

## Le tourisme en chiffres

# Un impact fort, mais contrasté

*13,6 milliards de chiffre d'affaires, 2,7 milliards de valeur ajoutée. Il est toujours difficile de mesurer le poids économique de l'activité touristique tant celle-ci est diffuse dans l'ensemble du tissu économique. En effet, au-delà des activités directement liées au tourisme, la présence de touristes génère de l'activité pour l'ensemble de l'économie résidentielle, du commerce alimentaire au bâtiment. L'enquête sur le poids économique du tourisme en Pays de la Loire a tenté de préciser ces données par une approche méthodologique distinguant trois niveaux de retombées économiques.*

Selon l'Observatoire régional du tourisme, le tourisme représente sur la Région Pays de la Loire un chiffre d'affaires total de 13,6 milliards, ainsi répartis :

- **5,8 milliards de chiffre d'affaires direct**, réalisé par des activités dont 100% du CA est d'origine touristique, à savoir hébergement, thalassothérapie, activités thermales.
- **4,9 milliards de chiffre d'affaires direct**, réalisé par des activités dont la totalité du CA n'est pas exclusivement d'origine touristique : restauration, commerce de détail, loisirs culturels et sportifs, gestion de biens immobiliers, grandes et moyennes surfaces alimentaires, commerce de détail non alimentaire, services.
- **2,9 milliards de chiffre d'affaires indirect** : construction de résidences secondaires, bâtiment, commerce de gros, banques, administration, entretien et maintenance.

### L'HÉBERGEMENT MARCHAND

*L'hébergement marchand ne représente que 0,95 milliard sur ce total : ceci illustre le poids prépondérant de la location saisonnière dans l'économie touristique des Pays de la Loire.*



### ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES DIRECTEMENT LIÉES AU TOURISME / CHIFFRE D'AFFAIRES PAR DÉPARTEMENT

Loire-Atlantique	1 581,40 M€
Vendée	1 563,20 M€
Maine-et-Loire	1 131,00 M€
Sarthe	939,90 M€
Mayenne	618,40 M€

Source : Observatoire régional du tourisme

## De la valeur ajoutée liée à l'hébergement...

La définition couramment admise du « touriste » est la « *personne passant au moins une nuitée sur le lieu de déplacement* ». Une définition internationale qui permet de souligner un déficit de performance économique du secteur ligérien du tourisme.

La définition du « touriste » exprime d'abord un paradoxe : toute personne passant une nuit sur un lieu de visite ligérien, y compris pour raisons professionnelles, est un « touriste ». A contrario, un résident des Pays de la Loire se rendant dans un lieu ou un équipement touristique en journée n'est pas comptabilisé dans les statistiques du tourisme. Mais cette définition est aussi une façon de souligner la faiblesse de l'économie touristique ligérienne en termes de valeur ajoutée, déficit lié à la structure de l'hébergement dans notre région.

En effet, seules les activités associées à un hébergement relèvent exclusivement de l'activité touris-

tique, les autres concernant des « publics divers ». Or si cela induit que l'emploi ne se crée que s'il y a séjour et consommation, les Pays de la Loire sont défavorisés en la matière.

La typologie de l'hébergement touristique dans la région est en effet majoritairement un secteur non marchand : résidences secondaires, visites en familles, amis...

Des hébergements évidemment peu rémunérateurs, en comparaison avec l'hôtellerie classée. L'hôtellerie de plein air, très présente en Pays de la Loire et surtout en Vendée, fournit pour sa part une rémunération intermédiaire, voire faible. La structure de l'hébergement marchand est elle aussi faible et mal répartie.

## Le poids de l'intérieur

Le poids du tourisme intérieur (70% du chiffre d'affaires total) est lié en particulier au développement du tourisme urbain et du tourisme d'affaires. Il faut ainsi l'analyser par rapport à la répartition des offres d'hébergement sur le territoire régional.

## LA VALEUR AJOUTÉE

*La valeur ajoutée de « l'industrie du tourisme » en Pays de la Loire s'élève quant à elle à 2,7 milliards d'euros, soit 4% du PIB régional, ce qui reste faible.*

### CHIFFRE D'AFFAIRES TOURISTIQUE DIRECT LITTORAL / INTÉRIEUR

Intérieur (rural+urbain) y compris métropole Nantes Saint-Nazaire	4073,1 M€
Littoral	1761,2 M€

HÉBERGEMENT EN ESPACE	RÉSIDENCES SECONDAIRES NOMBRE DE LITS	HÔTELLERIE DE PLEIN AIR NOMBRE DE PLACES	HÔTELLERIE DE TOURISME NOMBRE DE LITS
Intérieur	276 680 29,6 %	56 877 25,7 %	25 016 61,3 %
Littoral	659 175 70,4 %	163 683 74,3 %	15 816 38,7 %

### **L'emploi touristique : 10 % de l'emploi régional**

L'emploi induit par le tourisme en Pays de la Loire est évalué à 120 000 postes de travail, soit près de 10 % de la population salariée et non salariée régionale, dont :

- 79 712 dans les activités directes (19 493 dans des activités directes à 100 % et 60 219 dans les autres activités directes),
- 34 316 dans les activités indirectes.

L'hébergement et la restauration sont générateurs de plus de 23 000 postes, dont :

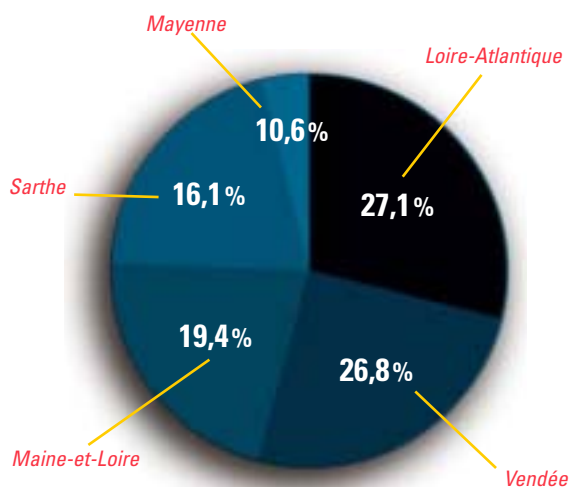
- hôtels : 5 800 postes,
- campings : 3 794 postes,
- autres hébergements touristiques : 6 441 postes,
- restauration : 7 229 postes.

Si de nombreux emplois comptabilisés sont de nature saisonnière, le tourisme est en tout cas un secteur qui dépend fortement de la « ressource humaine ». Selon l'INSEE, il faut 44 emplois pour créer un million d'euros de chiffre d'affaires (autrement dit, un emploi génère 23 400 euros de valeur ajoutée), alors qu'il ne faut que 18 personnes dans l'industrie, 22 dans la construction et 26,4 dans l'agriculture. L'ensemble du secteur du tourisme doit donc améliorer sa capacité à dégager une valeur ajoutée per capita très supérieure à celle constatée.

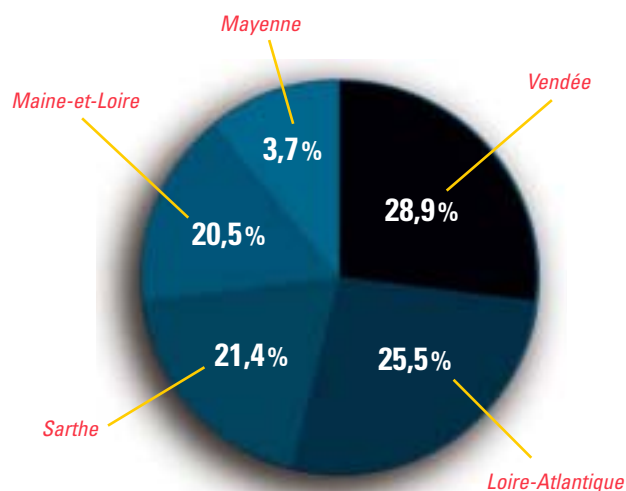
### **L'emploi et l'activité**

Parmi les cinq départements des Pays de la Loire, la Loire-Atlantique et la Vendée arrivent en tête de la répartition de l'emploi et du chiffre d'affaires touristique.

#### **CHIFFRES D'AFFAIRES ET EMPLOIS TOURISTIQUES / RÉPARTITION PAR DÉPARTEMENT**



**CA TOURISME**



**EMPLOI**

## **LE LOGEMENT DES SAISONNIERS**

*Le problème du logement des personnels saisonniers travaillant dans des établissements touristiques (hôtels, villages vacances ou autres) est récurrent. Il n'est pas rare qu'ils soient contraints de se loger par leurs propres moyens. Dans des sites à haute fréquentation touristique, ils doivent faire face à des tarifs de location qui ne leur sont pas accessibles. C'est là un frein important à l'attractivité de ces métiers de service déjà exigeants.*

Source : Observatoire régional du tourisme des Pays de la Loire

## Les intérêts stratégiques des filières touristiques

### LES HÔTELS EN RETARD

L'hôtellerie classée ou de tourisme représente 40 832 lits en Pays de la Loire, dont 44,5 % en Loire-Atlantique et seulement 20,7 % en Vendée. Dans le Grand Ouest (Pays de la Loire, Bretagne, Normandie, Poitou-Charentes) la Région des Pays de la Loire ne représente que 20 % de l'offre de lits d'hôtels, contre 23 % pour la Bretagne et 22 % pour la Normandie. L'hôtellerie ligérienne est donc trop faiblement développée, et elle est surtout dynamique sur les centres urbains de la région, quand elle est tournée vers le tourisme d'affaires et l'évènementiel.

### AFFAIRES, BIEN-ÊTRE : DE NOUVELLES NICHES

Le tourisme d'affaires est celui qui génère le plus de chiffre d'affaires et le plus d'emplois. Un touriste d'affaires dépense de 2,5 à 3 fois plus qu'un touriste de loisirs. Ce secteur, très rémunérateur, est en début de cycle et sa croissance mérite d'être consolidée par des actions appropriées. Il en va de même pour le tourisme de bien-être (balnéothérapie, thalasso-thérapie).

	ENJEU ÉCONOMIQUE	ENJEU AMÉNAGEMENT	ENJEU D'IMAGE	ENJEU ATTENTE DES HABITANTS
Tourisme d'affaires	++++	+	+++	+
Tourisme urbain	+++	+	++	++
Loisir	++	+++		++++
Tourisme balnéaire	++++	-	++	++
Tourisme de bien-être	++	-	++	-
Tourisme fluvial	+	+++	+++	+
Nautisme	++	+	++++	+
Croisières	++	+	+++	-
Tourisme industriel et technique	+	+	+++	++

Source : Détente Consultants

### DES POINTS-CLÉS

- 13,6 milliards d'euros de chiffre d'affaires.
- 120 000 emplois.
- Loire-Atlantique et Vendée en première ligne.
- Une structuration hôtelière déficiente.
- Poids remarquable du tourisme urbain et d'affaires.



## Les évolutions de l'activité touristique

# Des opportunités à saisir

*Les traditionnelles vacances d'été connaissent une forte évolution qui concerne autant les destinations choisies, les modes de réservation et de déplacement, le fractionnement des séjours et leur durée, le mode d'hébergement ainsi que l'apparition de clientèles nouvelles cherchant à bénéficier de conditions d'accueil, de confort et de sécurité leur permettant de mieux s'impliquer dans les activités de loisirs familiaux, sportifs ou culturels qui ont dès le départ orienté le choix de leur destination.*

### **Le développement des courts séjours**

La tendance au fractionnement des vacances conduit, de façon mécanique, au raccourcissement de la durée des séjours. On enregistre ainsi, au niveau national, que les voyageurs sont plus nombreux d'une année sur l'autre (+ 0,8 % entre 2003 et 2004), alors que le nombre de leurs nuitées sur la même période a diminué (- 1,6 %).

### **La part prépondérante de l'hébergement non marchand**

Les Français ont passé 60 % de leurs séjours personnels en hébergement non marchand : amis, familles ou résidence secondaire.

### **Peu de clientèles étrangères**

Selon une étude récente de l'ODIT, les étrangers qui ont fréquenté le secteur marchand ont privilégié l'hôtellerie économique installée le long des grands axes de circulation (+ 16,8 % de nuitées étrangères durant l'été 2004/2003). C'est donc surtout une clientèle de passage.

Les étrangers ainsi recensés ont par ailleurs réduit le nombre de leurs séjours (- 2,3 % en 2004) ainsi que le nombre total de leurs nuitées (- 3,7 %) en hôtellerie marchande.

Pour satisfaire la clientèle étrangère, notamment balnéaire, les capacités d'hébergement marchand sont notoirement insuffisantes en nombre et en qualité.

Cette inadéquation de l'offre (il manquerait sur le littoral de 3 000 à 5 000 lits) explique la faiblesse de la fréquentation étrangère.

### **Hôtellerie de plein air La grande mutation**

Une tendance lourde se dessine. Cette activité enregistre, nationalement, une diminution de 6 millions de nuitées de 2000 à 2004. Mais cette baisse se révèle surtout sensible pour les campings mal équipés (1 et 2 étoiles) et on remarque une forte disparité entre le taux d'occupation des emplacements de camping nus (29 %) et ceux qui sont équipés d'un hébergement de type mobile home, chalet, bungalow, habitations légères de loisir (45 %).

Les emplacements équipés sont d'ailleurs aussi les plus remplis, avec un nombre moyen de personnes supérieur de 25 % à celui des emplacements nus. Conséquence : les nuitées réalisées sur ces emplacements équipés représentent 26 % de la fréquentation des campings alors qu'ils ne constituent que 15 % de l'offre. La demande, tant française qu'étrangère, connaît une forte évolution vers ce mode d'hébergement en hôtellerie de plein air, plus confortable que le traditionnel camping.

Si rien n'est fait en la matière, la baisse sensible de fréquentation constatée depuis quelques années risque fort de s'amplifier, mettant en péril tout un pan de notre économie touristique régionale. Favoriser le développement du programme « Qualité Camping » est une exigence.

### **La place croissante du tourisme urbain**

Le tourisme urbain monte en charge, associé au développement du tourisme d'affaires... Un phénomène, qui, à l'exception de la région de La Baule, se déroule dans nos principaux centres urbains : la métropole Nantes Saint-Nazaire, Angers, Le Mans. Il s'agit là, par définition, d'un « tourisme quatre saisons », porteur de valeur ajoutée et d'emplois à plein temps et stables.

Cette tendance lourde peut être considérée comme un début de cycle et doit être accompagnée pour garantir son caractère durable. Les efforts de mise en valeur touristique des centres urbains, notamment les circuits d'initiation historique à la ville, méritent d'être mieux pris en compte, dès lors qu'ils valorisent le patrimoine et inscrivent leur événementiel dans une quasi permanence (la Nuit des chimères au Mans, les Médiévales à Angers).

### **Pression sur le tourisme social**

Les Pays de la Loire bénéficient d'importants équipements relevant du tourisme associatif à caractère social. Ce secteur est donc un acteur majeur de l'offre touristique régionale, couvrant cinq sortes d'hébergements :

- les villages de vacances (la plupart classés Loisirs de France) (44 %) :
- les centres d'accueil de jeunes (19 %),
- les centres de vacances pour enfants (25 %),

- les campings (9 %),
- les autres établissements polyvalents qui intègrent plusieurs formes précédentes (3 %).

Son poids économique est loin d'être négligeable en Pays de la Loire : 88 établissements, 40 millions d'euros de chiffre d'affaires, 1,56 million de nuitées annuelles, 18 650 lits (plus de 30 % des capacités hôtelières totales), 1 190 emplois, avec 30 % des établissements implantés en zone rurale.

Des projets de réhabilitation et l'obligation de procéder à des mises aux normes de ce patrimoine sont à relever dans ce secteur, par ailleurs soumis en zone littorale à de fortes pressions foncières.

### **Le poids des seniors**

Demain, plus encore qu'aujourd'hui, la population à l'âge de la retraite sera nombreuse, disponible et mobile.

Certains pays (Danemark, Suède, Norvège, Finlande) voient leurs seniors disparaître complètement à l'étranger pendant les mois d'hiver ; d'autres, comme l'Espagne, ont élaboré une politique favorisant par des aides les départs en vacances hors des périodes de haute saison.

Cette catégorie de clientèle, généralement solvable, doit faire l'objet d'une approche spécifique, avec les professionnels. Par rapport aux destinations étrangères méditerranéennes, les Pays de la Loire offrent une sécurité, notamment sanitaire, et une qualité des services de soins qui devraient être mises en valeur.

