

Les hébergements touristiques en 2012

La fréquentation se maintient grâce à la clientèle étrangère

Séverine Francastel, direction générale de la Compétitivité, de l'industrie et des services
et Sylvia Legait, pôle de compétence Tourisme, Insee

En 2012, en France métropolitaine, la fréquentation des hôtels est stable par rapport à 2011, celle des campings est en léger recul et celle des autres hébergements collectifs progresse modérément. Globalement, la fréquentation des hébergements touristiques est stable. Dans les hôtels et les campings, la clientèle française baisse et la clientèle européenne stagne. La clientèle globale des hôtels se maintient grâce à l'afflux de touristes non européens (9,7 % de nuitées en plus en 2012). Face à des clients de plus en plus exigeants, les hébergements ayant fait le choix de la qualité et de l'adaptation aux nouvelles normes de classement bénéficient d'une fréquentation supérieure aux autres.

Les nuitées hôtelières atteignent un nouveau record en Île-de-France (68,3 millions) et en Provence - Alpes - Côte d'Azur (21,7 millions). La fréquentation des campings progresse à l'intérieur du territoire mais baisse sur le littoral.

En 2012, la situation économique ne joue pas en faveur du tourisme : après la reprise de 2010 et du début de 2011, la conjoncture se dégrade à nouveau dans l'Hexagone, comme

plus généralement en Europe. Pour autant, l'hébergement touristique français fait preuve d'une bonne résistance (*tableau 1 et encadré*). Ainsi, l'activité se maintient dans les hôtels (198,4 millions de nuitées ; *définitions*). Elle diminue de 1,0 % dans les campings (105,7 millions de nuitées pendant la saison estivale), mais augmente de 0,6 % dans les autres hébergements collectifs (92,5 millions de nuitées). Cette légère hausse est due aux résidences hôtelières et de tourisme. Tous modes d'hébergements collectifs confondus, les nuitées sont quasi stables (-0,1 %) avec 396,6 millions de nuitées en 2012.

Le tourisme pâtit de la conjoncture, mais bénéficie d'un calendrier avantageux

Année bissextile, 2012 compte une journée supplémentaire (29 février). Située pendant les vacances d'hiver, elle contribue à la stabilité de l'activité hôtelière. Par ailleurs, le tourisme de loisirs bénéficie en 2012 de huit ponts (jours fériés situés en semaine, hors mercredi), contre sept en 2011. Les deux effets contribuent conjointement à la légère croissance des nuitées hôtelières pour motif personnel (+0,3 %). Le contexte conjoncturel pèse davantage sur les nuitées d'affaires, en léger recul (-0,3 %), qui représentent 44 % des nuitées hôtelières en 2012.

Sur le plan de la météo, le mois de juillet maussade, qui fait suite à celui déjà peu clément de

1 Fréquentation des hôtels et des campings en France métropolitaine

	Nombre de nuitées*					Durée moyenne de séjour	
	2012		Évolution 2011-2012 (en %)			Durée en 2012 (en jours)	Évolution 2011-2012 (en %)
	Nombre (en millions)	Part des étrangers (en %)	Total	Français	Étrangers		
Année 2012, hôtels seulement	198,4	34,5	0,0	-1,4	2,8	1,8	0,3
Saison 2012**, hôtels et campings	207,8	35,6	-0,9	-2,0	1,0	2,8	-0,3
Hôtels	102,1	37,6	-0,9	-2,4	1,7	1,9	0,2
Campings	105,7	33,6	-1,0	-1,7	0,3	5,4	-1,7
Emplacements nus*	58,6	41,7	-2,7	-4,7	0,3	4,5	-2,2
Emplacements équipés*	47,1	23,5	1,2	1,4	0,5	7,1	-1,8

* Voir définitions. ** Période de mai à septembre.

Sources : Insee, DGCS, partenaires territoriaux, enquêtes EFH et EFHPA.

2011, contribue sans doute au recul de la fréquentation des hôtels (-1,9 % par rapport à juillet 2011) et plus encore des campings (-4,7 %). Ces derniers profitent en revanche de la vague de chaleur tardive (+1,3 % en août et +4,5 % en septembre, par rapport aux mêmes mois de 2011).

La fréquentation de la clientèle française diminue, tout en restant à un haut niveau

Indépendamment de leur durée de séjour, les clients français ont été moins nombreux dans les hôtels (-1,2 %) et, dans une moindre mesure, dans les campings (-0,2 %). Les Français ont diminué également leurs dépenses en séjournant moins longtemps. Compte tenu de ces deux effets, la fréquentation française recule de 1,4 % dans les hôtels (130,0 millions de nuitées) et de 1,7 % dans les campings (70,2 millions de nuitées pendant la saison estivale). Pour ces deux types d'hébergement, elle se situe malgré tout à un niveau élevé au regard des dix dernières années : même si elle n'atteint pas le record de 2011, elle dépasse les niveaux de l'ensemble des années 2003 à 2010 (*graphiques*).

La fréquentation étrangère remonte, mais reste en deçà des niveaux records d'avant la crise

Contrairement aux clients français, les clients étrangers sont venus plus nombreux dans les hôtels (+2,2 %) et, comme dans les campings (+2,1 %). Dans les hôtels, ils ont également séjourné plus longtemps, en moyenne,

d'où une hausse marquée de leur fréquentation (68,4 millions de nuitées, soit +2,8 %). Dans les campings, en revanche, les touristes étrangers ont raccourci leurs séjours, si bien que leur fréquentation progresse modérément (35,5 millions de nuitées pendant la saison estivale, soit +0,3 %). Malgré le rattrapage amorcé depuis trois ans, les nuitées étrangères restent inférieures aux niveaux records atteints avant la crise : -5,6 % par rapport au pic de 2007 pour les hôtels et -2,3 % par rapport au pic de 2006 pour les campings.

Moins d'Italiens et d'Espagnols dans les hôtels, mais un retour des Britanniques

Les Européens constituent la principale clientèle étrangère des hôtels (70 % des nuitées étrangères) et plus encore des campings (99,8 %). En 2012, ils ont maintenu leur fréquentation dans les deux types d'hébergement. Dans les hôtels, leur nombre de nuitées reste très inférieur à celui d'avant la crise (-12,7 % par rapport à 2007). Cette année encore, les évolutions sont contrastées selon le pays de provenance (*tableaux 2 et 3*). Premiers clients étrangers des hôtels, les Britanniques y ont séjourné davantage en 2012 (+3,6 %), alors que leur fréquentation reculait depuis quatre ans. Leur nombre de nuitées reste toutefois inférieur de 30 % à celui atteint en 2007. Ils ont par ailleurs continué d'être moins présents dans les campings. Les Néerlandais demeurent de loin la première clientèle étrangère des campings, avec 42 % des nuitées étrangères. Leur fréquentation

diminue légèrement en 2012, de même que dans les hôtels.

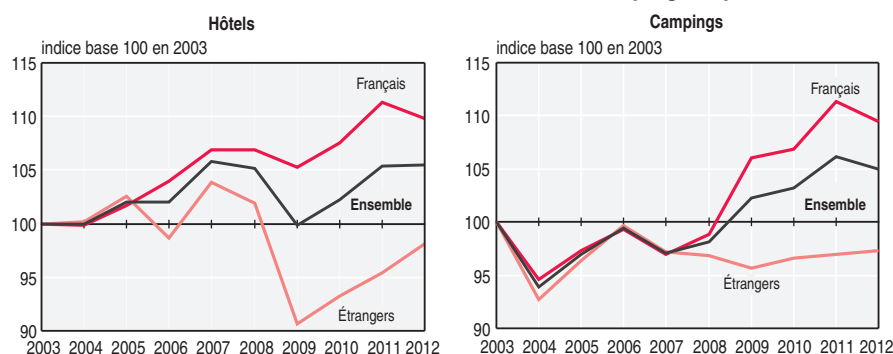
Les Allemands et les Suisses ont été plus présents qu'en 2011, dans les hôtels comme les campings. Les Belges ont séjourné nettement plus en camping, mais un peu moins en hôtel. Avec une fréquentation en hausse de 13,4 %, les Russes ont continué leur percée dans les hôtels, y dépassant, comme en 2011, la clientèle scandinave. Celle-ci a fréquenté un peu plus les hôtels en 2012. Les Italiens et les Espagnols, très affectés par la crise, ont de nouveau réduit nettement leurs nuitées en hôtel (-8,1 % et -14,1 %). Les Italiens se sont reportés partiellement vers le camping (+3,3 %), mais pas les Espagnols (+0,1 %).

Toujours plus de clients non européens dans les hôtels

Les clients extra-européens sont toujours plus présents dans les hôtels. En 2012, leur fréquentation atteint un nouveau record avec 20,7 millions de nuitées, soit une hausse de 9,7 % par rapport à 2011. La fréquentation américaine, en forte progression (+9,3 %), dépasse pour la première fois les 10 millions de nuitées. En particulier, celle des touristes originaires des États-Unis se renforce notablement (+11,8 %), favorisée par la baisse de l'euro par rapport au dollar. Cette clientèle est la première contributrice à la hausse des nuitées étrangères (1,1 point de croissance sur 2,8), même si sa fréquentation reste en deçà de celle de 2007. La progression de la clientèle sud-américaine est également forte (+5,2 %), mais en ralentissement (+14,4 % en 2011 et +29,1 % en 2010).

Avec 10,0 % de nuitées supplémentaires, la clientèle asiatique est, elle aussi, toujours plus présente dans les hôtels. Ce sont les touristes originaires du Proche-Orient et du Moyen-Orient qui augmentent le plus leur fréquentation (+15,1 %), devant les Chinois (+11,3 %) et les Japonais (+4,4 %). Cette dernière clientèle renoue avec la croissance après la baisse de 2011 (-2,7 %), liée aux conséquences économiques de l'accident nucléaire de Fukushima. Les Japonais restent les premiers clients asiatiques des hôtels (28 % des nuitées de la clientèle asiatique), devant les Chinois (18 %).

Évolution du nombre de nuitées* dans les hôtels et les campings depuis 2003



* Voir définitions.

Lecture : les nuitées des résidents étrangers dans les hôtels ont diminué de 1,9 % depuis 2003, mais remontent à partir de 2010. Champ : hôtels et campings situés en France métropolitaine.

Sources : Insee, DGClS, partenaires territoriaux, enquêtes EFH et EFHPA.

De meilleures performances pour les établissements ayant adopté le nouveau classement

Depuis plusieurs années, la clientèle, dont la composition a pu évoluer, se porte de plus en plus vers les établissements milieu ou haut de gamme, offrant davantage de confort. Dans les campings, l'attrait des emplacements équipés (*définitions*) se confirme (+ 1,2 %) au détriment des emplacements nus (-2,7 %). Cette demande de qualité se traduit également par

2 Fréquentation des hôtels selon la provenance de la clientèle

	Nuitées* en 2012 (en millions)	Évolution 2011-2012 (en %)
France	130,0	- 1,4
Allemagne	6,3	1,9
Belgique	5,3	- 0,5
Espagne	4,3	- 14,1
Italie	5,4	- 8,1
Pays-Bas	3,2	- 1,5
Royaume-Uni	10,8	3,6
Russie	2,2	13,4
Scandinavie	2,0	2,4
Suisse	2,9	9,5
Europe hors France	47,7	0,0
Amérique centrale et du Sud	2,7	5,2
États-Unis	6,6	11,8
Amérique	10,4	9,3
Chine	1,6	11,3
Japon	2,5	4,4
Proche-Orient et Moyen-Orient**	1,7	15,1
Asie et Océanie	9,0	10,0
Afrique**	1,3	11,9
Étranger	68,4	2,8
Total clientèle	198,4	0,0

* Voir *définitions*.

** L'Égypte est rattachée à la zone du Proche-Orient et du Moyen-Orient.

Champ : hôtels situés en France métropolitaine.

Sources : Insee, DGCS, partenaires territoriaux, enquête EFH.

l'engouement croissant pour les chaînes hôtelières, aux normes standardisées, plus facilement identifiées par les clients : leur taux d'occupation (*définitions*) dépasse celui des hôtels indépendants (65,1 % contre 56,3 %). Les démarches de labellisation telles que « Qualité tourisme » (1 000 campings et 3 000 hôtels) visent à répondre à cette demande de qualité. Plus récemment, la loi du 22 juillet 2009 de développement et de modernisation des services touristiques définit de nouvelles normes de classement pour les hébergements touristiques, plus facilement comparables d'un pays à l'autre. Ce nouveau classement a pour objectif d'inciter les établissements à améliorer la qualité de leurs équipements et services, grâce à un référentiel plus exigeant, complet et évolutif. Depuis le 23 juillet 2012, l'ancien classement est obsolète, mais les établissements non reclassés peuvent toujours réaliser la démarche d'obtention du nouveau classement.

3 Fréquentation des campings selon la provenance de la clientèle

	Nuitées* en 2012 (en millions)	Évolution 2011-2012 (en %)
France	70,2	- 1,7
Allemagne	6,3	4,0
Belgique	4,0	7,2
Espagne	0,8	0,1
Italie	1,0	3,3
Pays-Bas	14,7	- 1,1
Royaume-Uni	5,6	- 4,6
Suisse	1,3	6,3
Europe hors France	35,4	0,3
Étranger	35,5	0,3
Total clientèle	105,7	- 1,0

* Voir *définitions*.

Champ : campings situés en France métropolitaine.

Sources : Insee, DGCS, enquête EFHPA.

Au 31 décembre 2012, 5 102 campings et 11 357 hôtels sont référencés dans le nouveau classement. Pour les hôtels, cela représente 78 % de la capacité totale du parc (*tableau 4*). Au-delà de ce succès d'adhésion, le passage au nouveau classement semble se traduire en termes de performances. D'une part, il induit une montée en gamme des établissements, surtout pour les hôtels, majoritairement reclassés dans la catégorie immédiatement supérieure. D'autre part, la fréquentation des établissements reclassés est supérieure à celle des non-classés : les premiers enregistrent en effet une hausse de 1,1 % et les seconds une baisse de 2,9 %. Les hôtels reclassés bénéficient aussi d'un meilleur taux d'occupation (61,1 % contre 57,9 %). De la même façon, les campings reclassés résistent mieux que les autres (-0,6 % contre -2,8 %) et ont un taux d'occupation supérieur (37,8 % contre 28,5 %).

Nouveaux records de fréquentation hôtelière en Île-de-France et en Paca

Dans l'hôtellerie, la clientèle étrangère progresse et la clientèle française recule dans tous les types d'espace (urbain, littoral, montagne, rural). Dans la grande majorité des régions, l'évolution globale de la clientèle est modérée, entre - 2 % et + 1 % (*carte*). La fréquentation se maintient en Île-de-France (+ 0,3 %), où la clientèle est majoritairement étrangère. Malgré la baisse du tourisme d'affaires, elle atteint même un nouveau record de fréquentation avec 68,3 millions de nuitées, soit 34,4 % des nuitées métropolitaines (en progression de 1,5 point depuis 2007).

4 Parc et fréquentation des hôtels et des campings, selon la catégorie

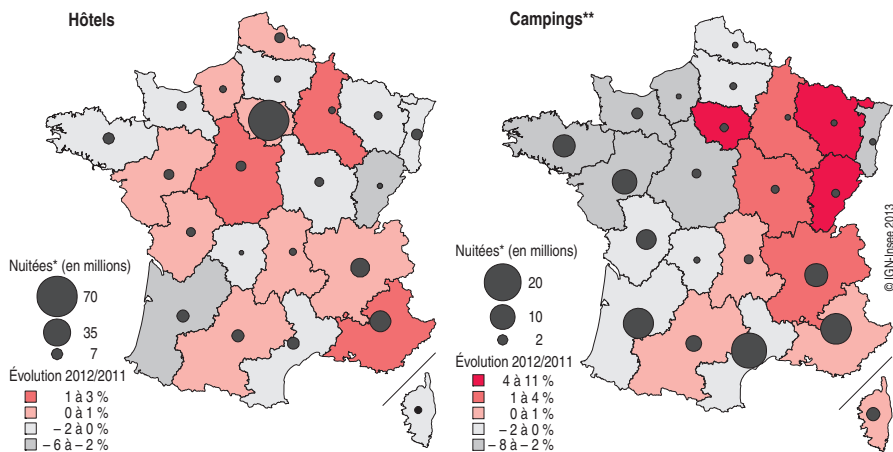
Catégorie au 1 ^{er} janvier 2013	Hôtels				Campings			
	Nombre de chambres au 1 ^{er} janvier 2013 (en milliers)	Nuitées*	Taux d'occupation*		Nombre d'emplacements* au 1 ^{er} janvier 2013 (en milliers)	Nuitées*	Taux d'occupation*	
		Évolution 2011-2012 (en %)	Taux en 2012 (en %)	Évolution 2011-2012 (en points)		Évolution 2011-2012 (en %)	Taux en 2012 (en %)	Évolution 2011-2012 (en points)
Non classés	138,1	- 2,9	57,9	- 0,2	183	- 2,8	28,5	0,0
Classés	481,3	1,1	61,1	- 1,0	513	- 0,6	37,8	- 0,5
1 étoile	31,5	1,0	64,4	- 1,5	18	- 1,9	27,6	- 0,8
2 étoiles	120,0	1,6	56,3	- 0,8	93	0,0	30,2	- 0,2
3 étoiles	213,3	1,2	61,3	- 1,0	206	1,4	35,5	0,1
4 étoiles	100,6	0,2	64,4	- 1,0	147	- 1,7	42,3	- 1,2
5 étoiles	15,8	1,7	64,6	- 0,1	48	- 3,4	50,5	- 1,3
Ensemble	619,3	0,0	60,3	- 0,7	695	- 1,0	35,5	- 0,3

* Voir *définitions*.

Champ : hôtels et campings situés en France métropolitaine.

Sources : Insee, DGCS, partenaires territoriaux, enquêtes EFH et EFHPA ; Atout France.

Fréquentation* des hôtels et campings en 2012 selon les régions



* Voir définitions.

** Saison : période de mai à septembre.

Champ : hôtels et campings situés en France métropolitaine.

Sources : Insee, DGCS, partenaires territoriaux, enquêtes EFH et EFHPA.

L'enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air (EFHPA) interroge mensuellement au cours de la saison de mai à septembre les 7 400 campings, classés (de 1 à 5 étoiles) ou non classés, et possédant au moins un emplacement de passage. L'enquête de fréquentation dans les autres hébergements collectifs touristiques (EFAHCT) est réalisée mensuellement auprès d'un échantillon de 2 500 résidences hôtelières et de tourisme, villages vacances et maisons familiales, auberges de jeunesse et centres sportifs. Ces trois enquêtes sont réalisées par l'Insee en partenariat avec la direction générale de la Compétitivité, de l'industrie et des services (DGCS) et de partenaires locaux du tourisme. Les résultats relatifs à 2012 sont définitifs pour les mois de janvier à octobre et provisoires pour novembre et décembre.

Définitions

Les **nuitées (ou fréquentation)** correspondent au nombre total de nuits passées par les clients. Un couple séjournant trois nuits consécutives dans un établissement compte pour six nuitées, de même que six personnes ne séjournant qu'une nuit.

Un **emplacement de passage** est un emplacement destiné à une clientèle touristique n'y élisant pas domicile. Il peut être nu ou équipé d'un hébergement léger (chalet, bungalow, mobil-home...). La fréquentation résidentielle des emplacements loués à l'année n'est pas prise en compte ici.

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

Bibliographie

- Francastel S., « Nette hausse de la clientèle française dans les hôtels et les campings en 2011 », *Le 4 Pages de la DGCS* n° 17, mars 2012.
- Francastel S., Pallez D., « Le tourisme en 2010 : embellie pour les hôtels, beau fixe pour les campings », *Insee Première* n° 1344, *Le 4 Pages de la DGCS* n° 12, avril 2011.

Les autres hébergements collectifs touristiques

Les autres hébergements collectifs touristiques ont accueilli 92,5 millions de nuitées en 2012, soit un peu moins de la moitié des nuitées en hôtels et presque autant qu'en camping. La durée moyenne de séjour est proche de 5 jours comme en camping. Globalement, la fréquentation de ces hébergements progresse légèrement (+ 0,6 % par rapport à 2011). Les résidences hôtelières et de tourisme (72 % des nuitées) portent exclusivement la hausse (+ 2,0 %), les autres types d'hébergement étant orientés à la baisse. Cependant, les taux d'occupation diminuent (35,4 % en 2012 contre 36,2 % en 2011), en raison d'une offre en lits croissante, en particulier dans les résidences de tourisme situées en zone urbaine. La clientèle étrangère représente 22,4 % des nuitées de l'ensemble de ces hébergements (27,3 % dans les résidences de tourisme contre 7,1 % dans les villages vacances et maisons familiales).

En Provence - Alpes - Côte d'Azur (Paca), deuxième région par sa fréquentation hôtelière, les nuitées augmentent de 2,2 % et atteignent aussi un nouveau record (21,7 millions). Seules la Champagne-Ardenne et le Centre dépassent par ailleurs 1 % de hausse. Inversement, l'Aquitaine, après de bons résultats en 2011, accuse un net recul (- 3,5 %), pesant fortement sur l'évolution globale. La fréquentation baisse également fortement en Franche-Comté (- 5,8 %).

Pour les campings (*carte*), le littoral, qui représente 55 % des nuitées totales et 61 % des nuitées de la clientèle française,

affiche une baisse de fréquentation (- 2,6 %). Le recul est le plus prononcé sur le littoral ouest (- 5,1 %). À l'inverse, la fréquentation augmente à l'intérieur des terres (+ 1,0 %), grâce à l'afflux de clients étrangers (43 % des nuitées intérieures). L'Alsace fait exception avec 3,4 % de nuitées en moins.

Sources

L'enquête de fréquentation hôtelière (EFH) est effectuée mensuellement auprès d'un échantillon de 14 050 hôtels de tourisme classés (de 1 à 5 étoiles) ou non classés, et comptant au moins 5 chambres.

⇒ Pour vous abonner aux avis de parution : <http://www.insee.fr/abonnements>

⇒ Pour vous abonner à INSEE PREMIERE :

- Par internet : <http://www.webcommerce.insee.fr/liste.php?idFamille=16>

- Par courrier : retourner ce bulletin à l'adresse ci-après ou par fax au (33) 03 22 97 31 73

INSEE/CNGP - B.P. 402 - 80004 Amiens CEDEX 1

OUI, je souhaite m'abonner à INSEE PREMIERE - Tarif 2013

Abonnement annuel : 84 € (France) 106 € (Étranger)

Nom ou raison sociale : _____ Activité : _____

Adresse : _____

Tél : _____

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

Date : _____ Signature

www.insee.fr

Direction Générale :
18, Bd Adolphe-Pinard
75675 Paris cedex 14

Directeur de la publication :
Jean-Luc Tavernier

Rédacteur en chef :
E. Nauze-Fichet

Rédacteurs :
L. Bellin, J.-B. Champion,
A. Houlou-Garcia, C. Pfister

Maquette : É. Houël

Impression : Jouve

Code Sage IP131444

ISSN 0997 - 3192

© INSEE 2013

