



Les dépenses des touristes en France La moitié bénéficie à l'Île-de-France, Provence - Alpes - Côte d'Azur et Rhône-Alpes

Ne pas diffuser avant

25 JUILLET 2014

00 h 00

EMBARGO

En 2011, les touristes français et étrangers ont dépensé 141 milliards d'euros en France métropolitaine à des fins de loisirs ou d'affaires. Grâce à leur patrimoine naturel et culturel et à des infrastructures adaptées, l'Île-de-France, Provence - Alpes - Côte d'Azur et Rhône-Alpes captent la moitié de ces dépenses.

Entre 2005 et 2011, la consommation touristique a augmenté de 17 %, la hausse variant de 4 % en Champagne-Ardenne à 24 % en Corse.

Selon les régions, sa composition varie : beaucoup de transport aérien en Île-de-France, par où arrive une part importante des touristes étrangers, davantage d'hébergements en Rhône-Alpes et en Alsace, des carburants et des péages dans les régions de passage.

Le tourisme occupe une place particulièrement importante dans l'économie des régions du Sud-Est : la consommation touristique représente 31 % du produit intérieur brut de la Corse, et 13 % en Paca et en Languedoc-Roussillon.

Catherine Sourd et Laurent Bisault, direction régionale de Midi-Pyrénées, Insee, et Jean-Christophe Lomonaco, direction générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DGCIS)

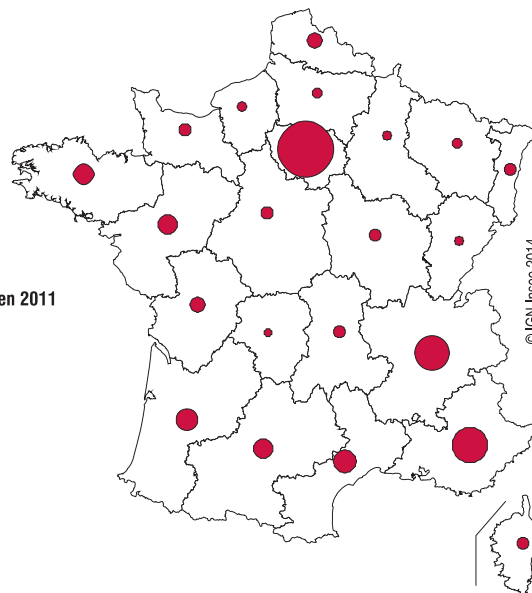
La Tour Eiffel, le château de Versailles, le Mont Saint-Michel, la Côte d'Azur : autant de sites emblématiques d'un patrimoine culturel et naturel qui génère par sa diversité et sa richesse des dépenses des touristes (*définitions*) français et étrangers. Ce capital suscite des déplacements aériens ou terrestres, remplit hôtels et restaurants, alimente l'activité des agences de voyage, fait découvrir les musées, incite à des pratiques sportives et culturelles, déclenche des achats alimentaires et de biens durables. Qu'il soit d'agrément ou d'affaires, le tourisme contribue à l'économie des territoires en générant de l'emploi et en créant de la richesse.

1 Île-de-France, Paca et Rhône-Alpes captent la moitié de la consommation touristique en 2011

Consommation touristique intérieure en 2011

en millions d'euros

39 000
19 500
3 900



© IGN-Insee 2014

Île-de-France, Paca et Rhône-Alpes en tête

En 2011, la consommation touristique intérieure française (*définitions*) a atteint

Sources : Insee, DGCIS, Compte satellite du tourisme régionalisé 2011.

145 milliards d'euros : 141 milliards d'euros en France métropolitaine et 4 milliards d'euros dans les départements d'outre-mer. Ces dépenses émanent pour deux tiers (98 milliards d'euros) de personnes résidant en France et pour un tiers (47 milliards d'euros) de personnes résidant à l'étranger. Selon les premières estimations régionales, en France métropolitaine, la consommation touristique bénéficie pour moitié à trois régions : Île-de-France, Provence - Alpes - Côte d'Azur (Paca) et Rhône-Alpes (figure 1). Ce sont de fait les trois plus grandes régions en termes de population et d'activité économique. Mais elles disposent aussi de nombreux arguments pour séduire les touristes. Ainsi, l'Île-de-France perçoit 39 milliards d'euros grâce au tourisme. La région capitale offre une très large palette de sites culturels : le Louvre, Notre-Dame, mais aussi, hors Paris, Fontainebleau, Provins,

par exemple. Les touristes viennent également pour les parcs d'attractions et les spectacles. Le tourisme d'affaires y occupe aussi une place importante : première région économique française, l'Île-de-France centralise bon nombre de centres de décision. En outre, selon les professionnels, Paris est la première ville pour le nombre de congrès internationaux. Enfin, l'Île-de-France bénéficie aussi des revenus générés par ses aéroports, et des dépenses de touristes qui pour partie n'y font qu'une étape de leur voyage.

Les régions Paca et Rhône-Alpes perçoivent chacune près de 18 milliards d'euros. Ces deux régions ont des traits et des atouts communs. Elles disposent d'une grande diversité de territoires : villes, montagnes, arrière-pays et, pour la région Paca, littoral. Elles bénéficient de bonnes infrastructures aériennes et routières qui favorisent l'accessibilité. Dans ces deux régions s'est développé un tourisme d'affaires : après l'Île-de-France, Rhône-Alpes et

Paca occupent les deuxième et troisième places pour les nuitées d'affaires grâce notamment à de nombreux palais des congrès.

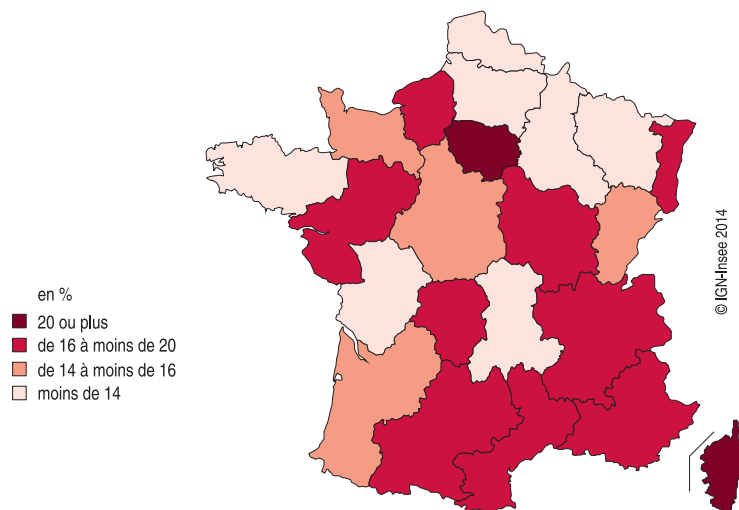
Dans les autres régions, les dépenses totales sont plus faibles : 8 milliards d'euros en Languedoc-Roussillon, 7 milliards en Aquitaine et en Bretagne, 6 milliards dans les Pays de la Loire et en Midi-Pyrénées. Il s'agit surtout dans ces régions d'un tourisme de loisirs favorisé par les façades littorales. La région Midi-Pyrénées se distingue par l'importance du tourisme de pèlerinage, à Lourdes. Plus au Nord, l'Alsace et le Nord - Pas-de-Calais attirent une clientèle de proximité, qu'elle soit française ou étrangère.

La consommation touristique progresse partout, mais à des rythmes différents

Entre 2005 et 2011, la valeur de la consommation touristique croît de 17 % en France : 14 points sont dus à l'augmentation des prix et 3 points à l'augmentation des volumes. Les prix qui ont le plus augmenté au cours de cette période sont ceux des carburants (+ 31 %). Les progressions des prix de l'hébergement marchand (+ 19 %) et des transports non urbains (+ 16 %) expliquent aussi en grande partie cette croissance des prix. La hausse de la consommation est plus ou moins forte selon les régions (figure 2), sans pour autant remettre en cause leur classement. La consommation progresse le plus fortement en Corse (+ 24 %), tirée par le transport, par les gîtes ruraux, les locations saisonnières et l'hôtellerie. La croissance atteint 21 % en Île-de-France : les dépenses d'hébergement et de transport non urbain augmentent, ainsi que les achats de maroquinerie et d'articles de voyage. En Lorraine et en Champagne-Ardenne, les dépenses des touristes progressent de moins de 10 %, en raison d'une hausse modérée de la dépense dans les gîtes ruraux et autres locations saisonnières.

2 Les plus fortes hausses en Corse et en Île-de-France

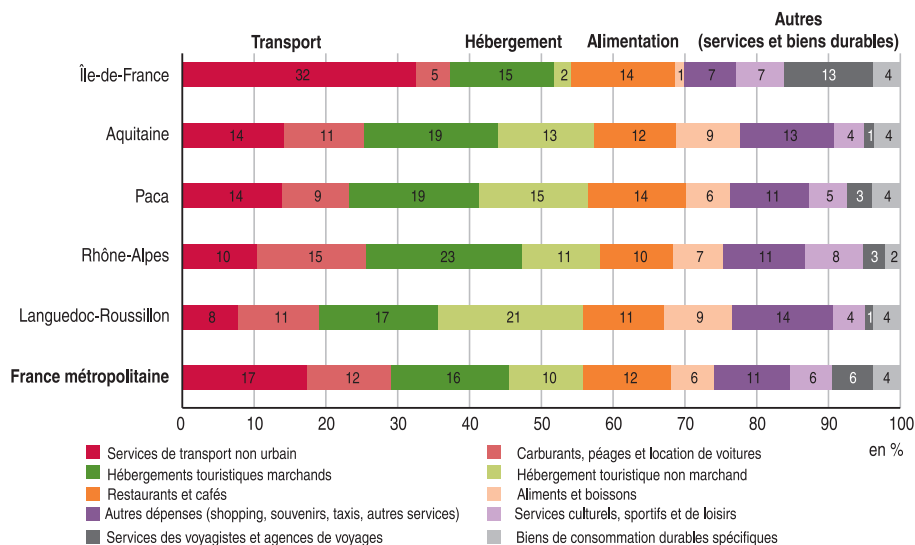
Évolution de la consommation touristique en valeur entre 2005 et 2011



Sources : Insee, DGCIS, Compte satellite du tourisme régionalisé 2011.

3 Les transports non urbains représentent un tiers de la consommation touristique francilienne

Part de chaque poste dans la consommation touristique régionale en 2011 pour les cinq premières régions



Sources : Insee, DGCIS, Compte satellite du tourisme régionalisé 2011.

Le transport : premier poste des dépenses

En 2011, le transport (avion, train, autocar ou bateau) est le premier poste de dépenses des touristes. En moyenne, il représente 17 % des dépenses touristiques en France métropolitaine, son poids variant de 5 % à 32 % selon les régions (figure 3). Il culmine à 32 % en Île-de-France, avec un poids prépondérant du transport aérien. Par son rayonnement international et la présence d'un hub aérien, la région capitale est un lieu de passage ou de séjour de nombreux touristes venus en avion du monde entier. En Corse, région insulaire, les dépenses de transport sont également importantes.

Encadré 1 La France, un des pays majeurs du tourisme dans le monde

La France capte naturellement une grande partie du tourisme de loisir ou d'affaires de ses résidents. Selon la direction générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DGCIS), les Français effectuent leurs voyages neuf fois sur dix en France.

La France est aussi une destination de tout premier plan pour les étrangers. Elle est le premier pays d'accueil des touristes étrangers selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT). Avec 83 millions d'arrivées de touristes dont certains en transit vers l'Europe du Sud, elle représente 8 % des arrivées mondiales en 2012. C'est le troisième pays pour les recettes derrière les États-Unis et l'Espagne avec 5 % des recettes du tourisme international. Le tourisme contribue positivement au solde des échanges extérieurs de la France. Cet excédent est passé de 9,8 à 11,7 milliards d'euros de 2005 à 2007. Il s'est ensuite tassé sous l'effet de la crise économique, mais est remonté à 7,1 milliards en 2011, puis à 11,3 milliards en données provisoires sur 2012.

Encadré 2 L'hôtellerie, une activité qui investit

En 2011, les entreprises régionales de l'hôtellerie (*définitions*) ont consacré en moyenne 28 % de leur valeur ajoutée à l'investissement, soit à peu près autant qu'en 2009 et 2010. L'effort d'investissement est sur ces trois années particulièrement important en Corse, une région où les établissements sont orientés dans le milieu et le haut de gamme. Le taux d'investissement (*définitions*) de l'hôtellerie atteint ainsi 44 % dans l'île, mais aussi 35 % en Rhône-Alpes, ainsi que 33 % en Poitou-Charentes et en Alsace.

Le taux d'investissement de l'hôtellerie est élevé en comparaison avec les autres secteurs économiques : sur le champ des entreprises régionales, il est de 23 % pour l'ensemble des entreprises industrielles, 15 % dans le commerce ou 10 % dans la construction. Ceci est en grande partie lié à la nature de l'activité de l'hôtellerie, qui nécessite de forts investissements. Le taux d'autofinancement (*définitions*) des entreprises régionales de l'hôtellerie a atteint 79 % en 2011, ce qui atteste des capacités des entreprises à financer elles-mêmes une grosse partie de leurs investissements. Les entreprises régionales de l'hôtellerie mobilisent un capital important, en moyenne 162 000 euros par salarié en équivalent temps plein (ETP) en 2011.

Les immobilisations sont plus élevées en Île-de-France qu'en province. Le taux de marge (*définitions*), qui rapporte l'excédent brut d'exploitation à la valeur ajoutée, est en moyenne de 26 % en 2011. Cet indicateur du partage de la valeur ajoutée entre salaires et profits varie selon les régions. Il est d'autant plus fort que le stock de capital est important, comme en Île-de-France, en Corse, mais aussi en Basse-Normandie.

La rentabilité économique (*définitions*) des entreprises régionales de l'hôtellerie, qui mesure la profitabilité du capital d'exploitation hors flux financiers, atteint 7 % en moyenne nationale en 2011, variant de 6 % en Nord - Pas-de-Calais, Poitou-Charentes, Midi-Pyrénées et en Provence - Alpes - Côte d'Azur à 10 % en Basse-Normandie et en Franche-Comté. C'est peu en regard de nombreux autres secteurs économiques, bien moins que pour les entreprises de la restauration, et à peu près autant que pour les entreprises industrielles ou du transport et de l'entreposage. Mais la rentabilité des hôtels doit s'apprécier sur une longue période.

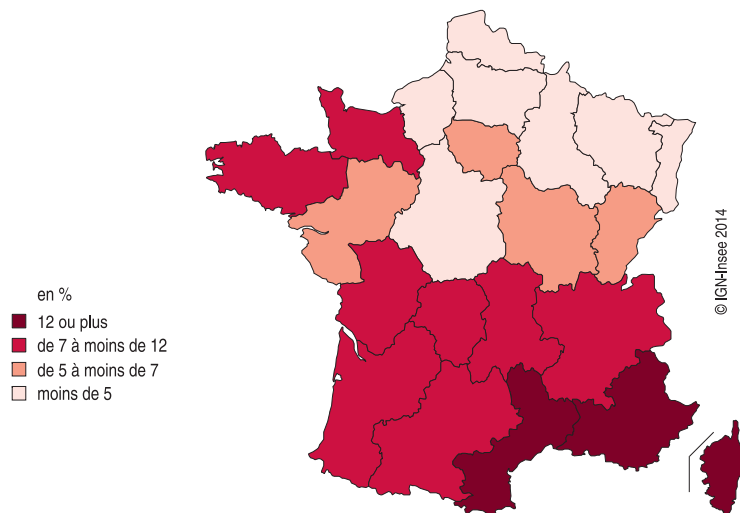
Le poste « carburants, péages et locations de voitures » représente 12 % de la consommation en France métropolitaine. Cette part atteint 37 % dans des régions de passage comme la Champagne-Ardenne ou le Centre.

Les dépenses d'hébergement profitent à toutes les régions

L'hébergement dans les hôtels, les campings et les locations représente 16 % de la consommation des touristes. Les disparités entre les régions sont moins grandes que pour le transport. Elles sont le plus souvent liées à des structures d'offre d'hébergement très différentes d'une région à l'autre. Ainsi, en Île-de-France, la plupart des touristes résident à l'hôtel, le camping et les gîtes étant quasi inexistantes. Le grand nombre de nuitées dans les hôtels s'y conjugue avec un parc haut de gamme, apprécié notamment par les Américains. En Alsace, les touristes français, allemands, belges et suisses privilégient également l'hôtel. Ce mode d'hébergement domine en Nord - Pas-de-Calais, région où le tourisme urbain est important. Les gîtes ruraux et autres locations saisonnières de meublés pèsent davantage en Rhône-Alpes, Franche-Comté et Auvergne. Le camping est particulièrement important en Languedoc-Roussillon et sur la façade atlantique. En métropole, les résidences secondaires (dont les dépenses sont estimées par des loyers fictifs) représentent 10 % de la consommation touristique, et sont de l'ordre de 20 % dans le Limousin, en Languedoc-Roussillon et en Auvergne.

4 Le tourisme est plus important dans les régions du Sud

Rapport entre la consommation touristique et le PIB régional en 2011



Sources : Insee, DGCIS, Compte satellite du tourisme régionalisé 2011.

Les dépenses de restauration : plus élevées dans les régions à forte activité hôtelière

Les dépenses de restauration vont souvent de pair avec les séjours à l'hôtel. En 2011, en France métropolitaine, elles représentent 12 % de la consommation des touristes. Elles sont particulièrement importantes en Île-de-France, en Paca, mais aussi en Alsace, Lorraine et Nord - Pas-de-Calais. Dans ces régions, leur poids varie de 14 % à 17 %. À l'inverse, les achats d'aliments et de boissons sont relativement plus importants là où l'on privilégie gîtes,

locations et résidences secondaires, comme en Auvergne et en Poitou-Charentes. Dans ces deux régions, 10 % de la consommation touristique est consacrée aux achats d'aliments et de boissons, soit 4 points de plus que la moyenne métropolitaine.

En 2011, les dépenses liées aux activités sportives, culturelles et de loisirs représentent en moyenne 6 % de la consommation touristique. Ces dépenses pèsent davantage en Normandie, Nord - Pas-de-Calais, Lorraine et Rhône-Alpes. Au total, plus de la moitié de ces dépenses proviennent des stations de ski en Rhône-Alpes et des casinos dans les autres régions.

Le tourisme, prépondérant dans l'économie des régions méditerranéennes

En 2011, la consommation touristique intérieure représente 7,2 % du produit intérieur brut (PIB) métropolitain. Son poids dans l'économie régionale est beaucoup plus important dans le Sud-Est, atteignant 31 % du PIB en Corse et 13 % en Paca et en Languedoc-Roussillon (figure 4). En revanche, en Rhône-Alpes (9 %) et en Île-de-France (6 %), le tourisme n'est qu'une composante parmi d'autres du dynamisme économique. Enfin, dans le Nord-Est, le tourisme représente moins de 5 % du PIB régional.

Sources

Jusqu'à présent, la contribution économique du tourisme n'était connue qu'au niveau national grâce au **compte satellite du tourisme** (CST) élaboré chaque année par la direction générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DGCIS) du ministère de l'Économie, du Redressement productif et du Numérique et du ministère des Affaires étrangères et du Développement international. Aujourd'hui, grâce aux travaux réalisés par l'Insee et la DGCIS présentés ici, il est possible d'évaluer l'économie touristique des régions françaises. Ces résultats répondent à la demande des pouvoirs publics et de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT).

Les dépenses régionales des touristes sont estimées à partir du CST national, en répartissant par région chaque poste de dépenses du compte. Les dépenses sont affectées au lieu de consommation, qui peut différer du lieu de résidence (achat d'un titre de transport par un employeur) ou même du lieu de villégiature (achat d'un camping-car). Le compte régionalisé mobilise notamment les enquêtes de l'Insee (réalisées avec la DGCIS et les partenaires territoriaux) auprès des entreprises d'hébergement touristique : sur la fréquentation hôtelière, la fréquentation de l'hôtellerie de plein air et l'enquête sur les autres hébergements collectifs (résidences hôtelières,

villages vacances, etc.). Il s'appuie aussi sur les deux enquêtes DGCIS-Banque de France : sur le suivi de la demande touristique auprès des Français (SDT) et l'enquête auprès des visiteurs venant de l'étranger (EVE).

Les données financières des entreprises régionales sont extraites du dispositif d'Élaboration des statistiques annuelles d'entreprises (Ésane) et de la base de données **Connaissance locale de l'appareil productif** (Clap) de l'Insee. Le nombre de congrès internationaux provient du classement 2013 établi par l'*International Congress and Convention Association*.

Définitions

Le **tourisme** regroupe « 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 pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs » selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) et la Commission statistique des Nations unies. Le tourisme recouvre ainsi les déplacements avec nuitées sur le(s) lieu(x) de villégiature ainsi que les déplacements (ou excursions) à la journée.

La **consommation touristique intérieure** (CTI), le concept central du CST, retrace la totalité des dépenses touristiques auprès des fournisseurs de biens et services résidant en France, réalisées par les touristes et les excursionnistes à la journée, qu'ils soient français ou étrangers. La CTI regroupe ainsi les dépenses liées aux activités caractéristiques du tourisme comme les services de transports non urbains, par avion, train, autocar, les transports fluvial et maritime assurés par des compagnies françaises, les restaurants et cafés et les hébergements touristiques marchands. Elle comprend aussi d'autres dépenses non spécifiques au tourisme comme les carburants, les transports urbains, les aliments et boissons, les souvenirs ou certains biens durables (bateaux, camping-cars, articles de voyage). Elle

intègre également la valorisation (loyers fictifs) des nuitées passées dans les résidences secondaires. Dans le CST national, la CTI est calculée pour l'ensemble du territoire, départements d'outre-mer inclus. Dans cette étude, les évaluations de la consommation touristique au niveau régional sont proposées uniquement pour les régions métropolitaines.

Les **entreprises régionales de l'hôtellerie** sont les unités légales qui ont pour activité principale « hôtels et hébergement similaire » (code APE 55.10Z) et dont plus de la moitié des salariés sont localisés dans la région (ou plus de la moitié des établissements, si elles n'ont pas de salariés). Ces entreprises régionales regroupent 90 % des effectifs du secteur de l'hôtellerie.

Le **taux d'investissement** est le rapport des investissements corporels bruts hors apports à la valeur ajoutée hors taxes.

Le **taux d'autofinancement** est le rapport de la capacité d'autofinancement aux investissements corporels.

Le **taux de marge** mesure la part de l'excédent brut d'exploitation dans la valeur ajoutée aux coûts des facteurs.

La **rentabilité économique** rapporte l'excédent brut d'exploitation à la somme des immobilisations non financières et du besoin en fonds de roulement.

Bibliographie

- Legait S., Rulfi D. « Les hébergements touristiques en 2013 - Retour confirmé de la clientèle étrangère », *Insee Première* n° 1497, avril 2014.
- « Le compte satellite du tourisme 2012 », DGCIS, décembre 2013.
- « Mémento du tourisme - édition 2013 », DGCIS, novembre 2013.
- Decret V., de Biasi K. « La consommation touristique représente 8 % du PIB aquitain », *Insee Aquitaine - Le quatre pages*, n° 218, juin 2014.
- Bayardin V., Caritg J-P., Brunet L., « Les retombées économiques du tourisme en Normandie - Près de 5 milliards d'euros de consommation touristique », *Insee Haute-Normandie - Aval* n° 148, juin 2014.

Direction Générale :
18, bd Adolphe-Pinard
75675 PARIS CEDEX 14
Directeur de la publication :
Jean-Luc Tavemier
Rédacteur en chef :
E. Nauze-Fichet
Rédacteurs :
J.-B. Champion, A. Houlou-Garcia,
C. Pfister, V. Quénechdu
Maquette : É. Houël
Impression : Jouve
Code Sage IP141510
ISSN 0997 - 3192
© Insee 2014

- **Insee Première** figure dès sa parution sur le site internet de l'Insee :

www.insee.fr/collections-nationales

- Pour recevoir par courriel les avis de parution (60 numéros par an) :

<http://www.insee.fr/abonnements>

Pour vous abonner à **Insee Première** et le recevoir par courrier :

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

