

Le bel été du tourisme en France

Plus nombreux que l'an passé, les vacanciers français ont compensé le recul des touristes étrangers.

MATHILDE VISSEYRIAS

@MVisseyrias

TOURISME Un bel été. À quelques jours de la rentrée scolaire, le bilan touristique se présente bien, grâce aux... Français. Plus nombreux que l'an dernier à passer leurs vacances dans l'Hexagone, ils ont compensé le recul des visiteurs étrangers, surtout néerlandais et britanniques.

«Après un premier trimestre compliqué, l'été confirme l'attractivité de la France et la résilience de la destination, se félicite Jean-Baptiste Lemoyne, secrétaire d'État au Tourisme. L'été a démarré tardivement, fin juillet. Août a été bon. Malgré un handicap de départ, 2019 s'annonce aussi bien que 2018, qui a été record.» La fréquentation touristique (française et étrangère) a déjà progressé de 2% au premier semestre, selon le ministre. Les recettes internationales gagnent 500 millions d'euros.

«L'été 2018 avait connu un record de départs de Français à l'étranger pour les vacances. Cette année, ils ont privilégié la France, analyse Didier Arino, directeur de Protourisme. Août finit bien dans toutes les régions.»

Depuis le 1^{er} juillet, le nombre de nuitées a augmenté de 3% dans les hébergements payants (hôtels, résidences de vacances, campings, locations saisonnières), selon le cabinet spécialisé. Les profession-

nels se concentrent désormais sur septembre, devenu ces dernières années un mois aussi important que juillet. Moins chère, moins bondée, l'arrière-saison fait de plus en plus d'adeptes.

«J'étais très inquiet à cause des "gilets jaunes", qui ont massacré l'image de la France, raconte Roland Héguy, président de l'Umih, premier syndicat d'hôteliers et restaurateurs de France. Au final, l'été 2019 est aussi bon que celui de 2018. Les touristes français ont sauvé la saison. C'est une très belle performance. Mais cela ne doit pas nous faire perdre de vue l'essentiel: la France doit réinventer son tourisme, en le faisant rayonner sur l'ensemble des territoires. Les campagnes sont délaissées, par manque d'accessibilité. Les habitudes changent. Les professionnels doivent s'adapter.»

Cet été le confirme: les vacanciers ne sont plus forcément là où on les attend. Les plages de la Méditerranée ont réalisé une saison moyenne (lire ci dessous). La façade nord-atlantique (+5%) et la montagne (+6% dans les Pyrénées) affichent les plus belles croissances, selon Protourisme.

Les jeunes préfèrent les festivals à la plage; le trop-plein de touristes pousse à prendre les itinéraires bis. L'envolée des prix de certaines stations balnéaires décourage; la canicule donne envie de prendre de l'altitude. Un signe ne

trompe pas: satisfait des performances de ses villages français à la montagne, le Club Med en ouvrira davantage l'été prochain.

Nouvelles motivations

«Les motivations pour partir en vacances évoluent, insiste Jean Pinard, directeur du conseil régional du tourisme (CRT) Occitanie. Les jeunes générations ne recherchent plus le triptyque soleil-mer-plage. Ils ont une image ternie de la mer Méditerranée, à cause de la pollution. Pour eux, les festivals et les trails sont une raison de voyager. Les activités nature (VTT, randonnée, centres thermoludiques dans les Pyrénées) sont de plus en plus recherchées.»

En Bretagne (13 millions de touristes par an, dont 83% de Français), les visites d'entreprises - brasserie, biscuiterie, usine textile - se multiplient. «Les touristes sont de plus en plus regardants à la dépense, en particulier pour le logement, note Audrey Legardeur, directrice du CRT Bretagne. Mais ils veulent s'offrir plus de loisirs (accrobranche, visite de château, excursion en bateau...).» Les familles françaises, qui ont un budget

de 1800 euros en moyenne (logement compris) pour 10 jours de vacances, dépensent de plus en plus en activités «extra» payantes.

Les envies d'hébergement changent aussi. «L'hôtellerie représente encore l'essentiel de l'hébergement touristique, mais elle doit retrouver son rapport qualité-prix pour rester compétitive», analyse Panayotis Vanguelis, président de MKG Consulting. La profession perd des parts de marché, face à l'engouement pour les locations saisonnières et les campings haut de gamme, dont certains sont devenus de véritables villages de vacances. Certes, la location de villas et appartements entre particuliers a toujours existé en France, numéro un mondial de la résidence secondaire. En Occitanie, par exemple, 40% des touristes séjournent dans la famille, chez des amis ou dans des maisons de vacances. Mais le phénomène explose comme jamais. Entre le 1^{er} juin et le 31 juillet, 1 million de nouveaux utilisateurs d'Airbnb dans le monde ont fait le choix de visiter la France, dont deux tiers sont Français.

En outre, le recul de la clientèle étrangère a pesé

sur les hôtels les plus haut de gamme (de 3 à 5 étoiles). «Les destinations comme l'Ardèche, la Drôme, le Lot, l'Aveyron et la Dordogne font les frais de la baisse de leurs principales clientèles étrangères, britanniques et néerlandaises», ajoute Didier Arino.

Et la canicule? «En Bretagne, près des deux tiers des visiteurs avaient réservé au printemps, note Audrey Legardeur. Je ne suis pas certaine que la canicule ait eu un impact significatif. Août est toujours un bon mois. Juillet a été très bon, grâce à une belle météo: 51% des professionnels (hôteliers, restaurateurs, parcs de loisirs...), nous ont déclaré avoir augmenté leur chiffre d'affaires.» L'été est toujours aussi stratégique: juillet et août accaparent 40% de la fréquentation touristique de la région. Au final, le CRT de Bretagne s'attend à une saison aussi bonne que celle de l'an dernier. «La canicule nous a fait du mal dans le Sud-Ouest, mais nous avons fait un bel été, grâce au Tour de France», témoigne Jean Pinard, du CRT Occitanie. À plus long terme, le changement climatique pourrait bien rebattre les cartes des régions touristiques. ■

4
COUPS
DE
CŒUR

