



N° 3805

ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

TREIZIÈME LÉGISLATURE

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 12 octobre 2011.

RAPPORT

FAIT

AU NOM DE LA COMMISSION DES FINANCES, DE L'ÉCONOMIE GÉNÉRALE ET DU CONTRÔLE BUDGÉTAIRE SUR LE PROJET DE **loi de finances pour 2012** (n° 3775),

PAR M. GILLES CARREZ,
Rapporteur Général,
Député.

ANNEXE N° 18

ÉCONOMIE

TOURISME

Rapporteur spécial : M. Jean-Louis DUMONT

Député

SOMMAIRE

| | Pages |
|---|-------|
| SYNTHÈSE | 7 |
| I.– SANS UNE GRANDE POLITIQUE PUBLIQUE, LA FRANCE NE RESTERA PAS UN ACTEUR MAJEUR DU TOURISME MONDIAL | 9 |
| A.– DES RÉSULTATS STABLES POUR LA FRANCE EN 2010 DANS UN CONTEXTE DE REPRISE INTERNATIONALE | 9 |
| B.– UNE INTENSIFICATION DE LA CONCURRENCE INTERNATIONALE | 9 |
| C.– DE RÉELLES POTENTIALITÉS DE DÉVELOPPEMENT AU SERVICE DE L'ÉCONOMIE | 10 |
| II.– UN BUDGET 2012 EN FORTE BAISSE | 10 |
| A.– TROIS ACTIONS INCHANGÉES | 11 |
| B.– LES CONTRATS DE PROJETS ÉTAT-RÉGIONS ET LES CONTRACTUALISATIONS | 13 |
| C.– UNE CHARTE POUR LA QUALITÉ DE L'ACCUEIL..... | 14 |
| III.– UN BUDGET QUI N'EST PAS REPRÉSENTATIF DE L'EFFORT PUBLIC EN FAVEUR DU TOURISME | 15 |
| A.– DES RESSOURCES MUTUALISÉES AU SEIN DE TROIS AUTRES PROGRAMMES | 15 |
| B.– LE DOCUMENT DE POLITIQUE TRANSVERSALE : UN EFFORT DE L'ÉTAT PROCHE DE 2 MILLIARDS D'EUROS EN FAVEUR DU TOURISME | 16 |
| 1.– Une méthodologie nouvelle..... | 16 |
| 2.– Un exemple de politique interministérielle : le tourisme de mémoire..... | 18 |
| C.– DES FINANCEMENTS ENCORE MAL IDENTIFIÉS : CEUX DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES..... | 19 |
| IV.– LA FISCALITÉ DU TOURISME | 19 |
| A.– DES DÉPENSES FISCALES DE PLUS DE 1,3 MILLIARD D'EUROS..... | 19 |
| 1.– La réduction d'impôt sur le revenu pour les investissements dans le secteur du tourisme | 20 |
| 2.– Deux dépenses fiscales justifiées, mais peu utilisées..... | 21 |
| 3.– La dépense fiscale relative aux chèques-vacances | 21 |
| 4.– Deux dépenses fiscales devraient être affectées au programme <i>Tourisme</i> | 22 |
| B.– L'INSTAURATION D'UNE TAXE DE 2 % SUR LES NUITÉES DE 200 EUROS OU PLUS..... | 22 |
| C.– UNE PISTE DE RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES POUR LE TOURISME : LA RÉFORME DE LA TAXE DE SÉJOUR | 23 |

| | |
|---|----|
| V.– ATOUT FRANCE, PIVOT DE LA POLITIQUE DU TOURISME, OPÉRATEUR UNIQUE AUX MOYENS TROP MODESTES | 24 |
| A.– UN SOUTIEN DE L'ÉTAT ESSENTIEL, MAIS QUI N'EST PAS À LA HAUTEUR DES ENJEUX ... | 25 |
| B.– FAUTE DE RESSOURCES PROPRES, DES PARTENARIATS QUI VONT ÊTRE DE PLUS EN PLUS DIFFICILES À MOBILISER..... | 26 |
| C.– LA MISE EN PLACE DE LA NOUVELLE MARQUE « RENDEZ-VOUS EN FRANCE » ET LES ACTIONS DE PROMOTION..... | 27 |
| 1.– La marque « <i>Rendez-vous en France</i> » | 27 |
| 2.– La poursuite des axes stratégiques de développement de l'offre touristique..... | 27 |
| 3.– Le nouveau site <i>www.rendezvousenFrance.com</i> | 28 |
| D.– LA RÉFORME DU CLASSEMENT DES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES EST ENTRÉE DANS UNE PHASE DYNAMIQUE | 28 |
| 1.– Une montée en charge progressive et continue..... | 29 |
| 2.– Un transfert en cours d'adoption des décisions de classement des préfectures vers Atout France..... | 29 |
| VI.– LA PARTICIPATION DE LA FRANCE AUX EXPOSITIONS UNIVERSELLES ET INTERNATIONALES | 30 |
| A.– L'EXPOSITION UNIVERSELLE DE SHANGHAI : UNE RÉUSSITE INDÉNIABLE EN TERMES D'IMAGE | 30 |
| a) <i>Un retour sur investissement difficile à évaluer</i> | 31 |
| b) <i>Bilan financier de l'opération pour l'État : des participations décevantes, mais des dépenses contenues</i> | 31 |
| c) <i>Une solution satisfaisante : la cession du Pavillon à la Chine</i> | 32 |
| B.– L'EXPOSITION INTERNATIONALE DE YEOSU EN 2012..... | 32 |
| a) <i>Le pavillon de la France</i> | 33 |
| b) <i>Une opération financée par l'État</i> | 33 |
| C.– L'EXPOSITION UNIVERSELLE DE MILAN EN 2015 ?..... | 34 |
| VII.– L'ANCV, ACTEUR MAJEUR DES POLITIQUES SOCIALES DU TOURISME | 35 |
| A.– LE DISPOSITIF D'EXTENSION DES CHÈQUES-VACANCES AUX ENTREPRISES DE MOINS DE CINQUANTE SALARIÉS | 35 |
| B.– L'AIDE AU DÉPART EN VACANCES | 36 |
| C.– LA RÉNOVATION DU PARC IMMOBILIER DU TOURISME SOCIAL : LE FONDS TSI..... | 37 |
| VIII.– DES OBJECTIFS ET DES INDICATEURS DE PERFORMANCE QUI N'ONT PAS ÉVOLUÉ | 37 |
| A.– LE DÉVELOPPEMENT DES PARTENARIATS FINANCIERS D'ATOUT FRANCE..... | 37 |
| B.– L'AMÉLIORATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE | 38 |
| C.– LA PERFORMANCE DE LA POLITIQUE SOCIALE DES CHÈQUES VACANCES..... | 39 |
| EXAMEN EN COMMISSION | 41 |

| | |
|---|-----------|
| ANNEXE 1 : BILAN DÉTAILLÉ DE L'ANNÉE TOURISTIQUE 2010 POUR LA FRANCE | 43 |
| ANNEXE 2 : LISTE DES AUDITIONS RÉALISÉES PAR LE RAPPORTEUR SPÉCIAL | 55 |

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

Au 10 octobre 2011, 100 % des réponses étaient parvenues au Rapporteur spécial.

SYNTHÈSE

– En 2010, la France demeure la première destination touristique mondiale avec 76,8 millions d'arrivées de touristes internationaux. Elle reste au troisième rang en termes de recettes touristiques internationales derrière les États-Unis et l'Espagne. Elle devance la Chine et l'Italie.

Si le tourisme international a connu une nette reprise en 2010, les résultats ont été stables pour la France comme pour l'Espagne et l'Italie. Toutefois, la part de la France au sein des recettes mondiales tirées du tourisme a baissé (5 % en 2010 contre 6,5 % en 2005).

– Le présent projet de loi de finances propose pour 2012 de réduire les crédits du programme *Tourisme* à **43,20 millions d'euros d'autorisations d'engagements et 44,70 millions d'euros de crédits de paiement**, soit une baisse de 18,3 % des autorisations d'engagement et de 12,3 % des crédits de paiement.

Le Rapporteur spécial regrette une nouvelle fois la modestie des dotations budgétaires d'un secteur qui devrait faire l'objet d'une grande politique publique dans un contexte mondial qui demeure porteur : les flux de voyageurs continuent de se développer et de nouvelles clientèles apparaissent dans les pays émergents.

– Le soutien de l'État ne se limite pas aux seuls crédits du ministère de l'Économie, de l'industrie et de l'emploi en charge du tourisme. Le Rapporteur spécial se félicite de la réalisation d'un **document de politique transversale** qu'il avait demandé dans le cadre de l'examen du projet de loi de finances pour 2011 et qui lui a été fourni le 6 octobre dernier. Conscient des difficultés que son élaboration a pu représenter, il tient à saluer **l'implication de la DGCIS dans sa réalisation** et se félicite de l'intérêt d'un document qui récapitule, pour la première fois, l'ensemble des moyens concourant à la politique du tourisme.

Ce document fait état de près de 2 milliards de crédits consacrés à des politiques ayant un impact sur le tourisme, portés par 24 programmes relevant de 12 missions.

– Le Rapporteur spécial tient à souligner cette année encore **la diminution et la fragilité de la petite hôtellerie indépendante** qui, en dépit de dispositifs d'aides spécifiques et de l'adoption d'un échancier, reste confrontée à des objectifs de mise aux normes « sécurité incendie » et accessibilité. Si ces derniers sont ambitieux et louables, ils mettent en jeu la survie de beaucoup d'établissements confrontés par ailleurs à la concurrence de l'hôtellerie de chaînes et des chambres d'hôtes.

– Le Rapporteur spécial se félicite de la mise en place d'une **charte pour la qualité de l'accueil**.

– Le Rapporteur spécial déplore **l'insuffisante dotation d'Atout France**, qui a fait la démonstration de son professionnalisme, de son implication et de son efficacité, au regard de ses missions et du potentiel de développement économique du secteur du tourisme. Après gel de la réserve de précaution, **sa dotation pour 2012 est de 32,7 millions d'euros**. Elle ne pourra disposer que de 7,32 millions d'euros pour les actions de promotion.

La situation budgétaire de l'opérateur est tendue. Tout nouveau gel de crédits intervenant dans le cadre du présent projet de loi de finances ou celui d'une prochaine loi de finances rectificative mettrait Atout France dans une position extrêmement difficile.

– En période de réduction du déficit public, se pose la **question de l'opportunité de la participation de la France aux expositions universelles et internationales** et, à court terme, celle de la participation de la France à l'exposition universelle de Milan en 2015 et du devenir de la Cofres après Yeosu.

La permanence d'une équipe restreinte et réactive de spécialistes consacrée à l'événementiel paraît justifiée au Rapporteur spécial pour favoriser la capitalisation d'expériences et de savoir-faire. Mais il pense qu'Atout France, qui dispose d'une véritable expertise en matière de promotion du savoir faire français, devrait être davantage associé et que des opérations conjointes avec les comités régionaux du tourisme devraient être recherchées de manière systématique.

– **L'Agence nationale pour les chèques vacances est confirmée comme acteur majeur des politiques du tourisme social.**

Ses excédents de gestion de 21 millions d'euros ont été consacrés à plus de 85 % à des aides à la personne (18,2 millions d'euros et 175 000 bénéficiaires en 2011) et à hauteur de 2,8 millions d'euros à la rénovation du parc immobilier du tourisme social.

– **En matière de performance du programme**, le Rapporteur spécial regrette l'absence d'évolution des objectifs et des indicateurs par rapport à l'année dernière. Il rappelle son souhait d'une évaluation :

- des dépenses des touristes étrangers et des créations d'emplois dans les activités touristiques,
- de l'activité d'Atout France, en particulier de l'avancée du dispositif de classement des hébergements touristiques,
- de la diffusion des chèques-vacances, notamment dans les entreprises de moins de cinquante salariés.

I.- SANS UNE GRANDE POLITIQUE PUBLIQUE, LA FRANCE NE RESTERA PAS UN ACTEUR MAJEUR DU TOURISME MONDIAL

En 2010, la France demeure la première destination touristique mondiale avec 76,8 millions d'arrivées de touristes internationaux et reste au troisième rang en termes de recettes touristiques internationales derrière les États-Unis et l'Espagne.

A.- DES RÉSULTATS STABLES POUR LA FRANCE EN 2010 DANS UN CONTEXTE DE REPRISE INTERNATIONALE

Si le tourisme international a connu une nette reprise en 2010, les résultats ont été stables pour la France comme pour l'Espagne et l'Italie.

La progression des recettes du tourisme mondial de 6,6 % en 2010 par rapport à 2009 a peu profité au tourisme européen.

À un millier près, la France a accueilli le même nombre de visiteurs qu'en 2009. Le nombre de nuitées passées par ces touristes (515 millions) est en légère croissance (+ 0,5 %) due à un allongement mesuré de la durée moyenne des voyages et leurs dépenses totales sur le territoire national sont relativement stables (elles passent de 30,6 milliards d'euros en 2009 à 30,4 milliards d'euros en 2010) après deux années de très forte baisse (plus de 10 % entre 2007 et 2009).

En 2010, le taux de départ des Français en voyage pour motif personnel a baissé de 2,1 points par rapport à 2009. En revanche, les touristes résidents ont sensiblement allongé leurs séjours, accru la part de leurs nuitées en hébergement marchand et augmenté leurs dépenses.

B.- UNE INTENSIFICATION DE LA CONCURRENCE INTERNATIONALE

Comme les autres pays européens, la France connaît une baisse de sa part relative dans le tourisme international, tant en matière d'arrivées que de recettes. Elle a accueilli, en 2010, 8,1 % des touristes internationaux contre 9,5 % en 2005. Les arrivées se sont stabilisées en 2010 contre une progression mondiale de 7 %.

Sa part au sein des recettes mondiales tirées du tourisme a baissé (5 % en 2010 contre 6,5 % en 2005). Elle est devancée par les États-Unis et l'Espagne et suivie par la Chine et l'Italie.

Ces résultats traduisent la montée en puissance de nouvelles destinations parmi les pays émergents, notamment la Chine devenue le troisième pays le plus visité, mais aussi les efforts de destinations concurrentes comme l'Espagne.

La clientèle touristique étrangère demeure constituée en France, à près de 85 %, de ressortissants des autres pays d'Europe. **L'année 2010 est marquée par la forte progression des clientèles allemandes**, de + 6,4 % (700 000 arrivées supplémentaires) et **de celles en provenance des BRIC** (Brésil, Russie, Inde, Chine) en croissance de + **32,6 %** (600 000 arrivées supplémentaires).

Les clientèles en provenance des BRIC sont l'objet d'actions de promotion ciblées de la part d'Atout France. La progression spectaculaire des arrivées de touristes de ces pays devrait contribuer, dans les prochaines années, à l'accroissement des recettes touristiques.

L'activité du tourisme international en France aurait été dynamique en 2010 sans les reculs des clientèles européennes (en dehors de l'Allemagne et de la Russie), en particulier la clientèle britannique et celles des pays confrontés à la soutenabilité de leurs finances publiques.

C.- DE RÉELLES POTENTIALITÉS DE DÉVELOPPEMENT AU SERVICE DE L'ÉCONOMIE

Dans ce contexte très concurrentiel, l'objectif du Gouvernement est non seulement de préserver la place de la France comme premier pays visité au monde, mais surtout que la France retrouve la première place européenne en matière de recettes touristiques, en particulier par **l'allongement de la durée des séjours et une amélioration de la qualité des prestations** proposées. L'impulsion donnée par la loi du 22 juillet 2009 de modernisation et de développement des services touristiques doit être poursuivie.

Le tourisme représente une des principales sources d'emplois et de recettes d'exportation dans le monde. C'est un vecteur de créations d'emplois non délocalisables et de reprise économique. Il constitue un volet majeur de l'économie nationale et peut contribuer à la restauration de nos comptes extérieurs.

La France dispose d'atouts considérables à faire valoir. Le contexte mondial, avec l'apparition des nouvelles clientèles des pays émergents, demeure porteur.

II.- UN BUDGET 2012 EN FORTE BAISSÉ

Avec 43,20 millions d'euros d'autorisations d'engagements et 44,70 millions d'euros de crédits de paiement proposés par le présent projet de loi de finances, les autorisations d'engagement sont en baisse de **18,3 %** et les **crédits de paiement de 12,3 %, par rapport à l'année 2011.**

Les crédits du programme Tourisme représentent 2 % des crédits de la mission *Économie* pour 2012.

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

(en millions d'euros)

| Actions | Autorisations d'engagement | | | Crédits de paiement | | |
|--|----------------------------|-------------------------------------|----------------------------|---------------------------|-------------------------------------|----------------------------|
| | Loi de finances pour 2011 | Projet de loi de finances pour 2012 | Évolution 2012/2011 (en %) | Loi de finances pour 2011 | Projet de loi de finances pour 2012 | Évolution 2012/2011 (en %) |
| 1.– Promotion de l'image touristique de la France et de ses savoir-faire | 39,86 | 35,64 | – 10,59 | 39,85 | 35,64 | – 10,56 |
| 2.– Économie du tourisme et développement de l'activité touristique | 9,74 | 5,19 | – 46,71 | 8,13 | 6,58 | – 19,07 |
| 3.– Politiques favorisant l'accès aux vacances | 3,28 | 2,37 | – 27,74 | 2,99 | 2,48 | – 17,06 |
| Total | 52,88 | 43,20 | – 18,31 | 50,97 | 44,70 | – 12,30 |

Source : *Projet de loi de finances pour 2012.*

Cette baisse, au niveau de l'action 1, doit être relativisée en raison de la dotation consacrée en 2011 à l'exposition universelle de Shanghai (3,7 millions d'euros en autorisations d'engagement et crédits de paiement) et des autorisations d'engagement destinées, au sein de l'action 2, à hauteur de 2,7 millions d'euros, à l'ouverture d'un marché de trois ans sur le suivi de la demande touristique des Français (enquête SDT).

Après neutralisation des effets de ces dotations de 2011 à caractère non reconductible, la baisse n'est plus alors que de l'ordre de 5 %.

A.– TROIS ACTIONS INCHANGÉES

La décomposition du programme en trois actions demeure inchangée.

• **La première action** du programme, *Promotion de l'image touristique de la France et de ses savoir-faire*, vise à maintenir, dans un contexte de concurrence accrue, la place de la France en tant que première destination touristique française et à veiller à l'accroissement des recettes touristiques enregistrées dans la balance des paiements (solde excédentaire de plus de 6 milliards d'euros en 2010).

Elle se décline en trois objectifs :

- promouvoir la destination France sur les marchés étrangers et en France ;
- développer l'ingénierie et l'expertise afin de renforcer la compétitivité touristique de la France ;
- promouvoir les savoir-faire français à l'étranger et en France.

Avec 35,64 millions d'euros d'autorisations d'engagement et de crédits de paiement, cette action représente à elle seule **82 % des autorisations d'engagement du programme (contre 76 % en 2011)**.

L'intégralité des crédits de fonctionnement de l'action 1 est versée sous la forme d'une subvention d'un montant de **34,1 millions d'euros** en autorisations d'engagement et crédits de paiement pour charges de service public au GIE **Atout France**.

Les crédits d'intervention d'un montant de 1,54 million d'euros en autorisations d'engagement et crédits de paiement seront consacrés :

– à la participation de la France à l'exposition universelle de Yeosu (0,88 million d'euros) ;

– à la contribution au financement d'actions de coopérations institutionnelles avec d'autres pays.

En 2011, les crédits d'intervention s'élevaient à 5,06 millions d'euros dont **un montant de 3,7 millions d'euros destiné au financement du pavillon français à l'exposition universelle de Shanghai.**

• **La deuxième action, *Économie du tourisme et développement de l'activité touristique***, s'inscrit dans la politique du Gouvernement visant à dynamiser l'emploi en France. Elle vise à sensibiliser les professionnels à la nécessaire adaptation de l'offre en impulsant des démarches de normalisation de la qualité et en agissant sur les savoir-faire de l'ensemble des acteurs.

Le secteur du tourisme représente environ 200 000 entreprises et près d'un million d'emplois directs dont 844 113 salariés privés au 31 décembre 2009, soit +0,8 % par rapport à 2008 selon Pôle Emploi, ce qui représente 5,2 % de l'emploi salarié privé total.

Pour 2012 ses crédits s'élèveront à **5,19 millions d'euros** en autorisations d'engagement et **6,58 millions d'euros** en crédits de paiement soit **une baisse de 46 % des autorisations d'engagement et de 19 % des crédits de paiement.**

Les crédits de fonctionnement sont destinés à la réalisation des **enquêtes statistiques et des études (0,8 en autorisations d'engagement et 1,9 en crédits de paiement)**. L'enquête auprès des visiteurs venant de l'étranger (EVE) est une opération de très grande ampleur. Plus de 80 000 questionnaires sont recueillis auprès des non-résidents présents en France avant leur départ de notre pays.

Les crédits d'intervention s'élèvent à 4,38 millions d'euros en autorisations d'engagement et 4,66 millions d'euros en crédits de paiement dévolus au développement des politiques touristiques et aux contractualisations en matière d'observation économique régionale et de qualité et de développement durable.

La baisse des autorisations d'engagement s'explique en partie par le renouvellement en 2011 pour une période de trois ans du marché public pluriannuel sur le suivi de la demande touristique des Français (enquête SDT)

(2,7 millions d'euros d'autorisations d'engagement en 2011). Les autorisations d'engagement sont prévues pour toute la période lors de l'année de renouvellement tandis qu'une seule annuité en crédits de paiement est prévue.

• **La troisième action**, *Politiques favorisant l'accès aux vacances*, correspond aux actions des services du ministère chargé 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.

L'ANCV ne perçoit aucune subvention, mais bénéficie de deux mesures fiscales au titre du financement des chèques-vacances.

Les crédits de cette action correspondent uniquement à des crédits d'intervention et sont consacrés au développement des politiques sociales et aux contractualisations 2007-2013 liées à l'accessibilité. Ils s'élèvent à 2,37 millions d'euros en autorisations d'engagement et à 2,48 millions d'euros en crédits de paiement, soit **une baisse de 27 % des autorisations d'engagement et de 17 % des crédits de paiement**.

B.- LES CONTRATS DE PROJETS ÉTAT-RÉGIONS ET LES CONTRACTUALISATIONS

Le programme *Tourisme* définit les politiques nationales qui donnent lieu dans 17 régions à des contrats de projets pour la période 2007-2013. Les directions régionales de la concurrence, du travail et de l'emploi (DIRRECTE) mènent des actions en région autour des thèmes suivants :

- le tourisme, acteur majeur du développement durable ;
- l'observation régionale du tourisme ;
- le tourisme et l'accessibilité.

L'enveloppe 2007-2013 s'élève à 42,3 millions d'euros. Le montant des crédits alloués en 2012 aux contrats de projet s'élève à **3,26 millions d'euros en autorisations d'engagement et 3,46 millions d'euros en crédits de paiement**. Le taux d'exécution fin 2011 est extrêmement variable (de 10 % pour la Guyane à 80 % pour les pays de Loire). La moyenne est de 49,6 %.

Dans les huit régions sans volet tourisme, la politique d'intervention est poursuivie dans le cadre de contractualisations spécifiques sur des thématiques identiques. Les crédits 2012 pour ces contractualisations s'élèvent à **1,60 million d'euros en autorisations d'engagement et 1,76 million d'euros en crédits de paiement**.

CRÉDITS DESTINÉS AUX CONTRACTUALISATIONS EN 2012

(en millions d'euros)

| | Autorisations d'engagement | | | Crédits de paiement | | |
|-----------------------------------|----------------------------|---------------------------------|-------------|---------------------|---------------------------------|-------------|
| | CPER | Contractualisations spécifiques | Total | CPER | Contractualisations spécifiques | Total |
| Développement durable | 1,80 | 0,85 | 2,65 | 1,85 | 1 | 2,85 |
| Observation régionale du tourisme | 0,29 | 0,15 | 0,44 | 0,35 | 0,17 | 0,52 |
| Accessibilité | 1,17 | 0,59 | 1,76 | 1,26 | 0,59 | 1,85 |
| TOTAL | 3,26 | 1,60 | 4,86 | 3,46 | 1,76 | 5,22 |

En matière de crédits contractualisés en faveur de l'accessibilité, le Rapporteur spécial tient à souligner cette année encore **la diminution et la fragilité de la petite hôtellerie indépendante** qui, en dépit de dispositifs d'aides spécifiques et de l'adoption d'un échéancier, reste confrontée à des objectifs de mise aux normes de sécurité incendie et accessibilité. Si ces derniers sont ambitieux et louables, ils mettent en jeu la survie de beaucoup d'établissements confrontés par ailleurs à la concurrence de l'hôtellerie de chaînes et des chambres d'hôtes.

C.- UNE CHARTE POUR LA QUALITÉ DE L'ACCUEIL

L'amélioration de l'accueil est une priorité de la politique en matière de tourisme. Afin de faire face à la perception négative à l'étranger de l'accueil français, une charte pour la qualité de l'accueil *Qualité de l'accueil en France : une ambition partagée* a été signée par M. Frédéric Lefebvre, secrétaire d'État chargé du tourisme, pour la période du 1^{er} mars 2011 au 28 février 2014 avec les principaux opérateurs concernés, en particulier les grandes entreprises et les infrastructures de transport (aéroports de Paris, SNCF, RATP, France congrès, l'hôtellerie restauration, les artisans-taxi).

Le comité de pilotage de cette action a défini huit engagements communs, ciblant les problématiques propres à la qualité de l'accueil des touristes d'affaires et de loisirs. Ces huit engagements se déclinent en vingt-quatre actions opérationnelles destinées à améliorer la qualité de l'accueil. Parmi celles-ci figurent :

- la refonte complète de la signalétique au sein des aéroports Charles-De-Gaulle et Orly ;
- la mise en place d'un accueil spécifique au niveau du Roissybus par la RATP ;

– le développement d’un accueil personnalisé dans les stations de métro et RER dites « touristiques » ;

– l’amélioration de l’accessibilité des distributeurs de titres de transport de la RATP avec une déclinaison en anglais dès la page d’accueil ;

– l’installation d’antennes d’offices de tourisme au sein des gares SNCF ;

– le déploiement du dispositif Parafe conçu avec le ministère de l’Intérieur et déployé par Aéroports de Paris (ADP) pour faciliter et accélérer le passage aux frontières à l’aéroport de Roissy ;

– la mise en place d’une certification des villes en matière de « qualité d’accueil et de services » par la Fédération des foires, salons, congrès et événements de France (FSCEF) et France Congrès pour faciliter l’accueil sur les lieux de séjour.

Un visuel commun à l’ensemble des agents d’accueil des opérateurs touristiques va être mis en place.

Le secrétaire d’État s’est engagé à la réalisation d’un tableau de bord permettant un suivi très précis des différentes actions.

Un dispositif spécifique en ligne, permettant aux touristes d’exprimer leurs retours d’expérience, leurs difficultés et leurs propositions, sera accessible sous forme d’application sur les téléphones portables et via le site multilingue *rendezvousenfrance.com* d’ici la fin de l’année. Ce dispositif sera géré par Atout France. La qualité de l’accueil sera également évaluée chaque année par un cabinet international indépendant.

Le Rapporteur spécial sera attentif à ce que la mise en œuvre de cette politique, qu’il juge essentielle, soit assurée avec beaucoup de détermination.

III.– UN BUDGET QUI N’EST PAS REPRÉSENTATIF DE L’EFFORT PUBLIC EN FAVEUR DU TOURISME

L’importance du secteur touristique pour l’économie nationale ne se reflète pas dans le montant des crédits alloués pour 2012 à la politique publique du tourisme dans le cadre du programme 223 à hauteur de **43,2 millions d’euros d’autorisations d’engagements et 44,7 millions d’euros de crédits de paiement.**

A.– DES RESSOURCES MUTUALISÉES AU SEIN DE TROIS AUTRES PROGRAMMES

Afin de favoriser l’optimisation des moyens de gestion du programme *Tourisme*, les ressources nécessaires à sa mise en œuvre ont été mutualisées au sein de trois programmes :

– le **programme 134** *Développement des entreprises et de l'emploi* de la mission *Économie* pour un montant de **70,9 millions d'euros** contre 30,3 en 2011 ; cette augmentation ne correspond pas à des dépenses supplémentaires mais est due à l'**adoption de nouvelles règles de comptabilité analytique**. Elle résulte d'un approfondissement de l'analyse des interactions entre les programmes 134 et 223 et d'une meilleure identification de la part relative de l'ensemble des crédits du programme 134 contribuant à la mise en œuvre de la politique du tourisme. Ces crédits comprennent les crédits de support des directions régionales des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi (DIRECCTE)

– le **programme 218** *Conduite et pilotage des politiques économique et financière* de la mission *Gestion des finances publiques et des ressources humaines* pour un montant de **3,5 millions d'euros** ;

– le **programme 309** *Entretien des bâtiments de l'État* de la mission *Gestion des finances publiques et des ressources humaines* pour un montant de **0,001 million d'euros**.

B.– LE DOCUMENT DE POLITIQUE TRANSVERSALE : UN EFFORT DE L'ÉTAT PROCHE DE 2 MILLIARDS D'EUROS EN FAVEUR DU TOURISME

Le soutien de l'État ne se limitant pas aux seuls crédits du ministère de l'Économie, de l'industrie et de l'emploi en charge du tourisme, le Rapporteur spécial avait demandé la réalisation d'un document de politique transversale dans le cadre de l'examen du projet de loi de finances pour 2011, document qui lui a été fourni le 6 octobre dernier. Il tient à saluer l'implication de la DGCIS dans sa réalisation et se félicite de l'intérêt du nouveau DPT. Il est conscient des difficultés que son élaboration a pu représenter, la part relative au tourisme étant très délicate à identifier dans beaucoup d'actions.

Près de 2 milliards de crédits sont consacrés à des politiques ayant un impact sur le tourisme, portés par 24 programmes relevant de 12 missions.

1.– Une méthodologie nouvelle

Le document de politique transversale présente l'ensemble des actions de l'État qui contribuent de manière durable à l'attractivité touristique de la France.

Trois axes de la politique du tourisme ont été dégagés au niveau interministériel :

– améliorer l'offre touristique et contribuer à l'accès d'un public élargi aux vacances ;

– renforcer la valorisation touristique du patrimoine de la France et de sa culture ;

– développer un tourisme respectueux de l'environnement.

ÉVALUATION DES CRÉDITS CONSACRÉS À LA POLITIQUE TRANSVERSALE DU TOURISME

(en millions d'euros)

| Mission | Programmes contributeurs | Exécution 2010 | | LFI 2011 | | PLF 2012 | |
|---|--------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | | AE | CP | AE | CP | AE | CP |
| Recherche et enseignement supérieur | 186 | 112,51 | 110,08 | 116,00 | 115,69 | 114,13 | 114,74 |
| Économie | 223 / 134 | 64,15 | 63,03 | 59,83 | 57,93 | 43,20 | 44,70 |
| Écologie, développement et aménagement durables | 217 / 205 / 203 / 207 | 64,92 | 68,52 | 74,36 | 72,63 | 70,84 | 74,41 |
| Travail et emploi | 102 / 103 | 415,27 | 415,27 | 180,29 | 168,03 | 130,68 | 117,11 |
| Relations avec les collectivités territoriales | 119 / 120 / 121 | 8,80 | 8,80 | 1,92 | 1,92 | 1,92 | 1,92 |
| Agriculture, pêche, alimentation, forêt et affaires rurales | 149 / 154 | 350,52 | 371,40 | 313,45 | 384,11 | 329,49 | 382,58 |
| Culture | 224 / 175 | 778,35 | 752,61 | 784,91 | 768,06 | 736,64 | 781,82 |
| Action extérieure de l'État | 185 | 382,72 | 382,72 | 369,33 | 369,33 | 376,14 | 376,14 |
| Outre-mer | 123 / 138 | 0,40 | 1,00 | 0,80 | 0,80 | 2,50 | 3,00 |
| Sport, jeunesse et vie associative | 219 | 8,36 | 6,67 | 8,11 | 15,28 | 5,59 | 7,12 |
| Politique des territoires | 162 / 112 | 76,53 | 79,79 | 91,20 | 85,28 | 89,29 | 95,48 |
| TOTAL | | 2 262,52 | 2 259,90 | 2 000,21 | 2 039,06 | 1 900,42 | 1 999,02 |

Source : Document de politique transversale Tourisme, projet de loi de finances pour 2012.

Les crédits les plus importants, à hauteur de 781,73 millions d'euros, correspondent au programme 175 *Patrimoines* : il s'agit essentiellement des crédits dédiés à l'entretien et à la restauration des monuments historiques, des crédits de fonctionnement des établissements chargés de la mise en valeur du patrimoine monumental, des musées nationaux, des musées de France et des crédits destinés à la construction de musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée et de la maison de l'histoire de France.

Toutefois en l'absence de lignes budgétaires spécifiquement dédiées au tourisme dans les budgets des autres missions, il convient d'être prudent dans la lecture des données recensées, la part contributive au tourisme des différentes actions étant très difficile à cerner.

À chacune de ces actions, sont associés deux objectifs et plusieurs indicateurs de performance relevant de différents programmes.

LES OBJECTIFS ET LES INDICATEURS DE PERFORMANCE DU DOCUMENT DE POLITIQUE TRANVERSALE

| Objectifs | Indicateurs de performance |
|--|--|
| Améliorer l'offre touristique et contribuer à l'accès d'un public élargi aux vacances | |
| Améliorer la qualité des services | Corrélation entre l'action sur l'offre et la satisfaction de la clientèle Niveau de retard moyen par vol retardé Qualité de service des réseaux de transport Part du partenariat dans le budget d'Atout France Taux de contrôle des navires étrangers faisant escale dans les ports français |
| Développer un tourisme social | Impact des politiques sociales de l'ANCV Accessibilité des lieux culturels aux personnes en situation de handicap |
| Renforcer la valorisation touristique du patrimoine de la France et de sa culture | |
| Contribuer à la promotion et au rayonnement de la France | Nombre d'inscrits dans les cursus francophones Evolution du nombre annuel de visiteurs physiques et virtuels d'Universcience Taux de satisfaction des visiteurs d'Universcience Fréquentation des lieux subventionnés Effort de diffusion territoriale (spectacle vivant et arts plastiques) Fréquentation des institutions patrimoniales et architecturales Accessibilité physique des collections au public Taux de satisfaction du public des institutions et sites patrimoniaux |
| Préserver le patrimoine culturel | Amélioration des procédures de signalement, de protection et de conservation Développement des programmes de travaux d'entretien dans les monuments historiques |
| Développer un tourisme respectueux de l'environnement | |
| Valoriser le patrimoine naturel | Part des surfaces des forêts publiques aménagées Part des surfaces agricoles contractualisées en zone Natura 2000 Surface des prairies dans la zone du marais poitevin Part des subventions octroyées pour des opérations ayant trait à la protection et à la valorisation de l'environnement outre-mer |
| Protéger les ressources naturelles | Taux d'extinction des feux de forêt naissants Pourcentage de stations de mesure dépassant la limite de 50mg/litre en nitrates Taux d'identification des sources à l'origine des rejets illicites et polluants en mer |

Source : Document de politique transversale 2012

2.– Un exemple de politique interministérielle : le tourisme de mémoire

Le ministère en charge du tourisme s'est engagé aux côtés du ministère de la Défense et des anciens combattants à valoriser et promouvoir le tourisme de mémoire. Une étude commanditée par les deux ministères et placée sous la maîtrise d'ouvrage d'Atout France est en cours de réalisation afin de mesurer l'impact économique de la filière. Elle devrait être publiée en début d'année 2012.

Une convention relative au tourisme de mémoire a été signée au mois de mai dernier par les ministères en charge de la défense et du tourisme. Elle a

vocation à être élargie aux autres ministères concernés, dont le ministère de la Culture et de la communication.

Les ministères chargés du tourisme et de la culture travaillent à la préparation des commémorations du Centenaire de la Première guerre mondiale qui débiteront à partir de 2014. Le ministère de la Culture a également fait part de sa forte mobilisation sur les différents projets d'expositions en préparation.

C.- DES FINANCEMENTS ENCORE MAL IDENTIFIÉS : CEUX DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

Participent aussi à cette politique **les collectivités territoriales et les opérateurs institutionnels locaux** (comités régionaux et départementaux du tourisme, offices du tourisme, syndicat d'initiative) dont **le Rapporteur spécial souhaiterait que les crédits qu'ils consacrent au tourisme soient mieux identifiés tant au niveau de leur montant que de leur utilisation.**

Enfin les fonds structurels européens en faveur de la cohésion ou du développement économique sont une source importante de financement du secteur. En 2009 le montant mandaté des fonds européens s'est élevé à 198 millions d'euros (chiffre issu du dernier document de synthèse de la DGCIS sur les financements publics du tourisme).

IV.- LA FISCALITÉ DU TOURISME

A.- DES DÉPENSES FISCALES DE PLUS DE 1,3 MILLIARD D'EUROS

Le programme *Tourisme* bénéficie de huit mesures fiscales, six à titre principal deux à titre subsidiaire.

Deux d'entre elles concentrent plus de 92 % du coût total estimé. La plus importante est le **taux de TVA à 5,5 % pour la fourniture de logements dans les hôtels** dont le coût est estimé à 1 000 millions d'euros pour 2012. Toutes les prestations d'hébergement offertes dans les hôtels, quelle qu'en soit la catégorie, en bénéficient. Elle est suivie du **taux de TVA à 5,5 % pour la fourniture de logements dans les terrains de camping classés** (240 millions d'euros pour 2012).

Ces deux dépenses fiscales représentent plus de 27 fois les crédits du programme et 93 % des dépenses fiscales dont il bénéficie à titre principal.

Le Comité d'évaluation des dépenses fiscales et des niches sociales a rendu public en septembre dernier son évaluation de ce crédit d'impôt. Selon son rapport, ce dispositif ancien n'a pas d'objectifs clairement assignés, hormis le développement du secteur hôtelier et la mesure qui coûte environ 1 milliard d'euros est jugée peu efficace, voire très peu efficace. Sur une échelle allant de 0 à 3, elle n'obtient en effet que la note de 1.

Leur remise en cause n'est toutefois nullement à l'ordre du jour. Ces deux mesures de TVA à 5,5 % bénéficient à l'ensemble du secteur d'activité. On peut estimer que le coût de la mesure est en partie compensé par les recettes fiscales générées par les personnes séjournant dans les hôtels ou sur les terrains de camping. Le retrait éventuel de ces mesures pèserait à la fois sur le PIB et sur la balance des paiements. Par ailleurs au-delà de la baisse de l'attrait de la France à l'étranger déjà mise à mal par un euro fort et par l'offre touristique des pays émergents, les destinations étrangères bénéficieraient par contre coup d'un avantage financier préjudiciable à notre économie.

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

(en millions d'euros)

| Numéro et intitulé de la mesure | | Chiffrage pour 2010 | Chiffrage pour 2011 | Chiffrage pour 2012 |
|---|---|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| 730 205 | Taux de 5,5 % pour la fourniture de logements dans les hôtels (Taxe sur la valeur ajoutée) | 940 | 980 | 1 000 |
| 730 206 | Taux de 5,5 % pour la fourniture de logements dans les terrains de camping classés (Taxe sur la valeur ajoutée) | 220 | 230 | 240 |
| 120 112 | Exonération de la contribution patronale et de la participation financière du comité d'entreprise et des organismes à caractère social au financement des chèques-vacances (Impôt sur le revenu) | 50 | 50 | 50 |
| 110 221 | Réduction d'impôt au titre des investissements dans le secteur du tourisme (Impôt sur le revenu) | 51 | 52 | 47 |
| 230 304 | Amortissement exceptionnel pour dépenses de mise aux normes dans les hôtels, cafés et restaurants (Impôt sur le revenu et impôt sur les sociétés) | 0 | 0 | 0 |
| 180 308 | Report d'imposition et abattement de 10 % par an en cas de cession d'actifs immobiliers professionnels par une entreprise du secteur des hôtels, cafés et restaurants à une société d'investissements immobiliers cotée (Impôt sur le revenu) | ε | ε | - |
| Coût total des dépenses fiscales | | 1 261 | 1 312 | 1 337 |

Source : projet de loi de finances 2012.

1.- La réduction d'impôt sur le revenu pour les investissements dans le secteur du tourisme

La réduction d'impôt au titre des investissements dans le secteur du tourisme (impôt sur le revenu) est évaluée à 52 millions d'euros pour 2011 et 47 pour 2012.

En matière d'amélioration de l'offre touristique, les incitations fiscales prévues aux articles 199 *decies* E et 199 *decies* EA du code général des impôts n'ont pas abouti à des résultats satisfaisants. Ce dispositif n'a pas été prorogé.

Cependant, le dispositif prévu à l'article 199 *decies* F visant à inciter à la rénovation des résidences de tourisme reste en vigueur jusqu'au 31 décembre 2012.

Dans le cadre du projet de loi de finances pour 2012, le Gouvernement a proposé de reconduire le dispositif de réduction homothétique des taux (article 45).

En conséquence, les taux de 18 % et 36 % en vigueur seront abaissés respectivement à 16 % et 32 %.

La réhabilitation de l'immobilier touristique est une problématique réelle. Un groupe de travail sur la rénovation de l'offre française d'hébergements touristiques marchands a été créé par le secrétaire d'Etat en charge du tourisme en février dernier.

2.– Deux dépenses fiscales justifiées, mais peu utilisées

Deux mesures fiscales concernent les investissements de mise aux normes ou la cession d'actifs immobiliers professionnels dans le secteur des hôtels, cafés et restaurants. En permettant de renforcer la qualité de l'offre et d'accroître la fréquentation touristique, ces deux mesures s'inscrivent dans les priorités du programme. Leur coût est minime.

3.– La dépense fiscale relative aux chèques-vacances

Les mesures fiscales en faveur de l'ANCV font l'objet de mesures de calcul extrêmement imprécises et le taux de fiabilité de leur évaluation est faible.

Elles ne sauraient pour autant être remises en cause, leur impact économique étant estimé à quatre fois le volume d'émission. L'effet de levier des chèques-vacances sur les dépenses des bénéficiaires conduit donc à des recettes supplémentaires pour le budget de l'État tant en matière de TVA que d'impôt sur les sociétés.

En particulier, l'évaluation de la contribution patronale au financement des chèques-vacances semble approximative. Le calcul en est très complexe, la contribution patronale au financement des chèques-vacances faisant l'objet à la fois d'une exonération sociale (taxe sur les salaires) et d'une exonération fiscale (impôt sur le revenu).

Proposition n° 1 : Évaluer plus précisément la dépense fiscale correspondant à l'exonération de la contribution patronale au financement des chèques-vacances.

Dans son rapport d'évaluation, l'inspection générale des finances évalue les différentes mesures de ce programme. Seul l'amortissement exceptionnel pour

dépenses de mise aux normes dans les HCR est de niveau 3. Les deux taux de TVA réduits à 5,5 % pour la fourniture de logements dans les hôtels et dans les terrains de camping sont de niveau 1. La réduction d'impôt au titre des investissements dans le secteur du tourisme (impôt sur le revenu) de niveau 0. Les autres mesures n'ont pas été évaluées.

4.– Deux dépenses fiscales devraient être affectées au programme *Tourisme*

Le Rapporteur spécial regrette que la dépense fiscale relative à la baisse à 5,5 % du taux de TVA dans la restauration n'ait pas été rattachée au programme *Tourisme*, mais au programme 134 *Développement des entreprises et de l'emploi*.

Il s'interroge sur les bénéfices de ce dispositif fiscal dérogatoire qu'il juge peu convaincants au regard de la dépense fiscale créée et aurait souhaité une évaluation de son impact en matière de développement touristique.

Un avenant au contrat d'avenir a été signé le 28 avril 2011. Il renforce les engagements pris par les professionnels en matière d'emploi de formation et d'investissement. Il engage les professionnels à créer 20 000 emplois chaque année. Les professionnels se sont également engagés à renforcer la dynamique de l'alternance avec un objectif de signatures de 5 000 contrats d'alternance chaque année.

Par ailleurs, partageant l'analyse de la Cour des comptes, il juge contestable le rattachement de la mesure en faveur du taux de TVA réduit à 5,5 % applicable aux ventes à consommer sur place (à l'exception des ventes de boissons alcoolisées) aux dépenses fiscales du programme 134.

Ces deux imputations sont contestables au regard de la définition du périmètre de l'activité tourisme prise en compte par l'INSEE.

Proposition n° 2 : Rattacher au programme *Tourisme* les dépenses fiscales relatives à la baisse de TVA dans la restauration et celles applicables aux ventes à consommer sur place.

B.– L'INSTAURATION D'UNE TAXE DE 2 % SUR LES NUITÉES DE 200 EUROS OU PLUS

Dans le cadre de la loi de finances rectificative du 19 septembre 2011, a été adoptée la création d'une taxe sur le chiffre d'affaires relatif aux prestations d'hébergement des hôtels de luxe. Son dispositif a été conçu, dans le cadre de la politique de réduction des déficits publics, pour procurer un rendement équivalent à celui d'une autre mesure proposée initialement par le projet de loi, à savoir le relèvement de la TVA dans les parcs à thème, c'est-à-dire 90 millions d'euros.

Dans un premier temps le prélèvement était ciblé sur le secteur des hôtels de luxe relevant des catégories 4 ou 5 étoiles qui représentent 5 % du parc, mais plus de 20 % du chiffre d'affaires, soit 4,5 milliards d'euros au titre des hôtels de luxe sur un total de 19,6 milliards d'euros toutes catégories confondus.

Le dispositif finalement retenu ne fait pas référence à un seuil de classement mais à un prix plancher de nuitée. La taxe sur le chiffre d'affaires est due par les exploitants d'établissements hôteliers au titre des **prestations d'hébergement d'une valeur supérieure ou égale à 200 euros hors taxes par nuitée de séjour.**

Dans le cadre de l'adoption de ce dispositif, il a paru important au Rapporteur spécial d'avoir une évaluation du chiffre d'affaires des hôtels par catégorie. Les dernières données exploitables remontent à 2009.

CHIFFRE D'AFFAIRES 2009 DES HÔTELS PAR CATÉGORIE

(en milliards d'euros)

| Catégorie | Montant |
|---------------------------|-------------|
| 4 étoiles, 4 étoiles luxe | 4,2 |
| 3 étoiles | 4,7 |
| 2 étoiles | 4,5 |
| 0/1 étoile | 1,4 |
| Total | 14,8 |

Source : DGCIS

Le dispositif ne remet nullement en cause le régime de TVA à taux réduit dans l'hôtellerie mais crée une nouvelle taxe à l'article 302 bis ZO du code général des impôts sous forme d'un prélèvement spécifique, à l'image des taxes sur la publicité audiovisuelle.

Le Rapporteur spécial se félicite que la mesure relative au relèvement dans les parcs à thèmes ait été abandonnée. Il la jugeait dangereuse pour l'économie touristique, car ces parcs constituent de véritables outils de développement des territoires, et injuste parce que touchant en partie un public qui n'a pas les moyens de partir en vacances.

C.- UNE PISTE DE RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES POUR LE TOURISME : LA RÉFORME DE LA TAXE DE SÉJOUR

Environ 180 millions de taxes de séjour et de taxes sur les remontées mécaniques sont perçues chaque année par les communes.

La taxe de séjour est une taxe locale dont l'instauration, facultative, et le recouvrement sont de la compétence du conseil municipal. Le redevable est la

personne non domiciliée dans la commune et qui n'y possède pas de résidence passible de la taxe d'habitation. Elle est assise sur le nombre de nuitées.

Seules 2 451 communes ont voté une taxe de séjour alors qu'il existe plus de 5 000 communes touristiques.

La perception de cette taxe relève de l'initiative municipale, qu'il s'agisse d'une commune ou d'un groupement de communes, dans le cadre de barèmes selon le mode d'hébergement et par niveau de confort fixés par la réglementation.

Les critiques récurrentes sur le faible rendement de la taxe de séjour, les modalités de collecte qui sont souvent artisanales et son utilisation poussent à la mise en chantier d'une réforme de grande ampleur. Cette réforme relève de la compétence du ministère de l'Intérieur en partenariat étroit avec le ministère de l'Économie, chargé du tourisme. Un groupe de travail a été initié et démarrera ses travaux d'ici la fin de l'année 2011.

Il faudrait à la fois simplifier la structure et sécuriser le recouvrement de cette taxe, la rendre obligatoire, adapter son barème aux nouvelles normes de classement (elle n'est actuellement pas applicable aux cinq étoiles) et réfléchir à la meilleure utilisation possible de son produit.

Les sénateurs André Ferrand et Michel Bécot ont suggéré la création d'une taxe additionnelle à cette taxe au profit d'un fonds national de promotion de la destination France qui pourrait constituer un début de solution au problème du financement d'Atout France. Le ministère de l'Intérieur a créé un groupe de travail à ce sujet.

V.- ATOUT FRANCE, PIVOT DE LA POLITIQUE DU TOURISME, OPÉRATEUR UNIQUE AUX MOYENS TROP MODESTES

Aux termes de l'article L. 141-2 du code du tourisme, « Atout France » est une agence de développement touristique de la France, constituée sous forme d'un groupement d'intérêt économique et placée sous la tutelle du ministre chargé du tourisme. Elle poursuit un triple objectif de promotion du tourisme en France, de réalisation d'opérations d'ingénierie touristique et de mise en œuvre d'une politique de compétitivité et de qualité des entreprises du secteur.

Pour atteindre ces objectifs, l'agence « Atout France » est investie de plusieurs missions :

– fournir une expertise à l'État, aux collectivités territoriales, et aux partenaires privés ou associatifs membres du groupement, pour la définition et la mise en œuvre de leur stratégie touristique, pour la conception et le développement de leurs projets, pour la fourniture de conseils en matière de formation, de recherche, d'innovation et de développement durable dans le secteur du tourisme, et pour l'exportation du savoir-faire français à l'international ;

– élaborer, mettre en œuvre et assurer le suivi des actions d’information et de promotion des territoires et des destinations de la métropole et des collectivités ultramarines sur les marchés national et étranger, en promouvant la qualité de l’offre touristique dans les hébergements, la restauration, l’accueil des touristes et les prestations annexes ;

– observer les phénomènes touristiques, mettre en place des données chiffrées fiables et utilisables par les acteurs du secteur, produire des études, notamment prospectives, sur l’offre et la demande dans les filières et territoires touristiques ;

– concevoir, tenir à jour, diffuser librement et gratuitement les tableaux de classement des offices de tourisme, des hôtels, des résidences de tourisme, des meublés de tourisme, des villages résidentiels de tourisme, des villages de vacances, des terrains de camping et de caravanage, des parcs résidentiels de loisirs et des chambres d’hôtes.

Une convention d’objectifs et de moyens décrit les missions et les objectifs du GIE et les actions à mettre en œuvre pour les atteindre.

A.– UN SOUTIEN DE L’ÉTAT ESSENTIEL, MAIS QUI N’EST PAS À LA HAUTEUR DES ENJEUX

Il est prévu pour 2012 une subvention pour charges de service public à l’opérateur Atout France d’un montant de **34,1 millions d’euros**. S’il est vrai que le niveau de cette dotation (en baisse de 1,8 % par rapport à 2011) est relativement préservé dans un contexte de réduction marquée des dotations aux opérateurs, **il reste très insuffisant au regard des missions de l’Agence et de l’enjeu économique du tourisme.**

Cette subvention représente en 2012 plus de 76 % des crédits du programme.

Sur ces 34,1 millions d’euros, doit être retiré 1,4 million d’euros au titre de la réserve de précaution.

La dotation disponible est donc de 32,7 millions d’euros dont 7,32 millions d’euros pour les actions de promotion.

La situation budgétaire de l’opérateur est tendue. Tout nouveau gel de crédits intervenant dans le cadre de l’augmentation d’un milliard d’euros de la réserve de précaution prévue dans le présent projet de loi de finances ou dans le cadre d’une prochaine loi de finances rectificative mettrait Atout France dans une position extrêmement difficile.

La baisse régulière des effectifs est la conséquence de l’adaptation de la politique des ressources humaines aux contraintes budgétaires. Une politique

rigoureuse de gestion des personnels et de rationalisation économique a conduit à initier des mesures de réduction des effectifs à l'étranger et au siège.

Atout France a économisé 44 postes sur les deux premières années d'exercice. On est passé d'un effectif de 444 ETP en 2009 à 400 à la date aujourd'hui. L'Agence a opéré des choix en termes de réorganisation et de réaffectation des moyens touchant à la fois les bureaux à l'international et le siège. Ils ont permis la réalisation d'une **économie de 5 millions d'euros** sur les dépenses de personnel et de logistique.

Le Rapporteur spécial ne peut que saluer cet effort de rigueur budgétaire, mais ne voudrait pas qu'il s'avère contre productif en entraînant un recul de la présence française sur les marchés internationaux. Il rappelle qu'Atout France est l'acteur déterminant en matière d'investissement dans la promotion touristique internationale et que son réseau dans les pays étrangers est fondamental.

Dans le présent projet de loi de finances, le plafond d'emplois d'Atout France pour 2012 a été minoré de 1,5 % par rapport au plafond de 2011, conformément à la norme de diminution des effectifs. Les effectifs autorisés pour 2012 sont de 390 ETP rémunérés par Atout France et de 51 ETP rémunérés par l'État par les autres programmes de rattachement.

Compte tenu des contraintes budgétaires qui sont les siennes, l'Agence ne pourra procéder aux recrutements autorisés.

Le Rapporteur spécial ne peut que déplorer une nouvelle fois l'insuffisante dotation d'un opérateur – qui a fait la démonstration de son professionnalisme, de son implication et de son efficacité – au regard de ses missions et du potentiel de développement économique qu'il représente.

B.– FAUTE DE RESSOURCES PROPRES, DES PARTENARIATS QUI VONT ÊTRE DE PLUS EN PLUS DIFFICILES À MOBILISER

Le montant des partenariats dont l'agence bénéficie s'est maintenu en 2011 à un niveau très satisfaisant (50 % du budget de l'agence) dans une conjoncture économique difficile. Les comités régionaux du tourisme figurent parmi les plus gros contributeurs de l'agence. Sont également significatives les contributions d'Air France et de la SNCF.

Les partenariats s'élèveront à 35,15 millions d'euros pour 2012 (contre 34,6 en 2011), ce qui est une **performance remarquable** compte tenu de la faiblesse des fonds propres qu'Atout France peut consacrer à la promotion.

Le Rapporteur spécial attire l'attention sur le fait que **l'insuffisance des moyens alloués à l'opérateur risque d'entraîner une démobilitation de ses partenaires.** Le niveau des moyens alloués par l'Etat est déterminant pour favoriser la conclusion de partenariats en vue de financer des actions de promotion efficaces. Sans un effort public conséquent, un recul du partenariat est à craindre.

Par ailleurs, on ne peut souhaiter que la part des partenariats soit supérieure à 50 %, l'unique opérateur de l'État en matière de tourisme devant mener des actions de promotion qui correspondent aux priorités de l'État et non à celles des partenaires les plus contributeurs.

C.– LA MISE EN PLACE DE LA NOUVELLE MARQUE « RENDEZ-VOUS EN FRANCE » ET LES ACTIONS DE PROMOTION

Retrouver sa place et sa compétitivité dans ce secteur économique clé en termes d'emploi, d'investissements structurants, de balance des paiements et de recettes fiscales constitue l'objectif central d'Atout France.

Les sommes allouées aux actions de promotion devraient être considérées comme un investissement stratégique, porteur de recettes pour demain.

1.– La marque « *Rendez-vous en France* »

La nouvelle marque de destination France « Rendez-vous en France » sera déployée sur l'ensemble des actions de promotion et supports de communication. Le visuel de la marque a été sélectionné suite à une consultation de 82 877 internautes, professionnels du tourisme, de la presse et grand public français et international.

À l'étranger, Paris reste une marque plus forte que la France et les moyens que l'Agence peut consacrer aux campagnes promotionnelles pour installer la marque *Rendez-vous en France* sont insuffisants. Atout France a bénéficié de 250 000 euros pour promouvoir la marque nationale alors que l'Espagne a consacré 40 millions d'euros à la promotion de la sienne.

2.– La poursuite des axes stratégiques de développement de l'offre touristique

La mise en œuvre des orientations du Plan marketing 2010/2015 et de la stratégie France 2010-2020 se poursuit. Atout France a fait le choix d'une stratégie ciblée sur les pays à potentiel et les clientèles à potentiel pour essayer à la fois d'augmenter le nombre de touristes et la dépense par touriste.

Sept axes stratégiques de développement de l'offre touristique française ont été définis, qui devraient constituer des filières touristiques à fort potentiel :

– constituer des destinations internes « patrimoine et culture ». Le projet destination Loire Valley propose un développement de l'ensemble des filières à partir d'une destination essentiellement culturelle et patrimoniale. L'objectif est de renforcer le tourisme international en lui proposant une offre touristique à haute valeur ajoutée qui aille au-delà de l'image traditionnelle du Val de Loire jusqu'à présent axée sur les châteaux et les vignobles.

- construire une politique de tourisme d'itinéraire ;
- structurer une politique de tourisme urbain hors Paris ;
- formater une politique du tourisme de croisière maritime ;
- formater une politique de tourisme de plaisance ;
- développer une stratégie de communication et de promotion de la destination France ;
- développer le tourisme d'affaires à Paris et en Île-de-France.

Le repas gastronomique des Français a été inscrit au patrimoine de l'Unesco, signe de reconnaissance du savoir-faire français. Une semaine de la gastronomie a été lancée dont l'objectif est de garder une offre suffisante de cuisine française traditionnelle. Un label œnotourisme a été lancé. Son but est de capitaliser sur la notoriété de certaines destinations viticoles pour offrir un produit complet et attrayant aux clients.

3.– Le nouveau site *www.rendezvousenFrance.com*

Un nouveau site Internet grand public *www.rendezvousenFrance.com* va se substituer progressivement au site *www.franceguide.fr* pour le remplacer totalement en janvier 2012.

Traduit en 23 langues, il propose de découvrir la France sous différents angles et au travers de plusieurs thèmes : une carte interactive, les grands événements de l'année, des infos pratiques – première visite en France, les transports, l'hébergement, tourisme et handicap –, les destinations urbaines, les destinations Outremer, etc. Il constituera une vitrine commerciale de l'offre touristique française.

D.– LA RÉFORME DU CLASSEMENT DES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES EST ENTRÉE DANS UNE PHASE DYNAMIQUE

La loi du 22 juillet 2009 de modernisation et de développement des services touristiques a posé les jalons d'une politique ambitieuse de « requalification » de l'offre touristique en procédant à une réforme substantielle du classement des hébergements touristiques marchands.

Cette réforme poursuit l'objectif général de montée en gamme de l'offre française et d'amélioration des prestations proposées à la clientèle. Elle introduit de nouveaux référentiels nationaux de classement, dont la création d'une **5^{ème} étoile** qui manquait par rapport aux classements en vigueur dans les autres pays. Le classement est attribué **pour une durée limitée à cinq ans**, redonnant ainsi de la crédibilité et la lisibilité à l'offre touristique française. Les critères ont

été revus en concertation avec les professionnels pour les rendre plus proches des attentes des clientèles et des standards internationaux.

1.— Une montée en charge progressive et continue

Au 20 septembre 2011, 2 110 hôtels et 572 campings ont obtenu un nouveau classement, soit **12 % des hôtels et 7 % des campings**. Les établissements de 4 étoiles et plus sont les plus nombreux en proportion à avoir adopté le nouveau classement : 22 % des hôtels et 24 % des campings.

Pour les hôtels, dans 49 % des cas, le nouveau classement se traduit par une montée en gamme. Pour les campings, dans 56 % des cas le nouveau classement est le même que le classement initial. La mise en œuvre a été plus rapide pour les hôtels que pour les campings.

Plus de 5 000 dossiers sont en cours d'instruction sur un parc de 17 300 établissements classés tourisme. Atout France considère comme envisageable l'objectif de reclassement, au titre de la nouvelle procédure, de **7 000 établissements à fin 2011** et s'y emploie fortement.

La plupart des grandes chaînes ont annoncé leur engagement dans le nouveau classement. Le groupe hôtelier Accor a lancé en mars 2011 la procédure de classement de ses 1 400 hôtels français.

2.— Un transfert en cours d'adoption des décisions de classement des préfectures vers Atout France

En l'état du droit, la décision de classement des hébergements touristiques relève de l'autorité administrative, et plus précisément du préfet. Cette décision de classement intervient à l'issue d'une procédure dont la conduite est, pour l'essentiel, confiée à l'agence « Atout France ».

C'est Atout France qui élabore, en concertation avec les professionnels, les référentiels de classement, conçoit les tableaux de classement, et tient ces derniers à jour. C'est elle aussi qui publie, notamment sur son site Internet, la liste des hébergements classés et organise la promotion du classement.

Seules l'instruction des demandes de classement et la décision de classement échappent à « Atout France ». S'il est légitime de confier l'instruction des demandes de classement à des organismes évaluateurs qui sont accrédités par le Comité français d'accréditation (COFRAC) et qui effectuent des audits au regard des référentiels de classement établis par « Atout France », l'attribution de la décision de classement au préfet constitue une complexité inutile qui conduit au morcellement de la procédure et nuit au traitement rapide et optimal des demandes de classement.

C'est la raison pour laquelle M. Jean-Louis Léonard a souhaité, dans une proposition de loi relative aux habitats légers de loisirs et à l'hébergement de plein

air et portant diverses dispositions relatives au tourisme adoptée en commission des affaires économiques, simplifier ce dispositif **en confiant à Atout France la mission de prononcer le classement en lieu et place de l'autorité administrative.**

Cette disposition a été reprise dans la proposition de loi de M. Jean-Luc Warsmann relative à la simplification du droit et à l'allègement des démarches administratives, adoptée par l'Assemblée nationale en première lecture le 18 octobre dernier.

Son adoption contribuera à clarifier la répartition des compétences et à rendre plus visible le rôle de l'autorité administrative dans la mission régaliennne de contrôle du respect des normes pour laquelle elle est pleinement légitime.

L'indépendance d'« Atout France » dans sa décision de classement est garantie par l'absence de toute intervention de ses services au stade de l'instruction des demandes de classement.

VI.- LA PARTICIPATION DE LA FRANCE AUX EXPOSITIONS UNIVERSELLES ET INTERNATIONALES

Les expositions universelles sont un phénomène ancien qui a coïncidé avec l'essor de l'industrialisation. Elles furent d'abord des réunions d'États où chacun exposait ses produits industriels, ses innovations, sa puissance. À partir de la seconde guerre mondiale, un nouveau concept d'exposition est apparu portant sur des thèmes beaucoup plus généraux, puis à partir de 1990 sur des thèmes à l'ordre du jour international donnant aux expositions une valeur politique contemporaine.

Les expositions universelles durent six mois et se tiennent tous les cinq ans. Entre deux a lieu une exposition internationale moins coûteuse sur un thème très spécialisé.

A.- L'EXPOSITION UNIVERSELLE DE SHANGHAI : UNE RÉUSSITE INDÉNIABLE EN TERMES D'IMAGE

L'exposition universelle s'est déroulée du 1^{er} mai au 31 octobre 2010 et a accueilli près de 73 millions de visiteurs (dont 95 % de chinois). Le thème retenu « Meilleure ville, meilleure vie » avait pour objectif de montrer comment la vie urbaine peut s'améliorer. **Le pavillon de la France, qui a accueilli plus de 10,2 millions de visiteurs, a été le plus visité de l'exposition** (9,4 millions pour le pavillon chinois).

Ce succès s'explique à la fois par la configuration de bâtiment, facile d'accès et d'une grande fluidité de visite et par l'excellente image dont jouit notre pays en Chine. La scénographie s'est avérée particulièrement adaptée grâce aux chefs-d'œuvre du musée d'Orsay qui étaient exposés. Le Pavillon a également mis

en valeur la technologie française. La gastronomie a aussi été un facteur du succès du pavillon de la France (700 repas par jour servis par les frères Pourcel).

95 % des visiteurs étaient des chinois, pour une large part issus de la classe moyenne. Les plus hautes autorités politiques chinoises sont également venues sur le pavillon. La médiatisation a été très importante durant les six mois.

Trois régions françaises, Île-de-France, Alsace, Rhône-Alpes, étaient aussi représentées à Shanghai, indépendamment du pavillon de la France.

L'ensemble de l'opération « Pavillon de la France » a été réalisé par la Compagnie française pour l'exposition universelle de Shanghai (Cofres), société par actions simplifiées dont le capital est entièrement détenu par l'État.

a) Un retour sur investissement difficile à évaluer

Au 31 décembre 2010, l'État aura contribué à hauteur de 28,67 millions d'euros à la construction et à l'animation du pavillon. Il est indéniable que la participation française à l'exposition universelle a été une réussite en nombre de visiteurs et en termes d'image.

En revanche, les retombées économiques en matière de développement des relations avec la Chine et de pénétration du marché chinois comme en matière de développement du tourisme et de venue de touristes chinois en France sont très difficiles à évaluer. Les effets sur l'économie et le tourisme sont indirects et les entreprises françaises se révèlent beaucoup plus intéressées par des participations à des salons professionnels.

b) Bilan financier de l'opération pour l'État : des participations décevantes, mais des dépenses contenues

Le budget prévisionnel pour la construction du pavillon de la France avait été fixé en 2007 à 50 millions d'euros (45 millions d'euros + 5 millions d'euros pour la démolition du pavillon au terme de la manifestation) sur la base d'un cofinancement paritaire entre l'État et de grands partenaires.

Le coût total de la participation de la France est estimé aujourd'hui à 35,5 millions d'euros. Plusieurs raisons expliquent cette différence de plus de 25 % par rapport au budget initial :

- la parfaite maîtrise du chantier par l'architecte Jacques Ferrier ;
- l'appel à du personnel local ;
- des frais de réception réduits aux seules occasions nécessaires ;
- et une limitation volontaire des manifestations et spectacles prévus initialement au budget.

Si l'on compare le coût de la participation française avec celui de l'Allemagne (65 millions d'euros), de l'Arabie Saoudite (130 millions de dollars), de l'Espagne (60 millions d'euros), ou du Japon (100 millions de dollars), **la France a su rester modeste dans ses dépenses, ce qui ne l'a pas empêchée d'obtenir une excellente fréquentation.**

Les dépenses s'élèvent à **35,5 millions d'euros** et correspondent au coût total de la participation de la France à l'exposition universelle de Shanghai (construction du bâtiment, fonctionnement pendant l'Exposition universelle, fonctionnement de la Cofres du 30 novembre 2007 au 30 juin 2011) :

- coût du pavillon : 24 millions d'euros ;
- scénographie : 6 millions d'euros ;
- fonctionnement du pavillon pendant l'exposition : 4,5 millions d'euros ;
- fonctionnement de la Cofres (2007–2011) : 1,5 million d'euros.

Le montant des subventions versées par l'État s'élève à **28,67 millions d'euros** dont 22,68 millions d'euros au titre du programme *Tourisme* versés en 2009 et 2010 (ce montant comprend 2,37 millions d'euros issus d'un transfert sur le programme *Tourisme* de la contribution du ministère de la Culture).

Les autres recettes (participations des entreprises, recettes d'exploitation et remboursements de taxes) s'élèvent à 7,7 millions d'euros dont 6,7 millions d'euros correspondent aux participations des entreprises. Les « Partenaires privilégiés » ont été : Lafarge, LVMH, Michelin, Sanofi Aventis et les « Grands partenaires » : Dassault, EDF, GDF Suez, L'Oréal Chine, PSA Peugeot Citroën. 1 million d'euros de ressources financières annexes provient des redevances perçues par la Cofres sur le chiffre d'affaires de la boutique et du restaurant du pavillon (814 825 euros), de la location des espaces auditorium ou VIP ou du patio (39 000 euros).

c) Une solution satisfaisante : la cession du Pavillon à la Chine

La France a proposé aux autorités chinoises de leur céder le Pavillon. La cession, à titre gratuit, a été agréée par le conseil d'administration et signée par le président de la Cofres le 29 juin 2011. Tous les frais sont pris en charge par le bénéficiaire (Bureau de coordination de Shanghai World Expo).

La Chine n'a pas confirmé la destination future du pavillon, qui pourrait devenir un lieu d'exposition.

B.– L'EXPOSITION INTERNATIONALE DE YEOSU EN 2012

La Cofres a été mandatée fin 2010 pour réaliser le pavillon de la France à l'exposition internationale de Yéosu en Corée du Sud. Ses statuts ont été modifiés

en février 2011 pour élargir l'objet de la société à l'organisation de la participation de la France à cette manifestation.

L'exposition internationale de Yeosu 2012 se déroulera pendant trois mois, du 12 mai au 12 août 2012, en Corée du Sud sur le thème « Pour des côtes et des océans vivants : diversité des ressources et activités durables ». L'objectif affiché est d'éveiller la conscience de l'humanité sur l'importance des océans et des côtes qui sont menacés. L'exposition veut illustrer la volonté de coexistence pacifique de la terre, la vie, l'écosystème et l'humanité à travers la mer au XXI^{ème} siècle. Environ 8 millions de visiteurs sont attendus, venant de plus de 100 pays.

a) Le pavillon de la France

L'exposition Internationale se tiendra sur un site de 25 hectares situé dans la zone portuaire. La Cofres a réservé une surface au sol d'environ 900 m² dont 600 m² pour la muséographie.

Il ne s'agira pas, comme à Shanghai, de bâtir un pavillon mais d'aménager un espace au sein du pavillon thématique qui abrite l'exposition.

En accord avec cette thématique et après concertation avec plusieurs acteurs du secteur maritime, dont l'Ifremer, la France a choisi de se concentrer sur le dessalement de l'eau de mer, activité d'avenir où elle dispose d'une avance technologique indéniable. Le thème du dessalement sera présenté de manière ludique grâce à « Sogeumi » (sel en coréen), un cristal de sel symbolisé par un petit personnage qui servira de fil rouge à la scénographie.

La Cofres ambitionne d'attirer un million de visiteurs au pavillon français.

b) Une opération financée par l'État

Le budget prévisionnel a été fixé à 7 millions d'euros.

Compte tenu des subventions versées par l'État au titre de la participation de la France à l'exposition universelle de Shanghai, la Cofres dispose d'un reliquat de 1,7 million d'euros qu'elle a pu affecter à Yeosu.

Forte de l'expérience acquise à Shanghai, la Cofres a pu passer les appels d'offres en temps utile (les travaux d'aménagement doivent commencer le 1^{er} novembre 2011) et présenter la scénographie le 28 septembre dernier.

Plus de cinquante entreprises (Veolia, environnement, Suez, Areva) ont été invitées à participer au projet moyennant des contributions de trois niveaux (100 000 euros, 50 000 euros et 10 000 euros) ou des partenariats de compétence. À ce jour aucune entreprise n'a souhaité participer.

Conformément à la dotation en loi de finances initiale relative à l'Exposition internationale, l'État a versé en 2011 et après application de la mise en réserve, une dotation de 950 000 euros sur le programme 223.

Pour 2012, une dotation complémentaire est prévue à hauteur de 880 000 euros en autorisations d'engagement et crédits de paiement.

L'enveloppe maximale des dépenses pour la mise en œuvre de la participation française à l'exposition internationale de Yeosu sera de 7 millions d'euros décomposée comme suit :

- fonctionnement : 1,6 million d'euros ;
- investissements : 4,1 millions d'euros ;
- salaires : 1,3 million d'euros.

C.– L'EXPOSITION UNIVERSELLE DE MILAN EN 2015 ?

En période de réduction du déficit public, se pose la question de l'opportunité de la participation de la France aux expositions universelles et internationales et, à court terme, celle de la participation de la France à l'exposition universelle de Milan en 2015 et du devenir –qui relève d'une décision gouvernementale– de la Cofres après Yeosu.

En ce qui concerne l'exposition universelle de Milan, le Rapporteur spécial estime qu'il sera difficile à la France de ne pas participer à une exposition universelle qui se tient en Italie et qui peut générer des recettes touristiques non négligeables dans la mesure où on peut supposer que les visiteurs de pays lointains qui iront à Milan viendront aussi en France.

Compte tenu du calendrier électoral, il est peu probable qu'une décision intervienne avant le deuxième semestre 2012. Le Rapporteur spécial insiste sur le fait que des décisions tardives quant à la participation de la France sont des facteurs d'aggravation des coûts, les négociations avec les différents prestataires se révélant beaucoup plus difficiles.

La permanence d'une équipe restreinte et réactive de spécialistes consacrée à l'événementiel paraît justifiée au Rapporteur spécial pour favoriser la capitalisation d'expériences et de savoir faire. Mais il pense qu'Atout France, qui dispose d'une véritable expertise en matière de promotion du savoir faire français et pourrait obtenir des synergies avec ses propres actions, devrait être davantage associé à ces opérations.

Pour réduire les dépenses publiques, si la recherche de partenariats privés doit être poursuivie, mais laisse peu d'espairs compte tenu de la faiblesse de la culture du mécénat en France et de la préférence des entreprises françaises pour les salons professionnels, **le Rapporteur spécial estime que des opérations**

conjointes avec les comités régionaux du tourisme devraient être recherchées de manière plus systématique.

VII.– L'ANCV, ACTEUR MAJEUR DES POLITIQUES SOCIALES DU TOURISME

L'Agence nationale pour les chèques-vacances est depuis plus de 25 ans est un acteur majeur de la politique sociale du tourisme visant à favoriser l'accès aux vacances pour tous.

L'action de l'établissement public s'appuie sur trois piliers complémentaires :

– le chèque vacances pour les salariés : en 2010, on dénombre 3,4 millions de porteurs et une émission de chèques-vacances de 1,3 milliard d'euros ; le nombre de salariés bénéficiaires de chèques-vacances a connu une croissance de 4 %, soit 131 000 nouveaux utilisateurs.

– les programmes d'action sociale pour les publics en difficulté ;

– la rénovation du parc immobilier du tourisme social.

Les excédents de gestion de l'ANCV sont intégralement consacrés au financement des programmes d'action sociale liés aux vacances. Ils se répartissent entre les aides à la personne et le financement du patrimoine. Le rapport d'activité 2010 fait état d'une augmentation spectaculaire des aides à la personne attribuées (18,20 millions d'euros soit trois fois plus qu'en 2006).

En 2011, une réflexion a été menée avec l'ensemble des partenaires de l'action sur les aides à la personne, visant à définir les grandes orientations prioritaires pour les années à venir.

AIDES ATTRIBUÉES PAR L'ANCV

(en millions d'euros)

| Année | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Aides à la personne | 6,32 | 5,21 | 6,92 | 11,57 | 18,20 |
| Aides à la pierre | 5,99 | 10,38 | 0,00 | 2,49 | 2,80 |
| Total | 12,31 | 15,59 | 6,92 | 14,06 | 21,00 |

Source : Réponses du Gouvernement

A.– LE DISPOSITIF D'EXTENSION DES CHÈQUES-VACANCES AUX ENTREPRISES DE MOINS DE CINQUANTE SALARIÉS

L'extension de ce dispositif concerne 5,8 millions de salariés qui travaillent dans 1,2 million de petites entreprises. Fin 2010, le nombre de porteurs de chèques vacances au sein des entreprises de moins de cinquante salariés était de 45 000. Pour 2011, l'Agence s'est fixé un objectif de 150 000 porteurs.

Pour assurer la promotion de ce dispositif, l'ANCV a conclu des partenariats avec deux types d'opérateurs : des partenaires commerciaux, au nombre de sept, qui participent à la promotion et à la diffusion de chèques vacances et des partenaires prescripteurs qui assurent la promotion du chèque vacances auprès de leurs clients et adhérents à travers leur rôle de conseil auprès des chefs d'entreprise (Ordre des experts comptables, Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air).

En 2011, l'ANCV a cherché à diversifier le réseau des apporteurs d'affaires en privilégiant les opérateurs qui programment une relation client régulière sur des cycles courts et répétitifs de prospection.

B.- L'AIDE AU DÉPART EN VACANCES

Les aides à la personne concernent quatre publics prioritaires : les familles, notamment monoparentales, les jeunes des quartiers, les personnes en situation de handicap et les personnes âgées. L'ANCV finance des programmes d'action sociale permettant à ces publics d'accéder aux vacances à travers de multiples partenariats avec des associations et des collectivités territoriales. Son objectif est de rendre effectif l'accès aux vacances pour tous les citoyens. Plusieurs critères influencent le taux de départ en vacances, tout d'abord l'âge et les revenus par foyer, puis la composition de la famille, le handicap, la précarité, les situations d'exclusion.

Les excédents de gestion 2010 ont permis à 170 000 personnes de bénéficier de ces programmes. L'effort est d'autant plus nécessaire que le taux de départ en vacances parmi nos concitoyens est en érosion continue depuis quelques années.

TAUX DE DÉPART EN VACANCES

| Année | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|-----------------------------|--------|------|--------|--------|--------|
| Ensemble des 15 ans et plus | 70,5 % | 69 % | 68,6 % | 68,2 % | 67,5 % |

Source : *mémento du tourisme 2010*.

Le programme accès aux vacances des seniors a été repris par l'ANCV en 2007. Il consiste en des séjours « tout compris » proposés en dehors des vacances scolaires à des seniors à tarif préférentiel. Les seniors économiquement défavorisés sont susceptibles de bénéficier d'une aide financière de l'ANCV.

NOMBRE DES SENIORS PARTIS EN VACANCES DANS LE CADRE DES ACTIONS DE L'ANCV

| Année | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|---------|------|-------|-------|--------|--------|
| Départs | 900 | 1 600 | 3 000 | 14 000 | 24 000 |

Source : ANCV.

Le chiffre de 45 000 bénéficiaires devrait être atteint en 2011.

En 2010, 76 % des partants ont bénéficié d'une aide de l'ANCV au financement de leur séjour.

C.- LA RÉNOVATION DU PARC IMMOBILIER DU TOURISME SOCIAL : LE FONDS TSI

Les investissements nécessaires à la réhabilitation du patrimoine immobilier du tourisme social ont été évalués à hauteur de 500 millions d'euros sur 10 ans. La contribution de l'ANCV au financement du patrimoine du tourisme social est estimée à 40 millions d'euros sur cinq ans, soit 8 millions d'euros par an répartis en 5 millions d'euros pour le fonds d'investissement pour le financement des équipements du tourisme social (fonds TSI) et 3 millions d'euros pour son programme propre.

L'ANCV et la Caisse des dépôts et consignations ont travaillé à l'élaboration de la structure juridique de Fonds, au rôle de chacun des partenaires dans sa gouvernance ainsi qu'à la définition de son champ d'intervention. Le protocole d'accord pour la constitution du Fonds a été signé le 28 mars 2011.

Le fonds TSI devrait disposer de 150 millions sur cinq ans pour les rénovations du parc immobilier.

VIII.- DES OBJECTIFS ET DES INDICATEURS DE PERFORMANCE QUI N'ONT PAS ÉVOLUÉ

Les objectifs et les indicateurs sont identiques à ceux de l'année dernière.

A.- LE DÉVELOPPEMENT DES PARTENARIATS FINANCIERS D'ATOUT FRANCE

– L'objectif n° 1 *Augmenter la capacité de l'opérateur chargé du développement du tourisme à mobiliser des partenariats financiers* a un unique indicateur *Part du partenariat dans le budget d'Atout France* qui porte sur la capacité d'Atout France à mobiliser des ressources propres au sein de son budget en suscitant des partenariats.

La subvention à Atout France représentant plus de 76 % des crédits du programme, le Rapporteur spécial regrette une évaluation de sa performance à travers ce seul objectif et en particulier **l'absence de tout indicateur sur la stratégie nationale de promotion de la destination France**, mission confiée à Atout France par la loi de développement et de modernisation des services touristiques.

La part des partenariats dans le financement d'Atout France est conforme aux prévisions. Le Rapporteur spécial tient à nouveau à attirer l'attention du Gouvernement sur le fait que **seuls des moyens importants peuvent permettre d'attirer des partenariats** et que d'autre part Atout France remplissant une

mission de service public, ses choix de stratégie doivent être indépendants des financements privés. L'appel au partenariat ne doit en aucun cas justifier le désengagement de l'État.

B.– L'AMÉLIORATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE

L'objectif n° 2 vise à *Favoriser l'amélioration de l'offre touristique pour répondre aux attentes du marché et orienter la demande en accompagnant les démarches qualité.*

La qualité de l'offre d'hébergement étant un des points faibles du secteur du tourisme en France, le Rapporteur spécial juge pertinent l'indicateur relatif à la détention du label « Qualité Tourisme » dans le secteur de l'hôtellerie, mais s'étonne du **manque d'ambition de la cible 2013** (18 % de détenteurs du label en 2012, alors qu'en 2009 17,2 % des établissements l'ont déjà acquis). Il en est de même pour les campings où la cible 2013 est de 12,8 % pour une réalisation 2009 de 12,4 %.

On peut aussi légitimement s'interroger sur le peu d'ambition affiché par la cible 2013 relative au taux d'occupation des établissements labellisés par rapport aux établissements non labellisés.

Le Rapporteur spécial souhaiterait que les autres catégories d'entreprises (lieux de restauration, agences de voyages, lieux de visites, activités sportives...) ayant vocation à recevoir la marque « Qualité Tourisme » soient intégrées dans cet indicateur.

Au regard d'un objectif d'amélioration de l'offre touristique, le Rapporteur spécial regrette que les nouvelles missions d'Atout France relatives à la réforme du classement de l'ensemble des hébergements touristiques ainsi que des offices de tourisme dans le dispositif prévu par la loi de modernisation des services touristiques du 22 juillet 2009 ne fassent l'objet d'aucun indicateur. Comme l'avait préconisé le CIAP, un objectif de taux de reclassement de ces hébergements serait intéressant.

Proposition n° 3 : Créer des indicateurs permettant de mieux appréhender les différentes actions conduites par Atout France, en particulier

- la réussite de sa stratégie de promotion de la destination France et l'avancée des axes prioritaires du programme « France destination 2020 » ;
- l'avancée du classement de l'ensemble des hébergements touristiques ainsi que des offices de tourisme.

C.– LA PERFORMANCE DE LA POLITIQUE SOCIALE DES CHÈQUES VACANCES

L'objectif n° 3 *Évaluer l'impact des mesures fiscales en faveur de l'Agence nationale pour les chèques-vacances* comporte **un indicateur** *Impact des politiques sociales de l'ANCV* qui évalue le nombre cumulé de bénéficiaires des programmes d'action sociale mis en œuvre par l'ANCV. La prévision 2012 fait état de 240 000 bénéficiaires.

Les publics cibles de ces actions sont les familles, notamment monoparentales, et les jeunes en situation d'exclusion économique ou sociale, les personnes en situation de handicap et les personnes âgées.

Le Rapporteur spécial renouvelle son souhait d'un indicateur supplémentaire évaluant la capacité de l'ANCV à accroître la diffusion des chèques vacances, en particulier au sein des entreprises de moins de cinquante salariés.

Proposition n° 4 : Compléter l'objectif 3 par les indicateurs suivants :

- nombre de **nouveaux** bénéficiaires de chèques vacances dans les entreprises de plus de 50 salariés ;
- nombre de bénéficiaires cumulés dans les petites entreprises de moins de 50 salariés.

Enfin, le Rapporteur spécial renouvelle son souhait d'un indicateur fiable sur les dépenses des touristes étrangers en France.

Proposition n° 5 : Créer un indicateur fiable sur les dépenses des touristes étrangers en France.

EXAMEN EN COMMISSION

Au cours de sa séance du lundi 24 octobre 2011 à 17 heures, la Commission examine les crédits du programme Tourisme de la mission Économie.

Après l'exposé du rapporteur spécial, plusieurs intervenants prennent la parole.

M. Jérôme Chartier. Je salue votre travail, monsieur le rapporteur spécial.

Pourriez-vous préciser si le ministère chargé du tourisme a lancé une action spécifique en direction des BRIC – Brésil, Russie, Inde, Chine ? Outre que le nombre de nuitées de ces touristes a augmenté en moyenne d'environ 38 % – tandis que la fréquentation des Américains diminuait de 5 % –, et que leurs dépenses s'accroissent très rapidement, leur pouvoir d'achat est important et ils seront bientôt nos premiers visiteurs. Le nombre de touristes allemands progresse également de manière sensible et l'on ne peut que se féliciter de l'efficacité des discours portant sur l'amitié franco-allemande ainsi que de son impact sur nos voisins. Là encore, des actions spécifiques sont-elles menées afin d'amplifier un tel mouvement ?

En outre, les BRIC étant sensibles à la qualité de l'accueil, le développement de la classification Palace se poursuivra-t-il l'année prochaine ?

M. Jean-Louis Dumont, rapporteur spécial. Si j'ai souligné à plusieurs reprises les qualités de l'agence Atout France, c'est que la promotion de notre tourisme en dépend, et que ses équipes, dont il n'est plus possible de comprimer le nombre, sont qualifiées. En l'occurrence, arrêter l'hémorragie budgétaire s'impose si nous voulons continuer à promouvoir notre pays et à cibler de nouveaux publics. Il est impératif d'agir, les autres pays ne restant pas inactifs et cherchant à attirer de nouvelles clientèles. Atout France accomplit ses missions avec compétences. Veillons donc à ce que les moyens qui lui sont octroyés lui permettent de les mener à bien !

Par ailleurs, la durée des séjours augmente et la population des BRIC est un objectif de l'opérateur.

S'agissant de la classification, les premières opérations qui ont été lancées méritent une attention particulière – notre collègue Jean-Louis Léonard a d'ailleurs déposé une proposition de loi à ce sujet – mais il ne faudrait pas que la poursuite de ce travail soit bloquée par des préfetures qui ne jugeraient pas leur pertinence à l'aune des mêmes critères que nous : efficacité, rapidité, réactivité. Compte tenu de la lenteur administrative qui sied à la majesté de l'État et, donc, à

ses représentants dans les départements, la partie n'est pas gagnée. Nous demeurons donc très attentifs.

Enfin, des efforts doivent être accomplis dans le domaine du haut et du très haut de gamme, y compris à Paris – des investissements seront ainsi réalisés dans des palaces un peu vieillissants afin de les... dépoussiérer.

Pour que la situation continue d'évoluer dans le bon sens, il faut que les professionnels se sentent accompagnés et encouragés : si leur chiffre d'affaires augmente, les retombées n'en seront que plus importantes pour l'État.

M. Camille de Rocca Serra, président. Monsieur le rapporteur spécial, émettez-vous un avis favorable au vote des crédits du programme *Tourisme* ? Je rappelle que les autres rapporteurs spéciaux des crédits de la mission *Économie*, MM. Chartier, Dassault et Mathis ont exprimé un avis favorable à l'adoption de ces crédits.

M. Jean-Louis Dumont, rapporteur spécial. Avec de tels crédits, l'État ne se ruinera pas. Je donne donc un avis favorable dans le contexte que nous connaissons et compte tenu des observations que j'ai formulées.

Je note toutefois que, contrairement à son prédécesseur Hervé Novelli – dont le parcours a été remarquable –, son successeur ne s'implique guère dans la politique du tourisme. Outre que le coup de rabot de 5 % aurait sans doute pu s'appliquer à d'autres budgets, il n'est désormais plus possible d'aller au-delà, tant en ce qui concerne les ressources humaines que la promotion de ce secteur.

Suivant l'avis favorable des rapporteurs spéciaux, MM. Jérôme Chartier, Jean-Louis Dumont, Olivier Dassault et Jean-Claude Mathis, la Commission adopte les crédits de la mission Économie.

ANNEXE 1 :

BILAN DÉTAILLÉ DE L'ANNÉE TOURISTIQUE 2010 POUR LA FRANCE ⁽¹⁾

Après une année 2009 de baisse du tourisme mondial et de récession économique, le tourisme redémarre en 2010.

1.– Les déplacements des Français

En 2010, le taux de départ des Français pour motif personnel a baissé de 2,1 points par rapport à 2009. Néanmoins, les touristes résidents ont sensiblement allongé leurs séjours. Ensuite, la part de l'hébergement marchand s'est accrue. Enfin, la dépense a augmenté fortement (4,9 %). On renoue ainsi avec la divergence entre stabilité, voir recul, des nuitées et la forte croissance des dépenses, régulièrement observée avant la crise. Concernant les départs à l'étranger, le nombre des voyages s'est accru (+ 1,5%), celui des nuitées davantage (+ 3,3 %).

En 2010, le taux de départ des Français en voyage pour motif personnel s'est établi à 75,9 %, en baisse de 2,1 points par rapport à 2009. Le calendrier 2010, avec un nombre de jours fériés et de ponts plus réduit qu'en 2009, n'a eu qu'un effet limité sur la diminution des courts séjours : le recul des départs en mai 2010 est faible par rapport à mai 2009.

La baisse du taux de départ en 2010 concerne toutes les catégories de ménages : les ouvriers (- 3,0 points), les employés (- 3,1 points) et, même s'ils résistent mieux, les ménages dont le chef est un cadre supérieur ou bien exerce une profession intellectuelle supérieure (- 1,5 point).

Le nombre des voyages réalisés en 2010 est mécaniquement en baisse ⁽²⁾ lui aussi (- 2,3 % par rapport à 2009). Contrairement aux années précédentes, le seuil des 200 millions de voyages pour motif personnel n'a pas été atteint (197,5 millions de voyages pour motif personnel en 2010). La baisse est donc sensible après une quasi-stabilité en 2009 (- 0,1 % par rapport à 2008).

Moins de voyages en France, mais un peu plus de voyages à l'étranger

Selon qu'il s'agit de voyages en métropole ou à l'étranger, les évolutions ne sont pas du tout les mêmes : alors que le nombre de voyages en métropole s'est replié de 2,8 %, les Français voyagent de plus en plus à l'étranger : + 1,5 % en 2010 après + 1,0 % en 2009. Néanmoins, la part de ces voyages reste encore limitée (11 %), de sorte que leur hausse ne permet pas de compenser la baisse des voyages en métropole.

La baisse des voyages des Français en 2010 n'est pas uniforme sur l'ensemble de l'année : le recul est plus marqué sur la période estivale : - 3,2 % sur la période « juillet-août » par rapport à la même période de 2009 et - 4,5 % sur la période de mai à septembre. La demande de voyages est toutefois repartie au dernier trimestre 2010 (+ 0,8 %).

La plupart des régions françaises ont pâti du recul des arrivées

La majorité des régions ont pâti du recul de la demande de voyages des Français, en particulier certaines régions emblématiques de l'activité touristique comme PACA, avec une baisse de 5,7 % du nombre de voyages de résidents dans la région en 2010. *A contrario*, quelques régions tirent leur épingle du jeu : la Corse (+ 5,5 %), la Basse-Normandie (+ 3,6 %) ou encore la Lorraine

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

(2) La population de référence pour le calcul du taux de départ n'ayant que très peu évolué.

(+ 6,8 %). Le nombre de voyage des Français est également orienté à la hausse pour la région capitale (+ 1,6 % par rapport à 2009). Avec près de 14 millions de voyages personnels réalisés en 2010, l'Île-de-France est restée dans le trio de tête des régions touristiques préférées des Français, derrière Rhône-Alpes (19,9 millions) et PACA (16,2 millions).

En termes d'espaces touristiques, les campagnes continuent à générer le plus de voyages : un tiers du total, devant les villes et le littoral (*tableau 3*). Les espaces, littoraux (- 4,3 %), ruraux (- 3,7 %) et de montagne hors stations (- 4,4 %) sont en recul. Seules les villes (légère hausse des voyages) et les stations de ski (stabilité), résistent.

La hausse du nombre de voyages à l'étranger a bénéficié à tous les continents sauf l'Afrique

S'agissant des voyages des touristes français à l'étranger, en dehors de l'Afrique, en recul de 5 %, tous les autres continents ont bénéficié de la croissance de leur nombre : l'Europe (+ 2,7 %), mais aussi les destinations plus lointaines, telles l'Amérique (+ 3,3 %) et « l'Asie-Océanie » (+ 5,2 %). Le vieux continent demeure, et de loin, la principale zone de réception, avec 70 % des voyages des Français à l'étranger. L'Espagne reste leur destination étrangère favorite, renforçant même sa position en 2010 (+ 6,4 %). Par ailleurs, bénéficiant d'un change favorable, les Français ont davantage fréquenté la Grande-Bretagne et les États-Unis.

L'allongement de la durée des voyages, surtout à l'étranger, a limité le recul global des nuitées

En 2010, les touristes français ont réalisé un total de 1,14 milliard nuitées au cours de leurs voyages pour motif personnel : 940 millions sur le territoire métropolitain et 205 millions à l'étranger. Du fait de voyages plus longs à l'étranger (9,5 nuitées contre 5,3), la part des nuitées en métropole (82,1 %) est moins élevée que la part des voyages (89,1 %). Comme pour les voyages, l'évolution est à la baisse pour les nuitées : - 1,4 % par rapport à 2009. Selon qu'il s'agit de séjours en métropole ou à l'étranger, les évolutions sont contrastées : un recul plus marqué des nuitées dans le premier cas (- 2,3 %), une hausse, comme pour les voyages, dans le second (+ 3,3 %).

Aussi bien le moindre recul des nuitées par rapport aux voyages en métropole que leur plus forte croissance à l'étranger s'expliquent par un allongement de la durée des séjours (+ 1,0 % au global), plus marqué pour les voyages à l'étranger (+ 1,7 %) qu'en métropole (+ 0,5 %).

La part des nuitées en hébergements marchands a progressé en 2010

Autre signe de reprise, l'évolution des nuitées est plus favorable aux hébergements marchands, aussi bien pour les destinations intérieures qu'à l'étranger. En effet, en 2010, en métropole, les nuitées dans des hébergements marchands n'ont reculé que de 1,6 % contre - 2,7 % pour les nuitées non marchandes et, à l'étranger, les nuitées payantes ont augmenté de 3,5 % contre seulement + 2,9 % pour les autres. Au total, toutes destinations confondues, la fréquentation des hébergements marchands est restée stable quand celle des hébergements non marchands a baissé (- 2,2 %).

En 2010, les Français ont dépensé nettement plus au cours de leurs voyages, surtout en métropole

Enfin, la dépense des touristes français a augmenté fortement (4,9 %). On renoue ainsi avec la situation, régulièrement observée avant la crise, d'une divergence entre stabilité (où recul) des nuitées et forte croissance des dépenses, largement du fait - avant la crise - d'une hausse des prix. Cette situation reflète exclusivement celle des voyages en métropole (près de 90 %). Elle est radicalement différente pour les voyages à l'étranger : leur nombre s'est accru (+ 1,5%), celui des nuitées davantage (+ 3,3 %) et le montant des dépenses plus encore (+ 5,3 %).

2.– Les visiteurs étrangers en France

Dans un contexte de nette reprise du tourisme international en 2010, les arrivées de touristes étrangers en France se sont stabilisées. Un léger allongement des voyages a permis une croissance modérée (+ 0,5 %) du nombre de nuitées par rapport à 2009. **Le dynamisme des arrivées et des nuitées en France des touristes allemands et des BRIC** ⁽¹⁾ contraste avec les difficultés de la plupart des autres clientèles, notamment européennes.

Nette reprise du tourisme international en 2010, stabilisation pour la France et l'Espagne

La reprise du tourisme mondial ⁽²⁾ est forte en 2010 avec une hausse des arrivées internationales de 7 % par rapport à 2009. Elle profite surtout à l'Asie (+ 13 %) et, dans une moindre mesure, à l'Amérique (+ 8 %), l'Europe (+ 3 %) étant le continent où la reprise est la moins dynamique.

La France a accueilli 76,8 millions de touristes étrangers en 2010, comme en 2009 à un millier près. Toutefois, le nombre des nuitées passées en France par ces touristes (515 millions) est en légère croissance : 2,7 millions de plus qu'en 2009, soit une hausse de 0,5 %. Cette hausse résulte donc de l'allongement – mesuré – de la durée moyenne des voyages des touristes étrangers en France ⁽³⁾.

Légère baisse de la dépense des touristes étrangers après deux années de très fort recul

En revanche, le nombre des nuitées en hébergement marchand a légèrement diminué (– 0,7 %), donc leur part dans l'ensemble des nuitées (68,2 %) également. Ce recul a contribué à la baisse de la dépense journalière moyenne des touristes étrangers sur le territoire : celle-ci, de l'ordre de 60 euros, s'est réduite, de moins d'un euro (– 1,1 %). La hausse des nuitées a limité l'impact de cette contraction sur la dépense totale des touristes étrangers : elle est passée de 30,6 milliards à 30,4 milliards entre 2009 et 2010 ⁽⁴⁾, soit une baisse de 0,6 %. Il s'agit ainsi d'une stabilisation après deux années de très forte baisse : près de 12 % entre 2007 et 2009. Ces résultats recouvrent de très fortes disparités selon le pays d'origine des touristes, dans un contexte de sortie de crise différencié selon les économies.

Fort rebond des clientèles allemandes et des BRIC

Fait majeur de l'année 2010, l'Allemagne et les BRIC se détachent par leur très forte contribution à l'activité touristique des étrangers en France :

– Les touristes *allemands* sont venus en France beaucoup plus nombreux qu'en 2009 (+ 6,4 %), contribuant ainsi pour l'essentiel à l'accroissement du nombre des nuitées. Même si leurs séjours ne se sont que peu allongés et la part des nuitées en hébergement marchand s'est réduite, expliquant pour partie le léger recul de la dépense journalière (– 1,7 %), la croissance des nuitées (+ 7,3 %) et des dépenses (+ 5,5 %) est très vive.

– Grâce à une très forte croissance de leurs arrivées (+ 32,6 %) et de leurs nuitées (+ 31,1 %), les touristes en provenance des *BRIC* ont pratiquement contribué à hauteur de la clientèle allemande, malgré leur poids encore limité. Avec l'augmentation des dépenses journalières (+ 5,0 %), l'accroissement en 2010 de la dépense totale en France de cette clientèle est impressionnant (+ 37,6 %).

(1) Brésil, Russie, Inde, Chine.

(2) Au moins une nuit sur le territoire métropolitain, par opposition aux excursionnistes.

(3) 6,7 jours en 2010.

(4) Avec la prise en compte des excursionnistes, la dépense 2010 des visiteurs étrangers atteint 35,1 Milliards d'euros, contre 35,5 milliards en 2009, en recul de 1,2 %.

Nouveaux reculs des autres clientèles européennes ...

Ainsi, l'activité du tourisme international en France aurait-elle été dynamique en 2010 sans les nouveaux reculs d'autres clientèles, en premier lieu d'Europe. En effet, hors l'Allemagne et la Russie (on pourrait ajouter les pays d'Europe centrale, dont les arrivées sont en nette croissance), les arrivées des clientèles européennes reculent de 2,0% et les nuitées d'autant (- 1,9 %), la durée des séjours stagnant. Le recul de la dépense de ces clientèles est beaucoup plus important encore (- 5,1 %), du fait de la baisse de la dépense par nuitée (- 3,3 %) : sur 1 Md de perte de recette par rapport à 2009, ce tassement de la dépense journalière en explique 600 millions. La baisse de la part des nuitées en hébergement marchand y a contribué.

La clientèle *britannique*⁽¹⁾, dont les arrivées reculent encore en 2010 (- 1,0 %), mais plus modérément que les deux années antérieures, a limité à 0,2 point sa contribution à la baisse du tourisme des européens en France. Les touristes britanniques ont fortement allongé leurs séjours en 2010, de sorte que le nombre de leurs nuitées en France a augmenté, de près de 1 %. Cela ne suffit pas, cependant, à maintenir leurs dépenses : celles-ci reculent de 2,3 %, les touristes britanniques comprimant fortement leurs dépenses quotidiennes alors même que la part de leurs nuitées en hébergement marchand s'accroît.

Les arrivées en provenance du *Benelux*, dont la clientèle a un poids proche de celui de la clientèle allemande (14,8 % des arrivées étrangères), sont en forte baisse (- 2,6 %), de même que les nuitées (- 2,9 %) et la dépense (- 2,6 %). La clientèle des *Pays-Bas* (proche elle aussi en poids des clientèles allemande et *belgo-luxembourgeoise*) réduit plus fortement encore ses arrivées mais rallonge sensiblement la durée des séjours, de sorte que le recul des nuitées n'est que de 0,5 %. La part des nuitées marchandes s'accroissant et, en lien, la dépense journalière, la dépense totale des touristes bataves augmente, de 1,3 %.

... notamment des pays confrontés à de graves difficultés de soutenabilité de leurs finances publiques

Ensemble, *Irlande, Portugal et Grèce*, pays confrontés à de graves difficultés de soutenabilité de leurs finances publiques, contribuent significativement à la baisse de l'activité touristique en France (- 0,6 point de croissance, soit davantage que de grosses clientèles comme le *Benelux* ou l'Espagne), alors même que leur poids est faible dans l'ensemble des touristes étrangers en France. En effet, globalement, le recul de ces clientèles est brutal en 2010 : - 13 % pour les arrivées, - 19 % pour les nuitées, la durée des séjours se contractant fortement, et - 17 % pour les dépenses. Les arrivées en provenance d'*Espagne*, pays confronté à des difficultés de même nature, se stabilisent. Toutefois, les touristes espagnols réduisent fortement leurs durées de séjours en France, ce qui se solde par une importante baisse des nuitées (- 6,6 %) donc de leur dépense totale (- 5,3 %).

Bilan contrasté pour les clientèles plus lointaines

La clientèle des *États-Unis*, malgré des arrivées en fort recul (- 5,0 %) est, comme celle des *Pays-Bas*, finalement contributive en termes de dépenses : grâce à des durées de séjours en hausse sensible (+ 2,9 %), elle limite la baisse des nuitées (- 2,3 %) ; en outre, une importante hausse des dépenses par nuitée (+ 4,0 %) assure au final un accroissement de la dépense totale (+ 1,7 %).

Les clientèles *africaines* arrivent nettement moins nombreuses mais rallongent fortement leurs séjours (pourtant déjà deux fois plus longs que les autres clientèles). La baisse des nuitées est donc limitée et la dépense totale en légère hausse.

3.– La fréquentation des hébergements touristiques

3.1 L'hôtellerie de tourisme

(1) *Qui reste la première en termes d'arrivées et de nuitées par pays.*

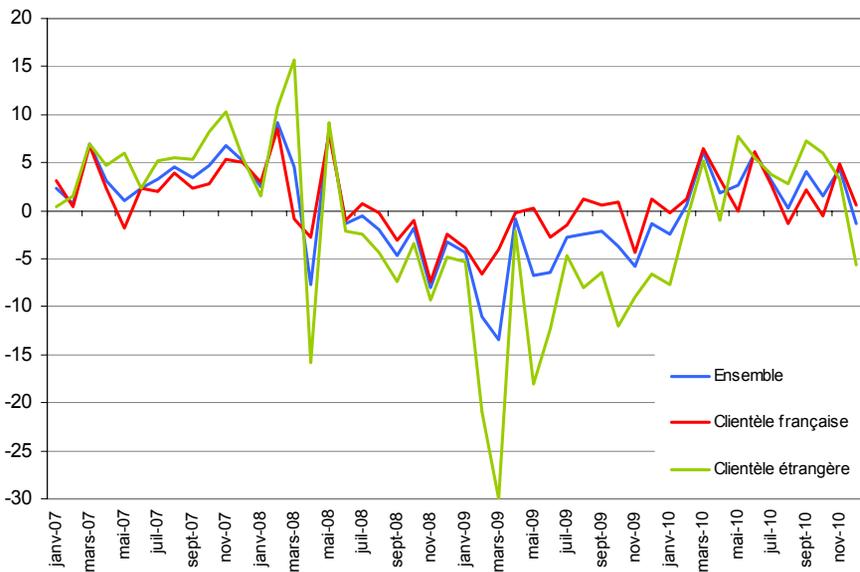
La fréquentation hôtelière, tirée par la reprise du tourisme d'affaires, est repartie à la hausse en 2010

La fréquentation hôtelière est repartie à la hausse en 2010 avec une croissance du volume des nuitées de 2,3 % par rapport à 2009, tirée par la reprise du tourisme d'affaires (+ 4,6 %) plus touché que le tourisme de loisir par la crise économique en 2009 (- 6,2 % contre - 3,9 %). Ainsi en 2010, ce dernier a représenté 43,9 % de l'ensemble des 192,2 millions de nuitées réalisées dans les hôtels métropolitains. Néanmoins, la hausse de la fréquentation hôtelière n'a pas permis d'effacer complètement la forte baisse enregistrée en 2009 (- 4,9%) qui avait largement entamé le record de nuitées de 2008 (197,6 millions).

En 2010, seuls les mois de janvier (- 2,3 %) et de décembre (- 1,3 %), traditionnellement creux pour l'activité hôtelière, ont été en recul par rapport à 2009 alors que la fréquentation avait été en recul chaque mois de l'année 2009 (*graphique 1*). La fréquentation a évolué favorablement au cours des dix autres mois de l'année 2010, en particulier au cours de la saison pré-estivale et estivale (+ 2,9 % entre mai-septembre 2010 et la même période de 2009). Néanmoins, entre un début d'été prometteur (+ 5,9 % en juin et + 2,9 % en juillet) et une bonne fin de saison (+ 3,8 % en septembre), le mois d'août a plutôt été en demi-teinte (+ 0,2 %).

GRAPHIQUE 1 : ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION HÔTELIÈRE DEPUIS 2007

(Glissement annuel* en %)



Sources : Insee, DGCIIS, partenaires régionaux.

* Nombre de nuitées d'un mois m de l'année n rapporté au nombre de nuitées du même mois m de l'année n-1.

Retour des clientèles étrangères, en particulier des clientèles lointaines

La fréquentation de la *clientèle française* s'est accrue de 2,0 % en 2010 après - 1,4 % en 2009 (tableau 1). Toutefois, si elle a davantage contribué à la progression globale des nuitées que les clientèles étrangères (1,3 point contre 1,0 point), c'est en raison du volume important de ses nuitées (deux tiers du total).

L'année 2010 a été marquée par le retour des clientèles étrangères (+ 2,8 %) dont le recul, lié à la crise économique mondiale, avait été très fort en 2009 (- 11,1 %). L'embellie a été particulièrement marquée entre mai et septembre (+ 5,0 % en moyenne par rapport à 2009). En avril, l'éruption du volcan islandais Eyjafjöll a eu un impact sur l'évolution de la fréquentation étrangère (- 2,2 %).

Les évolutions des clientèles européennes et des clientèles lointaines sont contrastées. La fréquentation des *clientèles lointaines*, en particulier en provenance des économies émergentes, a enregistré des progressions à deux chiffres : + 45,1 % pour les nuitées des touristes chinois, + 28,1 % pour celles des Russes ou des Sud-américains ou encore + 23,0 % pour celles des touristes du Proche et Moyen-Orient. L'augmentation des nuitées des clientèles lointaines plus traditionnelles, comme le Japon et les États-Unis, est plus mesurée (respectivement + 3,8 % et + 3,3 %).

En dehors de la clientèle russe, la fréquentation des *clientèles européennes* (près des trois quarts des clients étrangers) est moins bien orientée, et 2010 apparaît comme une année blanche. Néanmoins, là aussi les situations diffèrent suivant les pays : la fréquentation britannique n'a cessé de diminuer au cours de l'année (- 6,7 % par rapport à 2009), directement impactée par la dépréciation de la livre sterling vis-à-vis de l'euro. La clientèle britannique reste néanmoins la première clientèle étrangère en 2010 avec près de onze millions de nuitées. D'autres clientèles européennes parmi les plus importantes sont aussi en recul : les clientèles néerlandaise (- 7,1 %), belge (- 1,9 %), italienne (- 1,8 %) et suisse (- 1,3 %). A contrario, les clientèles allemandes et espagnoles ont réalisé davantage de nuitées qu'en 2009 (respectivement + 1,6 % et + 3,3 %), ainsi que les clientèles d'Europe du Nord (+ 9,6 %).

TABLEAU 1 : ÉVOLUTION 2010/2009 DES NUITÉES SELON LE PAYS DE RÉSIDENCE DE LA CLIENTÈLE

(en %)

| Pays de résidence | Évolution des nuitées 2010/2009 | Poids des clientèles (nuitées en 2010) | |
|---|------------------------------------|--|--------------|
| Total | 2,3 | 100,0 | |
| France | 2,0 | 66,2 | |
| Étranger | 2,8 | 33,8 | 100,0 |
| Europe | - 0,2 | | 73,1 |
| Dont Royaume-Uni | - 6,7 | | 16,6 |
| Italie | - 1,8 | | 9,8 |
| Allemagne | 1,6 | | 9,2 |
| Espagne | 3,3 | | 7,8 |
| Belgique | - 1,9 | | 8,1 |
| Pays-Bas | - 7,1 | | 5,0 |
| Suisse | - 1,3 | | 3,7 |
| Danemark, Suède, Norvège, Finlande, Islande | 9,6 | | 2,7 |
| Russie | 28,1 | | 2,5 |
| Amériques | 8,9 | | 13,7 |
| États-Unis | 3,3 | | 8,8 |
| Amérique centrale et du Sud | 28,1 | | 3,4 |
| Asie et Océanie | 16,0 | | 11,5 |
| Chine | 45,1 | | 1,8 |
| Japon | 3,8 | | 3,8 |
| Proche et Moyen- Orient (y.c.Égypte) | 23,0 | | 2,1 |

Sources : Insee, DGCIIS, partenaires régionaux.

La région capitale en tête de la hausse de fréquentation

La hausse de la fréquentation en 2010 a surtout bénéficié aux espaces urbains (nuitées en hausse de + 3,6 %), l'Île-de-France en tête (+ 5,7 %). La région capitale, qui totalise 34 % des nuitées métropolitaines, a été la première contributrice (+ 1,9 point) à la croissance globale. La crise économique mondiale avait lourdement pesé sur la fréquentation hôtelière de la région en 2009 (- 5,9 %). Si les clientèles étrangères ont continué à être plus nombreuses dans les hôtels franciliens en 2010 (51,4 % de l'ensemble, + 3,1 % par rapport à 2009), la clientèle française, en particulier pour tourisme d'affaires, a fait la différence en 2010 (+ 8,6 % par rapport à 2009).

TABLEAU 2 : ÉVOLUTION 2010/2009 DES NUITÉES DANS LES RÉGIONS

| | Évolution des nuitées 2010/2009 (en %) | | | Contribution à l'évolution totale des nuitées |
|----------------------------|--|------------|------------|---|
| | Total | Français | Étrangers | |
| France | 2,3 | 2,0 | 2,8 | 2,3 |
| Alsace | 1,5 | - 0,1 | 4,2 | 0,0 |
| Aquitaine | 2,1 | 1,4 | 6,4 | 0,1 |
| Auvergne | 1,2 | 0,8 | 5,2 | 0,0 |
| Basse-Normandie | 0,9 | 0,4 | 3,0 | 0,0 |
| Bourgogne | 5,2 | 4,1 | 7,8 | 0,1 |
| Bretagne | - 1,0 | - 1,7 | 3,0 | 0,0 |
| Centre | - 0,3 | - 0,8 | 1,4 | 0,0 |
| Champagne-Ardenne | 0,9 | 0,8 | 1,1 | 0,0 |
| Corse | 3,3 | 5,5 | - 2,6 | 0,0 |
| Franche-Comté | 1,7 | 1,9 | 0,6 | 0,0 |
| Haute-Normandie | - 3,8 | - 4,2 | - 1,9 | - 0,1 |
| Île-de-France | 5,7 | 8,6 | 3,1 | 1,9 |
| Languedoc-Roussillon | 1,5 | 1,3 | 2,6 | 0,0 |
| Limousin | - 0,7 | - 0,1 | - 5,5 | 0,0 |
| Lorraine | 1,8 | - 0,4 | 10,5 | 0,0 |
| Midi-Pyrénées | - 2,2 | - 3,9 | 1,5 | - 0,1 |
| Nord-Pas-de-Calais | - 1,1 | - 0,5 | - 2,8 | 0,0 |
| Pays de la Loire | - 1,2 | - 1,5 | 1,6 | 0,0 |
| Picardie | - 0,5 | 1,5 | - 7,1 | 0,0 |
| Poitou-Charentes | - 2,9 | - 4,1 | 8,8 | - 0,1 |
| Provence-Alpes-Côte d'Azur | 2,7 | 2,0 | 4,2 | 0,2 |
| Rhône-Alpes | - 0,6 | - 0,5 | - 0,9 | - 0,1 |

Source : Insee, DGCIS, partenaires régionaux.

Note de lecture : La contribution d'une région à l'évolution totale des nuitées est obtenue en multipliant son taux d'évolution par son poids en nuitées. En 2010, le nombre de nuitées en Île-de-France a augmenté de 5,7 % par rapport à 2009 et la région contribue à 1,9 point de hausse. A contrario, le nombre de nuitées a diminué de 3,8 % en Haute-Normandie et la région contribue à 0,1 point de baisse.

La Bourgogne a aussi tiré son épingle du jeu (+ 5,2 %) mais avec un impact beaucoup plus limité sur la croissance globale (+ 0,1 point). En Lorraine (+ 1,8 %), le centre Pompidou-Metz, depuis son ouverture mi-mai, a participé à la forte croissance de la fréquentation étrangère (+ 10,5 %) dans les hôtels de la région.

Dans ce contexte favorable, les baisses de fréquentation, qui concernent plutôt les régions à l'ouest du territoire mais aussi les espaces de montagne (- 2,1 %), sont peu marquées (tableau 3).

TABLEAU 3 : ÉVOLUTION ET POIDS DES NUITÉES PAR ESPACE TOURISTIQUE

(en %)

| | Évolution des nuitées 2010/2009 | | | Poids des nuitées 2010 | | |
|-----------------|---------------------------------|------------|------------|------------------------|-------------|-------------|
| | Total | Français | Étrangers | Total | Français | Étrangers |
| Littoral | 0,9 | -0,4 | 4,2 | 17,4 | 71,8 | 28,2 |
| Montagne | -2,1 | -2,3 | -1,5 | 6,4 | 73,4 | 26,6 |
| Rural | -0,4 | -1,2 | 2,5 | 11,2 | 76,6 | 23,4 |
| Urbain | 3,6 | 4,0 | 2,8 | 65,1 | 62,2 | 37,8 |
| Ensemble | 2,3 | 2,0 | 2,8 | 100,0 | 66,2 | 33,8 |

Sources : Insee, DGCS, partenaires régionaux.

Fort dynamisme de l'hôtellerie haut de gamme

Le taux d'occupation des hôtels, qui rapporte le nombre de chambres occupées au nombre de chambres offertes, s'établit à 59,4 % en 2010 (tableau 4), en hausse de 1,3 point par rapport à 2009, sans toutefois atteindre le taux record de 2007 (61,9 %). Plus précisément, le parc de chambres offertes a été globalement stable (-0,1 %) et la hausse du taux d'occupation s'explique par la croissance de la demande de chambres (+2,2 %).

En pratique, si toutes les catégories d'hôtels ont profité de la hausse, le milieu de gamme (3 étoiles) et le haut de gamme (4 étoiles, 4 étoiles luxe et 5 étoiles), avec des taux d'occupation en hausse de +2,1 points et +4,1 points, ont mieux tiré leur épingle du jeu que l'hôtellerie économique (+0,4 point). Dans les hôtels 0, 1 et 2 étoiles, l'offre et la demande de chambres ont diminué, et la hausse du taux provient d'une moindre baisse de la demande.

TABLEAU 4 : ÉVOLUTION DU TAUX D'OCCUPATION ET DES NUITÉES PAR CATÉGORIE D'HÔTELS

| | Taux d'occupation | Évolution 2010/2009 (en points de %) | nuitées Répartition en 2010 (en %) | Évolution 2010/2009 (en points de %) |
|------------------------|-------------------|--------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|
| | Année 2010 (en %) | | | |
| Catégories d'hôtels | | | | |
| 0 et 1 étoile | 60,4 | 0,7 | 18,3 | 0,3 |
| 2 étoiles | 56,7 | 0,3 | 39,5 | -0,7 |
| 3 étoiles | 60,5 | 2,1 | 29,4 | 3,7 |
| 4, 4 luxe et 5 étoiles | 65,1 | 4,1 | 12,8 | 11,9 |
| Ensemble | 59,4 | 1,3 | 100,0 | 2,3 |

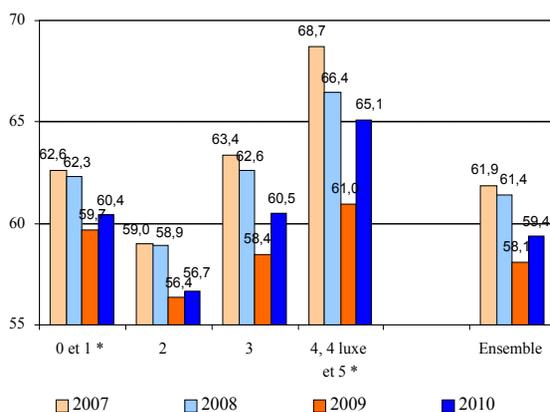
Sources : Insee, DGCS, partenaires régionaux.

Avertissement : l'ancienne et la nouvelle nomenclature du classement hôtelier (respectivement "de 0 à 4 étoiles et 4 étoiles luxe" et "de 1 à 5 étoiles") continuent d'exister en parallèle jusqu'à la fin de la mise en place du nouveau classement, prévue en juillet 2012. Aussi pendant la période transitoire, il convient d'être prudent sur les commentaires portant sur des évolutions.

Au contraire, dans le milieu et surtout dans le haut de gamme, offre et demande de chambres ont progressé. Timide sur le milieu de gamme, où c'est surtout la demande qui a été moteur, la double dynamique offre-demande est une caractéristique de la bonne santé de l'hôtellerie de luxe (taux d'occupation de 65,1 %, le plus élevé) : l'extension notable de l'offre de chambres (+4,6 %) répond à une demande en très forte croissance en 2010 (+11,6 %). En 2010, le volume de nuitées a ainsi très fortement augmenté dans le haut de gamme (+11,9 %), et le secteur totalise désormais une nuitée hôtelière sur huit (contre une sur neuf en 2009).

Le fort attrait des clientèles étrangères pour le haut de gamme est une autre de ses caractéristiques : leur présence y est deux fois plus importante (61,7 %) que dans les autres catégories d'hôtels (29,6 %). Les clientèles lointaines représentent plus de 40 % des nuitées des clientèles étrangères dans le haut de gamme.

GRAPHIQUE 2 : TAUX D'OCCUPATION (%) DES HÔTELS PAR CATÉGORIE DEPUIS 2007



Sources : Insee, DGClS, partenaires régionaux.

3.2 Fréquentation dans l'hôtellerie de plein air.

Les campings poursuivent leur progression

En 2010, avec 103,8 millions de nuitées entre mai et septembre, l'hôtellerie de plein air voit sa fréquentation croître de 0,9 % par rapport à 2009 après une progression de 4,2 % en 2009. La bonne saison du camping a été réalisée grâce à la fois à la clientèle française et étrangère en hausse respectivement de +0,8 % et de 1,0 %.

Ce sont les catégories de camping trois et quatre étoiles qui ont bénéficié de cette hausse de fréquentation. Dans les campings 1 et 2 étoiles, la fréquentation diminue par rapport à 2009. C'est la clientèle française qui a délaissé ces catégories, alors que la fréquentation étrangère a baissé dans les deux et quatre étoiles.

Les campings haut de gamme (3 et 4 étoiles) regroupent plus de 70 % des nuitées et accueillent quasiment 40 % de clientèle étrangère. La fréquentation des 3 et 4 étoiles augmente de respectivement +2,0% et +2,6 %. Depuis plusieurs années, l'offre évolue : le haut de gamme est fortement sollicité et notamment les emplacements équipés d'un hébergement léger. La fréquentation continue à progresser fortement sur les emplacements locatifs (+7,5 %) tandis qu'elle baisse sur les emplacements nus (-3,3 %).

En 2010, le taux d'occupation des campings s'établit sur la saison à 34,9 %, et augmente de 0,3 point par rapport à 2009. Il croît pour les catégories haut de gamme, respectivement +0,6 pour les trois étoiles et +1,2 % pour les quatre étoiles. On constate toujours une forte disparité entre type d'emplacement : le taux d'occupation atteint 52 % pour les emplacements équipés contre 29,5 % pour les emplacements nus.

Pour l'hôtellerie de plein air, la clientèle étrangère est essentiellement européenne. Elle est en hausse en 2010 de 2,1 % par rapport à 2009. La principale clientèle des campings est néerlandaise. Elle représente à elle seule 43 % des nuitées étrangères. En 2010, sa fréquentation augmente de 2,1 %, avec une croissance très forte en mai.

Les Britanniques reprennent la deuxième place, avec une croissance des nuitées de 4,9% par rapport à 2009, notamment en juin et en août. La fréquentation allemande diminue en 2010 de 0,3 % par rapport à 2009. Les autres clientèles européennes sont en hausse modérée en 2010.

TABLEAU 5 : PARC ET FRÉQUENTATION DES CAMPINGS

| Catégorie | Parc | | Fréquentation | | Taux d'occupation | |
|-----------------|---|----------------------------|---|----------------------------|---------------------|---------------------------------|
| | Nombre d'emplacements Au 1 ^{er} janvier 2011 | Évolution 2009-2010 (en %) | Nombre de nuitées en 2010 (en millions) | Évolution 2009-2010 (en %) | Taux en 2010 (en %) | Évolution 2009-2010 (en points) |
| 0 et 1 étoiles | 47 699 | - 2,8 | 4,2 | - 3,3 | 25,8 | - 0,6 |
| 2 étoiles | 237 307 | - 1,8 | 25,1 | - 2,4 | 29,2 | - 0,5 |
| 3 étoiles | 267 763 | - 0,7 | 42,6 | 2,0 | 35,6 | 0,6 |
| 4 étoiles | 147 176 | 0,0 | 32,0 | 2,6 | 44,1 | 1,1 |
| Ensemble | 699 945 | - 1,0 | 103,8 | 0,9 | 34,9 | 0,3 |

Sources : Insee, DGCIS, enquêtes de fréquentation dans les campings.

Dans les campings, la saison d'été 2010 a été très positive pour le littoral atlantique. L'activité touristique a été particulièrement favorable en Aquitaine, dans les Pays de la Loire et en Basse-Normandie grâce, notamment à une présence plus importante des touristes étrangers. Seul le Poitou-Charentes fait exception : son image aura sans doute été affectée ponctuellement par les ravages de la tempête Xynthia fin février 2010. Les étrangers y sont certes venus en nombre, mais pas suffisamment pour combler le recul de la fréquentation des Français.

La fréquentation sur le littoral méditerranéen diminue en 2010 : les campings de la région Paca comptent 3,6 % de nuitées en moins. Cette désaffection est le fait des touristes français comme des touristes étrangers. En Languedoc-Roussillon et en Corse, la fréquentation est restée proche du niveau atteint en 2009.

La saison 2010 a également été favorable en montagne : 1,7 % de nuitées supplémentaires pour l'ensemble des massifs et 3,2 % en plus pour les touristes en provenance de l'étranger. L'espace rural et l'espace urbain ont enregistré respectivement des hausses de 2,5 % et 2,2 %.

3.3 Résidences de tourisme

Le secteur des résidences de tourisme se développe fortement depuis dix ans. Il atteint près de 670 000 lits au 1^{er} janvier 2010. Les résidences sont principalement situées sur le littoral et en montagne (40 % de la capacité pour chacune de ces catégories). Elles se développent aussi en villes.

Selon le SNRT (Syndicat National des Résidences de Tourisme et de l'Hébergement Saisonnier), l'activité des résidences de tourisme s'est maintenue en 2010. Sur la saison d'hiver 2009-2010, le taux d'occupation s'est élevé à 61 %, légèrement supérieur aux deux dernières années. La proportion de clients étrangers (anglais, belges, néerlandais, allemands) est restée basse (24 %) par rapport à ce qui était observé il y a quelques années. En montagne, le taux d'occupation moyen atteint 72 %, supérieur à ceux de 2009 et de 2008, qui avait été de bonnes saisons. Dans les résidences urbaines, la baisse d'activité qui avait été nette en 2009 se prolonge.

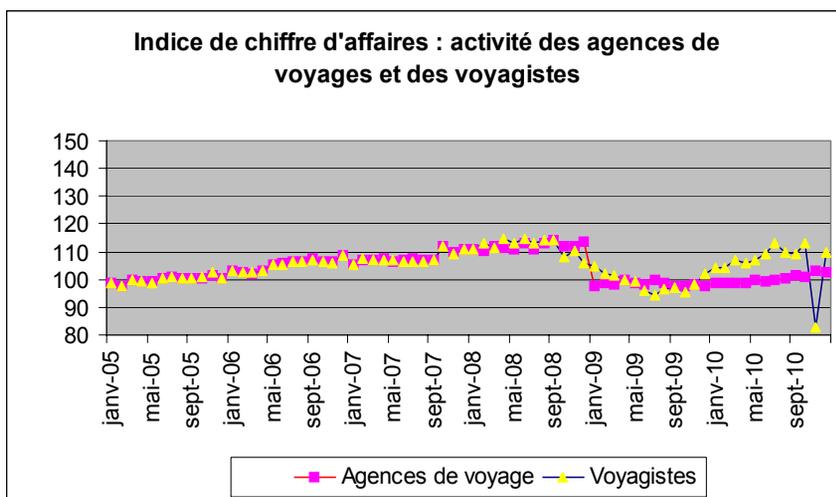
La saison d'été 2010 s'est maintenue par rapport à 2009, avec un taux d'occupation moyen de 68 % aura été finalement une saison touristique satisfaisante. Les vacances d'été ont été préservées bien que les budgets soient de plus en plus serrés. La durée moyenne de séjour reste à 7,5 jours. La proportion d'étrangers retrouve son niveau de 2008, 23 % avec un retour des Allemands

et des Néerlandais. Sur le littoral, la Côte d'Azur, le Languedoc-Roussillon et la Côte Aquitaine ont fait de très bons scores et ont vu le retour des clientèles étrangères qui avaient manqué en 2009 (Italiens, Allemands).

4.– Agences de voyages et tour-opérateurs

Selon le baromètre du CETO (Association de tour-opérateurs), du 1^{er} novembre 2009 au 31 octobre 2010, le nombre de voyages a augmenté de 5,6 % par rapport aux douze mois précédents. Le nombre de clients en vols secs continue à progresser sensiblement, de + 11 %, tandis que les voyages à forfait augmentent de 2,7 %. Le chiffre d'affaires augmente globalement de 2,6 %, mais de 9,5 % pour les vols secs. Le CETO constate une diminution de la recette unitaire de 2,8 % en 2010 par rapport à l'année dernière, indiquant la sensibilité des clients à l'effet prix.

En 2010, selon les indices Insee de chiffre d'affaires, l'activité des **agences de voyages** a progressé en valeur de 1,2 % en moyenne par rapport à l'année précédente et celle des **voyagistes** de 7,3 %. Cette augmentation ne compense pas la forte baisse de 2009.



Source : Insee.

ANNEXE 2 :

LISTE DES AUDITIONS RÉALISÉES PAR LE RAPPORTEUR SPÉCIAL

– M. Philippe Kaspi, directeur de l'Agence nationale pour les chèques-vacances (ANCV)

– M. Marc Aouston, vice-président du « Group Communications-Brand & Innovation » chez Lafarge, représentant le président directeur général du groupe Lafarge, M. Bruno Lafont, aux conseils d'administration et d'orientation de la COFRES, en qualité de personnalité qualifiée

– M. José Frèches, président de la Compagnie française pour l'Exposition universelle de Shanghai 2010 et M. Florent Vaillot, directeur du pavillon France.

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

– M. Luc Rousseau, directeur général de la compétitivité, de l'industrie et des services (DGCIS), accompagné de M. Jacques Augustin, sous-directeur du tourisme, M. Pascal Rogard, sous-directeur Europe et partenariats internationaux, Mme Lucile Prévot, chef du bureau des affaires budgétaires et financières et Mme Laure Latrille, chargée d'analyse budgétaire sur le programme 223