



SYNTHÈSE
RAPPORT D'INFORMATION
INDUSTRIE DU TOURISME :
QUELS SENS POUR PROGRESSER ?

PRÉSENTÉ PAR :

Marguerite Deprez-Audebert,
Députée du Pas-de-Calais

Didier Martin
Député de la Côte-d'Or

Membres de la Commission des Affaires Économiques



SYNTHÈSE

À l'initiative de M. Didier Martin, député membre de la commission des Affaires économiques, la mission d'information sur le tourisme a été lancée en février 2019 avec pour objectif d'aborder les enjeux de l'industrie touristique française dans leur globalité. Cette mission a été co-rapportée par la députée Mme Marguerite Deprez-Audebert, également membre de la commission des Affaires économiques, qui a pu aussi apporter son expertise.

Les deux rapporteurs et le président de la mission M. Vincent Rolland ont mené un vaste programme d'auditions à l'Assemblée nationale et plusieurs déplacements de terrain. Ce sont au total plus d'une cinquantaine d'organismes qui ont été auditionnés. Les rapporteurs ont tenu à entendre les professionnels du secteur, concernés au premier chef, mais également les administrations compétentes et les acteurs locaux. En effet, **le tourisme est une politique profondément ancrée dans les territoires** et constitue pour ces derniers un vecteur important de développement. C'est dans cet esprit que les députés membres de la mission d'information se sont rendus dans plusieurs territoires afin d'approfondir certaines thématiques spécifiques : le tourisme de montagne, le tourisme urbain, le tourisme de patrimoine, l'œnotourisme, et le tourisme ultramarin.

La France, forte de ses nombreuses ressources, est la première destination touristique mondiale. Le tourisme constitue à ce titre un secteur clé de l'activité, représentant 7,2 % du produit intérieur brut (PIB) et deux millions d'emplois directs et indirects.

Ces bons résultats français en matière de tourisme doivent certes nous réjouir, mais ils méritent aussi d'être nuancés.

De ces mois de travaux, force est de constater que malgré ses nombreux atouts et contrairement à une idée reçue, la France n'est pas la première économie touristique : elle n'est que troisième en termes de recettes tirées du tourisme. Pourtant, elle a certainement les capacités pour le devenir : elle dispose de paysages d'une grande variété et d'une offre culturelle dont la réputation n'est plus à faire. Du tourisme balnéaire au tourisme de montagne, en passant par le tourisme rural et citadin, la variété des ressources françaises nous permet de conquérir des clientèles multiples.

C'est dans ce contexte, et face au constat d'une ambition politique encore trop faible pour le tourisme, que le présent rapport s'est fixé pour objectif de définir les grandes lignes d'une stratégie à long terme pour l'industrie touristique française de demain. Cette tâche est vaste, mais nécessaire, car cette vision d'ensemble fait aujourd'hui encore trop défaut.

La France ne tire pas tout le potentiel que le tourisme peut offrir pour la croissance et l'emploi. Alors que la croissance touristique des flux est en pleine progression au niveau mondial, notre pays peine à se positionner face aux destinations concurrentes, perd des parts de marché et souffre globalement d'un certain nombre de difficultés structurelles qui pénalisent son attractivité.

Face à ces défis, la France doit affirmer une ambition politique forte, et se doter d'une stratégie ambitieuse à long terme pour parvenir à exploiter tout le potentiel économique que recèle le développement de l'industrie touristique.



Vincent ROLLAND
Député de la Savoie



Marguerite DEPRez-AUDEBERT
Député du Pas-de-Calais



Didier MARTIN
Député de la Côte-d'Or

QUELS SENS POUR LA STRATÉGIE TOURISTIQUE DE DEMAIN ?

I. LA STRATÉGIE POUR LE TOURISME DE DEMAIN DOIT NOUS PERMETTRE D'ENVISAGER UNE CROISSANCE SOUTENABLE DE CE SECTEUR D'ACTIVITÉ

Pour lever des recettes et gagner des parts de marché, la France doit analyser et comprendre de quoi sera faite la demande de demain. L'analyse du rapport conduit à la conclusion suivante : il est essentiel que la France s'engage pour **une croissance soutenable du tourisme**. Celle-ci doit reposer sur deux piliers :

- le développement d'une stratégie pour **le tourisme durable** ;
- **la reconquête des clientèles et la juste répartition des flux**, pour faire du tourisme un vecteur d'attractivité dans les territoires.

C'est d'abord en répondant aux nouvelles aspirations des touristes qui attendent de l'authenticité et de l'expérience, en prenant en compte la sensibilité grandissante des individus pour les enjeux écologiques, que nous pouvons construire une stratégie touristique véritablement compétitive. Le tourisme de masse n'est plus une stratégie payante : il répond de moins en moins aux attentes des touristes d'aujourd'hui et ne répondra plus aux attentes des touristes de demain. La France doit donc miser sur une offre de qualité qui lui permet de se différencier des destinations concurrentes. Le tourisme durable doit donc être érigé en priorité.

La répartition des flux sur l'ensemble des territoires peut encore considérablement s'améliorer dans la perspective d'une croissance soutenable, aux fruits partagés.

Les clientèles de proximité et françaises irriguent plus que les autres l'ensemble des régions, contribuant ainsi à la lutte contre le « surtourisme », et permettant surtout à chaque territoire, y compris les ruraux, de tirer profit du potentiel de recettes offert par le tourisme.

Or, la promotion auprès de la clientèle française est aujourd'hui un vrai manque dans le système français : Atout France, l'opérateur principal de l'État en matière de promotion, ne s'occupe que de la promotion auprès des clientèles étrangères. Les rapporteurs proposent de remédier à cette situation, en intégrant au sein des missions d'Atout France celle de **la promotion de la France auprès des Français**. Cette mission doit être conduite en lien avec les acteurs institutionnels de terrain, qui disposent d'une bonne connaissance des bassins territoriaux.

Une juste répartition des flux touristiques ne pourra en outre se faire sans intégrer cette problématique aux enjeux globaux d'aménagement du territoire. Le tourisme est en effet intimement lié aux politiques de transport : la desserte constitue un élément essentiel d'attractivité d'une destination. Les rapporteurs formulent plusieurs propositions pour développer une offre de transport adaptée, en train comme en avion. En particulier, le développement des aéroports régionaux mérite d'être encouragé.

2. LA STRATÉGIE POUR LE TOURISME DE DEMAIN DOIT ÉGALEMENT FAIRE LA PART BELLE À CE QUI PEUT ÊTRE APPELÉ LE TOURISME SENSORIEL, OU LE TOURISME « DES SENS ».

Le « beau » et le « bon » : voilà des notions qui doivent être placées au cœur de la valorisation de notre offre. **Le patrimoine esthétique et culturel français, et « l'art de vivre » à la française** sont des atouts incommensurables pour gagner en **compétitivité hors prix** : ces ressources font toute la spécificité de la France, elles ne sont par définition pas reproductibles dans d'autres destinations. Ces atouts peuvent d'ailleurs se décliner selon les particularités de chaque territoire. Cette offre doit être soutenue et encouragée avec vigueur et plusieurs propositions sont formulées en ce sens, notamment pour développer l'action en réseau des cités de la gastronomie et favoriser le développement de l'œnotourisme.

DES MESURES « DE BON SENS », POUR QUE LA FRANCE SOIT EN MESURE DE RÉPONDRE À 4 GRANDS DÉFIS

I. L'ACCUEIL : LA FRANCE DOIT SE DONNER LES MOYENS DE CONSTRUIRE UNE VRAIE CULTURE DE L'ACCUEIL, DU SERVICE ET DE L'HOSPITALITÉ.

C'est une faiblesse française avérée qui pénalise aujourd'hui lourdement notre économie et le secteur touristique en particulier : **notre pays n'est traditionnellement pas imprégné d'une culture du service**. Cette question doit faire l'objet de mesures concrètes et de grande ampleur, pour que la France puisse gagner en compétitivité.

Une culture de l'accueil doit se diffuser à l'échelle de la société.

Des campagnes d'information pour sensibiliser les Français aux bénéfices, à la fois culturels et économiques, du tourisme, pourraient à ce titre utilement être menées. Les réseaux d'ambassadeurs des territoires, y compris dans les écoles, doivent être encouragés. La qualité de l'accueil chez les professionnels doit être mise en avant, en valorisant les labels existants et diffusant les bonnes pratiques.

Pour faire naître cette culture de l'accueil, nous devons également faire des métiers du tourisme une filière d'excellence.

Les enjeux d'attractivité de ces métiers sont conséquents, et le potentiel pour l'emploi est fort. Chaque année, Pôle Emploi recense 280 000 besoins de recrutement dans le secteur du tourisme, dont plus de 100 000 restent non pourvus. Il faut le saluer, les professionnels du secteur ont récemment pris des engagements pour renforcer la qualité de l'emploi. Ces difficultés de recrutement constituent un enjeu d'autant plus fort que le secteur présente un potentiel de développement conséquent : ce sont **15 000 emplois supplémentaires par an** qui peuvent potentiellement être créés dans ces secteurs d'ici 2022.

L'accent doit désormais être mis sur les filières de formation, qui restent aujourd'hui insuffisantes. Les rapporteurs proposent de poser les jalons pour la création d'une grande école du tourisme française.

Enfin, un accent particulier doit être mis sur la propreté et les lieux de primo-accueil. Les efforts pour améliorer l'accueil dans les gares et les aéroports ont été nombreux mais doivent encore se poursuivre, car la France est traditionnellement à la traîne sur ces sujets. Pour assurer l'attractivité touristique de nos territoires, c'est en définitive toute la qualité du cadre de vie qui doit être prise en compte : le fleurissement des villes, à titre d'exemple, peut constituer un facteur de développement touristique que l'on ne saurait négliger.

2. LA CONSOMMATION TOURISTIQUE : LA FRANCE DISPOSE ENCORE DE MARGES DE MANŒUVRE POUR MULTIPLIER LES ACHATS OU LES OPPORTUNITÉS.

Les recettes touristiques françaises demeurent relativement faibles par rapport au nombre de touristes que notre pays reçoit. Un levier important pour lever davantage de recettes consiste à faciliter et simplifier **le circuit de détaxe**. Les rapporteurs formulent plusieurs propositions opérationnelles en la matière.

Un autre levier concerne **les règles d'ouverture des commerces** : des progrès conséquents ont été accomplis avec la loi « Macron ». Il faut aujourd'hui aller plus loin et prévoir de nouveaux assouplissements du cadre normatif.

3. LA QUALITÉ DU PARC D'HÉBERGEMENT : LA FRANCE DOIT OFFRIR AUX PROFESSIONNELS DU SECTEUR DE L'HÉBERGEMENT UN CADRE APPROPRIÉ.

En effet, il est nécessaire de financer le renouvellement d'un parc vieillissant, qui ne répond plus suffisamment aux nouvelles attentes des touristes. Le déploiement d'une offre originale et de qualité, sur tous les segments de gamme et adaptée à chaque type de clientèle, est un levier d'attractivité touristique qui a longtemps été laissé de côté dans la stratégie française. L'investissement doit être encouragé, via une action publique volontariste et le soutien aux dispositifs d'investissement public existants. Des solutions doivent également être recherchées pour décompresser les marges des hôteliers. La première attente des professionnels est celle de la simplification. Les rapporteurs appellent le Gouvernement à mettre en place un nouveau **choc de simplification administrative et réglementaire** en faveur des professionnels de l'hébergement.

4. LA GOUVERNANCE : LE TOURISME SOUFFRE AUJOURD'HUI D'UNE ORGANISATION ADMINISTRATIVE ENCORE LARGEMENT ECLATÉE ET D'UN PORTAGE POLITIQUE INSUFFISANT.

Alors que le tourisme représente 7,2 % du PIB et des enjeux essentiels pour le rayonnement de la France, le **volontarisme politique pour soutenir le secteur paraît en proportion encore bien faible.**

À l'échelle nationale, le tourisme doit faire l'objet d'une véritable stratégie portée au plus haut niveau. La coordination interministérielle, qui s'incarne par le conseil interministériel du tourisme, est un progrès important. Mais un pas supplémentaire doit être franchi.

Étant donnée la dimension profondément interministérielle du tourisme, les rapporteurs proposent la création d'un secrétariat d'État placé directement auprès du Premier ministre, pour donner à la politique touristique toute la place qu'elle mérite au sein du Gouvernement.

Par ailleurs, les moyens alloués à Atout France doivent être garantis et augmentés, à la hauteur des ambitions et des objectifs fixés à cet opérateur, devenu l'« agence touristique de la France ».

À l'échelle locale, les perspectives d'amélioration sont encore nombreuses.

Il est aujourd'hui temps que la région soit consacrée comme chef de file pour la promotion touristique. Cela ne signifie en aucun cas que les autres collectivités perdront leurs compétences. Cela signifie simplement que la région constitue l'échelon le plus pertinent pour assurer la coordination entre les différents acteurs et porter une stratégie cohérente à l'échelle d'un territoire. C'est d'autant plus pertinent que la région est déjà chef de file en matière de développement durable, de développement économique et d'intermodalité des transports.

Ensuite, les communes touristiques doivent avoir une voix à l'échelle de l'intercommunalité qui reflète à sa juste valeur leur importance pour le développement du territoire. Les rapporteurs proposent de renforcer la place des communes touristiques au sein des instances de l'intercommunalité.

Enfin, et de façon plus globale, **la connaissance des phénomènes touristiques mérite d'être considérablement approfondie.** Les statistiques à l'heure actuelle sont insuffisamment fiables ou exploitables par les professionnels du secteur. Or, aucune industrie n'existe sans statistiques solidement établies.

Les rapporteurs proposent donc de créer un observatoire pour le tourisme, qui permettra d'unifier le pilotage des statistiques touristiques et d'améliorer leur qualité. Cet observatoire devra aller de pair avec la poursuite de l'ouverture des données touristiques afin que celles-ci deviennent un soutien à l'entrepreneuriat, et un accélérateur d'innovation.

25 PRÉCONISATIONS

Pour que notre industrie touristique progresse encore, et pour qu'elle puisse rapporter à l'économie française tout le potentiel de développement et de croissance qu'elle peut engendrer.

PROMOUVOIR LE TOURISME DURABLE

- **Proposition n° 1** : Favoriser le développement du tourisme vert et du *slow* tourisme.
- **Proposition n° 2** : Généraliser le calcul de l'empreinte carbone à l'ensemble de la consommation touristique.
- **Proposition n° 3** : Réintégrer le conseil mondial du tourisme durable, instance internationale qui définit les standards internationaux en matière de tourisme durable.
- **Proposition n° 4** : Donner une plus grande visibilité aux écolabels pour promouvoir le tourisme durable.

REPENSER LA GOUVERNANCE A L'ÉCHELLE NATIONALE ET LOCALE DU TOURISME

- **Proposition n° 19** : Placer directement sous l'autorité du Premier ministre un Secrétariat d'État au tourisme.
- **Proposition n° 20** : Renforcer la cohérence du pilotage administratif de la politique du tourisme au niveau national.

Prévoir à terme la fusion des deux principaux services centraux compétents en la matière.

- **Proposition n° 21** : Garantir et augmenter les moyens d'Atout France.
- **Proposition n° 22** : Donner à l'échelon régional le rôle de chef de file de la politique du développement du tourisme.

Envisager en ce sens une modification de l'article L. 1111-9 du code général des collectivités territoriales.

- **Proposition n° 23** : Fusionner quand ils coexistent les comités régionaux du tourisme et les services « tourisme » des régions.
- **Proposition n° 24** : Revaloriser les communes touristiques à l'échelle de l'intercommunalité. Prendre en compte la population dite « DGF » pour déterminer le nombre de sièges communautaires.
- **Proposition n° 25** : Mettre en place un observatoire national du tourisme.

Donner à cet observatoire une mission de coordination des différents observatoires régionaux.

Prévoir au sein de cet observatoire une cellule « observation des tendances », composée de sociologues, d'ethnologues, chargés d'évaluer les évolutions tendanciennes des attentes et aspirations des touristes de demain au plan quantitatif mais également qualitatif.

Poursuivre la politique d'ouverture des données touristiques afin que celles-ci deviennent un soutien à l'entrepreneuriat et un accélérateur d'innovation dans le secteur touristique.

- **Proposition n° 17** : Maintenir les moyens alloués à BPI France pour financer son activité de garantie.

REVALORISER LES MÉTIERS DU TOURISME ET LA CULTURE DE L'ACCUEIL

- **Proposition n° 10** : Généraliser une culture de l'accueil souriant et prévenant.

Mener des campagnes à l'échelle nationale et au niveau local pour communiquer sur les bienfaits que le tourisme peut apporter à un territoire. Ces campagnes pourraient notamment préciser l'impact en termes de création de richesses que le tourisme représente selon les territoires.

Encourager le développement du principe des « ambassadeurs du territoire », notamment en milieu scolaire.

- **Proposition n° 11** : Valoriser l'excellence des métiers du tourisme.

Valoriser les parcours existants et encourager la création de nouvelles formations.

Faire une place au tourisme dans la recherche universitaire.

- **Proposition n° 12** : Encourager le développement des « volontaires du tourisme » dans les régions, afin d'améliorer le primo-accueil.

SE DONNER LES MOYENS DE CONQUÉRIR DE NOUVELLES CLIENTÈLES

- **Proposition n° 5** : Actionner des leviers pour reconquérir la clientèle française.

Doter Atout France d'une mission de promotion auprès de la clientèle française.

Sur le modèle des objectifs fixés en matière de tourisme international, fixer des objectifs chiffrés pour le développement du tourisme domestique.

Réactiver les leviers pour la politique du tourisme social en France, en élargissant les possibilités de recours aux chèques vacances.

Engager une réflexion pour redynamiser les classes découvertes et en particulier les classes de neige.

Encourager et valoriser les labels et notamment ceux liés aux fleurissements des villes.

MISER SUR LE PATRIMOINE ET L'ART DE VIVRE A LA FRANÇAISE

- **Proposition n° 7** : Mettre en place un projet des « routes du patrimoine mondial de la France », afin de créer des circuits touristiques reliant les différents sites Unesco.

- **Proposition n° 8** : Encourager le travail en réseau des cités de la gastronomie, pour faire naître des actions communes au niveau national.

Encourager des itinéraires de découverte fondés sur le tourisme de gastronomie.

- **Proposition n° 9** : Valoriser l'art de vivre à la française en levant les freins au développement de l'œnotourisme.

Assurer la notoriété du label « Vignobles et Découvertes » et sa visibilité sur les territoires.

CLARIFIER LE CADRE NORMATIF

- **Proposition n° 6** : Encourager le développement des aéroports régionaux et ultramarins, et engager une stratégie plus offensive en matière de négociation des droits de trafic.
- **Proposition n° 9** : Clarifier le statut des vendanges touristiques pour éviter les risques de requalification en travail irrégulier.
- **Proposition n° 13** : Assouplir la règle d'unité de lieu de la détaxe.

Prévoir des possibilités d'obtention d'un bordereau unique pour les achats réalisés au sein d'une artère commerciale particulièrement exposée à la dépense touristique.

- **Proposition n° 14** : Simplifier le circuit de la détaxe en portant au niveau européen un projet d'interopérabilité des bornes d'obtention des visas.
- **Proposition n° 15** : Aller plus loin dans l'ouverture des commerces le dimanche.

Encourager la création de nouvelles zones touristiques internationales dans les stations et les villes touristiques.

Étendre le nombre de gares où les commerces peuvent ouvrir le dimanche.

- **Proposition n° 16** : Clarifier les règles applicables au secteur de la restauration le 1er mai.

Modifier l'article L. 3133-6 du code du travail pour préciser que les exceptions concernant le travail le 1er mai s'appliquent au secteur de la restauration.

- **Proposition n° 18** : Créer un nouveau choc de simplification des modalités de mise aux normes des hébergements touristiques marchands.