



N° 1198

ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

TREIZIÈME LÉGISLATURE

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 16 octobre 2008

RAPPORT

FAIT

AU NOM DE LA COMMISSION DES FINANCES, DE L'ÉCONOMIE GÉNÉRALE ET DU PLAN SUR LE
PROJET DE **loi de finances pour 2008** (n° 1127),

PAR M. Gilles CARREZ,
Rapporteur Général,
Député.

ANNEXE N° 18

ÉCONOMIE

TOURISME

Rapporteur spécial : M. Pascal TERRASSE

Député

SOMMAIRE

	Pages
SYNTHÈSE	5
INTRODUCTION	9
I.– L'EXÉCUTION EN 2008 DU PROGRAMME <i>TOURISME</i>	10
A.– L'ÉVOLUTION DES CRÉDITS	10
B.– L'EXÉCUTION BUDGÉTAIRE PAR ACTION.....	11
II.– LA PRÉSENTATION DU PROGRAMME <i>TOURISME</i> DANS LE PROJET DE LOI DE FINANCES POUR 2009	13
A.– L'ARCHITECTURE DU PROGRAMME <i>TOURISME</i>	13
B.– LES OBJECTIFS ET LES INDICATEURS DE PERFORMANCE	14
C.– LES DÉPENSES FISCALES RATTACHÉES.....	16
D.– LA RÉVISION GÉNÉRALE DES POLITIQUES PUBLIQUES.....	18
1.– Les principales modifications annoncées	18
2.– Les conséquences budgétaires.....	18
III.– LA PROMOTION DE L'IMAGE TOURISTIQUE DE LA FRANCE ET DE SES SAVOIR-FAIRE	20
A.– LE TOURISME FRANÇAIS DANS LA COMPÉTITION INTERNATIONALE	20
1.– Le tourisme des étrangers en France	20
2.– Le tourisme des Français.....	23
B.– LES MISSIONS ASSURÉES PAR MAISON DE LA FRANCE	26
1.– La stratégie de Maison de la France.....	26
2.– Les actions réalisées en 2008 et programmées en 2009.....	28
3.– Les moyens de Maison de la France	30
<i>a) Un budget stable et modeste</i>	30
<i>b) Des concurrents puissants et dynamiques</i>	31
C.– LA DIRECTION DU TOURISME	33
D.– LES INDICATEURS DE PERFORMANCE ASSOCIÉS À LA PROMOTION DE L'IMAGE DE LA FRANCE	34

IV.– L'ÉCONOMIE DU TOURISME ET LE DÉVELOPPEMENT DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE	35
A.– L'OBSERVATION ET LE DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE	35
1.– Les missions des services	36
2.– Les missions exercées par ODI France	37
B.– LES INTERVENTIONS EN FAVEUR DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE	38
C.– LES INDICATEURS DE PERFORMANCES ASSOCIÉS À L'ÉCONOMIE DU TOURISME	38
D.– LES DÉPENSES FISCALES EN FAVEUR DE L'ÉCONOMIE DU TOURISME	39
V.– LES POLITIQUES FAVORISANT L'ACCÈS AUX VACANCES	41
A.– LES MISSIONS DE LA DIRECTION DU TOURISME	41
B.– L'AGENCE NATIONALE POUR LES CHÈQUES-VACANCES	42
1.– La progression du chèque-vacances	43
2.– Les subventions au tourisme social	44
C.– L'INDICATEUR DE PERFORMANCE RELATIF À L'ANCV	46
EXAMEN EN COMMISSION	47
ANNEXE	51

L'article 49 de la loi organique du 1^{er} août 2001 relative aux lois de finances (LOLF) fixe au 10 octobre la date limite pour le retour des réponses aux questionnaires budgétaires.

À cette date, 95 % des réponses étaient parvenues à votre Rapporteur spécial, ce dont il se félicite.

SYNTHÈSE

Le projet de loi de finances pour 2009 propose de porter les crédits du programme *Tourisme* à **59,33 millions d'euros en autorisations d'engagement** et à **64,13 millions d'euros en crédits de paiement** soit une baisse, à périmètre constant, de 10,6 % en autorisations d'engagement et de 8,3 % en crédits de paiement.

Cette forte baisse est surtout imputable à des transferts de crédits initiaux. En effet, en application des décisions prises dans le cadre de la révision générale des politiques publiques (RGPP) et dans le but avoué d'optimiser les moyens de gestion, la structuration du programme par action subira des modifications en 2009. Les ressources humaines seront mutualisées au sein du programme *Développement des entreprises et de l'emploi* de la mission, les moyens de fonctionnement étant, quant à eux, transférés sur le programme *Conduite et pilotage des politiques économique, financière et industrielle* de la mission *Gestion des finances publiques et des ressources humaines*.

Ainsi, dans le cadre de la réorganisation des services, les dépenses de personnel (titre 2) de l'administration du tourisme sont désormais inscrites sur le programme 134 *Développement des entreprises et de l'emploi* de la mission *Économie*. Les crédits de 22,62 millions d'euros en provenance du programme 134 seraient en progression de 0,4 % par rapport aux crédits de personnels du programme *Tourisme* de la loi de finances initiale 2008.

La politique touristique française s'articule autour de trois grandes priorités :

I.- LE RENFORCEMENT DE LA PROMOTION DE LA FRANCE À L'ÉTRANGER.

Les crédits de l'action 1 *Promotion de l'image touristique de la France et de ses savoir-faire*, prévus à hauteur de **41,09 millions d'euros** en autorisations d'engagement et en crédits de paiement, sont en progression de 1,3 %.

En comparaison des moyens déployés par les pays concurrents, les montants alloués à la promotion de la France restent cependant toujours très modestes.

L'essentiel de ces crédits concerne la subvention pour charges de service public au groupement d'intérêt économique (GIE) Maison de la France d'un montant de **33,8 millions d'euros**. Le budget de Maison de la France est constitué de cette subvention et de ressources propres qui devraient représenter 58 % du budget total du GIE en 2009. En termes d'effectifs, les prévisions pour 2009 font apparaître 301 emplois (ETP) rémunérés par Maison de la France et 50 emplois rémunérés par l'État.

L'action de promotion se traduit également par des dépenses d'intervention et notamment le financement pour un montant de 7 millions d'euros du pavillon français de l'exposition universelle de Shanghai de 2010.

II.- LA STIMULATION DE LA CONSOMMATION TOURISTIQUE

Les crédits de l'action 2 *Économie du tourisme et développement de l'activité touristique* s'élèvent à **12,88 millions d'euros** en autorisation d'engagement et à **18 millions d'euros** en crédits de paiement soit une baisse respective de 17,1 % et de 6,2 % par rapport à la loi de finances initiale 2008.

Cette baisse porte essentiellement sur les dépenses de fonctionnement et plus particulièrement sur les crédits alloués à l'enquête de suivi de la demande touristique des Français (SDT). Cette enquête, confiée à un prestataire privé (TNS-SOFRES) sur la base d'un marché triennal ayant été renouvelé en 2008, ne bénéficie d'aucune demande d'autorisation d'engagements et de 0,9 million d'euros en crédits de paiements pour 2009 alors que 2,7 millions d'euros d'autorisations d'engagement et 1 million d'euros de crédits de paiement avaient été budgétés en 2008.

Le groupement d'intérêt public (GIP) ODIT-France bénéficie d'une subvention pour charge de service public d'un montant de 2 millions d'euros en autorisation d'engagement et en crédits de paiement qui lui permet notamment de poursuivre ses actions d'études d'observation et d'analyses statistiques.

2,06 millions d'euros en autorisations d'engagement et crédits de paiement sont prévus pour le développement des politiques touristiques, avec particulièrement 1 million d'euros destiné au Plan Qualité Tourisme, dont l'enjeu principal est de maintenir la France comme première destination touristique mondiale.

Les pôles d'excellence rurale mobilisent 1,7 million d'euros en crédits de paiement et l'observation économique régionale voit ses crédits portés à 1,4 million d'euros en autorisations d'engagement et en crédits de paiement en 2009.

Les contrats de projets État-régions (CPER) 2007-2013, organisés autour des trois volets « Tourisme en tant qu'acteur majeur du développement durable », « Observation régionale du tourisme » et « Tourisme et accessibilité », sont financés à hauteur de 5,88 millions d'euros en autorisations d'engagement et 4,5 millions d'euros en crédits de paiement.

Enfin, l'apurement de la dette au titre des contrats de plan 2000-2006 fait l'objet de 3,4 millions d'euros de crédits de paiement sur cette action.

III.– L'AMÉLIORATION DE L'ACCÈS AUX VACANCES POUR TOUS.

Pour 2009, les crédits demandés sur l'action 3 *Politiques favorisant l'accès aux vacances* s'élèvent à **4,36 millions d'euros** en autorisations d'engagement et à **4,04 millions d'euros** en crédits de paiement soit une hausse respective de 51,9 % et 3,3 %.

Ces crédits sont consacrés au développement des politiques sociales pour 0,5 million d'euros, aux contrats de projets 2007-2013 sur le volet « accessibilité » pour 3,86 millions d'euros en autorisations d'engagement et 2,94 millions d'euros en crédits de paiement et enfin le projet annuel de performance prévoit que 0,6 million d'euros en crédits de paiement seront destinés à l'apurement de la dette des contrats de plan 2000-2006 concernant également l'accessibilité des handicapés ; ce qui porte au total à **4 millions d'euros** les crédits du programme destinés à l'apurement de la dette.

L'Agence nationale pour les chèques-vacances (ANCV) participe au côté des services du ministère à la réalisation de cette action. L'ANCV ne perçoit aucune subvention, mais bénéficie d'une dépense fiscale l'exonération de la contribution patronale au financement des chèques-vacances pour un montant évalué à 20 millions d'euros en 2009.

INTRODUCTION

Le ministère de l'Économie, de l'industrie et de l'emploi donne pour objectif à la mission *Économie* de favoriser la mise en place d'un environnement propice à une croissance durable et équilibrée de l'économie française et de l'emploi.

Le *Tourisme*, dans le présent projet de loi de finances, est de nouveau un programme au sein de la mission *Économie*. Cette promotion du *Tourisme* au rang de programme dans la maquette budgétaire, souhaitée par votre commission, doit naturellement se lire comme la reconnaissance du poids du *Tourisme* dans l'économie nationale.

Quelques chiffres clés traduisent l'importance économique du *Tourisme*.

L'activité touristique en France représente 6,2 % du PIB et environ 2 millions d'emplois directs et indirects.

En 2007, dans un contexte mondial de croissance élevée pour le domaine du tourisme en augmentation de 6,6 %, la France est restée la première destination touristique mondiale avec 81,9 millions d'arrivées de touristes internationaux soit une croissance de 3,8 %, devant l'Espagne et les USA.

Les recettes touristiques ont connu une hausse de 7,2 % par rapport à 2006, le solde touristique s'élevant à 12,8 milliards d'euros devançant celui de l'agroalimentaire et celui de l'automobile.

Pour 2008, les premières estimations font état d'une saison globalement bonne, malgré la situation économique dégradée que nous connaissons. L'année 2009 s'annonce plus difficile pour le secteur touristique.

Malheureusement, l'importance du *Tourisme* pour l'économie nationale ne se reflète pas vraiment dans le montant des crédits alloués à la politique publique du tourisme. Le budget du *Tourisme* représente en effet moins de 0,02 % du budget de l'État : le présent projet de loi de finances propose de porter les crédits du *Tourisme* à 59,3 millions d'euros en autorisations d'engagements et à 64,1 millions d'euros en crédits de paiement.

Les autres programmes de la mission *Économie* font l'objet des rapports spéciaux de M. Pierre Morel A l'Huissier ⁽¹⁾ et de M. Jérôme Chartier ⁽²⁾.

(1) *Statistiques et études économiques ; Stratégie économique et fiscale, document Assemblée nationale n° 1198, annexe n° 20.*

(2) *Développement des entreprises et de l'emploi, document Assemblée nationale n° 1198, annexe n° 17.*

I.- L'EXÉCUTION EN 2008 DU PROGRAMME *TOURISME*

A.- L'ÉVOLUTION DES CRÉDITS

La dotation de loi de finances initiale du programme *Tourisme* pour le budget 2008 s'est élevée à **88,84 millions d'euros en autorisations d'engagement et 92,5 millions d'euros en crédits de paiements.**

À ces sommes initiales, il est avant tout nécessaire de retrancher la réserve de précaution qui s'élève à 2,9 millions d'euros pour les autorisations d'engagement et 3,1 millions d'euros en crédits de paiement, dont 0,11 million d'euros (à la fois en autorisations d'engagement et en crédits de paiement) au rang des dépenses de personnel (titre 2).

Les reports de crédits ont concerné le 28 mars 2008, 7,3 millions d'euros pour les autorisations d'engagement et 7,6 millions d'euros pour les crédits de paiement.

En plus du report sur crédits budgétaires (limite de 3 % autorisés), ils intègrent d'une part le solde non-consommé d'un fonds de concours relatif au programme de consolidation des équipements de tourisme social (PCETS). Celui-ci, d'un montant de 9,9 millions d'euros, rattaché tardivement, a fait l'objet d'un report pour un montant de 5,2 millions d'euros. Cette somme est destinée au règlement de la dette relative aux PCETS. Un report important de fonds de concours a concerné les participations de la SNCF et de la Banque de France à deux enquêtes statistiques qui avaient été rattachées en fin d'exercice précédent. Les crédits perçus au titre des fonds de concours sont exclusivement destinés au paiement de ces enquêtes, pour lesquelles le ministère délégué au tourisme est maître d'ouvrage.

Les reports ne concernant pas les fonds de concours ont été gelés suite à la décision ministérielle d'avril dernier. Ainsi 1,9 million d'euros en autorisations d'engagement et 2,2 millions d'euros en crédits de paiement ont été concernés par cette mesure, affectant seulement le budget opérationnel de programme (BOP) central.

Les totaux de la loi de finances initiale doivent donc être majorés des reports de crédits et minorés de la réserve de précaution ainsi que des gels de crédits budgétaires. À la suite de ces opérations, **91,34 millions d'euros** restent disponibles en autorisations d'engagement et **94,77 millions d'euros** en crédits de paiement.

ÉVOLUTION DES CRÉDITS DU PROGRAMME

(en millions d'euros)

Total LFI 2008		Réserve de précaution		Reports de crédits		Gel de crédits		Fonds disponibles	
AE	CP	AE	CP	AE	CP	AE	CP	AE	CP
88,86	92,5	- 2,9	- 3,1	+ 7,3	+ 7,6	- ,9	- 2,2	91,34	94,77

B.- L'EXÉCUTION BUDGÉTAIRE PAR ACTION

Au 4 juillet 2008, le taux d'exécution des autorisations d'engagement s'élevait à 56.98 % alors que celui des crédits de paiement était de 44.48 %. Il est d'ores et déjà possible d'esquisser quelques traits marquants de l'exécution budgétaire.

Le taux d'engagement sur l'action n° 1 *La promotion de l'image touristique de la France et de ses savoir-faire* s'établit à 72,33 % en autorisations d'engagement et 47,36 % en crédits de paiement. Cette mobilisation importante des crédits est due d'une part à la consommation de la subvention annuelle, en partie versée, pour Maison de la France, et d'autre part, aux frais liés aux expositions de Shanghai et Saragosse. Les autorisations d'engagement et les crédits de paiement de la sous-action *Promotion des savoir-faire à l'étranger* révèlent ainsi un taux d'exécution de 97,60 %.

S'agissant des crédits relatifs à la promotion des savoir-faire français en France, la différence entre les autorisations d'engagement et les crédits de paiement s'explique par l'organisation récente, en juin 2008, des *Assises du Tourisme*. Les engagements ont été effectués et ont consommé la quasi-intégralité des crédits dévolus à cette manifestation, les paiements s'échelonnent au cours du deuxième semestre.

L'action n° 2 *L'économie du tourisme et le développement de l'activité touristique* révèle un taux de consommation des crédits de 44,94 % en autorisations d'engagement et de 42,09 % en crédits de paiement. Ces sous-consommations ne sont qu'apparentes, car plusieurs postes de dépenses n'enregistrent des mouvements que lors des derniers mois de l'exercice.

La sous-action *Connaissance et maîtrise de la réalité et de l'évolution économique du secteur* révèle, malgré des engagements effectués à hauteur de 64,55 %, une consommation de crédits de paiement de l'ordre de 14.84 %. Ce poste correspond aux enquêtes effectuées par la Direction du Tourisme, dont certaines découlent de directives européennes sur l'harmonisation des travaux et données statistiques.

La sous-action *Soutien des filières et des métiers du secteur du tourisme* enregistre, quant à elle, des engagements et des paiements faiblement consommés (11 % en autorisations d'engagement et 8 % en crédits de paiement) car ils

correspondent à des opérations de subventions dont les dossiers sont encore en cours d'instruction. Les sous-actions de contractualisation suivent le même rythme, avec des interventions locales aboutissant généralement à partir du mois de septembre.

La forte consommation de crédits de la sous-action *Renforcement de l'attractivité des territoires par des opérations contractualisées (CPER)* (11 % en autorisation d'engagement et 57 % en crédit de paiement) est due essentiellement à l'apurement de la dette des contrats de plan État-Région 2000-2006, dont le paiement entre dans ce poste.

La présence encore forte de cette dette entretient la difficulté rencontrée au plan local, d'engager des nouvelles opérations liées au Contrat de Projet État-Région 2007-2013 et explique que le taux d'engagement sur cette dernière sous-action reste relativement faible à ce stade.

L'action n° 3 *Les politiques favorisant l'accès aux vacances* connaît, elle aussi de fortes différences parmi ses sous-actions. Alors que la majeure partie des subventions de la sous-action des opérations non contractualisées hors CPER a été versée (75,54 % des autorisations d'engagement et 92,01 % des crédits de paiement sont consommés), les opérations contractualisées ont un très faible taux de consommation et le taux d'engagement sur cette sous-action correspond ici encore aux difficultés locales de mise en œuvre des CPER 2007-2013 pour la raison précitée. Les autorisations d'engagement et les crédits de paiement sont réservés à des opérations dont l'aboutissement est prévu pour les mois à venir. Il en est de même des reports de fonds de concours qui seront intégralement consommés lors du règlement des opérations initialement prévues.

L'action n° 4 *Soutien du programme Tourisme* voit ses taux de consommation à mi-année conformes aux prévisions (59,15 % en autorisations d'engagement et 44,48 % en crédits de paiement). Elle comprend deux sous-actions : la première concernant principalement les frais de fonctionnement des services central et déconcentrés, et la deuxième, concernant les frais de personnels.

Dans chaque action, les dépenses de personnel se situent, toutes, proches de 50 %, et sont également conformes à la prévision.

II.- LA PRÉSENTATION DU PROGRAMME *TOURISME* DANS LE PROJET DE LOI DE FINANCES POUR 2009

Le projet de loi de finances pour 2009 propose de porter les crédits du programme *Tourisme* à **59,33 millions d'euros en autorisations d'engagement** et à **64,13 millions d'euros en crédits de paiement** soit une baisse, à périmètre constant, de 10,6 % en autorisations d'engagement et de 8,3 % en crédits de paiement.

ÉVOLUTION DES CRÉDITS DU PROGRAMME *TOURISME* HORS FONDS DE CONCOURS

(en millions d'euros)

Actions	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Loi de finances pour 2008	Projet de loi de finances pour 2009	Évolution 2009/2008 (en %)	Loi de finances pour 2008	Projet de loi de finances pour 2009	Évolution 2009/2008 (en %)
1. Promotion de l'image touristique de la France et de ses savoir-faire	40,56	41,09	+ 1,3%	40,56	41,09	+ 1,3%
2. Économie du tourisme et développement de l'activité touristique	15,53	12,88	- 17,1 %	19,18	18	- 6,2 %
3. Politiques favorisant l'accès aux vacances	2,87	4,36	+ 51,9%	3,91	4,04	+ 3,3%
4. Soutien du programme tourisme	7,37	1	- 86,4 %	6,32	1	- 84,2 %
Totaux	66,33	59,33	- 10,6 %	69,97	64,13	- 8,3 %

Source : *Projet de loi de finances pour 2009*

A.- L'ARCHITECTURE DU PROGRAMME *TOURISME*

Le programme *Tourisme* comprend quatre actions : trois actions correspondant aux trois grandes priorités du programme et une action soutien permettant de faciliter la gestion budgétaire.

La première action du programme, *Promotion de l'image touristique de la France et de ses savoir-faire* a pour objectif de conserver, dans un contexte concurrentiel accru, la place de la France en tant que première destination touristique mondiale, d'une part en assurant la promotion de la destination France sur les marchés étrangers et français et d'autre part, en assurant la promotion des savoir-faire français à l'étranger et en France.

La deuxième action, *Économie du tourisme et développement de l'activité touristique*, a pour but de favoriser le développement de l'activité économique des entreprises du tourisme afin de renforcer leur compétitivité et de permettre de

nombreuses créations d'emplois en assurant la connaissance préalable de la réalité et de l'évolution économiques du secteur, en réglementant celui-ci et en agissant sur la normalisation, en soutenant les filières et les métiers dans leurs actions d'amélioration de la qualité par la mise en œuvre du plan qualité tourisme, en développant l'ingénierie et l'expertise et en renforçant l'attractivité des territoires.

La troisième action, *Politiques favorisant l'accès aux vacances*, correspond aux actions des services du ministère du tourisme et de l'Agence nationale pour les chèques vacances (ANCV) destinées à favoriser le départ en vacances des personnes en difficulté. Elle répond à deux priorités : rendre effectif l'accès aux loisirs et aux vacances pour tous les citoyens d'une part, et faire des vacances une phase d'intégration sociale d'autre part.

La quatrième action, *Soutien du programme tourisme*, permet de regrouper les dépenses de fonctionnement indivises des services déconcentrés du programme.

Les dépenses de fonctionnement courant de l'administration centrale (dont l'immobilier, la logistique, l'informatique, l'action sociale et la mise en jeu de la responsabilité de l'État) relèvent désormais du programme *Conduite et pilotage des politiques économique et financière* de la mission *Gestion des finances publiques et des ressources humaines*.

B.– LES OBJECTIFS ET LES INDICATEURS DE PERFORMANCE

Le programme *Tourisme* reprend les quatre objectifs définis dans le projet de loi de finances 2008. Trois objectifs correspondent aux principales actions du programme et sont déclinés en cinq indicateurs. Le quatrième objectif correspond à une expérimentation sur l'évaluation d'une mesure fiscale et dispose d'un indicateur.

L'objectif n° 1 : *Augmenter la capacité des opérateurs du ministère chargé du tourisme à mobiliser des partenariats financiers* est destiné à illustrer l'action que la direction du Tourisme exerce en partenariat avec ses deux opérateurs, le groupement d'intérêt économique (GIE) Maison de la France et le groupement d'intérêt public (GIP) ODIT France. Ceux-ci utilisent notamment les fonds publics accordés par l'État pour mobiliser différents partenaires, démultipliant et rationalisant ainsi la masse financière consacrée à la politique du tourisme.

L'indicateur n° 1.1 *Part des ressources propres dans le budget du GIE Maison de la France* est conservé sans évolution majeure, mis à part le libellé modifié. Il est destiné à mesurer la capacité du GIE à accroître la part du partenariat dans son financement.

L'indicateur n° 1.2 *Part des ressources propres dans le budget du GIP ODIT-France* voit également son libellé modifié sans changement dans sa structure. Il permet d'apprécier l'intérêt porté par les partenaires aux différentes actions du GIP.

L'objectif n° 2 vise à *Attirer et fidéliser un nombre croissant de touristes étrangers susceptibles de contribuer à l'augmentation des recettes touristiques* est plus particulièrement dévolu à l'action de Maison de la France, dont la mission consiste à valoriser la destination France sur les différents marchés de l'image.

L'indicateur n° 2.1 *Mesure de la performance du site de vente en ligne franceguide.com* est conservé, mais ses prévisions ne devraient pas être effectuées au-delà de 2009 compte tenu des incertitudes pesant sur la filiale de Franceguide SAS.

Il est composé de trois sous-indicateurs.

– le premier, *Nombre de connexions au site franceguide.com*, doit permettre de mesurer l'intérêt porté à la destination France et d'en apprécier l'évolution ;

– le deuxième, *Nombre de dossiers de vente traités par le site*, mesure la capacité du site à procéder à des ventes directes par Internet ;

– le troisième, *Valeur du volume d'affaires généré par la société Franceguide SAS au travers des dossiers traités*, est nouveau. Il permet de mesurer l'impact économique de l'activité de la société.

L'indicateur n° 2.2 *Évolution des dépenses par séjour des touristes non-résidents* remplace l'ancien indicateur *Mesure des équivalents publicitaires des retombées presse et médias suscitées par l'action de Maison de la France à l'étranger*. Ce changement intervient suite à la difficulté d'évaluer les retombées presse et médias à travers les nouvelles technologies, il lui a donc été préféré un indicateur plus pragmatique, reflétant de manière directe les recettes générées par les touristes non-résidents.

Il est composé de trois sous-indicateurs.

– le premier, *Dépenses par séjour des touristes non-résidents* est un ratio entre le nombre de touristes étrangers et le volume total des recettes.

– le deuxième, *Nombre total d'arrivées de touristes internationaux* voit ses prévisions calculées sur la base d'une progression de 4 %, taux retenu par l'organisation mondiale du tourisme pour tous les pays.

– le troisième, *Recettes de la ligne « Voyages » de la balance des paiements à imputer aux seuls touristes étrangers* retient une hypothèse d'inflation annuelle comprise entre 3 % et 4 %.

L'objectif n° 3 doit *Favoriser l'amélioration de l'offre touristique pour répondre aux attentes du marché et orienter la demande en accompagnant les démarches qualité*

L'indicateur n° 3.1 *Corrélation entre l'action sur l'offre et la satisfaction de la clientèle*, a été conservé. Il est destiné à mesurer l'impact du plan « Qualité Tourisme » sur la fréquentation des établissements détenteurs de la marque « Qualité Tourisme ».

Ses premiers sous-indicateurs, basés sur le nombre d'établissements détenteurs de la marque « Qualité Tourisme » dans les secteurs de l'hôtellerie et du camping, sont réévalués de manière à refléter positivement les enjeux majeurs attendus du développement du label « Qualité Tourisme ».

L'objectif n° 4 a pour titre *Évaluation de l'impact des mesures fiscales en faveur de l'Agence nationale pour les chèques-vacances* :

En 2008 le premier indicateur associé à cet objectif concernait l'amélioration de la part des bénéficiaires des chèques vacances partant effectivement en vacances. S'appuyant sur une enquête bisannuelle, ses résultats ne pouvaient pas être jugés significatifs. Il a été supprimé dans le présent projet de loi de finances.

Seul subsiste dans cet objectif l'indicateur concernant le *Rapport entre les recettes fiscales générées par l'utilisation de ce dispositif et le coût des mesures fiscales en faveur des chèques-vacances* Il permet de suivre les rentrées fiscales générées à l'aune des coûts engagés par ces mesures.

C.– LES DÉPENSES FISCALES RATTACHÉES

Le programme *Tourisme* bénéficie de huit mesures fiscales dont six ont un objet principal qui contribue directement au programme et deux qui y contribuent sans que cela soit leur objet principal.

**DÉPENSES FISCALES SUR IMPÔTS D'ÉTAT DONT L'OBJET PRINCIPAL
CONTRIBUE AU PROGRAMME *TOURISME***

(en millions d'euros)

	Numéro et intitulé de la mesure	Chiffrage pour 2007	Chiffrage pour 2008	Chiffrage pour 2009
730 205	Taux de 5,5 % pour la fourniture de logement dans les hôtels (Taxe sur la valeur ajoutée)	1 510	1 570	1 610
730 206	Taux de 5,5 % pour la fourniture de logement dans les terrains de camping classés (Taxe sur la valeur ajoutée)	200	200	200
110 221	Réduction d'impôt au titre des investissements dans le secteur du tourisme (Impôt sur le revenu)	40	45	45
120 112	Exonération de la contribution patronale au financement des chèques-vacances (Impôt sur le revenu)	20	20	20
230 304	Amortissement exceptionnel pour dépenses de mise aux normes dans les hôtels, cafés et restaurants (Impôt sur le revenu et impôt sur les sociétés)	- de 0,5	15	15
180 306	Report d'imposition et abattement de 10 % par an en cas de cession d'actifs immobiliers professionnels par une entreprise du secteur des hôtels, cafés et restaurants à une société d'investissements immobiliers cotée (Impôt sur le revenu)	-	- de 0,5	- de 0,5

Source : *projet de loi de finances 2009*

**DÉPENSES FISCALES SUR IMPÔTS D'ÉTAT CONTRIBUANT À L'ACTION
SANS QUE CE SOIT LEUR OBJET PRINCIPAL**

(en millions d'euros)

	Numéro et intitulé de la mesure	Chiffrage pour 2007	Chiffrage pour 2008	Chiffrage pour 2009
180 305	Imputation sur le revenu global, sur agrément, des déficits industriels et commerciaux non professionnels provenant de la location d'un hôtel, d'une résidence de tourisme ou d'un village de vacances classé, situé dans les DOM, et ayant fait l'objet de travaux de rénovation ou de réhabilitation. (Impôt sur le revenu)	3	3	2
180 307	Provision pour dépenses de mise en conformité en matière de sécurité alimentaire et pour mise aux normes dans les hôtels, cafés et restaurants (Impôt sur le revenu)	- de 0,5	- de 0,5	- de 0,5

Source : *projet de loi de finances 2009*

Les huit dépenses fiscales dont bénéficie le programme, estimées à **1 892 millions d'euros** en 2009, représentent **plus de trente fois les crédits** du programme.

D.– LA RÉVISION GÉNÉRALE DES POLITIQUES PUBLIQUES

1.– Les principales modifications annoncées

Dans le cadre de la révision générale des politiques publiques (RGPP), une modification de l'organisation de l'administration centrale et régionale du ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi a été élaborée. Cette modification prévoit notamment l'intégration de la Direction du tourisme dans une direction générale chargée du suivi et des actions en faveur des PME-PMI, du commerce, de l'artisanat et des professions libérales, compétente sur les questions d'industrie, d'activités touristiques et de services. Cette nouvelle Direction générale des entreprises et des services (DGES) devrait être opérationnelle à compter du 1^{er} janvier 2009. Est également prévue la suppression du service de l'Inspection générale du tourisme.

Par ailleurs, au niveau local, une nouvelle organisation sera mise en place au plus tard le 1^{er} janvier 2011. Il est prévu que chaque direction régionale du tourisme (DRT) soit intégrée dans une direction régionale aux compétences transversales, chargée des entreprises, de la concurrence, de la consommation et de l'emploi (DIRECCTE).

Enfin accompagnant les mesures prises dans le cadre de la RGPP, la création d'une *Agence de développement touristique de la France* a été annoncée par M. Novelli, Secrétaire d'État chargé du commerce, des PME, du tourisme et des services lors de son audition par votre Rapporteur spécial. La création de cette agence, issue de la fusion du GIE Maison de la France et du GIP ODT France, sera l'un des volets du futur projet de loi *Tourisme* qui devrait être présenté au Conseil des ministres avant la fin de l'année 2008. Pour mémoire, le projet de loi intégrera également les aménagements législatifs permettant de mener la réforme du classement hôtelier, celle du régime juridique de la vente de voyages et celle de l'Agence nationale des chèques vacances.

2.– Les conséquences budgétaires

La création d'une direction unique chargée du développement des entreprises, sur la base de la direction générale des entreprises, de la direction du commerce, de l'artisanat et des professions libérales et de la direction du tourisme implique, en matière de moyens budgétaires prévus et consommés de la Direction du tourisme, des modifications de périmètre du programme entre 2008 et 2009.

L'essentiel des emplois et des crédits du programme sont transférés sur le programme *Développement des entreprises et de l'emploi*. La réorganisation en cours conduit également aux transferts d'équivalent temps plein travaillés (ETPT) et de crédits de personnel vers le programme *Conduite et pilotage des politiques économiques, financières et industrielles* de la mission *Gestion des finances publiques et des ressources humaines* et vers le Ministère de l'écologie, de l'énergie, du développement durable et de l'aménagement du territoire pour ce qui

concerne la suppression du service de l'Inspection générale du tourisme. Les inspecteurs généraux de l'équipement seront réaffectés au Conseil général de l'environnement et du développement durable.

La suppression du service de l'Inspection générale du tourisme est quasiment sans incidence sur le budget 2008. Le programme *Tourisme* continue d'assurer, en accord avec le contrôleur budgétaire, la totalité des dépenses de personnel et de fonctionnement de ce service. Le transfert est évalué à 0,73 million d'euros (4 ETPT) pour le titre 2. Par contre les dépenses minimales de fonctionnement ne font pas l'objet de transfert.

Les crédits de fonctionnement de l'administration centrale sont intégrés au programme *Conduite et pilotage des politiques économiques, financières et industrielles* pour la reprise en gestion par la Direction des personnels et de l'adaptation de l'environnement professionnel (DPAEP) de l'immeuble place de Catalogne de même que l'ensemble des dépenses de fonctionnement de la direction du tourisme (à l'exception des crédits de fonctionnement des DRT).

Cette réorganisation explique la baisse très importante (– 86,4 % des autorisations d'engagement et – 84,2 % des crédits de paiement) des crédits de l'action n° 4 *Soutien du programme tourisme* qui s'élèvent à **1 million d'euros** dans le présent projet de loi de finances. Ces crédits sont destinés à couvrir les dépenses relatives à l'activité des services déconcentrés du programme. Ils concernent les dépenses immobilières à hauteur de 0,4 million d'euros et les dépenses de fonctionnement courant pour 0,6 million d'euros.

Les crédits de communication sont transférés au service de communication du ministère de l'Économie, de l'industrie et de l'emploi, le SSIRCOM, pour harmoniser le fonctionnement de la future DGES avec l'ensemble des directions d'administration centrale

Le transfert de la participation du programme *Tourisme* aux contrats de développement de Nouvelle-Calédonie et de Saint-Pierre-et-Miquelon vers le programme *Conditions de vie Outre-Mer* de la mission *Outre-Mer* est également annoncé.

A contrario, il est prévu le transfert entrant des crédits destinés à l'Organisation du tourisme dans les Caraïbes, aujourd'hui gérés sur le programme *Action de la France en Europe et dans le monde* de la mission *Action extérieure de l'État*.

Enfin, en vue d'abonder la subvention pour charges de service public de Maison de la France, le transfert retour du titre 2 du programme *Développement des entreprises et de l'emploi* de la mission *Économie* vers le titre 3 du programme *Tourisme* doit permettre le recrutement direct d'agents par Maison de la France pour compenser le non-renouvellement des contrats arrivants à terme des agents publics mis à disposition par la direction du tourisme.

III.— LA PROMOTION DE L'IMAGE TOURISTIQUE DE LA FRANCE ET DE SES SAVOIR-FAIRE

Maintenir la place de la France comme première destination touristique mondiale et accroître les recettes de ce secteur enregistrées par la balance des paiements constituent des objectifs prioritaires de la politique touristique de la France. Ce caractère prioritaire explique la part prépondérante de l'action n° 1 dans le programme *Tourisme*. Le montant des crédits qui lui sont affectés s'élève, pour 2009, à **41,09 millions d'euros** en autorisations d'engagement et en crédits de paiement (contre 40,6 millions d'euros en 2008), et représente 69,3 % du total des autorisations d'engagement et 64 % du total des crédits de paiement de l'action.

A.— LE TOURISME FRANÇAIS DANS LA COMPÉTITION INTERNATIONALE

L'environnement du tourisme français s'est avéré assez porteur en 2007 compte tenu de la croissance de l'économie nationale et d'un environnement international dynamique.

En 2007, la consommation touristique en France s'est élevée à 117,6 milliards d'euros soit 6,2 % du produit intérieur brut (PIB), au même niveau qu'en 2006. Au cours des dix dernières années, la part de la consommation touristique dans le PIB a régulièrement décliné. Elle s'élevait à 7,2 % en 1997.

La consommation touristique se répartit entre les touristes étrangers, pour 34,9 % et les touristes français, pour 65,1 %.

1.— Le tourisme des étrangers en France

Avec 81,9 millions d'arrivées de touristes non-résidents en 2007, soit une progression de 3,8 % par rapport à 2006, **la France demeure la première destination touristique mondiale**. Outre les touristes, le nombre des visiteurs étrangers qui sont passés par la France sans y séjourner s'est élevé à 114 millions, en baisse par rapport à 2006 où ils étaient 119,5 millions.

En maintenant son niveau d'arrivées, la France a gardé, en 2007, sa position de première destination mondiale, même si sa part relative dans le tourisme mondial est sur une légère baisse tendancielle, comme d'autres pays d'Europe.

ARRIVÉES DE TOURISTES ÉTRANGERS DANS LES PRINCIPAUX PAYS D'ACCUEIL

(en milliers de touristes)

	2003 (r)	2004 (r)	2005 (r)	2006 (r)	2007 (p)	2007/2006 (en %)
FRANCE	75 048	75 121	75 908	78 900	81 900	+ 3,8
% dans le monde	10,8	9,9	9,5	9,3	9,1	
% en Europe	18,5	17,9	17,3	17,1	16,9	
ESPAGNE	50 854	52 430	55 916	58 190	59 193	+ 1,7
% dans le monde	7,3	6,9	7,0	6,9	6,6	
% en Europe	12,6	12,5	12,8	12,6	12,3	
ITALIE	39 604	37 071	36 513	41 058	43 654	+ 6,3
% dans le monde	5,7	4,9	4,5	4,8	4,8	
% en Europe	9,8	8,8	8,3	8,9	9,0	
ÉTATS-UNIS	41 218	46 085	49 206	50 977	55 986	+ 9,8
% dans le monde	5,9	6,1	6,1	6,0	6,2	

(r) : révisé (p) : provisoire

Source : Organisation Mondiale du Tourisme

Le nombre d'arrivées de touristes étrangers est l'indicateur le plus souvent utilisé pour comparer les pays entre eux. Il tend à donner une image un peu surévaluée de la fréquentation touristique des étrangers en France. En effet, la position centrale de notre pays en Europe occidentale en fait un passage obligé pour de nombreux touristes européens dont la destination finale est l'Espagne ou l'Italie. Ces touristes représentent 14 millions sur les 81,9 millions d'arrivées en 2007. Ils ne passent qu'un nombre très limité de nuitées en France ; ils influencent fortement sur le nombre d'arrivées mais pèsent peu en termes de recettes.

Par sa position géographique, notre pays constitue une étape pour de nombreux touristes européens dont la destination finale est l'un des pays limitrophes. Ainsi un peu moins de la moitié des séjours des étrangers en France ne durent que de une à trois nuitées.

La France, première destination mondiale, est troisième en terme de recettes du tourisme international derrière les États-Unis et l'Espagne. Ce classement est stable depuis 2005.

ÉVOLUTION DES RECETTES DU TOURISME INTERNATIONAL

(en millions de dollars US)

	2003 (r)	2004 (r)	2005 (r)	2006 (r)	2007 (p)	2007/2006
FRANCE	36 593	45 289	44 018	46 345	54 228	+ 17%
% dans le Monde	6,9	7,2	6,5	6,2	6,3	
% en Europe	12,9	13,6	12,6	12,3	12,5	
ESPAGNE	39 645	45 248	47 970	51 122	57 795	+ 13%
% dans le Monde	7,5	7,1	7,1	6,9	6,8	
% en Europe	14,0	13,6	13,7	13,6	13,3	
ITALIE	31 245	35 656	35 398	38 130	42 651	+ 11,9%
% dans le Monde	5,9	5,6	5,2	5,1	5,0	
% en Europe	11,0	10,7	10,1	10,1	9,8	
ÉTATS-UNIS	64 348	74 481	81 800	85 700	96 700	+ 12,8%
% dans le Monde	12,2	11,8	12,0	11,5	11,3	

(r) : révisés, (p) : provisoires

Source : Organisation Mondiale du Tourisme

Exprimées en dollar, on constate une progression en 2007 de 17 % des recettes de la ligne « Voyages » de la balance des paiements. Après la hausse de 5,3 % en 2006, cette croissance est principalement due à la dépréciation du dollar par rapport à l'euro. Ainsi la contribution aux recettes de chaque arrivée de touriste passe de 587 dollars à 662 dollars.

Exprimées en euro, les recettes de la ligne française « Voyages » passent de 36,9 milliards d'euros en 2006 à 39,6 milliards d'euros en 2007 marquant une augmentation de 7,2 %. Avec également une forte progression de départ des Français à l'étranger, les dépenses de la ligne « Voyages » passent de 24,8 à 26,8 milliards d'euros (+ 7,8 %). Le solde du poste s'élève à + 5,8 %, 12,8 contre 12,07 milliards d'euros en 2006.

ÉVOLUTION 2004-2007 DES RECETTES ET DÉPENSES DE LA LIGNE « VOYAGES »,

(en millions d'euros)

	2004 r	2005 r	2006 r	2007	2007-2006
Recettes	36 409	35 381	36 911	39 568	+7,3 %
Dépenses	23 171	24 546	24 842	26 780	+8,1 %
Solde	13 239	10 835	12 069	12 788	+5,8 %

Source : Banque de France.

2.– Le tourisme des Français

Après deux années de baisse, l'année 2007 se caractérise par une augmentation de 3 % du nombre de séjours et de 1 % des nuitées pour motif personnel.

Alors que le nombre de séjours par personne augmente légèrement pour atteindre 4,3 voyages en moyenne, le taux de départ des Français de plus de 15 ans estimé à 73 % en 2007, a connu un nouveau tassement. Ce taux atteignait 73,5 % en 2006.

Le nombre des déplacements des Français s'est accru en 2007 par rapport à l'année 2006. La hausse a concerné davantage les courts séjours, jusqu'à trois nuits, que les longs séjours, au moins quatre nuits. Ainsi, le phénomène d'« émiettement », observé les années précédentes, qui conduit à se déplacer plus souvent mais moins longtemps s'est prolongé en 2007. Le nombre total des séjours personnels a augmenté de 3 % en 2007 par rapport à 2006 pour une augmentation de seulement 1 % du nombre des nuitées correspondantes. Globalement, se confirme ainsi la tendance à une réduction de la durée moyenne des déplacements qui prévaut depuis maintenant sept ans : en 2000, la durée moyenne d'un séjour personnel s'établissait à 5,8 jours, elle n'est plus que de 5,2 jours en 2007.

Alors que, globalement, les déplacements pour motif personnel se sont accrus de 3 %, les séjours à l'étranger ont stagné en 2007. Ceci est dû essentiellement à une diminution des courts séjours à l'étranger, car les nuitées à l'étranger progressent de 1,4 %, davantage que l'ensemble des nuitées.

ÉVOLUTION 2007/2006 DES SÉJOURS ET DES NUITÉES DES FRANÇAIS EN FRANCE ET À L'ÉTRANGER

(en %)

Séjours	France	Étranger	Ensemble
Courts séjours	+3,4	-0,2	+3,2
Longs séjours	+3,0	+0,6	+2,6
Ensemble	+3,3	+0,3	+2,9
Nuitées	France	Étranger	Ensemble
Courts séjours	+2,1	+0,9	+2,0
Longs séjours	+0,7	+1,4	+0,8
Ensemble	+1,0	+1,4	+1,1

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

En 2007, la part des hébergements marchands diminue en séjours comme en nuitées. La diminution concerne essentiellement l'hébergement en campings, qui a souffert des mauvaises conditions climatiques pendant l'été 2007 et la location, notamment en raison de la baisse des séjours de sports d'hiver durant l'hiver 2006-2007. En revanche, la part de l'hôtel a progressé.

ÉVOLUTION DES SÉJOURS/NUITÉES 2007/2005 EN FRANCE SELON LES MODES D'HÉBERGEMENT

(en %)

Modes d'hébergement	Part dans les séjours			Part dans les nuitées		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
1-Hôtel	10,6	10,5	11,3	5,4	5,3	5,9
2-Tente, camping	6,2	6,2	5,6	9,6	9,8	8,4
3-Gîte rural, chambre d'hôte	3,5	3,6	3,8	3,5	3,6	3,7
4-Location	4,7	4,8	4,4	9	9,1	8,9
5-Clubs et villages de vacances	2,2	2,2	2,1	3,3	3,1	3
6-Auberge de jeunesse, refuge	0,8	0,8	0,6	0,6	0,5	0,4
Total Hébergement marchand	28	28,1	27,8	31,4	31,4	30,3
7-Résidence secondaire du foyer	9,3	9,2	9,4	17,3	17,4	17,2
8-famille	45,6	45,5	45,8	37,9	37,8	38,7
9-Amis	12,6	12,6	12,8	8,3	8,4	8,6
Total Hébergement non marchand	67,5	67,3	68	63,5	63,6	64,5
Autres modes d'hébergement	4,5	4,6	4,2	5,1	5	5,2
Total	100	100	100	100	100	100

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

En 2007, près de neuf déplacements sur dix concernent le territoire métropolitain qui maintient ainsi son rang de destination privilégiée.

La répartition des déplacements selon l'espace choisi s'avère relativement stable par rapport aux années précédentes. Les trois espaces principaux restent dans l'ordre, en ce qui concerne les nuitées, le bord de mer, la campagne et la ville. En 2007, la proportion de séjours en ville augmente par rapport à 2006, poursuivant une tendance observée depuis plusieurs années, tandis que les séjours à la montagne diminuent pour la deuxième année consécutive.

COMPARAISON 2005-2007 DES SÉJOURS ET DES NUITÉES SELON LES ESPACES

(en %)

	Part (1) dans les séjours			Part (1) dans les nuitées		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Mer	27,2	27,5	27,2	39,7	39,8	39,6
Montagne	15	14,5	14,1	19,6	18,7	18,6
Campagne	35,4	35,1	35,0	31,8	31,5	31,5
Lac	4,1	4,2	4	5,5	5,5	5,4
Ville	35,6	35,8	36,4	29	28,9 %	30

(1) les totaux de chaque colonne dépassent 100 parce que des réponses multiples sont possibles.

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

La répartition régionale des déplacements des Français en 2007 traduit une grande stabilité par rapport aux années précédentes. Les variations d'une année sur l'autre sont très faibles. On peut noter une petite baisse de la région Rhône-Alpes, affectée par le mauvais enneigement de l'hiver 2007.

RÉPARTITION DES SÉJOURS ET DES NUITÉES DES FRANÇAIS DANS LES RÉGIONS

(en %)

Régions	Part dans les séjours			Part dans les nuitées		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Provence Alpes Côte d'Azur	9	9,3	9,2	12,2	12,4	12,2
Rhône-Alpes	11,8	11,9	11,4	11,7	11,4	10,9
Languedoc Roussillon	6,7	6,7	6,7	9,1	9,3	9,3
Bretagne	7,6	7,2	7,4	8,7	8,5	8,5
Aquitaine	6,8	7	6,7	8,3	8,1	8,2
Pays de la Loire	7,5	8	7,8	7,2	7,5	7,4
Midi-Pyrénées	5,5	5,1	5,3	5,6	5,3	5,5
Île-de-France	7,4	7,7	7,8	4,6	4,9	5,1
Poitou Charentes	4,8	4,6	4,7	5,1	4,9	4,9
Basse Normandie	3,6	3,7	3,6	3,3	3,3	3,3
Auvergne	3	3,1	3,3	2,9	2,8	3,2
Centre	5,1	4,8	4,7	3,4	3,3	3,1
Bourgogne	3,7	3,3	3,4	2,8	2,7	2,7
Nord Pas de Calais	3,2	3,5	3,2	2,4	2,5	2,5
Lorraine	2,6	2,5	2,7	2	1,9	2,1
Corse	0,7	0,7	0,8	1,6	1,5	1,7
Picardie	2,2	2,1	2	1,7	1,7	1,5
Haute Normandie	2,1	2,1	2,1	1,4	1,3	1,5
Limousin	1,4	1,4	1,6	1,6	1,5	1,4
Franche Comté	1,9	1,8	1,6	1,7	1,6	1,3
Alsace	1,7	1,5	1,6	1,3	1,1	1,3
Champagne Ardenne	1,8	1,7	1,9	1,1	1,1	1,2
Total	100	100	100	100	100	100

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

Dans leurs déplacements à l'étranger, les Français continuent de privilégier les pays d'Europe (67,8 % des séjours et 54,5 % des nuitées), avec une très nette prédilection pour les pays du sud, l'Espagne (14,6 % des séjours et 13,7 % des nuitées) et l'Italie (12,2 % des séjours et 9,8 % des nuitées). Hors d'Europe, c'est l'Afrique (15,1 % des séjours et 17,8 % des nuitées) - dont les pays du Maghreb - qui vient en tête suivie par l'Amérique (8,3 % des séjours et 12,4 % des nuitées) et l'Asie-Océanie (5,6 % des séjours et 9,2 % des nuitées).

B.– LES MISSIONS ASSURÉES PAR MAISON DE LA FRANCE

Dans le cadre d'un plan visant au renforcement de l'attractivité touristique de la France aussi bien à l'étranger qu'en France même, le Gouvernement a arrêté les orientations stratégiques de la promotion de la destination France sur les marchés étrangers pour les années 2005 à 2010. Le secrétariat d'État au Tourisme est donc chargé de la mise en œuvre de cette politique, mission qu'il assure grâce à ses services et surtout à Maison de la France, groupement d'intérêt économique (GIE) et principal opérateur du programme, qui regroupe près de 1 400 adhérents et dispose de 35 bureaux implantés dans 29 pays étrangers. Cet opérateur du ministère du Tourisme reçoit, en conséquence, une subvention de fonctionnement fixée, pour 2009, à 33,8 millions d'euros en autorisations d'engagement comme en crédits de paiement, soit **plus de la moitié de l'ensemble des moyens attribués au programme *Tourisme*** (57 % des autorisations d'engagement et 52,7 % des crédits de paiement).

1.– La stratégie de Maison de la France

L'action de Maison de la France s'appuie sur le plan de « Stratégie marketing 2005-2010 », élaboré au terme d'une démarche à laquelle a été associé l'ensemble des partenaires du GIE. Cette stratégie marketing, réorientée en priorité vers le grand public, vise, en particulier, à contribuer au renouvellement et à l'enrichissement de l'image de la destination « France » et à s'adapter aux nouvelles tendances du tourisme, plus individuel, ainsi qu'à la place grandissante d'Internet dans la commercialisation des produits touristiques. Maison de la France s'attache, par ailleurs, à mener une analyse des potentialités des marchés étrangers afin de leur adapter des stratégies ciblées.

La stratégie marketing de Maison de la France se décline en quatre objectifs à moyen terme : *Renforcer l'attractivité de la destination France en renouvelant son image, Créer de la valeur et augmenter les recettes touristiques, Mieux promouvoir le tourisme sur l'ensemble du territoire et Désaisonnaliser le tourisme* ; auxquels s'ajoutent trois objectifs à plus court terme : *Créer un nouveau souffle, Conquérir de nouvelles clientèles et Anticiper et accompagner l'émergence de nouveaux marchés*.

En ce qui concerne le *renforcement de l'attractivité de la destination France et le renouvellement de son image*, l'adoption de la signature « France, l'incomparable rendez-vous » déclinée dans toutes les langues et sur tous les supports de communication utilisés par Maison de la France constitue l'un des éléments forts constitutifs du nouveau positionnement de la destination. Cette nouvelle signature s'est traduite également par la mise en place de nouvelles campagnes axées sur l'art de vivre à la française et par la mise en avant de nombreux événements concourant à donner une image plus dynamique et actuelle de la destination.

S'agissant de l'objectif *d'augmentation des recettes touristiques*, celles-ci ont atteint 39,6 milliards d'euros en 2007. L'objectif fixé d'atteindre les 40 milliards d'euros en 2010 devrait donc être atteint avant cette date.

De nouvelles actions ont été mises en place sur plusieurs marchés européens de proximité afin de *promouvoir davantage le tourisme vers l'ensemble des territoires français* : il s'agit notamment des campagnes de communication « France in your car » pour promouvoir le nord-ouest de la France et des campagnes menées avec les comités régionaux du tourisme Midi-Pyrénées, Nord Pas de Calais et le comité départemental du tourisme du Vaucluse sur le marché britannique, des campagnes de promotion de la Corse en gare de Munich pendant le salon CBR, et sur le Massif Central sur les bus de Düsseldorf lors du salon « Tournatur », de la promotion des Alpes françaises sur les tramways de Milan, de la campagne Internet sur la Bretagne sur le marché espagnol, des ateliers Massif Central et Provence Alpes Côte d'Azur sur le marché néerlandais et également de diverses actions de promotion des destinations Outre-mer menées sur de nombreux marchés.

Pour ce qui est de l'objectif de *dessaisonnalisation de l'activité touristique*, de très nombreuses opérations visant à promouvoir les courts séjours sur les marchés européens de proximité ont été mises en place, en particulier sur les marchés britannique, belge, espagnol, néerlandais et italien, afin de fournir aux touristes des opportunités de découvrir la France tout au long de l'année. Le renforcement de la communication sur l'événementiel se situe également dans cette perspective.

La plupart des objectifs à court terme fixés dans la stratégie marketing 2005-2010 ont été atteints ou sont en voie de l'être et la stratégie d'action découlant des objectifs fixés a été mise en œuvre dans ses grandes lignes :

Comme prévu dans les objectifs à court terme, Maison de la France a anticipé et accompagné l'émergence de nouveaux marchés en ouvrant successivement une représentation en 2005 au Moyen-Orient basée à Dubaï et en renforçant sa présence en Inde en 2007.

Le partenariat a été développé de façon notable, notamment par la création d'un service en charge de cette question au sein de la Direction communication et partenariats. Ce service est notamment chargé de l'accompagnement des adhérents dans l'utilisation optimale des services proposés par Maison de la France. Cette nouvelle orientation s'est principalement traduite par la signature de nombreuses conventions de partenariat avec les grands opérateurs du tourisme français et en particulier la Fédération nationale des comités régionaux de tourisme et la Fédération nationale des comités départementaux du tourisme.

La mise en avant de la qualité de l'offre touristique française a été concrétisée par la création du logotype « Qualité Tourisme » et par les nombreuses campagnes de communication menées depuis deux ans à destination

simultanément des professionnels français et étrangers et du grand public français et étranger ; cette communication vise à inciter les professionnels français à adhérer à la démarche Qualité tourisme et à faire connaître la marque aux professionnels étrangers ainsi qu'aux touristes français et étrangers.

Le site Internet Franceguide.com a été entièrement reconfiguré afin de permettre aux internautes d'accéder à l'information, à la promotion, mais aussi à la commercialisation. Sa nouvelle ergonomie cherche à faciliter le développement de la relation avec le client par une information personnalisée et doit permettre la mise en place d'une nouvelle fonction de commercialisation qui inclut actuellement les principaux modes d'hébergements (hôtels, campings, location).

Afin de renforcer l'approche « Europe » sur les marchés lointains, de nombreuses actions bilatérales ont été mises en œuvre en Asie et en Amérique du Sud avec d'autres offices nationaux de tourisme : promotion conjointe avec l'Office du tourisme autrichien du film « Marie-Antoinette » sur le marché japonais en 2006, promotion conjointe avec l'office de tourisme allemand du TGV Est sur le marché chinois et sur le marché brésilien, campagnes de communication conjointe sur le thème « shop' till you drop » en partenariat avec Visit Britain sur les marchés du sud est asiatique, de l'Inde, et du Japon selon les années, séminaire pour agents de voyages conjoint avec la République tchèque sur le marché mexicain pour promouvoir Paris et Prague, accueils de presse conjoints avec l'Italie sur le marché coréen.

S'agissant des outils et services marketing mis en place, un baromètre d'image de la destination a été réalisé en 2006 par Ipsos au travers d'une enquête sur l'image touristique de la France à l'étranger, comparable à celle menée en 2003-2004. Des lettres de veille ont été mises en place sur les principaux marchés émetteurs. Un processus d'évaluation des actions de promotion a été défini en 2006 et mis en place à partir de 2007.

2.- Les actions réalisées en 2008 et programmées en 2009

L'accent a été mis en 2008 sur la recherche de nouveaux partenaires locaux et hors tourisme, la mise en place d'une démarche plus active en direction de la presse, le développement de nouveaux contenus sur le site Internet franceguide.com, la poursuite de la mise en avant de l'événementiel et la mise en place d'opérations spécifiques au marché français.

Événement majeur de l'année 2008, les Assises nationales du Tourisme qui se sont tenues les 18 et 19 juin ont confirmé l'importance économique du tourisme en termes de croissance économique et fixé de nouvelles orientations ambitieuses pour notre pays dans ce domaine, et notamment en matière de promotion.

À cette occasion, Mme Christine Lagarde, Ministre de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi et M. Hervé Novelli, Secrétaire d'État chargé du Commerce, de l'Artisanat, des Petites et Moyennes Entreprises, du Tourisme et des Services, ont lancé la nouvelle politique touristique *Destination France 2020*.

Parmi les principales mesures annoncées, figure la création de la marque « **France** Rendez-vous en France » :



Cet identifiant vise à permettre la mise en œuvre d'une stratégie de promotion organisée ainsi que la mise en valeur de la qualité de l'offre France.

Maison de la France a prévu de mettre en place dès la fin de l'année une campagne de communication destinée à faire connaître la nouvelle marque France.

L'année 2008 est également marquée par de grands événements sur lesquels Maison de la France s'appuie pour lancer de nouvelles campagnes de communication parmi lesquelles une campagne pour le 150^{ème} anniversaire des relations diplomatiques franco-japonaises menée au Japon et en France par l'Office national du tourisme du Japon sur la thématique « *la France, le Japon si proches* » ou encore une campagne spécifique « *La France une histoire de famille depuis 400 ans !* » dans le cadre du 400^{ème} anniversaire de Québec.

Le développement des actions en direction du grand public s'est poursuivi avec la participation à de nombreux salons à Berlin, Milan, Barcelone, Moscou, Bruxelles ou encore en Chine.

Pour ce qui concerne les perspectives 2009, il est d'ores et déjà prévu, dans le cadre du plan gouvernemental *Destination France 2020* de définir de nouvelles orientations stratégiques à moyen terme et d'adapter progressivement les modes de communication et de commercialisation en fonction des décisions prises lors des Assises Nationales du Tourisme. Notamment devrait être poursuivi le déploiement de la nouvelle marque France sur l'ensemble des supports de communication.

Parmi les priorités figure le développement d'une nouvelle version du site Internet franceguide.com afin qu'il réponde mieux aux attentes du grand public et des professionnels, avec un objectif de mise en ligne au printemps 2010.

Le réseau des implantations à l'étranger sera consolidé, notamment par l'ouverture d'une représentation en Israël, programmée au cours du second semestre 2008, et par la restructuration de la représentation au Mexique qui renforcera dès 2009 la présence de notre pays sur ce marché qui bénéficie d'un potentiel de développement important.

3.– Les moyens de Maison de la France

a) *Un budget stable et modeste*

Les ressources du GIE Maison de la France sont essentiellement constituées, et à part sensiblement égales, d'une subvention de l'État et des apports de ses partenaires et clients. En 2007, pour un budget global hors taxes de 63,77 millions d'euros, la subvention du ministère de tutelle s'est élevée à 29,49 millions d'euros, les autres subventions publiques à 0,84 million d'euros et les ressources propres du GIE, prestations de services facturées à ses partenaires et cotisations des adhérents principalement, à 33,44 millions d'euros.

Le compte de résultat prévisionnel du GIE pour 2008 fait état d'une subvention du ministère de tutelle de 28,43 millions d'euros, de ressources propres pour 35,21 millions d'euros, pour un budget global hors taxes de 63,64 millions d'euros.

Pour 2009, la subvention pour charges de service public inscrite sur l'action *Promotion de l'image touristique de la France et de ses savoir-faire* devrait être de **33,8 millions d'euros**, en légère progression par rapport à celle prévue en loi de finances initiale 2008.

L'action de Maison de la France fédère, par ailleurs, une partie des efforts de promotion des régions. En 2007, avec un montant total de 13,98 millions d'euros, la participation des comités régionaux du tourisme aux actions de Maison de la France s'est située à un niveau nettement supérieur à celui de 2006 avec une progression de l'ordre de 13 %. Elle a représenté 43 % du partenariat total de Maison de la France.

La nouvelle présentation des effectifs des personnels de Maison de la France demandée par le Contrôle d'État et la Cour des Comptes comporte désormais l'ensemble des personnels rémunérés ou non par le GIE, concourant à la promotion de la France à l'étranger et en France. Dans ce cadre, les effectifs de Maison de la France s'élevaient à **361 ETP** au 31 décembre 2007, répartis entre le siège pour 104 emplois et les représentations à l'étranger pour 257 emplois.

Les effectifs prévisionnels de 2008 devraient être de l'ordre de **351** dont 292 rémunérés par le GIE et 59 rémunérés par l'État, en diminution par rapport à 2007. Certaines décisions stratégiques pourront impacter la répartition des statuts des bureaux sans que l'effectif global des personnels en soit affecté. En effet, certains bureaux pourront être dotés de personnels expatriés sous contrat GIE, au fur et à mesure des transformations de contrats État en contrats GIE. (3 par ans pendant 3 ans).

Les effectifs prévisionnels de 2009 seront d'environ **351** (301 rémunérés par l'opérateur et 50 par l'État).

La gestion des personnels à l'étranger est toujours confrontée à un problème particulier dans certains pays (États-Unis, Suisse, Grande-Bretagne, Japon...) où le niveau de salaire proposé par le GIE est trop faible pour le contexte local ce qui provoque une rotation trop importante et des difficultés de recrutement.

De façon plus générale, les moyens dont dispose Maison de la France pour assurer sa mission persistent à demeurer inférieurs à ceux des institutions équivalentes dans les pays les plus dynamiques sur le marché du tourisme international.

b) Des concurrents puissants et dynamiques

• En **Espagne** la promotion touristique est assurée au niveau national par Turespana qui est l'organisme de l'Administration générale de l'État en charge notamment de la promotion touristique à l'étranger.

En 2007, le budget de Turespana, l'équivalent espagnol de MDLF, était de 148 millions d'euros. En 2008 il a atteint environ 156 millions d'euros. Ce budget provient dans sa totalité de l'État.

Le budget 2007 de Turespana se répartit en deux postes principaux : 76,6 millions d'euros sont consacrés à la promotion à l'étranger, 71,3 millions d'euros au fonctionnement de la structure.

Turespana disposait de 31 bureaux à l'étranger en 2007 et d'un effectif supérieur à 400 personnes, dont 211 au siège et 212 à l'étranger. Un nouveau bureau a été ouvert à Bombay en 2008 et d'autres ouvertures de bureaux sont envisagées d'ici 2020 (Séoul, Sydney, Prague et Budapest).

S'agissant de la stratégie générale à moyen terme un plan « Horizon 2020 » a été défini. Ce plan 2020 devrait être doté d'un budget de un milliard et demi d'euros par an.

Le plan annuel d'objectifs de la promotion du tourisme espagnol, en référence au plan « Horizon 2020 », a permis le lancement de nouvelles actions en 2008 et renforcé la coopération avec les régions autonomes (50 % des actions de Turespana sont effectuées en collaboration avec les régions autonomes qui abondent ainsi le budget de Turespana).

• En **Grande Bretagne**, Visit Britain, l'organisme comparable à Maison de la France, a été créé sous forme d'entreprise publique (« statutory corporation »).

Son budget global pour l'exercice 2007/2008 s'élève à environ 70 millions de livres sterling, soit près de 90 millions d'euros.

Près de 70 % des ressources budgétaires de Visit Britain proviennent d'une subvention de l'État, et plus précisément du Ministère de la Culture de la Communication et des Sports dont relève le tourisme. (49,9 millions de livres sterling en 2007-2008), et le restant de diverses contributions financières ou d'activités commerciales.

Fin 2007, ce ministère a décidé de réduire progressivement la subvention accordée à Visit Britain qui passerait ainsi de 49,9 millions de livres sterling en 2007-2008 à 47,9 millions de livres sterling en 2008/2009, puis à 45,4 millions en 2009/2010 et à 40,9 millions de livres sterling en 2010/2011, année précédant les Jeux olympiques de Londres.

Pour 2008/2009, Visit Britain prévoit d'obtenir par les contributions de ses partenaires et ses activités commerciales, un budget complémentaire de 23 millions de livres sterling, lui permettant de parvenir à un budget total de l'ordre de 70,9 millions de livres sterling.

Cette décision de réduire la contribution de l'État a fait l'objet de certaines critiques, du fait notamment de sa mise en place préalablement à la tenue des Jeux Olympiques.

Pour le Gouvernement, il s'agit de redéfinir globalement la stratégie de Visit Britain, son organisation et ses modes d'intervention. Un processus de réflexion a été mis en place sur ce thème, un rapport final devant être publié en octobre 2008.

D'ores et déjà, il est prévu de réduire de façon importante les effectifs du personnel, à la fois au siège et à l'étranger.

Actuellement Visit Britain est présente à l'étranger sur 36 marchés et dispose d'un effectif global de 450 personnes, dont 60 % à l'étranger.

Dans la perspective des jeux olympiques de Londres, un programme « Winning, a tourism strategy for 2012 » a été lancé. Visit London et d'autres partenaires devraient être associés à cette démarche.

L'événementiel est également mis en avant dans le cadre de « eventBritain ».

Visit Britain renforce également sa stratégie commerciale en développant des partenariats avec Eurostar, P&O, BMI et en visant notamment une meilleure visibilité des ventes en ligne à travers des marques blanches.

- Conséquence de la perte de parts de marché de **l'Italie** au cours des dernières années, l'ENIT, l'office national italien du tourisme, a changé de statut et de dénomination afin de dynamiser la promotion touristique à l'étranger. Elle est ainsi devenue l'Agenzia Nazionale per il Turismo en 2006. Dotée d'une personnalité juridique de droit public elle jouit d'une autonomie statutaire, réglementaire et comptable, s'inspirant en partie en cela de Maison de la France.

Le budget pour 2008 est d'environ 48,9 millions d'euros sur fonds publics. Ce montant est en forte augmentation par rapport à l'année précédente où il n'avait atteint que 27,3 millions d'euros au budget initial. En cours d'année des contributions des régions ou de partenaires privés sont susceptibles de venir abonder ce budget. L'effectif est de 240 personnes. Cet organisme dispose de 24 bureaux à l'étranger implantés dans 20 pays.

La Secrétaire d'État au tourisme a rappelé le rôle stratégique de l'ENIT pour la promotion de la marque ITALIA dans le monde. La nouvelle stratégie consiste à démontrer l'opportunité que représente le secteur touristique, secteur stratégique de l'économie nationale, et le rôle central de l'ENIT en matière de marketing pour rassembler le Gouvernement, les Régions et les entreprises privées autour d'une politique unitaire.

● En ce qui concerne l'**Allemagne**, la promotion touristique relève de la « Deutsche Zentrale für Tourismus » (DZT), association créée en 1948.

Le budget de la DZT a atteint 34,9 millions d'euros en 2008, en hausse de 1,75 % par rapport à 2007. La DZT dispose de 29 bureaux à l'étranger.

Près des trois quarts du budget proviennent du ministère de l'Économie, le reste provenant des Länders et des 57 partenaires adhérents de la DZT répartis entre 26 institutionnels et 31 entreprises privées.

La promotion de l'Allemagne sur le marché intérieur bénéficie de 3,3 millions d'euros, le reste étant réparti entre la promotion à l'étranger, environ 21,5 millions d'euros, les investissements, les frais de personnel et de fonctionnement.

Les objectifs de la DZT au niveau international sont de promouvoir l'image du tourisme allemand à l'étranger et d'augmenter le nombre de nuitées en provenance de l'étranger.

La DZT axe une partie de sa promotion à l'étranger sur des thématiques annuelles annoncées plusieurs années à l'avance telles que 2008, châteaux parcs et jardins, l'Allemagne romantique et pour 2009 : vacances actives en Allemagne, life style randonnées et cyclotourisme ;

C.– LA DIRECTION DU TOURISME

L'intégration de la direction du tourisme dans une direction générale chargée du suivi et des actions en faveur des PME-PMI, du commerce, de l'artisanat et des professions libérales est l'une des mesures prises dans le cadre de la révision générale des politiques publiques (RGPP). Cette nouvelle direction, opérationnelle à compter du 1er janvier 2009, sera compétente sur les questions d'industrie, d'activités touristiques et de services.

Une très faible partie des crédits rattachés à l'action *Promotion de l'image touristique de la France et de ses savoir-faire*, soit **0,29 million d'euros** en autorisations d'engagement et en crédits de paiement est destinée à la Mission des affaires internationales, service de l'actuelle Direction du tourisme, pour mener des actions telles que la promotion de l'image touristique de la France en soutenant les opérations de communication des acteurs locaux du tourisme ou la poursuite d'action de soutien des professionnels du secteur. Ces crédits devraient également permettre de participer au financement de l'Organisation du tourisme dans les Caraïbes, agence internationale chargée de la promotion et du développement du tourisme dans les territoires caribéens.

Par ailleurs, **7 millions d'euros** seront consacrés au financement du pavillon français de l'exposition universelle de Shanghai, prévue du 1^{er} mai au 31 octobre 2010. À cet effet, a été créée la Compagnie française pour l'exposition de Shanghai (COFRES SAS). Cette société est chargée de la construction du Pavillon et de son animation.

D.- LES INDICATEURS DE PERFORMANCE ASSOCIÉS À LA PROMOTION DE L'IMAGE DE LA FRANCE

Les deux indicateurs associés à cette action tendent à mesurer l'efficacité de l'activité de Maison de la France.

– Le premier indicateur mesure la performance du site de vente en ligne Franceguide.com par le biais du nombre de connexions, du nombre de dossiers de vente traités par le site et par le chiffre d'affaires de la SAS Franceguide. L'objectif fixé au site Internet Franceguide.com est de 23 millions de connexions en 2009, supérieur à celui de 2008 qui a été actualisé à 22 millions dans le projet annuel de performance. Le nouveau sous-indicateur *Valeur du volume d'affaires généré par la société Franceguide SAS au travers des dossiers traités* remplace le sous-indicateur qui fixait le chiffre d'affaire de la SAS Franceguide. L'objectif prévoit un volume d'affaires généré à hauteur de 9,5 millions d'euros pour 2009.

Ce nouvel indicateur a tendance à surévaluer la performance du site Internet et ne doit pas masquer le bilan financier contrasté de la SAS Franceguide. En effet le compte de résultat laisse apparaître près de 330 000 euros de pertes pour 2007 et un montant total de près de 400 000 euros de dettes. Ce site fonctionne correctement mais reste néanmoins déficitaire. Votre Rapporteur spécial s'interroge donc sur son utilité et propose de tirer un bilan définitif de son fonctionnement fin 2009, comme l'a suggéré M. Thierry Baudier, directeur général de Maison de la France lors de son audition.

– Le second indicateur est nouveau : il tend à évaluer l'impact des actions conduites par GIE sur la fréquentation touristique par l'évolution des dépenses par séjour des touristes non-résidents. L'indicateur couvre l'ensemble des touristes en provenance de l'étranger, quel que soit leur mode d'hébergement. Il comprend trois sous-indicateurs :

– le premier sous-indicateur est un ratio entre le nombre de touristes étrangers et le volume total des recettes (touristes et excursionnistes) ; l'augmentation de la dépense par séjour est un indicateur de la qualité de l'accueil des touristes en France ; l'objectif de dépenses par touriste étranger est de 439 euros pour 2009, la cible étant de 444 euros en 2010 ;

– les prévisions du deuxième sous-indicateur, qui donne le nombre total d'arrivées de touristes internationaux, sont calculées sur la base d'une progression de 4 %, retenue par l'organisation mondiale du tourisme pour tous les pays ; en 2009 l'objectif est de 88 millions de touristes étrangers et de 90 millions en 2010.

– enfin le troisième sous-indicateur, *Recettes de la ligne « Voyages » dans la balance des paiements à imputer aux seuls touristes étrangers*, retient une hypothèse d'inflation annuelle comprise entre 3 % et 4 %. La cible est de 40 milliards d'euros en 2010, conformément au plan « Stratégie marketing 2005-2010 ».

Par ailleurs, l'un des indicateurs transversaux du programme vise à mesurer l'effet de levier induit par la subvention à Maison de la France sur les financements apportés par le partenariat. Il présente le montant des apports en valeur absolue et en pourcentage du budget consolidé du GIE. La part du partenariat dans le budget de Maison de la France devrait atteindre un taux de 58 %, en progression de deux points sur la prévision pour 2008 et de près de trois points sur la réalisation 2007.

IV.– L'ÉCONOMIE DU TOURISME ET LE DÉVELOPPEMENT DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE

Les crédits de l'action 2 *Économie du tourisme et développement de l'activité touristique* s'élèvent à **12,88 millions d'euros** en autorisation d'engagement et à **18 millions d'euros** en crédits de paiement soit une baisse respective de 17,1 % et de 6,2 % par rapport à la loi de finances initiale 2008. Cette action regroupe toutes les opérations menées par la Direction du tourisme qui visent à favoriser le développement de l'activité économique des entreprises du secteur afin de renforcer leur compétitivité et de permettre de nombreuses créations d'emplois.

A.– L'OBSERVATION ET LE DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE

Les dépenses de fonctionnement de l'action se répartissent d'une part en dépenses de fonctionnement courant d'un montant de **0,95 million d'euros** en autorisation d'engagement et de **2,35 millions d'euros** en crédit de paiement en vue de financer les enquêtes et études réalisées par les services de l'administration et d'autre part par la subvention pour charges de service public à destination du GIP ODIT-France prévue à hauteur de **2 millions d'euros**.

1.– Les missions des services

Le projet de budget d'études statistiques inclut les prestations faisant l'objet de marchés publics déjà conclus et engageant le ministère chargé du tourisme jusqu'en 2010 et 2011, à savoir le suivi de la demande touristique des Français (SDT) et l'enquête auprès des visiteurs venant de l'étranger (EVE).

L'enquête SDT analyse de façon conjoncturelle la demande touristique française en suivant l'évolution des comportements touristiques de la clientèle. Cette enquête, réalisée par un prestataire privé (TNS-SOFRES), est financée sur la base d'un marché passé pour trois ans, couvrant les périodes d'observation de juillet 2008 à juin 2011.

Pour 2009, le montant retenu pour ce marché s'élève à **0,9 million d'euros en crédits de paiement**.

L'enquête EVE a pour but de mesurer le volume trimestriel des flux touristiques des non-résidents à la sortie du territoire et d'observer leurs comportements en France métropolitaine. Elle permet à la France de se conformer à la mise en œuvre d'une directive européenne et de fournir à l'Organisation mondiale du tourisme les caractéristiques du tourisme international sur son territoire. Réalisée en partenariat avec la Banque de France, elle constitue la base de l'évaluation des recettes de la ligne « voyages » de la balance des paiements. Son financement s'élève à **0,5 million d'euros en crédits de paiement** en 2009.

Cette enquête demande le recours aux services du Centre d'études techniques de l'équipement d'Aix en Provence pour le recueil et la mise en forme des données de trafic entrant dans le processus de redressement de l'enquête pour un montant total de **0,14 million d'euros en autorisations d'engagement et en crédits de paiement**. En outre, l'exploitation des sources de la statistique publique, disponibles sur les ressources informatiques de l'INSEE, fait l'objet d'une facturation de l'ordre de 10 000 euros par an.

Un troisième dispositif complète le budget des enquêtes statistiques : les enquêtes de fréquentation conduites en partenariat avec l'INSEE dont le coût s'élève à **0,45 million d'euro** par an. Ces enquêtes mensuelles, réalisées dans les secteurs de l'hôtellerie et des campings, seront étendues aux autres hébergements collectifs à partir de 2009.

Le solde des dépenses de fonctionnement courant de l'action, **0,35 million d'euros en autorisation d'engagement et en crédits de paiement**, est destiné aux études réalisées par le ministère chargé du tourisme afin, d'une part, d'identifier les enjeux majeurs de l'évolution du tourisme français dans un contexte de concurrence internationale accrue, et, d'autre part, d'aider à la prise de décision de l'administration et des professionnels du secteur. Quatre champs d'étude ont été planifiés dans le cadre de la programmation pluriannuelle 2009-2011 : les tendances de la consommation touristique française ; les stratégies des opérateurs français et internationaux et l'évaluation des démarches « qualité »

engagées par l'État, les entreprises et les collectivités territoriales en matière de tourisme ; les investissements et l'emploi touristique ; le positionnement concurrentiel de l'offre française

2.- Les missions exercées par ODIT France

Le GIP ODIT France (Observation, Développement et Ingénierie Touristiques-France) bénéficie d'une subvention pour charges de service public d'un montant de 2 millions d'euros en autorisations d'engagement et en crédits de paiements qui lui permet notamment de poursuivre ses actions d'études d'observation et d'analyses statistiques. Cette subvention connaît une forte baisse de l'ordre de 20 % par rapport à 2008.

ODIT France a présenté fin 2006 sa stratégie de l'offre touristique française à l'horizon 2010 autour de dix priorités, mises en œuvre sur 2007 par des actions conduites en matière de veille et d'observation, d'aménagement des espaces, de connaissance des clientèles, d'appui à l'ingénierie et à l'innovation, tout en jouant un rôle croissant de conseil à l'export.

Les ressources du GIP sont composées de moyens budgétaires, sous forme de subventions et d'apports en nature, de contributions aux études et aux journées techniques et séminaires, de rémunération d'assistance technique, du produit des cotisations et de la vente de publications.

ÉVOLUTION DES RESSOURCES D'ODIT FRANCE

(en millions d'euros HT)

Ressources	2006	2007	Prévision 2008
Subvention de la Direction du Tourisme	2,07	2,4	2,4
Apports en nature	3,24	4,05	4,05
Contributions des partenaires aux études, Rencontres, journées et assistance techniques	0,85	1,18	1,42
Cotisations des membres, vente de publications et divers	0,64	0,64	0,7

Source : Secrétariat d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme et des services.

Les effectifs d'ODIT France sont stables et devraient retrouver en 2009 le même niveau qu'en 2008.

ÉVOLUTION DES EFFECTIFS D'ODIT FRANCE :

	2006	2007	2008	Prévision 2009
Mis à disposition	55	54	50	49
dont mis à disposition par la Direction du Tourisme	42	38	34	33
Fonctionnaires détachés ⁽¹⁾	1	2	2	2
Recrutements ODIT	25	22	22	23
Total	81	78	74	74

Source : Secrétariat d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme et des services.

(1) les deux personnels détachés travaillent à l'agence comptable

B.– LES INTERVENTIONS EN FAVEUR DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE

Les crédits d'interventions relevant de cette action, **9,93 millions d'euros en autorisations d'engagement et 13,65 millions d'euros en crédits de paiement** sont dévolus au développement des politiques touristiques (dont le Plan Qualité Tourisme), à l'observation économique régionale, à l'apurement de la dette relative aux CPER 2000-2006 et aux nouvelles contractualisations.

Ainsi **2,06 millions d'euros** sont prévus pour le développement des politiques touristiques, avec particulièrement 1 million d'euros destiné au Plan Qualité Tourisme, dont l'enjeu principal est de maintenir la France comme première destination touristique mondiale. L'action de soutien à l'industrie et aux professions touristiques bénéficie de 0,2 million d'euros. Les politiques touristiques de l'emploi et de la formation recueillent également 0,2 million d'euros. Les politiques territoriales reçoivent 0,51 million d'euros. Enfin la Mission de la communication et des nouvelles technologies, service de la Direction du tourisme reçoit 0,15 million d'euros.

Les pôles d'excellence rurale mobilisent **1,7 million d'euros en crédits de paiement** correspondant au solde des autorisations d'engagement non couvertes au 1^{er} janvier 2009.

L'observation économique régionale voit ses crédits portés à **1,4 million d'euros en autorisations d'engagement et en crédits de paiement** en 2009.

Les contrats de projets État-régions (CPER) 2007-2013, organisés autour des trois volets « *Tourisme en tant qu'acteur majeur du développement durable* », « *Observation régionale du tourisme* » et « *Tourisme et accessibilité* », sont financés à hauteur de **5,88 millions d'euros en autorisations d'engagement et 4,5 millions d'euros en crédits de paiement**.

Enfin, au sein de cette action, l'apurement de la dette au titre des contrats de plan 2000-2006 fait l'objet de **3,4 millions d'euros de crédits de paiement**. Le présent projet de loi de finances porte à 4 millions d'euros au total les crédits destinés à apurer la dette.

L'apurement définitif de cette dette, estimée à 10 millions d'euros, a été annoncé pour la fin de l'année 2009 par M. Novelli, Secrétaire d'État chargé du commerce, des PME, du tourisme et des services lors de son audition par votre Rapporteur spécial.

C.– LES INDICATEURS DE PERFORMANCES ASSOCIÉS À L'ÉCONOMIE DU TOURISME

L'indicateur n° 3.1 *Corrélation entre l'action sur l'offre et la satisfaction de la clientèle* est destiné à mesurer l'effet de l'attribution du label « Qualité Tourisme » sur le différentiel de fréquentation enregistré par les établissements détenteurs par rapport à l'ensemble des établissements du secteur. Il se limite pour

l'instant à la mesure de la fréquentation des hôtels et terrains de campings classés, seules activités pour lesquelles les outils statistiques disponibles permettent des enquêtes fiables.

Début 2008, plus de 2 600 hôtels (soit environ 14 % du parc hôtelier français), et près de 1 000 terrains de camping, (soit 11 % des campings français) se sont vus attribuer le label « Qualité Tourisme ». La prévision actualisée pour 2008 est respectivement de 14,5 % et 11,5 %, et la prévision pour 2009 de 16 % et 11,7 %.

En outre, un indicateur transversal du programme concerne l'action 2 en ce qu'il mesure l'effet de levier induit par la subvention à ODIT France sur d'autres sources de financement. L'indicateur révèle, pour l'année 2008, des résultats conformes aux prévisions du point de vue des études réalisées et légèrement supérieures aux prévisions en ce qui concerne les ressources tirées des actions de diffusion. Les prévisions pour 2009 et pour 2008 restent relativement stables.

D.- LES DÉPENSES FISCALES EN FAVEUR DE L'ÉCONOMIE DU TOURISME

Parmi les dépenses fiscales rattachées à l'action *Économie du tourisme et développement de l'activité touristique*, figure la réduction d'impôt sur le revenu accordé au titre des investissements réalisés dans le secteur du tourisme, une dépense estimée à 40 millions d'euros en 2007 et évaluée à 45 millions d'euros pour chacune des années 2008 et 2009.

Depuis 1999, les personnes physiques qui investissent dans les résidences de tourisme bénéficient d'avantages fiscaux qui ont été renforcés au fil du temps et ont été substantiellement modifiés par la loi n° 2005-157 du 23 février 2005 relative au développement des territoires ruraux.

L'objectif de ce dispositif est de permettre le développement et la modernisation du parc des hébergements touristiques locatifs en zone rurale autant dans une optique d'aménagement du territoire que dans celle d'un accroissement de l'offre locative dans les régions dont la vocation et l'équipement touristiques ne sont pas une dominante. Il s'agit également de participer à la mise à niveau en termes de normes d'un parc immobilier vieillissant et de moins adapté à la demande.

Pour résumer, le dispositif combiné des articles 199 *decies* E à 199 *decies* G du code général des impôts ouvre droit à une réduction de l'impôt sur le revenu des contribuables qui investissent, entre le 1er janvier 2005 et le 31 décembre 2010, dans la construction de logements neufs ou la réhabilitation de logements anciens faisant partie d'une résidence de tourisme, en contrepartie de l'engagement du propriétaire du bien de le mettre en location, nu ou meublé selon les cas, pour une durée de neuf ans par l'intermédiaire d'un exploitant de résidence ou de village résidentiel de tourisme.

Sont également concernés les contribuables qui réhabilitent un logement destiné à la location, en qualité de meublé du tourisme, pendant un minimum de douze semaines par an pendant neuf ans.

Le montant de la réduction d'impôt accordée est variable, entre 20 % et 40 % de la dépense engagée dans la limite d'un plafond de 50 000 euros pour un célibataire, divorcé ou veuf et de 100 000 euros pour un couple marié, selon que le logement concerné est situé en zone rurale de revitalisation (ZRR), dans les stations classées en application des articles L 223-1 et suivants du code des collectivités territoriales ou dans les communes touristiques dont la liste est fixée par décret ; dans les zones rurales éligibles aux fonds structurels européens au titre de l'objectif 2 ⁽¹⁾, ou dans les communes concernées par les dispositifs ORIL et VRT.

En outre, la loi du 23 février 2005 institue un quota de 15 % de ces logements qui seront réservés aux travailleurs saisonniers

Son impact a fait l'objet d'une évaluation qui en a montré le caractère positif pour l'orientation de l'investissement en faveur des zones rurales. En 1999, première année de la mise en œuvre du dispositif d'aide à l'investissement dans les résidences de tourisme, 16 % des lits (soit 2 221 lits) ouverts étaient situés en zones de revitalisation rurale (ZRR). Depuis cette date, l'augmentation du parc de résidence de tourisme en ZRR est la suivante :

ÉVOLUTION DES LITS OUVERTS EN ZONE DE REVITALISATION RURALE

ANNÉES	% de lits ouverts en ZRR	Nombre de lits
2000	13	3 165
2001	38	5 378
2002	49	5 789
2003	34	5 618
2004	46	10 764
2005	36	10 426
2006	47	18 584
2007	36	17 705

Source : Secrétariat d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme et des services.

Notre Rapporteur spécial propose cependant que cette dépense fiscale soit plus spécifiquement orientée vers la rénovation des logements des résidences de tourisme. En effet, en fonction de leur implantation géographique (mer ou montagne), ces habitations peuvent souffrir d'un phénomène d'usure important. De plus, du fait de leur relative ancienneté, certaines de ces résidences ne correspondent plus aux critères d'exigence de la clientèle actuelle.

(1) L'objectif 2 vise à soutenir la reconversion économique et sociale des zones en difficulté structurelle.

Votre Rapporteur spécial tient également à vous faire part de l'inquiétude des professionnels du tourisme, résultant du plafonnement programmé de certaines dépenses fiscales notamment celles relatives aux investissements dans les départements et territoires d'Outre-Mer ou encore celles liées aux locations meublées.

V.- LES POLITIQUES FAVORISANT L'ACCÈS AUX VACANCES

Considéré comme l'une des trois priorités du programme *Tourisme*, l'accès aux vacances en constitue l'action 3. La mission confiée au ministère du tourisme consiste, en ce domaine, à rendre effectif le droit aux loisirs et aux vacances tel qu'il résulte du préambule de la Constitution et de la loi du 29 juillet 1999 relative à la lutte contre l'exclusion. L'article 140 de ce texte dispose, en effet, que « *L'égal accès de tous, tout au long de la vie, à la culture, à la pratique sportive, aux vacances et aux loisirs constitue un objectif national. Il permet de garantir l'exercice effectif de la citoyenneté...* »

Les services du ministère et l'établissement public Agence nationale pour les chèques-vacances (ANCV) participent à la réalisation de l'action *Politiques favorisant l'accès aux vacances*. Cette action répond à deux priorités : rendre effectif l'accès aux loisirs et aux vacances pour tous les citoyens d'une part, et faire des vacances une phase d'intégration sociale d'autre part.

A.- LES MISSIONS DE LA DIRECTION DU TOURISME

Pour 2009, les crédits demandés sur l'action *Politiques favorisant l'accès aux vacances* s'élèvent à **4,36 millions d'euros en autorisations d'engagement et à 4,04 millions d'euros en crédits de paiement** soit une hausse respective de 51,9 % et 3,3 %. Malgré cette hausse spectaculaire, cette action ne représente que 7,3 % des autorisations d'engagements du programme, alors que chaque année, 27 % des Français de plus de quinze ans ne partent toujours pas en vacances.

Ces crédits sont consacrés au développement des politiques sociales, aux contrats de projets 2007-2013 sur le volet « accessibilité » et à l'apurement de la dette des contrats de plan 2000-2006 concernant également l'accessibilité des handicapés.

En ce qui concerne le développement des politiques sociales il est prévu **0,5 million d'euros en autorisations d'engagement et en crédits de paiement**. Ces crédits permettront de développer des mesures et des actions favorisant le départ en vacances de publics cibles dans le cadre de la réalisation des engagements pris lors des deux Comités interministériels du tourisme des 9 septembre 2003 et 24 juillet 2004.

Ces crédits seront plus spécialement destinés à la gestion et à la promotion du label « Tourisme et Handicap » (développement de l'offre touristique accessible aux personnes handicapées) et au soutien de l'Union nationale des

associations du tourisme social et familial (UNAT) pour sa connaissance du tourisme social grâce aux études qu'elle réalise ; à l'encouragement du départ en vacances des seniors et au soutien de projets d'associations permettant l'accueil des publics en situation de handicap ; à la contribution au financement du « projet vacances » dont le but est de mettre en place des démarches d'insertion dans le cadre des vacances ; à créer des conditions favorables au développement ou au maintien du tourisme parmi des populations cibles (accueil des jeunes touristes français et étrangers, encouragement au départ des personnes mobilisées par des proches en situation de dépendance).

L'objectif du volet « accessibilité » des contractualisations 2007-2013 est de permettre la mise en accessibilité des équipements de tourisme. À ce titre, **3,86 millions euros en autorisations d'engagement et 2,94 millions d'euros en crédits de paiement** sont prévus. Il s'agit, d'une part, de se mettre en conformité avec la loi du 11 février 2005 pour l'égalité des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, qui oblige les établissements recevant du public et les installations ouvertes au public à être accessibles aux personnes handicapées, et, d'autre part, d'accroître la compétitivité du secteur. Une contractualisation locale permettra d'aider les établissements à s'adapter en réalisant des aménagements spécifiques selon la configuration des lieux et le type de prestations fournies.

Votre Rapporteur spécial tient à signaler les difficultés particulières de l'hôtellerie familiale quant à la mise en conformité aux normes d'accessibilité de ce type d'établissement à laquelle s'ajoutent parfois les contraintes de mise aux normes de sécurité incendie. Les investissements nécessaires sont alors en effet tout à fait considérables et les craintes réelles quant à la survie économique de ces établissements. Il convient sans doute de mettre à l'étude des dispositifs d'aide spécifiques permettant tout à la fois de répondre aux impératifs d'accessibilité de nos concitoyens souffrant d'un handicap et au maintien d'une hôtellerie familiale indépendante. Pour mémoire, le parc hôtelier indépendant a diminué de 5,6 % entre 2002 et 2007 en nombre de chambres et de 6,9 % en nombre d'établissements.

Enfin **0,6 million d'euros** en crédit de paiement seront destinés à l'apurement de la dette des contrats de plan 2000-2006 sur le volet accessibilité.

B. – L'AGENCE NATIONALE POUR LES CHÈQUES-VACANCES

L'Agence nationale pour les chèques-vacances (ANCV), qui n'est pas considérée comme un opérateur du programme *Tourisme*, participe au côté des services du ministère à la réalisation de cette action. L'ANCV ne perçoit aucune subvention, mais bénéficie d'une dépense fiscale *l'exonération de la contribution patronale au financement des chèques-vacances* pour un montant évalué à 20 millions d'euros en 2009.

Établissement public à caractère industriel et commercial, l'ANCV exerce une mission de service public depuis qu'elle a intégré, en novembre 2006, au sein de son pôle social, l'activité et les missions du GIP Bourse Solidarité Vacances (BSV) qui était, lui-même, un opérateur de l'action *Tourisme*.

Cet organisme qui conforte l'action de l'État dans le domaine de l'accès aux vacances et du tourisme social, est placé sous la double tutelle du ministère de l'Économie, des finances et de l'emploi et du secrétariat d'État au Tourisme.

La mission essentielle de l'ANCV est l'émission et le remboursement des chèques-vacances et leur commercialisation ainsi que l'animation et le développement d'un réseau de prestataires. Les chèques-vacances ont été créés par une ordonnance du 26 mars 1982, pour constituer un système d'aide à la personne destiné à promouvoir le départ en vacances des salariés les plus défavorisés. En outre, l'agence poursuit, grâce à ses excédents, une politique de solidarité par l'attribution d'aides à la rénovation d'équipements et l'appui à des actions de politique sociale des vacances.

En 2007, l'ANCV a enregistré des résultats records avec un volume d'émission de 1,12 milliard d'euros en progression de 6,3 %, un résultat net comptable de 14,7 millions d'euros en forte hausse de 30,4 % et plus de 60 000 départs en vacances aidés.

1.– La progression du chèque-vacances

Les années 2006, 2007 et 2008 se sont traduites par la poursuite rapide de l'augmentation du volume d'émissions qui s'est accru de 6,3 % de 2006 à 2007 et devrait augmenter de 7 % en 2008. Le volume d'affaires de l'Agence qui a franchi le seuil symbolique du milliard d'euros en 2006 devrait tendre vers 1,2 milliard d'euros en 2008.

La part des chèques-vacances distribués à travers les dispositifs d'épargne représente, en 2007, 52 % du volume d'émissions, auxquels il faut ajouter 25,6 % du volume de l'émission qui est opéré dans le cadre d'un dispositif de participation. Le solde est constitué par du don sec de la part de l'employeur.

Cette évolution conforte le caractère social des chèques-vacances, permettant au porteur de disposer en moyenne d'environ 400 euros de chèques-vacances et ainsi de constituer un levier pour permettre le départ en vacances de 2,9 millions de porteurs.

Par ailleurs, en 2007, l'ANCV a repris la marque *Coupon Sport*, jusqu'alors détenue par le ministère de la jeunesse et des sports, pour développer un produit destiné à favoriser la pratique sportive et mis en place selon un schéma similaire au chèque-vacances.

Malheureusement force est de constater que les PME-PMI restent toujours à l'écart du dispositif des chèques-vacances.

Depuis la mise en place, en 1999, d'un régime de chèques-vacances propre aux entreprises de moins de 50 salariés, c'est-à-dire ne disposant pas d'un comité d'entreprise, l'ANCV s'est efforcée de développer l'accès aux chèques-vacances pour les salariés de ces entreprises. Les résultats ont toutefois été minimes, avec seulement 22 000 porteurs en 2007 dans ces entreprises.

Cette situation s'explique par trois obstacles à la mise en œuvre de ce régime :

– un accès au chèque-vacances limité aux salariés disposant d'un revenu fiscal de référence inférieur à un seuil qui aboutit à exclure l'employeur, les cadres et une partie des agents de maîtrise ;

– une mise en place du chèque-vacances obligatoirement sous la forme d'une épargne salariale avec, de ce fait, des charges de gestion significatives pour l'employeur ;

– une obligation, pour l'employeur, préalablement à l'introduction du chèque-vacances, d'inscrire cette volonté dans une convention collective ou dans la consultation des représentants du personnel.

Lors de son audition par votre Rapporteur spécial, M. Hervé NOVELLI, secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme et des services a annoncé sa volonté de lever ces trois obstacles à travers un nouveau régime d'accès au chèque-vacances pour les entreprises de moins de 50 salariés. Ce nouveau régime sera contenu dans le projet de loi « tourisme » prévu avant la fin de l'année. En outre, la commercialisation des chèques-vacances sur ce segment d'entreprises pourrait être ouverte à des opérateurs privés, en concurrence avec l'ANCV, pour permettre une mise en place rapide de la réforme.

2.– Les subventions au tourisme social

L'action sociale de l'Agence a été fondée pendant plus de 20 ans sur 2 programmes :

– des aides à la personne avec les bourses vacances, dénommées depuis 2007 « aides aux projets vacances » ;

– des aides à la pierre à travers des aides aux équipements touristiques à vocation sociale.

En novembre 2007 et mars 2008, suite aux difficultés juridiques rencontrées notamment dans la gestion de certains dossiers d'aides à la pierre⁽¹⁾, une réforme de ces programmes a été entreprise pour mieux répondre aux besoins des partenaires de l'action sociale. Cette réforme visait également à sécuriser l'ensemble des procédures liées à l'attribution des aides.

(1) À ce jour, une centaine de dossiers serait encore « gelés » ; ils bénéficient d'un examen au cas par cas, en vue de leur règlement.

Depuis 1994, les *aides aux équipements touristiques à vocation sociale* ont été accordées aux structures relevant du tourisme social, avec une progression conséquente en nombre de structures aidées entre 1994 et 2006 (de 34 à 145 projets) et en montants attribués (de 1 million d'euros à plus de 6 millions d'euros). Le régime de ces aides étant en cours de refonte en 2007, aucun nouveau projet n'a été financé cette année-là.

Par contre, lors du conseil d'administration de l'ANCV du 27 juin 2007, la décision a été prise d'abonder à hauteur de 9,95 millions d'euros un fonds de concours intitulé *Participations diverses aux équipements réalisés dans le domaine du tourisme social*. Après approbation formelle de la décision par la ministre de l'Économie, des finances et de l'emploi et le secrétaire d'État à la Consommation et au tourisme, cette mesure a fait l'objet d'une convention entre la direction du Tourisme et l'ANCV et un titre de perception a été émis.

Le programme *aides aux projets vacances* s'appuie sur des structures caritatives ou sociales, de dimension nationale qui recueillent, par le biais d'appels à projets effectués auprès de leurs antennes régionales, les demandes de soutien à des projets vacances émanant de publics en grande difficulté.

L'évolution constante du nombre de personnes aidées, de 2 000 personnes en 1987 à 51 255 personnes en 2007, se justifie par l'augmentation du nombre d'associations partenaires, 18 en 2004 et 35 en 2007, mais également par l'augmentation croissante du nombre de non-partants.

Dès le début de l'année 2007, l'ANCV a repris la gestion complète de deux programmes auxquels elle était liée depuis leur création :

– Bourse Solidarité Vacances créée en 1998 et jusque-là organisé en GIP avec un appui financier de l'ANCV et de l'État. BSV collecte auprès de prestataires touristiques volontaires des propositions de séjours et de loisirs à des tarifs solidaires pour les proposer, ainsi que des trajets ferroviaires à prix très réduits offerts par la SNCF, à des organismes à vocation sociale ou d'animation travaillant avec des personnes fragilisées. Ce programme a contribué, en 2007, au départ en vacances de 7 183 personnes et aux activités de loisirs de 1 700 bénéficiaires.

– Seniors en Vacances : programme mis en place à titre expérimental en 2005 par l'Union Nationale des Associations de Tourisme (UNAT) et financé par l'ANCV. 1 700 personnes âgées ont pu participer à un séjour de vacances au cours de l'exercice 2007.

2007 se caractérise par un nouveau dynamisme de l'Agence et de sa politique d'action sociale : nouvelle gouvernance, restructuration de la direction sociale, quatre programmes mis au service des quatre populations accompagnées, une action sociale au service des politiques de l'État.

Les vacances sont présentées comme un outil d'accompagnement social pouvant contribuer :

– à l'insertion des jeunes, par l'apprentissage, le transfert des compétences au-delà de la simple démarche de vacances ;

– à la lutte contre l'isolement des personnes âgées, au lien social dans les communes les plus isolées ;

– au resserrement des liens familiaux, à la voie vers l'autonomie ;

– à la mixité, au brassage favorisant l'insertion des personnes en situation de handicap (participation aux groupes de travail menés par la délégation interministérielle aux personnes handicapées).

C.– L'INDICATEUR DE PERFORMANCE RELATIF À L'ANCV

L'indicateur 4.1 *Effet multiplicateur des mesures fiscales en faveur des chèques-vacances sur les recettes fiscales induites*, est établi en comparant le coût pour le budget de l'État de l'exonération fiscale profitant aux porteurs de chèques-vacances – exonération de la contribution patronale de l'impôt sur le revenu– qui s'est élevé à 20,5 millions d'euros, en 2007, aux recettes fiscales induites par l'utilisation des chèques-vacances, qui se sont élevées à 118,5 millions d'euros, dont 100 millions d'euros de TVA et 18,5 millions d'impôt sur les sociétés.

L'effet multiplicateur réactualisé prévu pour 2008 est de 6,19, compte tenu d'un montant de remboursements prévus de 1 125 millions d'euros.

Le projet annuel de performance n'établit pas de prévision pour 2009 du fait de l'absence de l'absence de contrat pluriannuel d'objectifs et de moyens entre l'ANCV et l'État.

*

* *

EXAMEN EN COMMISSION

Au cours de la séance du 15 octobre 2008 à 9 heures, votre commission des Finances examine les crédits de la mission *Économie*, sur le rapport de M. Pascal Terrasse, **votre Rapporteur spécial**.

M. Jean-Pierre Gorges. Le budget du tourisme est petit mais les résultats du secteur sont considérables. On peut donc s'interroger sur l'utilité de conserver un ministère du tourisme. D'autant que, avec les outils de communication proposés sur Internet, ce sont les opérateurs eux-mêmes qui assurent la promotion du tourisme en France. À Chartres, ces outils ont permis de doper encore plus l'activité, sous l'impulsion des structures locales.

M. Alain Rodet, président. Vous avez hérité d'un patrimoine exceptionnel. À certains endroits moins bien pourvus, il faut beaucoup d'efforts pour obtenir des résultats.

M. Jean-Pierre Gorges. Il faudrait donc se montrer solidaires pour que les touristes aillent aussi là où il n'y a rien à voir ? C'est sans doute une conception du tourisme...

Dans un contexte où le déficit budgétaire atteint 52 milliards, il serait suicidaire de ramener la TVA à 5,5 % pour un secteur qui représente 6 % du PIB. Chacun sait que le gain ne serait pas consacré intégralement à l'embauche. Je préfère proposer la suppression de ce budget, qui entraînerait une économie de 60 millions d'euros !

Par ailleurs, j'espère que le millefeuille constitué par les organismes municipaux, départementaux et régionaux sera simplifié. Il y a là beaucoup d'argent à économiser.

J'ai bien compris que, à l'instar de M. de Courson, vous êtes d'accord pour supprimer les niches fiscales mais dans une démarche analytique et non synthétique : vous voulez toucher à quelques-unes mais pas à celles qui concernent votre circonscription... Même si les niches peuvent avoir au départ un effet incitatif, elles risquent ensuite de se retourner contre nous, alors que nous recherchons des recettes pour équilibrer le budget.

Je suis très concerné par le dispositif « Malraux » car, avec 300 hectares, la ville dont je suis maire doit avoir la première ou la deuxième superficie de France. Pour certains endroits, c'est un bon outil, mais il ne faut pas empiler du « Malraux » sur du « Malraux » ; des dispositifs différents doivent être imaginés.

M. Michel Bouvard. Notre rapporteur spécial a bien fait de rappeler le poids de la dépense fiscale liée au programme *Tourisme*, qui avait du reste contribué à justifier le maintien de ce programme, malgré la modestie de ses crédits budgétaires. La dépense fiscale pose problème quand elle s'accroît et sape progressivement les recettes de l'État. Mais la dépense fiscale liée au tourisme est plutôt stable.

Le secteur du tourisme a beaucoup tâtonné dans la mise en place d'un outil informatique performant pour les réservations. La cinquième version du site fr.franceguide.com fonctionnera-t-elle à un coût raisonnable et donnera-t-elle les résultats escomptés ?

Au sujet de l'ANCV, deux questions demeurent.

Premièrement, des acteurs du tourisme associatif et des collectivités sont en attente de subventions, qui ont été notifiées mais se trouvent bloquées – alors que les travaux ont été faits – à cause d'un contentieux judiciaire consécutif à des observations du contrôle financier et à un rapport de la Cour des comptes. Les prêts relais bancaires étant actuellement plus difficiles à obtenir, le plus simple serait vraisemblablement que l'État effectue un prélèvement sur les ressources de l'ANCV et verse lui-même les subventions.

Deuxièmement, pour étendre enfin le chèque-vacances aux PME, devons-nous prendre l'initiative d'un amendement au projet de loi de finances ou attendre la « loi tourisme » ?

M. Pierre Morel-A-L'Huissier. La mesure relative aux résidences de tourisme a-t-elle été évaluée ? Dans le département de la Lozère, elle n'a guère été utilisée.

Les professionnels de la restauration ne sont pas tous favorables à la TVA à 5,5 %. Au sein de l'UMIH, l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie, cette mesure ne fait du reste pas l'unanimité. Avant de la proposer définitivement, il conviendrait de l'évaluer.

M. Alain Rodet, président. Les résidences secondaires détenues par des étrangers, notamment des ressortissants communautaires, entrent-elles dans le calcul conduisant au taux de 6 % du PIB ?

Si les chiffres d'affaires de l'Italie et de l'Espagne sont légèrement supérieurs à celui de la France, il faut dire que l'héliotropisme joue pour elles.

M. Pascal Terrasse, Rapporteur spécial. Lorsque M. Gorges suggère de supprimer le ministère du tourisme, je suppose qu'il fait de l'humour, même si la question a souvent été posée. Nombre de pays considèrent le tourisme comme un facteur essentiel de croissance et d'emploi. J'aurais plutôt tendance à placer le tourisme parmi les priorités et à demander le renforcement de ce ministère, d'autant que la France dispose d'atouts considérables, avec des sites magnifiques, qui ne sont pas délocalisables, alors que les touristes, eux, le sont.

Le portail d'entrée fr.franceguide.com, sur lequel d'autres grands réseaux peuvent se connecter, permet de réserver des séjours sur le territoire national. Les Gîtes de France ont créé cette année leur propre portail mais je ne suis pas certain que ce soit une réussite car ce réseau est trop peu connu à l'étranger. Le portail fr.franceguide.com présente un intérêt indéniable mais sera encore déficitaire, je

l'ai dit, de 400 000 euros en 2008. M. Thierry Baudier, directeur général de Maison de la France, en fera le bilan fin 2009. Il pourra alors être mis en vente ou ouvert au partenariat de sociétés compétentes dans ce domaine. Le site voyages-sncf.com est en revanche un vrai succès.

M. Michel Bouvard, président. Outre le déficit d'exploitation du portail, son coût de développement a été supporté par Maison de la France et le ministère du tourisme. De surcroît, il fait suite à d'autres tentatives, effectuées depuis dix ans – j'étais alors rapporteur spécial de ce budget –, qui ont déjà échoué et coûté cher. Arrivera un moment où il faudra arrêter les frais.

M. Pascal Terrasse, Rapporteur spécial. Une décision sera prise l'an prochain. Le site marche bien mais sa promotion à l'international coûte très cher. En outre, j'estime insuffisante la participation des partenaires privés bénéficiant du service. Enfin, trop de grandes fédérations fonctionnent isolément ; il vaudrait mieux disposer d'un portail d'entrée unique renvoyant vers les sites de réservation.

L'an dernier, nous avons déposé avec Michel Bouvard un amendement visant à récupérer 2 millions d'euros pour la centaine de dossiers de subventions en souffrance de l'ANCV, qui concernent des communes et des associations. Je suis surpris que de nouveaux dossiers soient retenus alors que la situation n'est pas débloquée. Il faudra faire en sorte que les sommes dues, dont certaines datent de plus de quatre ans, soient payées cette année.

Par le passé, notre commission a adopté à plusieurs reprises des amendements tendant à étendre le bénéfice des chèques-vacances aux PME-PMI. Le ministre m'a confirmé que cette mesure figurera dans un texte de loi présenté en début d'année prochaine. Mais ces chèques-vacances seront-ils gérés par l'ANCV ou par des sociétés tierces ?

Les résultats des résidences de tourisme sont évidemment très contrastés. Beaucoup de stations de moyenne montagne ont bénéficié de ce dispositif. Je pense que l'avantage lié aux pôles tourisme des zones de revitalisation rurale sera remis en cause l'année prochaine. Dans le prochain projet de loi sur le tourisme, il faudra trouver les moyens de mobiliser des crédits en faveur de la réhabilitation des bâtiments obsolètes. De même, de grands ensembles immobiliers construits sur le littoral dans les années soixante sont dans un état déplorable : il faudra bien se décider à les réhabiliter, ou à les raser.

Les résidences secondaires sont évidemment décomptées dans le calcul des indicateurs. Il n'en demeure pas moins que nos indicateurs relatifs au tourisme sont très précaires. Par exemple, nous ne disposons d'aucun indicateur fiscal. De plus, parmi les résidences secondaires, en Corse comme dans d'autres régions, les locations non déclarées sont courantes. Les échanges de résidences se développent également. Il ne serait pas inintéressant que les directions départementales de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes se penchent sur le problème.

M. Michel Bouvard, président. Le vote sur l'ensemble de la mission *Économie* aura lieu demain matin. Émettez-vous un avis favorable à l'adoption des crédits du programme *Tourisme* ?

M. Pascal Terrasse, Rapporteur spécial. Je m'en remets à la sagesse de la commission.

*

* *

*Lors de sa séance du jeudi 16 octobre 2008 à 9 heures, ayant reçu l'avis favorable des Rapporteurs spéciaux MM. Jérôme Chartier, Olivier Dassault et Pierre Morel-A-l'Huissier, et M. Pascal Terrasse s'en étant remis à la sagesse de la Commission, la commission des Finances **adopte** les crédits de la mission Économie.*

ANNEXE

Liste des auditions réalisées par votre Rapporteur spécial

– M. Hervé Novelli, secrétaire d'État auprès de la ministre de l'Économie de l'industrie et de l'emploi, chargé du Commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme et des services.

– M. Ronald Davies, Sous-directeur de l'administration générale et de l'évaluation interne.

– M. Thierry Baudier, directeur général de Maison de la France.

– Alain Tessier, contrôleur financier de l'Agence nationale pour les chèques-vacances (ANCV).