



Lettre d'information n°53-Juin 2017

Cette lettre vous est proposée par INTERSUD, AFRECO et G2C et sera diffusée à leurs fidèles clients

Le secteur du tourisme en pleins remous

Malgré les attentats des deux dernières années, les fondamentaux du secteur restent solides en Europe. Mais le tourisme est confronté à des bouleversements de son modèle économique.

C'est un secteur désormais primordial pour l'économie européenne et française. Il représente, dans l'hexagone, **7,3 % du PIB et près d'un million d'emplois, non délocalisables**, selon les derniers chiffres datant de 2014-2015. Dans l'UE, le tourisme concerne 2,2 millions d'entreprises qui emploient 12 millions de personnes, soit 9% des emplois de l'économie marchande non financière.

Le poids économique du tourisme en France

■ La consommation touristique en France et son poids dans le PIB

	2015 (p)	Évolution 2015/2014 (en %)
Consommation touristique intérieure (en milliards d'euros courants)	158,6	0,9
Visiteurs français	106,8	0,8
Visiteurs étrangers	51,8	0,9
Poids de la consommation touristique intérieure dans le PIB (en %)	7,3	
Visiteurs français	4,9	
Visiteurs étrangers	2,4	

(p) : provisoire.

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

■ Les entreprises des secteurs du tourisme en 2014

	Nombre d'entreprises (milliers)	Effectifs salariés en équivalent temps plein (en milliers)	Chiffre d'affaires HT (en milliards d'euros)	Valeur ajoutée HT (en milliards d'euros)
Ensemble des secteurs d'activités du tourisme	315,6	1 014,2	161,6	59,3
Poids dans l'ensemble de l'économie	7,1 %	7,8 %	4,2 %	5,5 %

Source Insee, Esane (sauf poste Transports : calculs DGE).

Le tourisme est particulièrement vital en Ile-de-France, où se concentrent un quart de la consommation touristique française et 395 000 emplois. Une région,

justement, particulièrement affectée par les attentats de 2015 : en 2016, elle a perdu 1,5 million de touristes (-4,7%). En comptabilisant les nuitées hôtelières (soit le nombre de nuits passées) – et non pas les arrivées hôtelières (comptées une seule fois quelle que soit la durée du séjour) – la baisse a même atteint 7,2%. Les touristes chinois, japonais, italiens et russes ont été les plus nombreux à désertier la capitale. La fréquentation des musées et monuments franciliens s'en est également ressentie :

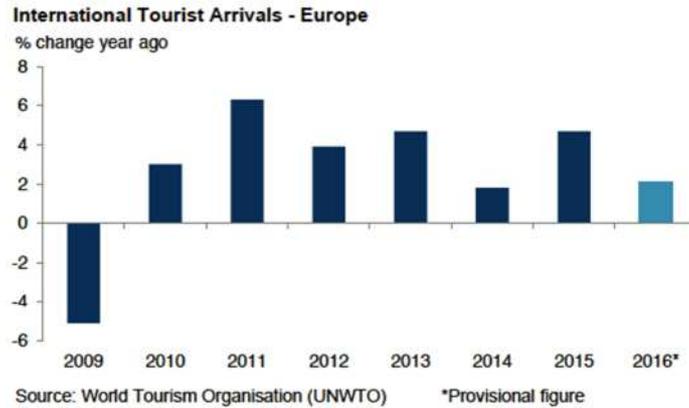
-32% pour la tour Montparnasse, -24% pour l'Arc de triomphe, -13,3 % pour le Louvre (-13,3 %), -9,5% pour Disneyland Paris. Soit un manque à gagner estimé à près de 1,3 milliard d'euros par le comité régional du tourisme.

Un rebond durable ?

Le point de comparaison -l'année 2015- était cependant un bon cru. Et la situation s'est redressée dès la fin de 2016. Un plan de promotion de 10 millions d'euros a également été déployé par le gouvernement. Au premier trimestre, l'INSEE notait une progression de 1,1% des nuitées, avec, notamment, une augmentation de 2,7% pour la clientèle étrangère. La fréquentation hôtelière atteint ainsi « *un niveau inédit pour un premier trimestre* », selon l'institut national de statistiques et des études économiques. L'amélioration s'est particulièrement fait sentir dans les hôtels de l'agglomération parisienne (+ 9,9 %) et dans les 4 ou 5 étoiles, qui avaient le plus souffert des conséquences des attentats. Reste à savoir si l'attentat des Champs Elysées, en avril, est susceptible d'interrompre ce rebond.

Des fondamentaux européens favorables

Deux raisons incitent à un optimisme modéré : le tourisme semble tout d'abord, sur le moyen terme, un secteur plutôt porteur en Europe. En 2016, et malgré les baisses enregistrées en France et en Grande Bretagne, le nombre de nuitées passées dans des établissements d'hébergement touristique de l'UE a culminé à plus de 2,8 milliards, en hausse de 2% par rapport à 2015, et de plus de 20% par rapport à 2009, note ainsi Eurostat, l'office européen de la statistique. Et ce, notamment, grâce à l'augmentation des nuitées venant de non-résidents de l'Union. En 2016, l'Union a reçu 615 millions de touristes internationaux, soit presque la moitié du tourisme mondial, [selon la commission européenne du voyage](#). La progression du pouvoir d'achat dans les pays émergents constitue, à terme, un élément favorable pour le secteur.



Deuxième facteur d'optimisme : le déclin noté en France en 2016 a peut-être été surévalué. C'est, en tous cas, la conclusion que l'on peut tirer de la toute première enquête réalisée par l'Insee [sur les logements touristiques proposés par les particuliers sur internet](#), autrement dit sur des plateformes telles que AirBnb, Wimdu, Abritel, et consorts. Leur fréquentation aurait progressé de 30% en 2016, et ils représenteraient désormais 16% des nuitées passées par les touristes. A lui seul, AirBnb a annoncé 8,3 millions de voyageurs en France en 2016. En prenant en compte ce facteur, non intégré dans les statistiques officielles, l'évolution de la fréquentation touristique en 2016, exprimée en nuitées, deviendrait positive (+ 2,6%). Et la baisse de la fréquentation étrangère serait moindre (-3,9% au lieu de -5,2%).

Un impératif : revisiter les offres

Si ces données tempèrent le rude constat de 2016, elles confortent aussi une évidence : le secteur du tourisme doit réfléchir à son offre. Il lui faut s'adapter à la nouvelle concurrence des plates-formes Internet, qui s'étendent de plus en plus géographiquement et auprès de clientèles de plus en plus larges. Leur régulation de plus en plus serrée va certes limiter les abus, assainir l'offre, mais non, vraisemblablement, la tarir. Le secteur de l'hôtellerie doit apprendre à cohabiter durablement avec ces nouveaux acteurs, tout comme celui des agences de voyages doit constamment se repositionner, depuis déjà plusieurs années, depuis l'émergence d'Internet.

Au-delà des fluctuations conjoncturelles et du poids des attentats, l'hexagone ne peut, de toute façon, s'asseoir sur ses lauriers de première destination touristique mondiale : en termes de chiffre d'affaires (et non de nombre de nuitées), notre pays a, depuis plusieurs années, perdu son premier rang mondial et n'arrive qu'au quatrième rang.

Toutes les initiatives prises pour simplifier le parcours numérique des voyageurs, concevoir des produits plus ciblés, améliorer l'accueil, sont donc les bienvenues. Pour qui travaille régulièrement avec un professionnel du secteur, les analystes d'Intersud, d'Afreco et de G2C peuvent vous aider à mieux décrypter et évaluer la viabilité de sa stratégie.

Bon été à tous !

Le tourisme international dans le monde en 2015

■ Le classement des pays selon les arrivées de touristes internationaux

Rang 1980	Rang 2015	Pays visités	Arrivées 2015 (en millions)	Évolution 2015/2014 (en %)
1	1	France	84,5	0,9
2	2	États-Unis	77,5	3,3
3	3	Espagne	68,2	5,0
18	4	Chine*	56,9	2,3
4	5	Italie	50,7	4,4
52	6	Turquie	39,5	-0,8
9	7	Allemagne	35,0	6,0
7	8	Royaume-Uni	34,4	5,6
8	9	Mexique	32,1	9,4
nd	10	Russie	31,3	5,0
Monde			1 186,2	4,6

Source : Organisation mondiale du tourisme.

■ Le classement des pays selon les recettes du tourisme international

Rang 1980	Rang 2015	Pays visités	Recettes 2015(p) (en Md €)	Évolution 2015/2014** (en %)
1	1	États-Unis	184,3	6,9
34	2	Chine*	102,8	8,3 (\$)
4	3	Espagne	50,9	4,0
2	4	France	41,4	-5,4
5	5	Royaume-Uni	41,0	5,2
27	6	Thaïlande	40,2	22,0
3	7	Italie	35,6	3,8
6	8	Allemagne	33,2	1,9
19	9	Hong Kong	32,6	-5,8
nd	10	Macao	28,2	-26,5
Monde			1 135,5	4,4

* Hors Hong Kong et Macao.

** En devises locales (en \$ pour la Chine), à prix courants.

Source : Organisation mondiale du tourisme.

(p) : provisoire.

(nd) : non disponible.

Intersud

☎ 04 91 19 02 00

Afreco

☎ 04 78 53 12 99

G2C

☎ 04 72 88 69 00