



Les dépenses des touristes représentent plus de 6 % du PIB bourguignon

La consommation touristique intérieure est évaluée à 2,6 milliards d'euros en Bourgogne en 2011. Elle représente plus de 6 % du produit intérieur brut de la région, la classant ainsi au 13^e rang des régions françaises.

En Bourgogne, les dépenses touristiques réalisées en 2011 sont stables comparées à celles de 2005 mais elles changent de nature. Elles sont davantage consacrées à l'hébergement marchand, aux achats de boissons et aliments et aux activités culturelles ou de loisirs. En revanche, les touristes consomment beaucoup moins dans les restaurants et les cafés. Ces dépenses diminuent dans la région de 10 % en six ans alors qu'elles poursuivent leur progression en France métropolitaine hors Île-de-France.

Les péages, carburants et locations de véhicules constituent le premier poste de dépenses des touristes dans la région, avec 21 % de la consommation touristique, soit sept points de plus qu'en France métropolitaine hors Île-de-France.

Christine Lecrenais, Marie Léger (Insee).

Hébergement, restauration, transport... : les touristes contribuent par leurs dépenses à l'économie de la région. En Bourgogne, la consommation touristique intérieure est estimée à 2,6 milliards d'euros en 2011. Elle correspond à hauteur de 2,2 milliards d'euros aux

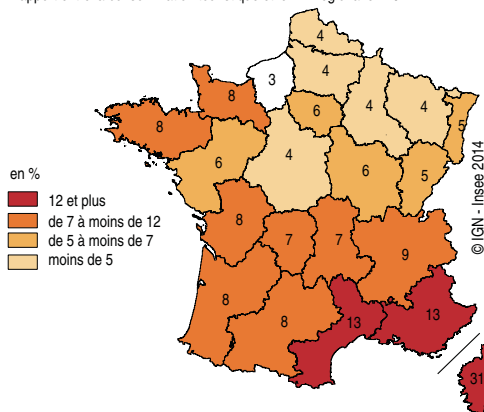
dépenses des touristes ou à celles des Bourguignons qui préparent leurs déplacements de loisirs ou d'affaires. La part restante est à rattacher aux loyers estimés des résidences secondaires.

Cette consommation touristique représente un peu plus de 6 % du produit

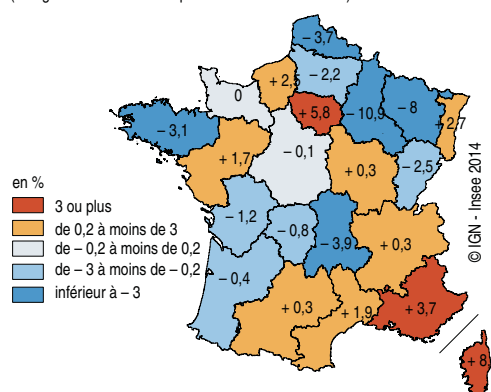
intérieur brut de la région. Elle classe la Bourgogne au 13^e rang des régions françaises, derrière l'Auvergne et le Limousin mais devant l'Alsace et la Franche-Comté. Le tourisme participe ainsi davantage à l'économie régionale que dans les autres régions du quart

1 Dépenses touristiques : la Bourgogne en bonne position dans le quart nord-est

Rapport entre la consommation touristique et le PIB régional en 2011



Évolution de la consommation touristique intérieure en volume entre 2005 et 2011 (corrigée de l'évolution des prix des différents secteurs)

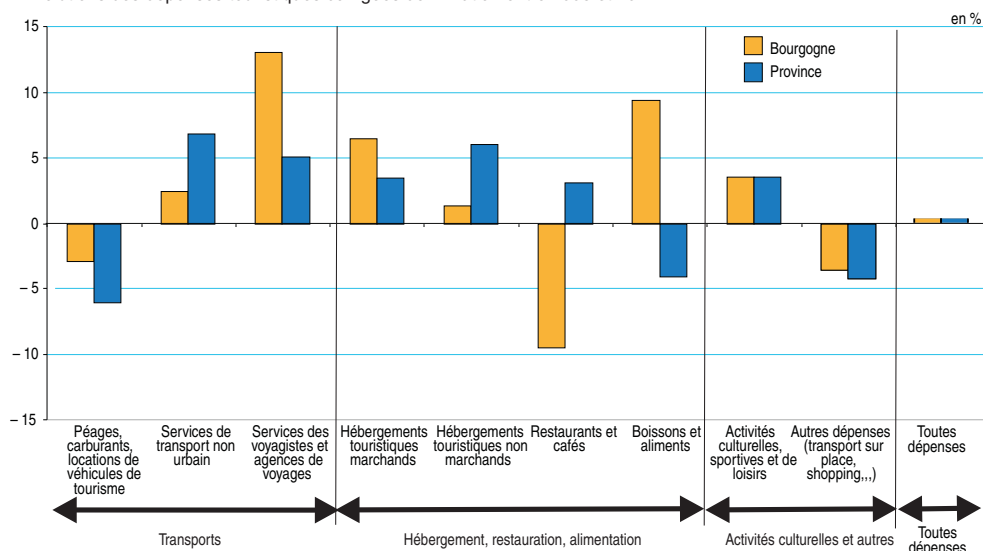


Sources : Insee ; DGCIS, Compte satellite du tourisme régionalisé en 2011.

Sources : Insee ; DGCIS, Comptes satellites du tourisme régionalisés 2005 et 2011.

2 Les hébergements s'en sortent, mais la restauration bourguignonne subit la crise

Évolutions des dépenses touristiques corrigées de l'inflation entre 2005 et 2011



Données corrigées de l'évolution des prix des différents secteurs

Sources : Insee ; DGCI, Comptes satellites du tourisme régionalisés en 2005 et 2011.

nord-est, sans pour autant rivaliser avec le Sud-Est de la France où les conditions climatiques et les activités balnéaires ou de montagne favorisent l'afflux de vacanciers. La dépense touristique est de loin plus importante en Corse, où elle atteint 31 % du PIB ; Provence-Alpes-Côte d'Azur et Languedoc-Roussillon arrivent en seconde place, avec 13 %.

Stabilité des dépenses touristiques entre 2005 et 2011

Le montant des dépenses touristiques a progressé de 16,6 % entre 2005 et 2011, une hausse due à l'augmentation des prix sur la période. En effet, corrigée de l'inflation, la consommation de produits et services touristiques est restée stable en Bourgogne comme en France de province (France métropolitaine hors Île-de-France). Ce maintien dans la région est à souligner, d'autant qu'il est loin d'être général : dans dix régions métropolitaines, les dépenses des touristes sont en effet moins élevées en 2011 qu'elles ne l'étaient en 2005. Le tourisme semble s'être adapté à la crise en Bourgogne. La fréquentation dans les hôtels a subi un net coup de frein au cours du second semestre 2008 et durant toute l'année 2009, mais elle retrouve dès 2010 son niveau d'avant crise.

Des dépenses en hausse dans l'hébergement

L'hébergement marchand prend différentes formes : hôtels, gîtes et chambres d'hôtes, villages de vacances, campings, locations saisonnières. Il représente 14 % de la consommation touristique en Bourgogne, soit trois points de moins qu'en France métropolitaine hors Île-de-France. La

capacité d'accueil de la Bourgogne reste davantage tournée vers l'hôtellerie, qui assure 7,2 % de l'offre de lits contre 5,4 % en moyenne de province. Les deux tiers des dépenses d'hébergement sont ainsi réalisées dans les hôtels. Ceux-ci proposent une formule d'hébergement, à la nuit, qui répond davantage aux besoins des touristes. La clientèle hôtelière est souvent de passage dans la région : en provenance du nord de l'Europe, elle fait étape en Bourgogne avant de rejoindre le sud. Les étrangers, surtout des Belges et des Britanniques, représentent 31 % des arrivées dans les hôtels bourguignons. Cette clientèle étrangère recherche aussi une qualité de service et un niveau de confort qui tirent vers le haut les dépenses réalisées dans les hôtels.

Entre 2005 et 2011, les dépenses d'hébergement marchand ont progressé en Bourgogne de 6 %, davantage qu'en moyenne de province. Elles ont aussi changé de nature, plus orientées vers les locations meublées et moins vers les campings, contrairement à la tendance de province où l'hôtellerie de plein air progresse. Les aléas climatiques pèsent dans le choix de l'hébergement ; la fraîcheur et la pluviosité de l'été 2011 n'ont guère favorisé le camping dans la région. Une montée en gamme et une offre élargie de l'hébergement de plein air de type bungalows, mobile-homes, plus confortable et moins tributaire de la météo, pourrait être de nature à séduire une plus large clientèle. Parmi les dépenses d'hébergement figurent les loyers estimés des résidences secondaires. Ils représentent 16 % de la consommation touristique contre 13 % en province. Les résidences secondaires sont nombreuses en Bourgogne ; la région bénéficie d'un marché de l'immobilier accessible qui attire en particulier des Franciliens et des Lyonnais.

Davantage d'achats de produits alimentaires

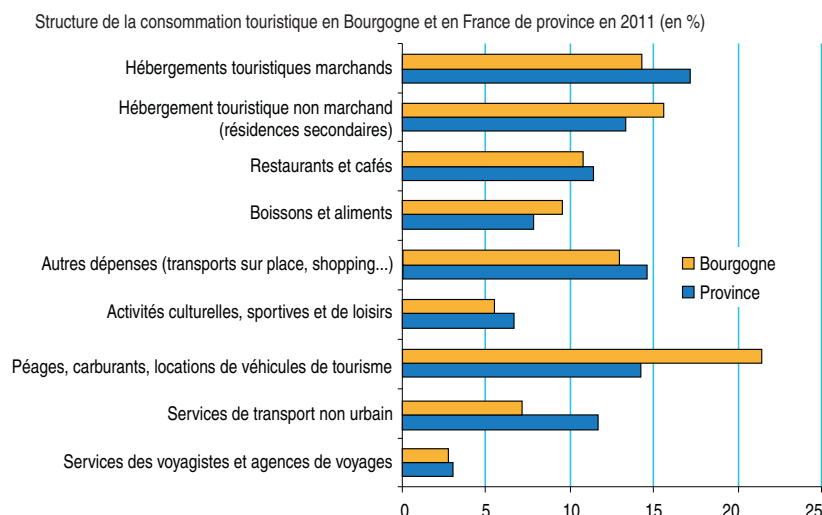
Les cafés et restaurants bourguignons captent 11 % des dépenses touristiques en 2011 ; une part similaire à celle de la France métropolitaine hors Île-de-France. Entre 2005 et 2011, les dépenses de restauration diminuent de 10 %. C'est la plus forte baisse de toutes les régions de métropole. En moyenne de province, ces dépenses ont même augmenté de 3 % sur la période. Le budget que les touristes consacrent à la restauration s'est resserré au profit d'achats de produits alimentaires dans les commerces et grandes surfaces. Ceux-ci progressent de 9 % en Bourgogne, un scénario contraire aux autres régions françaises hors Île-de-France. Les dépenses de produits alimentaires, dans lesquelles sont compris les achats de vin de Bourgogne, représentent 9,5 % de la consommation touristique, contre 7,9 % en province.

Avec les incertitudes et les restrictions de budget liées aux difficultés économiques, les achats de produits locaux, de souvenirs, de cadeaux se sont amenuisés. Ce phénomène n'est pas propre à la Bourgogne : ce type de dépense diminue de 13 % dans la région, un peu moins qu'en moyenne de province.

Des atouts en matière de tourisme culturel

Le patrimoine d'une région contribue à sa renommée. De ce point de vue la Bourgogne est richement dotée. Les basiliques Sainte-Madeleine à Vézelay et du Sacré Cœur à Paray-le-Monial, les Hospices de Beaune, le chantier médiéval de Guédelon, le Prieuré de la Charité-sur-Loire, l'Abbaye de Fontenay, figurent parmi les sites bourguignons les plus visités.

3 Péages-carburants et résidences secondaires, les deux premiers postes de dépenses



Source : Insee, DGCIS, *Compte satellite du tourisme régionalisé 2011*.

Les dépenses consacrées à la fréquentation des sites, musées, manifestations, festivals, spectacles et activités culturelles diverses ne participent qu'à hauteur de 1,1 % à la consommation touristique intérieure, un niveau identique à celui de la France de province. Mais le tourisme culturel constitue un levier pour l'attractivité d'une région et génère des retombées économiques et des effets induits sur d'autres secteurs. En Bourgogne, l'offre patrimoniale s'est étendue et diversifiée : depuis 2005, dix-huit musées supplémentaires ont été créés dont l'Imaginarium à Nuits-Saint-Georges en 2006 ou le muséoParc Alésia en 2012. La rénovation du musée des Beaux-Arts de Dijon, en cours depuis 2008, participe aussi à cette stratégie de valorisation pour rendre l'offre patrimoniale identifiable, visible et connue d'un large public. Ces efforts, comme l'intérêt croissant des touristes pour ce type de produit, se

traduisent par une augmentation de 18 % des dépenses touristiques en lien avec la culture entre 2005 et 2011. En revanche, les quelques casinos et parcs de loisirs implantés dans la région comme Touroparc, le Parc de l'Auxois et le Parc des Combes attirent avant tout une clientèle de proximité. Les dépenses sont ainsi plus faibles dans la région et baissent davantage, de 15 % en six ans.

Transport urbain en hausse

La consommation en location de véhicules de tourisme avec chauffeur, taxis et autres services de transport urbain a progressé de 40 % entre 2005 et 2011. La loi de développement et de modernisation des services touristiques a contribué à élargir les modes de locomotion à disposition des touristes en milieu urbain. Les véhicules de tourisme avec chauffeur constituent une catégorie de

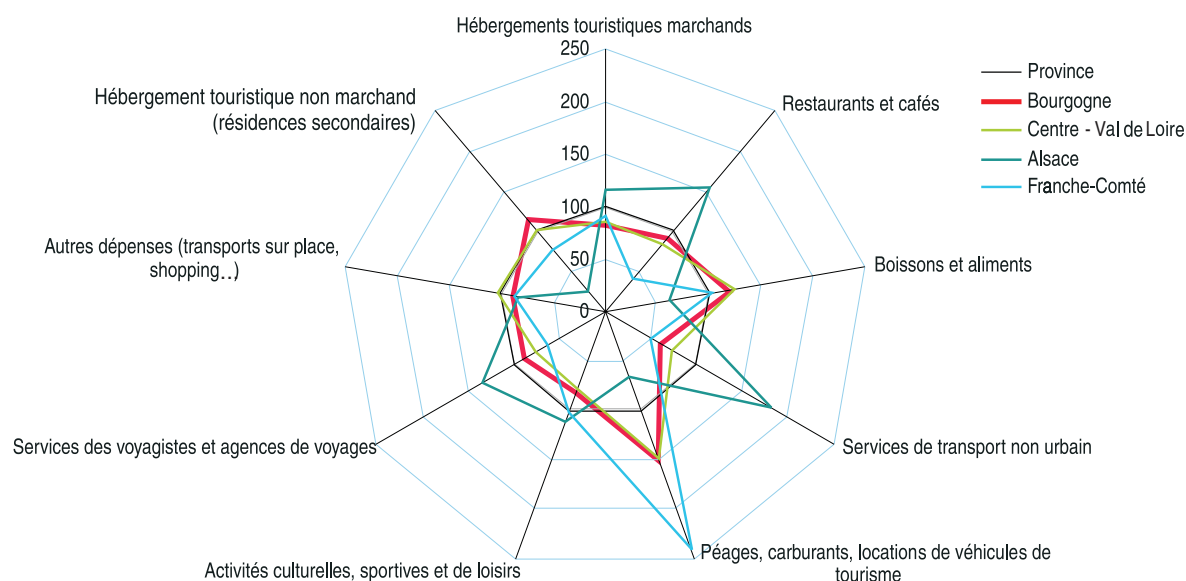
transport à la demande. Mis en circulation début 2010, ils se distinguent des taxis par le fait qu'ils ne peuvent prendre de clients sans réservation préalable. Ils acheminent les touristes depuis les gares ou les aéroports et peuvent aussi proposer des circuits personnalisés.

Le train représente 5 % de la consommation touristique intérieure, contre 4 % en moyenne en province. La région est particulièrement bien desservie en voies ferroviaires. Avec 2 000 km de voies ferrées, elle dispose d'un réseau dense et structurant : ligne historique Paris-Dijon-Lyon-Marseille dite ligne PLM, ligne à grande vitesse Paris-Lyon...

Développement du tourisme fluvial

À cheval sur les bassins versants de la Seine, de la Loire et du Rhône, la Bourgogne est dotée de 1 000 kilomètres de

4 La Bourgogne : un profil de dépense proche de la région Centre - Val de Loire



Lecture : les parts des secteurs de dépenses sont normées à 100 pour la valeur de la province. Ainsi, la part des dépenses en « Péages, carburants, locations de véhicules de tourisme » dépasse la norme de province en Franche-Comté, en Bourgogne et dans la région Centre - Val de Loire ; elle est en deçà en Alsace.

Source : Insee, DGCIS, *Compte satellite du tourisme régionalisé 2011*.

voies navigables répartis en huit canaux et trois rivières. Le tourisme fluvial est un produit phare, en plein essor, qui vise à attirer et retenir une clientèle qui tend à se développer. Les dépenses liées au transport fluvial sont peu élevées mais elles ont doublé en six ans. Cette hausse se reporte sur le poste "transport non urbain" qui est malgré tout peu développé en Bourgogne. Les agences de voyages réceptives profitent de cette thématique, comme du cyclo-tourisme et de l'oenotourisme, en proposant notamment des séjours itinérants. Ces services n'offrent pas seulement des itinéraires dans la région, ils organisent aussi des séjours à destination d'autres régions ou d'un pays étranger. Les dépenses en lien avec ces prestations voyagistes sont peu élevées en Bourgogne mais elles progressent de 13 %.

Péages, carburants, locations de véhicules, premier poste de dépenses

Les péages, carburants et locations de véhicules constituent le premier poste de dépenses des touristes dans la région. Ils captent 21 % de la consommation touristique, soit sept points de plus qu'en moyenne de province.

Les dépenses en carburants baissent de 7 % en volume entre 2005 et 2011. L'envolée des prix à la pompe, de 31 %, comme la mise en circulation de véhicules récents plus économes en carburant participent à rogner ce poste. La part des dépenses allouée aux péages s'est contractée de 4 %. D'une part, les pratiques économes se généralisent avec la crise : déplacements plus courts, choix d'un itinéraire évitant l'autoroute... D'autre part la clientèle a changé de visage : les touristes en provenance d'Asie et d'Océanie, qui se déplacent davantage en train ou en car de tourisme, viennent en nombre. ■

Moins d'investissement mais une bonne capacité d'autofinancement dans l'hôtellerie régionale en 2011

L'hôtellerie nécessite de forts investissements, notamment immobiliers. De fait, elle affiche des taux d'investissement plus élevés que l'ensemble des autres secteurs d'activités.

Les entreprises bourguignonnes du secteur hôtelier consacrent moins de leur valeur ajoutée à l'investissement que celles de France métropolitaine hors Île-de-France (en moyenne 22 % contre 26 %).

Le taux de marge qui varie très fortement selon les régions est d'autant plus fort que le stock de capital est important. Avec 24 % pour l'hôtellerie bourguignonne, il est de même niveau qu'en France métropolitaine hors Île-de-France.

Les hôtels bourguignons ont une forte capacité à financer eux-mêmes une importante partie de leurs sommes investies. Le taux d'autofinancement des entreprises régionales de l'hôtellerie atteint 90 % contre 73 % en France métropolitaine hors Île-de-France.

En revanche, la rentabilité financière est plus faible pour les entreprises bourguignonnes avec 16 % contre 20 % en France métropolitaine hors Île-de-France. La Bourgogne se classe ainsi au 17^e rang des régions de province pour cet indicateur intéressant pour l'investisseur apporteur de capitaux. En effet, plus la rentabilité financière est élevée, plus les entreprises sont attractives pour les apporteurs de capitaux.

Champ : entreprises majoritairement régionales, c'est-à-dire avec plus de la moitié des salariés localisés dans la région. Lorsque l'entreprise n'a pas de salarié, elle est majoritairement régionale si plus de la moitié de ses établissements sont localisés dans la région.

Sources : Insee, Fare 2011 (fichier approché des résultats d'Ésane) - Clap 2011 (connaissance localisée de l'appareil productif).

Définitions

Le **Tourisme** regroupe l'ensemble des activités déployées par tous les visiteurs au cours de leurs voyages (y compris voyages d'affaires). Les visiteurs peuvent être des touristes ou des excursionnistes, ils peuvent être français ou étrangers.

Le **Compte Satellite du Tourisme (CST)** est produit par la Direction Générale des Entreprises. Il permet de connaître de façon relativement détaillée la structure des dépenses de biens et services consommés au cours d'un séjour ou une excursion touristique.

La **Consommation Touristique Intérieure (CTI)** regroupe :

- les dépenses liées aux activités caractéristiques du tourisme comme les hébergements touristiques marchands (hôtels, campings, gîtes...), les restaurants et les cafés, les services de transports non urbains (avion, train, autocar...).
- les dépenses non spécifiques au tourisme comme les carburants, les transports urbains, les boissons et aliments, les souvenirs ou biens durables (campings-cars, agence de voyage...).
- la valorisation des nuitées passées dans les résidences secondaires ou loyers fictifs (hébergement touristique non marchand).

La régionalisation du CST consiste à calculer la répartition régionale de la CTI pour chaque poste de dépenses. Elle a été effectuée pour 2005 et 2011. La consommation touristique est affectée au lieu de consommation du bien ou service.

Insee Bourgogne
2, rue Hoche - BP 83509
21035 Dijon Cedex

Directeur de la publication :

Moïse Mayo

Rédacteur en chef :

Chantal Prenel

ISSN 2416-8920

© INSEE 2015

Pour en savoir plus

- 157 milliards d'euros de consommation touristique en France en 2013 - DGE 4 pages n°39, novembre 2014.
- La France demeure le pays le plus visité au monde - DGE 4 pages n° 36, août 2014.
- Les dépenses des touristes en France - Insee Première n°1510, juillet 2014.
- Chiffres-clés du tourisme en Bourgogne 2013 - Bourgogne Tourisme - 2014.
- Bilan annuel hôtellerie et bilan de saison hôtellerie de plein air - Insee Bourgogne Dimensions, publication annuelle.

