



# L'accueil des touristes en France : un blason à redorer

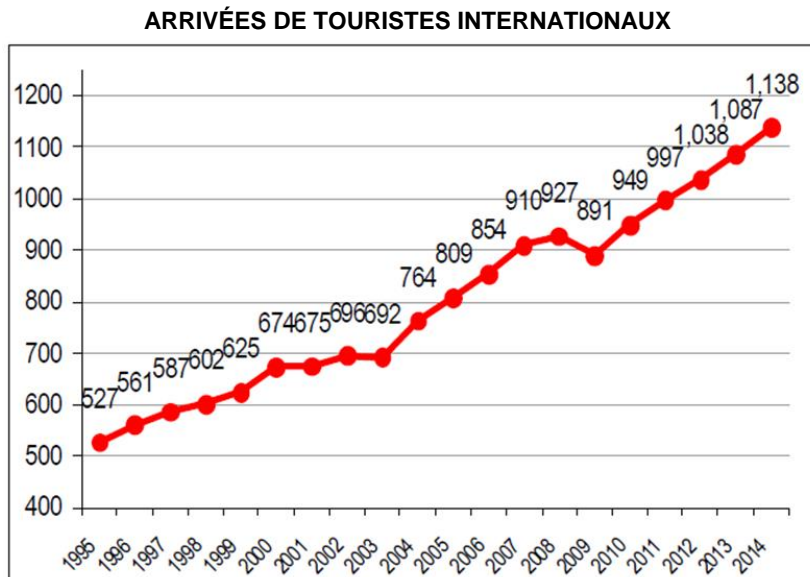
Mme Jeanine Dubié et M. Philippe Le Ray,  
rapporteurs

Jeudi 2 juillet 2015

# Introduction

Le tourisme international est en plein essor mais la France n'en profite pas assez

## ❑ Un secteur qui ne connaît pas la crise :



Source : World Tourism Organization (UNWTO) ©.

## ❑ Grâce au dynamisme de la demande dans les BRICS :

- Ils représentent désormais 20 % du PIB mondial, contre 10 % en l'an 2000
- Émergence d'une classe moyenne aisée qui aspire aux loisirs et à la consommation

## ❑ La France n'en profite pas assez :

- Elle reste la première destination touristique avec 83,7 millions de touristes étrangers
- Mais ce chiffre stagne en **2014** alors que le nombre de touristes internationaux a augmenté de 4,7 %
- Les positions de la France s'érodent :
  - Première destination touristique, la France n'arrive qu'en troisième position pour les recettes du tourisme international, distancée par les États-Unis et l'Espagne
  - Apparition de nouvelles destinations touristiques très concurrentielles (Amérique du Nord, Asie du Sud-Est, Europe orientale et septentrionale)



❑ **Un secteur économique capital :**

- 157 milliards de recettes touristiques dont 1/3 provenant des touristes étrangers
- 11 milliards d'excédent pour la balance des paiements (1<sup>er</sup> poste)
- 7,3 % du PIB
- 1 million d'emplois directs, 2 millions d'emplois indirects non délocalisables

❑ **La mobilisation des pouvoirs publics :**

- Organisation des assises du tourisme en novembre 2013
- Le ministre des affaires étrangères lance le Conseil de promotion du tourisme et, pour la première fois, le Quai d'Orsay pilote la politique en faveur du tourisme

**Objectif : atteindre 100 millions de visiteurs étrangers pour profiter du dynamisme de la demande étrangère**

# 1 Mieux mesurer la qualité de l'accueil

## ❑ Des enquêtes quantitatives solides

Enquêtes fondées sur la demande s'adressant directement aux touristes :

- *Suivi de la demande touristique de la DGE (SDT) : enquête **mensuelle** destinée à prévoir les déplacements des Français et à adapter les moyens*
- *Enquête auprès des visiteurs étrangers (EVE) : enquête **trimestrielle** auprès de 80 000 visiteurs interrogés au moment de quitter le territoire national*  
Elle appréhende les nouveaux modes d'hébergement mais ne suffit pas à fournir des données régionales. Ses modalités pourraient changer si les pouvoirs publics obtiennent les données auprès des opérateurs de téléphonie mobile

Enquêtes fondées sur l'offre s'adressant aux prestataires de services touristiques :

- Enquête de fréquentation hôtelière (EFH) : **mensuelle**
- Enquête de fréquentation de l'hôtellerie de plein air (EFPA) : **mensuelle** sur 5 mois
- Enquête de fréquentation des autres hébergements collectifs (auberges de jeunesse, centres internationaux de séjour, centres sportifs, résidences hôtelières) : **mensuelle**

Points communs :

- un excellent taux de sondage, compris entre 68 % et 75 %
- connaissance précise du parc et des flux d'occupants par nationalité
- déclinaison régionale

**Une année 2014 décevante : baisse de 1,4 % des nuitées dans les hébergements collectifs (398,4 millions) avec un recul moins marqué (- 1,2 %) pour les étrangers**

- ❑ **Des enquêtes qualitatives plus délicates à manier**
  - Le *baromètre Travelsat* (2 000 questionnaires remplis au retour) permet des comparaisons entre pays et met en évidence les avantages comparatifs
  - L'*enquête BVA du CRT Ile de France* porte sur 50 000 visiteurs par an interrogés sur les sites touristiques
  - Une *enquête plus ancienne de la DGE* exploitant le questionnaire EVE sur trois ans

#### Des faiblesses bien identifiées

- La médiocrité du rapport qualité-prix global
- La difficulté à fidéliser la clientèle malgré la diversité de l'offre : les touristes originaires des pays occidentaux (80 %) se détournent, attirés par des destinations concurrentes tandis que les Asiatiques, en très forte progression, sont moins satisfaits que les autres en raison notamment de la sécurité et de la propreté
- La restauration, qu'il s'agisse de qualité, de prix ou de service
- Le faible niveau en langues étrangères des professionnels et de la population
- Un service peu attentif de la part des professionnels
- Des transports peu fiables : des grèves fréquentes, des taxis critiqués et rares à certaines heures

## 2 Mieux cibler la promotion de la destination France

### □ **L'Agence Atout France : un modèle économique en danger**

- Atout France est un groupement d'intérêt économique, qui compte plus de 1 200 adhérents, emploie 370 salariés, dispose d'un budget de 70 millions d'euros et assume 90 % de la promotion touristique institutionnelle à l'étranger.
  - Ses ressources baissent et les déficits se succèdent (1,3 million d'euros en 2014)
- **Assurer la pérennité du modèle économique d'Atout France** : affecter à Atout France le produit d'un droit sur les visas touristiques
  - **Promouvoir une vingtaine de destinations au maximum** sur la base des contrats de destination lancés en 2015

# 3 Atténuer les pertes de repère dans les transports publics

## ❑ Une signalétique harmonisée entre les modes de transport

- Des panneaux harmonisés, plus grands donc plus lisibles

PICTOGRAMMES GÉNÉRIQUES UTILISÉS AU NIVEAU NATIONAL



Avion



Train



Tramway



Bus



Taxi



Toilettes



Information



Distributeur de titres de transports Île-de-France



Parking



Loueurs de voitures

LOGOTYPES DES MODES DES TRANSPORT UTILISÉS EN ÎLE-DE-FRANCE



RER



Métro



Tramway



Bus

## ❑ Le recours accru aux outils numériques :

- Écrans d'information et bornes interactives mis à jour en temps réel
- Applications digitales gratuites pour accompagner la mobilité des voyageurs

## ❑ Des services plus diversifiés :

- Un personnel mobile et formé à l'accueil
- Implantation des commerces

## ❑ Des efforts nécessaires pour améliorer la fluidité des parcours et des interconnexions

- Roissy
  - ✓ Flexibilité des effectifs de la PAF
  - ✓ Liaison Express 2023
- **Meilleure desserte des métropoles régionales**
  - ✓ Lignes aériennes internationales
  - ✓ Liaisons intermétropoles

## 4 Assurer la sécurité des visiteurs et le faire savoir

- ❑ Le **plan de sécurisation des touristes** arrêté par le préfet de police de Paris au printemps 2013 : 26 mesures axées sur l'occupation du terrain, la prévention, la communication en association avec les professionnels du tourisme et les transporteurs publics, le partenariat avec les ambassades et l'amélioration de l'accueil des victimes étrangères.

### ÉVOLUTION DE LA DÉLINQUANCE DANS LES ZONES TOURISTIQUES DE PARIS

	2013	2014	Évolution
Vols avec violences	1 483	1 326	-10,59%
dont vols avec armes blanches	102	63	-38,24%
dont vols violents contre les femmes sur la voie publique	737	677	-8,14%
Vols à la tire	2 954	4 133	39,91%
Autres coups et blessures volontaires criminels ou correctionnels	627	603	-3,83%

Source : préfecture de police de Paris.

- ❑ **Absence de données incontestables sur l'impact du plan** de sécurisation du fait de l'imprécision des données statistiques ou de la diversité des indicateurs envisagés.
- **Nécessité de communiquer régulièrement sur l'impact du plan** avec des indicateurs stables comme l'évolution des vols à la tire et des vols avec violences



## 5 Développer et diversifier l'offre d'hébergement

### ❑ **L'hôtellerie : un secteur fragilisé qui doit se moderniser**

- Un chiffre d'affaires en augmentation mais une diminution du nombre de nuitées et une stagnation du nombre de chambres
- Une prise de conscience de la nécessité d'augmenter les marges commerciales en desserrant l'étau que représente le référencement sur les plateformes de réservation en ligne :
  - ✓ Engagement de Booking, pour cinq ans, de suspendre la clause de parité tarifaire étendu à toute l'Europe
  - ✓ La loi pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques introduit le contrat de mandat entre l'hôtelier et son fournisseur
- **Favoriser la concurrence entre plateformes de réservation en ligne**
- **Une nécessité d'alléger les sujétions administratives**, en particulier en ce qui concerne l'accessibilité

### ❑ **Résidences de tourisme : la nécessaire réhabilitation des stations saisonnières**

- Un secteur très dynamique mais menacé par le vieillissement du parc immobilier des stations de vacances et le syndrome des lits « froids »
- Les dispositifs du type ORIL ou VRT n'ont eu que peu d'effet
- **Créer un fonds d'investissement** dédié à la rénovation des résidences de tourisme



❑ **Les nouveaux modes d'hébergement**

Un appoint ponctuel utile dans les zones où l'offre classique ne suffit pas, mais qui ne doit pas fausser la concurrence

- **Assurer l'application effective du recouvrement de la taxe de séjour sur les meublés de tourisme**

❑ **L'hôtellerie de plein air et les camping-cars : un succès à pérenniser**

Avec 30 % des emplacements de camping en Europe, la France occupe le deuxième rang mondial derrière les États-Unis. Elle doit profiter de l'engouement pour la nature pour consolider sa place

- **Faciliter les haltes des camping-caristes par une réglementation des aires d'étape**

❑ **Les auberges de jeunesse**

Les jeunes ne doivent pas être les oubliés des politiques touristiques

- **Intensifier l'hébergement touristique en direction des jeunes en développant le modèle des auberges de jeunesse**

## 6 Améliorer la professionnalisation des secteurs d'activité du tourisme

- ❑ Le tourisme compte plusieurs secteurs d'activité distincts mais complémentaires qui emploient plus d'1,2 million de personnes, dont beaucoup d'indépendants ou de salariés de très petites entreprises.
- ❑ Les lacunes ou les insuffisances portent sur les compétences transverses suivantes : langues étrangères notamment anglais, numérique et savoir être, insuffisante adaptation à l'univers culturel des étrangers, une connaissance parfois limitée de l'environnement immédiat dénotant un manque de curiosité.
- ❑ Un exemple de bonne pratique : le programme *High Hospitality Academy* de CCI France
  
- **Adapter la formation continue aux besoins des professionnels du tourisme** afin de combler les carences dans les compétences clés et privilégier les modalités de formation souples et peu coûteuses (*e-learning*, fiches pratiques, *massive open on line courses*) ;
- **Imposer la maîtrise de l'anglais de base comme condition d'accès à certaines professions**, notamment les chauffeurs de taxi ou les agents des musées nationaux.

## 7 Faire évoluer le regard de la population française

- ❑ L'accueil par la population française est souvent un point faible des enquêtes internationales comparatives, confirmé par des témoignages de touristes étrangers, notamment anglo-saxons.
- **Encourager les associations de bénévoles accueillant les touristes** comme les *Greeters* par une exposition privilégiée sur les sites internet des offices de tourisme
- **Lancer une campagne nationale d'information ou un jeu télévisé** sur le thème de l'accueil des touristes étrangers

## 8 Prévenir et traiter les effets de saturation

### L'exemple du Louvre

Avec des pics de fréquentation à 40 000 visiteurs par jour, le Louvre est actuellement en thrombose avec des files d'attente interminables aux entrées, un niveau sonore à la limite du supportable sous la Pyramide, une densité humaine oppressante dans certaines salles et la saturation des équipements collectifs (toilettes, vestiaires, cafétérias).

Le grand Louvre conçu par Pei dans les années 80 tablait sur 4,5 millions de visiteurs en 2010 alors que nous sommes actuellement à plus du double (9,3 millions dont 70 % d'étrangers). Le musée ne dispose pas de chiffres sur l'évolution du temps d'attente moyen à l'entrée mais constate que le taux d'insatisfaction des visiteurs augmente sur ce point puisqu'il est passé de 7 % à 15 % entre 2007 et 2014.

- **Adapter les monuments et musées publics accueillant plus de 500 000 visiteurs par an aux attentes des touristes :**
  - mettre systématiquement en place la billetterie électronique ;
  - étendre les horaires d'ouverture ;
  - supprimer le jour hebdomadaire de fermeture ;
  - mettre en place des médiateurs, par exemple des jeunes en mission de service civique.



## 9 Diversifier et enrichir les expériences touristiques

### □ **Multiplier les niches et diversifier les expériences individuelles**

La France doit continuer à innover dans l'événementiel : manifestations sportives de masse ou de haut niveau, grandes expositions, saisons théâtrales ou musicales, comme l'exposition Jeff Koons à Versailles ou le départ du Tour de France au Mont-Saint-Michel grâce un accord entre ATO, organisateur du Tour et le Centre des monuments nationaux.

#### L'exemple du château de Fontainebleau

La fréquentation a augmenté de 50 % depuis 2009 bien qu'il soit mal desservi par les transports en commun depuis Paris. La nouvelle équipe mène une politique d'ouverture volontariste :

- démarche auprès des tour opérateurs étrangers,
- veille numérique,
- dépliants d'information en dix langues,
- bicentenaire de la cérémonie des adieux en costume, festival de l'histoire de l'art, expositions temporaires.

### □ **Adapter les horaires d'ouverture des commerces**

- Création des zones touristiques internationales autorisant l'ouverture le dimanche et repoussant le travail de nuit à minuit
- Augmentation de 5 à 12 des dimanches du « maire »
- Accord collectif avec compensations dans les zones touristiques

### ➤ **Faciliter la vie des touristes :**

- Proposer des produits combinés sur le modèle de la carte City Pass
- Maintenir à 15 000 euros le plafond de paiement en liquide
- Faciliter la détaxe pour faire en sorte que la ristourne obtenue soit dépensée sur place