

### Les hébergements collectifs touristiques en 2015 : la clientèle française est de retour

**E**n 2015, la fréquentation des hébergements collectifs de France métropolitaine progresse de 2 %, soit 8 millions de nuitées supplémentaires. Cette hausse est portée par la clientèle française (+ 3,1 %), plus nombreuse dans tous les types d'hébergements après trois années de baisse. La fréquentation étrangère recule légèrement (- 0,3 %). En hausse modérée aux trois premiers trimestres, malgré un mois d'août décevant en camping, elle se replie fortement en novembre et décembre, à la suite des attentats du 13 novembre. Dans l'hôtellerie, les nuitées étrangères augmentent sur l'ensemble de l'année, malgré une chute au dernier trimestre.

La hausse de la fréquentation chinoise est spectaculaire, d'autres clientèles lointaines sont en repli (Russes, Japonais, Brésiliens). Dans les campings et les autres hébergements collectifs, la progression est portée par les résidents, les nuitées des non-résidents diminuant, notamment au dernier trimestre. Dans l'hôtellerie et les campings, le taux d'occupation est d'autant plus élevé que les établissements sont bien classés. En 2015, les hébergements du littoral bénéficient de la plus forte hausse de fréquentation. Ceux de l'agglomération parisienne sont à la peine, particulièrement en fin d'année.

En 2015, en France métropolitaine, la fréquentation en nuitées des hébergements collectifs touristiques croît de 2 % (tableau 1), soit un gain de 8 millions de nuitées. Les trois premiers trimestres sont en hausse quasi continue, malgré le net recul de la fréquentation des touristes résidant à l'étranger dans les campings en août. Le bilan est terni en fin d'année dans les différents hébergements, après les attentats du 13 novembre (encadré).

En Europe, selon les résultats provisoires d'Eurostat, la croissance serait de l'ordre de 3 %, l'Espagne se situant environ un point au-dessus et l'Italie un point au-dessous.

**Tableau 1 : Fréquentation des hébergements collectifs en France métropolitaine**

	Nuitées					Durée moyenne de séjour en 2015 (en jours)
	2015		Évolution 2015/2014 (en %)			
	Nombre (en millions)	Part des étrangers (en %)	Total	Français	Étrangers	
Hôtels	202,1	36,5	1,8	2,2	1,2	1,8
Résidences de tourisme et hôtelières	68,4	25,3	2,0	3,4	-1,9	4,1
Villages-vacances, maisons familiales, auberges de jeunesse, centres sportifs	23,1	11,6	-1,2	0,3	-11,5	4,4
Campings*	112,9	31,9	2,9	5,1	-1,6	5,2
Emplacements nus	58,1	41,2	0,4	1,9	-1,6	4,3
Emplacements équipés	54,8	22,1	5,6	7,8	-1,4	6,7
<b>Ensemble des hébergements collectifs</b>	<b>406,4</b>	<b>31,9</b>	<b>2,0</b>	<b>3,1</b>	<b>-0,3</b>	<b>2,6</b>

\* Période de mai à septembre 2015.

Sources : Insee, DGE, partenaires territoriaux, enquêtes EFH, EFHPA et EFAHCT.

En France métropolitaine, la hausse de fréquentation est uniquement le fait des touristes résidents : leurs nuitées remontent de 3,1 % après trois années de baisse (graphique 1) alors que celles des non-résidents restent en léger repli (- 0,3 %). Malgré la concurrence des hébergements individuels, notamment de la location entre particuliers, tous les types d'hébergements collectifs renouent avec les faveurs de la clientèle résidente, qui assure au total 68 % des nuitées. Ce regain coïncide avec une interruption de la croissance des voyages des Français à l'étranger, liée en partie à la situation dans le sud du bassin méditerranéen.

#### Les Français retrouvent le chemin des hôtels...

Dans les hôtels, la fréquentation augmente de 1,8 %, soit 3,6 millions de nuitées supplémentaires. Celle des résidents s'accroît de 2,2 % après trois années de baisse ; le ralentissement au dernier trimestre, notamment dans les hôtels franciliens, pénalise peu le bilan final. Les conséquences des attentats de novembre pèsent davantage sur les nuitées étrangères : elles progressent seulement de 1,2 % sur l'année. Sur les trois premiers trimestres, elles étaient en hausse de 2,8 %. En progression de 2009 à 2013, la fréquentation étrangère s'était tassée en 2014.

## ... et empruntent toujours celui des campings

Dans l'hôtellerie de plein air, la fréquentation de mai à septembre augmente de 2,9 %, soit 3,2 millions de nuitées supplémentaires. En 2014, c'était le seul type d'hébergement en hausse (+ 0,3 %) grâce à la clientèle résidente. En 2015, les nuitées françaises s'accroissent encore plus fortement (+ 5,1 % après + 1,4 %) ; les nuitées étrangères diminuent à nouveau (- 1,6 % après - 1,8 %) du fait d'un mois d'août décevant.

Au sein des autres hébergements collectifs touristiques, près des trois quarts de la fréquentation est réalisée dans les résidences de tourisme et hôtelières. La progression des nuitées françaises est forte dans ces résidences (+ 3,4 %) et parvient à effacer la baisse des nuitées étrangères (- 1,9 %). En hausse sur les trois premiers trimestres (+ 1,5 %), les nuitées des non-résidents y sont en chute en fin d'année (- 18,9 % au dernier trimestre). L'impact des événements de novembre sur ces hébergements est plus fort encore que celui observé sur les hôtels franciliens. Fortement présents en montagne, ces établissements souffrent aussi en fin d'année d'un climat trop doux, peu propice à un démarrage satisfaisant de la saison d'hiver. En 2015, dans l'ensemble des hébergements collectifs, la durée moyenne de séjour est globalement en légère baisse ; elle est stable pour les résidents.

## Année record pour l'accueil des touristes chinois

Dans l'hôtellerie de France métropolitaine, la clientèle européenne (hors France) assure un quart des nuitées totales et les deux tiers des nuitées étrangères (tableau 2). Toutes les clientèles voisines font défaut au dernier trimestre, à l'exception des touristes espagnols (+ 2,5 % sur le trimestre et + 7,8 % sur l'année), qui réalisaient déjà le meilleur score européen en 2014. Sur l'année, le bilan des clientèles voisines est presque équilibré : les hausses constatées chez les touristes en provenance du Royaume-Uni, de Suisse et d'Espagne compensent pratiquement les baisses de fréquentation des Allemands, Néerlandais, Belges et Italiens. La perte en nuitées européennes (- 1,5 %, soit - 740 000 nuitées) est presque équivalente à celle de la seule clientèle russe (- 660 000 nuitées, recul supérieur à 30 %). La fréquentation russe s'effondre ainsi en 2015 après un net repli sur les trois derniers trimestres de 2014. En deux ans, la chute dépasse 40 %.

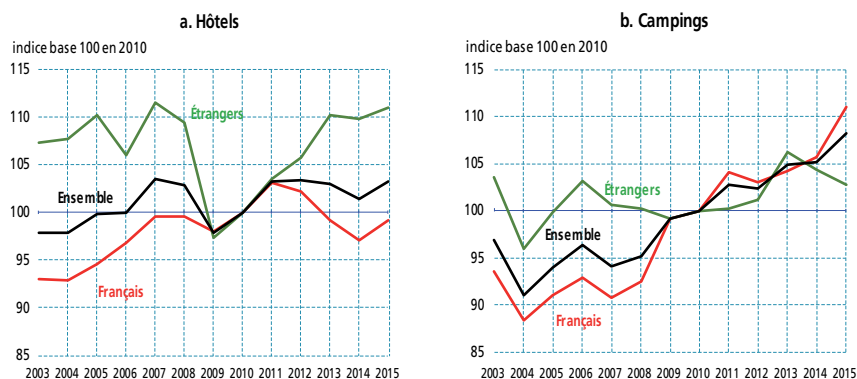
Du côté des clientèles lointaines, les conditions économiques et les taux de change sont défavorables à la venue des Japonais et des Brésiliens. Le cours du dollar est en revanche favorable aux touristes en provenance des États-Unis ; ils confortent leur statut de deuxième clientèle étrangère des hôtels métropolitains derrière les citoyens du Royaume-Uni. Les nuitées américaines augmentent de 4,2 % en 2015, après + 1,7 % en 2014 et + 10,7 % en 2013.

La hausse des nuitées la plus nette est celle des touristes venant de Chine (plus de 1,1 million de nuitées supplémentaires), spectaculaire tout au long de l'année. La clientèle chinoise, onzième clientèle étrangère en 2013 et neuvième en 2014, atteint le septième rang en 2015.

## Dans les campings, les Néerlandais un peu moins présents chaque année

La fréquentation française s'accroît dans les campings métropolitains. Elle gagne 3,7 millions de nuitées, après environ un million de nuitées supplémentaires chacune des deux années précédentes. Elle progresse de 10 % en juillet : après trois années sous la barre des 23 millions de nuitées, elle franchit la barre des 25 millions, dépassant même les volumes de 2010 et 2011. En août, elle progresse en revanche modérément (+ 1,8 %) : avec

Graphique 1 : Évolution des nuitées dans les hôtels et les campings depuis 2003



Lecture : en 2015, les nuitées des résidents étrangers dans les hôtels ont progressé de 11,0 % par rapport à 2010.  
Champ : hôtels et campings situés en France métropolitaine.  
Sources : Insee, DGE, partenaires territoriaux ; enquêtes EFH, EFHPA .

Tableau 2 : Fréquentation des hôtels selon la provenance de la clientèle

Pays	Nuitées en 2015 (en millions)	Évolution 2015/2014 (en %)
France	128,3	2,2
Royaume-Uni	11,8	0,5
Allemagne	6,3	-1,9
Belgique	5,3	-2,2
Italie	5,0	-6,7
Espagne	4,8	7,8
Suisse	3,2	1,8
Pays-Bas	3,1	-1,6
Scandinavie	2,0	2,8
Russie	1,4	-32,6
Europe hors France	48,6	-1,5
Amérique centrale et du Sud	2,7	-3,2
États-Unis	8,1	4,2
Amérique	11,8	2,1
Chine	3,6	46,6
Japon	1,8	-22,1
Asie, Océanie et Australie	9,4	13,2
Proche-Orient et Moyen-Orient	2,4	7,1
Afrique	1,6	6,2
Étranger	73,8	1,2
<b>Total clientèle</b>	<b>202,1</b>	<b>1,8</b>

Champ : hôtels situés en France métropolitaine.  
Sources : Insee, DGE, partenaires territoriaux ; enquête EFH.

Tableau 3 : Fréquentation des campings selon la provenance de la clientèle

Pays	Nuitées en 2015 (en millions)	Évolution 2015/2014 (en %)
France	76,8	5,1
Pays-Bas	12,7	-5,4
Allemagne	7,4	-0,4
Royaume-Uni	6,2	-1,9
Belgique	4,2	1,1
Suisse	1,5	3,5
Italie	1,1	6,6
Espagne	1,0	1,6
Europe hors France	34,1	-1,6
Étranger	36,1	-1,6
<b>Total clientèle</b>	<b>112,9</b>	<b>2,9</b>

Champ : campings situés en France métropolitaine.  
Sources : Insee, DGE, partenaires territoriaux ; enquête EFHPA.

33 millions de nuitées, elle reste au-dessous du niveau de 2013. Parallèlement, les nuitées étrangères chutent en août. Sur l'ensemble de la saison de mai à septembre, le bilan des non-résidents est en baisse. Les campings métropolitains pâtissent en effet de la désaffection de leurs trois principales clientèles étrangères : la fréquentation recule de 5,4 % pour les Néerlandais, de 1,9 % pour les Britanniques et, dans une moindre mesure, de 0,4 % pour les Allemands (tableau 3).

Ainsi, les campeurs néerlandais n'assurent plus que 35 % des nuitées étrangères, après quatre années de décline continue. Leur part s'élevait à 42 % en 2011, ils consommaient alors 2 millions de nuitées de plus qu'en 2015. En revanche, les nuitées belges, suisses, italiennes et espagnoles sont en hausse.

### Les nuitées augmentent particulièrement dans les hôtels et campings haut de gamme

En 2015, le taux d'occupation des établissements classés reste supérieur à celui des non classés. L'écart est important pour les hôtels (61 % pour les classés contre 49 % pour les non classés) et plus encore pour les campings (38 % contre 24 % ; *tableau 4*).

En 2015, les campings et surtout les hôtels ont continué à adopter la nouvelle classification. La baisse des nuitées dans les hôtels et les campings non classés (respectivement - 29,3 % et - 6,7 %) s'explique essentiellement par un transfert d'établissements non classés vers la catégorie des hébergements classés.

Cependant, à structure du parc constante, les nuitées dans les hôtels classés augmentent davantage que dans les non classés, particulièrement dans les hôtels cinq étoiles. L'occupation de chambres est la plus forte dans les hôtels cinq étoiles (66 %), où elle croît légèrement. L'offre de chambres des hôtels cinq étoiles augmente et le gain en chambres louées est encore plus important.

Dans les campings, les nuitées passées sur des emplacements équipés sont en hausse (+ 5,6 %) tandis que celles sur les emplacements nus se stabilisent (+ 0,4 %). Pour répondre à la demande exprimée par la clientèle, de nombreux campings montent en gamme, diversifient leur offre d'hébergement et proposent des services de loisirs. Ainsi, les campings quatre et cinq étoiles commercialisent davantage d'emplacements équipés que les campings de catégorie inférieure. Cette stratégie s'avère payante et les nuitées dans les établissements haut de gamme tirent la fréquentation globale à la hausse. Les campings quatre étoiles affichent une croissance de 8,0 %, celle des cinq étoiles de 4,8 %. Le taux d'occupation des campings classés augmente avec le niveau de confort, de 26 % pour les une étoile à 54 % pour les cinq étoiles (*tableau 4*).

**Tableau 4 : Parc et fréquentation des hôtels et des campings selon la catégorie**

Catégorie au 31/12/ 2015	Hôtels				Campings			
	Nombre de chambres		Nuitées	Taux d'occupation	Nombre d'emplacements		Nuitées	Taux d'occupation
	Au 31/12/2015 (en milliers)	Évolution 2015/2014 (en %)	Évolution 2015/2014 (en %)	en 2015 (en %)	Au 31/12/2015 (en milliers)	Évolution 2015/2014 (en %)	Évolution 2015/2014 (en %)	en 2015 (en %)
Non classés	82,3	-21,1	-29,3	48,9	83,3	-6,4	-6,7	24,5
1 étoile	34,9	2,7	2,2	60,0	27,0	-9,4	-6,5	26,2
2 étoiles	152,4	6,3	9,3	56,2	127,7	-0,7	1,3	29,5
3 étoiles	238,5	3,8	5,3	60,9	237,7	-0,7	0,4	36,1
4 étoiles	117,1	5,5	8,2	65,1	171,6	4,2	8,0	44,8
5 étoiles	20,4	5,1	13,0	65,6	55,4	2,5	4,8	53,6
Total classés	563,3	4,8	7,0	60,6	619,4	0,4	3,5	38,5
Ensemble	645,6	0,6	1,8	59,2	702,7	-0,4	2,9	37,0

Champ : hôtels et campings situés en France métropolitaine.  
Sources : Insee, DGE, partenaires territoriaux ; enquêtes EFH, EFHPA.

### Les établissements du littoral restent les plus prisés

En 2015, les hébergements collectifs touristiques des zones littorales gagnent 4,4 millions de nuitées (*cartes*).

Dans les campings littoraux, la fréquentation s'accroît de 3,5 %, bénéficiant d'une météo estivale très clémente. L'amélioration est portée par la clientèle française (+ 5,1 %), alors que la clientèle étrangère fait défaut (- 0,7 %). La hausse la plus forte est sur le littoral breton (+ 6,0 %), essentiellement grâce à la clientèle française (+ 9,6 %). La saison 2015 est aussi très bonne sur le littoral atlantique (+ 4,9 %), davantage en Aquitaine-Limousin-Poitou-Charentes qu'en Pays de la Loire. Le littoral du Nord et normand est un peu moins dynamique (+ 2,0 %) en raison d'une moindre clientèle étrangère (- 7,7 %). En 2015 comme en 2014, la fréquentation croît sur les littoraux normands et recule sur les côtes du Nord-Pas-de-Calais-Picardie. Enfin, le gain en nuitées est plus faible sur le littoral méditerranéen (+ 1,6 %), essentiellement porté par les bons résultats de la Corse.

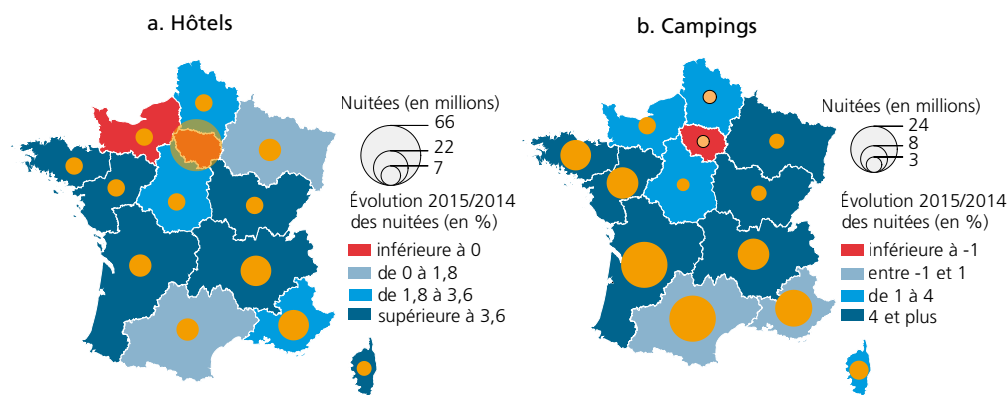
Toujours sur le littoral, à l'image des campings, les nuitées dans les hôtels et les autres hébergements collectifs touristiques (AHCT) augmentent (respectivement + 4,5 % et + 2,6 %). Dans les hôtels, cette croissance concerne autant la clientèle française qu'étrangère. Dans les AHCT, la hausse de la fréquentation est portée uniquement par la clientèle française.

Dans l'agglomération parisienne, en revanche, la fréquentation touristique recule en 2015 du fait des événements du 13 novembre (*encadré*). Dans l'hôtellerie, la baisse est limitée pour l'ensemble de l'année (- 0,7 %), concentrée au dernier trimestre. Elle est beaucoup plus forte dans les AHCT (- 3,9 %), entamée en début d'année et amplifiée au dernier trimestre. Ceci marque une rupture après trois années de hausse continue pour les AHCT franciliens. Cette baisse est imputable à la clientèle étrangère, qui diminue de 1,3 % dans l'hôtellerie et de 20,8 % dans les AHCT.

Dans les autres zones urbaines (hors agglomération parisienne), les nuitées sont en hausse dans l'hôtellerie comme dans les AHCT (respectivement + 2,4 % et + 2,5 %).

En montagne, enfin, la fréquentation des hôtels et des AHCT progresse sur l'ensemble de l'année, principalement grâce à la clientèle étrangère (+ 6,4 % dans l'hôtellerie et + 8,6 % dans les AHCT).

### Cartes : Fréquentation des hôtels et des campings en 2015 selon les régions



Champ : hôtels et campings situés en France métropolitaine.  
Sources : Insee, DGE, partenaires territoriaux ; enquêtes EFH, EFHPA.

Fabrice Hillaireau, DGE  
Nicolas Millet, Insee

■ Encadré : Une année touristique bien commencée, fortement marquée par les attentats de novembre

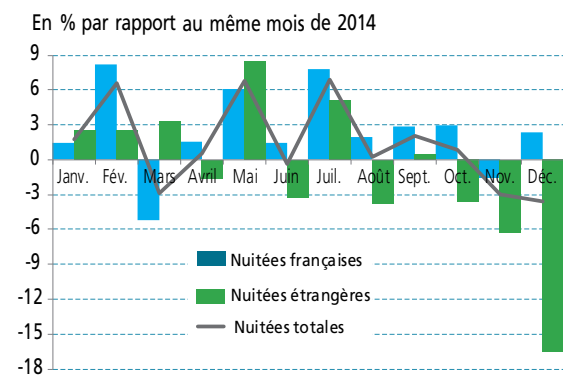
L'année touristique 2015 démarre bien : la fréquentation des hébergements collectifs au premier trimestre dépasse de 2 % celle mesurée un an plus tôt. Février bénéficie d'un calendrier scolaire plus favorable et d'un bon enneigement dans les stations de ski.

Mai tire profit de ponts plus nombreux qu'en 2014 ; la clientèle étrangère est au rendez-vous (+ 8,4 %), au détriment d'un mois de juin dépourvu de jour férié (- 3,2 % - graphique 2). Les conditions climatiques sont plus clémentes en début de saison estivale qu'elles ne l'étaient en 2014. En juillet, la fréquentation, qu'elle soit française ou étrangère, est en hausse dans tous les types d'hébergements. Août est également en progression dans les hôtels et les autres hébergements collectifs. En revanche, les campings subissent une forte désaffection de la clientèle étrangère. Au total, les deux mois du cœur de saison concentrent 39 % des nuitées touristiques de l'année, en hausse modeste (+ 0,6 %). Septembre et octobre restent bien orientés par rapport aux mêmes mois de 2014 (+ 2,0 % et + 0,8 %) grâce aux bons

résultats des hôtels, mais novembre et surtout décembre sont affectés par les événements du 13 novembre. Les nuitées étrangères chutent de 6,3 % en novembre et de 16,5 % en décembre.

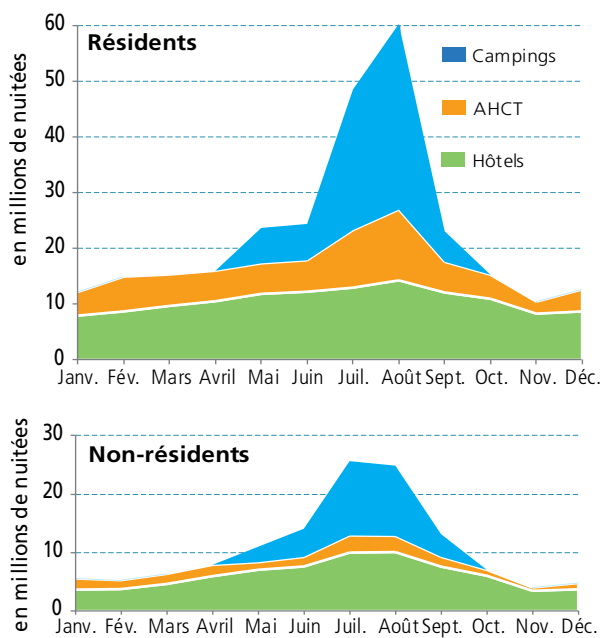
La saisonnalité est plus marquée pour les campings que pour les autres hébergements (graphique 3). Par ailleurs, le tourisme des Français est caractérisé par un pic très prononcé au mois d'août, tandis que le cœur de saison du tourisme étranger en France est assez équitablement réparti entre juillet et août.

**Graphique 2 : Évolution 2015/2014 de la fréquentation des hébergements collectifs au cours de l'année 2015**



Champ : France métropolitaine.  
Sources : Insee, DGE, partenaires territoriaux ; enquêtes EFH, EFHPA et EFAHCT.

**Graphique 3 : Fréquentation des hébergements collectifs au cours de l'année 2015**



Champ : France métropolitaine.  
Sources : Insee, DGE, partenaires territoriaux ; enquêtes EFH, EFHPA et EFAHCT.

■ Sources

Les résultats présentés ici s'appuient sur trois enquêtes réalisées par l'Insee, en partenariat avec la Direction générale des entreprises (DGE) et les organismes régionaux chargés du tourisme. L'enquête de fréquentation hôtelière (EFH) est réalisée chaque mois auprès des hôtels de tourisme ; 12 000 hôtels sont enquêtés, soit un taux de sondage de 70 %.

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 6 100 campings, soit un taux de sondage de 80 %.

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 2 600 hébergements, soit un taux de sondage de 70 %.

Les résultats sont définitifs pour les campings ; les données de décembre relatives aux hôtels et autres hébergements collectifs sont provisoires, établies au 2 février 2016.

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).

■ Définitions

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.

Le classement des hébergements est réalisé par Atout France. Le taux d'occupation est le rapport du nombre de chambres (ou d'emplacements ou d'unités d'hébergements) occupées au nombre de chambres (ou d'emplacements ou d'unités d'hébergements) effectivement offertes sur une période donnée (c'est-à-dire en excluant les fermetures saisonnières).

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.

Pour en savoir plus :

- Mémento du tourisme, DGE, édition 2015.

Consultez la rubrique « Étude et statistiques » du site [www.entreprises.gouv.fr](http://www.entreprises.gouv.fr)

Directeur de la publication : Pascal Faure

Rédacteur en chef : François Magnien

Secrétariat de rédaction : Martine Automme, Nicole Merle-Lamoot

Composition : Hélène Allias-Denis, Brigitte Baroin

ISSN : 2490-6271

Dépôt légal : 2016

DGE - 67, rue Barbès, 94200 Ivry-sur-Seine

