

Le 4 Pages

de la direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services

2009 : une année difficile pour l'hôtellerie de tourisme, alors que le camping gagne du terrain

En 2009, particulièrement au premier semestre, l'hôtellerie de tourisme a pâti de la crise économique mondiale : la baisse de fréquentation a atteint 4,9 % et le taux d'occupation a perdu 3,3 points. Toutes les catégories ont été touchées. Alors que le repli de la fréquentation de la clientèle française est resté limité (- 1,4 %), celui de la clientèle étrangère (- 11 %), notamment européenne (- 13 %), a été particulièrement important.

L'hôtellerie de plein air a bénéficié de cette situation : la fréquentation y est en hausse de 4,2 %, bénéficiant d'une forte croissance de la clientèle française (+ 7,2 %) et d'un repli contenu de la clientèle étrangère (- 1,1 %).

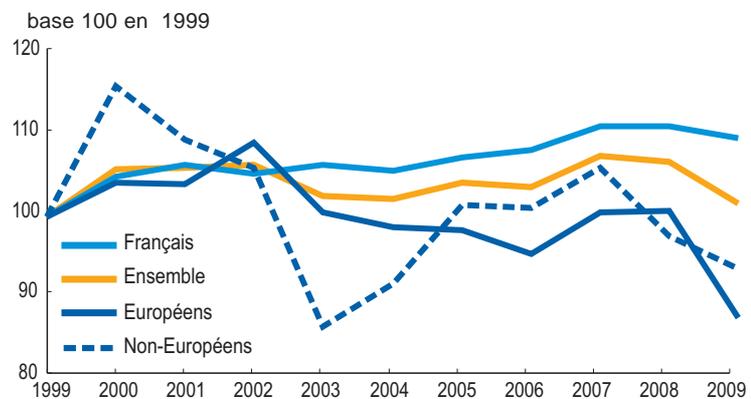
Les régions littorales ont bénéficié d'une fréquentation française à la hausse, notamment dans les campings. Par contre, l'hôtellerie urbaine a souffert du recul de la fréquentation étrangère, notamment européenne.

En 2009, l'hôtellerie de tourisme a pâti de la crise économique mondiale

En 2009, l'hôtellerie de tourisme a pâti de la crise économique mondiale. La fréquentation, mesurée par le nombre de nuitées passées à l'hôtel (cf. Définitions), a reculé de près de 5 % par rapport à 2008 (graphique 1). Ce repli, amorcé mi-2008 (graphique 2), s'est prolongé tout au long de l'année 2009. Il résulte largement d'une fréquentation étrangère en chute (- 11 %), les « nuitées françaises », qui représentent les deux tiers des nuitées totales, ne baissant que de 1,4 % sur l'année.

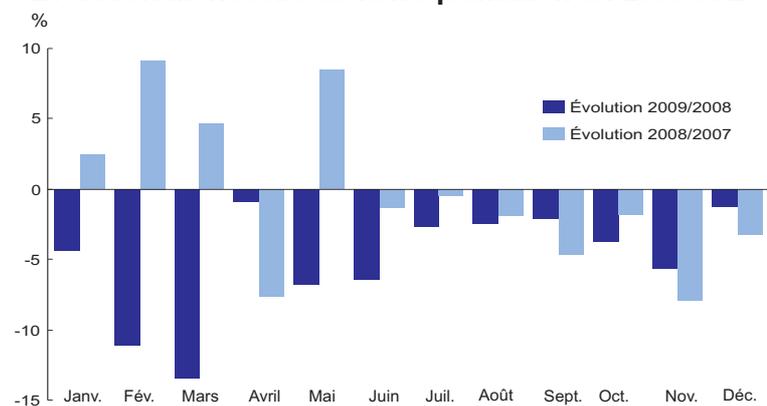
Le premier semestre 2009 a été particulièrement difficile : par rapport au premier semestre 2008, la fréquentation française a reculé de 2,7 % et la fréquentation étrangère de plus de 15 %. La baisse de

1 - Évolution des nuitées hôtelières par pays de résidence



Source : enquête de fréquentation hôtelière - Insee, DGCI, partenaires régionaux

2 - Évolution mensuelle de la fréquentation en 2008 et 2009



Source : enquête de fréquentation hôtelière - Insee, DGCI, partenaires régionaux

fréquentation a été la plus forte au cours des premiers mois de l'année. Elle s'est ensuite atténuée, revenant au second semestre à - 0,3 % pour la fréquentation française et - 7,3 % pour la fréquentation étrangère par rapport au second semestre 2008. Il faut cependant garder à l'esprit que c'est au cours de ce second semestre 2008 que la crise économique a commencé à peser fortement sur l'activité des hôtels de

tourisme, avec des baisses de fréquentation importantes, notamment des touristes étrangers.

Toutes les catégories d'hôtels ont subi de fortes baisses de fréquentation ...

Toutes les catégories d'établissements ont pâti de la crise en 2009 (tableau 1). Les

hôtels « deux » et « trois étoiles », qui pèsent le plus, aussi bien par le nombre de nuitées que de chambres, ont été les plus touchés : leur fréquentation a baissé de 5,6 % et 5,0 %. L'offre en chambres des hôtels « deux étoiles » a diminué de 0,9 % en 2009 : à la baisse structurelle de l'offre de cette catégorie, constituée pour plus des deux tiers d'hôtels indépendants, s'est ajoutée une adaptation conjoncturelle à la baisse de fréquentation amorcée en 2008. Malgré une importante baisse de fréquentation, les hôtels « trois étoiles » sont restés dans la tendance amorcée depuis les années 80 d'une hausse continue de l'offre de chambres. Ce constat vaut aussi pour les « quatre étoiles » et « quatre étoiles luxe », dont le nombre de chambres a de nouveau augmenté en 2009, de 3,5 % (après + 3,2 % en 2008), malgré une fréquentation en baisse de 3 %.

... qui ont pesé sur les taux d'occupation en dépit d'un certain ajustement de l'offre de chambres

Le taux d'occupation moyen des hôtels de tourisme, qui exprime le rapport entre fréquentation et capacité d'accueil, s'établit sur l'année 2009 à 58,1 %, en baisse de 3,3 points par rapport à l'année 2008. C'est au premier semestre que la baisse du taux d'occupation a été la plus marquée : - 3,9 points, contre - 2,7 au second semestre.

Si toutes les catégories d'hôtels ont enregistré un recul du taux d'occupation (graphique 3), celui-ci est variable d'une catégorie à l'autre. Il est un peu moins prononcé pour les catégories économiques (de « zéro » à « deux étoiles »), dont le nombre de chambres offertes a diminué simultanément au nombre de chambres occupées. Pour le haut de gamme, le recul du taux d'occupation est plus important : respectivement - 4,2 points et - 5,4 points pour les « trois étoiles » et « quatre étoiles ». En effet, en 2009, leur offre de chambres est restée orientée à la hausse en dépit du recul de la fréquentation.

L'hôtellerie de tourisme a été très affectée par la forte baisse de la clientèle européenne

L'hôtellerie de tourisme, très affectée par le recul des clientèles étrangères (encadré 1), a particulièrement souffert du repli de la clientèle européenne dont la fréquentation a chuté de 13 % en 2009. Ce repli, amorcé mi-2008, n'a fait que s'accroître tout au long de l'année.

La clientèle britannique, qui représente un quart des nuitées de la clientèle européenne, a été la plus affectée (graphique 4), avec un recul du nombre de nuitées de plus de 20 % sur l'année. Cette

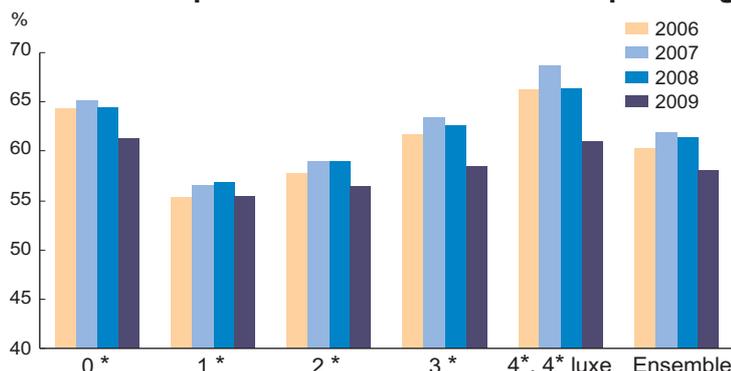
La fréquentation et le parc de l'hôtellerie de tourisme

	Structure et nombre de chambres au 1 ^{er} janvier		Évolution 1 ^{er} janvier 2010 / 1 ^{er} janvier 2009	Nuitées ⁽¹⁾ cumul annuel 2009 en milliers	Évolution cumul 2009/ cumul 2008
	2010 %	2009 %			
0 étoile	12,7	12,7	0,5	26 151,8	-3,9
1 étoile	5,1	5,2	-2,8	8 873,8	-5,5
2 étoiles	42,9	43,3	-0,9	76 441,2	-5,6
2 étoiles	28,5	28,3	0,6	54 532,5	-5,0
4 et 4 étoiles +	10,9	10,5	3,5	21 995,8	-3,0
Ensemble	612 475	612 082	0,1	187 995,3	-4,9

(1) données définitives pour les mois de janvier à octobre 2009, données consolidées pour les mois de novembre et décembre 2009

Source : enquête de fréquentation hôtelière - Insee, DGCS, partenaires régionaux

3 - Taux d'occupation des hôtels de tourisme par catégorie



Source : enquête de fréquentation hôtelière - Insee, DGCS, partenaires régionaux

baisse - la plus importante depuis le début de la décennie - contribue pour près de 45 % à celle de la fréquentation européenne. Depuis le début de la crise, en 2008, la parité de la livre par rapport à l'euro est défavorable aux touristes britanniques. Les clientèles allemande, belge, espagnole et italienne représentent chacune entre 10 et 12 % des nuitées européennes. Les baisses de fréquentation les plus notables concernent les clientèles espagnole (- 14,2 %) allemande (- 11 %) et italienne (- 10,2 %). Elles

contribuent chacune pour 10 % environ à la baisse des nuitées européennes. Le recul de la fréquentation de la clientèle belge n'est que de 2 % sur l'année et s'améliore sur le second semestre.

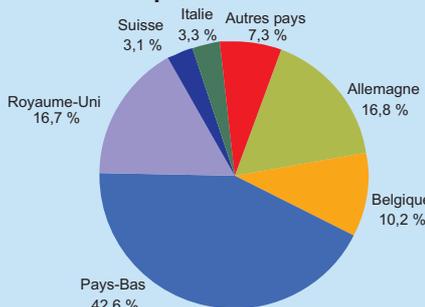
La baisse de fréquentation des clientèles plus lointaines, forte en 2008, s'est tassée en 2009. Le repli de la clientèle américaine s'est limité à 6,2 %, contre 15,5 % en 2008. À partir de la mi-2008, les touristes en provenance des États-Unis ont bénéficié d'une remontée du dollar par rapport à la

Encadré 1. La fréquentation étrangère des hôtels et des campings

Les nuitées des clientèles étrangères représentent un tiers de la fréquentation de l'hôtellerie de tourisme comme de l'hôtellerie de plein air. La fréquentation étrangère est cependant d'origine différente selon le type d'hébergement : européenne dans sa quasi-totalité pour le camping (graphique), elle provient pour un quart des autres continents - États-Unis, Japon et Chine essentiellement - s'agissant de l'hôtellerie de tourisme.

La clientèle étrangère privilégie les hôtels haut de gamme : les établissements « trois », « quatre étoiles » recueillent 61 % des nuitées étrangères, alors que les « zéro » et « une étoile » n'en comptabilisent que 9 %.

La clientèle étrangère dans l'hôtellerie de plein air en 2009



Source : enquête de fréquentation hôtelière - Insee, DGCS, partenaires régionaux

Dans les « trois étoiles », les premières clientèles étrangères sont européennes (britannique, italienne, allemande et espagnoles), alors que dans les hôtels « quatre étoiles » et « quatre étoiles luxe », la clientèle américaine arrive en première position devant les Britanniques. Les touristes venant de loin, comme ceux du Proche et Moyen-Orient, ou de l'Amérique centrale et du Sud, privilégient aussi le très haut de gamme.

monnaie européenne. Une évolution similaire du yen par rapport à la monnaie européenne a eu, de la même façon, un impact favorable sur la fréquentation de la clientèle japonaise : celle-ci n'a reculé que de 3 % en 2009, contre 11,5 % en 2008. Elle a même progressé au second semestre.

Forte hausse de la fréquentation des campings en 2009 grâce à la clientèle française

Avec 103 millions de nuitées entre mai et septembre 2009, la fréquentation de l'hôtellerie de plein air a crû de 4,2% par rapport à la même période de l'année 2008. Dans le contexte de crise économique, le camping a attiré une clientèle en recherche d'hébergements marchands moins onéreux que l'hôtel ou d'autres formes d'hébergements collectifs. En conséquence, la fréquentation française a fortement augmenté, de 7,2 %, et le recul de la fréquentation étrangère est resté contenu (- 1,1 %).

Toutes les catégories de camping ont bénéficié de la hausse de fréquentation. C'est la fréquentation des campings « une étoile » et « deux étoiles » qui a le plus augmenté : + 5,7 % et + 6,8 %. Ces deux catégories offrent 40% du total des emplacements mais n'enregistrent que 30 % des nuitées. Leur clientèle est aux trois quarts française. Les campings haut de gamme - « trois étoiles » et « quatre étoiles » - regroupent 70 % des nuitées et leur clientèle est à près de 40 % étrangère. Leur fréquentation a augmenté de 2,9 % et 3,8 % en 2009. Ils bénéficient de l'attractivité des emplacements équipés d'un hébergement léger dont ils concentrent largement l'offre (encadré 2).

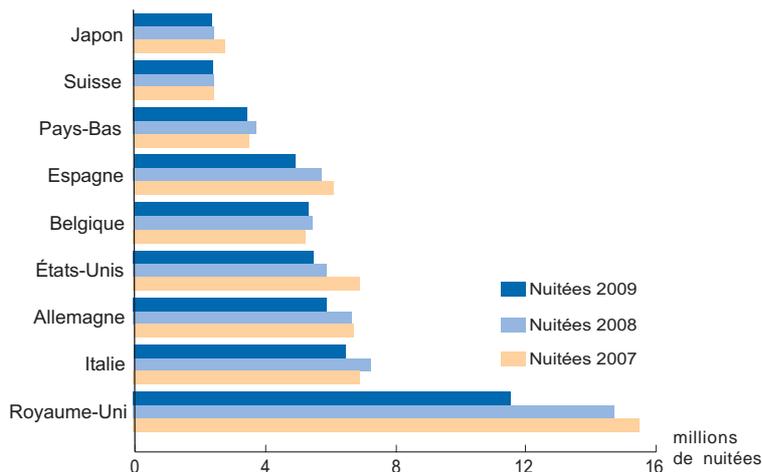
En 2009, le taux d'occupation des campings s'est établi à 34,6 % sur la saison, en augmentation de 1,2 point par rapport à 2008. Il croît pour toutes les catégories (graphique 5) : + 1,8 point pour l'ensemble des « une » et « deux étoiles », + 1,8 pour l'ensemble des « trois » et « quatre étoiles ». C'est au mois de août que le taux d'occupation est le plus élevé : en 2009, il a atteint 59,8 %, en hausse de 2,6 points par rapport à août 2008.

La baisse de fréquentation étrangère est néanmoins restée contenue dans les campings

Le recul de la fréquentation étrangère est resté contenu en 2009 pour l'hôtellerie de plein air : après une baisse de 7,6 % de mai à juillet, la tendance s'est inversée sur la deuxième partie de la saison, avec une croissance de 8,6 % des nuitées étrangères.

La principale clientèle des campings est néerlandaise. Elle représente à elle seule 43 % des nuitées étrangères. En 2009, sa fréquentation a augmenté de 1,1 %, avec une

4 - Les principales clientèles étrangères de l'hôtellerie de tourisme



Source : enquête de fréquentation hôtelière - Insee, DGCS, partenaires régionaux

croissance beaucoup plus marquée en août. En effet, les Néerlandais, qui avaient déserté les campings français en août 2008 (- 15,8 % par rapport à août 2007), sont revenus en force en août 2009, avec une croissance des nuitées de plus de 30 %. Deuxième clientèle des campings français, les touristes britanniques partagent en 2009 cette place avec les touristes allemands : alors que les nuitées britanniques sont en baisse (- 14 %), pour les mêmes raisons économiques que pour l'hôtellerie de tourisme, la fréquentation

de la clientèle allemande, en baisse en 2008, s'est accrue de 4,1 % en 2009. Les nuitées belges sont en hausse (+ 6,3 %) alors que la fréquentation italienne est restée stable sur la saison.

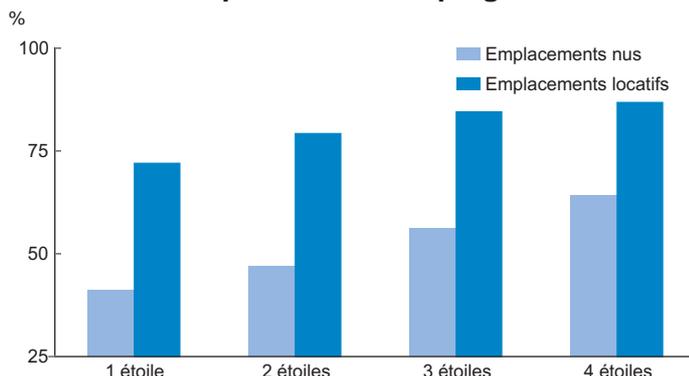
L'hôtellerie de tourisme en milieu urbain a pâti de la baisse de fréquentation étrangère

S'agissant de l'hôtellerie de tourisme, tous les espaces touristiques ont été affectés

Encadré 2. Les équipements en hébergement léger favorisent les campings haut de gamme

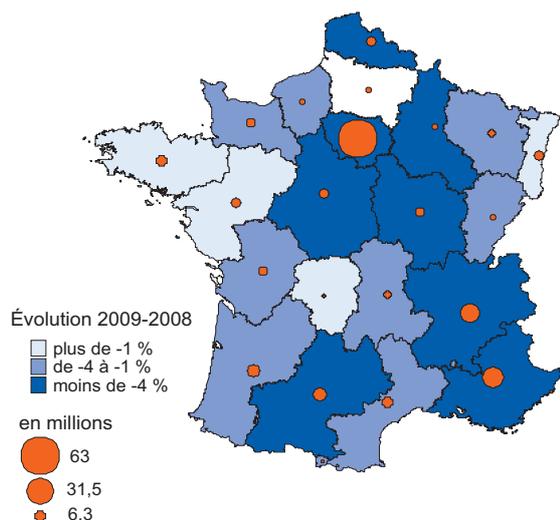
Les emplacements de campings équipés d'un hébergement léger représentent 27 % du parc mais regroupent 38 % des nuitées. Leur taux d'occupation est en effet beaucoup plus élevé : en 2009, il a atteint 51,1 %, contre 30 % pour les emplacements nus. En outre, la croissance des nuitées y est plus vive : plus de 6 % en 2009 contre 3 % pour les emplacements nus. Comme 80 % des emplacements équipés sont situés dans les campings « trois » et « quatre étoiles », le taux d'occupation et la croissance des nuitées de ces catégories de campings sont dopés par cette offre. En outre, pour toutes les catégories de campings le nombre d'emplacements équipés d'un hébergement léger est en hausse (entre 4 et 6 % pour la saison 2009). Ainsi, alors que le parc global de l'hôtellerie de plein air tend à diminuer, les emplacements des campings « quatre étoiles », fréquemment équipés, augmentent encore en 2009 (+ 1,6 %).

5 - Taux d'occupation des campings en août 2009

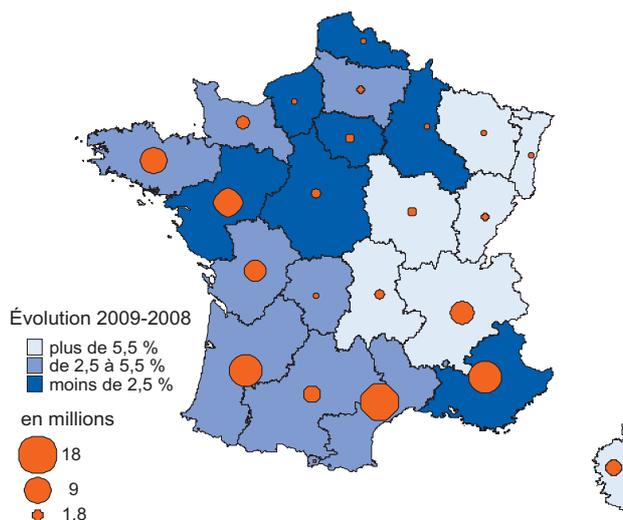


Source : enquête de fréquentation dans les campings - Insee, DGCS

Nuitées dans les hôtels en 2009



Nuitées dans les campings en 2009



Source : enquête de fréquentation hôtelière - Insee, DGCIS, partenaires régionaux

par le recul de la fréquentation. La fréquentation des hôtels en milieu urbain, qui recueillent 65 % des nuitées, a reculé de 6 %. Elle a surtout pâti du repli de la clientèle étrangère, notamment européenne. Pour les hôtels du littoral français (qui représentent 18 % des nuitées totales), le recul de la fréquentation est de 2,3 %. Cette baisse est due exclusivement au recul de la fréquentation étrangère : la fréquentation française, majoritaire dans cet espace touristique, est en hausse de 1,6 %. Les régions du littoral atlantique profitent le plus de cette croissance : les nuitées françaises sont en augmentation en Aquitaine, Bretagne et Pays de la Loire. Il en est de même pour la Haute-Normandie et la Basse-Normandie. La fréquentation recule de façon plus marquée dans les régions où la part des nuitées étrangères est plus importante, notamment en Midi-Pyrénées, Rhône-Alpes et Provence - Alpes - Côte d'Azur.

Sur le littoral, les campings ont profité de l'affluence de la clientèle française

Pour l'hôtellerie de plein air, le littoral recueille près de 60 % des nuitées totales, mais seulement 46 % des nuitées étrangères. Dans cet espace, la fréquentation française a augmenté de 6,1 % alors que la fréquentation étrangère a reculé de 6,1 %.

Définitions

Nuitées : nombre total de nuits passées par les clients dans un hôtel ou un camping ; ainsi, six nuitées seront comptabilisées, pour un couple séjournant trois nuits consécutives dans un hôtel, de même que pour six personnes ne séjournant qu'une seule nuit.

Taux d'occupation : rapport obtenu en divisant le nombre de chambres (ou d'emplacements) occupées par le nombre de chambres (ou d'emplacements) effectivement disponibles (c'est-à-dire en excluant les fermetures saisonnières) sur une période donnée.

Sources

L'enquête de fréquentation hôtelière est effectuée mensuellement auprès des hôtels classés tourisme (0 à 4 étoiles luxe) et des hôtels de chaînes non classés. Elle est réalisée en partenariat entre l'Insee et la DGCIS et bénéficie dans la plupart des régions d'une extension d'échantillon financée par les partenaires locaux du tourisme.

Les hôtels classés ou homologués tourisme sont, depuis l'arrêté du 14 février 1986, répartis dans l'une des six catégories de 0 étoile à 4 étoiles luxe.

Le nouveau classement hôtelier, qui résulte de la loi du 22 juillet 2009 n'est pas encore utilisé pour définir les catégories d'hôtels dans l'enquête Fréquentation hôtelière.

L'enquête de fréquentation dans les campings (« hôtellerie de plein air ») est réalisée elle aussi en partenariat entre l'Insee et la DGCIS. Elle s'applique à l'ensemble des campings classés (1 à 4 étoiles) possédant au moins un emplacement de passage. Les campings possédant uniquement des emplacements loués à l'année ne sont pas enquêtés. Elle est réalisée mensuellement au cours de la saison d'été (mai à septembre).

Pour les campings hors littoral, la fréquentation française a été très dynamique (+9,1 %), la croissance de la fréquentation étrangère étant limitée à 1 %.

■ **Brigitte DOGUET**

Voir aussi

- Doguet B., « Conjoncture hôtelière : décembre 2008 », consultable sur www.tourisme.gouv.fr, rubrique « Statistiques : conjoncture »
- Pallez D., « 2009 : une saison très favorable pour les campings, une année difficile pour l'hôtellerie », Insee Première, à paraître.
- Doguet B., « L'hôtellerie de chaînes depuis 2000 », 4 pages de la DGCIS, à paraître.

Directeur de la publication
Luc Rousseau
 Rédacteur en chef
François Magnien
 Secrétaire de rédaction
Nicole Merle-Lamoot
 Composition par PAO
Brigitte Baroin
 Direction générale de la compétitivité,
 de l'industrie et des services