



En Bretagne, la dépense touristique s'élève à 6,6 milliards d'euros en 2011

Avec un total de 6,6 milliards d'euros, la consommation touristique intérieure représente 8 % de la richesse produite en Bretagne en 2011, plaçant la région au 6^e rang national. L'hébergement est le premier poste de dépenses devant l'alimentation et le transport. La large façade maritime de la région influe sur la structure des dépenses des touristes : plus de transport maritime, plus de ventes de bateaux de plaisance, mais moins de loisirs culturels ou récréatifs. Entre 2005 et 2011, la consommation touristique diminue en volume en Bretagne alors qu'elle augmente en France.

Jean-François Hervé, Insee et Jessica Viscart, Comité régional du tourisme en Bretagne

Que ce soit pour voyager, louer un hébergement, dîner au restaurant ou simplement faire ses courses au supermarché, les touristes contribuent, par leurs dépenses, à l'économie de la région. En Bretagne, en 2011, la consommation touristique intérieure est estimée à 6,6 milliards d'euros ce qui place la région au 6^e rang des régions françaises, derrière l'Île-de-France, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Rhône-Alpes, Languedoc-Roussillon et Aquitaine.

Ainsi, la Bretagne représente 4,6 % de la consommation touristique intérieure de la France, une part proche de son poids économique (4,1 % du produit intérieur brut), démographique (4,9 % des habitants) ou de sa fréquentation touristique marchande (4,9 % des nuitées en hôtels, campings et autres hébergements collectifs de tourisme).

En 2011, la consommation touristique intérieure représente 8,1 % du produit intérieur brut breton, contre 7,2 % au niveau national. Les disparités régionales sont assez marquées (figure 1). En effet, les régions méditerranéennes ont

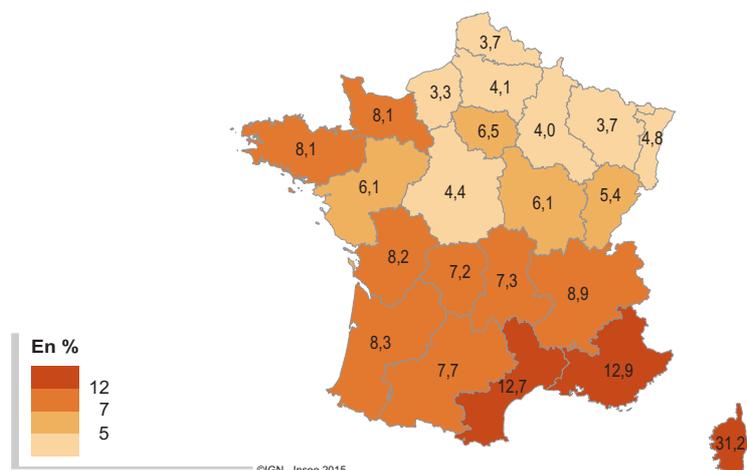
des activités économiques beaucoup plus polarisées sur le tourisme que les régions septentrionales. Le poids du tourisme dans l'économie bretonne est similaire à celui des autres régions de la façade atlantique.

L'hébergement, premier poste de consommation des touristes

La consommation touristique intérieure se compose d'activités marchandes et non-marchandes. Les dépenses touris-

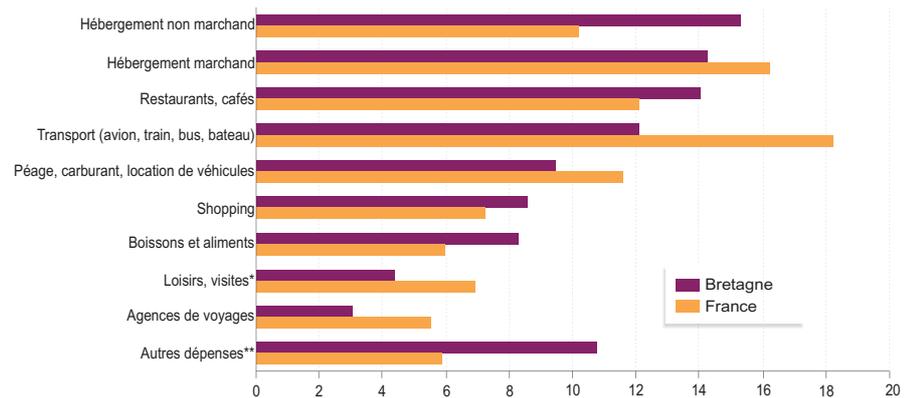
1 La consommation touristique intérieure bretonne représente 8,1 % du PIB

Part dans le PIB de la consommation touristique régionale en 2011



2 L'hébergement : premier poste de dépenses

Comparaison du poids des dépenses touristiques (en %)



* Y compris location de matériel

** Achats de camping-cars, de bateaux, réparations de véhicules

Source : Insee ; DGE, compte satellite du tourisme régionalisé 2011

tiques marchandes comprennent l'ensemble des dépenses des visiteurs, français comme étrangers, séjournant dans la région à des fins de loisirs ou d'affaires, auxquelles viennent s'ajouter les achats réalisés par les résidents bretons en vue de leur voyage. Elles sont estimées à 5,6 milliards d'euros et constituent 85 % de la consommation touristique intérieure. Les dépenses touristiques non marchandes sont, quant à elles,

attribuées à la valorisation des nuitées passées dans les 226 000 résidences secondaires de la région et estimées à 1 milliard d'euros.

L'hébergement constitue le premier poste de dépenses des touristes en Bretagne (figure 2). En effet, ces derniers y consacrent, en moyenne, 29 % de leur budget vacances. Contrairement à la moyenne nationale, les dépenses en hébergement non

marchand sont en Bretagne supérieures à celles de l'hébergement marchand. En particulier, les dépenses consacrées aux hôtels, résidences de tourisme, villages de vacances ou auberges de jeunesse y sont relativement moindre. En revanche, celles dédiées aux campings, gîtes ou résidences secondaires sont plus élevées.

Par ailleurs, la Bretagne fait partie des régions ayant une faible part de clientèle étrangère dans les hôtels, campings et autres hébergements collectifs. Dans ce type d'hébergements, les étrangers représentent 19 % des nuitées marchandes contre 31 % en France.

Des consommations liées aux spécificités maritimes

L'alimentation constitue le deuxième poste de dépenses des visiteurs de la région et contribue à hauteur de 22 % à la consommation touristique régionale. Ce poste alimentation se décompose en des dépenses effectuées dans les restaurants et les cafés (14 %) (figure 3) et en achats alimentaires réalisés dans les commerces et grandes surfaces (8 %). La part des dépenses consacrées aux restaurants et cafés est plus élevée en Bretagne qu'en France. En revanche, en Bretagne, les touristes dépensent moins dans les musées, spectacles, parcs

3 Contraction des dépenses touristiques en volume

Évolution des dépenses touristiques

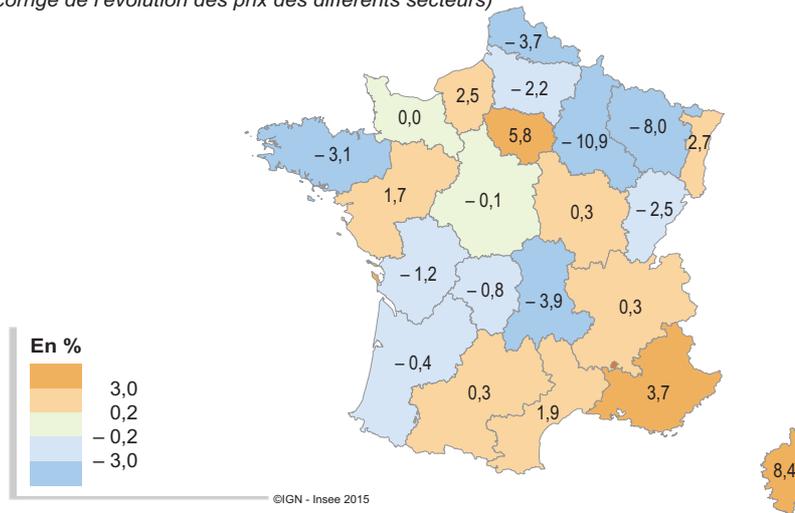
	Montant (en millions d'euros courants)		Évolution corrigée de l'inflation* (en %)		Poids relatif en 2011 par rapport... (en %)	
	Bretagne 2011	Bretagne 2005	Bretagne	France	...à l'ensemble en Bretagne	...au poste en France
I- Dépenses en services caractéristiques	3 234	2 900	- 2,5	3,6	48,9	3,7
Hébergements touristiques marchands	942	851	- 7,8	6,5	14,2	4,0
Hôtels	327	280	0,2	8,0	4,9	2,6
Campings	177	141	4,6	11,5	2,7	8,4
Gîtes ruraux et autres locations saisonnières	376	386	- 20,8	3,5	5,7	5,7
Autres hébergements marchands	61	45	13,9	3,3	0,9	2,8
Restaurants et cafés	927	887	- 5,5	3,8	14,0	5,3
Services de transport non urbain	798	696	2,0	5,6	12,1	3,0
Transport par avion	245	210	- 1,5	5,8	3,7	1,5
Transport par train	259	232	- 3,2	0,7	3,9	3,6
Transport par autocar	105	101	- 0,2	17,1	1,6	4,3
Transport fluvial et maritime	190	153	16,2	14,8	2,9	24,0
Location de courte durée de matériel	143	111	15,8	- 2,7	2,2	3,9
Location de véhicules de tourisme	78	53	32,3	- 7,4	1,2	3,7
Location d'articles de sports et loisirs	65	58	0,7	4,7	1,0	4,3
Services des voyagistes et agences de voyages	201	161	9,5	- 1,2	3,0	2,5
Services culturels, sportifs et de loisirs	223	193	- 1,6	- 2,3	3,4	2,6
Musées, spectacles et autres activités culturelles	47	41	0,4	16,9	0,7	2,1
Parcs d'attraction et autres services récréatifs	49	53	- 15,7	- 19,9	0,7	2,1
Casinos	126	99	5,2	4,9	1,9	4,3
Remontées mécaniques	0	0	0,0	- 5,7	0,0	0,0
II- Autres postes de dépenses	2 371	2 208	- 4,5	- 2,3	35,8	5,6
III- Dépense touristique (III = I + II)	5 605	5 107	- 3,3	1,6	84,7	4,3
IV- Hébergement touristique non marchand	1 009	875	- 1,8	6,7	15,3	6,8
V- Consommation touristique (V = III + IV)	6 615	5 982	- 3,1	2,1	100,0	4,6

* Avertissement : les évolutions de la consommation touristique sont à interpréter avec prudence. En effet, l'indice des prix utilisé dans les calculs est national et ne reflète pas rigoureusement l'évolution des prix en région.

Source : Insee ; DGE, comptes satellites du tourisme régionalisés 2005 et 2011

4 Le volume d'activité touristique recule de 3,1 % en Bretagne entre 2005 et 2011

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



©IGN - Insee 2015

Source : Insee ; DGE, comptes satellites du tourisme régionalisés 2005 et 2011

d'attractions ou casinos. Ils bénéficient de possibilités de loisirs gratuits dans les espaces naturels, intérieurs ou côtiers.

Bien qu'elles constituent également un poste de consommation important, les dépenses consacrées aux transports (21,5 %) pèsent moins dans le budget des visiteurs de la Bretagne (30 % en France). Avec la Corse et les régions d'outre-mer, la région ne compte aucune route à péage. Cela réduit donc les dépenses des touristes qui se rendent dans la région en voiture. Ainsi, les dépenses en péages, carburants ou locations de véhicules ne constituent que 9,4 % de la dépense touristique en Bretagne contre 12 % en France. Les autres dépenses de transport, en avions, trains, bus et bateaux représentent 12,1 % de l'ensemble. L'avion est un moyen de transport moins utilisé à l'arrivée ou au départ de la Bretagne que dans les autres régions. Aucun des vingt principaux aéroports français, de plus d'un million de passagers annuels, ne se situe en Bretagne. Les aéroports de Brest et Rennes accueillent cependant plus de 500 000 passagers en 2014.

Le transport fluvial et maritime est, quant à lui, très développé en Bretagne. En forme de péninsule, la Bretagne comporte une large façade maritime et de nombreuses îles. En plus des transports côtiers et des liaisons vers les îles, des liaisons maritimes transmanche existent vers l'Irlande et l'Angleterre. Ainsi, le transport fluvial et maritime des touristes en Bretagne est estimé à 190 millions d'euros en 2011, soit un quart du chiffre d'affaires du secteur en France. Le transport fluvial et maritime est le secteur le plus spécifique du tourisme en Bretagne.

Les ventes de bateaux de plaisance et de camping-cars sont également particulièrement développées en Bretagne. En 2011, la Bretagne est la région où il s'est vendu le plus de bateaux de plaisance, juste devant Provence-Alpes-Côte d'Azur. Tout au long

de la côte, la région comporte de nombreux ports de plaisance et mouillages, facilitant l'activité.

Une activité touristique qui baisse en volume

L'activité économique du tourisme en Bretagne est toutefois moins dynamique qu'en France.

De 6,0 milliards d'euros en 2005 à 6,6 milliards en 2011, le montant en valeur de la consommation touristique intérieure progresse de 10 % en Bretagne alors qu'il augmente de 17 % en France. Ainsi la croissance de la consommation touristique en Bretagne est l'une des plus faibles des régions françaises, après les régions Champagne-Ardenne et Lorraine. Néanmoins, la Bretagne reste au 6^e rang des régions sur ce critère.

La hausse des prix de la consommation touristique intérieure s'établit à 15 % entre 2005 et 2011, contre + 10 % pour l'inflation de l'ensemble des biens et services. Sous l'hypothèse d'une inflation homogène sur l'ensemble de la France, en euros constants, le volume d'activité touristique recule de 3,1 % en Bretagne entre 2005 et 2011 alors qu'il augmente de 2 % en France. La

Les enjeux et la stratégie pour l'économie touristique en Bretagne

L'économie du tourisme joue aujourd'hui un rôle de tout premier plan en Bretagne, tant en termes d'emplois que de chiffre d'affaires. Avec les autres grands secteurs de l'économie régionale, elle est à ce titre reconnue comme une valeur d'avenir pour l'activité économique globale de la Bretagne.

Pour autant, le tourisme breton connaît des fragilités et est confronté à une concurrence intense. Il doit franchir une nouvelle étape pour donner, dans un objectif de durabilité, la pleine mesure de ses potentialités économiques et sociales, en s'appuyant sur les atouts considérables de notre région et sur un tissu d'entreprises et d'acteurs mobilisés.

En application du Schéma Régional du Tourisme (Acte 2), la Stratégie Régionale de Développement Economique d'Innovation et d'Internationalisation (SRDEII) contribue à favoriser cette mutation du tourisme breton et à consolider sa contribution à l'économie et à l'emploi régional.

Les principaux chantiers stratégiques identifiés :

- l'attractivité de la Bretagne : passer du stade de la notoriété acquise à celui de l'attractivité réelle ;
- la compétitivité de son offre touristique : positionnement, organisation, qualité, prix ;
- la lisibilité de cette offre et des services touristiques : une offre identifiée et identifiable, correspondant aux attentes des clientèles et en situation d'être connue de celles-ci.

Ces trois domaines s'appuient largement sur l'innovation pour leur mise en œuvre et pour une plus grande efficacité économique.

Il s'agit bien de relancer dans notre région l'économie du tourisme afin qu'elle soit compétitive dans son offre, inscrite dans la durée, active sur l'ensemble de l'année et qu'elle irrigue toutes ses Destinations. Cette économie du tourisme, créatrice de valeur ajoutée et d'emplois est intégrée à l'économie et à la vie locale, elle s'enrichit de l'identité régionale et s'appuie sur les orientations du développement durable.

Direction du Tourisme et du Patrimoine - Conseil Régional de Bretagne

Bretagne fait ainsi partie des cinq régions enregistrant une chute du volume de son activité touristique supérieure à 3 % entre 2005 et 2011 (figure 4).

En Bretagne, les baisses d'activité les plus fortes concernent les produits essentiels au

voyage : locations de gîtes ruraux, carburants, alimentation et boissons ainsi que certaines dépenses récréatives comme les parcs d'attractions, les produits locaux et souvenirs ou encore les cafés et restaurants. ■

Réseau MORGOAT

Cette étude résulte d'un partenariat entre l'Insee Bretagne et le réseau MORGOAT constitué du CRT Bretagne, du réseau Sensation Bretagne, de l'Union Bretonne des Villes d'Art et d'Histoire et des Villes Historiques, de Côtes d'Armor Développement, de la CCI des Côtes-d'Armor, de Saint-Brieuc Agglomération, de Dinan Communauté, de l'Office du Tourisme de Perros-Guirec, de l'ADT du Finistère, de la CCI du Finistère, de l'Adeupa, de l'Office du Tourisme de Quimper, du CDT Haute Bretagne – Ille et Vilaine, de la CCI de Saint-Malo Fougères, de la CCI de Rennes, de l'Office du Tourisme de Rennes, de l'Office du Tourisme de Saint-Malo, du CDT du Morbihan, de la CCI du Morbihan et d'Audélor.

Une activité de service

Le tourisme produit beaucoup de valeur ajoutée au regard de son chiffre d'affaires. En effet, ces activités sont peu consommatrices de marchandises et de matières premières. Ainsi, pour 100 € de chiffre d'affaires, le tourisme crée 42 € de valeur ajoutée. Les frais de personnels consomment trois quarts de la valeur ajoutée du tourisme, le dernier quart revenant à l'entreprise. Cette répartition est comparable à celle de l'ensemble des activités marchandes et en particulier à celle du commerce.

La Bretagne a la particularité d'exporter. En effet, 14 % du chiffre d'affaires des activités touristiques est réalisé à l'export. Il s'agit pour l'essentiel de la compagnie Brittany ferries qui effectue des traversées transmanche par bateau. Les exportations concernent les ventes à l'étranger ainsi que les services à bord des bateaux. Ailleurs en France, le taux d'exportation est de 6 %.

Le besoin en fonds de roulement du tourisme est négatif. Il s'élève en moyenne à -43 jours de chiffre d'affaires. Cela signifie qu'en moyenne les entreprises du tourisme sont payées par leurs clients 43 jours avant qu'elles ne paient leurs salaires et fournisseurs. Les hébergements sont réservés et en partie payés en avance. Dans les restaurants, les aliments sont servis rapidement et payés aux fournisseurs à échéance.

La rentabilité économique des activités touristiques est de 13 %. Elle rapporte l'excédent brut d'exploitation au capital d'exploitation. Son niveau est comparable à celle de l'ensemble des activités marchandes mais comporte de grandes variabilités selon l'activité. La rentabilité des hôtels s'élève à 7 %, celle des campings à 10 %, celle des restaurants traditionnels à 16 % et celle des restaurants de type rapide à 28 %. La rentabilité doit cependant s'apprécier en fonction de la durée. En effet, les activités d'hébergements à faible rentabilité sont aussi celles nécessitant des investissements de longs termes. Le taux d'investissement est d'ailleurs élevé, notamment pour les hôtels et campings. En 2011, les entreprises du tourisme consacrent 23 % de leur valeur ajoutée à l'investissement.

Les activités touristiques nécessitent des capitaux. Leur intensité capitalistique, de l'ordre de 93 000 € par emploi, est proche de celle des activités marchandes. Si une partie des investissements est autofinancée, les emprunts sont fréquents. En particulier pour les activités d'hébergements touristiques, le financement est réalisé par l'emprunt. L'hôtellerie s'appuyant sur un patrimoine immobilier, l'effet de levier est conséquent. Les dettes de ces entreprises correspondent en moyenne à 2,4 fois le montant de leurs capitaux propres.

Sources

Jusqu'à présent, la contribution économique du tourisme n'était connue qu'au niveau national grâce au compte satellite du tourisme (CST) élaboré chaque année par la direction générale des entreprises (DGE) du ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique. Aujourd'hui, grâce aux travaux réalisés par l'Insee et la DGE présentés ici, il est possible d'évaluer l'économie touristique des régions françaises. Les dépenses régionales des touristes sont estimées à partir du CST national, en répartissant par région chaque poste de dépenses du compte. Les dépenses sont affectées au lieu de consommation. Le compte régionalisé mobilise notamment les enquêtes de l'Insee auprès des entreprises d'hébergement touristique : sur la fréquentation hôtelière, la fréquentation de l'hôtellerie de plein air et l'enquête sur les autres hébergements collectifs (résidences hôtelières, villages vacances, etc.). Il s'appuie aussi sur les deux enquêtes DGE-Banque de France : sur le suivi de la demande touristique auprès des Français (SDT) et l'enquête auprès des visiteurs venant de l'étranger (EVE).

Les données financières des entreprises régionales sont extraites du dispositif d'Élaboration des statistiques annuelles d'entreprises (Ésane) et de la base de données Connaissance locale de l'appareil productif (Clap) de l'Insee.

Insee Bretagne

36, place du Colombier
CS 94439
35044 Rennes Cedex

Directeur de la publication :

Olivier Biau

Rédacteur en chef :

Jean-Marc Lardoux

Maquettiste :

Jean-Paul Mer

ISSN 2416-9013

© Insee 2015

Pour en savoir plus

- Le tourisme emploie 57 600 personnes en Bretagne/ J-F. Hervé, J. Viscart ; Insee Bretagne ; Comité Régional du Tourisme de Bretagne. - Dans : Insee Analyses Bretagne ; n°24 (2015, juil.). - 4 p.
- 157 milliards d'euros de consommation touristique en France en 2013 / J-C. Lomonaco ; Direction générale des Entreprises (DGE). - Dans : Le 4 pages de la DGE ; n°39 (2014, oct.). - 4 p.
- Les dépenses des touristes en France - La moitié bénéficie à l'Île-de-France, Provence - Alpes - Côte d'Azur et Rhône-Alpes / C. Sourd, L. Bisault, J-C. Lomonaco ; Insee Midi-Pyrénées ; Direction générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DGCIS). - Dans : Insee première ; n°1510 (2014, juil.). - 4 p.

