



N° 276

ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

TREIZIÈME LÉGISLATURE

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 11 octobre 2007

RAPPORT

FAIT

AU NOM DE LA COMMISSION DES FINANCES, DE L'ÉCONOMIE GÉNÉRALE ET DU PLAN SUR LE
PROJET DE **loi de finances pour 2008** (n° 189),

PAR M. Gilles CARREZ,
Rapporteur Général,
Député.

ANNEXE N° 12

DÉVELOPPEMENT ET RÉGULATION ÉCONOMIQUES

TOURISME

Rapporteur spécial : M. Pascal TERRASSE

Député

SOMMAIRE

	Pages
SYNTHÈSE	7
INTRODUCTION	9
I.– L'EXÉCUTION EN 2006 DU PROGRAMME <i>TOURISME</i>	11
A.– LE RAPPORT ANNUEL DE PERFORMANCES 2006	11
1.– Le bilan stratégique	11
2.– La présentation des crédits et des dépenses fiscales	12
3.– Le rappel de la présentation du programme	13
4.– Les objectifs et les indicateurs	13
5.– La justification au premier euro	14
6.– Les opérateurs	15
B.– L'EXÉCUTION DU BUDGET 2006	15
1.– la consommation des crédits	15
2.– La performance	17
II.– L'EXÉCUTION EN 2007 DU PROGRAMME <i>TOURISME</i>	21
A – L'ÉVOLUTION DES CRÉDITS	21
B – L'EXÉCUTION BUDGÉTAIRE PAR ACTION	22
III.– LA PRÉSENTATION DE L'ACTION <i>TOURISME</i> DANS LE PROJET DE LOI DE FINANCES POUR 2008	25
A.– L'ARCHITECTURE DE L'ACTION <i>TOURISME</i>	26
B.– LES MOYENS AFFECTÉS À L'ACTION	27
C.– LES OBJECTIFS ET LES INDICATEURS DE PERFORMANCE	28
D.– LES MODALITÉS DE GESTION DE L'ACTION	31
E.– LES DÉPENSES FISCALES RATTACHÉES	31
IV.– LA PROMOTION DE L'IMAGE TOURISTIQUE DE LA FRANCE ET DE SES SAVOIR-FAIRE	33
A.– LE TOURISME FRANÇAIS DANS LA COMPÉTITION INTERNATIONALE	33
1.– Le tourisme des étrangers en France	33
2 – Le tourisme des Français	37

B.– LES MISSIONS ASSURÉES PAR MAISON DE LA FRANCE	40
1.– La stratégie de Maison de la France	40
a) Renforcer l'attractivité de la destination France	40
b) Porter les recettes touristiques à 40 millions d'euros en 2010	42
c) Mieux promouvoir le tourisme sur l'ensemble du territoire	43
d) Désaisonnaliser le tourisme	43
2.– Les actions réalisées en 2007 et programmées en 2008	43
3.– Les moyens de Maison de la France	44
a) Un budget stable et modeste	44
b) Des concurrents puissants et dynamiques	45
C.– LES MISSIONS DE PROMOTION ASSURÉES PAR LA DIRECTION DU TOURISME	47
a) La mission des affaires internationales	47
b) La mission de la communication et des nouvelles technologies de l'information	48
D.– LES INDICATEURS ASSOCIÉS À LA SOUS-ACTION 1	49
V.– LES ACTIONS EN FAVEUR DE L'ÉCONOMIE DU TOURISME	51
A.– L'OBSERVATION ET DE DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE	51
1.– Les missions des services	51
2.– Les missions exercées par ODI France	52
B.– LES INTERVENTIONS EN FAVEUR DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE	54
C.– LES INDICATEURS ASSOCIÉS À LA SOUS-ACTION 2	55
D.– LES DÉPENSE FISCALES EN FAVEUR DE L'ÉCONOMIE DU TOURISME	56
VI.– LES POLITIQUES FAVORISANT L'ACCÈS AUX VACANCES	59
A.– LES MISSIONS DE LA DIRECTION DU TOURISME	59
B.– L'AGENCE NATIONALE POUR LES CHÈQUES-VACANCES	60
1.– La progression du chèque-vacances	60
2.– Les subventions au tourisme social	62
a) Les aides à la personne	62
b) Les aides à la pierre	63
c) L'intégration de Bourse solidarité vacances	65
C.– LES INDICATEURS LIÉS À LA SOUS-ACTION 3	66
VII.– PAS DE CRÉDITS POUR LE PROGRAMME DE CONSOLIDATION DES ÉQUIPEMENTS DE TOURISME SOCIAL	67

VIII.– LES OPÉRATIONS CONTRACTUALISÉES DANS LE CADRE DES CPER ET DES CONTRATS DE PROJETS	71
1.– L'apurement des dettes relatives aux contrats de plan État-régions	71
2.– Les contrats de projets	71
3.– Le nouveau programme LEADER 2007–2013.....	72
IX.– SOUTIEN DE L'ACTION	75
EXAMEN EN COMMISSION	77
AMENDEMENTS ADOPTÉS PAR LA COMMISSION.....	79
ANNEXE : LISTE DES AUDITIONS RÉALISÉES PAR VOTRE RAPPORTEUR SPÉCIAL	83

Les autres crédits de la mission *Développement et régulation économiques* font l'objet de deux rapports spéciaux, l'un de M. Jean-Pierre Gorges, sur l'ensemble des crédits de la mission hors *Tourisme et Commerce extérieur* (**Doc. AN n° 276, annexe n° 11**) et l'autre de M. Olivier Dassault, sur le *Commerce extérieur* (**Doc. AN n° 276, annexe n° 13**).

L'article 49 de la loi organique du 1er 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, 81 % des réponses étaient parvenues à votre Rapporteur spécial, ce qui est insuffisant.

SYNTHÈSE

Les crédits demandés en 2008 pour l'action *Tourisme* s'élèvent à 89,25 millions d'euros en autorisations d'engagement et 92,89 millions d'euros en crédits de paiement.

Ces montants ne peuvent donner lieu à comparaison directe avec ceux de l'année précédente par suite d'une extension du périmètre de l'action. À périmètre constant (format 2007), on constate une baisse des autorisations d'engagement, de 86,25 millions d'euros dans la loi de finances initiale 2007, à 83,2 millions pour 2008, soit - 3,5 %, et une stabilité des crédits de paiement, passant de 86,47 millions d'euros en loi de finances initiale 2007 à 86,85 millions d'euros pour 2008, soit + 0,4 %.

Les crédits de paiement

Les crédits de paiement sont en hausse d'une année sur l'autre sous le seul effet de l'intégration à l'action *Tourisme* des crédits destinés à l'organisation des expositions internationales, soit 6,05 millions d'euros. Pour la première fois depuis 2005, le montant des crédits de paiement est supérieur à celui des autorisations d'engagement.

Les crédits de personnel du titre 2, pour un effectif de 328 ETPT en baisse de 2 unités, passent de 22,69 millions à 22,52 millions. Ils représentent 24,2 % du total des crédits de l'action.

Les crédits de fonctionnement (titre 3) demandés pour 2008, 51,8 millions d'euros, représentent 55,8 % du total des crédits de l'action. Ils comprennent les subventions pour charges de service public attribuées à Maison de la France (33,6 millions d'euros) et à ODIT France (2,5 millions d'euros), qui restent stables dans leur montant par rapport à 2007 et représentent 70 % de l'ensemble des crédits de fonctionnement.

Les crédits d'intervention (titre 6), 18,56 millions d'euros, représentent le solde, soit 20 % du total des crédits de l'action en 2008. Deux sous-actions, l'Économie du tourisme (6,99 millions d'euros) et les Contractualisations (9,4 millions d'euros) reçoivent 88 % des dépenses du titre 6.

Les autorisations d'engagement

89,25 millions d'euros d'autorisations d'engagement sont demandés pour 2008, couvertes par 86,6 millions d'euros de crédits de paiement, le solde, soit 2,66 millions d'euros, concernant les opérations pluriannuelles à couvrir par des ouvertures en crédits de paiement sur les exercices 2009 et 2010.

Le montant total des engagements antérieurs qui resteront non couverts par des crédits de paiement au 31 décembre 2008 s'élèvera à 46,7 millions d'euros, dont 22 millions d'euros pour l'apurement des dettes restant à régler dans le cadre des contrats de plan État-régions 2000-2006. Cette situation est anormale.

**VENTILATION PAR SOUS-ACTION ET PAR TITRE
DES CRÉDITS DEMANDÉS POUR 2008 – AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT**

Numéro et intitulé de la sous action	Titre 2 Dépenses de personnel	Titre 3 Dépenses de fonctionnement	Titre 6 Dépenses d'intervention	Total	Fonds de concours attendus
1 – Promotion de l'image touristique de la France	7 769 181	40 308 000	300 000	48 377 181	
2 – Économie du tourisme	10 143 574	6 500 000	6 200 000	22 843 574	134 000
3 – Politiques favorisant l'accès aux vacances	1 089 395		1 540 000	2 629 395	
4 – Accès aux vacances : opérations contractualisées dans le cadre du PCETS				0	
5 – Tourisme : opérations contractualisées dans le cadre des CPER			4 431 000	4 431 000	
6 – Soutien à l'action Tourisme	3 522 951	7 450 000		10 972 951	
Total PLF 2008	22 525 100	54 258 000	12 471 000	89 254 100	134 000
<i>LFI 2007 (périmètre 2008)</i>	22 696 593	54 131 319	11 527 683	88 352 595	3 706 000
<i>LFI 2006</i>	<i>21 368 000</i>	<i>41 123 123</i>	<i>17 283 449</i>	<i>79 973 512</i>	<i>1 670 000</i>

Source : projets de loi de finances 2007 et 2008

CRÉDITS DE PAIEMENT

Numéro et intitulé de la sous action	Titre 2 Dépenses de personnel	Titre 3 Dépenses de fonctionnement	Titre 6 Dépenses d'intervention	Total	Fonds de concours attendus
1 – Promotion de l'image touristique de la France	7 769 181	40 308 000	300 000	48 377 181	
2 – Économie du tourisme	10 143 574	5 100 000	6 992 600	22 236 174	134 000
3 – Politiques favorisant l'accès aux vacances	1 089 395		1 868 400	2 957 595	
4 – Accès aux vacances : opérations contractualisées dans le cadre du PCETS				0	
5 – Tourisme : opérations contractualisées dans le cadre des CPER			9 400 000	9 400 000	
6 – Soutien à l'action Tourisme	3 522 951	6 400 000		9 922 951	
Total PLF 2008	22 525 100	51 808 000	18 561 000	92 894 100	134 000
<i>LFI 2007 (périmètre 2008)</i>	22 696 593	49 869 429	16 007 682	88 570 704	3 706 000
<i>LFI 2006</i>	<i>21 368 000</i>	<i>41 123 123</i>	<i>15 793 449</i>	<i>78 483 512</i>	<i>1 670 000</i>

Source : projets de loi de finances 2007 et 2008

INTRODUCTION

Dans le présent projet de loi de finances, les crédits du Tourisme sont présentés dans un nouveau cadre budgétaire, à la suite de leur transfert au sein du programme 134 *Développement des entreprises, des services et des activités touristiques*, qui dépend de la mission ministérielle *Développement et régulation économique*.

Cette nouvelle présentation, si elle répond à des préoccupations maintes fois exprimées au sein de votre commission, n'en paraît pas moins en contradiction avec la lettre, et l'esprit, de la LOLF, qui dispose dans son article 7 qu'« *un programme regroupe les crédits destinés à mettre en œuvre une action ou un ensemble cohérent d'actions relevant d'un même ministère et auquel sont associés des objectifs précis...* ». Ce n'est pas le cas du programme 134, au sein duquel la présence de l'action *Tourisme* est artificielle et sans cohérence avec la finalité ni avec les objectifs des autres actions.

Toujours est-il que, en dépit du changement de présentation, le budget du *Tourisme* pour 2008 présente une continuité certaine avec celui de 2007, dans la mesure où il n'accorde toujours pas à la politique du tourisme les moyens qui seraient nécessaires à son véritable développement alors qu'elle doit faire face à une concurrence internationale qui s'exacerbe. Il recevra, en 2008, 89,25 millions d'euros en autorisations d'engagement et 92,89 millions d'euros en crédits de paiement. Mais la sous-budgétisation chronique des années antérieures laissera à sa charge des opérations engagées mais non couvertes en crédits de paiement à hauteur de 46,7 millions d'euros à la fin de l'année 2008, soit la moitié d'une dotation annuelle.

Sur le plan international, si le tourisme français parvient à maintenir, voire à améliorer légèrement, ses positions en données brutes, il progresse moins vite que ses concurrents les plus directs et continue à perdre du terrain par rapport à des pays plus dynamiques et plus agressifs dans leurs conquêtes des marchés étrangers. À cet égard, l'amélioration du solde de la balance des paiements touristiques en 2006 est plutôt due à une moindre croissance des dépenses des touristes français à l'étranger qu'à l'augmentation de celles des touristes étrangers en France. On peut craindre que cette tendance s'inverse à l'avenir sous l'effet de la hausse continue de l'euro.

Sur le plan intérieur, les départs en vacances de nos compatriotes semblent, depuis plusieurs années, avoir atteint un palier que seule une réelle politique d'accès aux vacances pour tous permettrait de dépasser. Ce ne sont pas les moyens de plus en plus réduits accordés à cet objectif qui permettront à nos concitoyens les plus défavorisés de faire le choix de partir en vacances alors que rien ne les y incite particulièrement. La stagnation, voire la baisse, du niveau de

vie, qui touche un nombre croissant de français, conjuguée à hausse continue des coûts de déplacement et d'hébergement et à la difficulté d'obtenir des aides les retient plutôt d'« investir » dans les vacances. Il est pourtant prouvé, d'une part, qu'elles sont un puissant facteur d'intégration sociale, et, d'autre part, que les dépenses touristiques profitent pleinement au développement d'une industrie « non délocalisable ».

Or, avec 6,3 % du produit intérieur brut, le tourisme reste un secteur essentiel de notre économie. La consommation touristique – 112,2 milliards d'euros en 2006 – se partage entre les touristes étrangers en France (35 %), les touristes français en France (55,4 %) et la consommation en France des touristes français partant à l'étranger (9,6 %). Le secteur du tourisme fait vivre 221 000 entreprises qui emploient près de 800 000 salariés, dont 17 700 créations d'emplois en 2006, et près de 150 000 non-salariés.

Et pourtant cette activité croît moins vite que le reste de l'économie – ce qui se traduit par une baisse d'un point de PIB en dix ans – en grande partie à cause des immenses besoins d'amélioration de l'offre touristique mais aussi du fait de l'atonie des départs en vacances des Français, dont plus de 36 % ne quittent pas leur domicile plus de trois nuits d'affilée et dont plus de 26 % ne le quittent jamais, pas même pour une nuit.

Des mesures, qui seraient de très faible ampleur pour le budget général de l'État mais significatives pour celui du Tourisme, qui ne « pèse » que 0,026 % des dépenses du budget général pour 2008, permettraient pourtant de renforcer sensiblement la consommation touristique intérieure.

Il suffit de mentionner, à ce titre, l'extension de la distribution des chèques vacances à tous les salariés des petites entreprises de moins de cinquante salariés, un soutien plus important au secteur du tourisme associatif, qui réussit avec des moyens limités à accueillir plus de 6 millions de personnes par an, ou encore le développement du tourisme des seniors et des jeunes, qui sont les deux catégories de la population qui prennent le moins de vacances.

Parmi les grandes orientations de la politique du tourisme du Gouvernement, récemment présentées par le secrétaire d'État à la Consommation et au tourisme, l'accès aux vacances pour tous figure au rang des objectifs prioritaires aux côtés, notamment, d'une réflexion stratégique sur l'offre touristique de la France, d'un renforcement de l'attractivité de l'hôtellerie familiale et de la mise en place d'une concertation avec tous les acteurs du tourisme pour améliorer l'accueil et la qualité de l'hospitalité française.

Si les moyens nécessaires à la réussite de ces objectifs sont accordés rapidement et sans mesquinerie aux acteurs du tourisme, il est alors raisonnable d'envisager que le tourisme français sorte de sa torpeur pour lutter à armes égales avec ses concurrents les plus directs et réussisse à insuffler à l'économie nationale une part de la croissance qu'elle peine à trouver ailleurs.

I.- L'EXÉCUTION EN 2006 DU PROGRAMME *TOURISME*

En 2006, le programme 223 *Tourisme*, qui relate l'action du ministère délégué au tourisme au service de la politique touristique du Gouvernement, appartenait à la mission interministérielle **Politique des territoires**.

Pour l'exercice 2006, les crédits votés en loi de finances initiale se sont élevés à 79,9 millions d'euros en autorisations d'engagement (AE) et 78,4 millions d'euros en crédits de paiement (CP), ce qui représentait respectivement 8,6 % et 11,3 % de l'ensemble des crédits de la mission.

En exécution, les dépenses ont été sensiblement supérieures à ces dotations initiales : elles se sont élevées à 82,8 millions d'euros en autorisations d'engagement et 86,7 millions d'euros en crédits de paiement. Ce dépassement est lié à l'application, en fin d'exercice, du contrat de croissance négocié par l'État avec les organisations patronales en faveur de l'emploi et de la modernisation du secteur des hôtels, cafés et restaurants.

La stratégie du programme est organisée autour de trois priorités correspondant, sans compter une action de soutien, à trois actions (action 1 : *Promotion de l'image touristique de la France et de ses savoir-faire* ; action 2 : *Économie du tourisme* ; action 3 : *Accès aux vacances*).

Ces priorités font l'objet de moyens d'importance inégale : 53 % des crédits sont destinés à l'action 1, 29 % à l'action 2 et 5 % seulement à la dernière. Ce déséquilibre s'est accentué au cours des derniers exercices du fait en particulier en 2006 de l'absence de financement du programme de consolidation des hébergements de tourisme social.

Le pilotage du programme est assuré par la direction du tourisme, administration centrale dont le directeur est le responsable de programme.

A.- LE RAPPORT ANNUEL DE PERFORMANCES 2006

Pour la première année, le rapport annuel de performances (RAP) accompagne les annexes du projet de loi de règlement conformément aux exigences de la LOLF. À la lecture de ce document et compte tenu de la nouveauté de l'exercice, plusieurs observations peuvent être faites sur ses différentes parties en vue d'en rendre le contenu plus conforme aux attentes du Parlement.

1.- Le bilan stratégique

Dans cette partie sont trop brièvement évoqués les temps forts qui ont marqué la politique publique du tourisme en 2006. Le reste du document se limite à une énumération des objectifs et des indicateurs, accompagnée d'une analyse

succincte des écarts. Celle-ci se révèle descriptive et redondante avec la partie précisément prévue à cet effet intitulée « Objectifs et indicateurs de performance ».

Pour rappel, cette première partie a pour objet de présenter la réflexion stratégique qui a présidé au choix des objectifs de performance retenus pour le programme. Cette analyse stratégique doit reposer sur un diagnostic prenant en compte la finalité de la politique engagée et l'environnement dans lequel elle est exercée. Il serait donc opportun de dresser ici un bilan de l'année touristique assorti de statistiques marquantes (nombre de touristes accueillis, évolution par rapport à 2005, comparaisons internationales, rappel de la place essentielle du tourisme dans l'économie française, volume d'emplois représenté).

Elle pourrait aussi être l'occasion de montrer comment s'est opéré le choix d'inclure ce programme dans la mission Politique des territoires et de préciser son articulation avec les autres programmes. L'enjeu étant d'insister sur la nécessité de maintenir une politique publique active du tourisme en mettant l'accent sur les retombées attendues (création d'emplois, contribution à l'aménagement de zones défavorisées...).

Préconisation n° 1 : centrer le bilan stratégique du RAP sur sa raison d'être en exposant les contraintes de la politique du tourisme, en donnant les éléments de diagnostic, en présentant les choix stratégiques retenus et les opérations réalisées.

2.- La présentation des crédits et des dépenses fiscales

- La récapitulation des mouvements de crédits gagnerait à être assortie de commentaires.

Préconisation n° 2 : commenter le tableau récapitulatif des mouvements de crédits en précisant les motifs des ouvertures ou des annulations de crédits.

- La même remarque peut être faite pour les **fonds de concours**, qui ont représenté près de 1,8 million d'euros au cours de cet exercice.

Préconisation n° 3 : ajouter au tableau présentant les fonds de concours des informations concernant leur ventilation par action et titre et indiquer leur provenance.

- Le RAP dans sa présentation actuelle ne détaille pas suffisamment les éléments de la **régulation budgétaire** alors qu'une information claire et détaillée est attendue par le Rapporteur spécial à ce sujet.

Préconisation n° 4 : compléter le rapport en donnant les informations nécessaires sur les dates d'application des mesures de gel et de dégel, sur leur ventilation par action et leur impact en terme de gestion et de performance.

• Une note de présentation des **budgets opérationnels de programme** (BOP) et des conditions du déroulement du dialogue de gestion pourrait trouver sa place ici.

Préconisation n° 5 : présenter l'architecture des BOP et commenter les conditions de mise en œuvre du dialogue de gestion.

3.– Le rappel de la présentation du programme

Cette partie, très proche de celle figurant dans le projet annuel de performances (PAP), n'apporte quasiment pas de plus-value mais elle permet de pouvoir utiliser le rapport annuel de performances seul, sans avoir à consulter le PAP.

Toutefois, pour compléter l'information, on peut suggérer de présenter de la même façon, c'est-à-dire sous la forme d'un graphique, les autorisations d'engagement et les crédits de paiement.

4.– Les objectifs et les indicateurs

Le **premier objectif** du programme est d'*augmenter la capacité des opérateurs du ministère chargé du tourisme à mobiliser des partenariats financiers*. Une remarque peut être faite sur son premier indicateur, qui mesure *l'effet de levier induit par la subvention de l'État à Maison de la France sur les financements apportés par le partenariat*. En effet, le président de la commission des Finances du Sénat, M. Jean Arthuis, dans son rapport d'information n° 220 (2004-2005), proposait une méthode de calcul différente qui serait plus à même de rendre compte de cet effet de levier. Sa proposition est la suivante : au numérateur, (financement du partenariat de l'année n+1/financement du partenariat de l'année n) et au dénominateur, (financement de l'État de l'année n+1/financement de l'année n). Ainsi modifié, l'indicateur permettrait de mieux mesurer la capacité du GIE Maison de la France à **accroître** la part du partenariat dans son financement.

Préconisation n° 6 : Modifier le mode de calcul de l'indicateur 1.1 de l'objectif 1 de façon à mieux mettre en évidence l'efficacité de la gestion de Maison de la France.

Concernant **l'objectif 3** (*Favoriser l'amélioration de l'offre touristique pour répondre aux attentes du marché*), votre Rapporteur spécial s'associe à la remarque de la Cour des comptes et regrette que dans ce domaine de l'économie touristique, aucun indicateur ne soit conçu pour mesurer l'activité directe des services de la direction du Tourisme en matière de délivrance de statistiques.

Préconisation n° 7 : créer un indicateur mesurant l'activité des services de la direction du Tourisme en matière de délivrance de statistiques.

5.– La justification au premier euro

a) Les dépenses de personnel

L'exécution du budget 2006 montre que les dépenses du titre 2 ont été inférieures de 6,7 % par rapport aux crédits initiaux. Mais l'emploi éventuel des crédits ainsi dégagés n'est pas mis en évidence dans le cadre de la fongibilité asymétrique.

Préconisation n° 8 : détailler et justifier l'emploi des crédits dégagés sur le titre 2 dans le cadre de la fongibilité asymétrique.

b) Les grands projets transversaux

Les écarts entre les prévisions de la loi de finances initiale pour 2006 et la réalisation ne font l'objet d'aucun commentaire.

Préconisation n° 9 : compléter la présentation des grands projets transversaux par des explications commentant les écarts constatés entre les prévisions de la loi de finances initiale et la réalisation de l'exercice.

c) La justification par action

- Les dépenses de personnel : les crédits du titre 2 ne sont pas toujours en corrélation avec l'évolution des emplois ventilée par action. C'est le cas pour l'action 3 (les effectifs sont constants mais les crédits consommés diminuent) et l'action 4 (avec un ETPT en moins, les crédits augmentent). Ces différences devraient être commentées.

- Les dépenses de fonctionnement : la présentation est trop sommaire. Elle mériterait d'être davantage étayée de chiffres d'exécution en ce qui concerne l'action 1, qui représente plus de la moitié des dépenses du programme.

- Les subventions pour charges de service public : se pose ici la question de la place du commentaire relatif à la justification de l'usage de la dotation de l'État. En effet, pour l'action 1, elle est placée dans la partie « Justification par action » alors que pour les actions 2 et 3, le choix a été fait de placer ce commentaire dans la partie « Opérateurs ». Or dans les deux cas, les opérateurs sont le bras armé de l'action de l'État. Il faudrait donc homogénéiser la présentation et éviter que ces deux parties ne paraissent redondantes.

- Les dépenses d'intervention : pour l'action 3, il aurait été utile de détailler le financement des différentes actions présentées.

Préconisation n° 10 : enrichir chacune des rubriques de la partie « Justification par action » de commentaires chiffrés et détaillés permettant d'expliquer les écarts constatés entre les prévisions et la réalisation. Réfléchir à l'organisation du commentaire concernant les activités des opérateurs.

6.– Les opérateurs

● Maison de la France

Le tableau retraçant les dépenses de l'opérateur n'est pas renseigné, en exécution, sur la ventilation entre les actions de promotion de la France et de soutien et n'est assorti d'aucun commentaire. Cette présentation ne rend donc pas compte de l'usage des moyens accordés. Il serait pourtant intéressant de dresser ici un bilan des actions menées en faisant ressortir les caractéristiques de la gestion 2006 et les succès ou les difficultés rencontrés. Le fait, précisé en commentaire technique, que « *les comptes consolidés du GIE Maison de la France n'ont pas encore été finalisés* » ne peut suffire. Il convient de présenter une justification sur résultats provisoires.

● Odit-France

La même remarque s'impose pour cet opérateur quant au manque d'explication sur l'écart constaté entre la prévision et l'exécution des dépenses. Quant à la présentation de l'opérateur, elle est essentiellement descriptive et ne permet pas de dégager les caractéristiques de la gestion 2006. Il est dommage en particulier, s'agissant des emplois, qu'une description plus précise et qualitative des effectifs n'ait pas été faite (manque de précisions quant aux agents mis à disposition).

Préconisation n° 11 : enrichir de commentaires détaillés le compte rendu de l'activité de chacun des opérateurs du programme.

B.– L'EXÉCUTION DU BUDGET 2006

1.– la consommation des crédits

a) Les crédits votés en loi de finances initiale et les crédits ouverts

Les crédits initiaux ouverts par la loi de finances pour 2006 se sont élevés à 79,97 millions d'euros en autorisations d'engagement (AE), et à 78,49 millions d'euros crédits de paiement (CP).

Avec l'addition d'un fonds de concours (au titre de l'action 2) de 1,67 million d'euros en autorisations d'engagement et en crédits de paiement, les crédits ouverts se sont élevés à 81,64 millions d'euros en autorisations d'engagement et 80,15 millions d'euros en crédits de paiement.

b) Récapitulation des mouvements de crédits intervenus dans l'année

Le budget de l'année 2006 se caractérise par l'ouverture, en toute fin d'exercice, de crédits supplémentaires d'un montant de 10 millions d'euros, accordés dans le cadre des négociations du contrat de croissance passé entre l'État et les organisations patronales du secteur des hôtels, cafés et restaurants.

Cette décision d'ouverture exceptionnelle de crédits a pris la forme d'un décret de virement en date du 11 novembre 2006 portant ouverture de crédits pour un montant de 1 569 670 euros, somme provenant du programme *Transports terrestres et maritimes* (programme n° 226) de la mission Transports.

Le 27 juillet 2006, la réserve de précaution a partiellement été levée et a conduit au dégagement de 2,6 millions d'euros supplémentaires. Cette somme a été répartie de la façon suivante : 1,6 million d'euros a été versé à Maison de la France et 1 million d'euros a permis de financer des opérations de renforcement du plan Qualité Tourisme.

Le reliquat de financement du contrat de croissance a été couvert par l'ouverture de crédits inscrite dans la loi de finances rectificative du 31 décembre 2006 pour un montant s'élevant à 5 877 042 euros.

Par ailleurs, en début d'exercice, le décret d'avance n° 2006-365 du 27 mars 2006 a procédé à l'ouverture de 450 000 euros en autorisations d'engagement et crédits de paiement destinés à financer des mesures de soutien au tourisme réunionnais confronté à l'épidémie de chikungunya.

Un arrêté de report de 120 387 euros en autorisations d'engagement et 159 764 euros en crédits de paiement a été publié le 31 mars 2006. Et enfin, au cours de l'année ont été perçus 1 794 128 euros en autorisations d'engagement et crédits de paiement sous la forme de fonds de concours. Cette somme a permis le financement d'enquêtes statistiques auxquelles participent deux organismes externes, la Banque de France à hauteur de 1 431 964 euros (80 %) et la SNCF pour les 20 % restants.

Au total, l'ensemble de ces mouvements de crédits atteint les sommes de 9,81 millions d'euros en autorisations d'engagement et 9,85 millions d'euros en crédits de paiement, établissant le montant total des crédits ouverts à 89,78 millions d'euros en autorisations d'engagement et à 88,33 millions d'euros en crédits de paiement, soit une progression de 12 % dans les deux cas.

c) Les crédits consommés

Les crédits ont été consommés à hauteur de 82,82 millions d'euros en autorisations d'engagement et 86,71 millions d'euros en crédits de paiement, soit un taux de consommation respectif de 92 % et 98 %, un taux élevé qui met en évidence une gestion tendue des crédits.

d) Les crédits contractualisés dans le cadre des contrats de plan État-régions (CPEP)

Les moyens d'engagement pour le XII^{ème} plan prévus sur l'ensemble de la période sont de 187,2 millions d'euros. En 2006, les dépenses liées aux CPEP se sont élevées à 8,38 millions d'euros en autorisations d'engagement et 12,63 millions d'euros en crédits de paiement. Deux actions sont concernées par

les CPER : l'action 2 « *Économie du tourisme* » pour 91 % et l'action 3 « *Accès aux vacances* » pour 9 % des autorisations d'engagement et des crédits de paiement. S'agissant des crédits de paiement, les restes à payer s'établissent au 31 décembre 2006 à plus de 40 millions d'euros.

2.– La performance

Pour évaluer la performance de ce programme, quatre objectifs ont été définis autour d'une idée essentielle : montrer l'effet de levier d'un euro donné par l'État sur les partenariats publics et privés.

a) Objectif 1 : augmenter la capacité des opérateurs du ministère chargé du tourisme à mobiliser des partenariats financiers

● **L'indicateur 1.1** montre que la part du partenariat dans le financement du GIE Maison de la France est de 52,9 % pour une prévision qui était de 51 %. L'accroissement important de la subvention de l'État accordée à cet opérateur (+ 21 %) semble bien avoir contribué à faire jouer l'effet de levier recherché. Toutefois, la réalisation avait déjà dépassé la prévision au cours des deux exercices précédents. Il conviendra donc d'examiner les principales composantes du partenariat et d'observer si cette tendance est durable ou si elle traduit seulement un effet conjoncturel.

● **L'indicateur 1.2** montre que le GIP ODIT-France a fédéré 70 % de partenariat autour des études réalisées. L'objectif a été atteint sans être dépassé. Il traduit une amélioration réelle depuis 2004, année pour laquelle la réalisation était de 63,10 %. On peut noter enfin que l'intérêt généré par les publications et les actions de diffusion des connaissances auprès des partenaires a été plus important que prévu (+ 5 %).

L'indicateur 1.3 mesure la valorisation de l'offre collectée par Bourse Solidarité Vacances (BSV) effectivement utilisée par rapport à la subvention du ministère chargé du tourisme. Il montre que le montant des séjours collectés par BSV représente près de 18 fois la subvention versée, au lieu de 20 fois comme prévu. Cette diminution est expliquée comme étant liée à des éléments conjoncturels (baisse des offres collectées auprès d'ACCOR), indépendants de l'efficacité de l'action sociale de la direction du Tourisme. Est invoquée également la modification, dans le PAP 2007, de la méthode de calcul destinée à permettre une meilleure prise en compte de la réalité de la valorisation de l'offre collectée effectivement utilisée et qui entraîne le maintien des indicateurs à un niveau bas (la prévision initiale de ce ratio dans le PAP 2006 était de 42,96). On notera que ces résultats sont d'autant plus faibles que, par effet mécanique, la baisse de la subvention du ministère aurait dû accroître le ratio.

Cet indicateur, qui ne portait que sur une part très limitée de l'action *Accès aux vacances*, ne sera pas conservé du fait de la dissolution de BSV et de l'intégration de sa mission au sein du pôle social de l'ANCV.

Conclusion : l'objectif assigné aux deux opérateurs principaux du programme visant à mobiliser des partenariats financiers a été atteint.

b) Objectif 2 : attirer et fidéliser un nombre croissant de touristes étrangers susceptibles de contribuer à l'augmentation des recettes touristiques

• **L'indicateur 2.1** indique le nombre de connexions au site « franceguide.com » et montre que l'objectif a été largement dépassé, avec 17,3 millions de connexions pour 12 millions prévues (+ 44 %). Il permet de souligner la croissance de l'intérêt porté à la destination France et l'efficacité de l'action de Maison de la France dans ce domaine.

Dans le PAP 2007, deux nouveaux sous-indicateurs ont été créés et sont repris dans le RAP 2006. La faible réalisation de celui qui mesure la valeur du chiffre d'affaires de la société Franceguide SAS (139 000 euros au lieu de 487 000 euros) est due au démarrage plus lent que prévu des activités de vente de la société, du fait de retards dans la traduction en langue anglaise du site de vente en ligne et d'une offre hôtelière limitée.

• **L'indicateur 2.2** vise à évaluer les équivalents publicitaires des retombées presse et médias suscitées par l'action de Maison de la France. Anticipée à 85 millions d'euros, la réalisation s'établit à 68,7 millions d'euros. Si le second sous-indicateur montre que l'objectif a bien été atteint (équivalents liés aux autres actions), la diminution du premier sous-indicateur (équivalents liés aux accueils de journalistes et éducteurs) est imputée à l'adoption de nouvelles méthodes de calcul utilisées dans le monde. Cet indicateur est complété par un troisième sous-indicateur dans le PAP 2007, mettant en rapport ces résultats et la subvention versée à Maison de la France par l'État.

Conclusion : l'action de Maison de la France mesurée par la performance du site se révèle plus efficace que celle mesurée par la valorisation des retombées dans la presse des opérations qu'elle a entreprises.

c) Objectif 3 : favoriser l'amélioration de l'offre touristique pour répondre aux attentes du marché et orienter la demande en accompagnant les démarches qualité

• **L'indicateur 3.1** vise à montrer la corrélation entre l'action sur l'offre et la satisfaction de la clientèle. Il doit permettre d'évaluer l'influence créée par l'attribution de la marque Qualité Tourisme (délivrée conformément au plan Qualité Tourisme). La réalisation 2006 n'est pas renseignée pour cause de remaniement de cet indicateur. Dans le PAP 2007, celui-ci est présenté sous la

forme de quatre sous-indicateurs, devant rendre compte de l'évolution du pourcentage d'établissements détenteurs de la marque « Qualité Tourisme » et du niveau de leur taux d'occupation. La critique soulevée, notamment par votre commission, sur le fait que le seul mode d'hébergement pris en compte était le camping a été retenue et cet indicateur a été complété par le secteur de l'hôtellerie. Étant entendu que les données concernant les autres entreprises ayant vocation à recevoir la marque « Qualité Tourisme » devront, à terme, intégrer cet indicateur.

Conclusion : La refonte de cet indicateur rend difficile une analyse précise de la performance réalisée. Il faut souligner aussi que la mise en œuvre du plan Qualité Tourisme est trop récente pour être déjà évaluée.

d) Objectif 4 : permettre l'accès aux vacances de publics cibles en mobilisant les différents partenaires

• **L'indicateur 4.1** montre le rapport entre le nombre de lits rénovés et le financement apporté par l'État et fait apparaître une réalisation nulle pour 2006. En effet, faute d'ouverture de crédits en loi de finances initiale, il avait été envisagé de financer le programme de consolidation des hébergements de tourisme social par le moyen d'un fonds de concours qui n'a finalement pas été obtenu. Il convient de souligner que le plan d'aide à la pierre constitue pourtant l'essentiel de l'action 3 de ce programme.

Conclusion : cet indicateur illustre une des questions sensibles de la politique du tourisme qui est l'arrêt du financement direct par l'État du programme de consolidation des hébergements de tourisme social.

II.- L'EXÉCUTION EN 2007 DU PROGRAMME *TOURISME*

A – L'ÉVOLUTION DES CRÉDITS

À mi-parcours de l'exercice, il ne peut être rendu compte de l'exécution du budget 2007, et encore moins de la performance. Cet examen de pourra s'effectuer qu'après l'établissement du rapport annuel de performances qui sera présenté en annexe du projet de loi de règlement, au printemps 2009.

Les crédits inscrits au programme 223 *Tourisme*, dans la loi de finances initiale pour 2007, s'élèvent en autorisations d'engagement (AE) à 86,25 millions euros et en crédits de paiement (CP) à 86,47 millions d'euros.

Cependant, comme sur l'ensemble des programmes du budget de l'État, une réserve de précaution a été appliquée sur les crédits du *Tourisme*, à hauteur de 34 040 euros en autorisations d'engagement et en crédits de paiement, sur les crédits du titre 2, et à hauteur de 2,46 millions d'euros en autorisations d'engagement et de 2,47 millions d'euros en crédits de paiement, sur les crédits des autres titres.

Le 6 avril 2007, la réserve de précaution a été diminuée à la suite de l'annulation de crédits par décret d'avances. L'annulation de crédits s'est élevée à 159 393 euros en autorisations d'engagement et 39 381 euros en crédits de paiement.

Les reports de l'exercice 2006 ont été ouverts par arrêté du 30 mars 2007 pour un montant de 2,27 millions d'euros en autorisations d'engagement et 1,62 million d'euros en crédits de paiement. Ces reports étaient constitués de 0,49 million d'euros hors titre 2 et de 1,13 million d'euros de titre 2 pour lesquels la fongibilité asymétrique n'avait pas été obtenue.

Les fonds de concours perçus à fin août s'élèvent à 0,44 million d'euros en autorisations d'engagement et en crédits de paiement. Ils proviennent de la participation de la Banque de France et de la SNCF à la réalisation d'enquêtes statistiques EVE et SDT et sont exclusivement consacrés au paiement de ces enquêtes pour lesquelles le ministère délégué au tourisme est maître d'ouvrage.

Enfin, un blocage d'autorisations d'engagement et de crédits de paiement a été réalisé en avril 2007 pour un montant de 2,8 millions d'euros en autorisations d'engagement et de 1 million d'euros en crédits de paiement afin de permettre le transfert des crédits nécessaires au financement des pôles d'excellence rurale vers le budget de la délégation interministérielle à l'aménagement et à la compétitivité des territoires (DIACT).

Après les diverses modifications intervenues, les crédits effectivement disponibles atteignaient, au 3 août 2007, la somme de 83,67 millions d'euros en autorisations d'engagement et 85,03 millions d'euros en crédits de paiement.

B – L'EXÉCUTION BUDGÉTAIRE PAR ACTION

À cette date, les crédits engagés s'élèvent à 58,46 millions d'euros et les paiements à 40,18 millions d'euros, soit respectivement 69,9 % et 47,3 % des crédits effectivement disponibles.

a) Action 1 : Promotion de l'image touristique de la France et de ses savoir-faire

Le taux d'engagement sur cette action, 91,45 %, s'explique par le fait que l'intégralité de la subvention pour Maison de la France a été engagée. Le taux des paiements de 42,65 % reflète le fait que 40 % de la subvention allouée à Maison de la France ont été versés. La deuxième partie de la subvention était en cours de versement à la date du 3 août 2007.

Pour la sous-action « promotion des savoir-faire français en France », les taux d'engagement et de paiement sont de 54 % à ce stade de l'année.

Pour la sous-action « promotion des savoir-faire à l'étranger », l'instruction des dossiers avec les engagements et les paiements devrait avoir été réalisée courant septembre 2007.

b) Action 2 : Économie du tourisme

Le taux d'engagement des crédits de cette action est de 50,4 % et le taux des paiements de 47,9 %.

Pour la sous-action « connaissance et maîtrise de la réalité et de l'évolution économiques du secteur », 73,7 % des crédits sont engagés sur les marchés relatifs aux enquêtes statistiques sur le suivi de la dépense touristique et sur les visiteurs venant de l'étranger ; les paiements s'établissent à 52 %.

Pour la sous-action « soutien des filières et des métiers du secteur du tourisme », les engagements et les paiements de faible ampleur devraient progresser très rapidement du fait de l'aboutissement des dossiers en cours.

Pour la sous-action « développement de l'ingénierie touristique avec le GIP ODIT France », le taux d'engagement est supérieur à la dotation puisqu'il s'établit à 102,7 %. Cela s'explique du fait de l'engagement de l'intégralité de la subvention pour charges de service public allouée au GIP et d'autre part parce qu'une subvention supplémentaire, non prévue dans la dotation initiale, lui a été attribuée. Le taux des paiements est de 40,4 % soit la première partie de la subvention pour 2007 et cette subvention complémentaire. La deuxième partie de

la subvention est en cours de paiement et devrait être réalisée incessamment, le dossier étant en cours de visa.

En ce qui concerne les opérations non contractualisées, les engagements de 16,7 % sont inférieurs aux paiements - 32,2 % - car certains engagements ont été réalisés en 2006 du fait de leur pluriannualité.

Enfin, s'agissant de la sous-action relative aux Contrats de plan État-régions, le taux d'engagement de 36 % et le taux de paiement de 68 % signifient que les dossiers anciens et engagés sur des autorisations de programme antérieures à 2007 sont payés en priorité (cette indication est applicable également à la sous-action relative aux CPER de l'action suivante).

c) Action 3 : Accès aux vacances

Globalement la consommation d'autorisations d'engagement est de 12,8 % et celle des crédits de paiement de 52,2 %. Cette différence s'explique par l'apurement des dettes de crédits de paiement d'une part pour les crédits de CPER et d'autre part pour le programme de consolidation de l'équipement de tourisme social (PCETS).

Pour la sous-action relative aux interventions d'intérêt national, les taux de consommation devraient rapidement s'élever du fait de la réalisation des dossiers en cours.

Pour les opérations relatives au PCETS, un amendement du Gouvernement, s'inspirant d'un amendement de votre Rapporteur spécial et de M. Michel Bouvard, a alloué 2,8 millions d'euros en crédits de paiement pour commencer à apurer les restes à payer. Après application de la réserve de précaution, les crédits disponibles se sont établis à 2,66 millions d'euros. Ils ont été intégralement délégués dès les premiers jours de février 2007. À ce jour, la consommation effective est de 2,17 millions d'euros, soit plus de 81 % des crédits délégués. La différence s'explique par la difficulté, localement, à obtenir les certificats de fin de travaux pour certaines opérations. D'autre part, les 277 000 euros d'autorisations d'engagement réservées au PCETS sur les reports ne constituent pas des opérations nouvelles mais seulement l'affectation d'autorisations d'engagement pour des opérations qui n'avaient pu être engagées avant le 31 décembre 2005, date du passage à la LOLF.

d) Action 4 : Soutien au programme

Sur la sous-action relative aux dépenses de fonctionnement, le taux des engagements est de 76 % et celui des paiements est de 64 % ; il s'agit de taux de consommation normaux à ce stade de l'année.

S'agissant des dépenses de personnel, les taux d'engagement et de paiement sont globalement de près de 50 %. Ils sont relativement inégaux selon les différentes actions.

III.— LA PRÉSENTATION DE L'ACTION *TOURISME* DANS LE PROJET DE LOI DE FINANCES POUR 2008

La constitution du Gouvernement a conduit à modifier sensiblement le périmètre des attributions ministérielles et par contrecoup celui de la nomenclature des missions et des programmes.

La direction du Tourisme dépend désormais du secrétariat d'État à la Consommation et au tourisme, lui-même intégré au ministère de l'Économie, des finances et l'emploi.

Parallèlement, le programme 223 *Tourisme*, qui dépendait de la mission interministérielle *Politique des territoires*, disparaît en tant que tel et devient une des onze actions du programme 134 *Développement des entreprises, des services et des activités touristiques* de la mission *Développement et régulation économique* mise en œuvre par le ministère de l'Économie, des finances et de l'emploi.

La mission *Développement et régulation économique* se compose, dans le présent projet de loi de finances, de deux programmes, le n° 134, *Développement des entreprises, des services et des activités touristiques*, doté de 982 millions d'euros en autorisations d'engagement et 953 millions en crédits de paiement, et le n° 199, *Régulation économique*, doté de 314 millions d'euros, en autorisations d'engagement comme en crédits de paiement.

Ce transfert du *Tourisme* à la mission *Développement et régulation économique* répond à la préoccupation manifestée, dès 2005, par le Comité interministériel d'audit des programmes (CIAP) et par votre commission, notamment par la voix de votre Rapporteur spécial, quant au peu de cohérence de son rattachement à la mission *Politique des territoires*. La contribution du tourisme à l'aménagement du territoire n'est qu'une finalité incidente, seconde en regard de sa finalité première qui est le développement d'une activité économique très importante pour le pays.

Pour autant, l'intégration de l'action *Tourisme* au sein du programme 134 est loin de répondre entièrement à cette préoccupation. Ce programme, très hétéroclite, se présente en effet comme une simple juxtaposition des actions qui le composent, sans autre cohérence que celle de relever de la responsabilité d'un même ministère. La simple analyse des objectifs qu'il poursuit démontre s'il en est besoin le caractère artificiel du regroupement opéré.

L'intervention de l'État dans le secteur du tourisme, au côté des professionnels et des associations, constitue à l'évidence une politique publique autonome dont la finalité, il faut le redire, est bien de concourir au développement d'une activité économique très importante pour le pays. Or le programme 134 n'a pour finalité première que de créer un environnement favorable au développement des entreprises et à leur compétitivité. Il reste donc nécessaire de créer un programme *Tourisme*.

Par ailleurs l'argument selon lequel les crédits affectés au *Tourisme* seraient trop peu significatifs pour constituer un programme est battu en brèche par l'existence, dans le présent projet de loi de finances, de très nombreux programmes dont la surface budgétaire n'est pas plus importante mais dont la finalité propre a été ainsi reconnue.

C'est pourquoi, consciente du fait que l'importance des crédits budgétaires n'est pas le seul critère de définition d'un programme et fidèle à sa constante position de principe, votre commission a décidé de nommer, comme les années précédentes, un Rapporteur spécial pour le tourisme.

Mais c'est au Gouvernement qu'il appartient aussi de mettre en adéquation l'importance qu'il affirme vouloir donner à une véritable politique du tourisme en France avec les instruments budgétaires qui permettront de lui donner une lisibilité et une visibilité réelles.

Dans ces circonstances, votre Commission a, sur proposition de votre Rapporteur spécial et de M. Michel Bouvard, adopté un amendement visant à créer un programme *Tourisme* au sein de la mission *Développement et régulation économiques* (amendement n° II-167).

A.- L'ARCHITECTURE DE L'ACTION TOURISME

L'action *Tourisme* est la dernière des onze actions du programme 134 ⁽¹⁾ dont elle représente moins de 10 % de la dotation pour 2008. Elle affiche d'emblée une absence de proximité fonctionnelle avec les dix autres actions et paraît isolée au sein d'un ensemble déjà hétéroclite en lui-même.

Elle se décline en six sous actions, qui remplacent dans le projet annuel de performances (PAP) pour 2008 les quatre actions des exercices précédents.

La première sous action, *La promotion de l'image touristique de la France et de ses savoir-faire*, a pour objet de réaliser l'une des grandes priorités de l'action de l'État en matière de politique touristique, qui est le maintien, dans un contexte concurrentiel accru, de la place de la France en tant que première destination touristique mondiale et l'accroissement des recettes touristiques enregistrées dans la balance des paiements.

La deuxième sous-action, *Économie du tourisme et développement de l'activité touristique*, a pour but de favoriser le développement de l'activité économique des entreprises du secteur afin de renforcer leur compétitivité et de permettre de nombreuses créations d'emplois. Ici, la politique publique est

(1) Développement des PME, de l'artisanat et des professions libérales ; environnement et compétitivité des entreprises industrielles ; développement des télécommunications, des postes et de la société de l'information ; offre de formation aux entreprises ; accompagnement des mutations industrielles ; développement international et compétitivité des territoires ; expertise, conseil et inspection ; développement industriel et métrologie ; installations classées, énergie et contrôles techniques de sécurité ; soutien au réseau des directions régionales de l'industrie, de la recherche et de l'environnement ; tourisme.

destinée à valoriser la qualité des prestations et à réaffirmer l'attractivité de la France afin d'accroître la fréquentation, l'allongement de la durée des séjours et l'augmentation des dépenses touristiques.

La sous-action 3, ***Politiques favorisant l'accès aux vacances***, correspond aux actions des services de la direction du tourisme et de l'Agence nationale pour les chèques vacances (ANCV) destinées à favoriser le départ en vacances des personnes en difficulté. Elle répond à deux priorités : rendre effectif l'accès aux loisirs et aux vacances pour tous les citoyens d'une part, et faire des vacances une phase d'intégration sociale d'autre part.

La sous-action 4, ***Opérations contractualisées dans le cadre du programme de consolidation de l'équipement de tourisme social***, est destinée à recevoir le fonds de concours qui doit permettre d'apurer les dettes relevant du programme de consolidation de l'équipement de tourisme social (PCETS). Ce fonds de concours sera abondé par un prélèvement sur les excédents de l'ANCV.

La sous-action 5, ***Opérations contractualisées dans le cadre des CPER et des contrats de projets***, regroupe les politiques menées dans le cadre des contrats de projet 2007 – 2 013 ainsi que les crédits qui seront consacrés à l'apurement de la dette.

Enfin, la sous-action 6, ***Soutien de l'action Tourisme***, regroupe les dépenses de personnel et de fonctionnement indivises concourant à l'ensemble de l'action.

B.– LES MOYENS AFFECTÉS À L'ACTION

Outre le fait que le découpage interne de l'action *Tourisme* – en six sous-actions - ne soit pas comparable à celui du programme *Tourisme* – en quatre actions – dans le projet de loi de finances pour 2007, le périmètre extérieur a également été modifié. La direction du Tourisme voit s'ajouter à ses missions la responsabilité de l'organisation des expositions internationales, auparavant dévolue à la DGTPE, et recueille de ce fait les crédits y afférent.

Afin de raisonner à périmètre constant, la présentation des crédits de la loi de finances initiale pour 2007 a été retraitée dans les annexes du présent projet de loi en y incluant les crédits relatifs aux expositions internationales.

Dans ces conditions, par rapport à la loi de finances pour 2007, les crédits demandés progressent de 0,9 million d'euros (+ 1 %) en AE et de 4,32 millions d'euros (+ 4,9 %) en CP. Mais à périmètre constant, celui de la loi de finances pour 2007, on constate une baisse des autorisations d'engagement, de 86,25 millions d'euros dans la loi de finances initiale 2007, à 83,2 millions d'euros pour 2008, soit – 3,5 %, et une stabilité des crédits de paiement, qui passent de 86,47 millions d'euros en loi de finances initiale pour 2007 à 86,85 millions d'euros pour 2008, soit + 0,4 %.

Si, pour la première fois depuis l'entrée en application de la LOLF, le présent projet de loi de finances met fin au déficit structurel entre les autorisations d'engagement et les crédits de paiement, ce renversement de tendance est insuffisant pour faire face aux engagements antérieurs, en particulier concernant la dette importante qui reste à régler sur les contrats de plan Etat-régions du programme 2000-2006. Un effort particulier devra être fait sur ce point lors des prochaines lois de finances.

Selon le mode opératoire, les crédits de paiement demandés sont répartis entre les subventions, pour charges de service public ou autres, pour 42,11 millions d'euros (60 %), les opérations contractualisées, passées ou en cours, pour 11,9 millions d'euros (17 %) et les dépenses de fonctionnement et actions propres à la direction du Tourisme, pour 16,36 millions d'euros (23 %).

Selon la finalité, les crédits de paiement demandés sont répartis entre les trois objectifs avancés pour l'action *Tourisme* : augmenter la fréquentation et les recettes touristiques par la promotion de la France (40,608 millions, soit 57,7 %), améliorer la compétitivité du secteur du tourisme (21,49 millions d'euros, soit 30,55 %) et favoriser les départs en vacances des personnes les plus démunies (1,87 million d'euros, soit 2,65 %), le solde étant destiné à couvrir les dépenses de fonctionnement indivisibles.

Les autorisations d'engagement demandées pour 2008, 89,25 millions d'euros sont couvertes par 86,6 millions de crédits de paiement, le solde, soit 2,66 millions d'euros, concernant les opérations pluriannuelles à couvrir par des ouvertures en crédits de paiement sur les exercices 2009 et 2010.

Conséquence de la sous budgétisation constante du programme *Tourisme* au cours des années précédentes, le solde des engagements non couverts par des crédits de paiement devrait s'élever, au 31 décembre 2008, à 46,7 millions d'euros, dont 22 millions d'euros pour les seuls engagements des contrats de plan Etat-régions 2000-2006. Ce solde représente environ la moitié d'un budget annuel du *Tourisme* et près de 60 % des engagements non couverts du programme 134 - alors que l'action *Tourisme* reçoit moins de 10 % des crédits de ce programme.

C.- LES OBJECTIFS ET LES INDICATEURS DE PERFORMANCE

L'action *Tourisme* est concernée par quatre des douze objectifs du programme 134, qui reprennent sans modification majeure les objectifs des années précédentes, à l'exception notable de la suppression, dans le projet annuel de performances pour 2008, de l'objectif qui consistait à *Permettre l'accès aux vacances de publics cibles en mobilisant les différents partenaires* et de l'indicateur qui y était associé pour mesurer le *Rapport entre le nombre de lits renouvelés et le financement apporté par l'État*.

• **L'objectif n° 9 : Augmenter la capacité des opérateurs du ministère délégué au tourisme à mobiliser des partenariats financiers**, est destiné à illustrer l'action que la direction du Tourisme exerce en partenariat avec ses deux opérateurs, le groupement d'intérêt économique (GIE) Maison de la France et le groupement d'intérêt public (GIP) ODIT France. Ceux-ci utilisent notamment les fonds publics accordés par l'État pour mobiliser différents partenaires, démultipliant et rationalisant ainsi la masse financière consacrée à la politique du tourisme.

– **L'indicateur n° 9.1** *Effet de levier induit par la subvention de l'État à Maison de la France sur les financements apportés par le partenariat* est destiné à mesurer la capacité du GIE à accroître la part du partenariat dans son financement.

– **L'indicateur n° 9.2** *Effet de levier induit par la subvention de l'État au GIP ODIT France sur d'autres sources de financement* permet d'apprécier l'intérêt porté par les partenaires aux différentes actions du GIP.

• **L'objectif n° 10 : Attirer et fidéliser un nombre croissant de touristes étrangers susceptibles de contribuer à l'augmentation des recettes touristiques**, est plus particulièrement dévolu à l'action de Maison de la France, dont la mission consiste à valoriser la destination France sur les différents marchés de l'image.

– **L'indicateur n° 10.1** *Mesure de la performance du site de vente en ligne franceguide.com*, associé à l'objectif 10, est composé de trois sous-indicateurs :

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

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

– le troisième ; *valeur du chiffre d'affaires de la société Franceguide SAS*, permet de mesurer l'efficacité du serveur national de réservations (SNR) à mettre directement en relation les internautes et les prestataires de service (hôtels, campings,...) qui y sont reliés. Il complète utilement le précédent sous-indicateur.

– **L'indicateur n° 10.2** *Mesure des équivalents publicitaires des retombées presses et médias suscitées par l'action de Maison de la France à l'étranger* vise à évaluer la contre-valeur publicitaire des articles de presse publiés consécutivement aux opérations de promotion organisées par Maison de la France.

Il est composé de trois sous-indicateurs qui mesurent respectivement (1) les équivalents liés aux accueils de journalistes ou aux éductours (terme désignant les journées sur le terrain), (2) les équivalents liés aux autres actions (conférences de presse, dossiers et communiqués de presse, rendez-vous personnalisés) et (3) le rapport entre le total des deux équivalents précédents et la subvention versée par l'État. La valorisation est calculée à partir du coût d'une publicité dans chaque support.

• **L'objectif n° 11** : *Favoriser l'amélioration de l'offre touristique pour répondre aux attentes du marché et orienter la demande en accompagnant les démarches qualité* vise à améliorer la démarche qualité des entreprises du secteur touristique.

– **L'indicateur n° 11.1**, *Corrélation entre l'action sur l'offre et la satisfaction de la clientèle*, est destiné à mesurer l'impact du plan « Qualité Tourisme » sur la fréquentation des établissements détenteurs de la marque « Qualité Tourisme ».

Il rend compte de l'évolution du pourcentage d'établissements détenteurs de la marque « Qualité Tourisme » et de l'évolution de leur taux d'occupation par rapport à celui des établissements non-détenteurs de la marque. Mais, seules les enquêtes relatives au camping et à l'hôtellerie, réalisées en partenariat entre la direction du tourisme et l'INSEE, présentant un niveau de fiabilité suffisante, il a été décidé de limiter l'indicateur à ces deux secteurs. On peut regretter le caractère quelque peu restreint qu'aura désormais l'indicateur et s'interroger sur sa capacité à refléter réellement l'évolution de la satisfaction de la clientèle compte tenu du nombre encore très réduit des entreprises « labellisées » en mars 2007 (11,3 % pour les hôtels et 9,8 % pour les campings) et du fait que, se limitant à une partie, certes importante de l'offre d'hébergement, il ne rend pas compte de la diversité de l'offre touristique et donc des différents éléments influant sur l'attractivité de notre tourisme. Ce défaut devrait, cependant, à terme, être corrigé par la prise en compte de l'ensemble des professions qui rejoindront la démarche mise en œuvre par le plan « Qualité Tourisme ».

• **L'objectif n° 12** a été créé dans le PAP pour 2007, en application de la circulaire du 7 avril 2006 du ministère de l'Économie, dans le cadre d'un dispositif de mesure de la performance de deux mesures fiscales contribuant au programme tourisme. Son titre, *Expérimentation sur l'évaluation de l'impact des mesures fiscales en faveur de l'Agence nationale des chèques-vacances*, ne semble pas constituer un objectif au sens d'un but à atteindre mais prend son sens à la lumière des deux indicateurs qui lui sont associés et qui tendent à mesurer « l'amélioration de la part des bénéficiaires des chèques-vacances partant effectivement en vacances » (**indicateur n° 12.1**) et « l'effet multiplicateur des mesures fiscales en faveur des chèques-vacances sur les recettes fiscales induites » (**indicateur n° 12.2**). Cet objectif vise donc à apprécier si la dépense fiscale consentie en faveur des bénéficiaires de chèques-vacances respecte les intentions du législateur lors de la création de ce dispositif d'épargne tendant, d'une part à encourager le départ en vacances des salariés modestes et, d'autre part, à développer l'activité touristique dans notre pays. Le premier indicateur devra permettre d'évaluer la pertinence des critiques formulées, notamment par la Cour des comptes, selon lesquelles les chèques-vacances seraient de moins en moins utilisés pour leur objet initial mais davantage pour régler des dépenses de loisirs de proximité. Le second indicateur tend à mesurer l'effet générateur de recettes fiscales produit par les chèques-vacances, et par là, l'intérêt économique de la dépense ainsi que son coût réel.

D.– LES MODALITÉS DE GESTION DE L'ACTION

L'action *Tourisme* est exécutée à travers un budget opérationnel de programme (BOP) central, et vingt-cinq BOP locaux correspondant aux délégations régionales au tourisme (DRT).

Le BOP central, dont le responsable est le sous-directeur de l'administration générale et de l'évaluation interne, comprend tous les crédits de personnel du titre 2, les crédits de fonctionnement et d'investissement des titres III et V pour les dépenses indivises, et les crédits du titre 6 qui concernent des interventions décidées au niveau national.

Au niveau déconcentré, chaque délégué régional au tourisme est responsable d'un BOP local qui comprend les crédits d'intervention du titre 6 d'intérêt local, essentiellement les autorisations d'engagement et les crédits de paiement pour les opérations contractualisées dans ou hors les contrats de projets, les crédits de paiement relatifs aux engagements antérieurs des CPER et les crédits de paiement du titre 3 nécessaires au fonctionnement des délégations.

Les projets de BOP 2007 élaborés par les délégués régionaux ont été transmis, pour avis, aux contrôleurs financiers en région puis aux préfets de région. Sur l'ensemble des projets de BOP, 11 ont reçu un avis favorable, 7 un avis réservé, 6 un avis neutre et 1 un avis défavorable. **L'ensemble des réserves émises tant par les préfets que par les contrôleurs financiers en région porte exclusivement sur les difficultés dues à l'importance des restes à payer.**

En 2007, comme en 2006, la gestion des crédits n'a pas connu de difficultés notables. Les premières délégations en autorisations d'engagement et en crédits de paiement ont été réalisées pour les 25 BOP régionaux le 1^{er} février 2007 à hauteur de 80 % des crédits prévus par les projets de BOP. Les deuxièmes délégations sont réalisées au fur et à mesure que les taux de consommation des crédits atteignent 70 % des crédits délégués.

E.– LES DÉPENSES FISCALES RATTACHÉES

Huit mesures fiscales sont rattachées au programme, six dont l'objet principal contribue à l'action *Tourisme* et deux y contribuant sans que ce soit leur objet principal.

Les deux mesures d'exonération des contributions patronales aux chèques-vacances sont rattachées à l'action *Tourisme* en tant qu'elles participent à la sous-action 3 *Politiques favorisant l'accès aux vacances* en facilitant le départ en vacances du plus grand nombre, ce qui n'est pas contestable.

**DÉPENSES FISCALES SUR IMPÔTS D'ÉTAT DONT L'OBJET PRINCIPAL
CONTRIBUE À L'ACTION *TOURISME***

(en millions d'euros)

Numéro et intitulé de la mesure		Résultat estimé pour 2006	Évaluation pour 2007	Évaluation pour 2008
110 221	Réduction d'impôt au titre des investissements dans le secteur du tourisme (Impôt sur le revenu)	30	40	40
120 112	Exonération de la contribution patronale au financement des chèques-vacances (Impôt sur le revenu)	20	20	20
410 110	Exonération de la contribution patronale au financement des chèques-vacances (Taxe sur les salaires)	- de 0,5	- de 0,5	- de 0,5
730 205	Taux de 5,5 % pour la fourniture de logement dans les hôtels (Taxe sur la valeur ajoutée)	1 650	1 700	1 750
730 206	Taux de 5,5 % pour la fourniture de logement dans les terrains de camping classés (Taxe sur la valeur ajoutée)	150	150	150
940 101	Exonération en faveur de certaines catégories de navires de plaisance (Droit annuel de francisation et de navigation)	2	N.S.	N.S.

Source : projet de loi de finances 2008

Les autres mesures se rattachent à la sous-action 2 *Économie du tourisme*, celles relatives au taux réduit de TVA sur l'hébergement en camping classé ou en hôtellerie, concernent à la fois les deux sous-actions.

**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		Résultat estimé pour 2006	Évaluation pour 2007	Évaluation pour 2008
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)	1	3	3
710 102	Exonération de certains produits et matières premières ainsi que des produits pétroliers dans les départements de la Guadeloupe, de la Martinique et de la Réunion (Taxe sur la valeur ajoutée)	80	80	80

Source : projet de loi de finances 2008

Ces deux mesures rattachées à titre principal au programme *Emploi outre-mer* de la mission *Outre-mer* concernent également l'action *Tourisme* en tant qu'elles participent, plus ou moins directement, à l'attractivité touristique des territoires visés.

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

Maintenir la place de la France comme première destination touristique mondiale et accroître les recettes de ce secteur enregistrées par la balance des paiements constituent des objectifs prioritaires de la politique touristique de la France. Ce caractère prioritaire explique la part prépondérante de la sous-action 1 dans l'action *Tourisme*. Le montant des crédits qui lui sont affectés s'élève, pour 2008, à 48,3 millions d'euros en autorisations d'engagement et en crédits de paiement (contre 41 millions d'euros en 2007), et représente 54,2 % du total des autorisations d'engagement et 52 % du total des crédits de paiement de l'action.

A.– LE TOURISME FRANÇAIS DANS LA COMPÉTITION INTERNATIONALE

L'année 2006 a vu se poursuivre le léger redressement, entamé les années précédentes, des données les plus significatives de l'activité touristique en France, après le net fléchissement des premières années de la décennie.

Le tourisme représente l'un des tout premiers secteurs économiques de notre pays. Son poids dans l'économie nationale, mesuré par la consommation touristique (agrégat T2), a été de 112,2 milliards d'euros en 2006, ce qui représente 6,3 % du produit intérieur brut de la France, montant égal à celui constaté en 2005 mais en baisse d'un point par rapport à 1996.

La consommation touristique se répartit entre les touristes étrangers, pour 35 % et les touristes français, pour 65 %.

1.– Le tourisme des étrangers en France

Avec 79,1 millions de touristes étrangers entrés sur son territoire, **la France conserve sa place de première destination touristique mondiale**, dépassant les bons résultats atteints en 2002 (77 millions). La progression, sur un an, de ces arrivées est conforme à celle de l'activité touristique en Europe (4,2 %) mais elle reste toujours inférieure à la croissance du tourisme mondial, 5 % en 2006, ainsi qu'à celle de ses concurrents immédiats, l'Espagne et surtout l'Italie, qui a connu une progression remarquable en 2006 et pour laquelle les prévisions sont encore meilleures pour 2007. La part de la France dans le tourisme mondial affiche une baisse constante depuis 2001 (- 1,6 point) plus importante que celle de l'Espagne (- 0,4) ou de l'Italie (- 0,9). Sur la même période, l'Espagne maintient sa part dans le tourisme en Europe, alors que la France et l'Italie voient la leur décliner dans la même proportion (- 1,8 point).

Le contexte international, de plus en plus concurrentiel, laisse entrevoir une baisse relative mais inéluctable du nombre de touristes étrangers séjournant en Europe à l'horizon 2020. La part de la destination « Europe » dans les recettes mondiales du tourisme devrait passer de 60 %, en 1995, à 45 %, en 2020, selon l'Organisation mondiale du Tourisme (OMT). Or, en Europe même, des pays voisins tels que le Royaume Uni ou l'Allemagne connaissent depuis quelques années des taux de croissance deux à trois fois supérieurs à celui de la France. La Turquie, qui a enregistré une baisse des entrées en 2006, avait connu des taux de croissance supérieurs à 25 % les années précédentes. Hors d'Europe, la région Asie-Pacifique, la plus dynamique dans ce domaine avec un taux de croissance annuel estimé à 6,5 % - contre 3 % en Europe - sur la période 1995-2020, est devenue en 2006 la deuxième destination mondiale après l'Europe en terme de recettes touristiques, égalant pour la première fois la zone Amériques. La Chine, qui se classe au quatrième rang des arrivées et au cinquième rang pour les recettes va bénéficier des retombées des jeux olympiques, en 2008 et dans les années qui suivront.

ARRIVÉES DE TOURISTES ÉTRANGERS DANS LES PRINCIPAUX PAYS D'ACCUEIL

En milliers de touristes

	2001 (r)	2002 (r)	2003 (r)	2004 (r)	2005 (r)	2006 (p)	2006/2005 (en %)
France	75 203	77 012	75 048	75 121	75 908	79 100	+ 4,2
% dans le monde	11	10,9	10,8	9,8	9,5	9,4	
% en Europe	19,1	19	18,5	17,7	17,3	17,3	
Espagne	50 094	52 327	50 854	52 430	55 916	58 451	+ 4,5
% dans le monde	7,3	7,4	7,3	6,8	7,0	6,9	
% en Europe	12,7	12,9	12,6	12,4	12,8	12,8	
Italie	39 563	39 799	39 604	37 071	36 513	41 058	+ 12,4
% dans le monde	5,8	5,6	5,7	4,8	4,6	4,9	
% en Europe	10,1	9,8	9,8	8,7	8,3	8,3	
États-Unis	46 907	43 532	41 218	46 085	49 206	51 063	+ 3,8
% dans le monde	6,8	6,2	5,9	6	6,1	6,1	

(r) : révisé (p) : provisoire

Source : Organisation Mondiale du Tourisme, juillet 2007.

Les recettes générées par les dépenses des touristes étrangers, 36,9 milliards d'euros en 2006, ont connu sur un an une progression (4,3 %) très légèrement supérieure celle des entrées. Le solde de la balance touristique, 12,1 milliards d'euros (+ 11,4%) est ainsi redevenu le **premier poste excédentaire de la balance des paiements, en 2006**, du fait d'une hausse des dépenses des touristes français à l'étranger (+ 1,2 %) inférieure à celle des dépenses des touristes étrangers en France. Il devance les soldes de l'industrie aéronautique et de l'automobile.

ÉVOLUTION DES RECETTES DU TOURISME INTERNATIONAL

(en millions de dollars US)

	2001 (r)	2002 (r)	2003 (r)	2004 (r)	2005 (r)	2006 (p)	2006/2005
France	30 363	32 329	36 593	40 842	44 018	46 342	+ 5,3 %
% dans le monde	6,4	6,6	6,9	6,5	6,5	6,3	
% en Europe	13,3	13,3	12,9	12,4	12,6	12,3	
Espagne	32 691	31 731	39 645	45 248	47 970	51 115	+ 6,6 %
% dans le monde	6,9	6,5	7,4	7,1	7,1	7,0	
% en Europe	14,6	13,8	14,8	13,9	13,7	13,5	
Italie	25 882	26 672	31 245	35 656	35 398	38 129	+ 7,7 %
% dans le monde	5,5	5,5	5,9	5,6	5,2	5,2	
% en Europe	11,4	11	11	10,9	10,1	10,1	
États-Unis	71 893	66 605	64 348	74 481	81 800	85 694	+ 4,8 %
% dans le monde	15,2	13,7	12,1	11,8	12,1	11,7	

(r) : révisé (p) : provisoire.

Source : Organisation Mondiale du Tourisme, juillet 2007

Malgré une légère amélioration en 2006, les principaux indicateurs du tourisme international en France incitent donc à faire preuve d'une grande modestie. On observe, en effet, que la recette moyenne par touriste étranger est inférieure en France non seulement à celle des voisins immédiats mais aussi à la moyenne en Europe, et qu'elle ne représente que les deux tiers de la recette moyenne réalisée en 2006 par l'ensemble des pays ayant reçu des touristes dans le monde. Il est clair que les dépenses des étrangers en France ne sont pas à la hauteur de celles enregistrées par ses concurrents et que l'effort à entreprendre dans ce domaine va constituer l'enjeu majeur des toutes prochaines années.

RECETTES MOYENNES PAR TOURISTE ÉTRANGER EN 2006

	France	Espagne	Italie	Europe	États-Unis	Monde
Recettes (millions de dollars US)	46 300	51 115	38 129	377 600	85 694	735 000
Arrivées (millions de touristes)	79,1	58,45	41,06	456,9	51,06	842
Recette moyenne (dollars US / touriste)	585	874	929	826	1 678	873
Ratio	0,67	1	1,06	0,95	1,92	1

Source : Organisation Mondiale du Tourisme, juillet 2007.

Il est vrai que la situation géographique de la France, au cœur de l'Europe occidentale, est en partie responsable de cette médiocre performance. Pays de transit entre le nord et le sud du continent, la France enregistre un fort courant de passages, composé aussi bien des **119 millions d'excursionnistes** (+ 5,1 % sur un an), qui visitent la France sans y passer une seule nuit, que des touristes y effectuant des courts séjours. En effet, sur les 497 millions de nuitées passées en France par les non-résidents en 2006, 46 % le sont au titre des courts séjours (moins de 4 nuitées). **Seulement 24 % des séjours effectués en 2006 sont supérieurs à une semaine.** Ces touristes en transit jouent fortement sur le nombre d'arrivées mais pèsent peu en termes de recettes.

Toutes provenances confondues, la durée moyenne de séjour du touriste étranger en France s'est établie à 6,3 jours en 2006, en baisse de 1,2 jour sur un an.

La proportion majoritaire des touristes en provenance de six pays d'Europe de l'ouest, limitrophes ou voisins immédiats de la France, qui totalisent 73 % des arrivées et 69 % des nuitées, en 2006, confirme le fait que la France est principalement une destination de proximité. Les touristes nord-américains et asiatiques, appréciés pour leur forte contribution aux recettes du tourisme, ne représentent que 9,5 % des arrivées et 11 % des nuitées.

**ARRIVÉES ET NUITÉES DE TOURISTES ÉTRANGERS EN 2006
SELON LEUR ZONE DE RÉSIDENCE**

Pays de résidence	Arrivées (en millions)	Variation 2006/2005 (en %)	Nuitées (en millions)	Variation 2006/2005 (en %)
Royaume-Uni, Irlande	14,4	+ 1,6 *	84,4	+ 0,1
Allemagne	13,1	- 4,5	84,8	- 7,9
Pays-Bas	7,7	+ 13,4	56,8	+ 11,2
Belgique, Luxembourg	9,8	- 4	55,9	- 1,8
Italie	7,6	+ 9,5	36,4	+ 2,1
Espagne	5	+ 13	25,3	+ 9,9
États-Unis, Canada	4,2	+ 4,5	33,9	+ 8
Asie, Océanie	3,4	+ 4,6	21,3	+ 7,9
Autres	14	N.S.	98,6	N.S.
Total	79,1	+ 4,2	497	+1,2

Source : EVE (TNS-Sofres, DT, Banque de France)

On observe en 2006, pour les clientèles européennes, une forte hausse des arrivées des Hollandais, des Espagnols et des Italiens et du nombre de nuitées des Hollandais et des Espagnols, et pour les clientèles lointaines, une hausse des arrivées supérieure à la moyenne et une hausse des nuitées bien meilleure des Nord-américains et des Asiatiques. Ces chiffres confirment la tendance, déjà amorcée en 2005, d'un timide retour en France des clientèles à fort pouvoir d'achat.

Sans préjuger des résultats définitifs de l'année 2007, les premières estimations des professionnels de l'hôtellerie, pour la période mai-août, font état d'une croissance de 2 % des nuitées dans le secteur hôtelier, par rapport à la même période de 2006. Ce résultat serait essentiellement dû aux touristes étrangers dont les nuitées progressent de 3,6 %, contre 0,9 % pour la clientèle française, et la durée des séjours s'accroît en moyenne de 3 %. Les nuitées des touristes nord-américains progressent de 6,6 %. Les principaux bénéficiaires seraient le tourisme urbain, au détriment du tourisme balnéaire et rural, et sur le plan géographique, la région Île-de-France et les régions de l'Est. Ces bons résultats, encourageants parce qu'ils ont été réalisés dans un contexte *a priori* défavorable, marqué par une très forte hausse de l'euro et par une météo estivale médiocre, restent à confirmer.

Les premiers échos de la coupe du monde de Rugby, qui s'est déroulée du 7 septembre au 20 octobre et qui représentait une opportunité exceptionnelle de mise en valeur de l'offre touristique française, laissent entrevoir un impact assez positif sur l'arrière-saison estivale.

2 – Le tourisme des Français

Après une hausse en 2004 et un tassement en 2005, le tourisme des Français est resté stable en 2006. La seule variation notable concerne le dynamisme des courts séjours de catégories de la population bénéficiant de plus de souplesse pour partir : les « babyboomers » âgés de 50 à 64 ans, dont la part dans les voyages augmente de 2 %, et les foyers de taille limitée (2 ou 3 personnes).

En 2006, près de trois Français sur quatre sont partis en voyage au moins une fois, toutes destinations, France et étranger, confondues. Les partants ont effectué en moyenne 4,4 voyages. 23,0 % de Français de 15 ans et plus ont effectué au moins un voyage hors métropole. Les partants ont effectué en moyenne 1,6 voyage à l'étranger.

Le taux de départ en voyage personnel des Français, 73,5 % en 2006, évolue, depuis dix ans, dans une étroite fourchette entre un maximum de 74,5 %, en 2004, et un minimum de 72 %, en 2000. Mais **seulement 63,9 % des Français se sont absentés en 2006 pour 4 nuits et plus de leur domicile. C'est le taux le plus faible des dix dernières années.** De 65,9 % en 1997, il a connu une lente érosion jusqu'en 2001, s'est redressé entre 2002 et 2004 avant de repartir à la baisse en 2005 puis en 2006.

En 2006, les résidents en France ont effectué 195,3 millions de séjours générant 1 019,8 millions de nuitées, toutes destinations et tous motifs confondus. En 2006, la prédominance de l'hexagone se confirme, environ neuf déplacements sur dix s'effectuant sur le territoire métropolitain. Par contre, du fait d'une durée moyenne des séjours personnels en France plus courte que celle des déplacements à l'étranger (5 nuits contre 8), le nombre de nuitées générées par les déplacements en France n'est que de 84 %. Les séjours professionnels représentent 5,4 % du total, et engendrent 33,9 millions de nuitées, dont 67,7 % effectuées en France et 32,3 % à l'étranger.

Le nombre de séjours personnels à l'étranger augmente légèrement (+0,5%) par rapport à 2005. Il était en baisse entre 2004 et 2005 (-2,5 %), en forte hausse (+13,8%) entre 2003 et 2004 et en légère hausse les années précédentes (+1,4% entre 2002 et 2003 et de +7 % entre 2002 et 2001). L'année 2006 confirme donc la stabilisation des départs à l'étranger pressentie l'année précédente.

FRÉQUENTATION SELON LA DURÉE DE SÉJOUR, LE MOTIF ET LA DESTINATION – 2006

(en millions de séjours)

Motif	Destination	Courts séjours		Longs séjours		Total	
		Séjours	2006 / 05 (%)	Séjours	2006 / 05	Séjours	2006 / 05 (%)
Personnel	France métropolitaine	96	0,5	68,8	-1,2	164,8	-0,2
	Étranger	5,7	7,5	14,3	-2,1	20,0	0,5
Professionnel	France métropolitaine	6,4	1,6	1,7	21,4	8,1	5,2
	Étranger	1,7	6,3	0,8	0	2,5	4,2
TOTAL		109,7	0,9	85,7	-0,8	195,3	0,1

Source : S.D.T. (Direction du Tourisme, TNS Sofres)

La tendance au raccourcissement de la durée des séjours constatée les années précédentes s'est confirmée au cours de l'année 2006, à la fois parce que le nombre des courts séjours a augmenté tandis que diminuait le nombre des longs séjours.

Le nombre des déplacements des Français est resté globalement identique entre 2005 et 2006 : la baisse des longs séjours d'au moins quatre nuits (-1,3 %), a été presque compensée par une faible hausse des courts séjours (+ 0,9 %) et par une hausse plus conséquente (+ 1,7 %) des nuitées correspondantes. Ainsi, le phénomène de fractionnement des congés, qui conduit à se déplacer plus souvent mais moins longtemps, observé les années précédentes s'est poursuivi en 2006.

La répartition des déplacements selon l'espace choisi reste, en 2006, très voisine de celle des années précédentes. En nombre des nuitées, les trois espaces principaux restent le bord de mer, la campagne et la ville. En 2006, le bord de mer renforce sa position d'espace préféré des Français, tandis que la montagne subit un fléchissement en été, bien qu'aucun événement particulier n'ait marqué la saison d'hiver 2005-2006, comparable à celle de l'année précédente.

COMPARAISON 2006/2005 DES SÉJOURS ET DES NUITÉES SELON LES ESPACES

	Part * dans les séjours (%)		Part * dans les nuitées (%)	
	2005	2006	2005	2006
Mer	24,8	25,1	36,0	36,7
Montagne	14,5	14,1	18,9	17,8
Campagne	37,4	37,2	33,6	33,4
Lac	3,7	3,8	4,6	4,6
Ville	33,5	33,7	25,1	24,8

les taux de chaque colonne dépassent 100 parce que des réponses multiples sont possibles.

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

Sur les dix dernières années, seule la destination urbaine est en croissance lente mais régulière, + 2 % entre 1997 et 2006, au détriment principalement de la destination rurale qui perd 2,5 % sur la même période.

Si la répartition régionale des déplacements des Français traduit une grande stabilité par rapport aux années précédentes, elle apparaît fortement déséquilibrée au détriment des régions du nord, de l'est et du centre. Sept régions, dont deux n'ont pas de côtes maritimes, Rhône-Alpes et Île-de-France, totalisent 57,8 % des arrivées et 62,1 % des nuitées. Derrière elles, la Bourgogne et Midi-Pyrénées enregistrent les pertes de marché les plus notables.

RÉPARTITION DES SÉJOURS ET DES NUITÉES DES FRANÇAIS DANS LES RÉGIONS

Régions	Part dans les séjours (%)		Part dans les nuitées (%)	
	2005	2006	2005	2006
Rhône-Alpes	11,8	11,9	11,6	11,4
Provence-Alpes-Côte-d'Azur	9	9,3	12	12,4
Pays de la Loire	7,4	8	7,1	7,5
Île de France	7,3	7,7	4,5	4,9
Bretagne	7,4	7,2	8,5	8,5
Aquitaine	6,7	7	8,1	8,1
Languedoc-Roussillon	6,6	6,7	9	9,3
Total des sept premières régions	56,2	57,8	60,8	62,1
<i>Total des seize autres régions</i>	<i>43,8</i>	<i>42,2</i>	<i>39,2</i>	<i>37,9</i>

Source : SDT – Direction du Tourisme / TNS-Sofres

Quant au mode d'hébergement, on constate en 2006, comme en 2005, un arrêt de la progression du secteur non-marchand et particulièrement de l'hébergement familial, qui reste néanmoins prépondérant parmi l'ensemble des modes d'hébergement choisis.

ÉVOLUTION DES SÉJOURS ET NUITÉES 2006/2005 SELON LES MODES D'HÉBERGEMENT

Modes d'hébergement	Part dans les séjours		Part dans les nuitées	
	2005	2006	2005	2006
1- Hôtel	10,6	10,5	5,4	5,3
2- Tente, camping	6,2	6,2	9,6	9,8
3- Location	4,7	4,8	9	9,1
4- Gîte, chambres d'hôte	3,5	3,6	3,5	3,6
5- Villages vacances	2,2	2,2	3,3	3,1
6- Auberges de jeunesse, refuge	0,8	0,8	0,6	0,5
Total Hébergement marchand	28	28,1	31,4	31,4
7- Famille	45,6	45,5	37,9	37,8
8- Amis	12,6	12,6	8,3	8,4
9-Résidence secondaire	9,3	9,2	17,3	17,4
Total hébergement non marchand	67,5	67,3	63,5	63,6
Autres modes d'hébergement	4,5	4,6	5,1	5,0
Total	100	100	100	100

Source : SDT – Direction du Tourisme / TNS-Sofres

Dans leurs déplacements hors du territoire métropolitain, les Français continuent de privilégier les pays d'Europe (69,4 %), avec une très nette prédilection pour les pays du sud, l'Espagne (16,5 %) et l'Italie (11,6 %). Hors d'Europe, c'est l'Afrique (16,1 %) - dont les pays du Maghreb - qui vient en tête suivie par l'Amérique (7,3 %) et l'Asie-Océanie (5,3 %).

B.- LES MISSIONS ASSURÉES PAR MAISON DE LA FRANCE

Dans le cadre d'un plan visant au renforcement de l'attractivité touristique de la France aussi bien à l'étranger qu'en France même, le Gouvernement a arrêté les orientations stratégiques de la promotion de la destination France sur les marchés étrangers pour les années 2005 à 2010. Le secrétariat d'État au Tourisme est donc chargé de la mise en œuvre de cette politique, mission qu'il assure grâce à ses services et surtout à Maison de la France, groupement d'intérêt économique qui regroupe 1 400 adhérents et dispose de 35 bureaux implantés dans 29 pays étrangers et couvrant 40 marchés. Cet opérateur du ministère du Tourisme reçoit, en conséquence, une subvention de fonctionnement fixée, pour 2008, à 33,6 millions d'euros en autorisations d'engagement comme en crédits de paiement, soit **près de la moitié (47,7 %) de l'ensemble des moyens attribués à l'action *Tourisme* hors titre 2.**

1.- La stratégie de Maison de la France

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

La stratégie marketing de Maison de la France se décline en quatre objectifs intermédiaires : renforcer l'attractivité de la destination France, porter les recettes extérieures du tourisme à 40 milliards d'euros en 2010, mieux promouvoir le tourisme sur l'ensemble du territoire et le désaisonnaliser.

À mi-chemin de la réalisation du plan stratégique, il n'est pas inutile de chercher à en mesurer les effets.

a) Renforcer l'attractivité de la destination France

Les principales actions menées en 2006 et 2007 se sont donc inscrites dans cette stratégie et les plans annuels ont été adaptés aux nouvelles orientations : augmentation des actions à destination du grand public, renforcement des actions en direction de la presse et, tout en maintenant ses actions en direction des réseaux de distribution, développement du site Internet franceguide.com, qui permet désormais la réservation en ligne.

L'évolution de l'image touristique de la France est mesurée régulièrement à l'étranger. Une enquête de positionnement, le « baromètre d'image », est réalisée tous les trois ans environ auprès du grand public ayant l'habitude de voyager à l'étranger. La dernière a été réalisée fin 2006 par l'institut Ipsos, dans dix pays - sept en Europe et trois hors d'Europe - parmi les plus porteurs pour le tourisme étranger en France. Par rapport à l'enquête précédente (2003), l'image touristique de notre destination s'est sensiblement améliorée. 79 % des répondants, contre 73 %, ont une appréciation positive. L'amélioration de cette perception est particulièrement sensible sur les marchés américains (+ 12 %) et britannique (+ 8 %) mais l'évolution est légèrement négative sur les marchés italiens et japonais. Il convient de souligner que la perception de la destination est plus positive parmi les touristes qui ont effectivement séjourné en France dans les dix dernières années et parmi les professionnels.

Les deux points faibles de la destination France demeurent le rapport qualité / prix et l'accueil, alors que ses points forts restent la richesse culturelle et la qualité des prestations touristiques.

Les atouts comparés des destinations concurrentes sont plutôt en faveur de l'Italie qui demeure, malgré une légère érosion, la destination de référence en matière de souhaits de visite. À l'inverse, la Grande-Bretagne connaît une baisse notable.

Alors que sur les marchés lointains, États-Unis et Japon en particulier, les touristes ont une relative méconnaissance de la France et une vision réductrice souvent limitée à Paris, les clientèles européennes en ont une meilleure connaissance et font de notre pays une destination « naturelle » mais qui manque cependant un peu d'exotisme.

Au final, si l'image touristique de la France est bonne et en progression, elle cependant perçue comme relativement statique comparée à ses concurrents perçus comme plus innovants et dynamiques.

Ces résultats avaient été anticipés, dès avril 2006, par la création d'une nouvelle signature, « France, l'incomparable rendez-vous », pouvant être traduite dans toutes les langues et déclinée sur tous les supports de communication avec, pour objectifs :

- de mieux positionner la destination et de lui donner un contenu plus actuel ;
- de donner plus de cohérence et de sens à la communication ;
- de permettre une meilleure identification / reconnaissance de la destination ;

Afin de renouveler l'image de la destination, le choix a été fait de mettre en avant les thématiques les plus porteuses pour la destination – art de vivre, culture, œno-gastronomie, tourisme urbain - sous un angle plus festif, de mieux faire connaître les événements susceptibles de susciter l'envie de séjourner en France et de valoriser davantage la qualité de l'environnement en mettant en avant les offres « tourisme durable ».

La thématisation des actions a été poursuivie en développant la promotion du tourisme haut de gamme et « luxe », du tourisme d'affaires et de l'industrie des rencontres professionnelles, du tourisme en ville et des courts séjours, de la destination Outre-mer, et des événements porteurs d'une image dynamique de la destination France.

En vue d'adapter continuellement ses actions de promotion aux différents marchés visés, de connaître le retour sur investissement des budgets mis en place et de justifier auprès de ses partenaires publics ou privés de la pertinence de sa stratégie, Maison de la France a commencé la mise en œuvre d'une procédure d'évaluation de ses actions. Limitée, dans un premier temps, à l'évaluation des seules actions de promotion visant le grand public et diligentée par un prestataire externe choisi sur appel d'offres européen, cette procédure d'évaluation devrait produire des premiers éléments d'analyse dès la fin 2007, avant d'être poursuivie et étendue.

b) Porter les recettes touristiques à 40 millions d'euros en 2010

Les recettes du tourisme international ont augmenté de 4,3 % entre 2005 et 2006 pour atteindre 36,9 milliards d'euros. Il est donc vraisemblable, si aucun événement national ou international ne vient remettre en cause cette évolution, que l'objectif sera atteint avant la date fixée et qu'il devrait même être dépassé en 2010.

Afin d'accroître la dépense moyenne par touriste, Maison de la France met en œuvre des campagnes axées sur les courts séjours et les séjours en ville, qui sont menées sur divers marchés de proximité, et développe la promotion de produits à haute contribution tels que le golf, la remise en forme ou la montagne en hiver.

La promotion accrue du secteur de l'industrie des rencontres professionnelles et du tourisme d'affaires et celle du tourisme du luxe et du *shopping*, orientée vers certains marchés particuliers (Brésil, Japon, Asie du Sud-est Italie), poursuivent le même objectif.

c) Mieux promouvoir le tourisme sur l'ensemble du territoire

Avec ses partenaires régionaux ou départementaux, Maison de la France s'efforce de mettre en avant la spécificité des territoires afin de développer leur attractivité, notamment sur plusieurs marchés européens de proximité. C'est ainsi qu'ont été menées les campagnes « *Hidden France* » et « *France in your car* » sur le marché britannique, des campagnes de promotion de la Corse sur les marchés britannique, espagnol et belge, une campagne de promotion de la gastronomie régionale en Italie ou des actions de promotion de la région Midi-Pyrénées en Espagne. Les régions Lorraine et Alsace ont fait l'objet d'une campagne spécifique sur le marché allemand notamment dans la perspective de l'ouverture du TGV Est.

Les régions d'Outre-mer ont fait l'objet de campagnes spécifiques sur les marchés espagnols, italiens et tchèques mais surtout sur les marchés de proximité que sont l'Afrique du Sud, pour La Réunion, ou les États-Unis et le Canada, pour Tahiti et les Antilles.

d) Désaisonnaliser le tourisme

La promotion des courts séjours est développée sur les marchés européens de proximité, en particulier les marchés belge, britannique, espagnol et néerlandais, afin de fournir aux touristes l'opportunité de découvrir la France tout au long de l'année. La promotion des courts séjours en ville et celle du tourisme d'affaires participent également à cet objectif. Mais c'est en renforçant la communication sur l'événementiel, axe de promotion plus nouveau, que Maison de la France entend réussir dans la poursuite de cet objectif.

Dans ce domaine, la coupe du monde de Rugby constituait une opportunité majeure pour susciter un tourisme d'arrière-saison. Elle a donné lieu, dès 2006, à des campagnes thématiques en Australie et en Grande-Bretagne, elle a fait l'objet de conventions signées avec le comité d'organisation de la coupe du monde et pour sa quatrième édition, la campagne « *Bienvenue en France* » a été placée sous le signe de la coupe du monde. Dès premiers constats effectués, il s'avère que l'événement pourrait générer un chiffre d'affaires de 100 à 150 millions pour le seul secteur hôtelier et les enquêtes menées à cette occasion montrent que les amateurs étrangers de rugby ont été largement satisfaits de l'accueil reçu dans les villes hôtes de province.

2.– Les actions réalisées en 2007 et programmées en 2008

Après une année 2006 riche en nouveautés – lancement de la version 4 du site franceguide.com et de la signature « *France, l'incomparable rendez-vous* », ouverture d'un bureau en Inde, début de la campagne de soutien au secteur HCR et campagne de soutien à l'île de La Réunion, pour ne citer que les plus

remarquées – 2007 se présente plutôt comme une année de consolidation et de développement des actions engagées.

On peut cependant citer, outre la participation à la campagne concernant la coupe du monde de Rugby et celle qui a accompagné le lancement du TGV Est sur les marchés allemand et belge, une grande campagne de communication sur le tourisme d'affaires qui est prévue pour la première fois, au second semestre 2007, sur les marchés prioritaires nord-américain, britannique, belge, allemand et chinois.

Non programmée mais plutôt imposée par une actualité dramatique - le passage du cyclone Dean qui a touché plus particulièrement la Martinique - une campagne de communication a été mise sur pied pour éviter un éventuel ralentissement de la fréquentation vers les Antilles, au moment où débutent les réservations pour la haute saison, les vacances de Noël et le début de l'année prochaine. Axée sur les sept marchés les plus importants de la destination (France, Suisse, Belgique, Allemagne, Italie, Espagne et États-Unis) et dotée de 3 millions d'euros, la campagne de promotion a démarré dans la seconde quinzaine d'octobre.

L'ouverture d'un bureau en Israël programmée en 2008 viendra compléter le réseau des implantations à l'étranger, déjà étoffé par l'ouverture d'un bureau à Dubaï, en 2005, et d'un autre en Inde, en 2006.

3.– Les moyens de Maison de la France

a) Un budget stable et modeste

Les ressources du GIE Maison de la France sont essentiellement constituées, et à part sensiblement égales, d'une subvention de l'État et des apports de ses partenaires et clients. En 2006, pour un budget global hors taxes de 63,37 millions d'euros, la subvention du ministère de tutelle s'est élevée à 28,86 millions d'euros, les autres subventions publiques à 2,59 millions d'euros et les ressources propres du GIE, prestations de services facturées à ses partenaires et cotisations des adhérents principalement, à 31,92 millions d'euros.

Le compte de résultat prévisionnel du GIE pour 2007 fait état d'une subvention du ministère de tutelle de 28,86 millions d'euros, de ressources propres pour 32,58 millions d'euros, pour un budget global hors taxes de 61,44 millions d'euros. Contrairement aux années antérieures à 2006, et pour la seconde année consécutive, la subvention de 2007 devrait être intégralement versée en cours d'année, sous déduction de la réserve de précaution.

Pour 2008, la subvention de l'État, inscrite sur l'action *Tourisme* devrait être de 33,6 millions d'euros, stable par rapport à celle de 2007 et comprenant la dernière tranche du plan HCR, 4 millions d'euros.

L'action de Maison de la France fédère, par ailleurs, une partie des efforts de promotion des régions. En 2006, avec un montant total de 12,38 millions d'euros, la participation des comités régionaux du tourisme aux actions de Maison de la France s'est située à un niveau légèrement en retrait sur l'année précédente (- 3,3 %) mais toujours très dynamique par rapport aux années antérieures, où il dépassait légèrement les 8 millions d'euros. Elle a représenté 41,2 % du chiffre d'affaires facturé par Maison de la France.

Les effectifs de Maison de la France, 296 ETP en 2007, sont répartis entre le siège (82 emplois) et les bureaux à l'étranger (214 emplois). Sur ce total, 73 agents publics sont mis à disposition par la direction du Tourisme, dont 7 au siège et 65 à l'étranger. Un agent public mis à disposition a été repris par la direction du Tourisme en 2007 et un autre devrait l'être en 2008. Le reste des emplois est constitué de salariés de droit privé, expatriés ou recrutés localement, et de personnel sous convention avec les partenaires (Air France, CCI,...). Une augmentation très faible des emplois est prévue en 2008 pour tenir compte de l'ouverture d'un bureau en Israël.

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

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

b) Des concurrents puissants et dynamiques

En **Espagne**, *Turespaña*, l'équivalent espagnol de Maison de la France, dispose, en 2007, d'un budget de 148 millions d'euros, en croissance de 7 %, qui est versé en totalité par l'État, et d'un effectif de 485 personnes, dont 211 au siège, 212 à l'étranger – pour 31 représentations – et 62 pour le Palais des Congrès de Madrid. *Turespaña* peut ainsi consacrer près de 77 millions d'euros à la promotion de l'Espagne à l'étranger, soit une somme supérieure à la totalité du budget de Maison de la France.

Il faut ajouter à ces moyens ceux que les communautés autonomes consacrent à la promotion touristique, 293,66 millions d'euros, montant en hausse de 10 % par rapport à l'année précédente. Les budgets les plus importants sont ceux investis par l'Andalousie (74,4 millions d'euros), les Canaries (28,36 millions d'euros), la région de Valence (25,40 millions d'euros) et les Îles Baléares (24 millions d'euros).

Consciente des enjeux du secteur touristique pour son économie, l'Espagne s'est dotée des moyens lui permettant de moderniser ses structures, de renforcer l'offre de qualité et d'accroître la promotion touristique à l'étranger.

En **Grande-Bretagne**, *Visit Britain*, l'organisme comparable à Maison de la France, a été doté en 2006 d'un budget de 68,4 millions de livres sterling, soit un peu plus de 100 millions d'euros, dont 70 % proviennent de l'État. *Visit Britain* dispose d'un effectif de 450 personnes, dont 60 % en poste à l'étranger lui permettant de couvrir 36 marchés.

Une stratégie visant à renforcer l'attractivité de la destination (« Leading the world to Britain ») a été mise en place pour la période 2006/2009. Les principaux objectifs fixés à l'horizon 2009 sont les suivants :

- augmenter la dépense par touriste afin de parvenir à un taux de retour sur investissement de 30/1,

- faire en sorte que plus de 55 % des recettes supplémentaires soient générées en dehors de Londres et au moins à 36 % par le hors saison,

- doubler le nombre de visites sur les sites Internet pour atteindre 25 millions de visites par an,

- accroître la base de données « consommateurs » pour atteindre les 10 millions de contacts (plus de 6 millions actuellement).

Dans la perspective des Jeux Olympiques de 2012, la Grande-Bretagne a prévu de moderniser son image et de mieux se positionner dans un environnement de plus en plus concurrentiel.

En **Italie**, *l'Agenzia Nazionale per il Turismo*, qui a remplacé l'ENIT, était dotée en 2006 d'un budget de 23 millions d'euros, et d'un effectif de 240 personnes. Cet organisme dispose de 23 bureaux à l'étranger implantés dans 19 pays.

Le récent rattachement de cette agence au ministère des Biens culturels semble traduire une volonté de renforcer les liens entre le tourisme et la culture et peut-être de créer davantage de synergies entre les deux secteurs.

Les priorités pour 2006 concernaient la mise en valeur de l'offre touristique-culturelle, les nouveaux itinéraires thématiques (tourisme religieux, tourisme rural...), l'événementiel et les traditions.

L'évolution du rôle de cet organisme s'est surtout concrétisée par la création d'un nouveau portail d'information en ligne « Italia », plus complet que le précédent site, et le développement de nouveaux supports visuels autour de la thématique « Italia, opera unica » sur certains marchés.

En **Allemagne**, la « *Deutsche Zentrale für Tourismus* » (DZT) est une structure qui regroupe 55 « partenaires » représentant des sociétés privées, des organismes de promotion touristique régionaux et des fédérations professionnelles. Son budget pour 2007 est de 34,7 millions d'euros, alimenté par le ministère de l'économie et de la technologie (73,4 %) et par les länder (5,2 %),

le reste provenant de la vente de prestations et des cotisations et apports des adhérents. La majorité du budget est destiné à la promotion touristique à l'étranger, 3 millions d'euros étant consacrés à la promotion sur le marché intérieur. Cet organisme emploie 155 personnes, dont 79 au siège. Il dispose de 29 bureaux à l'étranger répartis en six zones géographiques.

L'Allemagne met tous les ans en avant une thématique spécifique : en 2007, art et culture en Allemagne ; en 2008, châteaux, parcs et jardins, l'Allemagne romantique.

Au niveau des länder, on peut citer à titre indicatif, le budget de promotion du land de Berlin, 10,8 millions d'euros (2006), celui de Hambourg, 12,4 millions d'euros (2005), et celui de la Bavière qui s'élevait à 6,5 millions d'euros (2005).

Dans un contexte de concurrence renforcée, il apparaît que l'Espagne et la Grande-Bretagne se sont engagées sur la voie d'un accroissement des moyens de promotion et se sont fixé des objectifs clairs afin de renforcer l'attractivité de leur destination à l'étranger. La réorganisation entreprise en Italie ne semble pas encore avoir abouti à la mise en place d'une véritable synergie entre le niveau national et les régions, qui permettrait de dynamiser le secteur. En Allemagne, le poids du tourisme dans l'économie semble moindre et l'augmentation régulière de la fréquentation du pays ne semble pas inciter à des réorientations majeures dans le secteur de la promotion touristique.

C.– LES MISSIONS DE PROMOTION ASSURÉES PAR LA DIRECTION DU TOURISME

Deux services de la direction du Tourisme, la mission des affaires internationales et la mission de la communication et des nouvelles technologies de l'information, participent directement à la mise en œuvre d'opérations de promotion de l'image touristique de la France et de ses savoir-faire, tant en France qu'à l'étranger.

a) La mission des affaires internationales

La mission des affaires internationales exerce, en liaison avec les institutions et entreprises françaises qui sont les dépositaires d'un savoir-faire de renommée internationale et avec les services du ministère des Affaires étrangères (DGCID), une activité ancienne de coopération et d'exportation s'appuyant sur cette réputation qui vient compléter les actions menées par Maison de la France au titre de la promotion de notre pays sur les marchés étrangers.

Elle dispose à cet effet d'une ligne budgétaire du titre 6, qui s'élève à 108 807 euros en 2007, et pour laquelle 150 000 euros sont demandés pour 2008.

L'action de coopération internationale du secrétariat d'État au tourisme poursuit deux objectifs : d'une part, répondre aux besoins des pays émergents confrontés au développement du tourisme et, d'autre part, promouvoir la qualité de notre système de formation et permettre à nos entreprises de faire-valoir leur savoir-faire sur les marchés à l'exportation.

Cette activité se manifeste, généralement dans le cadre d'arrangements administratifs ou de protocoles de coopération avec de nombreux pays sur tous les continents, sous différentes formes d'intervention – échanges d'information, participation à des séminaires et colloques, appui institutionnel, soutien logistique, intervention contractualisée d'ODIT-France, mise à disposition d'un assistant technique financé par le MAE – qui ont toutes pour but de répondre de la manière la plus souple et la plus adaptée aux besoins des pays partenaires.

Dans un cadre multilatéral, la France est partie prenante au programme Strabon-EUROMED, dont l'objectif est de valoriser le patrimoine culturel et le tourisme euroméditerranéens avec un budget triennal de 3,7 millions d'euros, subventionné à 80 % par la Commission européenne.

Elle participe de manière active au comité tourisme de l'OCDE et aux travaux de l'Organisation mondiale du Tourisme. La France a posé sa candidature en 2007 à un siège au conseil exécutif et celle-ci sera examinée lors de la prochaine assemblée générale qui se déroulera, en novembre 2007, en Colombie.

Par ailleurs, la mission des affaires internationale recevra, en 2008, au titre de la sous-action 1 les crédits destinés à assurer la participation de la France aux expositions internationales, qui étaient attribués, en 2007, à l'action 7 *Développement international de l'économie française* du programme 134.

La dotation pour 2008 s'élèvera à 6,05 millions d'euros, en autorisations d'engagement comme en crédits de paiement, inscrits au titre 3, contre 2,12 millions d'euros l'année précédente. Ces crédits seront destinés à la préparation de la participation française à l'exposition internationale de Shanghai, qui se déroulera en 2010. La direction du Tourisme les reversera, sous forme de subvention, d'une part à une société *ad hoc*, la SAS « Compagnie française pour l'exposition de Shanghai » (COFRES), et d'autre part à l'organisation chargée de l'exposition internationale de Saragosse, qui s'ouvrira en mai 2008.

b) La mission de la communication et des nouvelles technologies de l'information

Elle se voit attribuer, tout d'abord, des crédits de fonctionnement à hauteur de 0,7 million d'euros, en autorisations d'engagement comme en crédits de paiement, en 2008.

Ce montant permettra de réaliser essentiellement deux objectifs : l'organisation de grands événements tels que les Assises nationales du tourisme (0,365 million d'euro) d'une part, et les campagnes de communication en direction des professionnels notamment en poursuivant la promotion du label « Tourisme et Handicap » (0,2 million d'euro). Ces crédits permettront également l'édition des études réalisées par le ministère chargé du tourisme en matière d'observations économiques et l'amélioration de l'ergonomie et de la lisibilité du site Internet du ministère chargé du tourisme.

Elle bénéficie également de crédits d'intervention pour un montant demandé en 2008 de 0,15 million d'euros. Ces sommes sont destinées à assister les agents de voyage afin de leur permettre de faire face aux nouveaux défis de commercialisation, à soutenir les manifestations touristiques et culturelles et à élaborer les actions de communication avec les professionnels du tourisme.

D.- LES INDICATEURS ASSOCIÉS À LA SOUS-ACTION 1

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

- Le premier mesure la performance du site de vente en ligne Franceguide.com par le biais du nombre de connexions, du nombre de dossiers de vente traités par le site et par le chiffre d'affaires de la SAS Franceguide. Sous l'effet d'une progression moins rapide que celle qui était attendue (voir le I ci – avant), les prévisions pour 2008 ont dû être révisées à la baisse par rapport à la prévision initiale pour 2007 pour deux de ces sous-indicateurs. L'objectif de 22 millions de connexions, en 2008, fixé au site Franceguide.com est inférieur à celui de 23 millions initialement prévus pour 2007, dans le PAP 2007, qui a été depuis été actualisé à 20 millions. Le chiffre d'affaires de Franceguide SAS qui devait s'élever à 0,77 million d'euros, dans le PAP 2007, a depuis été actualisé à 0,31 million, pour 2007, et fixé à 0,6 million d'euros pour 2008. Seul le nombre de dossiers de vente traités par le site, 20 000 en 2008, reste supérieur à la prévision initiale de 18 000, dans le PAP 2007, mais révisée entretemps à 15 000 pour 2007.

- Le second indicateur, qui tend à mesurer les équivalents publicitaires des retombées médiatiques suscitées par l'action de Maison de la France, appelle les mêmes observations pour deux de ses trois composantes. Les équivalents liés aux accueils de journalistes restent en progression : 70 millions d'euros prévus en 2007, que ce soit dans le PAP 2007 ou après actualisation, et 72 millions prévus en 2008. Par contre les équivalents liés aux autres actions, 145 millions d'euros attendus en 2008, sont en progression par rapport aux 140 millions attendus, en prévision actualisée, pour 2007, mais inférieurs à la prévision initiale de 150 millions d'euros figurant dans le PAP 2007.

Malgré les améliorations apportées, ces deux indicateurs, qui ont été construits à partir de données facilement disponibles, sont appelés à être remplacés à l'issue du processus engagé par Maison de la France pour se doter d'outils d'évaluation réellement performants capables, en particulier, de mesurer le résultat de toutes les actions.

Par ailleurs, l'un des indicateurs transversaux du programme vise à mesurer l'effet de levier induit par la subvention à Maison de la France sur les financements apportés par le partenariat. Il présente le montant des apports en valeur absolue et en pourcentage du budget consolidé du GIE. La part du partenariat dans le budget de Maison de la France devrait atteindre un taux de 56 %, en progression d'un point sur la prévision pour 2007 et de 3 points sur la réalisation 2006.

V.- LES ACTIONS EN FAVEUR DE L'ÉCONOMIE DU TOURISME

Intitulée désormais *Économie du tourisme et développement de l'activité touristique*, la sous-action 2 regroupe toutes les opérations menées par la direction du tourisme qui sont destinées à favoriser le développement de l'activité économique des entreprises du secteur afin de renforcer leur compétitivité et de permettre de nombreuses créations d'emplois.

La dotation globale demandée pour 2008 s'élève à 22,84 millions d'euros en autorisations d'engagement et à 22,24 millions d'euros en crédits de paiement. Hors dépenses du titre 2, les crédits sont fixés à 12,7 millions d'euros en autorisations d'engagement et à 12,09 millions d'euros en crédits de paiement.

A.- L'OBSERVATION ET DE DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE

Les missions exercées dans ce domaine reçoivent des crédits de fonctionnement (titre 3) de 6,5 millions d'euros en autorisations d'engagement et de 5,1 millions d'euros en crédits de paiement, qui se répartissent entre les services de la direction du Tourisme et ODIT-France, dont la subvention de fonctionnement est fixée à 2,5 millions d'euros.

1.- Les missions des services

La dotation accordée au Plan Qualité Tourisme (PQT), 600 000 euros en autorisations d'engagement et en crédits de paiement, permettra notamment d'étendre la marque « Qualité Tourisme » aux lieux de visite dans un premier temps (volet 2 du PQT), en aidant les associations concernées à se conformer aux exigences du dispositif, et aux activités sportives et de loisirs destinés aux touristes dans un second temps (volet 3 du PQT), en soutenant les fédérations et associations participant à cette action (la fédération des sports nautiques par exemple). Ces crédits permettront en outre d'assurer la gestion et la promotion de la marque « Qualité Tourisme », en orientant notamment la communication autour de ce dispositif non plus seulement vers les professionnels mais également vers le grand public.

Les grandes enquêtes statistiques nationales vont recevoir 3,4 millions d'euros en autorisations d'engagement et 2 millions en crédits de paiement.

Le projet de budget correspond notamment aux financements de l'enquête auprès des visiteurs venant de l'étranger (EVE), et du suivi de la demande touristique des Français (SDT).

L'enquête EVE (0,6 million d'euros en crédits de paiement) permet de connaître, trimestriellement, le nombre, la provenance et le comportement des visiteurs non-résidents en France. Sont ainsi analysés : les dates et durées de séjours, les modes de transports utilisés, les activités exercées, les motifs de séjour

et la répartition territoriale de la fréquentation touristique. Cette enquête permet également d'évaluer les recettes de la ligne « voyages » de la balance des paiements qui est calculée, mensuellement, trimestriellement et annuellement par la Banque de France. Cette dernière information constitue, pour la Banque de France, une obligation vis-à-vis d'Eurostat. L'enquête EVE ne nécessite plus d'autorisations d'engagement car celles-ci ont été obtenues en loi de finances initiale 2007.

L'enquête SDT (2,7 millions d'euros en autorisations d'engagement et 1 million d'euros de crédits de paiement) porte sur l'observation des déplacements (avec ou sans nuitée) des Français, leurs dépenses lors des voyages en France ainsi que leurs dépenses lors de leurs voyages à l'étranger. Le marché concernant cette enquête arrive à échéance à la fin du mois de juin 2008 et fera l'objet d'un nouveau marché pour la poursuite de l'enquête sur les trois années à venir. C'est pourquoi le projet de budget est établi avec un montant d'autorisations d'engagement supérieur à celui des crédits de paiement.

Jusqu'en 2007, le financement de ces enquêtes – d'un coût supérieur à celui des dotations – était partagé avec la Banque de France et la SNCF, qui reversaient leur partie du financement à la direction du Tourisme par le biais d'un fonds de concours annuel (1,67 million d'euros en 2006 et 1,7 million en 2007). Mais la révision des règles encadrant la passation des marchés, dans le cadre de la LOLF, conduisant désormais chacun des intervenants au marché à n'inscrire au budget que sa propre participation, ce fonds de concours disparaîtra en 2008. Les 134 000 euros attendus ne constituent qu'un reliquat de gestion passée.

Cette dotation permettra également de poursuivre les enquêtes de fréquentation conduites par l'INSEE pour le compte de la direction du Tourisme, enquêtes qui permettent de connaître la situation financière des acteurs économiques et d'avoir, avec les professionnels concernés, un dialogue approfondi (0,7 million d'euros en autorisations d'engagement et 0,4 million d'euros en crédits de paiement).

2.– Les missions exercées par ODIT France

La subvention pour charges de service public prévue pour le GIP ODIT France (Observation, Développement et Ingénierie Touristiques - France) s'élève à 2,5 millions d'euros, en augmentation de 1 % sur celle reçue en 2007. Cette dotation permettra de mettre en œuvre les trois métiers du groupement : l'observation, l'intelligence économique et les actions de veille ; l'optimisation de l'aménagement et du développement touristique ; l'ingénierie conseil aux projets d'investissement.

Né en janvier 2005 de la fusion de l'Agence française de l'ingénierie touristique (AFIT), de l'Observatoire national du tourisme (ONT) et du Service d'études et d'aménagement de la montagne (SEATM), le groupement d'intérêt public regroupait, fin 2006, près de 350 partenaires, publics et privés, dont

35 membres actifs, 162 membres associés et 149 abonnés. La quarantaine de nouveaux partenaires qui l'ont rejoint après la fusion de 2005 affiche une diversité significative de l'étendue de son champ d'action : 7 bureaux d'études, 6 entreprises privées, 4 établissements publics, 3 institutions d'enseignement, 9 comités de tourisme, 5 collectivités territoriales et 4 syndicats professionnels.

Ses objectifs sont, d'une part, de produire et de diffuser la connaissance, et, d'autre part, d'apporter une assistance opérationnelle au niveau local comme national et international, dans un souci de meilleure cohérence d'ensemble et d'optimisation des moyens.

ODIT France intervient principalement dans le cadre de conventions de partenariat établies avec des ministères, des organismes institutionnels ainsi que des fédérations et syndicats. Ces conventions peuvent avoir un caractère général et consister, notamment, en la mise à disposition de personnels et de moyens pour des projets d'étude conjointe, travaux d'observation, analyse de la conjoncture ou actions de communication, ou un caractère spécifique pour la réalisation d'études particulières ou les prestations de service telles que l'assistance à commanditaire, le diagnostic préalable ou l'exploitation de données.

Les domaines d'intervention du groupement sont principalement l'observation, l'intelligence économique et les actions de veille (tendances conjoncturelles, hébergements, transports aériens, flux de touristes étrangers, etc.), l'optimisation de l'aménagement et du développement touristique, sur différents territoires et en matière d'environnement et d'aménagement, notamment, ainsi que l'ingénierie et l'assistance et le conseil aux projets d'investissement sur différents secteurs clés (hébergement, tourisme culturel, marketing, offres de loisirs, etc.).

Les ressources du GIP sont constituées, d'une part, par la subvention de la direction du Tourisme et l'apport constitué par les emplois mis à disposition et, d'autre part, par ses ressources propres, qui sont composées des contributions des membres aux activités organisées (études, rencontres, journées d'études et assistance technique), des cotisations des membres et du produit de la vente des publications.

ÉVOLUTION DES RESSOURCES D'ODIT FRANCE

(en milliers d'euros HT)

Ressources	2005	2006	Prévision 2007
Subvention de la direction du Tourisme	1 587	2 066	2 006
Apports en nature	3 019	3 236	3 193
<i>Sous-total des moyens budgétaires</i>	<i>4 606</i>	<i>5 302</i>	<i>5 199</i>
Contributions des partenaires	701	849	1 195
Cotisations des membres et produit des ventes	569	643	600
<i>Sous-total des ressources liées à l'activité</i>	<i>1 270</i>	<i>1 492</i>	<i>1 795</i>
Total	5 876	6 794	6 994

Source : Direction du Tourisme

Les effectifs d'ODIT France évoluent peu puisqu'ils devraient retrouver en 2008 le même niveau qu'en 2005, 77 personnes, après être passés par un maximum de 81 en 2006. Ils sont composés, en 2007, de 54 agents publics mis à disposition, dont 38 par la direction du Tourisme, de 2 fonctionnaires détachés, qui travaillent à l'agence comptable et de 22 personnes recrutées directement par le GIP, sous contrats de droit public.

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

Une dotation de 6,2 millions d'euros en autorisations d'engagement (contre 9,32 millions d'euros en 2007) et 6,99 millions d'euros en crédits de paiement (12,17 millions d'euros en 2006) est consacrée, dans le titre 6, aux interventions relevant de la sous-action 2. La baisse des crédits résulte en partie de la modification du périmètre de la sous-action 2 par rapport à l'action 2 du programme 223 en 2007, les dépenses contractualisées dans le cadre des crédits de CPER et des contrats de projets étant dorénavant décrites à la sous-action 4.

Ces crédits seront consacrés :

– au plan « Qualité Tourisme » (PQT) à hauteur de 0,3 million d'euros en autorisations d'engagement et en crédits de paiement. Le soutien aux partenaires institutionnels favorisera le déploiement du PQT dans les régions et le soutien aux partenaires professionnels donnera une impulsion aux réseaux et aux dispositifs non encore engagés dans le PQT ;

– au développement des politiques touristiques pour 1,09 million d'euros en autorisations d'engagement et en crédits de paiement afin d'inciter les entreprises dans la définition de nouveaux produits touristiques et de soutenir, dans le cadre des politiques territoriales, les grandes fédérations territoriales et les acteurs locaux. En outre, dans le cadre des politiques de l'emploi et de la formation, des mesures en faveur des saisonniers du tourisme et de la validation des acquis de l'expérience seront mises en œuvre ;

– aux enquêtes statistiques pour 0,34 million d'euros en autorisations d'engagement et 0,14 million d'euros en crédits de paiement. Cette dotation permettra de poursuivre les travaux de recherche entrepris en matière touristique et de continuer la mission de veille et d'information touristique en faveur de l'administration du tourisme ;

– au financement des pôles d'excellence rurale (PER) pour 2 millions d'euros en autorisations d'engagement et 2,5 millions d'euros en crédits de paiement. Ces crédits prévus pour financer les PER qui comprennent un volet Tourisme seront transférés vers le FNADT qui centralise les dotations des différents programmes impliqués. 40 % de l'ensemble des 379 PER labellisés à ce jour comprennent un volet tourisme.

– aux contractualisations conclues par les délégués régionaux au tourisme dans les régions pour lesquelles le contrat de projet ne contient pas de volet Tourisme. Ces contractualisations concerneront dans cette sous-action le développement d'un tourisme durable pour 1,26 million d'euros en autorisations d'engagement et 1,75 million d'euros en crédits de paiement. Elles permettront de faire évoluer les habitudes de consommation et de production touristiques par la responsabilité sociale et environnementale des acteurs économiques et l'information des consommateurs.

– à l'observation régionale du tourisme dans les régions où le contrat de projet ne contient pas de volet Tourisme pour 0,61 million d'euros en autorisations d'engagement et en crédits de paiement. Ces crédits sont nécessaires pour améliorer la connaissance du parc des hébergements touristiques, avec une priorité donnée aux hébergements collectifs, pour développer la connaissance de l'emploi et des investissements dans les activités touristiques. Les crédits destinés à l'observation régionale s'élèvent au total à 1,61 million d'euros (contre 1,7 million d'euros en 2007), dont 1 million d'euros dans le cadre des contrats de projet (sous-action 5).

– aux opérations décidées notamment dans le cadre des CIACT pour 0,6 million d'euros en autorisations d'engagement et en crédits de paiement.

C.– LES INDICATEURS ASSOCIÉS À LA SOUS-ACTION 2

● L'indicateur 11.1, *Corrélation entre l'action sur l'offre et la satisfaction de la clientèle* est destiné à mesurer l'effet de l'attribution du label « Qualité Tourisme » sur le différentiel de fréquentation enregistré par les établissements détenteurs par rapport à l'ensemble des établissements du secteur. Il se limite pour l'instant à la mesure de la fréquentation des hôtels et terrains campings classés, seules activités pour lesquelles les outils statistiques disponibles permettent des enquêtes fiables.

Au 1^{er} mars 2007, près de 2 000 hôtels, sur les 17 588 établissements hôteliers classés (soit environ 11,3 %), et 790 terrains de camping, sur les 8 052 établissements d'hébergement de plein air classés (soit 9,8 %) se sont vus attribuer le label « Qualité Tourisme ». La prévision actualisée pour 2007 est respectivement de 11,7 % et 10,8 %, et la prévision pour 2008 de 12,5 % et 11,3 %.

On peut légitimement s'interroger sur le peu d'ambition affiché par l'indicateur, qui anticipe seulement un taux d'occupation des établissements labellisés supérieur à celui des établissements labellisés, alors que la réalisation, d'ailleurs modeste, a été supérieure de 2 % pour les hôtels labellisés et de 25 % pour les campings labellisés, en 2006.

- En outre, un indicateur transversal du programme concerne la sous-action 2 en ce qu'il mesure l'effet de levier induit par la subvention à ODIS France sur d'autres sources de financement. L'indicateur révèle, pour l'année 2006, des résultats légèrement supérieurs aux prévisions, tant du point de vue des études réalisées que des ressources tirées des actions de diffusion des savoir-faire. À ce titre, également, les prévisions pour 2007 et pour 2008 manquent de réelle ambition.

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

Parmi les dépenses fiscales rattachées au à l'action Tourisme, figure la réduction d'impôt sur le revenu accordé au titre des investissements réalisés dans le secteur du tourisme, une dépense estimée à 30 millions d'euros en 2006 et évaluée à 40 millions d'euros pour chacune des années 2007 et 2008.

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

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

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

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

Le montant de la réduction d'impôt accordée est variable, entre 20 % et 40 % de la dépense engagée dans la limite d'un plafond de 50 000 euros pour un célibataire, divorcé ou veuf et de 100 000 euros pour un couple marié, selon que le logement concerné est situé en zone rurale de revitalisation (ZRR), dans les

stations classées en application des articles L 223–1 et suivants du code des collectivités territoriales ou dans les communes touristiques dont la liste est fixée par décret ; dans les zones rurales éligibles aux fonds structurels européens au titre de l'objectif 2 ⁽¹⁾, ou dans les communes concernées par les dispositifs ORIL et VRT.

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

Son impact a fait l'objet d'une évaluation qui en a montré le caractère positif pour l'orientation de l'investissement en faveur des zones rurales. La proportion des lits ouverts en résidence de tourisme situés en zones de revitalisation rurale, partant de 16 % en 1999 et 13 % en 2000, a ensuite atteint entre 36,1 %, en 2005 (10 426 lits ouverts en ZRR sur 28 853), et 46,9 %, en 2006 (18 584 lits ouverts en ZRR sur 39 650). Il semble qu'à l'issue de la période prévue par la loi, l'ensemble des emplacements économiquement disponibles aura été aménagé.

La mesure fiscale concernant environ 9 900 bénéficiaires, la réduction d'impôt moyenne par bénéficiaire s'élève à plus de 3 000 euros.

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

VI.- LES POLITIQUES FAVORISANT L'ACCÈS AUX VACANCES

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

La sous-action 3, *Politiques favorisant l'accès aux vacances*, correspond à l'action des services de la direction du tourisme et de l'Agence nationale pour les chèques-vacances (ANCV) destinée 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.

A.- LES MISSIONS DE LA DIRECTION DU TOURISME

Force est de constater que les moyens affectés à la direction du Tourisme pour exercer cette mission ne sont pas à la hauteur de l'enjeu. La sous-action 3 est dotée de crédits du titre 6 (Dépenses d'intervention) à hauteur de 1,54 million en autorisations d'engagement et 1,87 million d'euros en crédits de paiement. Des raisons identiques à celles exposées au titre de la sous-action précédente expliquent la difficulté de comparer les crédits 2008 à ceux de 2007.

Ces crédits seront destinés :

– au développement des politiques sociales à hauteur de 0,7 million d'euros en autorisations d'engagement et en crédits de paiement (1,1 million d'euros en autorisations d'engagement et 0,8 million d'euros en 2007). Ils apporteront un soutien au secteur associatif afin de favoriser l'accès aux vacances des plus démunis ;

– aux contractualisations conclues par les DRT dans les régions pour lesquelles le contrat de projet ne contient pas de volet Tourisme. Ces contractualisations concerneront, dans cette sous-action, la mise en accessibilité des équipements de tourisme pour 0,84 million d'euros en autorisations d'engagement et 1,168 million d'euros en crédits de paiement.

En réalité, les actions essentielles susceptibles de favoriser l'accès aux vacances sont déléguées à l'Agence nationale pour les chèques-vacances (ANCV), qui réussit, en s'appuyant sur les importants flux financiers générés par la distribution des chèques-vacances, à prendre en charge, avec un certain succès, une part croissante des missions de l'action *Tourisme* dans ce domaine.

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

L'Agence nationale pour les chèques-vacances (ANCV), qui gère les chèques-vacances, ne figure plus désormais à l'action *Tourisme* en tant qu'opérateur, après avoir été cependant considérée comme telle en 2007.

Établissement public à caractère industriel et commercial, ne recevant ni subvention ni apport en nature du ministère du Tourisme, l'ANCV exerce néanmoins 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*.

D'autre part, les deux mesures fiscales relatives aux chèques-vacances, qui sont rattachées à l'action *Tourisme* et sont à l'origine de l'objectif n° 12 du programme 134, auquel sont associés deux indicateurs, sont indissociables de l'activité de l'ANCV.

Enfin, 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, qui a fêté ses vingt-cinq d'existence en mars 2007, 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

L'activité d'émission et de remboursement des chèques-vacances connaît, depuis l'origine, une progression constante, qui s'est considérablement accélérée depuis 1990. Les chèques-vacances bénéficient aujourd'hui à environ 7 millions de personnes et son impact sur l'économie nationale est évalué à plus de 4 milliards d'euros, ce qui représente 8 % de la consommation touristique intérieure des Français.

En 2006, le volume global d'émission des chèques-vacances par l'ANCV a franchi la barre symbolique du milliard d'euros, 1,054 milliard exactement, contre 984,1 millions d'euros en 2005, soit une progression de 7,3 % sur un an et de plus de 70 % depuis 2001. Plus de 89 millions de coupures ont été émises. La part de chèques-vacances distribués à travers les dispositifs d'épargne représente pour la première fois, en 2006, plus de la moitié de la valeur d'émission. Cette

évolution conforte le caractère social du dispositif, qui permet au porteur de disposer, en moyenne, de près de 400 euros de chèques-vacances, et qui constitue un levier en faveur du départ en vacances du plus grand nombre.

La progression du volume d'affaires de l'agence a été réalisée sans modifications significatives des effectifs, qui ont même conjoncturellement baissé en 2006. La progression du résultat net en 2006 est principalement le résultat d'une maîtrise accrue des charges d'exploitation.

ÉVOLUTION DES RÉSULTATS DE L'ANCV ENTRE 2004 ET 2006

(en millions d'euros)

	2004	2005	2006	2006/2005 (en %)
Émission nette des titres de paiement	911,4	978,4	1 049,5	7,3
<i>dont Chèques-Vacances</i>	<i>907,7</i>	<i>975</i>	<i>1 045,9</i>	<i>7,3</i>
Chiffre d'affaires	19,9	21,7	22,5	3,6
<i>dont commission 1 %</i>	<i>17,6</i>	<i>19,4</i>	<i>20,6</i>	<i>6,2</i>
Déficit brut d'exploitation	- 6,5	- 6,8	- 6,1	- 10,7
Résultat d'exploitation	- 6,7	- 9,7	- 5,3	- 45,1
Produits financiers nets	23,7	24	25,1	4,6
Bénéfice net (après impôt)	8,9	7,6	11,3	47,6

Source : ANCV, Bilan d'activité 2006

La diffusion des chèques-vacances observée en 2006 reste très importante dans la fonction publique, d'État et hospitalière, qui représente un tiers du volume d'émission total. Les comités d'entreprise représentent 80 % des clients de l'ANCV en volume, et 54,6 % en valeur. La pénétration reste, cependant, toujours très faible dans les petites entreprises de moins de cinquante salariés, avec moins de 1 % des encaissements pour 11,2 % des clients. Le nombre de clients dans ce secteur représente néanmoins 30,7 % des nouveaux clients acquis en 2006. Si la progression peut paraître importante en valeur relative, elle demeure cependant bien en dessous du potentiel existant. L'extension, à ce secteur, du dispositif du chèque-vacances, décidée par la loi n° 99-584 du 12 juillet 1999, rencontre, en effet, de nombreuses difficultés, malgré les simplifications apportées par la loi de finances rectificative pour 2002 et les accords intervenus dans les branches professionnelles qui concernent potentiellement 230 000 entreprises et 2,5 millions de salariés.

Considérée comme un objectif prioritaire de la politique de l'État, réaffirmé par le comité interministériel du tourisme, la réussite de l'extension effective des chèques-vacances aux salariés des petites entreprises constitue un élément important de l'accès aux vacances du plus grand nombre. Elle devrait permettre de rétablir une certaine égalité entre ces salariés et ceux qui bénéficient d'un comité d'entreprise. Il est, en effet, établi que la majorité des aides aux vacances proviennent des comités d'entreprise et qu'elles ne bénéficient pas, loin s'en faut, qu'aux revenus les plus bas. En outre, l'accès aux chèques-vacances des salariés des petites entreprises doit répondre, dans de nombreux cas, aux besoins de personnes dont les revenus sont trop élevés pour prétendre aux aides des caisses d'allocations familiales mais trop faibles pour leur permettre de partir.

Lors des débats budgétaires des trois dernières années, de nombreux parlementaires – dont votre Rapporteur spécial – ont, en vain, proposé l'adoption de mesures simplifiant le dispositif d'attribution des chèques-vacances dans les PME PMI de moins de cinquante salariés en y alignant le régime d'exonération sur celui des organismes sociaux. À l'appui de son refus, le Gouvernement avait argué du coût de la mesure, le chiffre de 100 millions d'euros ayant même été évoqué. Votre Rapporteur spécial avait, dans ses précédents rapports, fait part de son étonnement devant une évaluation qui lui paraissait tout à fait extravagante au regard du coût actuel des exonérations figurant dans les annexes des projets de loi de finances et qui se situe, pour 2,2 millions de porteurs, dans une fourchette de 20 à 20,05 millions d'euros. Cette discussion n'est sans doute pas étrangère à l'expérimentation qui a consisté à introduire, dans le projet de loi de finances pour 2007 au programme *Tourisme*, un objectif assorti de deux indicateurs, dont l'un est destiné à mesurer l'effet multiplicateur des mesures fiscales en faveur des chèques-vacances sur les recettes fiscales induites. **Le résultat est sans appel, les exonérations fiscales accordées aux chèques-vacances rapportent près de six fois plus au budget de l'État qu'elles ne lui coûtent !**

Dans ces circonstances, votre commission des Finances a, sur proposition de votre Rapporteur spécial, adopté un amendement visant à modifier l'article L411-9 du code du tourisme pour mettre fin à la discrimination entre les salariés des entreprises de moins de cinquante personnes, soumis à condition de ressources, et ceux des entreprises où existe un comité d'entreprise, non soumis à cette condition.

2.– Les subventions au tourisme social

Depuis de nombreuses années l'ANCV a développé, grâce, d'une part, à ses excédents et, d'autre part à la contre-valeur des chèques périmés, une politique d'aides visant à favoriser le départ en vacances du plus grand nombre et, en particulier des personnes en difficultés. Cette politique s'oriente selon deux grands axes, l'aide à la personne et l'aide à la pierre.

a) Les aides à la personne

Le dispositif d'« Aides aux projets vacances » (APV), dont l'intitulé a remplacé en 2006 celui de « Bourses vacances » qui fonctionne depuis 1987, finance des séjours de vacances tels que reconnus par l'INSEE, soit « *des déplacements d'au moins quatre nuits consécutives hors du domicile familial pour des motifs d'agrément* » en direction de trois publics prioritaires, les familles, les handicapés et les jeunes de 16 à 25 ans. L'agence distribue ces aides par l'intermédiaire de 30 partenaires nationaux caritatifs et sociaux. Aux 27 partenariats conclus en 2005, et reconduits, se sont ajoutés trois nouveaux avec la Croix Rouge France, Solidarité Enfant Sida (Sol En Si) et Voir ensemble. L'ANCV complète son action dans le domaine de l'aide à la personne par la mise en œuvre d'opérations de solidarité spécifiques ou de soutien aux dispositifs gouvernementaux.

En 2006, c'est un montant estimé à 5,32 millions d'euros qui a été affecté aux Aides aux projets vacances et qui a bénéficié à 68 050 personnes, dont plus de 50 000 au titre des vacances (43 000 dans le cadre des partenariats et 7 230 dans le cadre d'opérations ponctuelles ou collectives) et près de 18 000 au titre des loisirs. Cela représente près de 12 % de bénéficiaires supplémentaires par rapport à 2005 et un quadruplement depuis 2000.

À ces aides bénéficiant directement aux publics visés, il faut ajouter deux dispositifs complémentaires en direction des partenaires : les aides conventionnelles versés aux partenaires anciens et fidèles pour des actions de formation, d'études ou de communication et les aides d'appui et d'accompagnement versées sur une thématique particulière. En 2006, les sommes versées à ce titre se sont élevées à 811 850 euros.

En 2006, le montant total des financements attribués dans le cadre du dispositif des chèques-vacances périmés, au titre des aides à la personne se sont élevées à 6,12 millions d'euros, en progression de 17 %.

b) Les aides à la pierre

Depuis 1994, l'agence affecte, par ailleurs, une autre partie de ses excédents de gestion à des aides en faveur des actions relatives aux équipements de tourisme et de loisirs à vocation sociale ainsi qu'en faveur des actions contribuant à l'application des politiques sociales du tourisme et des vacances.

Cette action s'oriente selon trois axes : la rénovation et la modernisation des équipements touristiques existant, la création d'équipements touristiques à caractère social et innovant et les actions pilotes qui nécessitent des investissements matériels.

En 2006, les excédents de gestion ont donné lieu à au versement de 6,55 millions d'euros de subventions, en baisse de 22,4 % sur 2005, attribués à 145 projets. Ont ainsi été financés, la rénovation de 126 équipements touristiques pour 5,147 millions d'euros, la création de 10 équipements pour 1,08 million d'euros, deux projets situés Outre-mer pour 0,27 million d'euros, et 7 actions pilotes, pour 56 400 euros.

**SUBVENTIONS ATTRIBUÉES PAR L'ANCV
AU TITRE DE L'AIDE À LA PIERRE DEPUIS 2000**

Année d'attribution	Subventions attribuées (en euros)	Nombre de projets
2000	4 297 837	145
2001	4 054 378	106
2002	4 953 325	103
2003	8 060 703	173
2004	9 821 651	177
2005	8 441 340	135
2006	6 553 100	145
Total	46 182 334	984

Source : ANCV

C'est ainsi près d'un milliard d'euros qui ont été attribués, entre 2000 et 2006, au titre des « aides à la pierre » bénéficiant aux équipements collectifs de tourisme social.

Le montant de ces aides est en baisse continue depuis 2004 par suite de difficultés de procédure interne à l'Agence quant au respect des règles visant à prévenir d'éventuels conflits d'intérêt, des bénéficiaires potentiels des aides étant représentés au conseil d'administration. C'est ainsi que, dans le cadre des aides à la pierre, 53 dossiers ayant fait l'objet d'engagements en faveur d'adhérents de l'UNAT, pour un montant total de 4,24 millions d'euros, ne peuvent être mis en paiement, en l'absence de visa délivré par le contrôleur général économique et financier, ces dossiers faisant l'objet d'un soupçon de prise illégale d'intérêt lié à la présence de représentants de l'UNAT au conseil d'administration de l'ANCV.

C'est la raison pour laquelle, lors de la discussion du projet de loi portant diverses dispositions relatives au tourisme, le Sénat a, sur proposition du Gouvernement, adopté une disposition modifiant la composition du conseil d'administration de l'ANCV pour y introduire des représentants de l'État et des collectivités locales et en supprimer les représentants des organismes sociaux habilités à distribuer des chèques-vacances et ceux des prestataires de services. Il a, en outre, voté un amendement parlementaire créant une commission chargée de proposer au directeur général de l'agence l'affectation des excédents.

Ces dispositions législatives, intégrées dans le code du tourisme à l'article L. 411-15, ont donné lieu à la publication du décret 2007-107 du 29 janvier 2007, qui précise notamment la nouvelle composition du conseil d'administration ainsi que celle de la commission d'attribution des aides.

Le conseil d'administration de l'Agence comprend désormais vingt-trois membres : sept représentants des bénéficiaires des chèques-vacances désignés par les organisations syndicales représentatives, trois représentants des employeurs, six personnalités qualifiées nommées sur proposition du ministre chargé de tourisme, quatre représentants de l'État, un représentant des collectivités territoriales et deux représentants du personnel.

La commission d'attribution des aides est composée de trois représentants des bénéficiaires de chèques-vacances désignés sur proposition conjointe des organisations syndicales représentées au conseil d'administration, de trois représentants de l'État et de trois personnalités qualifiées désignées par le ministre chargé de tourisme. Elle décide de l'attribution des aides sur proposition du directeur général de l'Agence. Les membres de la commission ne peuvent prendre part aux délibérations lorsqu'ils ont un intérêt direct ou indirect à l'affaire qui en est l'objet.

Les membres du nouveau conseil d'administration ont été nommés par arrêté du 25 avril 2007. Ceux de la commission d'attribution des aides sont en cours de nomination par arrêté du ministre de l'Économie, des finances et de l'emploi et du secrétaire d'État à la Consommation et au tourisme.

À la suite de cette réforme de ses structures et de la nomination d'un nouveau directeur général, le 9 mai 2007, l'ANCV apparaît désormais en mesure de reprendre un fonctionnement normal. **Votre Rapporteur spécial ne peut que se féliciter de ce retour à la normale et il souhaite que l'Agence soit définitivement pérennisée dans son statut et ses missions afin de contribuer encore plus activement, par ses aides, au développement de la politique de l'accès aux vacances pour tous.** Elle devra, en premier lieu, s'attacher à trouver une solution à l'épineuse question des 53 dossiers d'aides à la pierre bloqués depuis 2005 en l'attente d'un visa du contrôleur financier.

c) L'intégration de Bourse solidarité vacances

À la suite de la dissolution, sur demande du Gouvernement, du GIP Bourse solidarité vacances (BSV), ses missions et son personnel ont été intégrés au sein du pôle social de l'ANCV, le 16 novembre 2006, sans aucune rupture pour l'ensemble de ses partenaires.

En 2006, avant sa dissolution, le GIP avait pu collecter 28 005 offres de séjour auprès de ses partenaires offreurs de séjours et en faire bénéficier 9 426 personnes, dont 87 % sont parties sur des séjours d'au moins une semaine.

Compte tenu de la saisonnalité du dispositif, la préparation de la saison 2007 était déjà largement engagée au moment de l'intégration et ne permettait pas de grandes évolutions.

Cependant, en 2007, de nouvelles conventions ont été établies avec tous les organismes partenaires contribuant au dispositif : d'un côté, les offreurs (prestataires privés, prestataires du tourisme social et associatif, professionnels du transport, collectivités locales et territoriales, comités d'entreprise) et de l'autre, les structures utilisatrices (collectivités locales, associations sociales et caritatives,...). De nouveaux partenaires sont venus s'ajouter au dispositif (VVF Vacances, Villages Club du Soleil, France Montagne) et des partenaires traditionnels ont augmenté leur offre (Val VVF, Odalys).

À ce stade, l'offre globale est en progression d'environ 20 % et le ratio d'utilisation des offres devrait être amélioré, même si pour l'instant l'amélioration est plus qualitative que quantitative.

Le dispositif BSV devrait être définitivement intégré à la démarche qualité de l'Agence à partir d'octobre 2007. Une charte concernant son fonctionnement est en cours de préparation et sera soumise à la commission d'attribution des aides pour validation.

C.– LES INDICATEURS LIÉS À LA SOUS-ACTION 3

Les deux indicateurs liés à la sous-action 3 concernent uniquement les résultats de l'activité de l'ANCV.

- L'indicateur 12.1, *Amélioration de la part des bénéficiaires des chèques-vacances partant effectivement en vacances*, est chargé de mesurer l'évolution du nombre de bénéficiaires qui utilisent les chèques-vacances conformément à leur objet, c'est-à-dire pour l'organisation des vacances ou au cours de celles-ci. Cette proportion est actuellement de 85 %, aussi bien pour la réalisation des années 2005 et 2006 que pour la prévision en 2007 et 2008. Ce résultat est déterminé par une enquête réalisée en moyenne tous les deux ans, ce qui explique la stabilité du taux.

- L'indicateur 12.2, *Effet multiplicateur des mesures fiscales en faveur des chèques-vacances sur les recettes fiscales induites*, fait montre au contraire d'une évolution perceptible. L'effet multiplicateur prévu pour 2008 est de 6,14, contre 5,85 pour la prévision actualisée en 2007, 4,12 pour la prévision initiale pour 2007 et 5,43 pour la réalisation en 2006.

Il est établi en comparant le coût pour le budget de l'État des deux exonérations fiscales profitant aux porteurs de chèques-vacances – exonérations de la contribution patronale de l'impôt sur le revenu et de la taxe sur les salaires – qui s'est élevé à 20,5 millions d'euros, en 2006, aux recettes fiscales induites par l'utilisation des chèques-vacances, qui se sont élevées à 113,3 millions d'euros, dont 91,7 millions d'euros de TVA et 19,6 millions d'impôt sur les sociétés. La prévision pour 2008 est établie en tenant compte d'une progression annuelle de 5 % de remboursement des chèques-vacances.

VII.- PAS DE CRÉDITS POUR LE PROGRAMME DE CONSOLIDATION DES ÉQUIPEMENTS DE TOURISME SOCIAL

La sous-action 4 ne reçoit pour l'année 2008 aucune dotation, ni en fonctionnement ni en intervention, contre 2,8 millions d'euros en 2007.

Détachée du périmètre de l'action 3, *Accès aux vacances*, existant les années précédentes dans le programme *Tourisme*, cette sous-action, mise en œuvre par le bureau des politiques sociales de la direction du tourisme, n'est plus destinée qu'à finaliser l'apurement du règlement de la dette du programme, mis en place pour la période 2002-2006, afin de soutenir la modernisation des hébergements de tourisme social.

L'objectif du plan était de rénover 350 établissements pour un montant total estimé à 183 millions d'euros correspondant aux contributions de l'État, de l'Union européenne, des collectivités territoriales et des organismes du tourisme social et associatif. La part du financement à la charge du budget du tourisme s'élevait à 27,44 millions d'euros. Depuis son lancement, ce plan a permis la réhabilitation de près de 28 000 lits et la poursuite de la mise aux normes des établissements.

À un an de l'échéance prévue pour sa réalisation, les subventions accordées sur le budget du tourisme n'atteignaient que 44 % du montant programmé. En outre, le ministère délégué restait redevable de 11,2 millions d'euros dont 4,9 millions correspondent à des factures qu'il n'avait pu honorer.

Au cours de la discussion budgétaire du projet de loi de finances pour 2007, votre Rapporteur spécial avait réussi, avec l'aide de M. Michel Bouvard, à susciter un amendement du Gouvernement, qui abondait le budget du programme Tourisme de 2,8 millions d'euros supplémentaires, en crédits de paiement, destinés à l'apurement partiel de cette dette alors qu'aucun crédit n'avait été initialement inscrit à cet effet. À fin septembre 2007, 82 % des sommes disponibles, après retenue pour réserve de précaution, avaient été consommées.

Par ailleurs, un fonds de concours de 2 millions d'euros avait été inscrit au projet de loi de finances pour 2007, destiné à recevoir une contribution de l'ANCV à l'Etat pour financer une partie de cet apurement, mais le montage de la dotation n'a pas pu être finalisé. Par contre, lors du conseil d'administration de l'ANCV du 27 juin 2007, le résultat net 2006 de l'agence, 11,30 millions d'euros, a été affecté à hauteur de 9 955 millions d'euros à un fonds de concours intitulé *Participations diverses aux équipements réalisés dans le domaine du tourisme social*. Après approbation formelle de la décision par la ministre de l'Économie, des finances et de l'emploi et le secrétaire d'État à la Consommation et au tourisme, cette mesure a fait l'objet d'une convention entre la direction du Tourisme et l'ANCV et un titre de perception a été émis. Le règlement d'une centaine de dossiers en souffrance, par les délégations régionales du tourisme, devrait donc intervenir d'ici la fin de l'année en cours, au plus tard au début 2008.

Si votre Rapporteur spécial peut se féliciter de voir enfin une solution apportée à un problème qui a perturbé le fonctionnement de nombreuses associations de tourisme et a mis en péril l'existence de quelques-unes, il n'en est pas moins conscient que **la consolidation des hébergements de tourisme social reste un problème d'actualité et qu'aucun crédit n'est prévu sur l'action *Tourisme pour y pourvoir***.

Les associations de tourisme se trouvent confrontées, entre autres, à deux échéances majeures pour la continuité de leur activité, dont l'une est clairement définie et à moyen terme et l'autre, beaucoup moins bien définie et à échéance incertaine.

La première échéance a trait aux obligations définies dans le décret n° 2006-555 du 17 mai 2006 pris en application de la loi n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées. Ces obligations sont doubles. Avant le 31 décembre 2010, un diagnostic devra avoir été établi pour tous les établissements recevant le public (ERP), classés en catégories 1 à 4, afin de déterminer les modalités de la mise en œuvre des conditions d'accessibilité aux personnes en situation de handicap. Avant le 31 décembre 2015, les travaux d'accessibilité nécessaires devront avoir été réalisés dans tous les ERP classés en catégories 1 à 5, même en l'absence de diagnostic préalable pour ceux de la catégorie 5.

La première préoccupation des associations de tourisme est relative aux opérations de diagnostic. Le faible nombre d'organismes en capacité de procéder à ces opérations n'est pas en rapport avec les besoins. On dénombre plus de 3 000 associations, sans compter les ERP du secteur marchand. La qualité ou les tarifs, voire les deux, vont pâtir de cette rareté au fur et à mesure que l'échéance de 2010 se rapprochera. L'Union nationale des associations de tourisme (UNAT), pour sa part, réfléchit aux moyens de mutualiser ces diagnostics afin d'en diminuer le coût, évalué dans une fourchette de 750 à 3 000 euros HT, honoraires d'architecte compris. Or ces montants ne sont pas à la portée de nombreuses associations dont la trésorerie est souvent très tendue.

La principale préoccupation des associations de tourisme reste néanmoins le financement des travaux de mise en conformité. Les impératifs d'accessibilité concernent tous les handicaps, qu'ils soient moteurs, sensoriels ou mentaux, et toutes les activités de l'établissement, sauf dérogation accordée par le préfet sur des critères restrictifs.

Sans aide au financement de cette double obligation, l'impact sur les tarifs pratiqués par les hébergements associatifs va commencer à se faire sentir dès 2009 ou 2010, restreignant un peu plus l'accès aux vacances des plus démunis.

La seconde échéance est plus ciblée et moins clairement définie. Elle concerne l'application des règlements sanitaires départementaux aux accueils collectifs de mineurs, principalement les colonies de vacances. De nouvelles exigences sont apparues récemment impliquant une augmentation des surfaces (12 m² par lit dans les chambres à partir de 4 lits) et des cubages (8 m³ par lit) applicables aux établissements recevant des mineurs. L'application stricte de cette nouvelle réglementation dans certains départements a entraîné la fermeture de 30 % des lits dans les structures d'accueil concernées. Devant ces conséquences, l'application de ces nouvelles directives a été temporairement suspendue au niveau national pour l'été 2007. Mais qu'en sera-t-il après ? Les normes applicables aux hébergements collectifs de longue durée – type foyers de jeunes travailleurs – doivent-elles impérativement s'appliquer aux hébergements temporaires ou aux classes de découverte ?

C'est pourquoi **votre Rapporteur spécial plaide pour le maintien de cette sous-action**, fut-ce sous un autre libellé, et pour l'affectation à nouveau, dès la prochaine loi de finances, de crédits significatifs pour permettre au secteur du tourisme social de surmonter les difficultés qui s'annoncent et dont l'impact sur le tourisme rural, et sur les territoires qui en bénéficient, ne pourra être que négatif en l'absence de mesures appropriées. Doit-il rappeler que le tourisme social accueille près de 6 millions de personnes chaque année, qui passent plus de 38 millions de journées de vacances dans plus de 1 400 équipements d'hébergements ? Que les associations de tourisme emploient plus de 12 000 salariés permanents et plus de 60 000 saisonniers ? Qu'elles génèrent chaque année un chiffre d'affaires de 1,5 milliard d'euros et, enfin, qu'un euro de financement public aux associations rapporte près de 7 euros à l'État et aux collectivités territoriales, en impôts et taxes diverses ?

Par ailleurs, dans les PAP annexés aux projets de lois de finances pour 2006 et 2007, figurait un objectif attaché à l'action 3, *Accès aux vacances*, qui consistait à *Permettre l'accès aux vacances de publics cibles en mobilisant les différents partenaires* et un indicateur, qui y était associé, pour mesurer le *Rapport entre le nombre de lits rénovés et le financement apporté par l'État*. Cet objectif et l'indicateur associé ont été supprimés dans le PAP annexé au projet de loi de finances pour 2008. **Votre Rapporteur spécial s'interroge sur la signification de la disparition du seul objectif imposé à l'action de l'administration dans le domaine du tourisme social.** Après l'absence totale, en lois de finances initiales pour 2006 et 2007, de crédits inscrits pour la consolidation des équipements de tourisme social (PCETS), la suppression de l'objectif intervient de façon concomitante au démembrement de l'ex-action 3, dont le PCETS est séparé pour constituer, à lui seul une sous-action vouée à disparaître après l'extinction des dettes. Ces « aménagements » de la maquette budgétaire du Tourisme ne seraient-ils pas le signal d'une volonté du Gouvernement de faire disparaître le tourisme social de l'« écran radar » du ministère chargé du tourisme ?

VIII.– LES OPÉRATIONS CONTRACTUALISÉES DANS LE CADRE DES CPER ET DES CONTRATS DE PROJETS

Les dépenses d'intervention contractualisées relevant de la sous-action 5, 4,43 millions d'euros en autorisations d'engagement et 9,4 millions d'euros en crédits de paiement, se répartissent entre un programme d'apurement des dettes relatives aux contrats de plan État-régions et une enveloppe destinée aux nouvelles contractualisations.

1.– L'apurement des dettes relatives aux contrats de plan État-régions

Les contrats de plan État-régions, qui constituaient un instrument essentiel de l'amélioration de l'offre touristique menée en partenariat avec les collectivités territoriales, ont permis, en particulier, de mobiliser, de manière concertée, des moyens sur des projets réellement structurants. Il y a été mis fin par une décision prise lors du Comité interministériel d'aménagement et de compétitivité du territoire du 6 mars 2006, alors que le règlement du solde des transferts programmés n'était pas totalement couvert en autorisations d'engagement. Les sous-dotations et les annulations de crédits cumulées avaient entraîné l'accumulation d'une dette qui s'élevait à 35,275 millions d'euros en septembre 2006.

Un plan d'apurement des dettes a alors été engagé, doté de 8 millions d'euros en 2007. À la fin de l'année 2007, le solde de la dette s'élèvera encore à 25,8 millions d'euros. La dotation pour 2008, en forte baisse (–44 %) sur l'année précédente, est de 4,5 millions d'euros. Elle ne permettra de réduire la dette que de 17 % en 2008. À ce rythme, celle-ci ne sera pas épongée avant l'année 2013, qui sera également le terme de la nouvelle période de contractualisation en cours !

Votre Rapporteur spécial ne peut se satisfaire d'une telle démarche. Il s'inquiète que, en l'absence de mesures spécifiques prises en vue de résoudre rapidement cette question, l'action *Tourisme* va devoir consacrer pendant une législature entière, un quart du total des crédits annuels réservés à ses dépenses d'intervention pour régler les arriérés d'une programmation terminée en 2006, au détriment des programmations nouvelles.

2.– Les contrats de projets

La nouvelle politique retenue pour la contractualisation 2007-2013 a été précisée par une circulaire du Premier ministre du 6 mars 2006 qui fixe des bases de contractualisation avec des objectifs plus clairs, plus resserrés, des projets mieux étudiés, un partenariat plus efficace avec les conseils régionaux et les autres catégories de collectivités territoriales et une meilleure garantie du respect des engagements de l'État.

Plusieurs priorités nationales ont été définies par le Premier ministre, en application des accords européens de Lisbonne qui visent à favoriser la compétitivité des territoires, la dimension environnementale du développement durable, la cohésion sociale des territoires, l'anticipation et l'accompagnement des mutations économiques dans les bassins les plus affectés. Parmi les autres objectifs, la rénovation urbaine, la prise en compte des handicaps spécifiques des départements d'outre-mer et le développement des massifs montagneux, en particulier sur la filière bois et la requalification des hébergements touristiques.

Les mandats de négociation portant sur ces domaines définis en liaison avec eux ont été adressés aux préfets de région le 17 juillet 2006. Ils ont abouti à la signature d'un contrat de projet entre l'État et chaque région.

La circulaire du Premier ministre en date du 24 mai 2006 a fait l'objet d'une modification en septembre 2006 pour réintégrer le tourisme dans le volet territorial proposé aux préfets, à hauteur de 42,3 millions d'euros pour la période 2007-2013. Plusieurs champs d'intervention ont été retenus, à savoir : le plan qualité tourisme, l'observation touristique, le tourisme social, le tourisme durable et les voies vertes, les grands sites structurants. Les montants seront ventilés à l'intérieur des CPER lorsque toutes les conventions auront été signées.

À fin 2007, l'ensemble des contrats de projets, y compris les projets interrégionaux (fleuves et massifs) sont signés, sauf trois conventions interrégionales de Massif et le Plan Seine. Il est à noter que 13 régions et inter-régions n'ont, à leur propre initiative, pas demandé de crédits tourisme. Les conventions cadre d'exécution de ces contrats ne sont pas encore signées à l'exception de celle de la région Poitou-Charente.

Les crédits inscrits, au titre 6, dans le présent projet de loi de finances s'élèvent à 4,43 millions d'euros en autorisations d'engagement et 4,9 millions d'euros en crédits de paiement, se répartissent entre d'une part le volet "Qualité, développement durable et accessibilité" pour 3,43 millions d'euros en autorisations d'engagement et 3,9 millions d'euros en crédits de paiement, et d'autre part, le volet "Observation régionale du tourisme" pour 1 million d'euros en autorisations d'engagement et en crédits de paiement.

3.— Le nouveau programme LEADER 2007–2013

Fort de la plus-value en matière de développement rural apportée depuis le milieu des années quatre-vingt par le programme d'intérêt communautaire LEADER, la commission européenne a souhaité intégrer totalement le principe de cette démarche dans le programme financé par le FEADER, sur la période 2007-2013, dont il constituera l'un des quatre axes.

Le ministère de l'Agriculture et de la pêche assure le pilotage du programme, qui est également dédié au tourisme, à la culture, à l'environnement et à l'artisanat, sous le pilotage de la DIACT, partenaire privilégié.

La sélection des groupes d'action locale (GAL), réunissant les acteurs publics et privés des territoires bénéficiaires de Leader, se fera par appel à projets dès que la commission aura adopté les programmes de développement rural. La France en comptera deux pour la métropole, dont un pour la Corse, et quatre pour les DOM. La sélection est assurée par les préfetures de région et les conseils régionaux, au second semestre 2007.

Dans une optique de décloisonnement, la commission européenne a par ailleurs demandé aux États membres de constituer des réseaux regroupant l'ensemble des acteurs du développement rural qui permettront de valoriser les bonnes pratiques de développement intégré. La France disposera ainsi d'un réseau national co-piloté par la DIACT et le ministère de l'Agriculture et de la pêche, en cours de constitution, et de 26 réseaux régionaux co-pilotés par les préfetures de région et les conseils régionaux.

IX.— SOUTIEN DE L’ACTION

La sous-action 6 se voit attribuer en 2008 des crédits du titre 2 pour 7,45 millions d’euros en autorisations d’engagement et 6,4 millions d’euros en crédits de paiement, soit des montants équivalents à ceux de 2007.

Les crédits sont destinés à couvrir les dépenses indivisibles de l’action et nécessaire au fonctionnement courant de l’administration centrale et des services déconcentrés.

L’essentiel des dépenses de fonctionnement courant est constitué par le paiement des loyers des locaux dans lesquels sont installées l’administration centrale et les délégations régionales non encore hébergées sur des sites publics.

La politique de regroupement des services centraux de la direction du Tourisme de ses opérateurs et de ses organes satellites s’est achevée au 2^{ème} trimestre 2007. Initié par le déménagement, au début de l’année 2005, de la direction du Tourisme, ce processus s’est achevé par l’installation, au 2^{ème} trimestre 2007, de Maison de la France à la même adresse.

La Maison du Tourisme, installée 23, place de Catalogne à Paris-14^{ème} regroupe désormais la direction du Tourisme, l’Inspection générale du Tourisme, le Conseil national du Tourisme, le GIE Maison de la France, le GIP ODIT France et le Conseil national des villes et villages fleuris (CNVVF). Seule l’Agence nationale pour les chèques-vacances est implantée à l’extérieur, à Sarcelles.

Bien qu’il soit encore trop tôt pour établir un bilan chiffré des économies ainsi réalisées, il apparaît déjà que des synergies se font jour dans le fonctionnement du fait de la proximité géographique.

De leur côté, les délégations régionales au Tourisme (DRT) ont entamé un processus de rapprochement avec les autres services de l’État dans les régions, en application de la circulaire du ministre délégué au Tourisme du 2 février 2005. Cependant, l’exiguïté des locaux de certaines préfectures ne permet pas toujours ce rapprochement. La situation, qui n’a pas évolué depuis un an, est donc la suivante : 4 délégations régionales sont implantées dans des préfectures, 8 sont installées dans les locaux d’autres organismes publics (direction régionale de l’Équipement, locaux des Voies navigables de France, Chambre de Commerce et d’Industrie, Conseil régional ou Conseil Général) et 13 sont encore installées dans des locaux privés loués.

EXAMEN EN COMMISSION

Au cours de sa séance du 6 novembre 2007, réunie à l'issue de la commission élargie tenue à 9 heures, sur les crédits de la mission *Développement et régulation économiques* (voir *compte rendu analytique officiel* : http://www.assemblee-nationale.fr/13/budget/plf2008/commissions_elargies/cra/C005.asp), la commission des Finances a examiné les crédits de cette mission.

M. Pascal Terrasse, Rapporteur spécial du programme *Tourisme*, a présenté un amendement visant à créer, au sein de la mission *Développement et régulation économiques* un programme à part entière pour les crédits du tourisme et, en conséquence, à supprimer l'action n° 12 du programme *Développement des entreprises, des services et de l'action touristique*. Il s'agit de traduire dans la nomenclature budgétaire l'importance économique du tourisme. La situation actuelle conduit, en effet à diluer les crédits du tourisme dans un ensemble de dix actions. Sur les douze objectifs du programme actuel, quatre se rapportent au tourisme, ce qui justifie la création d'un programme spécifique.

M. Michel Bouvard, auteur d'un amendement identique, a soutenu cette demande, estimant que le budget du tourisme avait besoin de davantage de lisibilité.

Le **Président Didier Migaud** s'est également déclaré favorable à cet amendement, tout en rappelant l'argument du gouvernement selon lequel la nomenclature actuelle permet une meilleure fongibilité des crédits relatifs au tourisme.

M. Michel Bouvard a récusé cet argument en faisant valoir qu'un programme consacré au tourisme permettrait de développer une vraie politique et faciliterait les initiatives parlementaires en la matière.

M. Pascal Terrasse, Rapporteur spécial, a rappelé que l'argument du ministre valait uniquement dans l'hypothèse où le tourisme serait extrait de la mission, ce qui n'est pas le cas.

La Commission a *adopté* ces amendements à l'unanimité (**amendement n° II-167**).

Suivant l'avis favorable de MM. Jean-Pierre Gorges et Olivier Dassault, Rapporteurs spéciaux, M. Pascal Terrasse, Rapporteur spécial, s'en étant remis à sa sagesse, la Commission a *adopté* les crédits de la mission *Développement et régulation économiques*.

Après l'article 43 :

La Commission a ensuite examiné un amendement présenté par **votre Rapporteur spécial**, visant à une plus grande équité entre les salariés bénéficiant des prestations de chèque-vacances dans une entreprise et les salariés des PME de moins de 50 salariés. En effet, le bénéfice des chèques vacances est soumis à condition de ressources dans les entreprises de moins de 50 salariés, alors que ce n'est pas le cas des autres. L'amendement propose de mettre fin à cette discrimination.

Le **Président Didier Migaud** a rappelé que cet amendement avait déjà été adopté à plusieurs reprises par la commission des Finances, au cours des exercices précédents, mais n'avait jamais réussi à être adopté en séance publique.

La Commission a adopté cet amendement (**amendement n° II-171**).

*

* *

AMENDEMENTS ADOPTÉS PAR LA COMMISSION

Amendement n° II-167 présenté par M. Pascal Terrasse, Rapporteur spécial, au nom de la commission des Finances et par M. Michel Bouvard :

ARTICLE 33

État B

Mission « Développement et régulation économiques »

I. Créer le programme "*Tourisme*"

II. En conséquence modifier ainsi les autorisations d'engagement :

(en euros)

Programmes	+	-
Développement des entreprises, des services et de l'activité touristique <i>dont titre 2 dépenses de personnel</i>	0 0	89 254 100 22 525 100
Régulation économique <i>dont titre 2 dépenses de personnel 2</i>	0 0	0 0
Tourisme <i>dont titre 2 dépenses de personnel</i>	89 254 100 22 525 100	0
TOTAUX	89 254 100	89 254 100
SOLDE	0	

III. En conséquence modifier ainsi les crédits de paiement :

(en euros)

Programmes	+	-
Développement des entreprises, des services et de l'activité touristique <i>dont titre 2 dépenses de personnel</i>	0 0	92 894 100 22 525 100
Régulation économique <i>dont titre 2 dépenses de personnel</i>	0 0	0 0
Tourisme <i>dont titre 2 dépenses de personnel</i>	92 894 100 22 525 100	0
TOTAUX	92 894 100	92 894 100
SOLDE	0	

**Amendement n° II-171 présenté par M. Pascal Terrasse, Rapporteur spécial,
au nom de la commission des Finances :**

ARTICLE ADDITIONNEL

APRES L'ARTICLE 43, insérer l'article suivant :

« I. – L'article L. 411-9 du code du tourisme est ainsi rédigé :

« Art. L. 411-9 – Dans les entreprises de moins de cinquante salariés, dépourvues de comité d'entreprise et qui ne relèvent pas d'un organisme paritaire mentionné à l'article L. 411-20, les aides aux vacances peuvent être attribuées à tous les salariés, leur conjoint ainsi que les personnes à leur charge telles qu'elles sont définies aux articles 6 et 196 du code général des impôts. L'avantage résultant de la contribution de l'employeur à l'acquisition des chèques-vacances par les salariés est exonéré des cotisations et contributions prévues par la législation du travail et de la sécurité sociale, à l'exception de la contribution sociale généralisée et de la contribution pour le remboursement de la dette sociale. Le montant de l'avantage donnant droit à exonération, qui ne peut excéder les plafonds fixés au dernier alinéa de l'article L. 411-11, est limité, par salarié et par an, à 30 % du salaire minimum de croissance apprécié sur une base mensuelle pour les salariés obéissant à la condition de ressources fixée à l'article L. 411-4 ; à 10 % pour les salariés dont le revenu fiscal de référence est supérieur à cette condition de ressources. »

« II. – Les dispositions du I sont applicables à compter de l'imposition des revenus de 2008. »

« III. – Les pertes de recettes pour l'État sont compensées à due concurrence par la création d'une taxe additionnelle aux articles 575 et 575 A du code général des impôts. »

« IV. – Les pertes de recettes pour les organismes de sécurité sociale sont compensées à due concurrence par la création d'une taxe additionnelle aux articles 575 et 575 A du code général des impôts. »

ANNEXE : LISTE DES AUDITIONS RÉALISÉES PAR VOTRE RAPPORTEUR SPÉCIAL

– M. Luc Chatel, secrétaire d’État auprès de la ministre de l’Économie, des finances et de l’emploi, chargé de la consommation et du tourisme

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

– MM. Philippe Kaspi, directeur général de l’Agence nationale pour les Chèques-vacances, et Pierre Goldet, secrétaire général

– M. Jacques Chauvin, vice-président de l’Union nationale des associations de tourisme

– MM. Michel Champon, directeur du Tourisme et Ronald Davies, sous-directeur de l’administration générale et de l’évaluation interne.

*

* *