

En France, la consommation touristique progresse de 0,9 % en 2015

En France, la consommation touristique intérieure progresse de 0,9 % en 2015. Elle atteint 158,6 milliards d'euros et est équivalente à 7,3 % du PIB. La consommation des touristes étrangers a été particulièrement impactée par les attentats du 13 novembre 2015, alors que le début d'année avait été positif. Comme les années précédentes, les résidents français ont réalisé deux tiers de la consommation touristique en France, les étrangers un tiers. Les dépenses en hébergements touristiques marchands, notamment les campings, et en services de transports non urbains, en particulier le transport aérien, ont le plus progressé en 2015. Les dépenses en carburants, sous l'effet de la baisse du prix de l'essence, et en aliments et boissons (hors restaurants) ont le plus diminué.

Tableau 1 : Évolution de la consommation touristique

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Consommation touristique intérieure (en milliards d'euros courants)	140,7	150,9	153,6	154,9	157,3	158,6
Visiteurs français	97,1	103,1	103,4	104,5	105,9	106,8
Visiteurs étrangers	43,7	47,8	50,2	50,4	51,4	51,8
Évolution (en %)	1,0	7,2	1,8	0,8	1,5	0,9
Visiteurs français	0,5	6,2	0,3	1,1	1,3	0,8
Visiteurs étrangers	0,6	9,4	5,1	0,3	2,0	0,9
Contribution à l'évolution (en points de %)	1,0	7,2	1,8	0,8	1,5	0,9
Visiteurs français	0,4	4,3	0,2	0,7	0,9	0,6
Visiteurs étrangers	0,5	2,9	1,6	0,1	0,6	0,3

Note de lecture : en 2015, la consommation touristique des visiteurs étrangers s'élève à 51,8 milliards d'euros et est en hausse de 0,9 % par rapport à 2014. Les visiteurs étrangers contribuent en 2015 à 0,3 point de croissance de la consommation touristique intérieure et les visiteurs français à 0,6 point de croissance.

Sources : DGE, Compte satellite du tourisme, base 2010 ; Insee, Comptes nationaux, base 2010.

En 2015, la consommation touristique intérieure (*encadré*) en France des touristes et excursionnistes français ou étrangers s'élève à 158,6 milliards d'euros (*tableau 1*). Les deux tiers de cette consommation sont réalisés par les résidents français (106,8 milliards d'euros), un tiers par les non-résidents (51,8 milliards d'euros).

La consommation touristique intérieure en France est équivalente à 7,3 % du PIB en 2015 (*tableau 2*). Le ratio était de 7,0 % en 2010, sa hausse témoignant d'une contribution croissante du tourisme à l'économie française. Néanmoins, en 2015, la part de la consommation touristique dans le PIB est quasiment stable par rapport à 2014. Le tourisme a été très légèrement moins dynamique que le reste de l'économie, notamment à cause des attentats du 13 novembre 2015 qui ont impacté les résultats du quatrième trimestre.

Les dépenses des touristes français et étrangers progressent autant en 2015

La consommation touristique intérieure augmente en valeur de 0,9 % en 2015 par rapport à 2014 (*graphique 1*) sous l'effet d'une faible progression des prix (+ 0,3 %) et des volumes (+ 0,5 %). L'année 2015 se distingue des précédentes par une hausse des prix plus modérée. L'augmentation globale de la consommation touristique intérieure recouvre des variations très

différentes selon les postes de dépenses : les hausses les plus marquées concernent l'hébergement marchand, notamment les campings, et les services de transports non urbains, en particulier le transport aérien ; les baisses les plus fortes sont afférentes aux dépenses en carburants, sous l'effet de la baisse du prix de l'essence, et en aliments et boissons (hors restaurants).

Le rythme de croissance de la consommation touristique est presque identique pour les touristes français et étrangers. Toutefois, il a plus ralenti pour les étrangers (+ 0,9 % en 2015 après + 2,0 % en 2014) que pour les Français (+ 0,8 % après + 1,3 %).

Le poste « voyages » de la balance des paiements, établie par la Banque de France, montre que la dépense moyenne par nuitée des touristes étrangers a baissé par rapport à 2014. L'évolution positive de leur consommation touristique s'explique donc par une augmentation du nombre de séjours et de nuitées (de l'ordre de 1 %), notamment en hébergement marchand, et par une augmentation des dépenses en services de transports non urbains.

Le tourisme est une composante essentielle de l'activité économique française et les voyages des Français dans leur propre pays en constituent un solide pilier. Les Français réalisent 90 % de leurs voyages en France. Leur consommation touristique représente 9,2 % de la consommation finale des ménages en 2015, soit une dépense équivalente à 5 % du PIB. En outre,

en 2015, une plus grande proportion de touristes français a pris des vacances en France plutôt qu'à l'étranger à cause du taux de change défavorable de l'euro et du contexte sécuritaire dans certains pays.

La France reste par ailleurs la première destination mondiale pour le nombre d'arrivées de touristes internationaux, avec 84,5 millions d'arrivées en 2015. La consommation touristique des étrangers est équivalente à 2,4 % du PIB. Elle représente, à elle seule, près d'un tiers de la consommation touristique intérieure totale.

Nette augmentation des dépenses des touristes français dans les hôtels et les campings

En 2015, les dépenses en hébergements marchands croissent de 2,7 % en valeur, dont 0,9 % en volume et 1,8 % en prix. Cette croissance est principalement le fait des touristes français (+ 3,7 % en valeur), alors que les dépenses des touristes étrangers n'ont que faiblement augmenté (+ 1,2 %). Toutes clientèles confondues, les dépenses en campings ont particulièrement progressé en 2015 (+ 5,8 % en valeur).

Les Français ont plus dépensé cette année dans les hôtels et les campings, avec de fortes évolutions en volume : + 5,4 % dans les hôtels et + 5,7 % dans les campings. Cette croissance est supérieure à la croissance du nombre de nuitées (+ 2,2 % dans les hôtels et + 5,1 % dans les campings). En effet, les touristes français ont privilégié les hôtels et les campings de catégories supérieures. Ce phénomène s'observe depuis plusieurs années (graphique 2) mais avec plus d'intensité en 2015 (progression des nuitées à partir des hôtels de catégories 2 étoiles et plus et des campings à partir de 3 étoiles et plus).

Les touristes recherchent de meilleures prestations et l'offre s'adapte : on constate une montée en gamme du parc français. En effet, à la suite du nouveau classement hôtelier mis en place à partir de fin 2009, un grand nombre d'hôtels sont passés à la catégorie immédiatement supérieure à la suite d'investissements. Ce phénomène s'observe aussi depuis plusieurs années pour les campings.

Les dépenses en « autres hébergement collectifs » ont augmenté de 0,4 % en valeur en 2015. Dans tous les types de résidences de tourisme le nombre de nuitées des étrangers a baissé alors que la fréquentation de la clientèle française a progressé.

La location entre particuliers progresse fortement chez les étrangers

Les dépenses de location chez des particuliers ont progressé de 2,3 % en valeur. Cette progression est essentiellement due à celle des étrangers (+ 11,4 %). Ces dépenses ont diminué de 0,4 % pour les Français. Un mouvement inverse entre Français et étrangers est apparu en 2015 : alors que les Français revenaient nettement dans les hébergements collectifs, les étrangers s'en sont détournés (surtout dans les campings et les autres hébergements) et se sont massivement tournés vers les locations entre particuliers *via* les plateformes internet de mise en relation des hébergements entre particuliers.

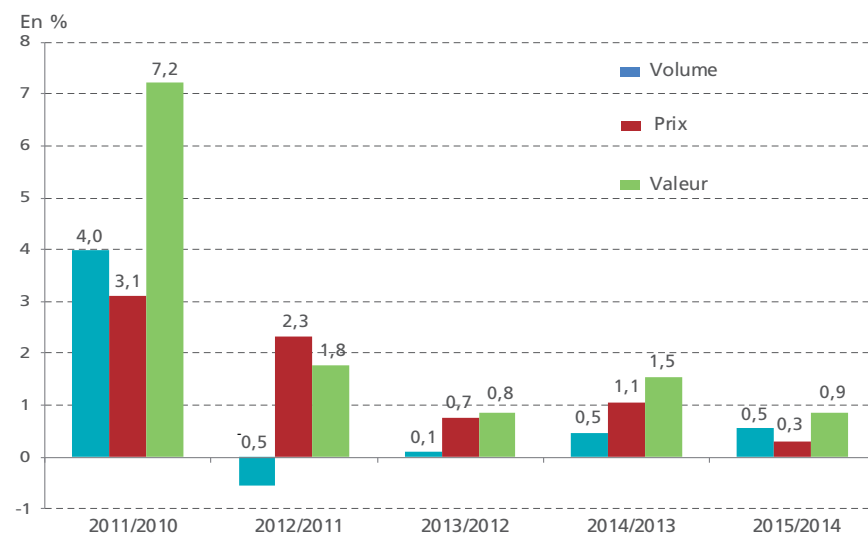
Tableau 2 : Poids de la consommation touristique dans le PIB

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Produit intérieur brut (en milliards d'euros courants)	1 998,5	2 059,3	2 086,9	2 115,3	2 140,0	2 181,1
Poids de la consommation touristique intérieure dans le PIB (en %)	7,04	7,33	7,36	7,32	7,35	7,27
Visiteurs français	4,86	5,01	4,95	4,94	4,95	4,90
Visiteurs étrangers	2,19	2,32	2,41	2,38	2,40	2,36

Note de lecture : la consommation touristique intérieure représente 7,27 % du PIB de l'année 2015, dont 4,90 % pour la consommation des visiteurs français et 2,36 % pour celle des visiteurs étrangers.

Sources : DGE, Compte satellite du tourisme, base 2010 ; Insee, Comptes nationaux, base 2010.

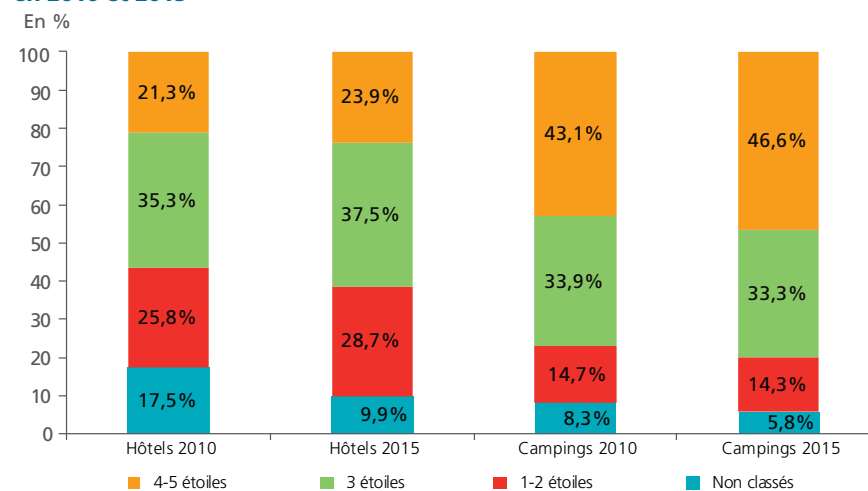
Graphique 1 : Évolution de la consommation touristique intérieure en volume, prix et valeur



Note de lecture : la consommation touristique intérieure a progressé de + 0,9 % entre 2014 et 2015 en valeur.

Source : DGE, Compte satellite du tourisme, base 2010.

Graphique 2 : Parts de marché des nuitées en hôtels et campings par catégorie en 2010 et 2015



Note de lecture : les nuitées en hôtels des catégories 4-5 étoiles représentent 23,9 % des nuitées hôtelières en 2015.

Source : DGE, Compte satellite du tourisme, base 2010.

Consommation stable dans les cafés et les restaurants

Les consommations dans les cafés et les restaurants sont stables en valeur (+ 0,1 %) : elles baissent de 1,0 % en volume alors que les prix augmentent de 1,2 %. La consommation des Français progresse de 1,7 % en valeur alors que celle des étrangers diminue de 2,8 % sous l'effet d'une diminution des dépenses journalières moyennes.

Les dépenses d'aliments et de boissons diminuent de 2,7 % en valeur alors que l'indice des prix est presque stable (+ 0,2 %). Les dépenses de consommation des Français et des étrangers diminuent en volume. Les étrangers ont, en particulier, réalisé

moins d'achats de biens alimentaires par jour passé en France en 2015.

Bonne année pour les services de transports non urbains

En 2015, les dépenses en transports non urbains progressent de 3,0 % en valeur, évolution principalement liée à une hausse en volume (+ 2,5 %), les prix augmentant modérément (+ 0,5 %). Le transport aérien enregistre la plus forte progression (+ 3,9 %). En 2015, le pavillon français a pris des parts de marché aussi bien sur le trafic intérieur qu'international, après des années de baisse continue.

La progression en volume du transport aérien est particulièrement forte pour les touristes étrangers (+ 8,1 %) grâce à une progression du trafic jusqu'à mi-novembre et malgré une forte baisse sur les dernières semaines de l'année. Elle fait suite à deux années de recul. Cette progression s'explique notamment par une baisse des prix des billets (due à la baisse du prix des carburants), favorable à l'activité de l'ensemble des compagnies aériennes. La baisse de l'euro en 2015 par rapport à la plupart des devises mondiales a également attiré un grand nombre de touristes étrangers hors zone euro en France, ce qui a favorisé Air France, bien placée sur ces marchés, d'autant que la compagnie a été moins perturbée par des grèves qu'en 2014.

Les dépenses en transport aérien ont moins progressé pour les Français (+ 1,8 % en volume) en 2015. Le nombre de voyages des

Français en avion a en effet reculé de 2,0 % toutes destinations confondues et de 5,0 % à destination de l'étranger (y compris les départements d'outre-mer). Le taux de change défavorable de la monnaie européenne a pesé sur les destinations hors zone euro ainsi que la crainte des attentats sur les destinations méditerranéennes traditionnelles (Maroc, Tunisie, Égypte et Turquie).

Les dépenses en transport ferroviaire progressent en valeur de 1,8 % malgré une baisse de 1,4 % en volume. Cette hausse en valeur est due à l'augmentation des tarifs de 2,6 % en début d'année. Le transport de voyageurs de la SNCF fait face à la concurrence de plus en plus forte d'offres alternatives moins coûteuses : compagnies aériennes *low cost*, covoiturage sur longue distance entre particuliers et autocars.

En particulier, depuis août 2015, la libéralisation du transport en autocars longue distance accroît la concurrence. Pour l'année 2015, la croissance des dépenses de transport par autocar n'est que de 2,1 % en valeur, correspondant à une hausse en volume de 2,6 % et une baisse des prix de 0,5 %. Si le trafic a crû sensiblement en nombre de passagers par rapport à 2014, la guerre des prix entre les compagnies qui se disputent les parts de marché a limité la progression des recettes sur l'année 2015. La diminution des dépenses en carburants atteint 9,0 % en 2015. Cette diminution est principalement due à une baisse des prix de 7,2 %, renforcée par une diminution des volumes de 1,3 %. La baisse du prix des carburants provient de la poursuite de la baisse des prix du pétrole qui a débuté mi-2014 et a conduit à

Tableau 3 : Consommation touristique par poste détaillé, en milliards d'euros courants

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Évolution 2015/2014 (en %)
I Dépenses en services caractéristiques	82,8	87,4	88,5	89,7	91,2	93,2	2,2
1. Hébergements touristiques marchands	20,5	22,0	22,6	23,2	23,7	24,3	2,7
Hôtels	11,5	12,2	12,7	13,0	13,2	13,6	2,9
Campings ⁽¹⁾	1,6	1,7	1,8	1,9	1,9	2,0	5,8
Gîtes ruraux et autres locations saisonnières	5,2	5,6	5,6	5,7	6,0	6,1	2,3
Autres hébergements marchands ⁽²⁾	2,2	2,4	2,6	2,7	2,6	2,6	0,4
2. Restaurants et cafés	17,9	19,1	19,4	19,9	20,4	20,5	0,1
3. Services de transports non urbains	25,1	26,8	27,3	27,5	27,6	28,4	3,0
Transport par avion	15,1	16,1	16,3	16,6	16,6	17,2	3,9
Transport par train ⁽³⁾	6,8	7,6	7,8	7,8	7,8	7,9	1,8
Transport par autocar	2,4	2,4	2,5	2,6	2,7	2,7	2,1
Transport fluvial et maritime	0,8	0,8	0,7	0,5	0,5	0,5	-2,3
4. Location de courte durée de matériel	3,3	3,3	3,4	3,4	3,4	3,4	-1,1
Location de véhicules de tourisme	2,1	2,1	2,1	2,2	2,1	2,1	-1,6
Location d'articles de sports et loisirs	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3	1,3	-0,2
5. Services des voyagistes et agences de voyages	7,7	7,9	7,3	7,2	7,4	7,6	2,1
6. Services culturels, sportifs et de loisirs	8,3	8,4	8,5	8,5	8,7	9,0	4,3
Musées, spectacles et autres activités culturelles	2,1	2,1	2,2	2,2	2,3	2,4	4,6
Casinos*	2,3	2,3	2,3	2,2	2,1	2,2	3,4
Parcs d'attractions et autres services récréatifs	2,9	2,9	3,1	3,1	3,2	3,4	5,8
Remontées mécaniques	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
II Autres postes de dépenses	41,0	46,1	47,2	46,9	47,4	46,5	-1,9
Carburants	9,8	11,4	11,6	11,0	11,0	10,0	-9,0
Péages	3,3	3,4	3,4	3,5	3,6	3,7	1,5
Aliments et boissons ⁽⁴⁾	11,0	11,7	11,9	12,2	12,1	11,7	-2,7
Biens de consommation durables spécifiques ⁽⁵⁾	6,1	6,6	6,5	6,5	6,6	6,9	5,1
Autres biens de consommation ⁽⁶⁾	6,5	8,2	8,8	8,5	8,9	8,9	-0,2
Taxis et autres services de transports urbains	1,5	1,7	1,8	1,9	1,9	2,0	5,5
Autres services ⁽⁷⁾	2,9	3,1	3,1	3,2	3,3	3,2	-1,7
III Dépenses touristiques (III = I + II)	123,7	133,6	135,7	136,5	138,6	139,7	0,8
IV Hébergements touristiques non marchands⁽⁸⁾	17,0	17,3	17,9	18,3	18,6	18,9	1,4
V Consommation touristique (V = III + IV)	140,7	150,9	153,6	154,9	157,3	158,6	0,9

* ministère de l'Économie et des Finances, Direction générale des finances publiques, situation à la date du 07/09/2016.

⁽¹⁾ Y compris campings municipaux. ⁽²⁾ Résidences de tourisme et résidences hôtelières, villages de vacances, auberges de jeunesse, etc. ⁽³⁾ Hors transilien. ⁽⁴⁾ Hors restaurants et cafés.

⁽⁵⁾ Camping-cars, bateaux de plaisance, articles de voyage et de maroquinerie et certains types de matériels de sport utilisés spécifiquement sur les lieux de vacances.

⁽⁶⁾ *Shopping* en produits locaux, souvenirs, cadeaux, etc. ⁽⁷⁾ Réparations autos, soins corporels, etc. ⁽⁸⁾ Résidences secondaires de vacances (valeur locative imputée).

Note de lecture : la consommation touristique intérieure s'élève en valeur à 158,6 milliards d'euros en 2015.

Source : DGE, Compte satellite du tourisme, base 2010.

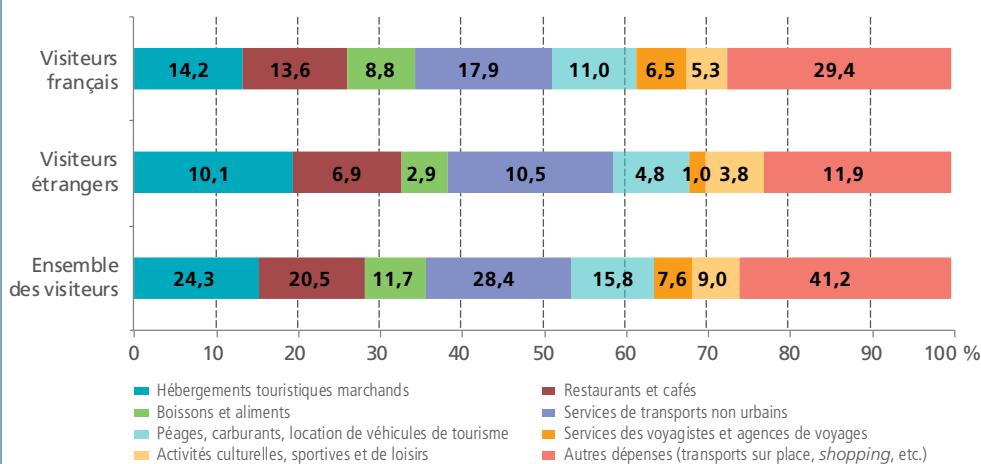
une stabilisation des prix à un bas niveau pendant la deuxième partie de 2014 et toute l'année 2015.

Les services de transports non urbains, premier poste de dépenses devant les hébergements marchands

Les principaux postes de dépenses des touristes (*graphique 3*) sont le transport non urbain (28,4 Md€), l'hébergement payant (24,3 Md€) et les dépenses dans les restaurants et les cafés (20,5 Md€). À eux trois, ces postes représentent près de la moitié (46 %) du budget des touristes en France. Ces derniers dépensent également une somme importante (15,8 Md€) pour l'achat de carburants, les péages autoroutiers et la location de voitures.

La structure de la dépense touristique des étrangers diffère de celle des Français. Les parts des dépenses en transports non urbains, en restaurants et cafés et en « autres dépenses » sont plus importantes dans leur budget. En particulier, les étrangers ont des coûts de transports plus importants que les Français car ils viennent en général de plus loin et payent plus chers leurs titres de transport (billets d'avion...). Ils profitent également de leur voyage en France pour effectuer des achats coûteux (biens de valeur, *shopping* de luxe...) que les Français peuvent répartir plus facilement en dehors de leurs périodes de vacances du fait de la proximité de l'offre.

Graphique 3 : Structure de la dépense touristique en 2015, en milliards d'euros



Note de lecture : les visiteurs étrangers ont dépensé 10,1 Md€ en hébergements touristiques marchands, soit environ 19 % du total de leur dépenses touristiques.

Source : DGE, Compte satellite du tourisme, base 2010.

Inversement, les étrangers consacrent une part moins importante que les Français aux boissons et aliments, car ils dépensent plus dans les restaurants ou à l'hôtel en pension complète. Les dépenses de carburants sont moindres aussi, car ils utilisent plus facilement des transports collectifs (avions, trains...). Enfin, leurs dépenses en agences de voyages sont plutôt effectuées avant le départ dans le pays de résidence. Dans ce cas, elles ne rentrent pas dans le champ de la consommation touristique intérieure en France.

Jean-Christophe LOMONACO, DGE

Compte satellite du tourisme

Selon les recommandations de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) édictées en 2008, un compte satellite du tourisme (CST) a pour objectif d'analyser en détail tous les aspects de la demande de biens et services associés à l'activité des visiteurs, de voir comment cette demande se confronte dans la pratique à l'offre de ces biens et services et de décrire les interactions entre cette offre et d'autres activités économiques. Le CST a pour but de mieux articuler les statistiques du tourisme au sein du système statistique d'un pays et d'accroître la comparabilité internationale de ces statistiques.

Méthode

Les résultats présentés ici portent sur les années 2010 à 2015 et sont provisoires. Ils sont définis à méthodologie constante par rapport aux publications des années précédentes. Les différences observées avec les publications antérieures sont principalement dues à la mise à jour des données de la Comptabilité nationale et à l'actualisation de certains paramètres pour l'ensemble de la période 2010-2015.

Glossaire

Consommation touristique intérieure

La consommation touristique intérieure est le concept central du compte satellite du tourisme (CST). L'agrégat mesure la consommation des visiteurs (touristes et excursionnistes) français ou étrangers, au cours ou en vue des voyages qu'ils ont effectués en France ou à partir du territoire français, réalisée auprès des

fournisseurs de services et de biens de consommation résidant en France. La consommation touristique intérieure se décompose en deux parties : interne, qui mesure la consommation des visiteurs résidant en France ; réceptrice, qui mesure la consommation des visiteurs résidant à l'étranger.

Dépense touristique intérieure

La dépense touristique intérieure (DTI) est la part de la consommation touristique intérieure acquise contre paiement effectué, soit par les visiteurs eux-mêmes (cas le plus fréquent), soit par d'autres agents agissant en leur faveur. Elle est égale à la consommation touristique intérieure, à l'exception du poste « Hébergement touristique non marchand » qui regroupe les loyers imputés aux propriétaires de résidences secondaires. Les loyers imputés représentent le montant estimé qu'auraient eu à verser les propriétaires de résidences secondaires s'ils avaient été locataires et non propriétaires de leur bien.

Visiteur

Un visiteur est un voyageur qui se déplace hors de son environnement habituel, et rentre de fait dans le champ du tourisme. Le motif du déplacement peut être d'ordre personnel (loisirs, visites à des proches, santé, etc.), professionnel (missions, formations, séminaires, congrès, etc.) ou mixte. On distingue deux types de visiteurs : les touristes, qui passent au moins une nuit sur leur lieu de visite et les excursionnistes qui réalisent l'aller-retour à la journée. Les allers-retours entre le domicile et le lieu de travail ou d'étude sont hors du champ du tourisme.

Pour en savoir plus...

Consultez la rubrique « Études et statistiques » du site 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 : 2269-3092
 Dépôt légal : 2016
 DGE - 67, rue Barbès, 94200 Ivry-sur-Seine

DGE
 DIRECTION GÉNÉRALE
 DES ENTREPRISES