique

fréquentation dans la station thermale de Bagnoles-de-l'Orne (+ 6,8 %). Dans tous les autres départements, le recul de la clientèle étrangère varie de - 2 % à - 5 %. Globalement en Normandie (*illustration 4*), c'est tout d'abord la fréquentation d'origine asiatique et océanienne qui chute le plus lourdement. Celle des États-Unis se replie nettement tout comme l'année précédente. Cette dernière, qui pèse 12 % de la fréquentation étrangère, apparaît tributaire des craintes liées aux attentats et aussi probablement, dans une moindre mesure, de l'impact des grèves. Le recul est de 18 % sur la Côte fleurie et de 11,5 % sur les plages du débarquement même si elles restent les zones les plus visitées par les Américains. La fréquentation étrangère d'origine européenne, qui représente quatre nuitées étrangères sur cinq, nuance ce constat négatif. Elle progresse de 1,1 % en 2016, après un recul de 3,3 % en 2015. Cette hausse est portée par les touristes du Bénélux, surtout les Belges, dans la Manche, et les Allemands, nombreux dans le Calvados. À l'inverse, les Britanniques sont moins présents en 2016. Leur fréquentation diminue sur les plages de débarquement et le long de la vallée de la Seine, qui demeurent tout de même les destinations les plus prisées par nos voisins Outre-Manche en Normandie. La baisse du cours de la Livre consécutive au vote du Brexit fin juin peut contribuer à expliquer

4 Baisse marquée de la clientèle non européenne

Fréquentation en hôtel selon la provenance de la clientèle

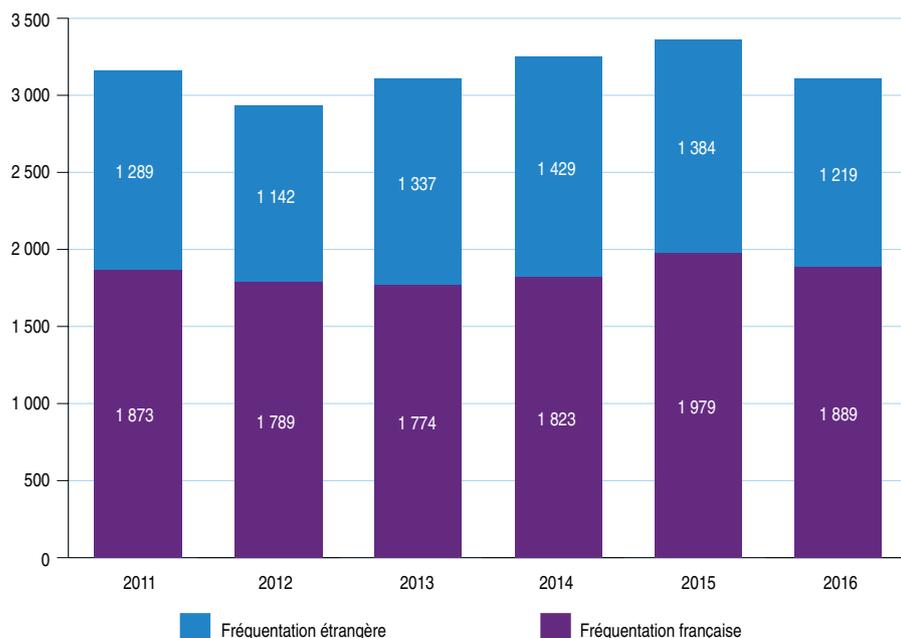
Pays d'origine	Nuitées en 2016	Évolution 2015-2016
Total	7 582	+ 0,9
France	5 825	+ 2,3
Pays étrangers	1 757	- 3,6
Afrique	17	- 8,4
Amériques N & S	248	- 11,3
États Unis	212	- 12,3
Canada	20	- 11,2
Asie-Océanie	80	- 37,0
Japon	20	- 65,1
Proche-Moyen-Orient	12	- 9,2
Chine	12	- 12,6
Europe	1 412	+ 1,1
Royaume Uni	458	- 7,7
Belgique	312	+ 17,7
Allemagne	159	+ 8,1
Pays-Bas	120	+ 25,3
Italie	95	- 20,1
Espagne	59	- 4,3
Suisse	46	+ 17,7
Russie	20	- 27,3

Unité : nombre (milliers) et %

Sources : Insee ; DGE ; partenaires régionaux - Enquêtes de fréquentation touristique

5 Accélération du recul de la fréquentation étrangère en camping

Évolution de la fréquentation en camping entre 2011 et 2016



Unité : nombre de nuitées (milliers)

Sources : Insee ; DGE ; partenaires régionaux - Enquêtes de fréquentation touristique

la baisse du volume des arrivées sur le territoire.

Bilan morose pour la fréquentation des campings

Le camping représente 23 % des hébergements collectifs en Normandie, soit cinq points de moins qu'au niveau national. La situation climatique de la Normandie est moins propice au camping que d'autres régions littorales du territoire français. Par ailleurs dans la région, en regard de l'hôtellerie, ce mode d'hébergement est davantage prisé par une clientèle étrangère (39 %). Comme en 2015, la durée moyenne

de séjour est supérieure dans les campings par rapport aux hôtels (3,6 jours contre 1,6).

La clientèle française dans les campings se replie nettement en 2016 (-4,5 %), après une très forte hausse l'année précédente (+8,6 %, illustration 5). La baisse

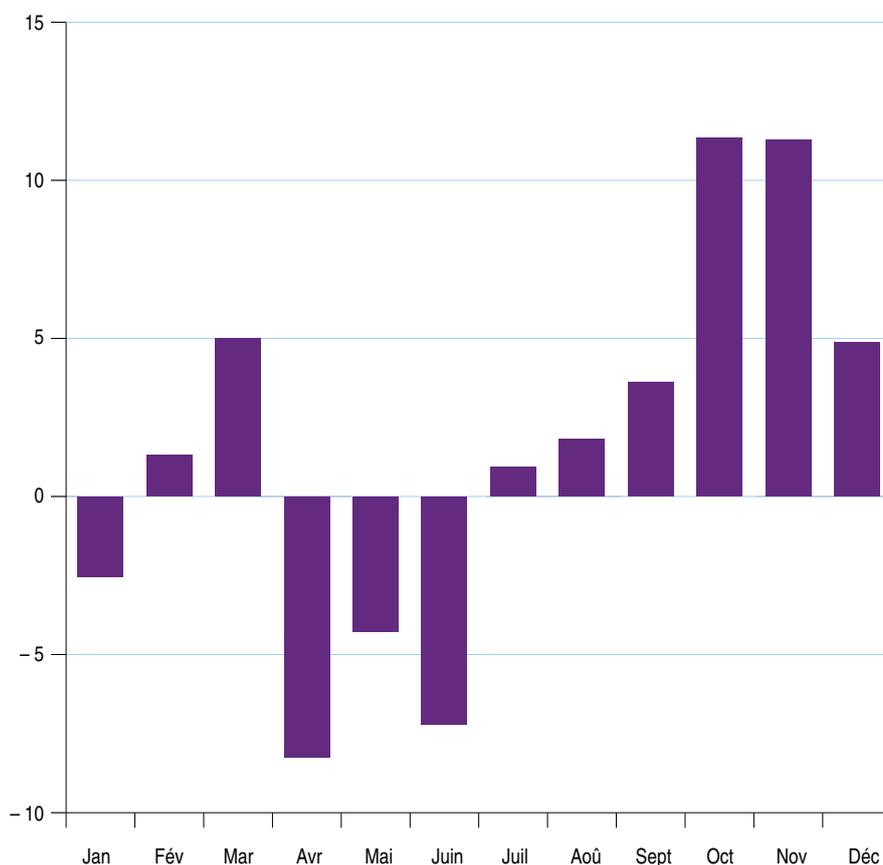
est particulièrement forte dans le département de la Manche (-9,0 %), elle atteint même -14,6 % dans la Baie du Mont-Saint-Michel. Les nuitées en Seine-Maritime reculent également, au même niveau que la moyenne régionale. À l'inverse, la fréquentation française dans les campings du Calvados progresse de 1,6 %, celle dans la Côte fleurie (un tiers des nuitées en camping) bondissant de 8,4 %.

La baisse de la fréquentation en camping est plus importante pour les étrangers (-11,9 %). Le recul avait déjà été amorcé en 2015 (-3,1 %), après deux années d'embellie. Aucun département n'est épargné, la baisse allant de -11 % dans le Calvados, la Manche ou l'Orne, à -14,1 % en Seine-Maritime et -17,9 % dans l'Eure.

La clientèle étrangère est essentiellement européenne (illustration 6). Les plus importants utilisateurs des campings sont les Néerlandais (40 % des nuitées pour l'ensemble des étrangers), leur volume de nuitées baisse cependant de 7,9 % en 2016. Leur destination privilégiée reste toujours la zone des plages du débarquement, malgré un recul de 9,7 % des nuitées. Les Britanniques constituent la 2^e nationalité touristique la plus présente dans les campings normands. Leur fréquentation chute fortement en 2016 (-18,5 %), particulièrement dans le Calvados (-21,2 %). Dans ce tableau

7 Inflexion positive de la fréquentation hôtelière à partir de juillet

Évolution 2015-2016 de la fréquentation mensuelle en hôtel



Unité : %

Sources : Insee ; DGE ; partenaires régionaux - Enquêtes de fréquentation touristique

6 Très fort décrochage des nuitées en camping pour beaucoup de pays d'origine

Fréquentation en camping selon la provenance de la clientèle

Pays d'origine	Nuitées en 2016	Évolution 2015-2016
Total	3 108	-7,6
France	1 889	-4,5
Pays étrangers	1 219	-11,9
Europe	1 212	-12,0
Pays-Bas	481	-7,9
Royaume Uni	322	-18,5
Allemagne	174	-13,2
Belgique	125	-2,8
Suisse	19	-23,7
Danemark	18	+12,4
Espagne	18	-7,7
Italie	14	-37,8

Unité : nombre (milliers) et %

Sources : Insee ; DGE ; partenaires régionaux - Enquêtes de fréquentation touristique

négalif, la baisse modérée (-2,8 %) des fréquentations d'origine belge apparaît atypique. La fréquentation danoise progresse même nettement (+12,4 %), après une forte baisse enregistrée en 2015 (-23 %).

Regain de fréquentation dans les hôtels et les campings en fin d'année

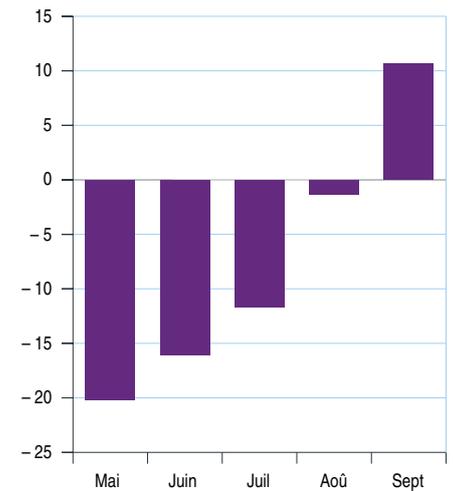
La fréquentation dans les hôtels est inégale sur le cours de l'année (illustration 7). La baisse de la fréquentation concerne le 1^{er} semestre, principalement les mois d'avril à juin, période pendant laquelle la clientèle d'affaires progresse beaucoup moins que durant le 2nd semestre. Les mois des plus fortes affluences durant la saison touristique repartent à la hausse grâce à la fréquentation française. La hausse de la fréquentation est particulièrement forte au dernier trimestre de l'année, les deux derniers mois étant cette fois-ci portés par la fréquentation étrangère (+20 %).

Cette hausse est toutefois à relativiser, car consécutive à la faible fréquentation des mois de novembre et décembre 2015 après la survenue des attentats à cette période.

La saison 2016 pour les campings démarre elle aussi en berne, en baisse de 20 % en mai par rapport à 2015 (illustration 8). Du fait d'une météo défavorable, la situation perdure jusqu'à fin juillet, surtout pour la fréquentation étrangère. La situation s'équilibre au mois d'août pour connaître un fort regain en septembre, notamment concernant la fréquentation française (+22,8 % par rapport à 2015). ■

8 Sursaut de la fréquentation des campings au mois de septembre

Évolution 2015-2016 de la fréquentation mensuelle en camping



Unité : %

Sources : Insee ; DGE ; partenaires régionaux - Enquêtes de fréquentation touristique

Sources

Les résultats présentés ici s'appuient sur trois enquêtes réalisées par l'Insee, en partenariat avec la direction générale des entreprises (DGE) ainsi qu'avec le Comité régional du Tourisme de Normandie et les comités départementaux du tourisme.

L'enquête de fréquentation hôtelière (EFH) est réalisée chaque mois auprès des hôtels de tourisme ; 584 hôtels sont enquêtés en Normandie, soit un taux de sondage de 73 %.

L'enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air (EFHPA) est réalisée de mai à septembre inclus auprès des campings possédant au moins un emplacement de passage. L'échantillon comporte 275 campings en Normandie, soit un taux de sondage de 83 %.

L'enquête de fréquentation dans les autres hébergements collectifs touristiques (EFAHCT) est réalisée auprès notamment des résidences hôtelières et de tourisme, villages de vacances, maisons familiales et auberges de jeunesse. L'échantillon comporte 64 hébergements en Normandie, soit un taux de sondage de 100 %.

L'hébergement en logement individuel assuré par des particuliers n'est pas couvert par ces enquêtes, que l'offre soit marchande (gîtes, chambres d'hôtes, appartements de tourisme proposés par des centrales de réservation...) ou non marchande (résidences secondaires ou hébergements chez des parents ou amis).

Les résultats des hébergements collectifs touristiques français sont accessibles sur le site internet de l'Insee.

Définition

La **fréquentation en nuitées** correspond au nombre total de nuits passées par les clients dans un établissement touristique. Un couple séjournant trois nuits consécutives dans un établissement compte pour six nuitées, de même que six personnes ne séjournant qu'une nuit.

Insee Normandie

5, rue Claude Bloch
BP 95137
14024 CAEN Cedex

Directeur de la publication :
Daniel BRONDEL

Rédactrice en chef :
Maryse CADALANU

Attachés de presse :
Martine CHERON (Rouen)
Tél : 02 35 52 49 75
Philippe LEMARCHAND (Caen)
Tél : 02 31 45 72 88

Mise en page :
Agence Elixir, Besançon

ISSN : 2493-7266 (en ligne)
ISSN : 2496-5227 (imprimé)

© Insee 2017

Pour en savoir plus

- Blazévic (Bruno), « Bilan de la saison touristique 2016 en Normandie : Un repli du tourisme normand qui s'atténue en fin de saison », *Insee Flash Normandie*, Insee, n° 21, Novembre 2016.
- Coënon (Alain), « Bilan de l'année touristique : La Normandie reste très attractive en 2015 », *Insee Analyses Normandie*, Insee, n° 8, Juin 2016.

