



Une saison touristique 2015 portée par la clientèle française

En Centre-Val de Loire, la fréquentation touristique de la saison estivale 2015 est en hausse par rapport à celle de 2014. Cette progression, également constatée au niveau national, est observable tant dans l'hôtellerie traditionnelle que dans celle de plein air. Elle est essentiellement le fait de la forte augmentation, concentrée dans les campings, des nuitées françaises. Celles-ci ont permis de compenser la baisse des nuitées étrangères. Si les touristes sont venus plus nombreux, leur séjour est plus court que lors de la saison 2014.

Anne-Céline Charel

De mai à septembre 2015, le nombre de nuitées, en augmentation dans les hôtels et campings de la région, s'établit à presque cinq millions. Cette hausse, de 3,2 % par rapport à la saison 2014, dépasse celle de la France métropolitaine (+ 2,9 %). Dans la région, la fréquentation touristique atteint ainsi son meilleur niveau depuis 2006. La progression est légèrement plus élevée dans les campings (+ 3,4 %) que dans les hôtels (+ 3,1 %).

Une augmentation de la fréquentation française plus soutenue dans les hôtels

La reprise de la fréquentation hôtelière est surtout le fait du retour de la clientèle française (figure 1). Bien que la clientèle étrangère ait elle aussi augmenté, la part des nuitées effectuées par des touristes étrangers a légèrement baissé, s'établissant à 30,7 % (figure 2). Les touristes européens représentent plus de trois nuitées étrangères sur quatre (définitions). Les Néerlandais sont plus nombreux, en hausse de plus de 18,6 %. Ceci les positionne désormais au 3^e rang de la clientèle étrangère, derrière les Britanniques et les Américains qui confirment leur intérêt pour la région (figure 3).

Quatre nuitées sur dix proviennent de la clientèle d'affaires. Le poids du tourisme d'affaires diminue, mais reste plus élevé qu'en moyenne métropolitaine (33,3 %). En Centre-Val de Loire, le taux moyen d'occupation (définitions) des hôtels (63,8 %) augmente avec la catégorie de l'établissement : de 53,7 % pour les non classés à 68,5 % pour les 4-5 étoiles ; il évolue peu entre 2014 et 2015. Les durées moyennes de séjour (définitions) (1,4 jour) diminuent légèrement et sont plus faibles qu'en France métropolitaine (1,8 jour).

2 En Centre-Val de Loire, la clientèle étrangère peu présente dans les établissements peu ou non classés

Classe de l'hôtel	Nombre		Nuitées (millier)		Part de la clientèle étrangère
	d'hôtels	de chambres offertes	françaises	étrangères	
Non classés	173	2 928	296	86	22,4
1 et 2 étoiles	232	6 914	837	252	23,1
3 étoiles	211	7 698	817	405	33,1
4 et 5 étoiles	55	2 773	244	229	48,3
Ensemble	671	20 313	2 195	971	30,7

Sources : Insee, Enquête sur la fréquentation touristique ; DGE ; partenaires régionaux

1 Hausse des nuitées en Centre-Val de Loire sur la saison 2015

Clientèle	Nuitées dans les hôtels		Nuitées dans l'hôtellerie de plein air		Évolution 2014-2015 tous types confondus
	2015	évolution 2014-2015	2015	évolution 2014-2015	
	millier, %				
Résident en France	2 195	3,8	954	8,9	5,2
Résident à l'étranger	971	1,5	856	- 2,2	- 0,2
Ensemble	3 166	3,1	1 810	3,4	3,2

Sources : Insee, Enquête sur la fréquentation touristique ; DGE ; partenaires régionaux

La hausse de la fréquentation concerne toutes les catégories d'hôtels classés. Elle est particulièrement importante dans les hôtels de 3 étoiles (+ 9 %), grâce à la forte augmentation des nuitées françaises.

L'attraction des clients étrangers pour les hôtels haut de gamme se confirme et génère près de la moitié des nuitées dans les établissements de 4 et 5 étoiles (figure 2).

3 Évolution de la fréquentation étrangère en Centre-Val de Loire (saison 2014 - saison 2015)

Pays	Hôtels		Campings	
	nuitées	évolution 2014-2015	nuitées	Évolution 2014-2015
Royaume-Uni	187	0,8	246	8,4
États-Unis	111	0,6	-	-
Pays-Bas	111	18,6	381	-9,8
Allemagne	110	-8,0	88	6,8
Belgique	106	6,2	59	-8,0
Espagne	62	9,2	22	10,9
Italie	59	-6,3	15	3,6
Suisse	32	3,4	13	4,1
Japon	23	-18,9	-	-

Sources : Insee, Enquête sur la fréquentation touristique ; DGE ; partenaires régionaux

Forte présence de la clientèle française dans les campings

La fréquentation des campings de la région est répartie à la hausse en 2015 (+3,4 %), après une baisse du même ordre en 2014 (figure 4).

Cette croissance concerne les emplacements tant nus qu'équipés et toutes les catégories d'établissements classés.

Le retour de la clientèle nationale a permis de compenser la baisse modérée de la fréquentation étrangère. Par rapport à 2014, les touristes étrangers, européens pour la plupart, fréquentent moins les campings de la région et ils y restent moins longtemps. Ils représentent cependant près de la moitié (47,3 %) des nuitées en camping et leur part augmente avec la catégorie de l'établissement. Si les nuitées anglaises et allemandes sont en hausse, les Néerlandais sont sensiblement moins présents qu'en 2014. Ils constituent néanmoins près de la moitié des nuitées étrangères (44,5 %). La fréquentation des campings non classés recule de plus de 17 %. La désaffection de la clientèle étrangère (-22,7 %) y a été plus importante que celle de la clientèle française (-14,5 %).

4 Progression en Centre-Val de Loire des nuitées dans l'hôtellerie de plein air (saison 2014 - saison 2015)

Type d'emplacement	Nuitées 2015	Évolution 2014-2015
Nus	1 238	3,2
Locatifs	572	3,7
Ensemble	1 810	3,4

Sources : Insee, Enquête sur la fréquentation touristique ; DGE ; partenaires régionaux

Hausse de la fréquentation touristique dans presque tous les départements de la région

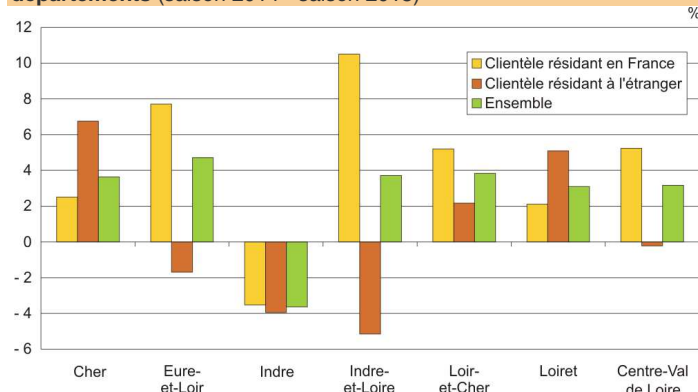
L'Indre est le seul département pour lequel le nombre de nuitées en hôtels et campings a diminué en 2015. La baisse de la fréquentation provient aussi bien des clientèles française qu'étrangère (figure 5).

Les nuitées françaises augmentent dans tous les autres départements. En Eure-et-Loir et en Indre-et-Loire, cette hausse a permis de compenser la baisse des nuitées étrangères.

Dans le Loir-et-Cher et le Loiret, mais également dans le Cher, la progression de la fréquentation est due à la fois à la clientèle française et étrangère.

Les départements de l'axe ligérien représentent 75,7 % de la fréquentation totale et concentrent 81,6 % de la clientèle étrangère.

5 Croissance de la fréquentation touristique dans la plupart des départements (saison 2014 - saison 2015)



Champ : hôtels traditionnels et de plein air

Sources : Insee, Enquête sur la fréquentation touristique ; DGE ; partenaires régionaux

Définitions

Les **nuitées** correspondent au nombre total de nuits passées par les clients dans un établissement d'hébergement.

La **durée moyenne de séjour** est égale au nombre de nuitées divisé par le nombre d'arrivées.

Le **taux d'occupation** est le rapport entre le nombre d'emplacements occupés et le nombre d'emplacements offerts effectivement mis à disposition (fermetures saisonnières, hebdomadaires, etc.) par les établissements.

Sources

L'**enquête de fréquentation dans l'hôtellerie** est effectuée chaque mois sur l'ensemble du territoire métropolitain auprès des hôtels classés de tourisme (1 à 5 étoiles), des hôtels de chaîne et des hôtels non classés.

L'**enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air** (campings) est effectuée de mai à septembre sur tout le territoire métropolitain, auprès des campings classés 1 à 5 étoiles ou non classés.

En région Centre-Val de Loire, le Comité régional du Tourisme (CRT) et l'Insee collaborent afin d'assurer une représentativité régionale des enquêtes.

Insee Centre-Val de Loire

131, rue du Faubourg Banner
45034 Orléans Cedex 1
Tél : 02 38 69 52 52

Chef de projet :
Gilles Valaison

Directeur de la publication :
Jean-Michel Quellec

Rédactrice en chef :
Annie Clerzau

Relations médias : medias-centre@insee.fr

ISSN : 2262-5828
© Insee 2016

Pour en savoir plus

- La saison touristique 2014 en demi-teinte en Centre-Val de Loire, *Insee Flash Centre-Val de Loire* n° 7, février 2015.
- Bilan économique 2014 du Centre-Val de Loire, *Insee conjoncture Centre-Val de Loire* n° 5, mai 2015.
- Un bon bilan pour la saison touristique d'été 2015, *Insee Focus* n° 51, décembre 2015.

