Insee Flash
Normandie

N° 21
Novembre 2016

Bilan de la saison touristique 2016 en Normandie

Un repli du tourisme normand qui s'atténue en fin de saison

La saison touristique normande est morose en 2016. La fréquentation dans les hôtels et dans les campings chute, après deux années de forte affluence. Les attentats survenus depuis fin 2015 et la météo maussade en début de période contribuent à cette baisse, les campings étant les plus touchés. Le mois de septembre affiche toutefois un rebond.

Bruno Blazévic

Après deux années dynamiques, l'été 2016 est morose pour le tourisme normand. Conséquence probable des attentats qui ont frappé le territoire français, la fréquentation dans les hôtels et dans les campings en Normandie se replie sur l'année de 4,0 %, bien plus nettement que dans l'ensemble des régions de métropole (– 2,1 %).

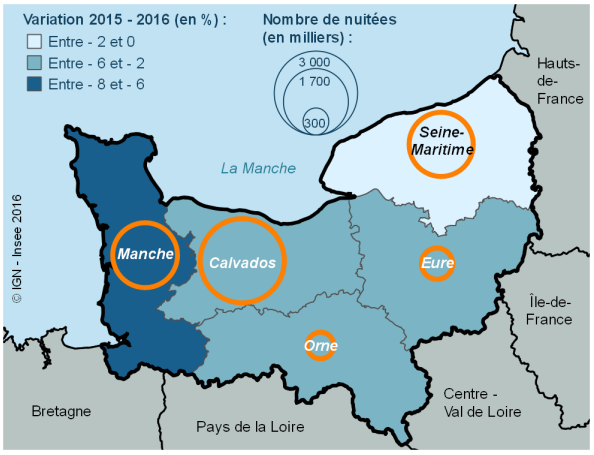
Dans ce contexte aggravé par une météo maussade en début de saison, les campings souffrent davantage que les hôtels (– 7,6 % et – 1,0 % respectivement).

Une baisse de 8,1 % des nuitées sur les trois premiers mois de saison

En Normandie, la fréquentation dans les hôtels et dans les campings a chuté de 8,1 % pour les mois de mai à juillet, soit 349 milliers de nuitées de moins qu'en 2015. La baisse est particulièrement sensible dans la Manche (– 12,7 %) malgré le départ du Tour de France début juillet (*figure 1*). Dans les trois départements littoraux où le facteur météo joue davantage qu'ailleurs, le nombre de nuitées en camping est en repli sur la période (– 16,0 % pour la Manche, – 11,0 % pour le Calvados et – 17,0 % pour la Seine-Maritime).

1 Recul de la fréquentation touristique dans tous les départements

Évolution 2015-2016 du nombre de nuitées dans les hôtels et les campings, nuitées 2016 en milliers



Source : Insee, en partenariat avec les comités régionaux du tourisme (CRT) et la DGE

Dans l'ensemble régional, les hôtels sont beaucoup moins touchés (– 3,3 % contre – 14,3 % en camping). La Seine-Maritime s'en sort mieux (– 0,5 % de mai à juillet en hôtel).

Insee
Mesurer pour comprendre
Normandie

Une amélioration en fin de saison

Au mois d'août, la fréquentation dans les hôtels et dans les campings retrouve son niveau de l'an passé. Le mois de septembre augmente de 5,0 % par rapport à 2015, grâce à une météo plus clémente qu'habituellement (*figure 2*). Sur ce dernier mois, la Seine-Maritime enregistre même une très forte progression (+ 10,3 %).

Cette amélioration en fin de saison concerne à la fois les campings et les hôtels. Les nuitées en hôtel augmentent de 1,8 % en août et de 2,9 % en septembre. En camping, la baisse se réduit au mois d'août (– 1,3 %) et le nombre s'accroît même très nettement en septembre (+ 10,7 % par rapport à septembre 2015) du fait d'un afflux de la clientèle française encouragée par le retour du beau temps.

Un recul de la clientèle étrangère

Comme au plan national, la saison touristique en Normandie a été particulièrement boudée par la clientèle étrangère (– 8,7 %), en particulier par les Italiens, les Chinois et les Japonais. Le risque d'attentat et celui, très médiatisé, de vol ou d'agression visant certaines nationalités de touristes ont probablement freiné les arrivées sur le territoire. La clientèle française quant à elle se replie beaucoup moins (– 1,4 %).■

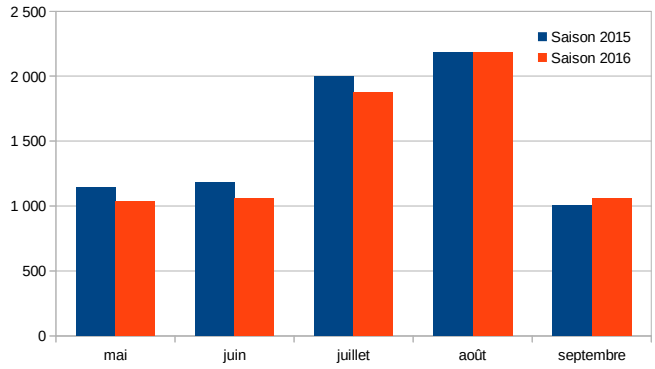
Définitions

La **saison touristique** d'été couvre les mois de mai, juin, juillet, août et septembre.

Les **nuitées (ou fréquentation)** sont le nombre total de nuits passées par les clients dans un hôtel (ou camping). Ainsi, un couple séjournant trois nuits consécutives dans un hôtel (ou camping) correspondra à six nuitées, de même que six personnes ne séjournant qu'une seule nuit.

2 Hausse annuelle en septembre dans les hôtels et les campings

Évolution mensuelle de la fréquentation des hôtels et des campings normands



Source : Insee, en partenariat avec les comités régionaux du tourisme (CRT) et la DGE

Unité : nuitées en milliers

Sources

Les résultats présentés s'appuient sur deux enquêtes mensuelles réalisées par l'Insee, dans le cadre d'un partenariat avec la direction générale des Entreprises (DGE) et les partenaires régionaux chargés du tourisme.

L'**enquête de fréquentation hôtelière (EFH)** est réalisée chaque mois auprès des hôtels de tourisme.

L'**enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air (EFHPA)** est réalisée de mai à septembre inclus auprès des campings possédant au moins un emplacement de passage.

Insee Normandie
5, rue Bloch
BP 95137
14024 CAEN Cedex

Directeur de la publication :
Daniel Brondel

Rédacteur en chef :
Maryse Cadalanu

Attachés de presse :
Martine Chéron (Rouen)
Tél : 02.35.52.49.75
Philippe Lemarchand (Caen)
Tél : 02.31.15.11.14

Crédit photo : ©H. Sentucq-panoram-art.com
ISSN : 2493-7339
@Insee 2016

Pour en savoir plus :

- Insee Focus N°68 : Saison touristique d'été 2016 « Fort repli en Île-de France et sur le littoral » (2016, novembre)
- Insee Analyses Normandie N°8 : Bilan de l'année touristique « La Normandie reste très attractive en 2015 » (2016, juin)
- Insee Analyses Normandie N°2 : Bilan de la saison touristique 2015 en Normandie « Le tourisme normand a toujours le vent en poupe » (2016, février)

Insee
Mesurer pour comprendre