



Avec la crise, les Français réduisent leurs réservations de séjours et d'hébergements

Le budget pour les vacances d'été recule de 4,5 %, à 1340 euros en moyenne, selon Protourisme

Année après année, l'industrie du tourisme doit composer avec les comportements de crise qui s'installent chez les Français. Et, par conséquent, avec un nombre de réservations qui decline. « La crise est plus forte que la météo », assure Didier Arino, directeur de Protourisme, en pointant les derniers résultats compilés par son cabinet d'études, publiés lundi 22 juillet.

Ce premier bilan relève d'abord un retard dans les réservations que le beau temps – tardif – n'a pas permis de totalement resorber. « Dans nos métiers, on dit toujours que la météo est le premier critère d'une saison touristique réussie. Là, on a des conditions exceptionnelles pour les vacances et pourtant on est en retard », relève M Arino.

Si, avec un soleil retrouvé, ce retard tend à se réduire avec des achats de dernière minute, les Français ont, malgré tout, à ce jour, réservé moins de séjours et d'hébergements touristiques qu'à l'été 2012. Selon l'enquête de Protourisme, réalisée du 15 au 17 juillet, la baisse des réservations (en nombre de nuitées) pour juillet est de 4 % par rapport à la même période de 2012, qui était, elle-même, en diminution de 6 % par rapport à 2011.

Le mois d'août ne s'annonce guère meilleur : 3 % de moins par rapport au même mois en 2012, qui avait fini en hausse de 3,5 % par rapport à 2011.

Le pic de la saison est de plus en plus tardif, seules les deux semaines d'août, du 10 au 24, sont réservées à près de 90 % pour les opérateurs structurels, les autres semaines le sont à moins de 75 %.

Le retour du beau temps a également accéléré les réservations vers des destinations dites intérieures, comme la montagne ou la campagne, nettement moins chères que le littoral – les Français ayant encore majoritairement privilégié la France cette année.

« On observe deux phénomènes », explique M Arino. Il y a ceux qui partent autant de temps mais sur des destinations moins chères, et ceux qui réduisent la durée de leur séjour mais cherchent plus de qualité. Car le budget des Français pour les vacances d'été est en baisse



Le pic de la saison est de plus en plus tardif. Il devrait intervenir entre le 10 et le 24 août. VALÉRY HACHE/AFP

de 4,5 %, à 1340 euros, selon un sondage Protourisme du 27 juin. 53 % d'entre eux indiquaient même n'avoir pas plus de 1000 euros à dépenser.

Beaucoup de Français n'ont plus les aides financières aux vacances qu'ils avaient autrefois

« Il y a ceux qui partent autant de temps sur des destinations moins chères, et ceux qui réduisent la durée du séjour mais cherchent plus de qualité »

Didier Arino
directeur de Protourisme

« Les gros comités d'entreprise subventionnent de moins en moins », constate Benjamin Boutan, directeur commercial du groupe de villages de vacances Vacanciel.

Face à cette baisse de pouvoir d'achat, « les opérateurs doivent faire des promotions, des réductions pour les enfants, des jours de gratuité

et proposer de plus en plus de formules de court séjour, y compris en été », selon M Arino.

Avec la crise, de plus en plus de Français ne peuvent toutefois tout simplement plus partir en vacances. Pour juillet et août, 900 000 personnes de plus qu'en 2012 déclarent, dans le sondage publié lundi, avoir renoncé à partir faute de budget.

Pas étonnant, dans ces conditions, qu'une des tendances qui s'installe avec la crise soit celle que les Anglo-Saxons appellent le « staycation », autrement dit les vacances à la maison.

Cela permet « de découvrir l'environnement par des escapades en consacrant une partie du budget à des loisirs », dit M Arino. On appelle cela le tourisme de proximité. Et s'ils en ont l'opportunité, les gens concourent pour partir en dernière minute pour de très courts séjours.

Cette année, ce phénomène est considérable. Il « desorienté totalement les opérateurs qui sont obligés de regarder toutes les demi-heures leurs réservations, car, avec les smartphones, certains réservent un hébergement pour l'heure qui suit », poursuit M Arino.

Les zoos, parcs de loisirs, visites culturelles ont le vent en poupe. « Les caves n'ont jamais aussi bien fonctionné. Car certains pourront terminer en achetant une bouteille à 8 euros, et d'autres une caisse de vin », souligne M Arino. Et d'ajouter que cela « répond aussi à un besoin de contenu, d'enrichissement intellectuel. Les Français ont besoin de décrocher du quotidien ».

Avec la crise, un autre phénomène ne prend de l'ampleur. Celui des parents qui ne partent pas mais envoient leurs enfants en vacances avec les grands-parents. « On voit une augmentation assez forte de la cible grands-parents avec petits enfants, qui représentent désormais près de 10 % de notre clientèle pendant les vacances scolaires, et ce chiffre est en croissance tous les ans », constate M Boutan.

Les voyageurs doivent créer des offres spécifiques. « Les grands-parents veulent faire découvrir des choses à leurs petits enfants, leur transmettre une culture, mais aussi avoir des moments pour eux et ne pas payer trop cher », ajoute M Boutan, selon qui « il y a une vraie tendance sur ce segment ».

CÉCILE PRUDHOMME