



23/08/2012 06:00:00

Été 2012: moins de nuitées et des budgets serrés même pour les plus aisés (étude)

PARIS, 23 août 2012 (AFP) - Le mauvais temps de juillet et la crise, qui dissuade même les vacanciers les plus aisés de dépenser, ont pesé sur le tourisme français cet été, avec une baisse de 5% du nombre de nuitées à la mi-août, selon un bilan provisoire du cabinet [Protourisme](#) publié jeudi.

A titre de comparaison, à la même période de 2011, la saison s'était traduite par une augmentation de 2% du nombre de nuitées.

D'après le baromètre Protourisme, dix millions de nuitées ont été perdues au total depuis le printemps dans le tourisme de loisirs, essentiellement dans les locations d'appartements et les campings.

L'an dernier, pour le seul mois de juillet, 3 millions de nuitées avaient été perdues mais la saison complète (avril-septembre) s'était achevée sur une hausse de 3%.

Protourisme ne donne pas de prévisions pour l'ensemble de la saison 2012 mais parle d'un mois d'août "bon voire très bon" et juge que septembre s'annonce "encourageant".

Le beau temps et les fortes chaleurs ont permis de "rééquilibrer les flux vers des destinations moins prisées avant, comme la montagne ou la Bretagne et la Normandie", explique à l'AFP le directeur de Protourisme, Didier Arino.

La baisse des nuitées constatée à mi-août affecte surtout les meublés (-10% en station), suivis de l'hôtellerie de plein air (-7%) et de l'hôtellerie balnéaire (-6%). Seuls les villages de vacances enregistrent une hausse de 2%.

Depuis début juillet, 35% des ventes des opérateurs se sont faites grâce à des promotions (contre 30% environ à la même époque en 2011).

Avec la crise, les Français continuent de se serrer la ceinture, réduisant leurs dépenses annexes (restaurants, achats, sorties, etc). Dans les campings, le repli est "de 10%, un chiffre qui pourrait refléter une tendance générale", estime M. Arino.

Les vacanciers "dénoncent des prix trop élevés au regard de leur pouvoir d'achat" sans parler du prix de l'essence et des autoroutes, poursuit Protourisme.

Même les plus aisés deviennent des adeptes du "moins loin, moins longtemps et moins cher". "Ils regardent, négocient, font attention à toutes les dépenses alors que pendant des années ce n'était pas le cas", poursuit M. Arino qui parle de "nouveau constatée" depuis mars.

D'une manière générale, "il y a un vrai jeu du chat et de la souris sur les prix avec des opérateurs qui augmentent leurs tarifs de manière artificielle et font derrière des promotions, et des clients qui ne partent que s'ils ont le sentiment d'avoir fait une bonne affaire", conclut-il.

da/sr/bpi/gc