



N° 1967

ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

TREIZIÈME LÉGISLATURE

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 14 octobre 2009

RAPPORT

FAIT

AU NOM DE LA COMMISSION DES FINANCES, DE L'ÉCONOMIE GÉNÉRALE ET DU CONTRÔLE BUDGÉTAIRE SUR LE PROJET DE **loi de finances pour 2010** (n° 1946),

PAR M. Gilles CARREZ,
Rapporteur Général,
Député.

ANNEXE N° 18

ÉCONOMIE

TOURISME

Rapporteur spécial : M. Jean-Louis DUMONT

Député

SOMMAIRE

	Pages
SYNTHÈSE	5
INTRODUCTION	7
I.– L'EXÉCUTION EN 2009 DU PROGRAMME <i>TOURISME</i>	9
A.– LA SITUATION DES CRÉDITS AU 31 AOÛT 2009.....	9
B.– L'EXÉCUTION BUDGÉTAIRE PAR ACTION.....	9
II.– LA PRÉSENTATION DU PROGRAMME <i>TOURISME</i> DANS LE PROJET DE LOI DE FINANCES POUR 2010	11
A.– L'ARCHITECTURE DU PROGRAMME <i>TOURISME</i>	12
B.– LES OBJECTIFS ET LES INDICATEURS DE PERFORMANCE.....	12
C.– LES DÉPENSES FISCALES RATTACHÉES.....	14
1. Trois dépenses incitatives représentent 97 % des dépenses fiscales du programme...	16
2. Une mesure de transfert au coût limité et à l'effet de levier important.....	17
3. Deux dépenses fiscales subsidiaires.....	18
D.– LA MISE EN ŒUVRE DE LA RÉVISION GÉNÉRALE DES POLITIQUES PUBLIQUES (RGPP)...	18
E.– LA LOI DE DÉVELOPPEMENT ET DE MODERNISATION DES SERVICES TOURISTIQUES DE JUILLET 2009.....	19
1.– Une nouvelle réglementation applicable aux agents de voyages.....	19
2.– Un nouveau classement hôtelier.....	19
3.– La création d'ATOUT-France.....	20
4.– Une plus grande diffusion des chèques vacances.....	20
5.– Les autres dispositions de la loi.....	21
III.– ATOUT-FRANCE : OPÉRATEUR UNIQUE DE L'ÉTAT DANS LE SECTEUR DU TOURISME	23
A.– DES MISSIONS RENFORCÉES.....	23
B.– DES MOYENS MODESTES.....	24
IV.– LA PROMOTION DE L'IMAGE TOURISTIQUE DE LA FRANCE ET DE SES SAVOIR-FAIRE	25
A.– LE TOURISME FRANÇAIS DANS LA COMPÉTITION INTERNATIONALE.....	25
B.– LES ACTIONS MENÉES ET PROGRAMMÉES PAR ATOUT-FRANCE.....	26
C.– LES DÉPENSES D'INTERVENTION EN FAVEUR DE LA PROMOTION DU TOURISME.....	28

V.– L'ÉCONOMIE DU TOURISME ET LE DÉVELOPPEMENT DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE	31
A.– L'OBSERVATION ET LE DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE	31
B.– LES INTERVENTIONS EN FAVEUR DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE	32
VI.– LES POLITIQUES FAVORISANT L'ACCÈS AUX VACANCES	35
A.– LES DÉPENSES D'INTERVENTION EN FAVEUR DE L'ACCÈS AUX VACANCES	35
B.– L'AGENCE NATIONALE POUR LES CHÈQUES-VACANCES	36
1.– La progression du chèque-vacances	37
2.– Les subventions au tourisme social	38
EXAMEN EN COMMISSION	41
ANNEXE 1 : BILAN DÉTAILLÉ DE L'ANNÉE TOURISTIQUE 2008 POUR LA FRANCE	43
1.– <i>Le tourisme français en 2008 : un environnement général soumis à de violentes perturbations</i>	43
2.– <i>Les déplacements des Français</i>	43
3.– <i>Les visiteurs étrangers en France</i>	45
4.– <i>La ligne « voyages » de la balance des paiements en 2008</i>	48
5.– <i>Le contexte du tourisme international en 2008 : la compétitivité par les prix</i>	49
6.– <i>Les prix du tourisme en 2008</i>	49
7.– <i>Les activités des entreprises touristiques</i>	50
ANNEXE 2 : LISTE DES AUDITIONS RÉALISÉES PAR LE RAPPORTEUR SPÉCIAL	57

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, 98 % des réponses étaient parvenues à votre Rapporteur spécial.

Les autres programmes de la mission *Économie* font l'objet des rapports spéciaux de MM. Jérôme Chartier⁽¹⁾, Olivier Dassault⁽²⁾ et Jean-Claude Mathis⁽³⁾.

(1) *Développement des entreprises et de l'emploi*, document Assemblée nationale n° 1967, annexe n° 17.

(2) *Commerce extérieur*, document Assemblée nationale n° 1967, annexe n° 19.

(3) *Statistiques et études économiques ; Stratégie économique et fiscale ; Accords monétaires internationaux*, document Assemblée nationale n° 1967, annexe n° 20.

SYNTHÈSE

Le projet de loi de finances pour 2010 propose de porter les crédits du programme *Tourisme* à **58,08 millions d'euros en autorisations d'engagement** et à **56,68 millions d'euros en crédits de paiement** soit une légère baisse de 2,3 % des autorisations d'engagement et une diminution plus conséquente de 11,8 % des crédits de paiement.

Ces montants respectent certes les crédits prévus par la loi de programmation pluriannuelle 2009-2011, mais compte tenu de l'enjeu majeur pour l'économie nationale que représente le *Tourisme*, le Rapporteur spécial ne peut que regretter la modestie de ces dotations budgétaires et le constat de leur diminution.

D'autres programmes concourent à la mise en œuvre de la politique du *Tourisme* pour ce qui concerne les dépenses de fonctionnement courant de l'administration centrale. Ainsi, **33 millions d'euros** de crédits de paiement proviennent du programme n° 134 *Développement des entreprises et de l'emploi* de la mission *Économie*, **3,4 millions d'euros** sont issus du programme n° 218 *Conduite et pilotage des politiques économique et financière* de la mission *Gestion des finances publiques et des ressources humaines* et enfin 0,9 million d'euros sont en provenance du programme *Entretien des bâtiments de l'État* de la mission *Gestion des finances publiques et des ressources humaines*.

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 **42,48 millions d'euros** en autorisations d'engagement et en crédits de paiement, sont en progression de 4 %.

L'essentiel de ces crédits concerne la subvention pour charges de service public attribuée à la nouvelle agence de développement touristique, le groupement d'intérêt économique (GIE) ATOUT-France, né de la fusion de Maison de la France et de ODIT-France. Cette subvention s'élève à 34,76 millions d'euros. Le budget d'ATOUT-France, unique opérateur de l'État sur le secteur du tourisme, est également constitué de ressources propres qui devraient représenter la moitié du budget total du GIE en 2010. En termes d'effectifs, les prévisions pour 2010 font apparaître 347 emplois (ETP) rémunérés par l'opérateur et 91 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 **10,77 millions d'euros** en autorisation d'engagement et à **10,9 millions d'euros** en crédits de paiement soit une baisse respective et très importante de 18,8 % et de 45,1 % par rapport à la loi de finances initiale pour 2009.

Cette baisse s'explique, pour partie, par la disparition de la subvention pour charges de service public précédemment attribuée au groupement d'intérêt public (GIP) ODIT-France imputée sur cette action du fait de sa fusion avec Maison de la France et la création d'ATOUT-France.

D'autre part, l'apurement définitif de la dette sur les contrats de plan État-Régions 2000-2006, effectué en 2009, ne mobilise aucun crédit sur l'exercice 2010.

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 4,34 millions d'euros en autorisations d'engagement et 3,85 millions d'euros en crédits de paiement sur cette action.

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

Pour 2010, les crédits demandés sur l'action 3 *Politiques favorisant l'accès aux vacances* s'élèvent à **4,04 millions d'euros** en autorisations d'engagement et à **3,31 millions d'euros** en crédits de paiement soit une baisse respective de 6,7 % et 17,4 %.

Cette action ne représente que 7 % des autorisations d'engagements du programme, alors que chaque année, quatre Français sur dix ne partent toujours pas en vacances.

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 50 millions d'euros en 2009.

INTRODUCTION

Depuis le projet de loi de finances pour 2009, le tourisme est l'un des quatre programmes de la mission *Économie* dont l'objectif est de favoriser la mise en place d'un environnement propice à une croissance durable et équilibrée de l'économie française et de l'emploi.

Quelques chiffres clés résument l'importance du tourisme dans l'économie nationale.

En 2007, le chiffre d'affaires des entreprises du tourisme s'est élevé à près de 117,6 milliards d'euros, soit 6,3 % du PIB et le secteur a procuré près de deux millions d'emplois directs et indirects.

Avec 79,3 millions d'arrivées de touristes étrangers en 2008, la France est restée le premier pays de destination au monde.

Le solde touristique de la balance des paiements s'élève à 8,5 milliards d'euros et représente un des premiers postes excédentaires de la balance des paiements. Toutefois, comme chez nos voisins, les recettes touristiques ont connu une baisse de 4,6 % en 2008 et le solde s'est établi en fort recul de 34 % par rapport à 2007.

L'importance du secteur touristique pour l'économie nationale ne se reflète pas dans le montant des crédits alloués à la politique publique du tourisme. Avec les **58,08 millions d'euros d'autorisations d'engagements et 56,68 millions d'euros de crédits de paiement** proposés par le présent projet de loi de finances, le budget du programme n° 223 *Tourisme* représente en effet à peine 3 % du budget de la mission *Économie* et moins de 0,02 % du budget général de l'État.

I.- L'EXÉCUTION EN 2009 DU PROGRAMME *TOURISME*

A.- LA SITUATION DES CRÉDITS AU 31 AOÛT 2009

Le programme n° 223 *Tourisme* a été doté en loi de finances initiale 2009 de **59,4 millions d'euros en autorisations d'engagement et de 64,2 millions d'euros en crédits de paiements.**

En tenant compte des reports de crédits (2,9 millions d'euros d'autorisations d'engagement et 4,9 millions d'euros de crédits de paiement), de la mise en réserve de précaution et des annulations de crédits votés lors de la deuxième loi de finances rectificative du 20 avril 2009 (2,2 millions d'euros d'autorisations d'engagement et 2,5 millions d'euros de crédits de paiement), du prélèvement au profit de pôles d'excellence rurale (1,7 million d'euros de crédits de paiement), des crédits ouverts pour l'exposition universelle de Shanghai (décret d'avance n° 2009-862 en date du 13 juillet 2009, 7 millions d'euros d'autorisations d'engagement et de crédits de paiement) et des fonds de concours recouvrés, les crédits finalement disponibles s'élèvent au 31 août 2009 à **67,2 millions d'euros d'autorisations d'engagement et à 72 millions d'euros de crédits de paiement.**

ÉVOLUTION DES CRÉDITS DU PROGRAMME

(en millions d'euros)

	AE	CP
Total LFI 2009	59,44	64,24
Réserve de précaution	-2,23	-2,47
– dont annulation PLFR	-0,52	-0,69
Reports de crédits	2,9	4,86
Prélèvement Pôle d'excellence rurale		-1,7
Décret avance (exposition Shanghai)	7	7
Fonds de concours	0,13	0,13
Fonds disponibles	67,2	72

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

B.- L'EXÉCUTION BUDGÉTAIRE PAR ACTION

Au 31 août 2009, selon les informations transmises au Rapporteur spécial par les services du ministère, **le taux de consommation des autorisations d'engagement s'élevait à 67 % alors que celui des crédits de paiement était de 55 %.** L'écart de consommation entre les autorisations d'engagement et les crédits de paiement s'explique essentiellement par les modalités de versement de la subvention pour charges de service public à ATOUT-France.

Le rythme de consommation est relativement comparable aux exercices précédents : à titre d'exemple, en septembre 2008, la consommation était de 75 % en autorisations d'engagement et de 61 % en crédits de paiement. La différence constatée par rapport à l'année 2008 s'explique notamment par l'ouverture de crédits supplémentaires pour l'exposition de Shanghai qui a mathématiquement fait baisser le taux de consommation des crédits.

Le rythme de consommation des crédits est assez disparate si l'on considère chacune des actions du programme.

Ainsi, au 31 août 2009 le taux de consommation de l'action n° 1 *La promotion de l'image touristique de la France et de ses savoir-faire* s'établit à 85 % en autorisations d'engagement et 70 % en crédits de paiement.

L'action n° 2 *L'économie du tourisme et le développement de l'activité touristique* révèle un taux de consommation des crédits de 37 % en autorisations d'engagement et de 32 % en crédits de paiement

Le taux de consommation de l'action n° 3 *Les politiques favorisant l'accès aux vacances* est de 6 % des autorisations d'engagement et de 15 % des crédits de paiement. La très faible consommation des crédits de cette action consacrée notamment aux contractualisations État-Régions est traditionnellement hétérogène selon les régions et les thématiques des contractualisations. Elle devrait fortement s'accélérer en fin de gestion avec notamment l'apurement définitif des dettes des contrats de plan état région 2000-2006 à la fin de l'année 2009.

Enfin, l'action n° 4 *Soutien du programme Tourisme* correspond aux crédits de fonctionnement des délégations régionales au tourisme. Le rythme de consommation, traditionnellement élevé (90 % de consommation d'autorisations d'engagement et 70 % de consommation de crédits de paiement), laisse présager une exécution maximale sur cette action.

II.- LA PRÉSENTATION DU PROGRAMME *TOURISME* DANS LE PROJET DE LOI DE FINANCES POUR 2010

Le projet de loi de finances pour 2010 propose de porter les crédits du programme *Tourisme* à **58,08 millions d'euros en autorisations d'engagement** et à **56,68 millions d'euros en crédits de paiement**, soit une légère baisse de 2,3 % en autorisations d'engagement et une diminution plus conséquente des crédits de paiement de l'ordre de 11,8 %.

Ces montants respectent certes les crédits prévus par la loi de programmation pluriannuelle 2009-2011. Mais compte tenu de l'enjeu majeur pour l'économie nationale que représente le *Tourisme*, de l'effet levier que peuvent représenter les investissements dans ce secteur pour le développement des territoires et la croissance de nombreuses activités économiques, le Rapporteur spécial ne peut que regretter la modestie de ces dotations budgétaires et le constat de leur diminution.

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 2009	Projet de loi de finances pour 2010	Évolution 2010/2009 (en %)	Loi de finances pour 2009	Projet de loi de finances pour 2010	Évolution 2010/2009 (en %)
1.- Promotion de l'image touristique de la France et de ses savoir-faire	40,85	42,48	+ 4	40,85	42,48	+ 4
2.- Économie du tourisme et développement de l'activité touristique	13,27	10,77	- 18,8	18,39	10,09	- 45,1
3.- Politiques favorisant l'accès aux vacances	4,33	4,04	- 6,7	4,01	3,31	- 17,4
4.- Soutien du programme tourisme	0,99	0,8	- 19,5	0,99	0,8	- 19,5
Total	59,44	58,08	- 2,3	64,24	56,68	- 11,8

Source : *Projet de loi de finances pour 2010*

L'augmentation en trompe-l'œil de 2,6 millions d'euros sur l'action 1 vient essentiellement du transfert de la part de la subvention pour charges de service public d'ODIT-France, auparavant portée par l'action 2, vers la nouvelle agence ATOUT-France.

D'autres programmes concourent également à la mise en œuvre de la politique du *Tourisme* pour ce qui concerne les dépenses de fonctionnement courant de l'administration centrale. Ainsi, 33 millions d'euros de crédits de paiement proviennent du programme n° 134 *Développement des entreprises et de l'emploi* de la mission *Économie*, 3,4 millions d'euros sont issus du programme n° 218 *Conduite et pilotage des politiques économique et financière* de la mission *Gestion des finances publiques et des ressources humaines* et enfin 0,9 million d'euros sont en provenance du programme *Entretien des bâtiments de l'État* de la mission *Gestion des finances publiques et des ressources humaines*.

A.– L'ARCHITECTURE DU PROGRAMME *TOURISME*

La structure du programme *Tourisme* est inchangée : trois actions correspondent aux trois grandes priorités du programme et une action soutien permet de faciliter la gestion budgétaire.

La première action du programme, *Promotion de l'image touristique de la France et de ses savoir-faire* vise à conserver 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 sur le territoire français.

En 2010, ses crédits s'élèvent à 42,48 millions d'euros en autorisations d'engagement et crédits de paiement.

La deuxième action, *Économie du tourisme et développement de l'activité touristique*, a pour objectif 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. Il s'agit pour cela d'assurer la connaissance préalable de la réalité et de l'évolution économiques du secteur, de réglementer celui-ci et d'agir sur la normalisation, de soutenir les filières et les métiers dans leurs actions d'amélioration de la qualité par la mise en œuvre du plan Qualité Tourisme et de renforcer l'attractivité des territoires.

En 2010, les crédits de cette action se portent à 10,77 millions d'euros en autorisations d'engagement et 10,09 millions d'euros en crédits de paiement.

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.

En 2010, 4,04 millions d'euros en autorisations d'engagement et 3,31 millions d'euros en crédits de paiement sont consacrés à cette action.

La quatrième action, *Soutien du programme tourisme*, 0,8 million d'euros en autorisations d'engagement et crédits de paiement en 2010, permet de regrouper les dépenses de fonctionnement indivises des services déconcentrés du programme.

B.– LES OBJECTIFS ET LES INDICATEURS DE PERFORMANCE

Si de nombreuses évolutions sont intervenues au premier semestre 2009 en matière de tourisme avec notamment la création de l'opérateur **ATOUT-France** et la promulgation de la loi n° 2009-888 du 22 juillet 2009 de modernisation des services touristiques, la stratégie globale du programme reste inchangée par rapport à celle qui prévalait dans le projet annuel de performance 2009.

Le volet performance de ce programme est toutefois ramené dans le projet annuel de performance 2010 à trois objectifs, contre quatre l'année précédente, avec la suppression de l'objectif « *Attirer et fidéliser un nombre croissant de touristes étrangers susceptibles de contribuer à l'augmentation des recettes touristiques* ».

La suppression de cet objectif résulte de l'abandon des deux indicateurs qui visaient à en évaluer les résultats : le premier, « *Mesure de la performance du site de vente en ligne Franceguide.com* » a en effet du être supprimé en raison des incertitudes liées au devenir même du site Internet Franceguide.com, dont le rapport annuel de performance 2008 avait permis de constater une activité nettement inférieure aux prévisions initiales. Lors de son audition par votre rapporteur spécial, le directeur général d'**ATOOUT-France** a d'ailleurs confirmé l'arrêt du site de réservation en ligne à la fin du mois de mars 2010.

Le second indicateur, « *Évolution des dépenses par séjour des touristes non-résidents* », s'est quant à lui révélé davantage corrélé en termes de résultats à la conjoncture macro-économique qu'aux actions relevant directement du responsable de programme. Il n'est de ce fait pas paru souhaitable de maintenir un indicateur qui ne répondait pas totalement aux exigences d'un indicateur de performance du programme.

Dans le présent projet de loi de finances subsistent donc les trois objectifs suivants :

– Objectif n° 1 : « *Augmenter la capacité de l'opérateur chargé du développement du tourisme à mobiliser des partenariats financiers* ;

– Objectif n° 2 : « *Favoriser l'amélioration de l'offre touristique pour répondre aux attentes du marché et orienter la demande en accompagnant les démarches qualité* »;

– Objectif n° 3 : « *Évaluer l'impact des mesures fiscales en faveur de l'Agence nationale pour les chèques-vacances* ».

Dans le détail, les évolutions à signaler portent principalement sur l'objectif n° 1 qui, dans le précédent projet annuel de performance, concernait les deux opérateurs **Maison de la France** et **ODIT-France**. Cet objectif a dû en effet être ajusté afin de prendre en compte le rapprochement de ces organismes au sein du nouvel opérateur unique de l'État en matière touristique, **ATOOUT-France**. Si la problématique générale de l'objectif, à savoir la capacité à mobiliser des ressources extrabudgétaires est maintenue, les deux indicateurs qui existaient dans le projet annuel de performance 2009 sont fusionnés en un seul indicateur « *Part du partenariat dans le budget d'ATOOUT-France* », lui-même constitué de deux sous-indicateurs, portant l'un sur le financement global d'ATOOUT-France et l'autre sur le financement de la réalisation d'études.

Les objectifs n° 2 et n° 3 restent quant à eux inchangés, à l'exception de leur renumérotation.

L'objectif n° 3 du programme couvre plus spécifiquement l'action de l'Agence nationale pour les chèques-vacances (ANCV), qui est d'aider les personnes ayant des revenus modestes à partir en vacances. À cet effet, deux des huit dépenses fiscales rattachées au programme concernent les chèques-vacances, la contribution patronale au financement desdits chèques-vacances étant exonérée de taxe sur les salaires et d'impôt sur le revenu (cette dernière mesure étant destinée à ne pas soumettre à l'impôt sur le revenu l'avantage en nature résultant de la contribution patronale à l'acquisition par les salariés de chèques-vacances). L'indicateur mis en place pour évaluer cet objectif, «*Effet multiplicateur des mesures fiscales en faveur des chèques-vacances sur les recettes fiscales induites* », permet à cet égard de s'assurer de la pertinence de ces mesures fiscales.

L'approfondissement du dialogue de gestion entre l'ANCV et la direction générale de la Compétitivité, de l'industrie et des services (DGCIS), sa direction de tutelle, devrait notamment conduire à la mise en place de rencontres informelles entre les contrôleurs de gestion de ces deux structures, dans le but de mutualiser les expériences en matière de suivi et de pilotage de la performance. Ces travaux s'intégreront par ailleurs dans la démarche de performance en cours de formalisation entre la DGCIS et l'ANCV et qui se traduira par la signature, à l'automne 2009, d'un contrat de performance.

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 2008	Chiffrage pour 2009	Chiffrage pour 2010
730 205	Taux de 5,5 % pour la fourniture de logement dans les hôtels (Taxe sur la valeur ajoutée)	1 540	1 540	1 560
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
120 112	Exonération de la contribution patronale au financement des chèques-vacances (Impôt sur le revenu)	40	40	50
110 221	Réduction d'impôt au titre des investissements dans le secteur du tourisme (Impôt sur le revenu)	45	45	50
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	– de 0,5	– de 0,5
180 308	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	– de 0,5
Coût total des dépenses fiscales		1 825	1 825	1 860

Source : projet de loi de finances 2010

À noter que la mesure de baisse de la TVA dans la restauration n'est pas prise en compte à ce titre, même si elle peut, dans une mesure qui reste à discuter, contribuer à la modération des prix acquittés par les touristes en France.

**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 2008	Chiffrage pour 2009	Chiffrage pour 2010
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	2	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
Coût total des dépenses fiscales		3	2	2

Source : projet de loi de finances 2010

Les huit dépenses fiscales dont bénéficie le programme, estimées à **1 862 millions d'euros** en 2010, représentent **plus de trente deux fois les crédits** du programme.

1.— Trois dépenses incitatives représentent 97 % des dépenses fiscales du programme

Parmi les six dépenses fiscales dont l'objet principal contribue au programme, l'application d'un taux réduit de TVA sur l'hôtellerie et sur l'hébergement en campings classés est évaluée respectivement à 1 540 millions d'euros et 200 millions d'euros en 2008.

La progression des dépenses fiscales du programme tient d'ailleurs à la seule progression du poste de TVA sur l'hôtellerie. Or, cette mesure à caractère général s'applique à l'ensemble de la profession et relève donc tout autant d'une aide à ces entreprises et à l'emploi dans le secteur d'activité que d'une politique active en matière de tourisme.

Le taux réduit de TVA sur l'hébergement en hôtel classés bénéficie en 2008 à un peu plus de 34 000 entreprises qui réalisent près de 197,7 millions de nuitées dont 35,9 % en provenance de l'étranger. Le taux réduit de TVA sur l'hébergement en campings classés bénéficie quant à lui en 2008 à un peu plus de 4 600 entreprises réalisant près de 98,8 millions de nuitées dont 35,7 % en provenance de l'étranger.

Ces deux mesures s'inscrivent donc pleinement dans les priorités du programme, du fait du soutien qu'elles apportent aux secteurs d'activité concernés. Elles permettent de renforcer la qualité de l'offre, d'accroître l'attractivité du territoire et la fréquentation touristique et contribuent ainsi à l'excédent du secteur du tourisme dans la balance des paiements française.

La réduction d'impôt en faveur des investissements dans le secteur du tourisme bénéficie à 13 400 contribuables et contribue à l'élargissement de l'offre et à l'amélioration du parc de résidences de tourisme. Elle s'inscrit donc pleinement dans l'objectif d'amélioration de l'offre touristique pour mieux répondre aux attentes du marché et développer la démarche qualité. Son coût est estimé à 45 millions d'euros en 2008.

Deux autres mesures fiscales bénéficiant au secteur des hôtels, cafés et restaurants (HCR) contribuent à titre principal au programme tourisme. Leur rendement est estimé négligeable.

Ces deux dépenses fiscales font partie des trois mesures mises en place par la loi de finances rectificative du 30 décembre 2006 pour 2006 et faisant suite au contrat de croissance signé entre l'État et les organisations professionnelles du secteur des HCR :

- l'amortissement exceptionnel codifié à l'article 39 AK du Code général des impôts (CGI), permettant aux exploitants d'amortir les acquisitions de matériels et installations visant à répondre à des obligations légales ou réglementaires de mise en conformité, en deux ans, au lieu de cinq selon le régime de droit commun.

- la dotation de provision pour investissements, codifiée à l'article 39 *octies* F du même code, permettant aux mêmes exploitants sous le statut d'entreprise individuelle de déduire jusqu'à 15 000 euros de leur impôt sur le revenu au titre des dépenses de mise aux normes concernant l'hygiène, la sécurité, la protection contre l'incendie, la lutte contre le tabagisme, l'insonorisation ou l'amélioration de l'accessibilité des personnes handicapées ;

Ces deux dispositifs, temporaires, avaient jusqu'à présent été reconduits par les pouvoirs publics en loi de finances. L'article 22 de la loi n° 2009-888 du 22 juillet 2009 de développement et de modernisation des services touristiques avance l'extinction de ces deux mesures respectivement au 1^{er} juillet 2009 et 30 juin 2009.

2.- Une mesure de transfert au coût limité et à l'effet de levier important

Mis en place en 1982, le chèque-vacances est une aide au départ en vacances qui bénéficie à environ sept millions de personnes (2,9 millions de porteurs de chèques vacances), sachant que le nombre de personnes qui ne partiraient pas sans cette aide est évalué à deux millions. Par ailleurs, son impact économique est estimé à quatre fois son volume d'émission qui, en 2007 a progressé de 6,3 % pour atteindre 1,12 milliard d'euros.

Cette mesure de transfert a pour finalité de promouvoir l'utilisation des chèques-vacances. Elle s'inscrit pleinement dans l'une des priorités du programme visant à favoriser l'accès de tous les citoyens aux vacances. Elle vise à faciliter la diffusion des chèques-vacances auprès des personnes dont le revenu fiscal est inférieur à un plafond, défini en fonction de la composition du foyer fiscal. La mesure bénéficie à environ 2 500 000 foyers pour un coût global évalué à 40 millions d'euros en 2008, ce qui représente un faible gain d'impôt par foyer fiscal.

Cette situation est due d'une part, au fait que l'exonération s'applique à la contribution patronale qui représente en moyenne 26,5 % du chèque, et d'autre part, au fait que compte tenu des conditions de revenu à remplir, les bénéficiaires figurent dans les premières tranches du barème et sont faiblement imposables à l'impôt sur le revenu.

Au-delà de son effet social, son effet, également influencé par l'exonération de cotisations sociales qui lui est liée, doit être mesuré au regard des recettes générées pour les finances publiques.

Ainsi, pour ne s'en tenir qu'aux effets financiers, la dernière enquête réalisée par l'ANCV illustre bien cet effet de levier. Elle conclut qu'un foyer qui bénéficie de chèques-vacances pour un montant de 312 euros, dépense en contrepartie 1 255 euros, soit un ratio de 4,02 sachant qu'environ 85 % des chèques-vacances sont utilisés pour partir en vacances, les 15 % restants l'étant pour des dépenses de loisirs, au ratio plus faible.

L'effet de levier des chèques-vacances sur les dépenses des bénéficiaires conduit donc à des recettes supplémentaires élevées pour le budget de l'État, tant en matière de TVA que d'impôt sur les sociétés.

3.— Deux dépenses fiscales subsidiaires

La première mesure permet d'imputer sur le revenu global les 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. Son montant est évalué, à partir des demandes d'agrément en cours, à 2 millions d'euros. Rattachée au programme 138 *Emploi Outre-mer*, elle participe toutefois à l'amélioration de la qualité d'accueil des établissements dans les DOM.

La seconde dépense fiscale, dernière des trois mesures citées mises en place par la loi de finances rectificative du 30 décembre 2006 pour 2006 obtient un rendement jugé négligeable.

L'allègement de la fiscalité en cas d'externalisation des murs prévu à l'article 151 *septies* C du code général des impôts, permet un report d'imposition des plus values de cession à long terme assorti d'un abattement de 10 % par an entre la cession par le restaurateur de ses murs et de son fond de commerce à une société d'investissement immobilier, et la fin de l'activité.

Contrairement aux deux dispositifs précités issus du contrat de croissance, ce dispositif est maintenu.

D.— LA MISE EN ŒUVRE DE LA RÉVISION GÉNÉRALE DES POLITIQUES PUBLIQUES (RGPP)

La révision générale des politiques publiques (RGPP) a entraîné d'importantes réformes d'organisation administrative, dont certaines ont abouti dès l'année 2009, et d'autres seront poursuivies en 2010.

Dans ce cadre, la direction générale de la Compétitivité de l'industrie et des services (DGCIS), créée en janvier 2009, a repris l'ensemble des compétences et des actions menées par les services centraux du tourisme. À ce titre, elle assure la responsabilité du programme 223 *Tourisme*, tant en ce qui concerne le budget opérationnel de programme (BOP) central tourisme qu'en ce qui concerne le pilotage des BOP des services déconcentrés du tourisme.

À ce stade, il n'existe pas encore d'incidences directes sur les moyens budgétaires prévus et consommés, compte tenu notamment de la dotation triennale 2009-2011 du programme, qui a fortement contraint les conditions d'évolution des crédits. S'agissant des taux de consommation, la nouvelle structure s'est fixé comme objectif de parvenir à un taux optimal et au moins équivalent aux années précédentes.

S'agissant de la gestion des ressources humaines, il est important de rappeler que les équivalents temps plein (ETP) et la masse salariale qui figuraient jusqu'en 2008 sur le programme 223 *Tourisme* ont été transférés en 2009 sur le programme 134 *Développement des entreprises et de l'emploi*. Ce transfert vise à harmoniser la gestion des ressources humaines de l'ensemble des agents de la DGCIS.

E.– LA LOI DE DÉVELOPPEMENT ET DE MODERNISATION DES SERVICES TOURISTIQUES DE JUILLET 2009

Au niveau législatif, l'année 2009 a été particulièrement importante pour le tourisme.

En effet, au terme d'un processus législatif qui a vu le projet de loi de développement et de modernisation des services touristiques adopté en première lecture par le Sénat le 8 avril, puis par l'Assemblée nationale le 23 juin, avant d'être définitivement adopté par un vote conforme du Sénat le 7 juillet, la loi n° 2009-888 de développement et de modernisation des services touristiques a été publiée au *Journal officiel* le 24 juillet 2009.

1.– Une nouvelle réglementation applicable aux agents de voyages

La loi simplifie la réglementation applicable aux agents de voyage tout en assurant un niveau élevé de protection aux consommateurs. Elle transpose la directive 2006/123/CE du 12 décembre 2006 relative aux services dans le marché intérieur en supprimant le régime de l'exclusivité pour l'exercice de l'activité de vente de voyages et de séjours, contraire aux dispositions de la directive. Les quatre régimes d'autorisation existants sont remplacés par un régime unique d'immatriculation au registre des agents de voyages et autres opérateurs de voyages. Ce registre sera tenu par l'Agence ATOUT France qui a créé en son sein une commission nommée par le ministre chargé du tourisme afin d'assurer une gestion transparente et impartiale de cette procédure sans l'intervention d'opérateurs du secteur de la vente de voyages et de séjours.

Tous les professionnels qui exercent l'activité de vente de voyages ou de séjours continueront à devoir disposer d'une garantie financière ainsi que d'une assurance de responsabilité civile professionnelle et répondre à des conditions d'aptitude professionnelle. Un régime similaire d'immatriculation est créé pour les exploitants de voitures de tourisme avec chauffeur.

2.– Un nouveau classement hôtelier

La loi comporte également les dispositions nécessaires à la réforme de la procédure de classement des hôtels, engagée avec la création d'une cinquième étoile et la mise au point pour l'ensemble des catégories d'hébergement hôtelier de critères de qualité d'hébergement mieux adaptés aux attentes des consommateurs. Le classement demeurera volontaire. Des organismes privés se chargeront

désormais des visites dans les établissements, ayant la qualification d'organismes évaluateurs accrédités par l'instance nationale d'accréditation mentionnée à l'article 137 de la loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie. La loi harmonise en outre les dispositions relatives aux activités des chambres d'hôtes et aux meublés de tourisme (déclaration obligatoire auprès du maire du lieu de l'établissement et classement volontaire). Le régime du classement des restaurants de tourisme, peu usité, est supprimé.

3.— La création d'ATOOUT-France

L'agence de développement touristique de la France dénommée ATOOUT-France, groupement d'intérêt économique issu du rapprochement d'ODIT-France et de Maison de la France, devient l'opérateur unique de l'État en matière de tourisme. À côté de ses missions de promotion et d'ingénierie touristique, l'agence se voit confier des missions d'intérêt général notamment dans le domaine de la tenue du registre des opérateurs de voyages et des exploitants de voitures de tourisme avec chauffeur. Elle élaborera et actualisera le référentiel de classement hôtelier et des autres catégories d'hébergement.

4.— Une plus grande diffusion des chèques vacances

Enfin, la loi modifie la réglementation sur les chèques-vacances. En 2008, trois millions de salariés étaient porteurs de chèques-vacances, représentant un volume d'émission de 1,2 milliard d'euros. Parmi eux, seuls 30 000 travaillaient dans des entreprises de moins de cinquante salariés. Le projet de loi crée les conditions d'un accroissement de la diffusion des chèques-vacances dans les petites entreprises en supprimant les contraintes spécifiques s'y appliquant et en améliorant les conditions de leur commercialisation.

La loi rend éligible aux chèques-vacances tous les salariés des petites entreprises, quel que soit leur revenu fiscal de référence.

Elle supprime l'obligation pour l'entreprise de mettre en place un mécanisme de prélèvement mensuel de l'épargne du salarié, avec versement à l'Agence nationale pour les chèques-vacances (ANCV). Une telle contrainte a été identifiée par l'ANCV, et dans un rapport du conseil national du tourisme, comme un frein à l'utilisation du dispositif dans les entreprises de moins de cinquante salariés. L'employeur aura désormais le choix entre épargne et participation.

Enfin, l'ANCV peut mettre en place des conventions avec des prestataires, notamment privés, afin d'assurer la promotion et d'accélérer la commercialisation des chèques-vacances dans les entreprises de moins de cinquante salariés.

5.– Les autres dispositions de la loi

La loi contient, par ailleurs, des dispositions qui y ont été intégrées lors de la discussion devant le Parlement et notamment :

- la baisse du taux de TVA à 5,5 % dans la restauration ;
- la transposition de la directive européenne du 14 janvier 2009 dite directive «*time-share* » ;
- le transport à titre onéreux des personnes par véhicules motorisés à deux ou trois roues ;
- des dispositions relatives aux résidences de tourisme ;
- des dispositions relatives à la fourniture de boissons dans le cadre d'une prestation touristique ;
- des dispositions complétant le régime de classement des communes touristiques ;
- des dispositions sur les grands stades et équipements sportifs.

La mise en œuvre de plusieurs réformes contenues dans la loi est subordonnée à la publication de textes réglementaires d'application; l'objectif annoncé est de publier l'intégralité des textes d'application avant la fin de l'année 2009. La DGCIS a lancé une consultation sur un avant-projet qui devrait être prochainement transmis, après accord interministériel, à l'examen du Conseil d'État.

III.- ATOUT-FRANCE : OPÉRATEUR UNIQUE DE L'ÉTAT DANS LE SECTEUR DU TOURISME

A.- DES MISSIONS RENFORCÉES

ATOUT-France, désormais opérateur unique de l'État dans le secteur du tourisme, est né de la fusion de Maison de la France, agence de promotion de la France à l'étranger et d'ODIT-France, agence d'ingénierie touristique. Cette nouvelle agence a pour mission de participer au pilotage d'une politique publique mieux coordonnée censée répondre plus efficacement aux nombreux défis que doit relever le tourisme national.

De nouvelles missions, notamment dans la tenue du registre des opérateurs de voyage et dans le domaine du classement des hébergements touristiques lui ont été confiées par la loi de développement et de modernisation des services touristiques.

Au-delà des fonctions d'ingénierie touristique, d'observation économique et de promotion, autrefois exercées par Maison de la France et ODIT-France qu'elle se doit de continuer à assumer, elle se voit confier le développement de son action en direction de l'international et dans le domaine de la formation.

L'agence compte plus de 1 400 adhérents et est présente dans près de 30 pays. Sa tutelle est assurée, au nom du ministre chargé du tourisme (par ailleurs président de l'assemblée générale), par la direction générale de la Compétitivité, de l'industrie et des services.

Prenant la forme d'un groupement d'intérêt économique (GIE), l'agence ATOUT-France vise à amplifier l'expérience d'administration partenariale successivement acquise au cours des années quatre-vingt par le GIE Bienvenue France, par le GIE Maison de la France depuis 1987 et, depuis 2006, par le groupement d'intérêt public (GIP) ODIT-France. Ce modèle unique de partenariat public-privé permet d'amplifier l'effet de levier des politiques publiques.

ATOUT-France contribue à la performance du programme tourisme au travers des objectifs n° 1 *Augmenter la capacité de l'opérateur chargé du développement du tourisme à mobiliser des partenariats financiers* et n° 2 *Favoriser l'amélioration de l'offre touristique pour répondre aux attentes du marché et orienter la demande en accompagnant les démarches qualité.*

Son activité se traduit sur les actions n° 1 *Promotion de la France et de ses savoir-faire* et n° 2 *Économie du tourisme et développement de l'attractivité touristique.*

B. – DES MOYENS MODESTES

Le présent projet de loi de finances propose de porter la subvention pour charges de service public allouée au GIE ATOUT-France à **34,7 millions d'euros**.

Lors de son audition par votre Rapporteur spécial, le nouveau directeur général d'ATOUT-France, n'a pas manqué de signaler, pour le regretter, que cette subvention s'annonce en recul par rapport à l'exercice précédent, alors que des missions nouvelles ont été confiées à l'agence. Pour mémoire, la somme des subventions pour charges de service public à destination de Maison de la France et d'ODIT-France s'élevait dans le projet de loi de finances 2009 à 35,6 millions d'euros.

La part du partenariat dans le budget de l'opérateur prévu par le projet annuel de performance est équivalente à la subvention, soit 34,7 millions d'euros.

En ce qui concerne les effectifs, qui comprennent ceux des deux anciens opérateurs, le présent projet de loi de finances les porte à 75 équivalents temps plein (ETPT) rémunérés par le programme et 347 ETPT rémunérés par ATOUT-France.

Ces moyens sont à comparer à ceux que l'Espagne, principal concurrent de la France en Europe, consacre à sa promotion touristique. Celle-ci est assurée au niveau national par Turespaña qui est l'organisme de l'administration générale de l'État en charge notamment de la promotion touristique à l'étranger. Son statut est public et son personnel est composé à la fois de fonctionnaires et de contractuels de droit privé.

L'Administration du tourisme en Espagne compte 485 personnes dont plus de 200 à l'étranger, répartis entre les 31 bureaux existants.

Le budget de Turespaña pour 2009 s'élève à 224,7 millions d'euros. Une partie importante du budget – 83,4 millions €, est consacrée aux actions de promotion et de communication.

Cette année, compte tenu de la crise et dans la perspective d'améliorer la qualité de l'offre touristique, l'Espagne a attribué un budget supplémentaire exceptionnel de 1 milliard d'euros au secteur du tourisme. Il comporte notamment un budget de 500 millions d'euros affecté au nouveau plan Futur E, visant notamment au développement d'une offre de transports durable. Il s'agit notamment de prêts à taux très bas devant permettre une adaptation de l'offre touristique. Les actions de communication à l'international ont été renforcées cette année et s'élèvent à 42,5 millions d'euros pour ce qui est des campagnes de communication.

IV.– LA PROMOTION DE L'IMAGE TOURISTIQUE DE LA FRANCE ET DE SES SAVOIR-FAIRE

Conservier à la France le rang de première destination touristique mondiale et augmenter les recettes de ce secteur enrregistrées par la balance des paiements constituent l'une des grandes priorités de la politique touristique de l'État. 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 2010, à **42,48 millions d'euros** en autorisations d'engagement et en crédits de paiement (contre 40,85 millions d'euros en 2009, soit une légère progression de 4 %), et représente 73,13 % du total des autorisations d'engagement du programme.

Ces montants se répartissent entre 34,74 millions d'euros de subvention pour charges de service public à destination d'ATOUT-France et 7,74 millions d'euros de dépenses d'intervention

A.– LE TOURISME FRANÇAIS DANS LA COMPÉTITION INTERNATIONALE

L'environnement du tourisme français a été affecté en 2008 d'abord par les fluctuations du prix du pétrole et des parités monétaires puis par l'aggravation de la crise financière en septembre.

Avec 79,3 millions d'arrivées de touristes non-résidents (– 3 % par rapport à 2007), la France reste la première place de destination touristique mondiale. L'année 2008 est marquée par un très net retournement de tendance en cours d'année. Le nombre d'arrivées de touristes progresse encore de manière significative au cours du premier semestre pour reculer fortement au cours du second. Cependant, la baisse des arrivées provient surtout du recul du nombre de voyageurs en transit. Hors transit, les arrivées de touristes sont stables à 68 millions.

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. En 2008, les recettes touristiques ont connu une baisse de 4,6 % par rapport à l'année précédente, avec un solde de la balance des paiements touristique qui diminue de 34 %, résultant notamment d'une augmentation de 7,8 % des dépenses des touristes français à l'étranger. Ce solde s'élève néanmoins à 8,5 milliards d'euros, contre 12,8 milliards d'euros en 2008.

Un bilan détaillé de l'année touristique 2008 de la France figure en annexe au présent rapport.

B.- LES ACTIONS MENÉES ET PROGRAMMÉES PAR ATOUT-FRANCE

Les actions de communication et de promotion précédemment mises en place par Maison de la France sont désormais gérées par ATOUT France.

En ce qui concerne le secteur de la promotion touristique, les premières orientations stratégiques pour 2010 ont été définies, en tenant compte du contexte de crise qui a touché le tourisme international dès la fin de l'année 2008, et particulièrement le secteur du tourisme d'affaires et des rencontres professionnelles.

Les actions de promotion prévues pour 2009 ont été mises en œuvre sur les différents marchés et sur les différentes thématiques prévues ou adaptées en fonction de la conjoncture.

Ainsi, le déploiement de la nouvelle marque France a été poursuivi sur l'ensemble des supports de communication.

Malgré un contexte économique peu favorable, différentes actions d'envergure ont été mises en place dans le secteur du tourisme d'affaires et des rencontres professionnelles, qui représentent un apport important à l'économie touristique.

La campagne de publicité internationale de soutien à la filière « *foires, congrès, salons* », lancée en 2008 a été poursuivie cette année sur de nombreux marchés, afin de pouvoir profiter de la reprise de ce secteur lorsqu'elle aura lieu.

Afin de développer la fréquentation de la montagne l'été, une campagne de promotion s'est déroulée sur trois marchés : France, Belgique, Pays -Bas, d'avril à début juillet, comportant diverses actions de vente par internet renvoyant sur le dispositif dédié « montagne été » de www.franceguide.com.

Malgré un contexte plus difficile, les actions en direction des professionnels ou du grand public sur les marchés émergents ont été poursuivies, avec notamment une participation à différents salons professionnels en Chine, la mise en place d'une campagne « *romantic France* » sur le marché indien ciblant notamment les jeunes mariés, et l'affichage spectaculaire de la campagne « *marque France* » à Moscou pendant plus de six mois, relayée dans la presse quotidienne et magazines.

L'année de la France au Brésil a notamment été marquée par la diffusion dans le cadre du magazine Gula, d'articles axés sur le tourisme gastronomique en France, et la participation à de nombreux événements de plusieurs régions françaises.

Des actions innovantes visant le grand public ont été mises en place sur de nombreux marchés ou au sein des clubs de promotion. Il s'agit soit de valoriser des thématiques porteuses (tourisme en ville, tourisme viticole, remise en forme...), soit de profiter d'événements spécifiques (expositions, sorties de films) pour renforcer l'attrait de la destination.

Le salon international « Rendez-Vous en France » s'est tenu cette année à Paris et a rassemblé 750 tour opérateurs originaires de 62 pays ; dans ce cadre, de nombreuses régions se sont mobilisées pour organiser des « eductour » auxquels ont participé 340 tour opérateurs.

La représentation de Maison de la France au Mexique a été restructurée fin 2008 afin de renforcer dès 2009 notre présence sur ce marché qui recèle un potentiel de développement important.

Enfin des actions de communication sur le marché français ont été lancées, avec notamment une campagne en ligne « Changez d'horizon, partez en France », et la publication d'un magazine Franceguide prestige.

Aux termes de la « loi tourisme », de nouvelles missions ont été confiées, comme on l'a vu, à ATOUT France. Aussi, conformément à la mission confiée à ATOUT France, visant à accroître la contribution du tourisme à l'économie, des orientations stratégiques seront définies pour les prochaines années, prenant en compte les évolutions structurelles de la demande, et notamment celles révélées par la crise économique, afin de susciter une meilleure adaptation de l'offre touristique française, insuffisamment concurrentielle, voire vieillissante dans certains secteurs, aux nouvelles attentes des consommateurs.

Au titre de ses nouvelles missions, ATOUT-France est également responsable du pilotage de la réforme du classement des hébergements touristiques, en partenariat avec les opérateurs privés. Cette importante réforme a pour objectif de remettre à niveau notre parc d'hébergement conformément aux standards internationaux et vise à rendre plus compétitifs les établissements hôteliers dans un secteur soumis à une forte concurrence. Elle devrait permettre d'attirer, notamment grâce aux hôtels 5 étoiles, une clientèle d'affaires étrangère à fort pouvoir d'achat.

Les plans d'action de promotion prévus pour 2010 ont été élaborés en fonction des nouvelles tendances de consommation révélées par la crise économique.

Sur les marchés européens, les opérations de promotion miseront sur deux atouts de la destination France : sa situation géographique, qui la place à portée des principaux marchés émetteurs européens et en particuliers ceux qui sont limitrophes, et la mise en avant de tarifs compétitifs susceptibles de générer de l'achat immédiat. Dans cette optique, des actions de communication très ciblées seront préférées aux grandes campagnes d'image.

S'agissant des marchés lointains et malgré un contexte peu porteur à court terme, il reste crucial de ne pas les négliger car ils recèlent des potentiels de développement importants à moyen terme. La France bénéficiant d'une image forte et positive sur ces marchés, des actions de communication à forte visibilité seront menées afin de préparer la sortie de crise.

C.– LES DÉPENSES D'INTERVENTION EN FAVEUR DE LA PROMOTION DU TOURISME

Les **dépenses d'intervention** de l'action n° 1 *Promotion de l'image touristique de la France et de ses savoir-faire* s'élèvent à 7,74 millions d'euros en autorisations d'engagement et en crédits de paiement. Ils sont destinés :

– à la contribution au financement de l'Organisation du tourisme dans les Caraïbes, agence internationale en charge de la promotion et du développement touristique des États et territoires caribéens membres, pour 0,22 million d'euros. La participation à cette organisation internationale permet de mener des actions telles que la promotion de l'image touristique de la France par le soutien aux différentes actions de communication d'acteurs touristiques régionaux, départementaux ou locaux et, d'autre part, la poursuite d'actions de soutien en faveur des professionnels du tourisme (professionnels du secteur de la montagne touchés par les différentes crises, agents de voyages, pour valoriser leurs rôles de conseil, professionnels de la restauration, pour promouvoir la gastronomie française).

– à la contribution au financement de l'organisation mondiale du tourisme (OMT), pour 0,32 million d'euros. L'OMT est une institution spécialisée des Nations-Unies et la principale organisation internationale dans son domaine de compétence. Parmi ses chantiers majeurs, l'OMT encourage la rédaction d'un code d'éthique touristique mondial et joue un rôle central et décisif dans la promotion d'un tourisme responsable, durable et accessible à tous. L'inscription de cette contribution sur le programme tourisme fait suite à un mouvement transversal d'imputation des dépenses relatives aux contributions internationales sur les programmes sectoriels.

– à l'organisation par la France du concours européen EDEN sur les destinations touristiques d'excellence, pour un budget, inchangé par rapport aux années antérieures, de 0,08 million d'euros.

– à des contributions, pour un montant de 0,12 million d'euros, au titre de partenariats internationaux ou onusiens ou européens pour la promotion des nouveaux secteurs porteurs du tourisme, notamment en faveur du développement du tourisme durable, avec un double objectif d'identification des enjeux économiques en France sur le développement de nouvelles formes du tourisme et d'échanges d'expériences internationales.

– au financement du pavillon français de l'exposition universelle de Shanghai à hauteur de 7 millions d'euros. L'exposition universelle de Shanghai se déroulera du 1^{er} mai au 31 octobre 2010. 70 millions de visiteurs sont attendus. Le concept général de l'exposition est celui de « la ville harmonieuse », avec pour thème central « Une meilleure ville pour une meilleure vie », qui se déclinera en cinq « sous-thèmes » : la fusion des différentes cultures de la ville, la prospérité de l'économie urbaine, l'innovation techno-scientifique dans la ville, le remodelage des communautés urbaines et l'interaction entre la ville et la campagne. La France,

siège du Bureau international des expositions, a été le premier pays à répondre favorablement à l'invitation de la Chine dès 2002. Elle occupera une parcelle de 6 000 m² près des pavillons suisse et allemand. L'opération doit théoriquement associer paritairement un financement de l'État et un financement privé. Les financements privés ne sont cependant pas intervenus à la hauteur attendue. Par ailleurs, l'effet du taux de change a conduit à un accroissement des coûts de l'opération.

V.- 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 **10,77 millions d'euros** en autorisation d'engagement et à **10,09 millions d'euros** en crédits de paiement, soit une baisse respective de 18,8 % et de 45,1 % par rapport à la loi de finances initiale pour 2009. Cette action s'inscrit dans la politique du Gouvernement qui vise à renforcer la compétitivité des quelque 200 000 entreprises du secteur du tourisme et à permettre de nombreuses créations d'emplois. Elle représente 18,5 % des autorisations d'engagements du programme.

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 **2,35 millions d'euros** en autorisation d'engagement et de **2,25 millions d'euros** en crédit de paiement, en vue de financer les enquêtes et études réalisées par les services de l'administration.

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

Pour 2010, le montant retenu pour ce marché s'élève, comme en 2009, à **0,9 million d'euros en crédits de paiement**.

L'enquête EVE, réalisée en partenariat avec la Banque de France, constitue la base de l'évaluation des recettes de la ligne « voyages » de la balance des paiements. Elle 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. Son financement s'élève à **1,5 million d'euros en autorisation d'engagements** en 2010 et **0,5 million d'euros de crédits de paiement**. Le besoin de financement supérieur en autorisations d'engagement s'explique par le renouvellement de ce marché en 2010.

Cette enquête recourt 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.

Les enquêtes de fréquentation conduites en partenariat avec l'INSEE, dont le coût s'élève à **0,4 million d'euros** par an, complète le budget des enquêtes statistiques. Ces enquêtes mensuelles, réalisées dans les secteurs de l'hôtellerie et des campings, ont été étendues aux autres hébergements collectifs à partir de 2009.

Le solde des dépenses de fonctionnement courant de l'action, **0,3 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. Les quatre champs d'étude planifiés dans le cadre de la programmation pluriannuelle 2009-2011 seront poursuivis en 2010 : 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

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

8,41 millions d'euros en autorisations d'engagement et 7,84 millions d'euros en crédits de paiement sont dévolus au développement des politiques touristiques (dont le Plan Qualité Tourisme), à l'observation économique régionale et aux contractualisations.

Ainsi **2,1 millions d'euros** sont prévus pour le développement des politiques touristiques, avec notamment 0,45 million d'euros destiné au Plan Qualité Tourisme, dont l'enjeu principal est de maintenir la France comme première destination touristique mondiale. La promotion des axes forts du tourisme avec les institutionnels et les grands partenaires nationaux mobilise 0,83 million d'euros. La contribution au conseil national des villes et villages fleuris (CNVVF) est reconduite pour un montant de 0,27 million d'euros. Enfin, les opérations spécifiques régionales retenues s'élèvent à 0,55 million d'euros.

L'observation économique régionale voit ses crédits portés à **1 million** d'euros en autorisations d'engagement et en crédits de paiement, dont 0,7 million au titre des contrats de projets État-régions (CPER) 2007-2013.

Les contractualisations 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 **4,34 millions d'euros en autorisations d'engagement et 3,85 millions d'euros en crédits de paiement** sur cette action. Le montant total des dépenses d'intervention au titre des contractualisations s'élève à 6,3 millions d'euros en autorisations d'engagement et **5,74 millions d'euros** en crédits de paiement.

VI.- 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. L'ambition du ministère chargé du tourisme est de rendre effectif l'accès aux vacances pour tous les citoyens. Le ministère s'emploie donc à traiter les freins sociaux ou individuels rendant difficile ou impossible le départ en vacances et à assurer l'existence d'une offre adaptée aux différentes catégories de nos concitoyens en difficulté. Cette action vise également à faire des vacances une phase d'intégration sociale.

La DGCIS et l'établissement public Agence nationale pour les chèques-vacances (ANCV) concourent à la réalisation de l'action *Politiques favorisant l'accès aux vacances*.

A.- LES DÉPENSES D'INTERVENTION EN FAVEUR DE L'ACCÈS AUX VACANCES

Pour 2010, les crédits demandés sur l'action *Politiques favorisant l'accès aux vacances* s'élèvent à **4,04 millions d'euros en autorisations d'engagement et à 3,31 millions d'euros en crédits de paiement**, soit une baisse respective de 6,7 % et 17,4 %. Cette action ne représente que 7 % des autorisations d'engagements du programme, alors que chaque année, quatre Français sur dix ne partent toujours pas en vacances.

Ces crédits correspondent à des dépenses d'intervention à destination des entreprises, collectivités locales et autres collectivités et sont consacrés au développement des politiques sociales, aux contrats de projets État-Régions 2007-2013 (CPER) sur le volet « accessibilité » ainsi qu'au développement des politiques sociales.

En ce qui concerne le développement des politiques sociales il est prévu **0,45 million d'euros en autorisations d'engagement et en crédits de paiement en 2010**. Comme en 2009, 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, **3,59 millions euros en autorisations d'engagement et 2,86 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 doit permettre 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 souligner les difficultés particulières de l'hôtellerie familiale quant à la mise en conformité aux normes d'accessibilité et de sécurité incendie de ce type d'établissement, auxquelles il convient également d'ajouter les éventuelles contraintes issues du Grenelle de l'environnement. 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, aux obligations de sécurité, aux objectifs de développement durable et au maintien d'une hôtellerie familiale indépendante. Il conviendrait également, comme l'a signalé lors de son audition le directeur général d'ATOUT-France, de veiller à la coordination de ces différentes normes, afin d'éviter à ces structures fragiles la répétition de travaux coûteux et temporairement nuisibles à leur activité. Pour mémoire, le parc hôtelier indépendant a diminué de 5,5 % en nombre de chambres et de 7 % en nombre d'établissements entre 2005 et 2009.

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

L'Agence nationale pour les chèques-vacances (ANCV) ne perçoit aucune subvention pour charge de service public et n'est donc pas considérée comme un opérateur du programme *Tourisme*. L'ANCV participe au côté des services du ministère à la réalisation de l'action *Politiques favorisant l'accès aux vacances*, et bénéficie d'une dépense fiscale *l'exonération de la contribution patronale au financement des chèques-vacances* pour un montant évalué à 50 millions d'euros en 2010 selon le projet annuel de performance.

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.

1.– La progression du chèque-vacances

Au cours de l'année 2008, le volume d'émission affiche une hausse de 8,2 % par rapport à 2007, pour atteindre un total de 1,2 milliard d'euros. Si l'on considère les huit premiers mois de l'année 2009, le volume d'émission, de l'ordre de 1,01 milliard d'euros pour la même période 2008, a progressé de 5,8 % pour atteindre 1,07 milliard d'euros. Les prévisions pour l'ensemble de l'année 2009 sont de 1,28 milliard d'euros. Dans un contexte de crise financière exceptionnelle, ces résultats sont particulièrement remarquables et valident la pertinence de ce dispositif.

En 2008, plus de 3 millions de porteurs de chèques-vacances ont été comptabilisés, dont 2,4 millions dans les entreprises de plus de cinquante salariés, et 0,6 million au sein des trois fonctions publiques. En comptant les ayants droit des porteurs, ce sont plus de 7,5 millions d'utilisateurs qui bénéficient du dispositif. 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 partir en vacances.

Une faiblesse avérée de ce dispositif réside dans le très petit nombre de bénéficiaires issus des petites et moyennes entreprises de moins de cinquante salariés (environ 35 000 personnes en 2008).

La loi n° 2009-888 du 22 juillet 2009 de développement et de modernisation des services touristiques contient des dispositions destinées à faciliter la pénétration des chèques vacances dans ces entreprises et notamment :

- la suppression de différents obstacles comme l'obligation d'une mise en place sous forme d'épargne, la limitation de l'accès au chèque-vacances aux salariés ayant un revenu fiscal de référence en deçà d'un certain montant ou l'impossibilité pour les chefs d'entreprise mandataires sociaux d'avoir accès au chèque-vacances ;

- le conventionnement par l'ANCV des opérateurs devant assurer la commercialisation du chèque-vacances dans les entreprises de moins de 50 salariés ;

La loi prévoit également la publication au bout de deux ans, d'un rapport sur la réalisation de l'objectif de 500 000 porteurs dans les entreprises de moins de 50 salariés.

Le projet de décret d'application de la loi a été diffusé sur le site du ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi pour faciliter la concertation avec les parties intéressées. Après la publication du décret, l'ANCV passera avec les opérateurs mentionnés dans la loi, des conventions pour leur permettre de commercialiser le chèque vacances dans les petites entreprises.

2.- Les subventions au tourisme social

L'ANCV mobilise et soutient ses partenaires de l'action sociale à l'aide de quatre programmes :

- **Seniors en Vacances** : mis en place en 2008, ce dispositif a bénéficié à 3 063 personnes qui ont pu effectuer un séjour en France. L'objectif est d'atteindre dès 2010, les 100 000 bénéficiaires. À titre de comparaison, l'Espagne a créé un programme comparable, il y a déjà vingt ans, qui profite à un million de retraités.

- **Les aides aux projets vacances /les aides à la pratique sportive** : il s'agit d'aides financières apportées sous forme de chèques vacances, qui permettent à des personnes en situation de fragilité économique et sociale de partir en vacances ou de pratiquer un sport. Au total 43 000 personnes ont pu partir en vacances dans ce cadre en 2008 et le programme d'aide à la pratique sportive a bénéficié à 32 900 personnes.

- **Bourse Solidarité Vacances (BSV)** : cet organisme collecte auprès de prestataires touristiques volontaires des propositions de séjours, hébergements, transports et loisirs à tarif solidaire, en vue de les proposer à des publics en difficulté via un réseau de structures locales à vocation sociale. Créé sous la forme d'un groupement d'intérêt public en 1999, BSV a été intégrée à l'ANCV en novembre 2006.

- **Les aides aux équipements touristiques à vocation sociale** : entre novembre 2007 et mars 2008, suite aux difficultés juridiques rencontrées dans la gestion de certains dossiers d'aides à la pierre, 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. Le nouveau régime a été adopté par le conseil d'administration de l'ANCV le 21 mars 2008. Au 31 décembre 2008, 59 dossiers étaient déposés auprès de l'agence.

Le tableau ci-dessous dresse l'inventaire chiffré des aides aux vacances mobilisées et effectivement utilisées de 2004 à 2008.

AIDES NOTIFIÉES DE 2004 À 2008

(en milliers d'euros)

	2004	2005	2006	2007	2008
Aides à la personne	3 856	5 248	6 127	5 745	5 517
Aides à la pierre	7 413	8 365	6 553	0	0

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

Il convient de souligner qu'entre 2007 et 2008, le régime correspondant à l'aide à la pierre était en cours de réforme. Le régime rénové a été mis en œuvre au second semestre 2008 et les premières aides attribuées dans ce cadre ont été notifiées début 2009. Cependant, si elle n'a pas notifié d'aide directe, l'ANCV a abondé en 2007 à hauteur de 9,9 millions d'euros un fonds de concours ouvert par l'État pour lui permettre le paiement d'aides à la pierre pour le tourisme social attribuées au cours des années antérieures au titre de son plan patrimoine.

*

* *

EXAMEN EN COMMISSION

Au cours de sa réunion du 27 octobre 2009 à 20h15, après l'audition de M. Patrick Devedjian, ministre auprès du Premier ministre, en charge de la mise en œuvre du plan de relance, et de M. Hervé Novelli, secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des PME, du tourisme, des services et de la consommation, sur les crédits de la mission Économie ainsi que de la mission Plan de relance de l'économie et du compte spécial Prêts et avances à des particuliers ou à des organismes privés, lors de la commission élargie (voir compte rendu analytique officiel de la réunion du 27 octobre 2009 à 17 heures, disponible sur le site Internet de l'Assemblée nationale ⁽¹⁾), la Commission des finances examine les crédits de ces missions.

*Contrairement à l'avis défavorable du Rapporteur spécial, la Commission des finances **adopte** les crédits de la mission Économie.*

(1) http://www.assemblee-nationale.fr/13/budget/plf2010/commissions_elargies/cr/C002.asp

ANNEXE 1

BILAN DÉTAILLÉ DE L'ANNÉE TOURISTIQUE 2008 POUR LA FRANCE ⁽¹⁾

Après quatre années consécutives de croissance, le tourisme mondial ralentit sa progression en 2008, affecté par les turbulences économiques. Le ralentissement économique affecte également le tourisme en France en 2008.

1.- Le tourisme français en 2008 : un environnement général soumis à de violentes perturbations

L'environnement du tourisme français a été affecté en 2008 d'abord par les fluctuations du prix du pétrole et des parités monétaires puis par l'aggravation de la crise financière en septembre.

Du point de vue de l'économie générale, l'année 2008 s'est traduite en France par le ralentissement de la croissance. Le Produit Intérieur Brut (PIB) français n'a augmenté en volume que de 0,4 % par rapport à l'année précédente, l'activité s'étant retournée à la baisse à compter du printemps. La consommation des ménages a augmenté en volume de 1 % en 2008 par rapport à 2007, après +2,4 % en 2007. Alors que sur l'ensemble de l'année 2007, la hausse des prix n'a été que de 1,5 % en moyenne, l'inflation s'est accélérée en 2008, atteignant 2,8 % en moyenne annuelle, sous l'effet de l'envolée des prix du pétrole et de la flambée des matières premières. Cette moyenne cache une évolution très contrastée au cours de l'année, passant d'un glissement annuel de 3,6 % en juillet à 1,0 % en décembre.

Le tourisme international subit le retournement de la conjoncture à la mi-année 2008. D'après les estimations de l'Organisation Mondiale du Tourisme, le volume du tourisme mondial, apprécié au travers des arrivées de touristes internationaux, a progressé de 1,9 % par rapport à 2007, atteignant 922 millions en 2008. La progression avait été de 6,1 % en 2007.

Avec 79,3 millions d'arrivées de touristes non-résidents (-3 % par rapport à 2007), la France reste la première place de destination touristique mondiale. L'année 2008 est marquée par un très net retournement de tendance en cours d'année. Le nombre d'arrivées de touristes progresse encore de manière significative au cours du premier semestre pour reculer fortement au cours du second. Cependant, la baisse des arrivées provient surtout du recul du nombre de voyageurs en transit. Hors transit, les arrivées de touristes sont stables à 68 millions.

2.- Les déplacements des Français

Comme les années précédentes, l'accent est mis sur les déplacements des Français pour motifs personnels. Il n'en reste pas moins que les déplacements pour motifs professionnels représentent un poids économique tout à fait important, de l'ordre de un quart, voire un tiers de l'ensemble de la consommation touristique sur le territoire.

En 2008, le tourisme des Français enregistre un recul des voyages pour motif personnel de plus de 3 % par rapport à l'année précédente. Mais cette évolution n'est pas homogène au cours de l'année, reflétant les effets de calendrier et la conjoncture économique. Le premier trimestre est en forte progression, bénéficiant à la fois de l'effet du calendrier (année 2008 bisextile, Pâques en

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

mars 2008) et de la bonne saison de sport d'hiver, à comparer avec un hiver 2007 marqué par le manque de neige. Le deuxième trimestre marque un recul très net, conséquence à la fois du calendrier (Pâques en avril en 2007) et de la forte croissance du prix des carburants. Le troisième trimestre est peu affecté, les vacances en juillet-août se maintiennent, mais le mois de septembre enregistre les premiers effets de la crise économique, sans compter la météorologie peu favorable cette année. Le quatrième trimestre se replie avec la conjoncture.

Maintien des voyages en métropole

Le nombre de voyages pour motif personnel des résidents est globalement en recul de – 3,4 % en 2008 par rapport à 2007. Cette évolution n'est pas homogène au cours de l'année, reflétant les effets de calendrier et les évolutions économiques.

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE VOYAGES POUR MOTIF PERSONNEL PAR TRIMESTRE ET SEMESTRE PAR RAPPORT À LA MÊME PÉRIODE DE L'ANNÉE 2007

(en %)

	T1	T2	T3	T4	S1	S2	2008/2007
Nombre de voyages	+12,2	-10,4	-3,7	-7,1	-1,4	-5,0	-3,4

Source : résultats provisoires de SDT (Enquête suivi de la demande touristique)

Au premier trimestre, le nombre de voyages progresse très significativement, bénéficiant de deux effets de calendrier, l'année 2008 est une année bissextile (son mois de février comporte 29 jours) et le week-end de Pâques est au mois de mars, alors qu'il était en avril en 2007. Puis le deuxième trimestre est en recul très net par rapport à la même période de l'année précédente : le mois d'avril perd le week-end de Pâques et le mois de mai subit déjà l'impact de la forte croissance du prix des carburants. Au troisième trimestre, les deux mois de juillet et août se maintiennent bien au niveau de l'année précédente, c'est la période traditionnelle des vacances en famille. Au mois de septembre, on observe un recul significatif par rapport à l'année précédente, c'est le mois des vacances décalées des seniors et des étudiants. On enregistre les premiers effets de la crise économique, qui se prolongeront au quatrième trimestre également en recul.

Des résultats très différenciés selon le type d'hébergement et la destination

Globalement, les voyages en métropole progressent de 1,3 % en 2008 par rapport à l'année 2007. Mais, le nombre des courts séjours en métropole, de une à deux nuits, diminue alors que les séjours plus longs sont en croissance. Ainsi, le phénomène d'« émiettement » qui conduit à se déplacer plus souvent mais moins longtemps, observé les années précédentes s'est interrompu en 2008.

Si globalement le nombre de voyages est en baisse de plus de 3 % en 2008 par rapport à l'année précédente, la baisse est de près de 6 % lorsqu'il s'agit d'un hébergement marchand, alors qu'on observe une hausse de 2 % des voyages en hébergement non marchand (résidence secondaire, ou visite de la famille ou des amis).

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE VOYAGES POUR MOTIF PERSONNEL SELON LE TYPE D'HÉBERGEMENT ET LA DESTINATION

(en %)

Type d'hébergement	Destination métropole	Autres destinations	Ensemble
Marchand	+4,5	-12,1	-5,9
Non marchand	+0,5	-10,0	2,0
Total	+1,3	-11,5	-3,4

Source : résultats provisoires de SDT (Enquête suivi de la demande touristique)

Les voyages à destination de l'étranger ou des territoires d'Outre mer diminuent de près de 12 %. La baisse la plus forte s'observe pour les voyages de 3 à 5 nuits.

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE VOYAGES POUR MOTIF PERSONNEL SELON LA DURÉE DE SÉJOUR EN NUITÉES

(en %)

Destinations	Durée du voyage			Ensemble
	1 à 2 nuits	3 à 5 nuits	6 nuits et plus	
Métropole	-2,0	+4,6	+6,5	+1,3
Autres destinations	-8,8	-17,8	-10,1	-11,5
Total	-3,3	-3,5	-3,4	-3,4

Source : résultats provisoires de SDT (Enquête suivi de la demande touristique)

Si les Français sont partis presque aussi nombreux, notamment en vacances d'été en juillet-août, ils semblent cependant avoir fait un certain nombre d'arbitrages liés à l'évolution des coûts de transport (prix des carburants, surcharges transport aérien) ou de leur pouvoir d'achat. Ces arbitrages se traduisent par des destinations hors métropole moins fréquentes et par un hébergement plus souvent non marchand. On sait par ailleurs que ces arbitrages ont pu se traduire également par une moindre consommation sur leur lieu de vacances, notamment les dépenses de restauration et de loisirs.

Des longs séjours qui se maintiennent en métropole

Les arbitrages se sont également exprimés sur la durée des séjours. Ainsi, pour les destinations en métropole, les très courts voyages d'une ou deux nuits sont en diminution, alors que l'évolution est positive pour les séjours plus longs, notamment ceux d'au moins six nuits, ce qui confirme la bonne tenue des vacances d'été traditionnelles, alors que les petits week-end du mois de mai sont en retrait en liaison avec la hausse du coût des carburants. Pour les voyages hors métropole au contraire, la baisse la plus forte s'observe pour les voyages de 3 à 5 nuits.

Des gains de parts de marchés pour les déplacements en train

L'augmentation de la part de marché des déplacements en train se fait au détriment des déplacements empruntant les autres modes de transport : l'avion surtout, mais également le bateau et la route quel que soit le type de véhicule.

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE VOYAGES POUR MOTIFS PERSONNELS PAR MODE DE TRANSPORT

(en %)

	Route ⁽¹⁾	train	avion	autre	2008/2007
Nombre de voyages	-1,8	+6,6	-17,2	-1,9	-3,4

Source : résultats provisoires de SDT (Enquête suivi de la demande touristique)

3.- Les visiteurs étrangers en France

La France est la première destination touristique mondiale. Elle le reste pour l'année 2008, malgré un recul de l'ordre de 3 % du nombre des arrivées de touristes non-résidents. Selon une estimation encore provisoire, ce nombre devrait s'établir à un peu moins de 80 millions.

(1) Voiture, deux roues, autocar, camping-car.

ARRIVÉES DE TOURISTES NON-RÉSIDENTS, SELON LE MOTIF DU VOYAGE

Motif	Arrivées en millions			Évolution en %				
	2006	2007	2008	2008/2007	T1	T2	T3	T4
En transit	13,9	13,9	11,3	-19	-13	-22	-23	-10
Hors transit	65,0	68,0	68,0	0	11	7	-8	-6
Total	78,9	81,9	79,3	-3	7	2	-11	-6

Source : résultats provisoires de EVE (Enquête auprès des Visiteurs venant de l'étranger)

L'année 2008 est marquée par un très net retournement de tendance en cours d'année. Le nombre d'arrivées de touristes progresse encore de manière significative au cours du premier semestre (respectivement de 7 % et de 2 % au premier et au deuxième trimestres par rapport à la même période de l'année précédente), pour reculer fortement au cours du second (-11 % et -6 % respectivement au troisième et quatrième trimestres). Comme le troisième trimestre, à lui seul, représente plus d'un tiers de l'activité touristique de l'année, la baisse des arrivées de non-résidents est significative sur l'ensemble de l'année 2008.

Mais avec ces arrivées de touristes en provenance de l'étranger, indicateur retenu par l'Organisation mondiale du tourisme, on comptabilise des courts séjours qui ne sont souvent que de simples transits comportant une nuit passée en France. Ainsi, parmi les 80 millions d'arrivées de touristes étrangers, plus de 11 ne font que transiter par la France. Ils y passent au moins une nuit, mais leur séjour ne constitue qu'une étape vers leur destination finale. En 2008, selon les premières évaluations disponibles, ce sont donc 68 millions de voyages qui ont eu la France comme destination touristique, niveau équivalent à celui de l'année 2007.

Les arrivées en transit baissent tout au long de l'année, plus fortement au deuxième et au troisième trimestre, période correspondant au point le plus haut du prix des carburants. On peut rapprocher la baisse des passages en France des touristes en transit de celle des touristes des pays proches du Nord de l'Europe (Royaume-Uni, Allemagne, Benelux...). Par exemple, le nombre d'arrivées de touristes non-résidents a baissé de 3 % en Espagne⁽¹⁾ cette année. Cette baisse en Espagne touche essentiellement les arrivées de touristes non-résidents venus par la route (-14 %). Il est possible que de nombreux Européens ne soient pas partis ou soient partis moins loin cet été, sans doute à cause de la hausse du prix du carburant. Par ailleurs, on observe peut-être un report entre les différents moyens de transport au détriment de la route, au niveau européen. Comme une partie des touristes européens avait pour habitude de traverser la France en voiture pour se rendre en Espagne, cela peut expliquer la baisse du nombre de touristes de passage en France.

Comme évoqué précédemment, le troisième trimestre semble avoir subi, de plein fouet, l'augmentation du prix du pétrole. Le prix très élevé du carburant au début de cet été est une hypothèse pour expliquer la chute du nombre d'arrivées des touristes non-résidents. En effet le nombre d'arrivées par la route a baissé de 7 % sur l'année et surtout de 12 % au troisième trimestre. Cette baisse est importante pour le nombre total d'arrivées de touristes, quand on sait que les arrivées par la route représentent plus de 55 % des arrivées annuelles. En revanche la baisse de 6 % des arrivées des touristes au dernier trimestre 2008 est sans doute liée à la crise économique actuelle et non plus au niveau des prix de l'essence.

Cette baisse du nombre d'arrivées de touristes s'accompagne logiquement d'une baisse du nombre de nuitées. Mais cette baisse est relativement faible (-1 %). En effet, c'est le nombre d'arrivées pour des voyages d'une nuitée qui diminue le plus (-15 %), alors que les arrivées pour des voyages de 2 ou 3 nuitées progressent (respectivement de +3 % et +4 %). Les arrivées pour des voyages d'au moins 15 nuitées baissent également fortement (-13 %), mais ils pèsent relativement peu dans l'ensemble des arrivées (moins de 8 %).

(1) Les données espagnoles proviennent de l'Instituto de Estudios Turísticos (IET) et de son enquête FRONTUR.

À noter également que le recul du nombre d'arrivées de non-résidents se fait surtout ressentir dans l'hébergement marchand (-4 % et -2 % hors transit).

**NOMBRE D'ARRIVÉES DE TOURISTES NON-RÉSIDENTS EN MILLIONS,
SELON LA DURÉE DU VOYAGE**

(arrivées en millions, évolution en %)

Nombre de nuits	Arrivées en millions		Évolution en %	Répartition par durée	
	2007	2008	2007/2008	en 2007 (%)	en 2008 (%)
1 nuit	14,6	12,4	-15	18	16
2 nuits	10,6	11	3	13	14
3 nuits	11,7	12,2	4	14	15
de 4 à 7 nuits	24,3	23,7	-3	30	30
de 8 à 14 nuits	13,5	13,8	2	16	17
15 nuits ou plus	7,2	6,2	-13	9	8
Total	81,9	79,3	-3	100	100

Source : résultats provisoires de EVE (Enquête auprès des Visiteurs venant de l'étranger)

ÉVOLUTION DU NOMBRE D'ARRIVÉES SELON LE MODE D'HÉBERGEMENT

(arrivées en millions, évolution en %)

Hébergement	2007	2008	évolution	évolution hors transit
non-marchand	20,8	20,7	-1	5
marchand	65,1	62,3	-4	-2

Source : résultats provisoires de EVE (Enquête auprès des Visiteurs venant de l'étranger)

Note : La somme des arrivées pour un séjour en hébergement marchand et des arrivées pour un séjour en hébergement en non-marchand est supérieure au nombre total d'arrivées. En effet un même touriste peut passer une partie de son voyage en hébergement marchand et une autre dans un hébergement non-marchand. Ce touriste sera alors compté deux fois dans ce tableau, une fois dans chaque ligne.

Les clientèles européennes en recul

Les clientèles européennes sont en recul, alors que les arrivées d'origine plus lointaine restent globalement en progression. Néanmoins les provenances d'Amérique du Nord sont en baisse et au sein de l'ensemble Asie-Océanie, les évolutions sont très contrastées, puisque les arrivées en provenance du Japon reculent de 16 %, alors qu'au contraire la progression est très forte en provenance d'Australie.

ARRIVÉES DE TOURISTES NON-RÉSIDENTS, SELON LE CONTINENT DE RÉSIDENCE

(en millions)

Zone de résidence	Arrivées en millions		Évolution en %
	2007	2008	2008/2007
Afrique	1,4	1,5	9
Amérique du Nord	4,3	4,3	0
Autres pays d'Amérique	1,5	1,5	0
Asie-Océanie	3,7	3,9	5
Europe	71,0	68,1	-4
Ensemble	81,9	79,3	-3

Source : résultats provisoires de EVE (Enquête auprès des Visiteurs venant de l'étranger)

La baisse des arrivées des touristes non-résidents en transit va de pair avec la baisse des arrivées des touristes en provenance des pays les plus proches, au nord et à l'est¹ de la France. La diminution du nombre d'arrivées des touristes est de 7 %, pour ces pays. Ces clientèles, en baisse cette année, représentaient 62 % des arrivées en 2007.

Parmi les pays européens et nos plus grosses clientèles, le recul est marqué pour les visiteurs résidant en Allemagne, au Benelux, et dans les Îles Britanniques, les évolutions hors transit étant logiquement plus modérées.

ARRIVÉES DE TOURISTES EUROPÉENS

Zone de résidence	Arrivées en millions		Évolution en %	
	2007	2008	2008/2007	hors transit
Allemagne	13,0	11,6	-11	-9
Benelux	17,1	15,9	-7	-4
Îles britanniques	15,6	15,0	-4	-1
Italie	8,4	8,4	0	11
Péninsule ibérique	6,2	6,4	3	0
Suisse	5,4	5,1	-4	-7
Autres pays d'Europe	5,3	5,7	10	13
Ensemble Europe	71,0	68,1	-4	-1

Source : résultats provisoires de EVE (Enquête auprès des Visiteurs venant de l'étranger)

4.- La ligne « voyages » de la balance des paiements en 2008

L'excédent de la ligne voyages est en net recul en 2008, à 8,5 milliards d'euros, après 12,8 milliards en 2007 et 12,1 milliards en 2006. Cette évolution résulte d'une baisse des recettes de 4,6 % en 2008 par rapport à 2007, ainsi que d'une progression des dépenses de 9,6 %.

La hausse de fréquentation des touristes en provenance des États-Unis ne suffit pas à compenser la baisse des dépenses des visiteurs européens, en particulier des Britanniques, des résidents du Benelux et des Allemands. Parallèlement, les dépenses des Français à l'étranger augmentent, en particulier vers les destinations les plus prisées : Espagne, Italie, Afrique du Nord et États-Unis.

RECETTES ET DÉPENSES DE LA LIGNE « VOYAGES », 2001-2008

(en millions d'euros)

	2001	2002	2003	2004 r	2005 r	2006 r	2007	2008	2008-2007
Recettes	33 679	33 803	32 349	36 409	35 381	36 911	39 601	37 799	-4,6%
Dépenses	20 055	20 386	20 713	23 171	24 546	24 842	26 777	29 336	+9,6%
Solde	13 624	13 417	11 636	13 239	10 835	12 069	12 824	8 463	-34,0%

Source : Banque de France.

La Banque de France a révisé en 2007 les séries de la ligne voyages de la balance des paiements pour les trois années 2004, 2005 et 2006, ce qui conduit à une discontinuité des séries entre 2003 et 2004. Les nouvelles méthodes adoptées en 2007 utilisent en particulier les résultats de l'enquête auprès des visiteurs de l'étranger (EVE).

¹ On considère ici les pays suivants : Royaume-Uni, Allemagne, Belgique, Pays-Bas, Suisse, Luxembourg, Irlande.

5.- Le contexte du tourisme international en 2008 : la compétitivité par les prix.

Les prix constituent un des éléments de la compétitivité touristique d'un pays. Il faut les apprécier une fois pris en compte les effets des taux de change.

En ce qui concerne les évolutions de taux de change, l'année 2008 est marquée par l'appréciation de l'euro par rapport au dollar et à la livre sterling qui baisse fortement. Le dollar, qui s'est déprécié par rapport à l'euro en moyenne annuelle de 8,3 % en 2007 par rapport à 2006 perd encore 6,8 % en 2008. En revanche, le yen japonais qui s'est déprécié par rapport à l'euro jusqu'en 2007, reprend 5,8 % en 2008 par rapport à 2007. Le franc suisse progresse également en 2008 par rapport à l'euro.

Évolutions des prix en monnaies nationales : des différences faibles mais sensibles.

En 2008, tous les pays connaissent une augmentation de l'inflation par rapport à 2007, mais les différences entre la France et les pays d'où proviennent la plupart de ses visiteurs restent modestes en 2008. Cependant, on peut distinguer la plupart des pays dont la hausse des prix, comme en France, se situe autour de 3 % et d'autres pays où la hausse des prix est soit plus faible, soit un peu plus forte : l'Espagne et la Belgique ont ainsi des hausses de prix supérieures à 4 % l'an ; de l'autre côté, le Japon, la Suisse et les Pays-Bas enregistrent une hausse des prix plus faible.

RIX ET TAUX DE CHANGE DES PAYS CORRESPONDANT AUX PRINCIPALES CLIENTÈLES TOURISTIQUES EN FRANCE.

(moyennes annuelles)

	Taux de change par rapport à l'Euro Variation 2008/2007 En %	Prix à la consommation Variation 2008/2007 En %
Allemagne	0	+2,8
Royaume-Uni	-14,1	+3,6
Pays-Bas	0	+2,2
Belgique	0	+4,5
Italie	0	+3,5
États-Unis	-6,8	+3,8
Suisse	+3,5	+2,3
Espagne	0	+4,1
Japon	+5,8	+1,4
France	0	+3,2

Source : Eurostat, OCDE

6.- Les prix du tourisme en 2008

Les prix à la consommation ont connu des mouvements assez forts au cours de l'année 2008, avec l'envolée des prix du pétrole et des matières premières jusqu'à l'été, suivie d'un brusque retournement à la baisse. C'est pourquoi, alors que les prix ont augmenté en moyenne de 2,8 % par rapport à 2007, la progression de l'indice des prix à la consommation n'a été que de 1 % en glissement⁽¹⁾ Hors énergie, l'évolution des prix est de +2,1 % en moyenne annuelle et de 1,7 % en glissement.

¹ Décembre 2008 rapporté à décembre 2007.

Les prix des activités touristiques continuent à croître plus vite en 2008 que l'ensemble de l'économie : 3,9 % en moyenne et 4,2 % en glissement par rapport à 2007. Les prix de l'hébergement évoluent sensiblement comme les années précédentes, à plus de 4 % de hausse en moyenne comme en glissement. L'augmentation très forte des prix des voyages organisés est liée à celle du transport aérien, qui a subi la mise en place de surcharge carburant pour faire face à l'augmentation du prix du pétrole. Quant au prix de la restauration, ils ont augmenté de 3,3 % en moyenne comme en glissement.

L'utilisation de véhicules personnels, qui ne figure pas dans les activités touristiques mais représente un coût supporté par les touristes, a connu une évolution des prix très heurtée en 2008 avec les prix des carburants. Alors que les prix ont augmenté en moyenne de 7,6 %, ils ont baissé en glissement de 2,7 % en 2008.

ÉVOLUTION DES PRIX À LA CONSOMMATION

(en %)

	En moyenne annuelle	En glissement annuel
Ensemble	2,8	1,0
Ensemble hors énergie	2,1	1,7
Activités touristiques	3,9	4,2
- Hébergement	4,4	4,1
. dont hôtel	4,7	4,2
- Voyages organisés	7,2	12,0
- Transport	4,6	5,1
- Restauration	3,3	3,3
Utilisation de véhicules personnels	7,6	-2,7

Source : Insee

7.- Les activités des entreprises touristiques

7.1.- l'hôtellerie de tourisme.

La fréquentation recule au second semestre 2008.

L'année 2008 marque un retournement pour l'hôtellerie de tourisme. Avec 197,7 millions de nuitées, la fréquentation est en baisse de 0,6 % par rapport à l'année 2007. Dans la première partie de l'année (de janvier à mai), le nombre de nuitées a crû de 3,1 %, avec notamment un mois de mai exceptionnel. Conséquence de la crise économique, le recul de la fréquentation se produit durant la seconde partie de l'année, particulièrement la fréquentation étrangère.

Ce léger recul d'ensemble résulte d'une baisse des nuitées dans l'hôtellerie économique (-1,6 % pour les 0 étoile), ainsi que dans les 1 et 2 étoiles (respectivement -2,4 % et -0,9 %). Le nombre de nuitées progresse légèrement pour les 3 étoiles (+0,1 %) et les 4 étoiles et 4 étoiles luxe (+0,5 %).

NUITÉES EN MILLIERS DANS L'HÔTELLERIE 2005-2008

	2005	2006	2007	2008
Total*	192 377	191 925	199 000	197 673
France	120 322	123 105	126 511	126 550
Étranger	72 054	68 821	72 490	71 065
Hôtels 0*	28 377	26 569	27 715	27 264
Hôtels 1*	9 931	9 627	9 647	9 419
Hôtels 2*	80 166	80 314	81 705	80 962
Hôtels 3*	53 379	54 198	57 301	57 361
Hôtels 4*-4* luxe	20 524	21 217	22 560	22 667

Source : Direction du Tourisme – Insee

Ce déplacement de la fréquentation, déjà observé dans le passé, se confirme alors que la montée en gamme de l'offre disponible se poursuit. Au cours de l'année 2008, si la capacité globale d'accueil de l'hôtellerie diminue légèrement (baisse de -0,4 % du nombre de chambres), elle augmente dans le haut de gamme (+ 0,9 % pour les 3 étoiles et + 3,2 % pour l'ensemble des 4 étoiles et 4 étoiles luxe), alors qu'elle recule fortement pour l'hôtellerie économique ou de moyenne gamme (- 1,6 % pour les 0 étoile, - 4,8 % pour les 1 étoile et - 1,2 % pour les 2 étoiles).

Indépendamment de la conjoncture et du choc économique de 2008, le secteur hôtelier a donc poursuivi sa restructuration sur la tendance amorcée depuis les années quatre-vingts. Cette restructuration est notamment caractérisée par une montée en gamme continue qui porte à près de 40 % la part des chambres offertes en 3, 4 et 4 étoiles luxe contre 27 % en 1986.

ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION ET DU PARC DE L'HÔTELLERIE DE TOURISME

	Nombre de chambres Au 1 ^{er} janvier 2009	Évolution 1 ^{er} janvier 2009 / 1 ^{er} janvier 2008 (en %)	Nuitées cumul 2008	Évolution cumul 2008/ cumul 2007 (en %)
0 étoile	77 478	-1,6	27 263 687	-1,6
1 étoile	31 888	-4,8	9 418 757	-2,4
2 étoiles	265 002	-1,2	80 962 026	-0,9
3 étoiles	173 393	+0,9	57 361 251	+0,1
4 et 4 étoiles plus	64 321	+3,2	22 667 424	+0,5
Ensemble	612 082	-0,4	197 673 145	-0,6

Source : enquête de fréquentation hôtelière - Insee, direction du Tourisme, partenaires régionaux.

Les évolutions de la fréquentation et des capacités d'accueil se traduisent par une évolution du taux d'occupation. Globalement, ce taux d'occupation des hôtels de tourisme diminue de 0,6 point par rapport à 2007, pour s'établir à 61,4 % sur l'année. Son recul est beaucoup plus marqué depuis le mois de septembre.

Les hôtels les plus affectés en 2008 par cette baisse sont les hôtels « haut de gamme » (respectivement - 0,8 et - 2,3 points pour les 3 étoiles et 4 étoiles), du fait de la poursuite d'une augmentation de capacité bien supérieure à celle de leur fréquentation, elle-même pénalisée par le recul de la clientèle étrangère. En effet, les hôtels 3 étoiles comptabilisent autant de nuitées étrangères que françaises et les 4 étoiles deux fois plus.

La fréquentation étrangère dans l'hôtellerie de tourisme est en baisse de 1,7 % sur l'ensemble de l'année 2008. Cette tendance est très disparate au niveau mensuel : la hausse de la clientèle étrangère, qui représente plus du tiers de la fréquentation totale, sur le début de l'année (+ 3,1 % sur les mois de janvier à mai) ne suffit pas à compenser le recul important du second semestre (- 4,3 % pour les mois de juin à décembre). Malgré un second semestre difficile, les nuitées européennes sont en hausse de 0,3 % sur l'ensemble de l'année.

La fréquentation britannique, qui représente plus du quart de la fréquentation européenne avec 14,7 millions de nuitées, recule de 5,7 %. Deux facteurs importants expliquent cette baisse : d'une part, les touristes britanniques étaient venus nombreux en 2007, attirés en particulier par la coupe du Monde de rugby, le recul en 2008 en est donc plus marqué, et d'autre part, l'évolution de la parité de la livre par rapport à l'euro leur a été défavorable.

Les touristes italiens, deuxième clientèle européenne, sont venus nombreux cette année. Leur nombre de nuitées est en hausse de 4,5 %. Ils sont venus nombreux en région Midi Pyrénées, et tout particulièrement à Lourdes pour les fêtes du Jubilé 2008. C'est la clientèle majoritaire de cette ville : elle y représente 45 % de la fréquentation étrangère. A contrario, la fréquentation des clientèles allemandes et espagnoles est en recul.

L'année 2008 a aussi été marquée par un repli continu de la fréquentation américaine. La dépréciation du dollar par rapport à l'euro est sans doute un facteur important de la baisse continue des nuitées américaines sur l'année (- 15,5 %). Pour des raisons économiques similaires (parité yen/euro), la fréquentation japonaise est en baisse de 12,1 % par rapport à 2007. Les incidents lors du passage de la flamme olympique à Paris, puis les jeux olympiques eux-mêmes, ont impacté fortement la fréquentation de la clientèle chinoise, dont le nombre de nuitées recule de 20,8 % sur l'année.

7.2.– Fréquentation dans l'hôtellerie de plein air.

Dans un contexte économique morose, l'hôtellerie de plein air a su tirer son épingle du jeu en 2008. En effet, ces bons résultats sont imputables en partie au choix des clientèles qui ont préféré le camping, moins onéreux comparé aux autres formes d'hébergements marchands.

Avec 98,8 millions de nuitées, la fréquentation dans l'hôtellerie de plein air est en hausse de 1,2 % par rapport à la saison 2007. C'est pour les campings haut de gamme que la progression du nombre de nuitées est la plus forte, respectivement + 0,9 % et + 4 % pour les 3 étoiles et 4 étoiles. L'offre de l'hôtellerie de plein air se modifie depuis plusieurs années. Si le nombre de terrains et d'emplacements, toutes catégories confondues, tend à diminuer, il ne cesse d'augmenter pour les catégories haut de gamme. En 2008, le nombre d'emplacements dans les 4 étoiles est en hausse de 2,3 %. Cette croissance du haut de gamme est liée aux types d'emplacements préférés des campeurs. Les emplacements locatifs (équipés d'un hébergement léger type mobile home) ont le vent en poupe. Leur nombre est en hausse de 4,8 %. Alors qu'ils ne représentent que 20 % du parc, ils recueillent 37,5 % des nuitées. Plus de la moitié de ceux-ci sont situés sur des terrains classés 3 ou 4 étoiles. La fréquentation sur ce type d'emplacement est en hausse de 6,9 % en 2008, alors que la fréquentation sur les emplacements nus diminue de 2,1 %.

Après une saison 2007 mitigée, le taux d'occupation des campings est en hausse de 0,5 point, il s'établit à 33,4 %. Cette hausse cache d'importantes disparités entre catégories, et plus encore entre type d'emplacements. Sur la pleine saison (juillet-août), il est de 54,1 % et augmente de 0,8 point par rapport à la même période de 2007. Il est beaucoup plus élevé pour les 3 et 4 étoiles (respectivement 56,7 % et 68,2 %), et atteint 78 % et 82,5 % pour les emplacements locatifs de ces campings haut de gamme.

La fréquentation française progresse en 2008 de près de 2 % tandis que la fréquentation baisse très légèrement. L'année 2008 a été globalement bonne pour la plupart des espaces touristiques, à l'exception de quelques régions en baisse, Nord-Pas-de-Calais, Bretagne, Corse, Midi-Pyrénées et Basse-Normandie.

Le littoral méditerranéen reste en tête avec 23,5 % de la fréquentation totale et une croissance de 1,1 % des nuitées. Si pour le littoral Languedoc-Roussillon, la fréquentation française et étrangère a augmenté, on constate une baisse de 3,1 % de la fréquentation étrangère pour le littoral PACA. En effet, la clientèle néerlandaise, qui représente 44 % des nuitées étrangères de cette région, y a reculé de 10,6 %. En 2008, les campeurs néerlandais ont privilégié les régions Aquitaine et Midi Pyrénées.

NUITÉES EN MILLIONS DANS L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR. 2003-2008

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Total*	98,2	94,5	97,6	100,1	97,7	98,8
France	63,8	60,7	62,4	63,7	62,3	63,5
Étranger	34,4	33,8	35,1	36,3	35,4	35,3
Dont :						
Pays-Bas	14,3	13,8	13,9	15,2	14,6	14,7
Royaume-Uni, Irlande	6,6	6,1	6,7	6,9	6,8	7,1
Allemagne	5,9	6,0	6,1	6,1	6,0	5,6
Belgique, Luxembourg	3,0	3,0	3,2	3,3	3,3	3,3
Italie	1,2	1,3	1,4	1,4	1,3	1,1
Suisse	1,0	1,0	1,1	1,1	1,1	1,0
Danemark	0,6	0,6	0,8	0,7	0,6	0,6
Espagne	0,5	0,5	0,6	0,5	0,7	0,7

Pour des raisons d'arrondis, la ligne total peut différer légèrement de la somme France + étranger.

Source : INSEE-Direction du tourisme

En ce qui concerne la fréquentation étrangère, les principales clientèles proviennent des pays voisins. La première d'entre elle est constituée par les touristes néerlandais, dont les nuitées augmentent de 0,4 % en 2008 par rapport à 2007. Les Britanniques confortent leur deuxième place avec une croissance de leurs nuitées de 2,3 %. Ils représentent 19,2 % de la fréquentation étrangère. En termes de poids, viennent ensuite les Allemands (15,9 %) dont la fréquentation est en forte baisse (-6,7 %). Les nuitées belges et espagnoles sont en hausse, alors que l'on constate une chute de la fréquentation italienne, chute concentrée essentiellement sur les mois d'août et septembre.

7.3.– Fréquentation des résidences de tourisme

Selon le Syndicat National des Résidences de Tourisme et de l'Hébergement Saisonnier (SNRT), l'année 2008 a été convenable. La saison d'hiver 2007-2008 a vu l'activité se maintenir tout juste. Le taux d'occupation moyen à 58 %, en baisse de un point par rapport à 2007 et trois points par rapport à l'hiver 2006. La saison a été bonne à la montagne et en ville, moins bonne à la mer et à la campagne. Les courts séjours ont été plus nombreux. La clientèle française a augmenté, mais les étrangers sont en baisse depuis quelques années, à l'exception des Belges et des Scandinaves.

Les résidences de montagne ont profité de la neige abondante. Toutes les stations ont pu en profiter, que ce soit en haute ou en moyenne montagne, avec une mention spéciale pour les Hautes-Alpes qui ont fait une excellente saison après deux mauvais hivers. Par ailleurs, les calendriers européens se sont bien complétés, permettant d'optimiser les remplissages. Le taux d'occupation moyen s'établit à 68,9 %, presque trois points au-dessus de 2007 et égal à 2006 (avec 7 000 appartements en plus).

Malgré la hausse du prix des carburants et la météo très maussade, la saison d'été 2008 a été honorable, avec un taux d'occupation moyen de 69,8 %, soit deux points de moins que l'année précédente. Les villes et la campagne ont eu les meilleurs résultats, la montagne s'est stabilisée. Sur le littoral, la Manche et l'Atlantique ont souffert de la météo. La clientèle étrangère représente 23 % du total, comme l'été dernier. Les Britanniques sont en baisse, mais les clientèles, belge et néerlandaise ont augmenté.

7.4.– La restauration : baisse de l'activité en 2008.

Les indicateurs de la restauration ne permettent pas de distinguer l'activité due au seul tourisme. Par ailleurs, on ne dispose plus des indicateurs d'activité COE-REXECODE-UMIH. L'Insee, dans les comptes des services, évalue la baisse de la production en volume de la restauration à 2,4 % en 2008, après plusieurs années de croissance. La restauration rapide continue à gagner des parts de marché perdues par la restauration traditionnelle où, par ailleurs, l'addition moyenne est en baisse.

L'activité des cafés a particulièrement souffert en 2008, avec une baisse du chiffre d'affaires en valeur de 3,4 % par rapport à 2007.

7.5.– Agences de voyages et tour opérateurs en 2008

L'activité des agences de voyages se répartit entre la billetterie qui représente les trois quarts environ du total de l'activité selon le SNAV (Syndicat National des Agents de Voyages) et la vente de voyages à forfait. Le secteur des agences de voyages connaît depuis plusieurs années des évolutions structurelles : développement de la vente de voyages par internet par de nombreux opérateurs et suppression des commissions par les compagnies aériennes au 1^{er} avril 2005.

Selon l'indice INSEE, le chiffre d'affaires des agences de voyages a augmenté en valeur de 5,3 % en 2008 par rapport à 2007, ce qui, compte tenu d'une hausse des prix de 7,9 %, cache une baisse du volume des prestations. Très dynamique au premier semestre, l'activité des agences de voyages a été affectée par la crise économique internationale.

Selon le baromètre du CETO (Association de tour-opérateurs), du 1^{er} novembre 2007 au 31 octobre 2008, le nombre de voyages a progressé de 3,5 % par rapport aux douze mois précédents, le nombre de clients en vols secs augmentant sensiblement, de +9,3 % tandis que les voyages à forfait ne progressent que de 1 %. Le chiffre d'affaires augmente globalement de 8,2 %, de 13 % pour les vols secs et de 7,3 % pour les voyages à forfait. C'est l'activité moyen courrier qui a été la plus dynamique. Concernant les voyages à forfait, les destinations en forte augmentation cette année ont été l'Égypte et la Turquie pour le moyen courrier et l'Amérique du Nord et l'Île Maurice pour le long courrier. Pour les vols secs, la croissance la plus forte est constatée pour les États-Unis (+42 %) et l'Espagne (+33 %).

7.6.– Les sites touristiques (musées, monuments, parcs récréatifs, ...).

Dans Paris et sa région, la fréquentation de la plupart des sites importants montre une affluence en croissance en 2008. Le musée du Louvre a accueilli encore plus de visiteurs en 2008 avec 8,4 millions qu'en 2007.

La Tour Eiffel a reçu 6,9 millions de visiteurs en 2008 après 6,8 en 2007, établissant ainsi un nouveau record absolu de fréquentation. Quant au château de Versailles, autre site particulièrement visité par les touristes, la fréquentation est passée de 5,3 millions de visiteurs en 2007 à 5,6 millions en 2008.

Le parc Disneyland Paris a connu une sensible progression de sa fréquentation en 2008, passant de 14,5 millions de visiteurs en 2007 à 15,3 millions en 2008. Le parc est aussi fréquenté par une importante clientèle de proximité. Le parc Astérix constate aussi une nette augmentation de sa fréquentation, de 1,6 million en 2007 à 1,8 million en 2008.

La fréquentation du Futuroscope, troisième parc de France, se maintient en 2008 avec 1,6 million de visiteurs comme en 2007. Sa clientèle repose essentiellement sur des touristes français.

7.7.– Les transports de passagers.

La croissance du transport aérien, qui avait fortement repris ces dernières années, connaît un ralentissement en 2008. Après une croissance de 6,2 % en 2007, le nombre de passagers sur les liaisons touchant les aéroports métropolitains progresse de 2,1 %, la progression en passagers-kilomètres étant de 2,8 %. C'est au mois de septembre que l'activité a subi une première baisse ; celle-ci s'est poursuivie en novembre et décembre. Les flux de trafic touchant les aéroports d'outre-mer sont en légère baisse, de 0,7 %, notamment sur les vols intérieurs, les vols métropole-DOM connaissant une stagnation.

Le trafic international connaît une poursuite de la croissance en 2008, avec une progression de 3,2 % du nombre de passagers, mais seulement 2,3 % de croissance avec l'Union Européenne, malgré l'augmentation du trafic des compagnies à bas coûts (+7,9 %).

Hors Union Européenne, la progression du nombre de passagers est plus dynamique (+4,6 % après +7,1 % en 2007). Les États-Unis et le Maghreb restent orientés à la hausse tandis que les liaisons avec Hong-Kong, la Russie ou le Brésil connaissent des croissances supérieures à 10 %. En revanche, avec le Japon, le nombre de passagers recule de 4,1 %.

En 2008, le trafic intérieur baisse de 2 %, marquant une accélération de la baisse par rapport aux années précédentes. C'est la fréquentation des vols entre Paris et les régions qui diminue le plus nettement (-4,1 % en nombre de passagers), imputable pour une large part à la concurrence avec le TGV. Les lignes transversales, quant à elles, voient le nombre de passagers augmenter de 4,1 %.

Transport ferroviaire de voyageurs : une croissance tirée par les TGV.

Les transports de voyageurs réalisés par la SNCF, mesurés en voyageurs-kilomètres, progressent de 5,8 % en 2008 par rapport à 2007. Cette forte croissance doit être légèrement modérée par les impacts des grèves à l'automne 2007. Les lignes TGV comme les réseaux régionaux progressent très fortement cette année.

Les transports de voyageurs sur les TGV et les lignes européennes progressent de 8,8 % du nombre de voyageurs-kilomètres, avec la montée en puissance de la fréquentation des TGV Est. Eurostar connaît une hausse de 7,4 %, malgré l'incendie dans le tunnel sous la Manche en septembre 2008. Thalys continue de croître. Sur les réseaux TER, la hausse des voyageurs-kilomètres atteint 9,3 % en 2008.

Transport routier : baisse de la circulation en 2008.

Sur l'ensemble du réseau (national et local), la circulation des véhicules particuliers diminue de 1,1 % en 2008, en lien avec la forte hausse du prix des carburants. La circulation des voitures particulières décroît pour la première fois sur les autoroutes concédées (-0,8 %). La baisse des prix des carburants au second semestre ne s'est pas accompagnée d'une reprise de la circulation routière.

7.8.– Les remontées mécaniques.

Pour les remontées mécaniques, l'activité se mesure sur la saison d'hiver et non sur l'année civile. En ce qui concerne la saison 2007-2008, la fréquentation des domaines skiables s'est établie à 54,6 millions de journées skieur et le chiffre d'affaires à 1 081 millions d'euros TTC. Globalement en hausse de 3 % par rapport à la moyenne des quatre dernières saisons, la saison 2007-2008 a été particulièrement favorable aux Alpes.

CHIFFRE D'AFFAIRES DES REMONTÉES MÉCANIQUES PAR MASSIF

(en millions d'euros ttc)

	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
Alpes du Nord	754,4	782,0	744,8	841,8
Alpes du sud	96,1	111,0	107,1	125,9
Pyrénées	94,0	101,0	66,1	80,5
Massif central, Jura, Vosges	36,6	46,0	18,0	32,3
Massif central	12,1	15,0	8,2	12,4
Jura	10,9	14,0	5,1	10,5
Vosges	13,6	17,0	4,7	9,4
Total	981,2	1 040,0	936,0	1 081,0

Sources : exploitants de remontées mécaniques, SNTF - traitement ODIT-France

ANNEXE 2

LISTE DES AUDITIONS RÉALISÉES PAR LE RAPPORTEUR SPÉCIAL

– M. Luc Rousseau, directeur général de la compétitivité, de l'industrie et des services ;

– MM. Christian Mantei, directeur général, et Jean-Louis Perrin, secrétaire général d'ATOUT France ;

– MM. Jean-Jacques Descamps, président du conseil d'administration de l'Agence nationale pour les chèques-vacances (ANCV), et Philippe Kaspi, directeur général.