

En France, la consommation touristique progresse de 1,9 % en 2014

La consommation touristique intérieure progresse de 1,9 % en 2014. Elle atteint 158,3 milliards d'euros et est équivalente à 7,4 % du PIB. Les deux tiers sont consommés par les touristes français et un tiers par les non-résidents. La progression est plus forte pour les touristes étrangers (+ 3,7 %) que pour les Français (+ 1,0 %). Les dépenses qui ont le plus progressé en valeur en 2014 sont celles en cafés et restaurants, après le relèvement de la TVA en 2014, et celles en locations de logements par des particuliers, grâce à la progression des plates-formes internet dédiées. Les dépenses qui ont le plus diminué sont celles en carburants, sous l'effet de la baisse du prix de l'essence, et celles en transport aérien, avec la perte de parts de marché des compagnies aériennes françaises.

En 2014, la consommation en France des touristes et excursionnistes français ou étrangers s'élève à 158,3 milliards d'euros (tableau 1). Les deux tiers de cette consommation touristique intérieure (encadré) sont réalisés par les résidents français (106,4 milliards d'euros), un tiers étant consommé par les non-résidents (51,9 milliards d'euros).

La consommation touristique intérieure en France est équivalente à 7,4 % du PIB en 2014 (tableau 2). Ce même ratio était de 7,1 % en 2010, la hausse témoignant d'une contribution croissante du tourisme à l'économie française.

Les touristes étrangers assurent un tiers de la dépense et la moitié de la croissance

La consommation touristique intérieure augmente en valeur de 1,9 % par rapport à 2013 (graphique 1), principalement sous l'effet d'une progression des prix (+ 1,4 %). En volume, la croissance est faible (+ 0,5 %). Pour la troisième année consécutive, la consommation touristique est à peu près stable à prix constants (après - 0,6 % en 2012, - 0,2 % en 2013). L'augmentation globale de 1,9 % est la somme d'une contribution de 0,7 point de la clientèle française et d'une contribution de 1,2 point de la clientèle étrangère. La consommation touristique des étrangers

Tableau 1 : Évolution de la consommation touristique*

	2010	2011	2012	2013	2014
Consommation touristique intérieure (en milliards d'euros courants)	140,4	150,6	153,7	155,4	158,3
Visiteurs français	96,9	103,0	103,7	105,3	106,4
Visiteurs étrangers	43,4	47,6	50,0	50,1	51,9
Évolution (en %)					
Visiteurs français	0,5	6,3	0,7	1,5	1,0
Visiteurs étrangers	1,6	9,5	5,1	0,1	3,7
Contribution à l'évolution (en points de %)					
Visiteurs français	0,4	4,3	0,5	1,0	0,7
Visiteurs étrangers	0,5	2,9	1,6	0,0	1,2

Note de lecture : en 2014, la consommation touristique des visiteurs étrangers s'élève à 51,9 milliards d'euros et est en hausse de 3,7 % par rapport à 2013. Les visiteurs étrangers contribuent en 2014 à 1,2 point de croissance de la consommation touristique intérieure et les visiteurs français à 0,7 point de croissance.

* La somme de valeurs arrondies peut être légèrement différente de la valeur arrondie de la somme.

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

repart en 2014 (+ 3,7 %) après une stabilisation en 2013 ; celle des Français (+ 1,0 % après + 1,5 % en 2013) progresse à un rythme plus modéré.

Le tourisme est une composante essentielle de l'activité économique française. Malgré un goût croissant pour les voyages à l'étranger, les Français partent encore très majoritairement en France (environ 90 % de leurs voyages) et leur consommation touristique représente 9,3 % de la consommation finale des ménages en 2014. Il s'agit d'une somme équivalente à 5 % du PIB français. Avec 83,8 millions d'arrivées de touristes étrangers, la France reste la première destination mondiale pour le nombre d'arrivées de touristes internationaux. La consommation touristique des étrangers, équivalente à 2,4 % du PIB, représente, à elle seule, près d'un tiers de la consommation touristique totale. Depuis 2010, elle progresse plus vite que celle des Français et que le PIB.

Les hébergements collectifs moins fréquentés, notamment par les touristes français

En 2014, les dépenses en hébergement marchand s'accroissent globalement de 2,6 %. Toutefois, elles ne croissent que de 0,5 % en volume alors que les prix augmentent de 2,1 %.

La progression des dépenses d'hôtellerie (+ 1,8 %) résulte d'une hausse des prix de 2,5 %, les volumes reculant de 0,7 %. Cette baisse en volume provient principalement d'une baisse du nombre de nuitées des touristes français (- 2,1 %), pour la troisième année consécutive depuis 2012, renforcée en 2014 par une baisse des nuitées étrangères (- 0,3 %). Cette baisse concerne massivement les hôtels « une étoile » au plus, alors que la fréquentation des catégories supérieures s'en tire mieux (progression dans les « deux étoiles », légère baisse des « trois étoiles » et stagnation des « quatre étoiles » et plus). Le prix moyen des chambres a donc augmenté par cet effet de qualité limitant, pour les hôteliers, les conséquences du recul global des nuitées.

Dans les campings, la progression de 1,5 % des dépenses en 2014 est assurée par la hausse de la fréquentation de la clientèle française, essentiellement dans les campings « quatre étoiles » ou plus. Les nuitées des étrangers ont diminué de 1,8 %, avec la forte désaffection (baisse d'environ 5 % des nuitées) des clientèles des Pays-Bas et du Royaume-Uni.

Les dépenses en autres hébergements collectifs ont diminué de 0,4 %, essentiellement à cause de la baisse du nombre de nuitées des étrangers en résidences de tourisme et de la clientèle française en villages-vacances.

La location entre particuliers progresse fortement...

Les dépenses de location chez des particuliers ont progressé de 5,4 % pour la deuxième année de suite, grâce à une progression en volume de 3,9 % pratiquement égale chez les Français et les étrangers. Alors qu'en volume également, les dépenses totales dans l'hébergement marchand n'augmentent que de 0,5 %, cette forte progression traduit le fait que de plus en plus de touristes se tournent vers des sites internet de location saisonnière entre particuliers.

... et gagne des parts de marché dans les dépenses d'hébergement depuis 2010

Dans un contexte de hausse des dépenses en hébergement marchand (de 21,3 milliards d'euros en 2010 à 25,2 milliards d'euros en 2014), la part des dépenses hôtelières a tendance à diminuer dans le total des dépenses en hébergement marchand depuis 2010 (graphique 2). Ce phénomène concerne surtout les Français (- 2,9 points de part de marché des hôtels dans les hébergements marchands depuis 2010) et un peu moins les étrangers (- 1,4 point). Depuis 2010, les nuitées dans les hôtels de « deux étoiles » ou plus augmentent alors qu'elles diminuent dans les hôtels les plus économiques : les touristes recherchent d'année en année une plus grande qualité d'hébergement. Ce phénomène de recherche de meilleures prestations s'observe également dans les campings. Les parts de marché des campings et des autres hébergements varient faiblement entre 2010 et 2014. Les parts de marché des locations se sont accrues

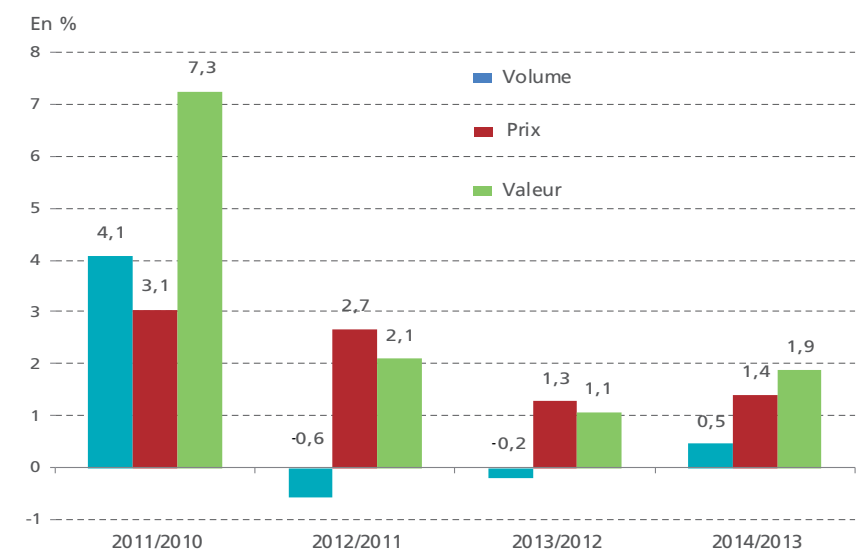
Tableau 2 : Poids de la consommation touristique dans le PIB

	2010	2011	2012	2013	2014
Produit intérieur brut (en milliards d'euros courants)	1 998,5	2 059,3	2 086,9	2 116,6	2 132,4
Poids de la consommation touristique intérieure dans le PIB (en %)	7,02	7,31	7,37	7,34	7,42
Visiteurs français	4,85	5,00	4,97	4,98	4,99
Visiteurs étrangers	2,16	2,31	2,40	2,37	2,43

Note de lecture : la consommation touristique intérieure représente 7,42 % du PIB de l'année 2014, dont 4,99 % pour la consommation des visiteurs français et 2,43 % pour celle des visiteurs étrangers.

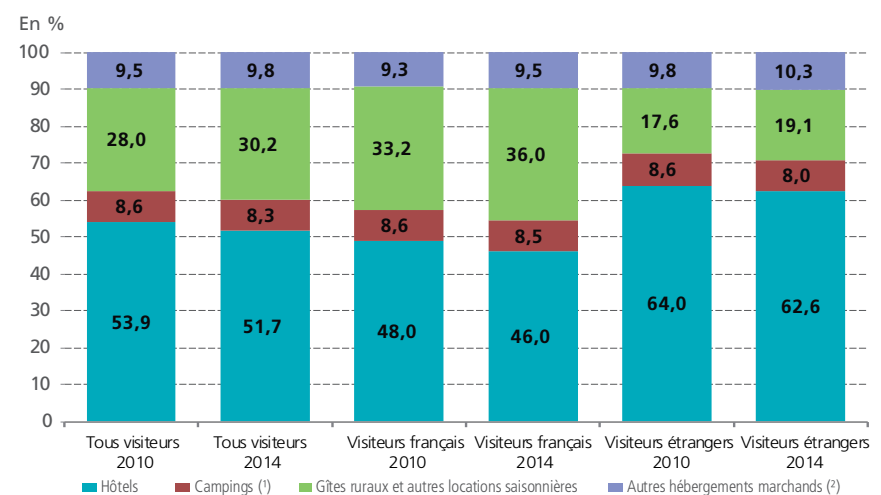
Sources : DGE, Compte satellite du tourisme, base 2010 ; Insee, Comptes nationaux, base 2010.

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



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

Graphique 2 : Parts de marché des modes d'hébergement en 2010 et 2014



(1) Y compris camping municipaux.

(2) Résidences de tourisme et hôtelières, villages de vacances, auberges de jeunesse, etc.

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

de + 2,8 points depuis 2010 pour les Français et de + 1,5 point pour les étrangers. Ce phénomène est plus fort depuis 2012, favorisé par la visibilité donnée à cette offre par les sites internet de location saisonnière entre particuliers, encore confidentiels en 2010 mais connaissant depuis une forte croissance.

Une consommation stable dans les cafés et restaurants

Les consommations en volume dans les cafés et les restaurants sont stables aussi bien pour les Français que pour les étrangers. La hausse des prix de 3,0 % observée dans ce secteur, à la suite

du relèvement du taux de TVA en 2014, explique la totalité de la hausse des dépenses en valeur.

Les dépenses d'aliments et de boissons sont stables en 2014 (- 0,1 %) car la hausse en volume de 0,7 % de la consommation a été contrebalancée par une baisse importante de 0,8 % des prix de l'alimentation.

Pertes de parts de marché de l'aérien face aux transporteurs étrangers et du rail face au covoiturage.

Les dépenses en transports non urbains sont stables en valeur (- 0,2 %) et baissent de 0,7 % en volume, tirées vers le bas par le transport aérien (- 1,0 % en valeur et - 0,9 % en volume).

Depuis 2010, la fréquentation des aéroports français s'accroît chaque année. Cependant, les compagnies aériennes françaises ont transporté 0,5 % de passagers-km de moins qu'en 2013, pendant que les transporteurs étrangers en acheminaient 6,8 % de plus. Une grève des pilotes a notamment touché le groupe Air France en septembre. De plus, ce groupe subit depuis plusieurs années la double concurrence des compagnies *low cost* sur l'Europe et des compagnies étrangères, du golfe persique notamment, sur le long courrier.

Les dépenses en transport ferroviaire sont stables en valeur (+ 0,2 %) mais ont baissé de 1,8 % en volume. Le trafic des voyageurs de la SNCF a en effet reculé, hors Transilien et TER, ce qui correspond très majoritairement à des dépenses touristiques. Les causes sont multiples : hausse de la TVA de 7 % à 10 % sur le transport domestique de passagers répercutée sur le prix des billets, grève de la SNCF en juin 2014 et concurrence de plus en plus forte chaque année d'alternatives moins coûteuses comme les compagnies aériennes *low cost* ou le covoiturage sur longue distance, dont le développement est favorisé par les sites internet de mise en relation entre conducteurs et passagers.

La diminution des dépenses en carburants atteint 1,5 % en 2014. Alors qu'en volume, la consommation de carburant est répartie à la hausse (+ 0,7 %), le prix a baissé (- 2,2 %), surtout en fin d'année, à la suite de la baisse du cours du pétrole. Les distances parcourues ont progressé pour les véhicules des particuliers, plus pour ceux immatriculés à l'étranger (+ 5,0 %) que pour ceux immatriculés en France (+ 0,7 %). Pour les étrangers, le trafic sur le territoire de véhicules d'Europe du Nord se rendant en Espagne, en particulier, a contribué à cette hausse.

La croissance des kilomètres parcourus pour des raisons touristiques a soutenu la hausse des dépenses en péages (+ 2,5 % en valeur dont 1,4 % d'augmentation des tarifs).

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

	Valeurs 2010	Valeurs 2011	Valeurs 2012	Valeurs 2013	Valeurs 2014	Évolution 2014/2013 (en %)
I Dépenses en services caractéristiques	82,8	87,7	89,0	90,2	91,8	1,8
1. Hébergements touristiques marchands	21,3	23,2	23,9	24,6	25,2	2,6
Hôtels	11,5	12,3	12,7	12,8	13,0	1,8
Campings ⁽¹⁾	1,8	1,9	2,0	2,1	2,1	1,5
Gîtes ruraux et autres locations saisonnières	6,0	6,6	6,8	7,2	7,6	5,4
Autres hébergements marchands ⁽²⁾	2,0	2,3	2,4	2,5	2,5	-0,4
2. Restaurants et cafés	17,1	18,1	18,6	19,1	19,6	3,0
3. Services de transports non urbains	25,1	26,8	27,3	27,4	27,3	-0,2
Transport par avion	15,1	16,1	16,3	16,4	16,3	-1,0
Transport par train ⁽³⁾	6,8	7,6	7,8	7,7	7,7	0,2
Transport par autocar	2,4	2,4	2,5	2,5	2,5	1,5
Transport fluvial et maritime	0,8	0,8	0,7	0,7	0,8	7,0
4. Location de courte durée de matériel	3,3	3,4	3,4	3,5	3,5	1,1
Location de véhicules de tourisme	2,1	2,1	2,1	2,2	2,2	0,7
Location d'articles de sports et loisirs	1,2	1,3	1,3	1,3	1,3	1,7
5. Services des voyagistes et agences de voyages	7,7	7,9	7,3	7,3	7,4	2,2
6. Services culturels, sportifs et de loisirs	8,3	8,4	8,5	8,5	8,7	3,2
Musées, spectacles et autres activités culturelles	2,1	2,1	2,2	2,2	2,3	3,1
Casinos	2,3	2,3	2,3	2,2	2,3	5,6
Parcs d'attractions et autres services récréatifs	2,9	2,9	3,1	3,1	3,2	3,0
Remontées mécaniques	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	-0,9
II Autres postes de dépenses	42,5	47,4	48,8	48,7	49,6	1,8
Carburants	9,8	11,4	11,7	11,1	10,9	-1,5
Péages	3,3	3,4	3,5	3,5	3,6	2,5
Aliments et boissons ⁽⁴⁾	10,6	11,1	11,3	11,7	11,7	-0,1
Biens de consommation durables spécifiques ⁽⁵⁾	6,1	6,6	6,5	6,6	6,6	0,4
Autres biens de consommation ⁽⁶⁾	8,4	10,1	10,9	10,7	11,5	7,0
Taxis et autres services de transports urbains	1,5	1,7	1,8	1,9	2,0	5,3
Autres services ⁽⁷⁾	2,9	3,1	3,1	3,2	3,3	2,1
III Dépenses touristiques (III = I + II)	125,3	135,2	137,8	138,9	141,4	1,8
IV Hébergements touristiques non marchands⁽⁸⁾	15,1	15,4	16,0	16,5	16,9	2,7
V Consommation touristique (V = III + IV)	140,4	150,6	153,7	155,4	158,3	1,9

⁽¹⁾ Y compris campings municipaux.

⁽²⁾ Résidences de tourisme et résidences hôtelières, villages de vacances, auberges de jeunesse, etc.

⁽³⁾ 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 158,3 milliards d'euros en 2014.

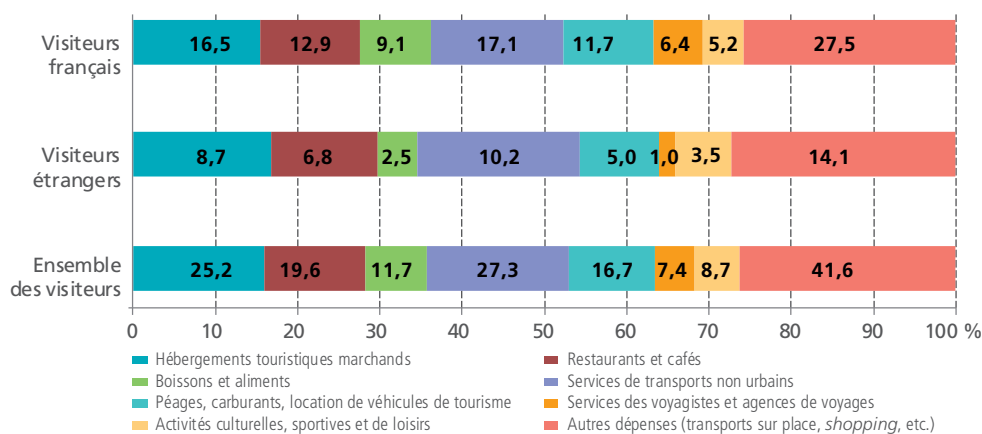
Source : DGE, Compte satellite du tourisme, base 2010.

En 2014, la dépense en transports non urbains, en hébergements marchands et en restaurants et cafés représente 51 % de la dépense touristique

Les principaux postes de dépenses des touristes (*graphique 3*) sont le transport non urbain (27 Md€), l'hébergement quand il est payant (25 Md€) et les dépenses dans les restaurants et cafés (20 Md€). À eux trois, ces postes représentent la moitié du budget des touristes en France. Ces derniers dépensent également une somme importante (17 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 ainsi plus importantes dans le budget des étrangers que dans celui des Français. 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 concentrent également lors de leur voyage en France 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 2014, en milliards d'euros



Note de lecture : les visiteurs étrangers ont dépensé 8,7 Md€ en hébergements touristiques marchands, soit environ 17 % 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 n'entrent pas dans le champ de la consommation touristique intérieure.

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, pour une économie donnée, 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 2014 et sont provisoires. Ils sont définis à méthodologie constante par rapport aux publications des années précédentes. Les différences observées avec les publications antérieures sont dues à la mise à jour des données de la Comptabilité nationale, désormais en « base 2010 » et à l'actualisation de certains paramètres pour l'ensemble de la période 2010-2014.

Glossaire

■ Consommation touristique intérieure

La consommation touristique intérieure est le concept central du 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 est la part de la consommation touristique intérieure acquise contre paiements effectués, 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 « Hébergements touristiques non marchands » qui regroupe les loyers imputés aux propriétaires des 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 (et moins d'un an) sur leur lieu de visite ; les excursionnistes (allers-retours à la journée à plus de 100 kilomètres de leur domicile et hors de leur environnement habituel comme le lieu de travail par exemple), qui ne passent pas de nuit sur leur lieu de visite. Les allers-retours à la journée transfrontaliers sont également comptés, quelle que soit leur distance (sauf les allers-retours entre le domicile et le lieu de travail ou d'étude qui 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 : 2015
 DGE - 67, rue Barbès, 94200 Ivry-sur-Seine

DGE
 DIRECTION GÉNÉRALE
 DES ENTREPRISES