

RAPPORT ANNUEL DE LA FRANCE SUR LE TOURISME (année 2002)

1. APERÇU DE L'ORGANISATION ADMINISTRATIVE ET TERRITORIALE DU TOURISME. INDICATION DES CHANGEMENTS RÉCENTS.

En 2002, l'organisation nouvelle de l'Etat en matière de tourisme a été annoncée.

Le Gouvernement est engagé à la fois dans une nouvelle étape de la décentralisation et dans une réforme de l'Etat, qui doit permettre d'adapter celui-ci aux demandes des citoyens, à l'évolution de l'économie et de la société.

Les services du Secrétariat d'Etat au Tourisme et les établissements qui en relèvent sont concernés par ces évolutions.

En effet, bien que déjà très décentralisé, le tourisme devrait faire l'objet de nouveaux transferts de compétences dans les domaines du classement des équipements et des organismes touristiques.

Par ailleurs, la loi organique sur les lois de finances du 1^{er} août 2001 a posé les principes du nouveau cadre de détermination des budgets publics, fondés sur l'élaboration préalable d'un ou plusieurs programmes. Cette loi organique instaure le principe d'une organisation des budgets de chaque ministère autour des notions de missions, de programmes, d'actions et de critères de performance liés à des objectifs prédéfinis.

Enfin la volonté de simplification administrative et de modernisation de l'Etat impulsée par le Premier Ministre conduit le secrétariat d'Etat au Tourisme à revoir l'ensemble de son organisation administrative et budgétaire.

2. COOPÉRATION AVEC L'INDUSTRIE DU TOURISME ET LA SOCIÉTÉ CIVILE. (ORGANES)

La coopération avec l'industrie du tourisme se fait, d'une part, par la concertation, à travers le Conseil national du tourisme, d'autre part par une politique de partenariat avec les fédérations nationales de tourisme, qu'il s'agisse des fédérations territoriales ou des fédérations de filières ou de produits.

1) le Conseil national du tourisme

Le conseil national du tourisme est présidé par le ministre en charge du Tourisme, assisté de six vice-présidents qu'il nomme par arrêté.

Le Conseil national du tourisme :

- donne un avis sur toute question dont il est saisi par le ministre en charge du Tourisme ou dont le conseil d'orientation propose l'examen au ministre ;
- donne un avis sur les objectifs du Plan (tourisme) et est informé de son exécution ;
- exerce une mission de prospective ;
- est consulté dans les domaines techniques de sa compétence par les administrations responsables sur les projets de textes législatifs ou réglementaires ayant une incidence sur le tourisme ;
- est informé des programmes nationaux et régionaux de promotion du tourisme français à l'étranger
- est le cadre de discussions d'accords négociés entre branches professionnelles ou prestataires de services du tourisme.

Composé d'environ quatre cent trente membres, il comprend deux collèges distincts : le collège des membres de droit disposant du droit de vote au sein de la section,

dans laquelle ils ont choisi de l'exercer et le collège des conseillers techniques qui participe avec voix consultative aux travaux des sections.

2) la politique de partenariat avec les fédérations nationales de tourisme

Dans le cadre de sa politique de partenariat avec les fédérations nationales de tourisme, la direction du tourisme a proposé pour l'année 2002 un programme d'actions basé sur des objectifs communs, prioritaires au regard des orientations du secrétaire d'Etat au tourisme.

Il s'est agi essentiellement de la mise en œuvre d'actions structurantes d'organisation et de mise en cohérence de l'offre et des territoires dans le cadre d'un développement touristique durable, du renforcement et de l'accompagnement des politiques d'accueil, de promotion, d'amélioration de la qualité et de professionnalisation des acteurs, et du développement de l'observation économique pour une reconnaissance objective du secteur du tourisme.

En ce qui concerne le partenariat avec les fédérations nationales territoriales (Fédération nationale des comités départementaux de tourisme, Fédération nationale des services loisirs-accueil, Fédération nationale des comités régionaux de tourisme, Fédération nationale des offices de tourisme et des syndicats d'initiative), la politique de soutien financier porte essentiellement sur la conduite d'actions d'intérêt général dans le domaine du tourisme liées aux compétences dévolues à chaque fédération et reconnues par la loi de 1992 sur la répartition des compétences. A titre d'exemples, on peut citer l'harmonisation des actions entre les différents échelons territoriaux pour une meilleure valorisation et attractivité du territoire touristique, et l'accompagnement de projets destinés au renforcement de la qualité environnementale, patrimoniale et des services (accueil, information et commercialisation) proposés aux publics locaux et étrangers

Avec les autres grandes fédérations nationales regroupant des filières ou des produits telles que la Fédération des Parcs Naturels Régionaux de France, la Fédération Nationale des Pays d'Accueil Touristiques, la Fédération Nationale des Stations Vertes de Vacances et des Villages de Neige, Les Plus Beaux Villages de France, France Stations Nautiques, la Fédération française de la randonnée pédestre, Source, les actions auxquelles participe le Secrétariat d'Etat au tourisme dans le cadre de conventions annuelles ont pour objectif le développement des échanges et des complémentarités entre réseaux, l'accessibilité et la lisibilité de l'offre touristique, la mutualisation des savoir-faire, l'organisation et la mise en valeur de sites remarquables pour leur richesse naturelle et/ou patrimoniale dans le cadre d'une politique de développement touristique durable.

3. AXES PRINCIPAUX DE LA POLITIQUE NATIONALE. APERÇU DES MESURES RÉGIONALES LES PLUS IMPORTANTES.

Constat et défis :

La France, première destination touristique au monde avec 76,7 millions de visiteurs étrangers, a connu, ces six dernières années, une croissance touristique particulièrement exceptionnelle, plaçant le secteur d'activité du tourisme au premier rang de notre économie nationale.

Malgré ces résultats particulièrement remarquables, le tourisme n'a pas produit encore tous les effets économiques attendus, en particulier au niveau des recettes engendrées par une telle fréquentation.

Dans un contexte de concurrence accrue et de tension économique et politique internationale, le tourisme français doit faire face à de nouveaux défis :

- L'accélération de la croissance touristique mondiale qui positionne sur le marché de nouvelles destinations comme la Chine et le continent sud-américain.
- La réorganisation du temps de travail et les nouvelles mobilités qui y sont liées.
- Le développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC)
- La montée des préoccupations en matière de sécurité avec l'obsession du risque zéro.
- Le besoin d'éthique qui conditionne de plus en plus les choix d'aménagement et de développement touristique.

Les axes de la politique de l'Etat en matière de tourisme

Objectif 1. Favoriser la connaissance statistique, sociale et économique du Tourisme

L'État garde une compétence reconnue en matière d'observation économique et de connaissance statistique du tourisme, qu'il doit exercer en liaison avec les régions.

Son action en ce domaine s'articule autour de deux axes de travail essentiel :

• AXE DE TRAVAIL 1. L'OBSERVATION ÉCONOMIQUE ET LA STATISTIQUE

- Connaître et anticiper les phénomènes touristiques pour doter l'Etat et ses partenaires des indispensables tableaux de bord socio-économique sur le tourisme.
- Coordonner, au niveau national, les méthodologies et travaux statistiques et d'observation et diffuser les travaux réalisés en particulier auprès des observatoires régionaux du tourisme.
- Contribuer à l'évaluation des impacts économiques et sociaux des catastrophes naturelles, écologiques ou des conflits, sur le tourisme.

• AXE DE TRAVAIL 2. LA PROSPECTIVE ET LA VEILLE ECONOMIQUE

- Développer un réseau de veille économique touristique s'appuyant en particulier sur Maison de la France et nos représentations diplomatiques dans les domaines de l'aménagement, de l'équipement, du marketing et des technologies nouvelles.
- Développer la recherche fondamentale et appliquée dans le domaine du tourisme en lien avec le monde universitaire et de la recherche.

Objectif 2. Encourager et soutenir l'activité touristique, dans un objectif d'aménagement et de développement touristique durable et équilibré du territoire, afin de permettre à la France de conserver son premier rang.

La politique touristique doit analyser et prendre en compte l'intensification de la concurrence internationale. Si l'objectif est de maintenir et renforcer la place de leader mondial de la France, il ne peut être atteint "à n'importe quel prix" : le développement durable de l'activité touristique est le "fil rouge" qui doit guider les décisions prises en matière de soutien à l'offre.

Ainsi, le développement d'un tourisme durable doit donner une image positive du secteur du tourisme, parfois considéré comme prédateur d'espaces. L'objectif est de concilier le développement économique, le développement social et la préservation des ressources pour les générations futures.

• AXE DE TRAVAIL 1. LE RÉÉQUILIBRAGE TERRITORIAL DU TOURISME.

- Renforcer l'attractivité des territoires en particulier dans les espaces ruraux ou de moyenne montagne et dans les Départements d'Outre Mer .
- Développer les filières (filière patrimoniale, culturelle, d'itinérance, d'affaires, d'aventure ou de nature)
- Développer les savoir-faire en matière de tourisme durable et les mettre en réseau.
- Favoriser la bonne répartition des flux touristiques sur l'ensemble du territoire français par une meilleure information sur l'offre et une commercialisation plus efficace de la production au travers du développement des technologies nouvelles.

• **AXE DE TRAVAIL 2. LA QUALITÉ DE L'OFFRE : LE PLAN QUALITÉ FRANCE**

- Réhabiliter l'offre ancienne d'hébergement et d'activités dans les stations.
- Favoriser la bonne gestion des flux dans les sites à forte fréquentation.
- Améliorer l'accueil dans les principaux aéroports et dans les gares internationales.
- Favoriser la mobilité en Europe des salariés et la reconnaissance de leurs acquis professionnels.
- Adapter la formation initiale et continue des employeurs et des salariés aux évolutions du secteur.
- Favoriser le dialogue social.
- Favoriser la transmission des entreprises du secteur.
- Améliorer les conditions de vie, de travail et de rémunération des travailleurs saisonniers.

• **AXE DE TRAVAIL 3. LA PROMOTION INTERNATIONALE**

La place de leader de la France en matière de flux internationaux ne peut être considérée comme définitivement acquise, d'autant que le paysage touristique mondial évolue rapidement. Du côté de l'offre, on observe que les grands concurrents directs de la France (Espagne, Italie, mais aussi Grande-Bretagne) mènent des efforts soutenus en matière de qualité et de promotion, tandis qu'apparaissent de nouvelles destinations concurrentes sur le marché international.

- Promouvoir l'image et les produits du tourisme français en Europe et dans le monde.
- Favoriser l'utilisation des technologies de l'information et de la communication et l'interconnectabilité des bases de données territoriales et privées.
- Encourager la promotion de l'offre européenne au niveau mondial.

Objectif 3. Faire de la France une référence internationale en matière de développement touristique

Le tourisme contribue à l'image d'une France dynamique. Inversement, il convient d'intégrer dans l'ensemble des actions menées la nécessaire dimension européenne et internationale que nous confère notre premier rang touristique dans le monde. En effet, du fait de sa place de leader, la France est très observée, tant sur la forme que sur le fond, d'autant que son modèle de développement touristique est atypique (offre atomisée, faible présence relative des grands opérateurs....)

• **AXE DE TRAVAIL 1. LE RAYONNEMENT DE LA FRANCE EN EUROPE ET DANS LE MONDE**

- Etre actif au niveau des instances européennes et internationales (Commission européenne, OCDE, Eurostat, Organisation Mondiale du Tourisme,...).

- Promouvoir le modèle de développement touristique durable français dans le monde et les savoir-faire qui y sont liés.
- Développer la coopération en Europe et dans le monde (coopération transfrontalière, développement d'une offre trans-européenne,...).

• **AXE DE TRAVAIL 2. L'ÉTHIQUE**

- Œuvrer pour une prise en compte de l'éthique au niveau national et mondial en favorisant l'aménagement et le développement durable des territoires.
- Lutter contre toutes les déviances que peut entraîner le développement touristique en particulier contre le tourisme sexuel impliquant des enfants.
- Promouvoir le rôle du tourisme en tant que facteur de paix et de tolérance.

Objectif 4. Permettre l'accès de tous aux vacances

Depuis plusieurs années, le taux de départ en vacances des Français (voyages personnels de plus de quatre jours) augmente peu. L'objectif de la politique définie par le Secrétariat d'État au Tourisme est de lutter contre toutes les formes d'exclusion au départ en vacances – sociale, culturelle, par le handicap –, tout en évitant les risques traditionnels liés à l'action sociale : création de "ghettos" et "assistanat".

• **AXE DE TRAVAIL 1. FAVORISER L'ACCÈS AUX VACANCES POUR TOUS**

- Agir auprès des autres ministères concernés (rééquilibrage des aides, politiques tarifaires de transport ou d'accès aux activités, réformes législatives ou réglementaires)
- Contribuer à une meilleure prise en compte du droit aux vacances pour tous (Jeunes, personnes handicapées, public démunis...)
- Étendre le chèque-vacances en France (PME) et en Europe (sur principe de réciprocité)
- Mobiliser la solidarité des acteurs de l'industrie touristique (Bourse Solidarité Vacances)
- Favoriser l'accessibilité de l'offre touristique aux personnes handicapées.

Déclaré chantier du quinquennat par le Président de la République, la meilleure prise en compte de la personne handicapée dans notre société constituera un élément important de la politique à venir de l'Etat en matière de tourisme.

L'action menée vise à convaincre les acteurs touristiques de l'enjeu socio-économique d'une démarche d'accessibilité, et à faciliter sa mise en œuvre (conseils techniques, promotion de l'action menée)

C'est ainsi que des actions ont été menées :

- en faveur d'une meilleure prise en compte des clientèles handicapées par les acteurs du tourisme
- en faveur de la mise en œuvre de travaux d'accessibilité dans les équipements touristiques

• **AXE DE TRAVAIL 2. LE TOURISME SOCIAL ET ASSOCIATIF**

Les équipements de tourisme social et associatif ont été créés dans les années 1970. Aujourd'hui, ces équipements ne sont plus adaptés à la demande et le Secrétariat d'État au Tourisme se doit de donner les moyens de remplir leur mission de brassage social aux organismes de tourisme social et associatif.

- Soutenir l'offre de tourisme social et associatif dans son engagement en faveur du droit aux vacances pour tous
- Permettre la réhabilitation de l'offre associative et sociale d'activités et d'hébergements

- Favoriser la concertation entre tous les partenaires du tourisme social et associatif

4. ENVIRONNEMENT LÉGISLATIF ET RÉGLEMENTAIRE DU SECTEUR.

- L'élaboration du Code du tourisme permettant de rassembler, dans un recueil ordonné, l'ensemble des textes législatifs et réglementaires qui concernent le secteur du tourisme, s'est poursuivie au cours de l'année 2002.

Le travail de recensement des textes et de définition du périmètre du code est achevé. Le projet a été intégré dans la loi autorisant le Gouvernement à simplifier le droit par ordonnance et permet d'envisager une publication du code (partie législative) pour le premier semestre 2004.

- Les dispositions relatives au régime des taxes de séjour ont fait l'objet de modifications dans le cadre de la loi de finances pour 2002. Ont ainsi été modifiés les tarifs de ces taxes avec un relèvement, à compter du 1 janvier 2003, des plafonds (0,2 € à 1,5 € au lieu d'actuellement 0,15 € à 1,07 €), et ont été prévus, l'exemption des ces taxes, pour les enfants de moins de 13 ans, pour les établissements exploités depuis moins de deux ans et la faculté pour les conseils municipaux d'accorder aux établissements touristiques des dégrèvements en raison de circonstances exceptionnelles (pollution grave ou catastrophe naturelle). Les modalités de collecte des taxes ont été simplifiées en laissant les collectivités locales en déterminer les modalités. Le décret n° 2002 1549 du 24 décembre 2002, fixe notamment les tarifs applicables aux différentes catégories d'hébergement selon leur niveau de confort par référence au classement.

- La loi du 22 janvier 2002 relative à la Corse a, en matière de tourisme, précisé les compétences de cette collectivité à statut particulier. Outre les compétences déjà exercées dans le cadre de son ancien statut, cette collectivité se voit reconnaître des compétences pour la mise en œuvre des réglementations touristiques (classement des hébergements et organismes de tourisme et classement en station)

- La loi du 27 février 2002 relative à la démocratie de proximité a, en modifiant la loi du 23 décembre 1992 portant répartition des compétences dans le domaine du tourisme, étendu les compétences touristiques de la région, notamment en matière de recueil, de traitement et de diffusion des données relatives à l'activité touristique.

- Le Gouvernement dans le cadre de l'engagement d'une nouvelle phase de décentralisation prépare un projet de loi qui devrait être discuté et voté par le Parlement d'ici la fin de l'année 2003. Ce projet doit comporter des dispositions portant sur le tourisme. Il s'agira en particulier de transférer aux collectivités territoriales des compétences en matière de mise en œuvre de la réglementation touristique (classement des stations et des équipements touristiques) et de simplifier l'organisation locale du tourisme. Les décrets d'application interviendront en 2004.

5. MISE EN ŒUVRE DE LA LÉGISLATION ET DES MESURES COMMUNAUTAIRES DANS LE SECTEUR DU TOURISME, AINSI QUE D'AUTRES MESURES COMMUNAUTAIRES MAJEURES AYANT UN IMPACT SUR LE TOURISME.

La Commission européenne a adressé à la France le 27 juin 2002 une mise en demeure pour transposition incomplète des directives 89/48/CEE et 92/51/CEE relatives au système général de reconnaissance des diplômes, en ce qui concerne les professions de guides touristiques. Suite à l'avis motivé du 3 avril 2003, un projet de décret relatif aux conditions requises des ressortissants des Etats membres de l'Union européenne pour

exercer les activités relatives au guidage dans les musées et les monuments historiques a été élaboré et devrait être transmis à la Commission.

6. GESTION DES RESSOURCES POUR LE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME.

Le budget 2002 du tourisme s'élève à 74, 689 millions d' Euros. Ce budget confirme les orientations stratégiques retenues par le Secrétariat d'Etat au tourisme :

- participer activement à l'aménagement du territoire et contribuer au développement économique local, source d'emplois nouveaux et au service de l'environnement ;
- développer l'accès aux vacances pour tous et promouvoir le potentiel touristique français à l'étranger ;
- consolider la capacité d'intervention de l'Etat, grâce au développement de l'information statistique et économique, de l'ingénierie touristique et des moyens propres des services centraux et déconcentrés du ministère.

I- LE TOURISME, FACTEUR D'AMENAGEMENT DU TERRITOIRE ET DU DEVELOPPEMENT LOCAL

• Contribuer à l'action touristique

Afin de favoriser l'aménagement du territoire et le développement local, l'Etat a contractualisé avec les 22 régions métropolitaines et les 6 départements et collectivités d'Outre-mer des mesures de développement touristique dans le cadre des contrats de plan Etat-Région 2000-2006 autour de 5 thèmes majeurs :

- L'amélioration de la qualité et de la commercialisation des hébergements touristiques,
- L'organisation et la mise en œuvre d'un dispositif de mesure stratégique de l'économie touristique,
- L'adaptation des entreprises de tourisme aux évolutions du marché,
- La concrétisation du droit aux vacances pour tous,
- Le renforcement de l'attractivité des territoires fondée sur leur développement durable.

L'enveloppe globale consacrée par le secrétariat d'Etat au tourisme aux contrats de plan signés avec les régions s'élève à **120,1 M€** à laquelle s'ajoute **16,6 M€** en faveur du financement des volets tourisme des conventions interrégionales de massif (Alpes, Massif central, Pyrénées, Jura, Vosges), soit un montant total de **136,8 M€**.

Suite à deux catastrophes exceptionnelles survenues fin 1999, la tempête et la marée noire due au naufrage de l'Erika , le Gouvernement a été conduit à conforter les mesures d'urgence prises pour l'année 2000 par des avenants aux contrats de plan. 67 M€ (décision du Comité Interministériel d'Aménagement Durable du Territoire du 18 mai 2000) ont été réservés en faveur du volet tourisme des avenants aux contrats de plan.

Ces avenants, qui concernent 15 régions, prennent en compte les projets nouveaux de développement et de restructuration directement liés aux conséquences de ces catastrophes et qui s'inscrivent dans le cadre du développement durable.

Les actions contractualisées au titre des avenants portent sur :

la qualification, la restauration et la mise en valeur environnementale et paysagère des espaces à forte fréquentation touristique,

- la requalification des hébergements,
- l'aménagement et la requalification d'itinéraires de randonnées et de loisirs piétons, équestres et cyclistes et enfin,
- le soutien à des actions de mise en réseau d'activités touristiques qui font appel aux nouvelles technologies.

Pour les régions et zones littorales, ces crédits doivent permettre d'insuffler une nouvelle dynamique aux régions de la façade Atlantique, par la conduite d'actions de

requalification des stations littorales et de l'arrière pays, la gestion de la fréquentation touristique des plages, la requalification paysagère et environnementale dans les villages de vacances et l'hôtellerie de plein air ainsi que la promotion des classes de mer.

Au total, pour l'année 2002, 32 M€ ont été affectés à l'enveloppe tourisme des contrats de plan (y compris avenants)

• **Favoriser le développement local et l'emploi**

Dans le secteur marchand, les emplois générés par l'activité touristique s'élèvent à environ 2 millions dont plus de 860 000 directs. Le tourisme est cependant un secteur fragile porté par un tissu de PME qui regroupe près de 180 000 entreprises majoritairement très petites. Il se caractérise par des formes de travail liées aux types d'activité, offrant des emplois le plus souvent de nature précaire.

Depuis plusieurs années les entreprises du secteur, notamment de l'hôtellerie-restauration, connaissent des difficultés pour recruter et fidéliser du personnel qualifié. Afin d'encourager l'emploi et dynamiser le marché du travail, un effort important a été entrepris par le Gouvernement pour alléger les charges sociales sur les bas et moyens salaires. Une attention particulière a été portée à la solution des questions sociales concernant les travailleurs saisonniers ainsi qu'à l'amélioration des qualifications par la formation « tout au long de la vie » et la reconnaissance des acquis de l'expérience.

II - DEVELOPPER L'ACCES AUX VACANCES POUR TOUS ET PROMOUVOIR LE POTENTIEL TOURISTIQUE FRANÇAIS A L'ETRANGER.

• **Concrétiser le droit aux vacances pour tous**

Il s'agit pour le secrétariat d'Etat au tourisme d'atteindre un double objectif :

- rendre effectif le droit aux loisirs et aux vacances dû à tous les citoyens (§ 11 du préambule de la Constitution de 1946, article 140 de la loi du 29 juillet 1998 relative à la lutte contre les exclusions),
- faire des vacances, moments privilégiés de détente et d'échanges, une phase de reconstitution personnelle, de brassage de toutes les catégories de population et d'intégration sociale.

La réalisation de cette politique se concrétise par le développement de systèmes d'aides, des actions en direction de publics spécifiques pour qui une offre adaptée est nécessaire et la mise en œuvre de partenariats, en particulier avec les associations de tourisme.

1) Le développement de systèmes d'aides

L'aide à la personne a une influence déterminante sur le départ en vacances. Elle doit profiter en premier lieu aux personnes et aux familles les plus défavorisées, sans négliger toutefois les foyers aux revenus moyens, souvent victimes d'effets de seuil qui génèrent un fort sentiment de frustration sociale.

En 2002, le secrétariat au tourisme a orienté son effort vers les systèmes d'aides suivants :

- les chèques-vacances gérés par l'Agence nationale pour les chèques-vacances (ANCV) :

Le principe consiste pour les salariés des secteurs public ou privé à constituer une épargne qui est bonifiée par les employeurs, comités d'entreprise ou organismes sociaux, puis remise aux salariés sous forme de chèques de 10 et de 20 euros, utilisables librement pour régler leurs dépenses de vacances et de loisirs. Ce dispositif très performant permet à près de 6 millions de personnes de partir en vacances chaque année et on estime à 2 millions le nombre de bénéficiaires qui ne partiraient pas sans cette aide. Le développement du chèque-vacances dans les entreprises de moins de cinquante salariés, qui emploient 7,5 millions de personnes, a été favorisé par la loi du 12 juillet 1999 et constitue le grand chantier actuel de l'ANCV. En 2002, l'ANCV a émis 740,1 millions d'euros de chèques-vacances (+ 8,3% par rapport à 2001)

Par ailleurs, l'ANCV participe à la politique sociale du tourisme en mettant ses résultats économiques au service d'actions telles que des aides à la rénovation d'équipements de tourisme à vocation sociale (24 millions d'euros, dont ont bénéficié 641 équipements, de 1994 à 2001) et des projets innovants en faveur des familles et des jeunes en situation de précarité. Elle attribue en outre des « bourses-vacances » pour aider des personnes en difficulté à partir en vacances pour la première fois (environ 1,2 million d'euros et près de 20 000 bénéficiaires chaque année) ;

- La Bourse Solidarité Vacances :

Ce groupement d'intérêt public a été créé à l'initiative du secrétariat d'Etat au tourisme qui en exerce la tutelle et y participe financièrement par le versement d'une subvention (1,058 million d'euros en 2002). Son action s'inscrit dans le cadre de la loi d'orientation n° 98-657 du 29 juillet 1998 relative à la lutte contre l'exclusion. Par un dispositif de partenariats avec les opérateurs de tourisme, privés ou associatifs, d'une part, et les associations humanitaires et centres sociaux, d'autre part, BSV a permis en 2002 à environ 30 000 personnes de partir en vacances ;

- le « programme de consolidation de l'hébergement du tourisme social » : il s'agit d'un programme d'aide à la rénovation d'équipements de tourisme à vocation sociale. De 1990 à 2000, alors nommé « plan patrimoine », il a permis de rénover plus de 40% du parc associatif, soit environ 100 000 lits. Le programme actuel prévoit 27,44 millions d'euros sur la période 2001-2006, complété par 9,14 millions d'euros du Fonds national d'aménagement et de développement du territoire (FNADT). En 2002, 2,7 millions d'euros ont été attribués à 30 projets de rénovation sur les crédits du secrétariat d'Etat au tourisme et 1,7 million d'euros à 10 projets sur les crédits du FNADT.

•2) Les actions en direction de publics spécifiques

Certaines catégories de la population éprouvent des difficultés particulières à accéder aux vacances. Les politiques sociales du tourisme doivent donc traiter des freins sociaux, culturels ou personnels qui rendent difficile ou impossible le départ en vacances, et assurer l'existence d'une offre adaptée. La constitution de partenariats doit permettre d'optimiser l'action des organismes agissant dans ces deux directions auprès de publics cibles, en particulier les personnes en difficulté sociale, les jeunes et les personnes handicapées.

Ainsi, des mesures incitatives visent à soutenir les actions en faveur des premiers départs des personnes et des familles en difficulté sociale : le soutien à BSV, les actions sociales de l'ANCV, la prise en compte, tant par le secrétariat d'Etat au tourisme que par l'ANCV, de l'accessibilité à tous les publics pour l'attribution des subventions aux équipements de tourisme social et associatif. Est en projet la réalisation d'un guide d'accompagnement aux vacances des personnes démunies, à destination des travailleurs sociaux, des professionnels du tourisme et des collectivités territoriales.

Pour ce qui concerne les jeunes, les grands axes de l'action menée par le secrétariat d'Etat au tourisme sont l'amélioration des produits touristiques spécifiques et de l'information. Une étude de marché est en cours de réalisation avec l'AFIT, les associations spécialisées dans l'accueil de jeunes et un certain nombre de professionnels spécialisés sur

ce créneau. Il convient également de réfléchir à la problématique du transport, et de mener une action coordonnée avec les autres ministères concernés.

S'agissant des personnes handicapées, le **label « Tourisme et Handicap » a été créé en 2001** afin de développer et de diffuser l'offre d'équipements touristiques aménagés. Fin 2002, le nombre de sites labellisés s'élevait à plus de 200 et l'objectif est d'atteindre 1000 labellisations fin 2003. Un portail internet va être élaboré pour mieux diffuser l'information et promouvoir les établissements labellisés.

•3) Les partenariats

Le secrétariat d'Etat au tourisme s'appuie largement sur les associations de tourisme social pour la mise en œuvre de sa politique de développement et de promotion du droit aux vacances. Ces associations contribuent en effet fortement à la constitution d'une offre touristique très large, pouvant s'adresser à tous les publics et souvent située dans des zones à faible densité de population, favorisant ainsi la redistribution sociale et l'aménagement du territoire.

Le partenariat avec ces associations se concrétise par la conclusion de conventions d'objectifs, par leur éligibilité aux aides à l'investissement du « programme de consolidation des équipements de tourisme social » et par l'attribution d'un agrément « tourisme social ». Cette politique de soutien doit leur permettre de conforter leur engagement en faveur de leurs valeurs spécifiques : la mixité et l'inclusion sociales, l'accueil de publics dits « spécifiques » comme les jeunes, les personnes âgées, les enfants avec notamment les classes de découvertes, et les personnes handicapées, la découverte des régions, le développement de produits touristiques de qualité.

▪ Développer la promotion de la France à l'étranger et en France

Les ressources globales du Groupement d'intérêt économique Maison de la France, se sont élevées en 2002 à 67 millions € HT.

Les crédits, correspondant à la subvention de l'Etat, soit 31,9 Millions € HT, assurent pratiquement la moitié du budget du GIE, financé parallèlement par les partenaires et les membres du groupement (adhérents). Cette contribution financière marque clairement la volonté du Secrétariat d'Etat au Tourisme de rendre l'intervention de l'Etat plus efficace dans les actions de promotion du tourisme français à l'étranger.

Les efforts sont concentrés en 2002 sur les marchés prioritaires, fortement émetteurs de touristes vers la France (Allemagne, Grande-Bretagne, Pays-Bas, Belgique, Italie,) et notamment de touristes à revenus élevés (Etats-Unis, Japon).

Une attention particulière est portée aux marchés nouveaux qui présentent de fortes potentialités de développement : Chine, Amérique Latine, Europe Centrale et Orientale, Russie, Inde

Des ouvertures de bureaux ont été réalisées : Pékin (nouvelle configuration) et Moscou.

La contribution de l'Etat aux actions de promotion de la France à l'étranger s'est élevée à 181 millions de francs TTC en 2001, soit 150,1 millions HT. Cette dotation était de 144,6 millions HT en 2000 et de 152,1 millions de francs en 1999.

III - CONSOLIDER LA CAPACITE D'INTERVENTION DE L'ETAT

Prenant notamment appui sur une amélioration de l'outil statistique et un développement de l'expertise publique, la capacité d'intervention de l'Etat se trouve renforcée, pour définir les politiques publiques et continuer les actions entreprises.

• Mieux connaître la réalité touristique

Contribuent à cet objectif des crédits affectés aux travaux de prospective, aux études, à l'observation économique et aux comptes satellites du tourisme qui permettent d'obtenir une vision nationale et internationale de notre économie touristique et de procéder à des études comparatives avec nos principaux concurrents.

- **Développer la capacité d'expertise publique**

Groupement d'intérêt public, l'Agence Française de l'Ingénierie Touristique (AFIT), capitalise maintenant depuis huit ans expériences de terrain et de savoir-faire.

Le maintien de la ressource budgétaire de l'Etat permet à l'AFIT de poursuivre son activité d'ingénierie et les actions de partenariat technique et financier avec ses membres.

7. TENDANCES ÉCONOMIQUES ET DÉVELOPPEMENTS PRINCIPAUX DANS LE SECTEUR DE L'INDUSTRIE DU TOURISME.

L'économie touristique française a été confrontée en 2002 aux conséquences des attentats terroristes du 11 septembre 2001. En outre, la hausse de l'euro par rapport au dollar et la récession dans de nombreux pays émetteurs au cours des derniers mois ont eu des effets sensibles sur les comportements des touristes internationaux à destination de la France.

Dans ce contexte difficile, l'activité touristique met toutefois en évidence son grand dynamisme. Ainsi, d'après les statistiques élaborées par la Banque de France, le solde excédentaire du poste « voyages de la balance des paiements » s'est établi à 13,6 milliards d'euros, au même niveau qu'au cours de 2001, et 2,8 % de moins que les 14,1 milliards enregistrées en 2000. Les recettes se sont établies sur l'ensemble de l'année 2002 à 34,3 milliards d'euros contre 33,8 milliards d'euros en 2001, soit une progression de 1,5 %.

De leur côté, les dépenses se sont élevées à environ 20,6 milliards d'euros, en progression de 2,5 % par rapport aux 20,1 milliards de 2001.

La France conserve en 2002 sa première place de destination mondiale avec 77 millions d'arrivées (588 millions de nuitées) et se situe au troisième rang derrière les Etats-Unis et l'Espagne en termes de recettes touristiques.

La moitié des séjours des touristes étrangers ont une durée supérieure ou égale à trois nuitées et un tiers d'entre eux séjournent plus d'une semaine. Grâce à sa position privilégiée, notre pays est également un pays de transit pour de nombreux Européens qui se rendent sur leur lieu de vacances. Aussi, un touriste étranger sur cinq ne passe-t-il qu'une nuit en France.

Les principales nationalités, en nombre d'arrivées, sont les Allemands, puis les Britanniques (qui sont les principaux contributeurs en termes de recettes touristiques avec environ 5,3 milliards d'euros), les Pays-Bas arrivent ensuite.

Un autre enjeu essentiel de l'évolution du tourisme en France est constitué par les **mouvements de restructuration** qui concernent tant le secteur des voyages que les activités de l'hôtellerie-restauration. L'année 2002 a marqué une certaine pause sur ce plan après une année 2001 très active au cours de laquelle plusieurs entreprises françaises sont passées sous contrôle d'entreprises étrangères, notamment allemandes et britanniques, essentiellement dans le secteur du voyage.

En Europe, on compte peu de grands groupes et ils ne représentent qu'une part encore faible du marché. Le groupe Accor se situe encore largement en tête en détenant 40 % de l'hôtellerie de chaînes française ; mais celle-ci n'occupe pourtant que le tiers du marché tant le poids des indépendants demeure important. De fait, Accor est le seul groupe, en Europe continentale, capable de racheter des sociétés de taille significative.

Mais si l'on considère les **contraintes de l'économie touristique française dans le contexte européen**, il apparaît que la France offre un paysage émietté de voyagistes, dont seulement une vingtaine ont atteint une taille significative. Un handicap majeur pour les groupes français réside donc dans l'atomisation du marché. Ainsi, les cinq premiers groupes réalisent moins de 60 % de l'activité, contre 80 % en Allemagne ou 90 % dans certains pays de l'Europe du Nord.

La poursuite éventuelle des mouvements de concentrations paneuropéens et internationaux s'explique par les trois avantages qu'en attendent les grands opérateurs du tourisme : ils concernent la réduction du caractère saisonnier de leur activité, la diversification géographique des destinations, et la diminution des coûts. Ce dernier enjeu est d'autant plus crucial que la compétition se renforce, sur un fond d'accroissement des difficultés économiques des ménages et des pays, qui voit se renforcer les exigences des consommateurs pour le meilleur forfait au moindre frais. La réduction des coûts passe donc par une recherche d'intégration toujours croissante des moyens (transport aérien, hôtellerie, commercialisation)

Le volume d'affaires total du "commerce électronique" (ou « e-commerce ») en France se serait élevé en 2002 pour le BtoC (commerce grand public) à 2,4 milliards d'euros (Benchmark Group) ; et, au total, à 12 milliards d'euros (IDC France), si on ajoute à ce chiffre le BtoB (échanges-inter-entreprises)

Dans ce total, le chiffre d'affaire de **l'e-tourisme** (commerce de voyage en ligne, BtoC) se serait pour sa part établi en France à environ 880 Millions d'euros (Centre For Regional and Tourism Research - Danemark). La part de la France dans le marché européen de ventes de voyages sur Internet s'élèverait ainsi à environ 12 % du total européen, derrière le marché britannique (35 % du total) et celui allemand (22 %)

Le secteur du Tourisme et des voyages représente donc environ 1/3 du CA total de l'e-commerce en France en 2002. La part du chiffre d'affaires d'affaire des principaux opérateurs du voyage issue de la vente en ligne, si elle est croissante, ne représente toujours qu'entre 2 à 8 % du total des ventes (3,5 % en moyenne européenne 2002)

Mais l'intérêt d'Internet vaut en ce qu'il représente un nouveau et formidable média « d'avant-vente », tout autant que de vente directe proprement dite. Ensuite, parce qu'il permet aux acteurs, par la mise en place systématique de procédures de relation-clients (CRM), une meilleure connaissance et fidélisation de leur clientèle, grâce à une plus grande personnalisation des offres. Enfin, l'impact principal d'Internet est sans doute lié aux ré-organisations en chaîne qu'il induit entre les opérateurs touristiques : intégrations technologiques croissantes entre fournisseurs et distributeurs par exemple.

Tous les acteurs présents sur Internet, y compris les opérateurs d'un e-tourisme « de flux » (voyages-sncf.com, opodo.com...) accroissent progressivement leur ventes de produits combinés (forfaits). Mais c'est toujours la vente de produits « secs » (billets ou réservations simples) qui tire la croissance des ventes, autour de 70 à 80 % des ventes de produits touristiques en ligne en France. La vente de dernière minute sur Internet (VDM, J-15) se développe jusqu'à représenter près de 25 % des ventes de certains acteurs en ligne.

S'agissant des investissements étrangers en France et français à l'étranger, la Direction du tourisme dispose depuis 2002 d'un panorama d'ensemble des investissements touristiques pour la période 1990–2001, qui comporte notamment une présentation par segment d'activités (hébergement et restauration, résidences secondaires, équipements touristiques, valorisation des sites, agences de voyages etc.), et par type de maître d'ouvrage (entreprises, ménages et administrations).

Cette étude fournit des éléments d'informations sur les investissements touristiques des collectivités locales ainsi que des données inédites sur les investissements étrangers en France et français à l'étranger.

En 1998 (dernières données disponibles), le stock d'investissements français à l'étranger dans le domaine « Restauration hébergement » était de 4,3 milliards d'Euros (3,3 en 1994), les investissements étrangers en France atteignant de 1,5 milliard d'Euros, en progression très vive (600 millions d'Euros en 1995).

Pour l'ensemble des investissements touristiques (y compris agences de voyages, parcs, casinos...), les flux d'investissements touristiques étrangers en France enregistrés par la Direction du Trésor du ministère de l'économie et des finances sont passés de 120 millions d'Euros en 1999 à plus d'un milliard d'Euros en 2001, ce qui suggère une accélération de l'internationalisation ces dernières années.

8. ACTIVITES INTERNATIONALES ET TRANSFRONTALIERES.

▪ Le contexte

Le secteur du tourisme occupe une place de plus en plus importantes dans les économies nationales des pays émergents. Aujourd'hui, ces pays sont conscients que la mise en oeuvre de politiques touristiques adaptées peut produire des effets positifs sur leur développement économique et social.

Première destination touristique du monde, la France bénéficie d'une renommée internationale qui suscite un nombre croissant de demandes d'assistance technique.

Les institutions et entreprises françaises qui sont les dépositaires de ce savoir-faire ont développé une activité de coopération et/ou d'exportation en s'appuyant sur cette réputation.

Le tourisme s'inscrit ainsi dans la politique de coopération mise en place par le gouvernement qui permet de répondre aux objectifs d'aide au développement et de coopération économique.

Les priorités géographiques

AFRIQUE DU NORD – MOYEN ORIENT

Maroc

Les travaux relatifs à la mise en place de la formation d'agents de développement rural se sont poursuivis.

La Direction du tourisme a participé, en octobre 2002, à Ifrane, aux 10èmes rencontres euro-méditerranéennes sur le thème du développement durable du tourisme rural au Maroc, organisées par l'association Rencontre et la Confédération Marocaine de la Jeune Entreprise.

Algérie

En réponse à la demande de l'Ambassade d'Algérie en France, un expert français de l'agence « La Balaguère », spécialiste des produits écotourisme, a participé à un séminaire international sur le thème « Gestion, planification et développement de l'écotourisme dans les zones désertiques » qui s'est tenu en janvier 2002 à Alger.

Syrie

Dans le cadre de la déclaration d'intention signée entre la secrétaire d'Etat française au tourisme et son homologue syrien le 25 juin 2001 lors de la visite du président syrien Bachar al-Assad en France, une mission d'expertise en matière de marketing et de promotion touristiques a été réalisée à l'automne 2002 par le directeur de Maison de la France.

Egypte

Les réunions de travail sur les projets de nouveaux spectacles « son et lumière » à Edfou et Hurgada et Sharm El Cheikh entre la société nationale égyptienne des sons et lumières, les concepteurs lumières français, le porteur financier du projet et la direction du tourisme se sont poursuivies. Le résultat des négociations devrait être connu au 1er semestre 2003

Palestine

En avril 2002, un programme de travail a été signé entre l'administration française du tourisme et le Maire de Jéricho visant à contribuer au développement touristique de sa ville. Il prévoit l'envoi d'un expert français afin de réaliser un diagnostic rapide des potentialités touristiques de Jéricho et la formation d'un ingénieur de la ville de Jéricho auprès d'une société française de sons et lumières.

Bahreïn

En janvier 2002, la direction du tourisme, en partenariat avec l'association « architectes Français à l'Export » (AFEX) et l'Agence Française de l'Ingénierie Touristique (AFIT) a organisé un colloque, à vocation régionale, sur le savoir-faire français en matière d'architecture et de tourisme auquel ont participé des professionnels français. Les retombées de ce séminaire ont été très positives, de nombreux contacts ont été pris entre commanditaires bahreïni et sociétés françaises. Le gouvernement bahreïni a notamment passé commande à la société Nausicaa Développement d'une étude de faisabilité pour la réalisation d'un Centre de la Mer, à l'image de celui de Boulogne-sur-Mer. Le projet a été remis aux autorités bahreïni. Nous attendons leur réaction.

AMERIQUES

Québec

Les deux parties ont continué leur réflexion sur les nouvelles technologies et l'écotourisme, retenus comme thèmes prioritaires lors de leur rencontre de novembre 2001.

Par ailleurs, le sommet de l'écotourisme qui s'est déroulé à Québec en mai 2002 a permis de présenter une problématique et des expériences communes, démontrant ainsi l'existence d'une approche francophone spécifique.

Mexique

Comme suite à l'entretien entre M. Léon BERTRAND et son homologue mexicaine Mme Leticia NAVARRO en novembre 2002, une réflexion commune a été entamée à leur demande entre les services concernés des deux pays pour mettre au point un programme d'action pluriannuel dans le cadre de l'accord de coopération existant entre les deux pays. Une première réunion de travail s'est tenue dans ce but en décembre 2002.

République dominicaine

Lors de leurs rencontres de septembre et octobre 2002, M. Léon BERTRAND et son homologue dominicain M. Rafael SUBERVI BONILLA sont convenus de mettre au point un accord de coopération visant en particulier à développer une synergie entre la République Dominicaine et les départements français des Antilles, Martinique et Guadeloupe.

Il s'agit de mettre en œuvre des actions complémentaires, et non concurrentes, qui bénéficieraient aux différentes parties, en associant l'ensemble des acteurs locaux dans la plus grande transparence afin que la démarche soit bien comprise.

Association des Etats de la Caraïbe (AEC)

Dans le cadre de la vice-présidence du comité spécial pour le tourisme durable de l'AEC qu'elle a exercée en 2001 et 2002, la France s'était engagée auprès de l'Association des Etats de la Caraïbe pour l'aider à mener une réflexion sur les indicateurs de tourisme

durable adaptés à cette région. La Direction du tourisme, chargée de la mise en œuvre de cette réflexion, a demandé à l'AFIT d'en assurer la maîtrise d'ouvrage.

L'objectif était de définir des indicateurs du tourisme durable à partir d'une trame conceptuelle, déjà élaborée par l'AFIT, et de l'adapter au contexte particulier de la Caraïbe. Il s'agissait également de déterminer les outils de vulgarisation les mieux à même d'assurer une bonne diffusion de ces méthodes et outils dans les pays de la Caraïbe, tout en permettant aux acteurs locaux de s'engager dans des actions concrètes.

Ce travail, réalisé par le bureau d'études Géo-Système, avait pour perspective une présentation devant les différentes instances intéressées de l'AEC durant le premier trimestre 2003.

ASIE

Chine

Le secrétariat d'Etat au tourisme, en liaison avec le Ministère des affaires étrangères, soutient depuis 2001 le projet de l'académie de Nice (CAFOC-DAFCO et Greta Tourisme hôtellerie de Nice) en matière de formation professionnelle aux métiers d'hôtellerie et restauration. En 2002, une subvention d'un montant de 15 000 euros lui a été accordé.

La Direction du tourisme participe depuis 2001 aux réunions interministérielles organisées par le SGCI afin de négocier avec la République de Chine le statut de destination touristique agréée pour la France et les pays européens de la zone Schengen.

EUROPE

Russie

Réunion du groupe de travail « tourisme » du conseil russe-français sur les questions économiques, financières, industrielles et commerce (CEFIC) et qui fixe les objectifs suivants :

- élaboration de mesures visant à augmenter les échanges touristiques entre les deux pays, coordination des activités des structures de l'Etat et des partenaires commerciaux qui coopèrent dans le domaine du tourisme,
- assistance technique en faveur de l'investissement dans le domaine du tourisme,
- transfert de savoir-faire et de la formation des acteurs du tourisme.

En application des accords conclus entre les parties russe et française, des échanges entre les délégations ont été concrétisés. En juin 2002, une délégation russe a été reçue en France à la Direction du tourisme et en Bretagne. En octobre, une mission française s'est rendue à Moscou et dans les villes de l'Anneau d'Or.

Dans le cadre du COCOP (Comité d'orientation, de coordination et de projets), une action de coopération sur la région de l'Anneau d'Or et concernant principalement les villes de Rostov-le-Grand et Yaroslavia a été acceptée par le ministère des Affaires étrangères. L'axe majeur de ce projet – financé depuis – concerne la formation professionnelle continue et celle des opérateurs des secteurs public et privé dans les zones retenues.

Pays baltes (Lituanie, Lettonie, Estonie)

Poursuite du programme de coopération dans le domaine du tourisme et plus particulièrement dans le champ de la formation aux métiers de l'hôtellerie avec l'organisation de stages auprès d'étudiants, professeurs et professionnels.

Azerbaïdjan

Lancement d'une pré-étude relative à la création d'un équipement culturel intitulé la « Maison du Feu et de l'Energie » pilotée par PLANETH Consultants.

AFRIQUE SUB-SAHARIENNE - OCEAN INDIEN

OCEAN INDIEN

L'organisation régionale du tourisme de l'Océan indien fondée sur un partenariat public-privé, dont le siège avait été situé à Madagascar, a subi le contrecoup de la situation politique dans cette île et n'est pas opérationnelle pour le moment.

Le projet est en attente de nouvelles décisions et d'une implication plus ferme des opérateurs privés, sans que sa conception ait été à ce stade remise en cause.

La stabilisation récente de la situation politique à Madagascar pourrait permettre un nouveau démarrage du projet.

Madagascar

Suivi du Projet FSP « renforcement des capacités institutionnelles du secteur touristique en partenariat avec le secteur privé » dont le démarrage a été programmé en 2002, pour un montant de 3,5 MF. Ce projet vise à augmenter la contribution du secteur « tourisme » dans le développement économique et social de Madagascar par une amélioration institutionnelle du secteur, une professionnalisation plus grande et une promotion plus efficace.

AFRIQUE OCCIDENTALE

La répétition de sollicitations, dans des pays francophones situés pour la plupart d'entre eux en zone de solidarité prioritaire (ZSP) conduit à envisager la mise en œuvre dans cette zone d'une politique sectorielle touristique interministérielle.

Participation de la Direction du tourisme aux travaux qui devraient permettre la présentation d'un projet FSP consacré au tourisme dans la perspective d'une mise en œuvre dès 2003 conçu dans une logique de développement touristique durable ; ce projet devrait soutenir la réalisation de micro projets susceptibles de bénéficier en priorité aux populations locales

Sénégal

L'administration française du tourisme est associée à la mise en œuvre du projet tourisme sur crédits du fonds de solidarité prioritaire du ministère des Affaires étrangères de 10 MFF sur 3 ans,

Mali, Niger

Réalisation par l'AFIT, à la demande des gouvernements de ces pays, de missions de diagnostic et d'expertise en faveur d'un meilleur développement touristique.

Les propositions pourraient être intégrées dans le projet FSP cité plus haut.

Pays du Conseil de l'Entente (Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Niger et Togo)

Aide à l'organisation d'une manifestation promotionnelle lors du salon TOP Résa à Deauville pour faire connaître leur création d'un visa touristique inter-états.

AFRIQUE AUSTRALE ET ORIENTALE

Afrique du Sud

Une coopération débute avec ce pays, concrétisée par la signature le 25 février 2002 d'un arrangement administratif entre les administrations du Tourisme de la République française et la République d'Afrique du Sud. Le programme de coopération qui sera mis en place s'inscrira dans une logique de développement durable et de contribution au développement économique et social.

Dans cette perspective, une première mission d'expertise portant sur l'observation économique a été réalisée en mai 2002; elle devrait être suivie d'une mission d'expertise et d'étude dans le domaine de la formation .

Ouganda, Tanzanie, Kenya

Suite aux missions des consultants chargés de faire le point sur les besoins en formation exprimés par ces trois pays, le secrétariat d'Etat au tourisme et le ministère des Affaires étrangères envisagent un programme de formation à vocation inter-régionale

ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME

Suivi des actions menées par l'Organisation Mondiale du Tourisme : le Secrétaire d'Etat au Tourisme a participé aux travaux du Conseil Exécutif de l'OMT qui s'est réuni les 2 et 3 octobre à Saint-Pétersbourg.

9. ÉVÈNEMENTS ET PUBLICATIONS, Y COMPRIS RAPPORTS ET ANALYSES DANS LE DOMAINE DU TOURISME ET AUTRES SUJETS À SIGNALER

DIRECTION DU TOURISME

Publications

- Le Mémento du tourisme
- Les comptes du tourisme
- Plaquette de la campagne « Tourisme et Handicap »
- Brochure « L'administration du tourisme » (français, anglais, espagnol)
- Chiffres clefs du tourisme (français, anglais)
- Note de conjoncture de la direction du Tourisme (12 numéros)

Collections Analyses et perspectives du tourisme (édités par l'Observatoire national du tourisme – ONT-)

- N°77 - L'hôtellerie classée et les campings classés en France : l'offre et la fréquentation en 2001
- N°78 - La demande touristique française en 2000
- N°81 - Etude sur les comportements de départs des Français : premières incidences des 35 heures

Les études de la Direction du Tourisme

- Panorama de la restauration commerciale en France – décembre 2002
- Etude sur les investissements touristiques et leurs financements – juin 2002
- Stratégie dans l'industrie touristique : processus liés aux mouvements de restructuration, modes de financement – fin 2002
- Etude sur l'impact des NTIC dans le secteur du Tourisme – avril 2002
- Etude sur e-tourisme : stratégie des acteurs, environnement juridique et réglementaire
- Analyse des innovations technologiques en application dans le secteur du tourisme et évaluation des besoins des acteurs – octobre 2002
- Tableau de bord de l'activité touristique dans l'Outre mer français.
- Enquête sur les intentions de départ des Français pour les saisons d'hiver et d'été (BVA) –juin 2002
- Nouvelles tendances de la demande touristique française –octobre 2002
- Le tourisme de A à Z –novembre 2002
- Recherche sur la géographie des départements touristiques des Français et l'analyse des flux financiers –octobre 2002
- Recherche des investissements étrangers en matière d'immobilier de loisirs et principalement des résidences secondaires –décembre 2002
- Evaluation du FACIT (Fonds d'Aide au Conseil et à l'Innovation touristique) sur la période 1994/1999 –mai 2002

Evènements

Septembre 2002 : Salon TOP RESA

La Direction du Tourisme a organisé en 2002 trois « Rendez-Vous de la Stratégie » sur les thèmes suivants : « Utilisation du temps libre par les Français » (février 2002), « Les usages d'internet dans le tourisme : stratégies d'acteurs et impact sur la relation offre / demande » (avril 2002) et « Les nouvelles tendances de la demande touristique » (octobre 2002)

Les « Rendez-Vous de la Stratégie » s'inscrivent dans une politique globale de valorisation des travaux d'études et de recherches que la direction du Tourisme réalise en fonction de la demande des professionnels et des enjeux de connaissance pour le ministère chargé du Tourisme

AFIT (Agence française d'ingénierie touristique)

Les publications, internet et les relations presse

En 2002, l'AFIT a poursuivi sa politique de communication, redéfinie suite à l'audit conduit en 2001, en développant ses éditions et son site internet et en intensifiant ses relations publiques, notamment avec la presse.

14 publications sont parues en 2002, soit près du double par rapport à 2001. Les collections de l'Agence se sont structurées et contribuent ainsi à renforcer son image :

- Fonds publics et développement touristique - *Collection : Les Dossiers et Documents de l'AFIT*
- - Des clefs pour... des églises ouvertes et accueillantes - *Collection : Les Mini-Guides de l'AFIT*
- - Étude des comportements des clientèles de visiteurs européens sur les sites du patrimoine français - *Collection : Les Dossiers et Documents de l'AFIT*-
- - Créer et commercialiser des produits de tourisme équestre - *Collection : Les Mini-Guides de l'AFIT*
- - Les marques du tourisme: guide méthodologique - *Collection : Les Cahiers de l'AFIT – Guide de savoir-faire*
- - Ecotourisme, expériences françaises - *Collection : Les Cahiers de l'AFIT – Guide de savoir-faire*
- - Le tourisme de jardins en France - *Collection : Les Cahiers de l'AFIT – Panorama de l'offre*
- - Boutiques de sites culturels : guide du gestionnaire - *Collection : Les Cahiers de l'AFIT – Guide de savoir-faire*
- - Guide pour la qualification touristique des entrées et traversées de Villes - *Collection : Les Dossiers et Documents de l'AFIT - Guide de savoir-faire*
- - Les parcours acrobatiques en forêt de montagne - *Collection : Les Dossiers et Documents de l'AFIT - Guide de savoir-faire*
- - Ecotourism, the french experience - *Collection : Les Cahiers de l'AFIT – Guide de savoir-faire*
- - Pass, city card...Des passeports pour mieux visiter les villes de France - *Collection : Les Cahiers de l'AFIT – Panorama de l'offre*

- - Le marché du bien-être et de la remise en forme avec l'eau - *Collection : Les Cahiers de l'AFIT – Panorama de l'offre*
- - La valorisation touristique des ports de plaisance- *Collection : Les Cahiers de l'AFIT – Guide de savoir-faire*

Le site internet www.afit-tourisme.fr a été sensiblement restructuré (commandes en ligne, téléchargements de textes de synthèse,...) et a bénéficié d'une évolution graphique. Il a connu une progression de 17,10% des visiteurs soit 70 000 internautes.

L'intensification des relations publiques et notamment avec la presse s'est traduite par une augmentation significative des retombées de presse.

Les actions de formation et de communication

- **Les ateliers montage de projets**

L'AFIT organise depuis 10 ans des ateliers « montage de projets », lieux de rencontres des différents acteurs de la définition, du montage et de l'exploitation d'équipements de loisirs et de tourisme, temps d'échange sur les métiers, les stratégies de développement, les succès et les difficultés.

En 2002, trois ateliers ont été organisés autour des thèmes suivants :

- développer ou requalifier un espace de développement économique : le levier tourisme et loisirs
- la communication et le tourisme : des campagnes innovantes pour repositionner l'offre touristique
- réinvestissement, renouvellement d'attractivité, développement phasé : comment réussir dans la durée ?

- **Les journées techniques.**

Trois journées techniques ont eu lieu en 2002 sur des thématiques spécifiques. Ces manifestations font le point sur une problématique particulière. Elles succèdent le plus souvent à une étude et annoncent une publication :

- le marché du bien-être et de la remise en forme avec l'eau, dans les domaines du tourisme et des loisirs
- le tourisme de jardins en France
- Tourinfrance.

ONT (Observatoire national du tourisme)

Publications :

- Le Mémento du tourisme
- Les comptes du tourisme
- Plaquette de la campagne « Tourisme et Handicap »
- Brochure « L'administration du tourisme » (français, anglais, espagnol)
- Chiffres clefs du tourisme (français, anglais)
- Note de conjoncture de la direction du Tourisme (12 numéros)
- **Les études de la Direction du tourisme** (voir ci-dessus)
- **Collections Analyses et Perspectives du tourisme** (idem)

SEATM (Service d'étude et d'aménagement touristique de la montagne)

Publications

- Bilan des investissements dans les domaines skiables français en 2002
- Bilan de la saison 2001-2002 des sports d'hiver
- Les remontées mécaniques en France
- Les chiffres-clés du tourisme de montagne

MAISON DE LA FRANCE

Publications 2002 :

- Brochures générales :

Calendrier des Opérations : actions de promotion
France guide : la France comme vous l'aimez
Carte "France 2002
Sourires de France (rapport d'activités 2001)
Conseil Consultatif International

- Brochures thématiques :

France, destination Jeunes
23 Villes de France en liberté
250 sites culturels qui racontent la France
La Remise en forme par l'eau
Vivre le Golf en France
Carte «Playing Golf in France »
Villages de vacances en France «Naturisme in France », carte
Naturisme en France
France Nature Magazine
Printemps-sur-Mer

Manifestations

- Presse et Relations Publiques :

- 574 opérations d'accueil de journalistes ou d'éductours
- Des opérations de relation publiques (cocktails, dossiers, communiqués, conférences) ont généré 11 000 articles de presse et émissions de télévision ou de radio et plus de 250 millions € de contre-valeurs publicitaires.

- Campagnes de communication :

- 183 campagnes de publicité sur l'ensemble des marchés, soit une augmentation de plus de 17% sur 2001
- 43 opérations de promotion et de marketing direct menées auprès de d'une clientèle potentielle ciblée de plus d'un million de personnes ont permis de relayer ces campagnes de publicité
- 118 opérations d'annonces presse réalisées dans des supports grand public et professionnels
- 4 campagnes télévision et 3 campagnes radio (+ l'emploi d'autres vecteurs comme l'affichage et les taxis)
- 32 campagnes on line (6 en 2001 et 2 en 2000)

- Promotion commerciale

- 137 salons, soit 1/3 de plus qu'en 2001
 - dont 72 destinés au grand public, 38 aux professionnels et 27 mixtes.
 - = 2,5 millions de visiteurs, soit 30% de plus qu'en 2001
- 103 bourses ou workshops, soit une augmentation de 20 % sur 2001
 - 9000 professionnels rencontrés
 - 158 opérations d'animation et de formation des réseaux de distribution
 - 11 000 professionnels formés ou sensibilisés à la diversité et à la qualité du capital touristique français afin de mieux en assurer la promotion et la vente

- Editions :

- 70 types de brochures ont été éditées ou rééditées, soit deux millions de supports imprimés (brochures promotionnelles et institutionnelles; manuels de vente, dépliants...)

- Nouvelles technologies :

- Le site internet "Franceguide.com" unifié couvre 40 marchés en 9 langues.

- 24 millions de pages lues lors de 6 400 000 visites

CONSEIL NATIONAL DU TOURISME

Publications

- Le tourisme des jeunes
- Incitation au départ des non partants
- Le tourisme à l'âge de la retraite
- Les politiques touristiques locales et l'environnement
- Les acteurs touristiques et l'Etat
- La signalisation touristique (CNT/AFIT)

Événements :

Réunion du Conseil d'Orientation du CNT le 5 novembre 2002, présidé par M. Léon Bertrand, Secrétaire d'Etat au tourisme, portant notamment sur le programme de travail 2002-2003 du CNT, les dossiers en cours de la Commission permanente, les rythmes scolaires, les éditions du CNT.

ANNEXE

1. L'importance du tourisme dans l'économie nationale

- Le tourisme représente en 2002 environ 6,7 % du Produit intérieur brut.
 - Au 31 décembre 2001, les emplois dans les activités caractéristiques du tourisme représentent 711.700 emplois salariés, soit 4,5 % du nombre total des emplois salariés en France.
 - La Consommation touristique intérieure (T2 du Compte Satellite du Tourisme) est estimée à 103,3 milliards d'euros pour l'année 2003 (données provisoires).
 - Le chiffre d'affaires des entreprises touristiques (hôtellerie-restauration-cafés et agences de voyages) représente environ 56,5 milliards d'euros pour l'année 2000 (dont 44,5 milliards pour les hôtels-cafés-restaurants).
 - La valeur ajoutée dans la branche des hôtels-cafés-restaurants s'élève pour l'année 2002 à 39,7 milliards d'euros, ce qui représente 12,8 % de celle relative aux services marchands et 2,9 % de l'ensemble de l'économie.
 - Les recettes touristiques internationales se sont établies pour l'année 2002 à 34,5 milliards d'euros. Les dépenses des Français à l'étranger représentent quant à elles 19,5 milliards d'euros. Le solde du poste « voyages » de la Balance des Paiements de la France s'établit ainsi pour l'année 2002 à 15 milliards d'euros.
 - Les recettes touristiques internationales représentaient en 2002 8,4 % des exportations totales de l'économie française.
- Données principales résultant des comptes satellites du tourisme pour 2002 (données provisoires)**

| | |
|---|---------------------------------|
| Consommation des touristes auprès des activités caractéristiques du tourisme | T0 = 42,4 milliards d'euros |
| Consommation liée aux séjours (y compris autres dépenses liées aux séjours et loyers fictifs) | T1 = 76,2 milliards d'euros |
| Consommation touristique intérieure (y compris notamment transports en France) | T2 = 101,3 milliards d'euros |
| Consommation touristique et para-touristique (y compris dépenses des excursionnistes et de la clientèle locale) | T3 = 128,3 milliards d'euros |

2. Tendances majeures dans le marché du tourisme national

- Demande :

Selon l'enquête du suivi de la demande touristique des Français (Direction du Tourisme/Sofres), au cours de l'année 2002, on note par rapport à 2001 une progression des déplacements personnels. La croissance du nombre des séjours (+ 4,3%) est accompagnée d'une hausse (+ 3,8 %) du nombre des nuitées). La durée moyenne de séjour s'est ainsi établie à 5,61 nuits en 2002 contre 5,64 en 2001.

Comparaison 2002/2001. Déplacements touristiques personnels des Français.

En %

| Séjours | France | Étranger | Ensemble |
|----------------|--------|----------|----------|
| Courts séjours | + 3,9 | + 17,3 | + 4,5 |

| | | | |
|----------------|--------|----------|----------|
| Longs séjours | + 4,1 | + 3,8 | + 4,0 |
| Ensemble | + 4,0 | + 7,0 | + 4,3 |
| En (%) | | | |
| Nuitées | France | Étranger | Ensemble |
| Courts séjours | + 3,6 | + 15,9 | + 4,3 |
| Longs séjours | + 3,9 | + 2,6 | + 3,7 |
| Ensemble | + 3,9 | + 3,3 | + 3,8 |

Source : Suivi de la demande touristique des Français - Direction du Tourisme/TNS Sofrès

L'hexagone reste privilégié par rapport à l'étranger

En 2002, la prédominance de l'hexagone se maintient : le nombre des déplacements des français en France augmente certes un peu moins vite que celui de leurs déplacements à l'étranger ; cependant, la progression des voyages à l'étranger profite essentiellement à des voyages courts qui correspondent globalement à une masse de nuitées faible.

La ville progresse.

La répartition des déplacements selon l'espace choisi s'avère en 2002 très voisine de l'année précédente. Le littoral reste en 2002 l'espace le plus fréquenté en termes de nuitées (près de 36 % des nuitées), mais sa part reste stable comme l'année précédente. Aucun espace ne perd significativement de « part de marché » alors que la ville perd un point. Ce n'est pas incohérent : cela signifie que la ville a été plus souvent associée dans les mêmes déplacements à d'autres espaces que l'année précédente.

- Offre :

Offre en hébergement touristique (marchand et non marchand) :

| | En milliers de lits au 1 ^{er} janvier de chaque année | | | | | 2003 | % |
|--|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|
| | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | | |
| Hôtels homologués (1) | 1 202 | 1 171 | 1 167 | 1 178 | 1 201 | 1 207 | 7,0 |
| Résidences de tourisme et hébergements assimilés (2) | 265 | 277 | 319 | 331 | 365 | 381 | 2,2 |
| Campings (3) | 2 784 | 2 704 | 2 700 | 2 692 | 2 764 | 2 762 | 15,9 |
| Villages de vacances (4) | 253 | 260 | 261 | 263 | 264 | 259 | 1,5 |
| Meublés de tourisme (5) | 450 | 450 | 450 | 450 | 450 | 541 | 3,1 |
| Gîtes et chambres d'hôtes | 266 | 269 | 350 | 356 | 356 | | |
| Chambres d'hôtes (6) | | | | | | 58 | 0,3 |
| Auberges de jeunesse (7) | 15 | 14 | 15 | 15 | 15 | 14 | 0,1 |
| Total hébergement marchand | 5 235 | 5 145 | 5 262 | 5 285 | 5 415 | 5222 | 30,1 |
| Autres résidences secondaires (8) | 12 071 | 12 101 | 12 101 | 12 101 | 12 101 | 12 101 | 69,9 |
| Total | 17 306 | 17 246 | 17 363 | 17 386 | 17 516 | 17 323 | 100,0 |

Source : Direction du Tourisme, INSEE, Gîte de France, SNRT

Estimation du nombre de lits et sources :

(1) Lits = chambres x 2 (Source : Insee, Direction du tourisme, Partenaires régionaux)

- (2) Source : SNRT
- (3) Lits = emplacements x 3 (Source : Insee, Direction du tourisme)
- (4) Source : Direction du tourisme
- (5) Lits = meublés x 4 (Source : Direction du tourisme) données au 1^{er} janvier 2002
- (6) Chambres d'hôtes des principales fédérations professionnelles (FNCG, Clévacances France, Fleurs de soleil) Lits = chambres d'hôtes x 2
- (7) Source : FUAJ, LFAJ
- (8) Autres résidences secondaires = résidences secondaires Insee (au sens strict) hors meublés de tourisme et hors logements des résidences de tourisme. Lits = autres résidences secondaires x 5 (Source : Insee)

NB : la méthode d'estimation du nombre de lits par type d'hébergement a subi une modification en 2003. La comparaison des séries s'avère de ce fait délicate.

- **Développements économiques par sous-secteur :**

Les caractéristiques par sous-secteur peuvent être présentées comme suit pour l'année 2000

Chiffre d'affaires en millions d'euros

| | Chiffre d'affaires hors T.V.A. | Nombre d'entreprises | Chiffre d'affaires moyen par entreprise |
|---------------------------------|--------------------------------|----------------------|---|
| Restaurants, Cafés- restaurants | 22 384 | 88 770 | 0,252 |
| Cafés, Débits de boissons | 5 216 | 50 740 | 0,103 |
| Hôtels, Hôtels-restaurants | 14 103 | 27 841 | 0,507 |
| Agences de voyages | 11 083 | 3 631 | 3,052 |
| Autres hébergements | 2 516 | 9 250 | 0,272 |
| Ensemble | 55 302 | 180 232 | 0,307 |

Source : Insee