

N° 2260

ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

QUATORZIÈME LÉGISLATURE

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 9 octobre 2014.

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 2015** (n° 2234),

PAR Mme VALÉRIE RABAULT,
Rapporteuse Générale
Députée

ANNEXE N° 2

ACTION EXTÉRIEURE DE L'ÉTAT : TOURISME

Rapporteur spécial : M. Éric WOERTH

Député

SOMMAIRE

Pages

INTRODUCTION	7
I. DES PROFESSIONNELS DU TOURISME DÉSTABILISÉS PAR LES CHANGEMENTS MINISTÉRIELS SUCCESSIFS DEPUIS DEUX ANS	9
1. Trois ministres	9
2. Quatre secrétaires d'État	9
II. LE TOURISME EN 2015 MARQUÉ PAR UN NOUVEAU RATTACHEMENT MINISTÉRIEL	10
1. Pour la première fois sous la V ^e République, les crédits du tourisme sont rattachés à titre principal au ministère des Affaires étrangères.....	10
2. Une dynamique nouvelle devrait en découler, ce dont le Rapporteur spécial se félicite.....	10
3. Cependant le partage des compétences entre le ministère des Affaires étrangères et le ministère de l'Économie doit être organisé	11
III. LES CRÉDITS DU TOURISME SONT SCINDÉS ENTRE DEUX MISSIONS..	12
A. LES CRÉDITS DE LA MISSION <i>ACTION EXTÉRIEURE DE L'ÉTAT</i> : LA SUBVENTION À ATOUT FRANCE.....	12
B. LES CRÉDITS DE LA MISSION <i>ÉCONOMIE</i> CONSACRÉS AU TOURISME	12
1. Des dépenses de fonctionnement consacrées aux études et enquêtes statistiques..	13
2. Des dépenses d'intervention inférieures à 3 millions d'euros	14
C. UN NOUVEL INDICATEUR DE PERFORMANCE	15
1. L'indicateur Promotion de l'attractivité de la France	15
2. L'indicateur Impact des politiques sociales de l'ANCV	15
D. LE DOCUMENT DE POLITIQUE TRANSVERSALE.....	16
IV. RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ DE LA FRANCE : UN ENJEU ÉCONOMIQUE DE PREMIER PLAN	17
1. Une zone d'influence agrandie et des ambassadeurs fortement impliqués.....	17
2. Le conseil de la promotion du tourisme.....	17
3. L'opération « Goût de France – Good France ».	18
4. Réduire les délais d'obtention des visas	18
5. Étendre l'ouverture des magasins le dimanche.....	18
6. Être vigilant aux signaux d'alerte du secteur de l'hôtellerie-restauration	19
7. Rendre les aéroports français plus compétitifs	20

V. ATOUT FRANCE EST UN ACTEUR ESSENTIEL	21
1. Une subvention désormais rattachée à un programme du ministère des Affaires étrangères	22
2. Le budget 2014 montre la faiblesse des fonds propres qui peuvent être consacrés par Atout France à la promotion.....	22
3. Promouvoir la marque France et créer de nouvelles destinations à visibilité internationale.....	24
4. Préserver les activités d’Atout France en direction des professionnels du tourisme français est aussi une priorité.....	25
VI. LA RÉFORME DE LA TAXE DE SÉJOUR DEVRAIT VOIR LE JOUR	25
A. LE DISPOSITIF ACTUEL	25
B. LES PRÉCONISATIONS DE LA MEC SUR LA FISCALITÉ DES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES.....	28
C. LA RÉFORME DE LA TAXE DE SEJOUR DANS LE CADRE DU PLFR POUR 2014.....	30
1. Des dispositions introduites en première lecture sans attendre les conclusions de la MEC et sans concertation avec les professionnels.....	30
2. Le débat en nouvelle lecture a conduit à renvoyer la réforme au projet de loi de finances pour 2015	31
D. LES PROPOSITIONS ENVISAGÉES DANS LE CADRE DU PLF 2015	32
1. Le Quai d’Orsay a piloté une concertation avec les professionnels du tourisme ...	32
2. Les propositions du Rapporteur spécial.....	32
a. Revenir à la grille tarifaire proposée par la MEC.....	32
b. Simplifier les exonérations.....	33
c. Introduire un tarif en fonction du prix de la nuitée lorsque l’hébergement n’est pas classé.....	33
d. Revenir sur les dispositions de la loi Alur	33
e. Offrir aux communes la possibilité de s’adresser aux services fiscaux pour collecter la taxe.....	34
VII. LA TAXATION DES SITES INTERNET DE LOCATION DE COURTE DURÉE	34
1. La location de logements à des fins touristiques par les particuliers est devenue une composante majeure et indispensable de l’offre nationale d’hébergement.....	34
2. qui se développe significativement grâce aux plates-formes collaboratives	35
3. mais nécessite un cadre juridique adapté et évolutif.....	36
a. Le régime juridique.....	36
b. Le régime fiscal	37
4. dans le but de lutter contre une distorsion de concurrence	37
a. Imposer aux sites internet d’intermédiation de collecter et de reverser la taxe de séjour.....	37

b. Les agences immobilières ont des contraintes que les sites internet de location saisonnière n'ont pas.....	38
5. Des avancées très positives de part d'Airbnb	38
a. mais il faut veiller à ce que les opérateurs moins puissants ne soient pas pénalisés	38
b. Le tarif doit tenir compte du classement ou du prix	39
VIII. L'AGENCE NATIONALE POUR LES CHÈQUES VACANCES (ANCV).....	39
1. Une croissance de près de 5 % du volume d'émission du Chèque-Vacances en 2013.....	39
2. Le renforcement des actions de solidarité : une mission plus que jamais nécessaire	40
3. La dématérialisation du chèque-vacances.....	41
EXAMEN EN COMMISSION	43
ANNEXE 1 : BILAN DÉTAILLÉ DE L'ANNÉE TOURISTIQUE 2013 POUR LA FRANCE	45
ANNEXE 2 : LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES PAR LE RAPPORTEUR SPÉCIAL.....	51

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

À cette date, 100 % des réponses étaient parvenues au Rapporteur spécial.

INTRODUCTION

Avec 84,7 millions de touristes étrangers en 2013, la France demeure le pays le plus visité au monde. Toutefois, la part relative de la France dans le tourisme mondial est sur une baisse tendancielle, comme d'autres pays d'Europe, au profit de pays de la zone Asie-Pacifique.

Le tourisme a été érigé en grande cause nationale par le Président de la République en 2013 et rattaché à titre principal – lors de la constitution du premier gouvernement de M. Manuel Valls en avril 2014 – à M. Laurent Fabius, ministre des Affaires étrangères et du développement international. En août 2014, celui-ci en a appelé au dynamisme des ambassadeurs pour obtenir des résultats.

La clôture des assises du tourisme

La France vient de se doter d'une stratégie articulée autour de cinq grands axes pour rendre la destination France plus compétitive face à la concurrence. Cette stratégie a été présentée le 19 juin 2014 lors de la clôture des assises du tourisme. Elle a pour but de :

- permettre une offre diversifiée et de qualité,
- améliorer l'accueil des touristes,
- mettre en œuvre des actions pour développer le numérique,
- améliorer la formation des professionnels,
- rendre les vacances accessibles à un large public.

Un tourisme mondial en croissance de plus de 3 % par an selon les projections de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT)

Selon l'étude prospective *Le tourisme à l'horizon 2030* de l'OMT, les arrivées de touristes internationaux devraient augmenter de 3,3 % par an entre 2010 et 2030, pour atteindre 1,8 milliard d'arrivées d'ici 2030. Les pays émergents bénéficieraient sur la période d'une croissance des arrivées de touristes internationaux deux fois plus forte que les économies avancées : + 4,4 % par an contre + 2,2 %. La part de marché des économies émergentes, passée de 30 % en 1980 à 47 % en 2013, devrait atteindre 57 % d'ici 2030.

La croissance prévue par l'OMT serait particulièrement forte jusqu'en 2020 (+ 3,8 % par an au niveau mondial, + 2,7 % en Europe mais seulement + 2,3 % en Europe Occidentale) ; elle resterait soutenue de 2020 à 2030 (+ 2,9 % par an au niveau mondial, + 1,8 % en Europe mais seulement + 1,4 % en Europe Occidentale).

Une progression de 2 % par an du nombre de touristes étrangers est attendue en France entre 2015 et 2017 et dans ce contexte de perspectives de croissance continue du nombre de touristes dans le monde, **la France affiche à l'horizon 2030 un objectif d'accueil de 100 millions de touristes étrangers.**

La place du tourisme dans l'économie nationale : un secteur majeur

• En 2013 : 84,7 millions d'arrivées de touristes étrangers (83,1 millions en 2012). La France demeure le premier pays récepteur de touristes internationaux.

• En 2013, 42,2 milliards d'euros de recettes touristiques (visiteurs venant de l'étranger), en hausse de 1,3 % par rapport à 2012 et 31,9 milliards de dépenses touristiques (Français à l'étranger), en forte progression (+ 4,9 % par rapport à 2012). Le solde touristique demeure largement positif, à 10,3 milliards, mais il s'inscrit en recul (- 8,2 % par rapport à 2012). Il reste néanmoins à un niveau élevé, comparable à ceux d'avant la crise.

• 900 000 emplois salariés recensés dans les activités caractéristiques du tourisme au 31 décembre 2012, en progression de 0,7 % par rapport à 2011 (*Source : Acoiss*).

• 237 434 entreprises en 2010 (y compris les auto-entrepreneurs) dans les activités caractéristiques du tourisme (*Source : Insee, Esane*).

• 5,8 millions de lits touristiques marchands au 1^{er} janvier 2013. Le nombre de nuitées est de 599,7 millions en 2013, contre 577,7 millions en 2012.

• En 2012, 149 milliards d'euros ont été dépensés par l'ensemble des visiteurs (Français et étrangers) auprès des entreprises du secteur (*Source : Dgcis, compte satellite du tourisme*), soit 7,3 % du PIB.

• L'investissement touristique global en 2013 s'élève à 12,5 milliards d'euros (*Tableau de bord des investissements touristiques – Atout France – juillet 2014*)

*

* *

I. DES PROFESSIONNELS DU TOURISME DÉSTABILISÉS PAR LES CHANGEMENTS MINISTÉRIELS SUCCESSIFS DEPUIS DEUX ANS

Depuis l'élection de M. François Hollande, trois ministres et quatre secrétaires d'État se sont succédé ou ont partagé la compétence tourisme.

1. Trois ministres

En juin 2012, Mme Sylvia Pinel, ministre de l'Artisanat, du commerce et du tourisme, est chargée de mettre en œuvre la politique du Gouvernement en matière de tourisme. Le décret d'attributions prévoit qu'elle est compétente pour *la suivi et le soutien des activités touristiques ainsi que pour la promotion du patrimoine touristique de la France et qu'elle promeut la politique sociale du tourisme visant à permettre l'accès de tous aux vacances*. À ce titre elle a autorité sur la Direction générale des entreprises (DGE – ex DGCIS) conjointement avec le ministère du redressement productif. Elle sera ministre de plein exercice du tourisme jusqu'au 2 avril 2014.

Depuis le premier gouvernement de M. Manuel Valls, le ministre des Affaires étrangères et du développement international, M. Laurent Fabius, dispose d'attributions étendues en matière de tourisme. Il est compétent pour *définir et mettre en œuvre la politique du développement international de la France, notamment au titre du commerce extérieur et du tourisme*. Pour l'exercice de ses attributions en matière de tourisme, Monsieur Laurent Fabius dispose de la DGE.

En septembre 2014, M. Emmanuel Macron, le ministre de l'Économie, de l'industrie et du numérique doit *proposer et mettre en œuvre la politique du Gouvernement en matière de suivi et de soutien des activités touristiques*, sans préjudice des actions du ministre des Affaires étrangères et du développement international. Il a autorité sur la DGE, en liaison avec M. Fabius, lorsqu'elle exerce ses compétences en matière de tourisme.

2. Quatre secrétaires d'État

Le 3 juin 2014, Mme Carole Delga, secrétaire d'État chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire, est associée, par délégation du ministre de l'Économie, de l'industrie et du numérique, à *la définition et au suivi de la politique de l'État en matière de soutien aux activités touristiques*. Elle concourt à *la politique sociale du tourisme visant à permettre l'accès de tous aux vacances* et à ce titre elle dispose des services de la DGE.

Par ailleurs, trois secrétaires d'État successifs chargés du commerce extérieur auprès du ministre des Affaires étrangères et du développement international ont bénéficié de délégations en matière de tourisme.

Mme Fleur Pellerin, nommée secrétaire d'État chargée du commerce extérieur, de la promotion du Tourisme et des Français de l'étranger le 9 avril 2014, traitait par délégation du ministre des Affaires étrangères et du développement international les questions relatives au commerce extérieur, à la promotion du tourisme et aux Français à l'étranger. En matière de tourisme, ses attributions portaient sur la définition et la mise en œuvre de *la politique de promotion du tourisme, notamment la promotion du patrimoine touristique de la France, le développement de l'offre touristique ainsi que la promotion de l'image touristique de la France à l'étranger.*

M. Matthias Fekl remplace M. Thomas Thévenoud au poste de secrétaire d'État chargé du commerce extérieur, de la promotion du tourisme et des Français de l'étranger, auprès du ministre des Affaires étrangères le 4 septembre 2014. Il est le quatrième secrétaire d'État en charge du tourisme.

II. LE TOURISME EN 2015 MARQUÉ PAR UN NOUVEAU RATTACHEMENT MINISTÉRIEL

1. Pour la première fois sous la V^e République, les crédits du tourisme sont rattachés à titre principal au ministère des Affaires étrangères

Dans le cadre du projet de loi de finances pour 2015, les crédits d'Atout France qui étaient rattachés au programme 134 *Développement des entreprises et du tourisme* de la mission *Économie* ont été intégralement transférés au programme 185 *Diplomatie culturelle et d'influence* de la mission *Action extérieure de l'État*.

Le Gouvernement a souhaité rapprocher le secteur du tourisme du suivi des principaux enjeux de développement et d'attractivité à l'international de la France. Le Rapporteur spécial juge très positif ce nouveau rattachement des crédits qui témoigne de la volonté de trouver une meilleure articulation entre l'action culturelle extérieure et la promotion du tourisme auprès des publics étrangers.

2. Une dynamique nouvelle devrait en découler, ce dont le Rapporteur spécial se félicite

Dans l'ensemble du réseau de coopération et d'action culturelle à l'étranger, la dimension de l'attractivité de la France sera intégrée à tous les niveaux des politiques traditionnellement menées par les services de coopération et d'action culturelle (coopération universitaire, éducative, culturelle) en partenariat étroit avec Atout France.

L'objectif est de créer un « réflexe tourisme » prenant en compte la dimension interculturelle. Le réseau diplomatique du MAEDI apportera son soutien au rayonnement à l'international des établissements culturels français en favorisant les liens entre leurs équipes et les partenaires locaux.

3. Cependant le partage des compétences entre le ministère des Affaires étrangères et le ministère de l'Économie doit être organisé

Si les crédits d'Atout France sont transférés à compter du 1^{er} janvier 2015 au programme 185 *Diplomatie culturelle et d'influence* de la mission *Action extérieure de l'État*, les crédits restants sont toujours rattachés au programme 134 *Développement des entreprises et du tourisme* de la mission *Économie*.

De nouvelles relations ont été mises en place entre la DGE et le ministre des Affaires étrangères et du développement international ainsi qu'avec le secrétaire d'État chargé du commerce extérieur par délégation.

Au regard des décrets d'attributions des ministères chargés de l'économie et des affaires étrangères, ainsi que de la répartition des dossiers esquissée par leurs deux cabinets, le MAEDI est plus particulièrement chargé de la promotion du secteur du tourisme, de l'implantation et du développement à l'international des entreprises françaises, du parcours des touristes (accueil, sécurité, visas) et des partenariats internationaux. Dans ce cadre, il assure la tutelle d'Atout France et coordonne la représentation française à l'Organisation mondiale du tourisme. Il organise l'offre française en matière de services et de constructions d'infrastructures à vocation touristique ou culturelle et assure la représentation de la France et des entreprises françaises lors de grands événements (expositions internationales et universelles, événements sportifs d'envergure mondiale).

Le ministère de l'Économie conserve cependant sa tutelle sur les activités de réglementation, de classement et d'ingénierie touristique d'Atout France. Il est chargé du tourisme social et du suivi des différentes professions du secteur.

Cette répartition ne correspond pas pour autant à une répartition entre actions internes et externes de la politique publique du tourisme dans la mesure où la promotion internationale est en lien étroit avec l'offre nationale. Un nombre limité de compétences doit donc être partagé comme celles relatives au suivi d'Atout France (chargé à la fois de la promotion à l'international et de l'ingénierie afférente au développement touristique national). Aux termes de l'article L. 141-2 du code du tourisme, l'Agence est en effet placée « sous la tutelle du ministre chargé du tourisme ». La compétence « tourisme » relevant de deux ministres, il est logique que la tutelle soit partagée. Le ministre chargé des affaires étrangères l'a ainsi confirmé dans son discours devant les ambassadeurs en août dernier.

Dans la composition du conseil d'administration de l'opérateur, le MAEDI représentera le ministre en charge du tourisme, tandis que le ministère de l'Économie restera Commissaire du Gouvernement. Il est prévu que les deux directions maintenant en charge du suivi d'Atout France (direction générale des entreprises au ministère chargé de l'économie et direction générale de la mondialisation, du développement et des partenariats au ministère chargé des affaires étrangères) coordonnent leurs actions pour mener à bien cette co-tutelle.

Une telle coordination devra être recherchée entre les deux ministères pour l'ensemble des dossiers car les actions portées par le ministre chargé des affaires étrangères nécessiteront pour la plupart des améliorations de l'offre nationale. Les travaux du conseil de la promotion du tourisme, installé le 3 septembre par le ministre chargé des affaires étrangères devraient ainsi s'inscrire dans cette orientation.

Le changement d'identité de la DGCIS devenue DGE s'est accompagné d'une nouvelle organisation, dont les textes ont été publiés le 16 septembre 2014.

La DGE, qui assure le suivi des questions relatives au tourisme, est une administration placée sous l'autorité du ministre chargé de l'économie (en liaison avec le ministère des affaires étrangères s'agissant de la politique touristique) et mise à disposition du ministre chargé des affaires étrangères, en tant que de besoin. En pratique, la DGE prépare de manière équivalente les entretiens, les décisions et les déplacements des deux ministres.

La DGE a pour mission de développer la compétitivité et la croissance des entreprises de l'industrie et des services. Ceci passe par le développement des nouveaux secteurs, notamment dans les services aux entreprises et à la personne, par le soutien et la diffusion de l'innovation et l'anticipation et l'accompagnement des mutations économiques, dans un objectif de croissance durable et d'emploi.

Ses nouveaux modes de fonctionnement vont permettre une meilleure transversalité dans ses travaux, nécessaires pour appréhender les évolutions économiques dans toute leur complexité. Ainsi, plusieurs priorités mobiliseront les compétences de la direction, et notamment le développement des services, du commerce, de l'artisanat, et du tourisme.

III. LES CRÉDITS DU TOURISME SONT SCINDÉS ENTRE DEUX MISSIONS

A. LES CRÉDITS DE LA MISSION *ACTION EXTÉRIEURE DE L'ÉTAT*: LA SUBVENTION À ATOUT FRANCE

Le nouveau rattachement de la subvention pour charges de service public d'Atout France (30,38 millions d'euros en AE et en CP) à compter du 1^{er} janvier 2015 vise à renforcer les synergies entre les actions internationales de l'agence et celles relevant du ministère des Affaires étrangères et du développement international (voir *infra* la partie sur Atout France).

B. LES CRÉDITS DE LA MISSION *ÉCONOMIE* CONSACRÉS AU TOURISME

Les crédits prévus sur l'action *Développement du tourisme* s'élèvent à 3,59 millions d'euros en AE et 4,88 millions d'euros en CP.

RÉPARTITION DES CRÉDITS DE L'ACTION DÉVELOPPEMENT DU TOURISME

(en millions d'euros)

	Autorisations d'engagement	Crédits de paiement
Dépenses de fonctionnement		
Enquêtes statistiques et études	0,81	1,89
Dépenses d'intervention		
Développement des politiques touristiques	1,78	1,78
Partenariats internationaux	0,37	0,37
Marque Qualité tourisme	0,21	0,21
Développement des politiques sociales	0,43	0,43
Contractualisations CPER et hors CPER		0,21
Total	3,6	4,9

Source : projet annuel de performances 2015.

1. Des dépenses de fonctionnement consacrées aux études et enquêtes statistiques

Les enquêtes statistiques et les études (0,81 million d'euros en AE et 1,89 million d'euros en CP), demandées par l'Union européenne et conduites en partenariat avec la Banque de France, sont indispensables pour disposer des données touristiques économiques et de fréquentation. Elles sont réalisées dans le cadre de marchés publics pluriannuels, selon deux thématiques :

- le suivi de la demande touristique des Français (SDT). Il s'agit d'un outil d'analyse conjoncturelle de la demande touristique permettant de suivre l'évolution des comportements touristiques de la clientèle française ;

- l'enquête auprès des visiteurs venant de l'étranger (EVE). L'objectif est de mesurer le volume trimestriel des flux touristiques des non-résidents à la sortie du territoire et d'observer leurs comportements en France métropolitaine.

Ces deux enquêtes ont fait l'objet de nouveaux marchés en 2013 et ont été engagées pour 3 ans.

Un troisième dispositif complète le volet des enquêtes statistiques : les enquêtes de fréquentation conduites en partenariat avec l'INSEE. Ces enquêtes mensuelles, réalisées dans les secteurs de l'hôtellerie et des campings, sont étendues aux autres hébergements collectifs.

Le Rapporteur spécial se demande si le mode actuel de suivi statistique de l'activité tourisme répond aux attentes du ministère Affaires étrangères dans le cadre de sa nouvelle stratégie ou s'il est appelé à évoluer.

Enfin, une partie des crédits de fonctionnement est destinée à des études destinées à identifier les enjeux majeurs de l'évolution du tourisme français dans un contexte de concurrence internationale accrue, et d'éclairer les choix stratégiques en matière de politique du tourisme.

2. Des dépenses d'intervention inférieures à 3 millions d'euros

Le développement des politiques touristiques

Ces crédits à hauteur de 1,78 million d'euros sont destinés :

– au soutien à des actions ciblées sur la qualité et la diversification de l'offre : il s'agit de poursuivre le partenariat avec le ministère de la défense pour accroître le développement du tourisme de mémoire, renforcer les actions « tourisme et culture » pour favoriser les retombées économiques, développer un tourisme durable (plaisance, croisière, thermalisme, etc.),

– à la mise en place des contrats de destination dont l'objectif est de faire émerger une offre touristique d'excellence. Un appel à projets a été lancé en 2014 pour permettre de sélectionner des projets à forte visibilité internationale. Un second appel à projets devrait être lancé en 2015,

– à la poursuite du soutien aux fédérations nationales du tourisme, avec un financement plus resserré mais orienté vers des actions structurantes pour le secteur avec la mise en œuvre d'actions favorisant le développement, le recrutement, l'emploi et la formation.

Les partenariats internationaux

Les crédits à hauteur de 0,37 million d'euros permettent la contribution au financement de l'organisation mondiale du tourisme qui joue un rôle central et décisif dans la promotion du développement du tourisme responsable, durable et accessible à tous, en veillant aux intérêts des pays en développement.

La marque Qualité tourisme

Les crédits de 0,21 million d'euros doivent permettre :

– la poursuite du déploiement de la marque « Qualité Tourisme » avec de nouveaux partenaires, en particulier dans le cadre de la mise en œuvre de la nouvelle voie d'accès pour les établissements indépendants,

– le soutien des « dispositifs qualité territoriaux » (démarches qualité portées au niveau territorial par les chambres consulaires, les comités régionaux du tourisme ou les comités départementaux du tourisme) ,

– l'accompagnement de la création d'engagements nationaux de qualité.

Le développement des politiques sociales

Ces crédits (0,43 million d'euros) permettront d'aider au départ en vacances de publics cibles, en particulier les ménages modestes conformément aux annonces faites à l'occasion de la clôture des assises du tourisme, le 19 juin dernier, et dans le prolongement du rapport remis au Gouvernement en 2013, sur

la lutte contre la fracture touristique. Il s'agit de favoriser le départ en vacances du plus grand nombre et de permettre l'insertion de populations spécifiques : les jeunes adultes, les seniors, les personnes handicapées, les familles en difficulté.

Il s'agit notamment de la participation à des programmes d'actions mis en œuvre par des acteurs institutionnels du tourisme œuvrant dans le domaine du tourisme social (fédération « Vacances et Familles », association « Tourisme et Handicap », Union nationale des associations de tourisme et de plein air), du soutien de labels créés pour développer une offre touristique accessible (« Tourisme et handicap », « Destination pour tous »), et de la mise en œuvre de toute mesure permettant de favoriser l'accès aux vacances pour tous.

Les contractualisations CPER et hors CPER

La nouvelle génération des CPER (Contrats de projets État régions) n'incluant pas de volet tourisme, les crédits de paiement de 0,21 million d'euros concernent les restes à payer au titre des CPER 2007-2013 dans dix-sept régions et au titre des dispositifs contractuels spécifiques dans les autres régions en matière d'observation économique régionale, de développement durable et d'accessibilité.

C. UN NOUVEL INDICATEUR DE PERFORMANCE

1. L'indicateur Promotion de l'attractivité de la France

La subvention à Atout France se rattache au deuxième objectif du programme 185 *Renforcer le développement international* dont l'un des indicateurs porte sur la promotion de l'attractivité de la France. Il se décline en cinq sous-indicateurs dont trois ont trait au tourisme :

- le nombre de touristes étrangers en France,
- le montant des recettes touristiques liées aux séjours des touristes étrangers en France,
- la part du partenariat dans le budget d'Atout France. Elle est calculée à partir de l'analyse de la facturation des clients. Elle progresse régulièrement chaque année et avoisine les 50 %.

2. L'indicateur Impact des politiques sociales de l'ANCV

Les crédits du programme 134 se rattachent à l'objectif « Promouvoir l'offre touristique de qualité et le tourisme social » de l'action *Développement des entreprises et du tourisme*.

L'indicateur « Impact des politiques sociales de l'ANCV » porte sur le nombre cumulé de bénéficiaires de l'action sociale.

La prévision actualisée de 2014 fait état de 227 000 bénéficiaires tous programmes confondus et de 169 000 bénéficiaires hors « Aides à la Pratique Sportive » (APS). L'objectif 2014 a été révisé à 162 000 bénéficiaires (hors APS) pour tenir compte du démarrage tardif du dispositif jeunes. À périmètre identique, le nombre de bénéficiaires en 2013 était de 148 000. L'objectif 2015 est en cours de construction et sera validé par le Conseil d'administration de l'ANCV en novembre prochain.

D. LE DOCUMENT DE POLITIQUE TRANSVERSALE

Chaque année, le ministère en charge de l'économie élabore, avec l'ensemble des ministères concernés, un document de politique transversale retraçant l'ensemble des dépenses de l'État bénéficiant au tourisme. Ce document a vocation à présenter, de la façon la plus complète possible, l'effort budgétaire de l'État en faveur du tourisme. Dans le cadre du projet de loi de finances pour 2015, il a été évalué à près de 2 milliards d'euros, portés par 21 programmes relevant de 13 missions. Ces crédits sont retracés dans le tableau ci-après.

CRÉDITS CONTRIBUANT À LA POLITIQUE TOURISTIQUE

(en euros)

Mission	Programmes contributeurs	PLF 2015	
		AE	CP
Les contributions à dominante « sociale »			
Travail et emploi	102/103	298 959 684	286 921 704
Sport, jeunesse et vie associative	219	1 086 686	2 244 897
Les contributions à dominante « territoriale »			
Écologie, développement et mobilité durables	217/205 / 203	63 170 457	65 503 141
Relations avec les collectivités territoriales	119	1 920 944	1 920 944
Agriculture, alimentation, forêt et affaires rurales	149/154	431 990 340	317 858 998
Culture	224/175	692 633 074	684 642 077
Action extérieure de l'État	185	376 728 855	376 728 855
Outre-mer	123/138	1 800 000	3 410 000
Sécurités	207	1 600 000	1 600 000
Politique des territoires	162/112	33 554 393	45 863 238
Autres contributions			
Recherche et enseignement supérieur	186	108 518 322	108 353 322
Économie	134	23 909 804	25 197 689
TOTAL		2 035 872 559	1 920 244 865

Source : DPT Tourisme 2015.

IV. RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ DE LA FRANCE : UN ENJEU ÉCONOMIQUE DE PREMIER PLAN

Le nombre de touristes qui voyagent à travers le monde est actuellement de l'ordre de 1 milliard et sera, selon l'OMT, de 1,8 milliard en 2030. Ces touristes pourraient générer des millions d'emplois, en général non délocalisables, et des milliards de devises.

L'objectif du ministère des Affaires étrangères est d'atteindre 100 millions de touristes en 2020 (84,7 millions en 2013), soit une augmentation moyenne de 2 % par an alors que le tourisme mondial devrait connaître une croissance de l'ordre de 5 % par an. Si la perte de parts de marché paraît inéluctable, elle peut être freinée. La France doit maintenir sa position de première destination mondiale et augmenter les recettes touristiques des visiteurs étrangers pour dépasser les 45 milliards d'euros par an.

1. Une zone d'influence agrandie et des ambassadeurs fortement impliqués

Atout France était présent dans 31 pays, avec une zone d'influence sur 54 pays. **Le réseau diplomatique permettra à Atout France d'avoir une zone d'influence sur 70 pays.** L'agence met ses compétences en matière d'ingénierie et de stratégie touristiques auprès des ambassadeurs pour rentrer dans des zones territoriales où elle n'avait pas de bureau comme l'Indonésie ou le Laos ou renforcer sa présence dans des pays comme la Chine et l'Inde.

Un correspondant tourisme a été désigné, ou est en cours de désignation, dans chaque ambassade. Tous les ambassadeurs ont envoyé leur stratégie tourisme qui porte sur trois volets :

- les principales caractéristiques du tourisme du pays,
- les opportunités pour la France,
- le plan d'action en faveur du tourisme, et en particulier l'identification des points de blocage au développement des flux de touristes du pays vers la France.

2. Le conseil de la promotion du tourisme

À l'occasion des conclusions des assises du tourisme a été annoncée la création d'un conseil de la promotion du tourisme. Il a été installé le 3 septembre dernier par le ministre chargé des affaires étrangères. Son objectif est d'élaborer d'ici le début de l'année 2015 un plan tourisme « 20 sur 20 pour 2020 ».

Le conseil rassemble des professionnels, des élus et des représentants de l'administration. M. Philippe Faure, ambassadeur de France, en assure la présidence déléguée. Le ministre présidera tous les mois une réunion plénière

consacrée à l'un des six chantiers retenus : gastronomie et œnologie ; destinations et marques ; numérique ; hôtellerie & investissements, tourisme d'affaires et de shopping ; accueil, média, communication ; formation. Chaque séance sera précédée par une série d'auditions supervisées par un groupe de rapporteurs. L'objectif est d'identifier sur les six chantiers les principaux points de blocage et de proposer des mesures concrètes.

3. L'opération « Goût de France – Good France ».

Dans le cadre de la promotion du tourisme en France et notamment de la gastronomie et de l'œnologie, le ministre des Affaires étrangères lancera au mois de mars prochain l'opération « Goût de France – Good France ».

Cette opération, annoncée à la conférence des ambassadeurs en août dernier et portée par M. Laurent Fabius et le chef Alain Ducasse, se déroulera dans le monde entier : 1 000 restaurants proposeront à leurs clients un « Dîner Français », sous le label « Goût de France – Good France ». Ce dîner sera identique sur les cinq continents et sera aussi servi dans les ambassades où seront invitées des personnalités emblématiques (autorités publiques et relais d'influence), pour devenir elles-mêmes des porte-paroles de cet événement.

4. Réduire les délais d'obtention des visas

En 2015, après ceux créés en 2014, de nouveaux postes seront créés par redéploiement dans les services délivrant les visas, de manière à faciliter l'entrée en France de touristes étrangers.

Des instructions ont été données, en particulier en Chine, de délivrer des visas en 48 heures dès le début de l'année 2014 pour les demandeurs individuels. Ce délai est respecté et le nombre de visas délivré a augmenté de 60 % sur les neuf derniers mois. Cette politique du visa en 48 heures est en cours de généralisation sur l'ensemble des pays concernés.

5. Étendre l'ouverture des magasins le dimanche

En matière de recettes tirées du tourisme international, la France occupe la troisième position, derrière les États-Unis et l'Espagne et est suivie de très près par la Chine. Les recettes sont passées de 41,8 milliards d'euros 2012 à 42,7 milliards d'euros (source : Banque de France), soit une hausse d'environ 2,2 %. Si la France garde une position forte, elle doit avoir conscience que les offres touristiques proposées par les autres pays sont de plus en plus concurrentielles. Elle ne pourra vraisemblablement améliorer ses résultats qu'en revoyant notamment les dispositions relatives à la fermeture dominicale des magasins.

L'ouverture des commerces le dimanche constitue, en effet, un enjeu déterminant d'attractivité et de compétitivité, avec de surcroît un effet d'entraînement économique sur les secteurs connexes. Le « shopping » est devenu

un facteur clé dans le choix d'une destination touristique et par conséquent un nouvel élément de la compétition mondiale. À ce titre il constitue un produit touristique à part entière. Il est un déclencheur de visites particulièrement pour les clientèles de pays émergents. Le « shopping » est aujourd'hui le premier poste de dépenses des clientèles chinoises.

« On se prive d'activités, en termes de restauration et d'hôtellerie, parce que les commerces sont fermés », affirme ainsi le syndicat d'hôteliers et de restaurateurs Synhorcat. Les hôteliers affirment perdre des nuitées le week-end et les restaurateurs évaluent leur manque à gagner à plus de 10 % de leur chiffre d'affaires en raison de la fermeture des commerces environnants.

Londres et New York ont des magasins ouverts tout le week-end et les tour-opérateurs organisent le transfert des touristes le dimanche à Londres pour qu'ils fassent leur shopping.

La capitale compte aujourd'hui sept zones touristiques où les commerces et les services peuvent déroger au repos dominical. Mais, dans plusieurs zones, les commerçants demandent à accéder à ce statut dérogatoire, comme à Montmartre, Bercy Village, les Halles ou le quartier Saint-Lazare. Sur les grands boulevards, de l'Opéra à la Bastille, les grands magasins ont indiqué qu'ils seraient en mesure de créer 1 000 emplois s'ils pouvaient ouvrir le dimanche.

Le ministre des Affaires étrangères a rappelé son soutien à l'élargissement à la zone du boulevard Haussmann de l'autorisation d'ouvrir le dimanche assortie, pour les salariés concernés, de mécanismes concertés de compensation financière. Le ministre de l'Économie a indiqué qu'un projet de loi pour l'activité devrait être présenté en Conseil des ministres avant la fin de l'année et voté en 2015.

6. Être vigilant aux signaux d'alerte du secteur de l'hôtellerie-restauration

Le relèvement du taux de TVA de 7 à 10 % depuis le 1^{er} janvier 2014 a frappé le secteur de l'hôtellerie-restauration à double titre puisqu'il a à la fois concerné la restauration et la fourniture de logements dans les hôtels et les campings. Pour la troisième année consécutive, le chiffre d'affaires du secteur est en baisse.

À cette hausse de la TVA, s'ajoutent, dans le cadre du projet de dématérialisation des tickets-restaurant, les très fortes hausses des taux de commission des émetteurs – en situation d'oligopole – qui peuvent représenter jusqu'à 0,30 % du chiffre d'affaires des restaurateurs. Le Rapporteur spécial souhaiterait qu'une concertation soit engagée pour que les émetteurs appliquent des évolutions tarifaires en lien avec l'évolution du coût de la vie.

Le secteur de l'hôtellerie est par ailleurs contraint aux différentes échéances de mises aux normes en matière de sécurité incendie et d'accessibilité

qui ne s'appliquent pas aux meublés touristiques et confronté à la concurrence de ceux qui exercent une activité para-hôtelière sans en connaître les sujétions.

7. Rendre les aéroports français plus compétitifs

Améliorer la compétitivité des aéroports vertueux en matière de sécurité

Depuis le 1^{er} juillet 1999, une taxe dénommée « taxe d'aéroport » est perçue au profit des personnes publiques ou privées exploitant des aéroports dont le trafic s'élève au cours de la dernière année civile connue à plus de 5 000 unités de trafic (UDT). Une unité de trafic est égale à un passager ou 100 kilogrammes de fret ou de courrier.

Le produit de la taxe est affecté sur chaque aéroport au financement des dépenses de sécurité et de sûreté ainsi que des mesures effectuées dans le cadre des contrôles environnementaux.

La taxe est due par toute entreprise de transport aérien public et s'ajoute au prix acquitté par le client. Elle est assise sur le nombre de passagers et la masse de fret et de courrier embarqués par l'entreprise sur l'aéroport. Le montant de la taxe est fixé par arrêté du ministre du Budget et de l'aviation civile entre des limites inférieures et supérieures selon trois classes définies en fonction du nombre d'unités de trafic.

De manière générale, les taxes d'aéroport sont payées par les passagers auprès des compagnies aériennes, qui reversent leur montant à l'État. Celui-ci redistribue ensuite les sommes aux aéroports.

Depuis 2010, une majoration perçue par l'État au titre de la péréquation nationale dans la limite de 1,25 euro par unité de trafic s'ajoute au montant initial et fait ensuite l'objet d'une répartition entre les aéroports dont les coûts de sûreté et de sécurité ne sont pas couverts entièrement par le produit de la taxe. Ce dispositif peut, dans certains cas, se révéler non incitatif à la maîtrise des coûts et conduire à des situations injustes. Le Rapporteur spécial s'interroge sur un relèvement de la limite supérieure de la taxe d'aéroport qui pourrait avoir un effet vertueux sur les finances publiques en incitant davantage d'aéroports à maîtriser leurs coûts et permettrait l'allègement de la majoration pour rendre plus compétitifs les aéroports qui n'ont pas atteint le plafond.

Ouvrir les droits de trafic aérien

Le régime de limitation des droits de trafic est un frein à l'attractivité des régions françaises. Contrairement à ce qui se passe dans quelques pays européens, les touristes étrangers sont souvent obligés de passer par la capitale, rendant ainsi compliqué et parfois dissuasif l'accès aux régions.

Les grands aéroports de province souhaiteraient une meilleure desserte internationale via l'ouverture des droits de trafic. Pour la Côte d'Azur ou la région Rhône Alpes, dont l'économie et le tourisme sont fortement marqués par l'activité internationale, la desserte aérienne vers l'international est primordiale.

Au moment où l'État réforme l'organisation territoriale du pays pour améliorer la compétitivité des régions et des métropoles, le Rapporteur spécial se demande si limitation des droits de trafic aériens intercontinentaux par des accords bilatéraux ne pénalise pas les territoires en freinant l'ouverture de nouveaux marchés et donc la création d'emplois et la croissance des entreprises.

V. ATOUT FRANCE EST UN ACTEUR ESSENTIEL

Opérateur unique de l'État en matière de développement touristique, Atout France est chargé, par la loi du 22 juillet 2009 sur le développement et la modernisation des services touristiques, de contribuer au développement de l'industrie touristique, premier secteur économique français, et de l'ensemble de ses acteurs.

L'agence est un groupement d'intérêt économique (GIE), donc une personne morale de droit privé, permettant d'établir un modèle original de partenariat public/privé. Le GIE compte plus de 1 200 adhérents. Son siège est à Paris, il dispose de 5 délégations territoriales et de 35 bureaux répartis sur les cinq continents.

D'après l'article L. 141-2 du code du tourisme, l'agence 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. Elle définit la stratégie nationale de promotion de la « destination France » conformément aux orientations arrêtées par l'État. Elle concourt à la mise en œuvre des politiques publiques en faveur du tourisme, notamment à travers les missions suivantes :

– 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 politique touristique, concevoir et développer leurs projets, les conseiller en matière de formation, de recherche, d'innovation et de développement durable dans le secteur du tourisme et exporter son savoir-faire à l'international ;

– élaborer, mettre en œuvre et assurer le suivi des actions d'information et de promotion des territoires et destinations de la métropole et des collectivités ultramarines sur les marchés étranger et national. À ce titre, l'agence promeut la qualité de l'offre touristique dans les hébergements, la restauration, l'accueil des touristes et les prestations annexes.

À ces objectifs concourent des activités de classement des hébergements touristiques et d'immatriculation d'opérateurs de tourisme : agents de voyages et opérateurs de voyages et de séjours, exploitants de voitures de tourisme avec chauffeur.

Deux directions sont désormais en charge du suivi d'Atout France : à titre principal, la direction générale de la mondialisation, du développement et des partenariats au ministère des affaires étrangères, mais aussi la direction générale des entreprises au ministère de l'économie. Ces deux directions devront coordonner leurs actions pour mener à bien cette co-tutelle.

1. Une subvention désormais rattachée à un programme du ministère des Affaires étrangères

Atout France bénéficie pour 2015 d'une subvention pour charges de service public de **30,4 millions d'euros** - avant mise en réserve - en AE et CP désormais rattachée à l'action *Développement international - tourisme* du programme *Diplomatie culturelle et d'influence*.

Cette subvention, qui contribue au fonctionnement de l'opérateur (siège et représentations à l'étranger) et à la réalisation de ses missions, est en légère baisse comme chaque année (30,4 millions d'euros en 2015 contre 31 millions d'euros en 2014).

2. Le budget 2014 montre la faiblesse des fonds propres qui peuvent être consacrés par Atout France à la promotion

En 2014, le budget total de l'agence est de 70 millions d'euros. Il comprend non seulement la subvention accordée par l'État, mais aussi les ressources du partenariat développé avec ses adhérents. Au sein de ce budget, les dépenses de promotion réalisées par Atout France devraient s'élever à 37 millions d'euros pour 2014 alors que les fonds propres qui ont pu être consacrés par l'opérateur à la promotion ont été inférieurs à 5 millions d'euros sur les 31 millions d'euros de subvention de l'État.

Sur 2015, seuls **3,6 millions d'euros** devraient être disponibles pour la promotion en fonds propres. Les ressources de partenariat devraient s'élever à 28 millions d'euros.

BUDGET 2014 D'ATOUT FRANCE

(en millions d'euros)

Charges		Produits	
Dépenses de fonctionnement	31,1	Apports de l'État	34,7
Fonctionnement général (locaux, logistique, réserve à affecter)	8,2	Subvention ministère de tutelle	29,5
Dépenses de personnel	23	Subventions spécifiques	1,5
Dépenses d'intervention	37,5	Mises à disposition de l'État (bureaux, siège)	3,6
Promotion	34,5	Apports des adhérents	3,5
Ingénierie	1,2	Autres produits	1,3
Stratégie, observation et nouvelles technologies	1,1	Total Fonds propres	39,5
Centre de ressources	0,4	Recettes de partenariat	30
Réglementation	0,3	Sur opérations de promotion	28,5
Amortissements	0,8	Sur autres opérations	1,5
Charges exceptionnelles	0,4	Produits exceptionnels hors budget	0,3
Total	69,8	Total produits 2014	69,8

Source : Atout France.

Atout France a consacré 42,9 millions d'euros aux dépenses de fonctionnement et de promotion de ses représentations à l'étranger, soit 61 % de son budget.

Le Rapporteur spécial considère qu'une réflexion doit être menée sur les moyens de conforter cet opérateur dans ses missions, compte tenu de la faiblesse des moyens qui lui sont alloués.

Un partenariat indispensable

Atout France utilise les fonds publics accordés par l'État pour mobiliser d'autres partenaires, démultipliant ainsi la masse financière consacrée à sa politique. Au regard des contraintes budgétaires actuelles, cet effet de levier doit être recherché afin d'accroître l'efficacité de l'État dans le secteur du tourisme.

Pour un euro investi dans la promotion, Atout France lève entre 7 et 9 euros de partenariat. L'opérateur fait appel à des partenariats conclus avec tous les acteurs du tourisme, qu'ils soient institutionnels (collectivités locales, comités régionaux et départementaux du tourisme, offices de tourisme, etc.), associatifs ou privés (Air France, Club Med, etc.)

On assiste, d'année en année, à un effondrement des possibilités de partenariat des comités départementaux du tourisme. Aujourd'hui, seuls quatre départements ont encore les moyens de faire de la promotion. Si les CRT, CDT et Offices de tourisme réalisent eux-mêmes les campagnes sur la France, ils font appel à Atout France pour 90 % des actions de promotion touristique à l'international.

CONTRIBUTIONS DES PRINCIPAUX PARTENAIRES D'ATOUT FRANCE

(en millions d'euros)

Comités régionaux du tourisme	15
Offices de tourisme des villes	1,5
Comités départementaux du tourisme	1
Partenariats privés	8

Source : Atout France.

Un effort très significatif de réduction des effectifs

En ETP, les effectifs (toutes catégories confondues) sont passés de plus de 400 fin 2010 à 378 fin 2013, traduisant important effort d'adaptation aux contraintes budgétaires.

Atout France développe ses missions à l'international grâce à un réseau de 33 bureaux répartis dans 31 pays employant 199 personnes. S'y ajoutent 179 personnes à son siège, ce qui fait un total de 378 personnes, dont 41 agents de l'État mis à disposition (chiffres au 31 décembre 2013). Il n'y a pas eu de modification concernant les représentations à l'étranger durant l'année 2013 ni en début 2014. Le nombre des bureaux à l'étranger n'a pas varié.

Le projet de loi de finances pour 2015 prévoit 314 emplois sous plafond et 38 agents mis à disposition par l'État.

3. Promouvoir la marque France et créer de nouvelles destinations à visibilité internationale

80 % des activités d'Atout France portent sur la promotion du tourisme à l'étranger. Les orientations portées par le ministre des Affaires étrangères et du développement international en matière de tourisme, la mobilisation des ambassades, du réseau des opérateurs de l'État à l'étranger (Ubifrance, AFII, Institut Français, l'Alliance Française et Campus France) se traduisent par un plan d'actions encore plus soutenu pour Atout France : près de 25 % d'actions en plus sur 70 pays au lieu de 54 pour 2014.

Le rapprochement de l'AFII et d'Ubifrance décidé début 2014 forme un opérateur compétent sur deux des principaux objectifs de la marque France, l'attractivité et l'export.

La stratégie « Destination France 2010-2020 » souligne, dans un contexte fortement concurrentiel, la nécessité de consolider les destinations existantes et de faire émerger de nouvelles destinations touristiques structurées et à visibilité internationale.

La ville de Paris, la côte d'Azur et la région Rhône Alpes ne pourront à elles seules absorber tous les nouveaux touristes et l'enjeu est de conserver le leadership français en termes d'arrivées de visiteurs. Dans cet objectif, des contrats de destination ont été définis et mis en place (contrat de destination Tarn et Garonne, contrat de destination Tourisme d'affaires en Alsace, contrat « Centenaire de la Grande Guerre », contrat « Tourisme de mémoire en Normandie »).

Ces premiers contrats de destination seront complétés par ceux retenus à l'issue de l'appel à projets lancé en juillet dernier et dont le cahier des charges a évolué par rapport à la première vague de contrats de destination : la notion de marque de destination, la visibilité internationale et l'innovation seront des critères de poids dans la sélection projets. Ils doivent permettre de renforcer la compétitivité et l'attractivité touristique de la France, par le biais d'offres innovantes et ciblées sur des clientèles internationales identifiées.

Ils seront complétés par des contrats territoriaux d'excellence touristique, annoncés lors de la clôture des assises du tourisme, dont l'objectif est le développement d'une offre territoriale de qualité avec l'appui, en tant que de besoin, d'Atout France. Cinq pôles d'excellence ont également été annoncés lors des assises du tourisme : gastronomie/œnologie, montagne/sport, écotourisme/itinérance, tourisme autour des savoir-faire français (artisanat, luxe), tourisme urbain/nocturne. Ces pôles visent aussi à développer et accroître la

visibilité de l'offre touristique française à l'international sur certaines thématiques à fort potentiel.

Par ailleurs, Atout France accompagne individuellement les porteurs de projets d'investissements touristiques. En 2013, 122 projets d'ingénierie ont été appuyés en France et à l'étranger, représentant 893 journées d'appui-conseil et près de 825 millions d'euros d'investissements en cours ou projetés.

4. Préserver les activités d'Atout France en direction des professionnels du tourisme français est aussi une priorité

Si la consommation touristique intérieure est pour un tiers le fait des visiteurs étrangers, elle est aussi pour deux tiers le fait des touristes français.

Tout le soutien aux professionnels français du tourisme, c'est-à-dire le classement des hébergements collectifs marchands, la réglementation, l'ingénierie de l'offre, relève d'Atout France sous la tutelle du ministère de l'Économie. Dans le cadre de sa mission sur la qualité, Atout France assure par exemple le suivi et le développement du label « vignobles et découvertes ». 40 destinations ont déjà été labellisées.

La faiblesse des fonds propres d'Atout France alliée à son rattachement principal au ministère des Affaires étrangères ne doit pas faire courir un risque de désengagement d'Atout France sur les opérations d'ingénierie de l'offre touristique et de promotion auprès des touristes français, le développement économique des entreprises du secteur, la promotion de la qualité, les actions de proximité avec les territoires. Une utilisation des fonds qui leur sont consacrés au profit des opérations de promotion de la destination France avec les ambassades serait finalement préjudiciable à l'ensemble du secteur.

VI. LA RÉFORME DE LA TAXE DE SÉJOUR DEVRAIT VOIR LE JOUR

A. LE DISPOSITIF ACTUEL

Dans les communes visées à l'article L. 2333-26 du code général des collectivités territoriales – les stations classées, les communes touristiques, littorales, de montagne ou encore celles qui réalisent des actions de promotion en faveur du tourisme, des actions de protection et de gestion de leurs espaces naturels – ou les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) visés aux deux premiers alinéas de l'article L. 5211-21, la taxe de séjour est due par tout touriste qui loge dans un hôtel, une location saisonnière (meublés de tourisme, village de vacances), une chambre d'hôte, un camping, ou encore, un port de plaisance.

La taxe est assise sur la nuitée marchande et acquittée pour chaque occupant.

Deux systèmes de collecte distincts et des tarifications variables selon les hébergements et les collectivités territoriales

Le recouvrement de la taxe de séjour peut emprunter deux formes : directement auprès des touristes (taxe au réel) ou auprès des hébergeurs (taxe forfaitaire), ces derniers en répercutant ou pas le coût sur leurs clients. Les collectivités peuvent choisir d’assujettir l’ensemble des hébergements soit à la taxe de séjour au réel, soit à la taxe de séjour forfaitaire, ou soumettre certaines catégories d’hébergements à la taxe de séjour au réel et les autres à la taxe de séjour forfaitaire.

Le tarif applicable à chaque catégorie d’hébergement est fixé par délibération du conseil municipal ou de l’organe délibérant de l’EPCI, dans les limites fixées par le barème commun aux deux taxes, prévu aux articles D. 2333-45 et D. 2333-60 du code général des collectivités territoriales.

TARIFS APPLICABLES DE LA TAXE DE SÉJOUR ET DE LA TAXE FORFAITAIRE DE SÉJOUR

Catégories d’hébergement	Plafonds applicables (par personne et par nuitée)
Hôtels de tourisme 4 étoiles, 4 étoiles luxe, 5 étoiles et 5 étoiles palace, résidences de tourisme 4 et 5 étoiles, meublés de tourisme 4 et 5 étoiles	entre 0,65 et 1,50 euro
Hôtels de tourisme 3 étoiles, résidences de tourisme 3 étoiles, meublés de tourisme 3 étoiles	entre 0,50 et 1 euro
Hôtels de tourisme 2 étoiles, résidences de tourisme 2 étoiles, meublés de tourisme 2 étoiles, villages de vacances 4 et 5 étoiles, de catégorie grand confort	entre 0,30 et 0,90 euro
Hôtels de tourisme 1 étoile, résidences de tourisme 1 étoile, meublés de tourisme 1 étoile, villages de vacances 1, 2 et 3 étoiles, de catégorie confort	entre 0,20 et 0,75 euro
Hôtels de tourisme et résidences de tourisme non classés	entre 0,20 et 0,40 euro
Terrains de camping et terrains de caravanage classés en 3, 4 et 5 étoiles	entre 0,20 et 0,55 euro
Terrains de camping et terrains de caravanage classés en 1 et 2 étoiles, ports de plaisance	0,20 euro

Source : articles D. 2333-45 et D. 2333-60 du code général des collectivités territoriales.

Ce barème ne fait l’objet d’aucune indexation et n’a pas été modifié depuis douze ans.

Les difficultés de recouvrement

La répartition des hébergements en sept catégories d’hébergements, la persistance de multiples exonérations parfois désuètes, la coexistence de deux tarifs mais d’abattements différents pour chacune des deux taxes rendent ce dispositif peu lisible pour les élus locaux et, surtout, pour les professionnels.

Perçue par les hébergeurs – logeurs, hôteliers, propriétaires ou intermédiaires – la taxe de séjour « au réel » est reversée, sous leur responsabilité, au receveur municipal qui en assure le recouvrement conformément à l’article L. 2333-37. La taxe n’étant pas recouvrée par les services fiscaux, les collectivités collectrices ne peuvent utiliser la voie du recouvrement forcé comme en matière d’impôt.

Sources de difficultés importantes, et de fraudes, ces modalités de perception ont justifié l'introduction, en 1988, de la forfaitisation supprimant le lien direct entre le logé et le logeur. L'article L. 2333-41 prévoit ainsi que la taxe de séjour forfaitaire est établie sur les logeurs, hôteliers et propriétaires qui hébergent les personnes redevables de la taxe de séjour. Elle est assise sur la capacité d'accueil et un nombre théorique de nuitées, calculé en fonction de la période d'ouverture de l'établissement et de la période de perception compte tenu d'un abattement.

Malgré ces aménagements, les collectivités demeurent confrontées à une sous-déclaration, voire à l'absence de déclaration, des taxes de séjour. Certaines catégories d'hébergements – meublés de tourisme, locations courte durée – sont difficiles à identifier, d'autant que l'obligation de déclaration préalable en mairie pour les résidences principales a été récemment supprimée par la loi n° 2014-366 du 24 mars 2014 pour l'accès au logement et un urbanisme rénové (ALUR).

Les hébergeurs qui ne déclarent pas de taxe de séjour sont rarement identifiés et les sanctions exceptionnellement prononcées.

La loi fixe le plancher et le plafond du tarif de la taxe de séjour par personne soit les valeurs de 0,20 euro à 1,50 euro actuellement en vigueur. À l'intérieur de ces valeurs, le barème est fixé par voie réglementaire par nature d'hébergements (hôtels, campings, résidences de tourisme, meublés, anneaux de plaisance, villages de vacances) et par niveaux de qualité (les étoiles du classement national). Il fixe donc des fourchettes à l'intérieur desquelles les collectivités arrêtent leurs tarifs par délibération. La période de perception est laissée à la libre appréciation de la collectivité.

Un produit faible

Le produit de la taxe de séjour est estimé en 2012 à 250 millions d'euros, qui se décompose en 241 millions d'euros perçus par les communes (ou leurs groupements) à leur profit et 9 millions d'euros collectés dans le cadre de la surtaxe au profit des départements.

Une tarification inférieure à la moyenne de celles pratiquées dans des villes touristiques européennes

La tarification de la taxe de séjour en France s'avère en deçà de la moyenne des tarifs appliqués dans les villes européennes touristiques (estimation de 1,37 euro à 5,28 euros selon la catégorie de l'hébergement et le nombre d'occupants par chambre). Néanmoins chacun des dispositifs détient ses particularités et la comparaison des taxes de séjour européennes doit être analysée à l'appui de données plus larges sur les fiscalités applicables localement (TVA, cotisations patronales, taxe foncière).

Peu d'outils supports pour la déclaration et le paiement de la taxe de séjour

En outre, l'hétérogénéité caractéristique de la taxe freine la réalisation d'outils supports nationaux. Ce constat est aggravé par le fait que les services fiscaux ne sont pas chargés du recouvrement, ce dernier étant réalisé par le receveur municipal. L'absence de documents de référence entraîne une méconnaissance du dispositif, notamment auprès des particuliers, qui louent leur habitation mais ne s'acquittent pas de la taxe, souvent par manque d'information.

Une sous-collecte de la taxe

Le recouvrement de la taxe est subordonné aux comportements des acteurs économiques impliqués. Dans ce système, il appartient aux communes d'organiser les contrôles les plus adaptés pour saisir la matière imposable et limiter voire supprimer l'évasion du produit. Néanmoins, ce contrôle s'avère délicat à mettre en œuvre, en raison de son caractère « inquisitorial ».

Le cas des meublés de tourisme

La taxe de séjour est une procédure déclarative. Or, contrairement à la réglementation, de nombreux exploitants de meublés de tourisme ne déclarent pas leur exploitation en mairie et ne versent pas la taxe de séjour lorsqu'elle est instituée, d'où des pertes de recettes qui peuvent constituer un préjudice financier substantiel dans les communes disposant d'un important parc d'hébergements en meublés de tourisme.

B. LES PRÉCONISATIONS DE LA MEC SUR LA FISCALITÉ DES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES

La commission des finances a lancé, en février dernier, un travail de réflexion et de concertation sur la fiscalité locale des hébergements touristiques, sous la forme d'une mission d'évaluation et de contrôle dont le Rapporteur spécial était co-rapporteur avec Mme Monique Rabin et M. Éric Straumann.

Les travaux de la mission d'évaluation et de contrôle ont porté pour l'essentiel sur le dispositif de la taxe de séjour : l'analyse de son rendement et de son efficacité au regard de son objectif, à savoir permettre aux communes ou à leurs groupements de disposer de moyens propres pour faire face aux dépenses générées par l'accueil de touristes sur leur territoire mais aussi pour promouvoir l'activité touristique.

Tout en préservant la liberté des collectivités locales dans la gestion de la taxe de séjour (en matière de choix du mode d'assujettissement, comme de fixation des taux à l'intérieur des barèmes ou encore d'affectation du produit de la taxe dans la limite de l'objectif de promotion des activités touristiques), la mission a conduit ses travaux dans un objectif de simplification du régime de la taxe de séjour, pour la rendre plus efficace et plus aisément recouvrée.

Les rapporteurs ne se sont donc pas placés dans une logique de recherche d'élargissement de l'assiette de la taxe pour en accroître le rendement, mais dans celle de l'égalité de traitement de tous les acteurs du secteur, en proposant des mesures permettant d'éviter qu'une partie des redevables de la taxe de séjour n'y échappe. Ses propositions étaient donc guidées par la volonté de mettre fin aux distorsions de concurrence qui sont générées, au détriment des professionnels du tourisme, par l'apparition de nouvelles formes d'offre touristique.

Les principales propositions de la mission ont porté sur :

- ***la lutte contre les distorsions de concurrence***

- étude d'un dispositif de recouvrement adapté qui permette que les gestionnaires de sites qui effectuent de l'intermédiation locative à titre onéreux, soient aussi collecteurs de la taxe de séjour,

- rétablissement de l'obligation de déclaration de la mise en location de courte durée de tous les logements, y compris les résidences principales,

- ***la révision et la simplification de l'assiette et du barème de la taxe de séjour***

- augmentation du plafond applicable aux hôtels cinq étoiles et aux « palaces », identifiés comme une catégorie distincte des quatre étoiles,

- simplification du barème, en cherchant à réduire l'éventail des autres tarifs notamment – sans augmentation du tarif le plus bas – par la création d'un tarif unique intermédiaire pour les hébergements « une étoile » et « sans étoile » qui comprendrait également les meublés de tourisme non classés,

- simplification des régimes d'exonération et de réduction de la taxe en ne conservant pour le régime de taxation « au réel » qu'une seule exonération, de droit, pour les mineurs de 18 ans, les travailleurs saisonniers logés dans la commune et les personnes accueillies dans des hébergements temporaires dans le cadre de l'hébergement d'urgence,

- simplification du mécanisme de l'abattement de la taxe forfaitaire par le maintien d'un seul régime d'abattement obligatoire et modulable par décision de la commune en fonction des durées d'ouverture, à l'intérieur d'un barème allant de 10 à 40 %,

- indexation des plafonds sur l'inflation permettant à la commune d'augmenter les tarifs de la taxe quand, au moment de sa délibération elle constaterait un écart significatif avec le plafond indexé,

● ***L'efficacité du recouvrement***

– l'ouverture aux communes de la possibilité de recourir aux services fiscaux pour le recouvrement de la taxe sachant que les communes qui n'auraient pas opéré ce choix, doivent pouvoir obtenir des services fiscaux les éléments nécessaires à l'établissement et au contrôle de la taxe,

– l'ouverture aux maires et aux présidents d'EPCI de la procédure de taxation d'office, en cas de carence des obligations déclaratives.

C. LA RÉFORME DE LA TAXE DE SEJOUR DANS LE CADRE DU PLFR POUR 2014

1. Des dispositions introduites en première lecture sans attendre les conclusions de la MEC et sans concertation avec les professionnels

Deux amendements ont été adoptés à l'Assemblée nationale, en première lecture du projet de loi de finances rectificative pour 2014, prévoyant de relever le plafond de la taxe de séjour et d'instituer une surtaxe spécifique à la région Île-de-France.

Un amendement de Mme Sandrine Mazetier, adopté malgré l'avis défavorable de la commission et après que le Gouvernement s'en soit remis à la sagesse de l'Assemblée, portait le tarif maximal de la taxe de séjour de 1,50 à 8 euros, par personne et par nuitée. Il multipliait ainsi par cinq le tarif maximum de la taxe de séjour.

Même s'il ne s'agissait que d'un plafond – le barème fixé par voie réglementaire pouvant se situer très en deçà – et que la catégorie ne rassemblait que des hébergements quatre ou cinq étoiles, ce relèvement paraissait très largement excessif à votre Rapporteur spécial et a provoqué de vives réactions parmi les professionnels, en particulier les représentants des hôteliers.

Ce nouveau plafond se combinait, en Île-de-France, avec la taxe forfaitaire régionale de 2 euros, soit un plafond de 10 euros contre 1,50 euro. En effet, un amendement de M. Olivier Faure destiné à financer les transports en commun, repoussé par la commission mais voté en séance avec un avis de sagesse du Gouvernement, superposait, sans articulation réelle avec l'article précédent, une taxe de séjour régionale à la taxe de séjour communale ou intercommunale, qui serait perçue dans toute l'Île-de-France au tarif forfaitaire de 2 euros par personne et par nuitée. Cet amendement ne créait pas une taxe additionnelle à la taxe de séjour mais une taxe ad hoc dont l'assiette était bien plus large.

En effet, il était proposé que la taxe régionale soit perçue dans l'ensemble des communes d'Île-de-France, que celles-ci aient ou non instauré la taxe de séjour. Cela aboutissait à obliger ces communes à recouvrer la nouvelle taxe pour le compte de la région, alors qu'elles ne recouvrent pas la taxe de séjour et ne

disposent pas d'agents commissionnés à cette fin. Le tarif de la taxe était fixé forfaitairement à 2 euros, sans aucune progressivité contrairement à la taxe de séjour communale.

Si le Rapporteur spécial est convaincu que la taxe de séjour doit être réformée afin de remédier à l'érosion continue de son barème et aux difficultés persistantes du recouvrement, il ne pouvait qu'être opposé à ces deux amendements, présentés avant la remise des conclusions de la MEC, les solutions esquissées lui paraissant disproportionnées et difficilement applicables.

2. Le débat en nouvelle lecture a conduit à renvoyer la réforme au projet de loi de finances pour 2015

Dans le cadre de la nouvelle lecture du projet de loi de finances rectificative pour 2014, plusieurs amendements reprenant les préconisations de la mission d'évaluation et de contrôle ont été déposés par Mme Monique Rabin et par votre Rapporteur spécial.

L'adoption de deux amendements du Gouvernement de suppression des dispositions votées en première lecture a cependant renvoyé la réforme au projet de loi de finances pour 2015.

À la suite des demandes de concertation exprimées par de nombreux professionnels de l'hébergement touristique, le Gouvernement a précisé qu'il conviendrait de réexaminer l'ensemble des dispositions de la taxe de séjour dans le projet de loi de finances pour 2015, ce délai devant permettre de proposer une réforme du dispositif et une révision tarifaire sur la base des propositions de la mission d'évaluation et de contrôle de la commission des Finances et en concertation avec les professionnels du secteur concerné.

Le ministre des Affaires étrangères, alors hostile à tout relèvement, avait jugé les initiatives parlementaires « totalement contraires à la promotion du tourisme qui est une priorité pour l'emploi et l'équilibre extérieur de la France ».

Repousser toute réforme à 2015 « permettra de conduire dans des conditions apaisées une concertation avec les professionnels, qui ne sont pas opposés au principe d'une modernisation de ces taxes, et d'en expertiser précisément l'impact en particulier du point de vue de l'attractivité du territoire français », a argumenté le secrétaire d'État au Budget, M. Christian Eckert.

D. LES PROPOSITIONS ENVISAGÉES DANS LE CADRE DU PLF 2015

1. Le Quai d'Orsay a piloté une concertation avec les professionnels du tourisme

La dernière réunion de concertation entre élus, gouvernement et professionnels a eu lieu le 30 septembre dernier et a débouché sur un projet de réforme de la taxe de séjour.

Comme le préconisait le rapport de la mission d'évaluation et de contrôle, la réforme consisterait à relever le plafond de la taxe pour les hébergements haut de gamme sur l'ensemble du territoire. La taxe devrait augmenter pour les hôtels affichant 3 étoiles et plus, jusqu'à un plafond désormais fixé à 3,50 euros par nuit et par personne.

Le relèvement du plafond de la taxe devrait faire l'objet d'un amendement au projet de loi de finances 2015. Mais c'est par décret que seront ensuite fixés les plafonds de chaque catégorie.

Le projet de réforme prévoit une augmentation progressive du plafond de la taxe à partir des hôtels 3 étoiles. Il serait fixé à 2 euros pour les hôtels 3 étoiles (contre 1 euro aujourd'hui), à 2,50 euros pour les 4 étoiles (contre 1,50 euro), à 3 euros pour les 5 étoiles et 3,50 euros pour les palaces (contre 1,50 euro). Il n'évoluerait en revanche pas pour les hôtels 1 et 2 étoiles (à respectivement 75 et 90 centimes). Les hébergements non classés (hôtels de tourisme, campings...) sont quant à eux rassemblés en une seule catégorie et assujettis à un plafond légèrement plus élevé (75 centimes d'euro contre 40 centimes aujourd'hui).

	Non classés	1 étoile	2 étoiles	3 étoiles	4 étoiles	5 étoiles	Palaces
Plafonds actuels	0,40	0,75	0,9	1	1,50	1,50	1,50
Nouveaux plafonds proposés	0,75	0,75	0,9	2	2,5	3	3,50

Source : Les Échos du 30 septembre 2014.

2. Les propositions du Rapporteur spécial

Ces propositions reprendront pour l'essentiel celles qu'il avait faites dans le cadre de la nouvelle lecture du PLFR 2014.

a. Revenir à la grille tarifaire proposée par la MEC

Conformément aux recommandations de la mission d'évaluation et de contrôle, l'objectif n'est pas d'augmenter la taxe de séjour, mais de créer une catégorie supérieure correspondant à une différence réelle de prestations.

Le Rapporteur spécial souhaiterait s'en tenir à la grille tarifaire proposée par la Mission et proposera un amendement

- relevant le plafond de 1,50 euro à 3 euros,
- n’appliquant l’augmentation du plafond qu’aux seuls hôtels cinq étoiles et aux « Palaces », identifiés comme une catégorie distincte des quatre étoiles ;
- réduisant l’éventail des autres tarifs – sans augmentation du tarif le plus bas – par la création d’un tarif unique intermédiaire pour les hébergements « une étoile » et la catégorie immédiatement inférieure.

Un décret devrait identifier dans le barème une nouvelle catégorie : les hôtels 5 étoiles – dont le prix de la nuitée et niveau des prestations varient très sensiblement avec les 4 étoiles dans la nouvelle classification hôtelière – et les hôtels bénéficiant de la distinction « Palace » récemment créée par Atout France, auxquels la commune pourra décider d’appliquer ce taux maximum. Les autres tranches du barème resteraient inchangées à l’exception de la fusion des tranches applicables aux hébergements 1 étoile avec la tranche immédiatement inférieure « non classés ».

b. Simplifier les exonérations

Conformément aux recommandations de la mission d’évaluation et de contrôle, le Rapporteur spécial souhaite simplifier le régime des exonérations, devenu anachronique. Une exonération unique – de droit – demeurerait en faveur des mineurs, des travailleurs saisonniers et des personnes relogées ou en hébergement d’urgence, mais le dispositif proposé laisserait aux collectivités la possibilité d’exonérer certaines catégories d’hébergement en fonction des circonstances locales.

c. Introduire un tarif en fonction du prix de la nuitée lorsque l’hébergement n’est pas classé.

Appliquer systématiquement aux hébergements non classés le tarif de la catégorie « non classés » revient à les faire bénéficier de la tranche la plus basse de la taxe de séjour. Or si beaucoup de ces hébergements ne pourraient avoir la première étoile, d’autres sont des hébergements atypiques, souvent de grand luxe, qui n’ont pas besoin d’être classés. Cela est vrai pour les hôtels et les campings mais l’est encore plus pour les meublés touristiques dont le taux de classement est très faible.

Le Rapporteur spécial estimerait plus juste que, dans ce cas, le montant de la taxe de séjour soit calculé en fonction du prix de la nuitée.

d. Revenir sur les dispositions de la loi Alur

Compte tenu des difficultés de recouvrement mises en évidence par la mission d’évaluation et de contrôle, en particulier pour les meublés de tourisme ou les locations de courte durée, le Rapporteur spécial souhaiterait rétablir l’obligation de déclaration de la mise en location pour de courtes durées de tous

les logements. En effet, en application de la loi Alur, la déclaration d'un meublé de tourisme est obligatoire, sauf si le logement constitue la résidence principale du loueur (occupation du meublé sur huit mois minimum par an). Cette déclaration s'effectue à la mairie de la commune où est situé le meublé.

e. Offrir aux communes la possibilité de s'adresser aux services fiscaux pour collecter la taxe

Le Rapporteur spécial juge essentiel d'ouvrir aux communes la possibilité de recourir aux services fiscaux pour le recouvrement de la taxe sachant que les communes qui n'auraient pas opéré ce choix, pourraient obtenir de ceux-ci les éléments nécessaires à l'établissement et au contrôle de la taxe. En effet la transmission d'informations entre l'administration fiscale et les collectivités locales permettrait à ces dernières de mieux connaître l'ensemble de l'assiette de la taxe, notamment s'agissant des meublés et des chambres d'hôtes, et donc les assujettis à la taxe de séjour.

VII. LA TAXATION DES SITES INTERNET DE LOCATION DE COURTE DURÉE

1. La location de logements à des fins touristiques par les particuliers est devenue une composante majeure et indispensable de l'offre nationale d'hébergement

La location par les particuliers d'hébergements touristiques connaît depuis ces dernières années un très fort développement et une grande diversification. Il est difficile d'avoir une vision agrégée cette offre d'hébergement qui se caractérise par une grande hétérogénéité et une faible proportion d'hébergements classés. Pour apprécier l'importance et les développements de ces phénomènes, l'administration du tourisme a confié une étude au cabinet Horwarth HTL dont les constats sont les suivants :

– l'hébergement par les particuliers regroupe une typologie d'offres hétérogènes allant de l'accueil payant traditionnel en location de vacances et en chambres d'hôtes à des formes non marchandes telles que le couchsurfing ou l'échange d'appartements.

– cet hébergement alternatif ne doit pas être stoppé, mais réglementé car les capacités d'accueil sont, dans certains sites touristiques et à certaines périodes de l'année, loin d'être suffisantes. À titre de comparaison, la capacité hôtelière de la France est de 25 % inférieure à celle de l'Espagne.

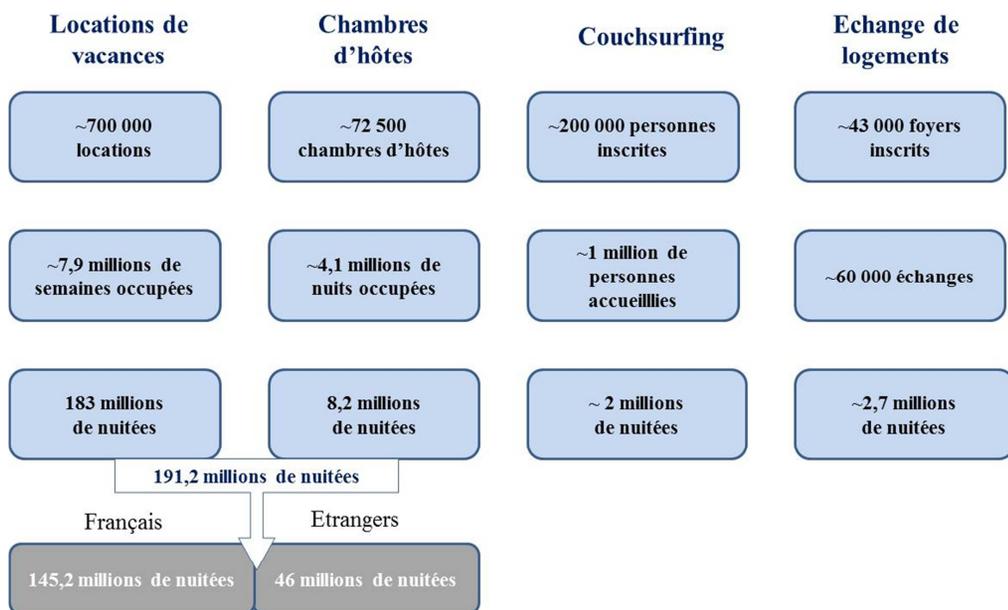
Globalement, les hébergements touristiques chez les particuliers représentent une capacité totale de 3,8 millions de lits, soit 43 % des lits marchands.

Les **locations saisonnières**, en résidence secondaire ou en résidence principale de façon occasionnelle, concernent environ 700 000 logements.

L'offre de **chambres d'hôtes** est évaluée à 72 500 chambres, dont la moitié est labellisée. Les propriétaires n'hésitent pas à rechercher une plus grande visibilité hors des labels traditionnels que sont « Gîtes de France » ou encore « Clévacances ».

Les nouvelles formes d'hébergement non marchand restent à un niveau encore modeste : 200 000 Français sont susceptibles d'accueillir des **couchsurfeurs** (ce qui correspondrait à un million de personnes accueillies). 45 000 foyers pratiquent **l'échange de logement** avec d'autres touristes (ce qui concernerait donc environ 200 000 personnes).

Le schéma suivant synthétise l'estimation de l'offre :



Source : réponse au questionnaire budgétaire.

2. qui se développe significativement grâce aux plates-formes collaboratives

Bien que le schéma contractuel initial soit celui de la location directe, les marchés de l'hébergement par les particuliers n'auraient pu émerger et se développer sans les plates-formes d'intermédiation sur internet.

Dans le secteur de la **location saisonnière**, plusieurs systèmes cohabitent : les labels historiques, les offices de tourisme, qui mettent davantage en avant les locations classées, les agences immobilières, implantées notamment en montagne et sur le littoral, et surtout les **sites d'annonces**, parmi lesquels **quelques opérateurs spécialisés d'envergure mondiale**, comme le groupe HomeAway,

prennent une part de marché de plus en plus importante, à côté de **grands généralistes** comme LeBonCoin. Parallèlement, les **start up de la location** (Airbnb, BedyCasa...) sont déjà en situation d'oligopole sur un créneau qui devrait s'élargir au-delà des seuls appartements en ville. De la même façon, les opérateurs de locations saisonnières souhaitent développer leur présence en zone urbaine où ils sont actuellement moins présents.

On observe une situation comparable chez les **opérateurs de chambres d'hôtes**, qui font l'objet d'une offensive commerciale de Booking.com et voient les sites d'annonces internationaux représenter une part croissante de leur activité en comparaison des labels comme « Gîtes de France ».

Dans le domaine du **Couchsurfing**, le site du même nom occupe toujours une position de pionnier et de leader. L'évolution de son modèle économique dans une optique plus commerciale pourrait conduire à une banalisation d'un phénomène initialement porté par des valeurs non marchandes.

S'agissant de **l'échange de logements**, les plates-formes d'intermédiation ont également joué un rôle majeur pour faciliter les interactions entre les propriétaires. Ce phénomène s'est d'emblée opéré à l'échelle mondiale et concentré sur un nombre limité d'opérateurs. Ceux-ci recherchent à présent de nouvelles formules pour élargir le volume des échanges (système à points, monnaie virtuelle).

Au-delà des différences observées selon le type d'hébergement, plusieurs points communs caractérisent ces plates-formes d'intermédiation :

- l'investissement technologique et marketing reste au cœur des stratégies de développement des opérateurs. Les technologies existent et continueront à s'enrichir ;

- le développement de la réservation en ligne pour améliorer la conversion est essentiel ;

- l'acquisition d'audience sur les moteurs de recherche, la fidélisation et le volume sont de même au cœur du développement ;

- la visibilité des opérateurs est internationale et elle doit se consolider sur les marchés.

3. mais nécessite un cadre juridique adapté et évolutif

a. Le régime juridique

Les **locations saisonnières** répondent à la définition des meublés de tourisme et sont soumises à l'obligation de déclaration en mairie prévue à l'article L. 324-1-1 du code du tourisme. Le dispositif a été aménagé dans le cadre de l'adoption de la loi n° 2014-366 du 24 mars 2014, dite « loi ALUR », qui n'impose pas cette déclaration en mairie lorsque la location concerne la résidence principale du particulier.

Les chambres d'hôtes font l'objet d'une définition très précise par le code du tourisme et correspondent à des prestations spécifiques. L'article L. 324-3 précise qu'il s'agit de « *chambres meublées situées chez l'habitant en vue d'accueillir des touristes, à titre onéreux, pour une ou plusieurs nuitées, assorties de prestations* ».

Les personnes qui exploitent des chambres d'hôtes ont une obligation de déclaration en mairie (article L. 324-4 du code du tourisme). Le **couchsurfing et l'échange d'appartements**, modes d'hébergements non marchands, ne font pas l'objet de dispositions particulières.

b. Le régime fiscal

En matière de fiscalité, les revenus tirés par les loueurs au titre des locations meublées ou de l'exploitation des chambres d'hôtes relèvent de la déclaration des bénéficiaires industriels et commerciaux.

Les dispositions relatives à la taxe de séjour s'appliquent aux meublés de tourisme qu'ils soient classés ou non classés, ainsi qu'aux chambres d'hôtes. La taxe de séjour peut être perçue de façon traditionnelle, sur la base du nombre de nuitées effectivement réalisées, ou de façon forfaitaire. À ces deux taxes communales, s'ajoute la taxe additionnelle qui peut être instaurée par les départements.

4. dans le but de lutter contre une distorsion de concurrence

a. Imposer aux sites internet d'intermédiation de collecter et de reverser la taxe de séjour

Lorsque la location de meublés de tourisme s'effectue par le canal des propriétaires individuels ou de plates-formes collaboratives, les collectivités locales sont confrontées à des difficultés de recouvrement de la taxe de séjour et donc à des pertes de recettes corrélatives.

L'amélioration du recouvrement de la taxe de séjour au titre de la location meublée est essentielle. En effet, c'est un hébergement de type hôtelier offert à des touristes qui vont être usagers des politiques publiques de la commune et les plateformes d'intermédiation sont source d'une forte concurrence pour les hôtels qui eux collectent et intègrent la taxe de séjour dans leurs prix.

Un secteur d'hébergement soumis à des règles plus souples ne peut coexister avec un secteur plus professionnalisé que si une certaine égalité de traitement est maintenue entre eux. Les évolutions législatives devront donc déterminer un cadre juridique à la fois respectueux de la diversité des pratiques et garant de l'exercice d'une concurrence loyale avec les autres modes d'hébergement.

b. Les agences immobilières ont des contraintes que les sites internet de location saisonnière n'ont pas

Les professionnels de l'immobilier faisant de la location saisonnière doivent obligatoirement posséder une carte d'agent immobilier et souscrire une garantie financière dont le coût est loin d'être négligeable (0,4 % des sommes détenues).

Les sites de location, qui encaissent des sommes pour le compte des propriétaires et les paient après le départ des locataires, effectuent la même gestion financière que les agences mais ne sont pas soumis aux obligations de ces dernières. Les agences immobilières, qui ont le sentiment d'une concurrence déloyale, souhaiteraient être mises à égalité avec les sites soit à travers une baisse de leurs sujétions, soit en créant des obligations pour ces derniers sites de garantie financière et de carte professionnelle

5. Des avancées très positives de part d'Airbnb

La France constitue la deuxième destination des clients d'Airbnb après les États-Unis et devant l'Italie, l'Espagne et l'Allemagne.

La position de ce site internet a évolué de manière très positive. Airbnb se dit prêt aujourd'hui à collecter la taxe de séjour auprès de ses clients pour le compte de l'hébergeur. Des premières expériences sont en cours à Portland et à San Francisco. Cette collecte suppose toutefois que soient communiqués à chaque plateforme un fichier des communes qui perçoivent la taxe de séjour, le barème de chacune d'elles et la période de perception.

Sur la facture d'Airbnb, apparaîtraient séparément les montants du logement, des frais de service de 10 % et de la taxe de séjour. La taxe de séjour collectée serait reversée à chacune des collectivités locales ou ferait l'objet d'un versement unique à un intermédiaire.

a. mais il faut veiller à ce que les opérateurs moins puissants ne soient pas pénalisés

Les opérateurs intermédiaires dont les offres sont uniquement ou majoritairement situées en France n'auront pas les moyens d'Airbnb pour collecter la taxe de séjour et courent à moyen terme un risque de marginalisation auquel il faut être attentif. C'est notamment le cas des labels « Gîtes de France » ou « Clévacances » qui ont joué un rôle historique pour développer et qualifier l'offre d'hébergement par les particuliers, tout en commercialisant cette offre par des canaux propres ou liés aux organismes locaux du tourisme. Ils ne sont pas parvenus à se fédérer à l'échelle internationale sur un label de qualité commun ou une plate-forme de commercialisation grand public.

b. Le tarif doit tenir compte du classement ou du prix

Les meublés touristiques proposés sur les sites internet n'ont que très rarement fait l'objet d'un classement. Il paraît donc difficile d'appliquer à l'ensemble de ces meublés le barème de la catégorie « non classés », c'est-à-dire entre 20 et 40 centimes (ou entre 20 et 75 centimes si le barème issu de la concertation à l'initiative du ministère des Affaires étrangères est adopté). Le tarif ne peut pas être le même entre une grande villa de luxe sur la côte d'Azur et une petite maison dans un village de campagne.

VIII. L'AGENCE NATIONALE POUR LES CHÈQUES VACANCES (ANCV)

L'ANCV, établissement public à caractère industriel et commercial, a pour mission principale de favoriser l'accès aux vacances et aux loisirs. Opérateur des politiques sociales du ministère chargé du tourisme, l'Agence détient le monopole d'émission du Chèque-Vacances. Ce titre constitue le principal outil de l'Agence pour faire reculer les inégalités en matière de départ en vacances.

L'Agence autofinance son développement à partir de l'émission et du remboursement du Chèque-Vacances. Les excédents générés par l'émission des titres sont réinvestis dans des actions solidaires pour soutenir le départ en vacances des publics qui en sont exclus et pour aider les acteurs du tourisme social à réhabiliter leur patrimoine immobilier.

1. Une croissance de près de 5 % du volume d'émission du Chèque-Vacances en 2013

Le contrat d'objectif et de performance (COP) 2013-2016 a confirmé la volonté des pouvoirs publics de faire de l'ANCV un acteur essentiel de la politique de départ en vacances pour tous, alors que la réduction de la fracture touristique est au cœur des priorités du Gouvernement. Les résultats obtenus en 2013 dépassent globalement les objectifs du COP dans un contexte économique et social fragile.

Le volume d'émission de Chèques-Vacances hors Petites Entreprises a franchi le cap des 1,4 milliard d'euros en 2013, soit une progression en valeur de 64 millions d'euros (+ 5 %).

Le marché des entreprises de moins de 50 salariés continue sa forte croissance grâce aux efforts déployés par l'Agence et ses partenaires. Le volume d'émission atteint 49 millions d'euros en 2013 soit une croissance de 14 %. Le nombre de bénéficiaires a augmenté de 11,7 % en 2013, soit une progression d'environ 15 000 bénéficiaires pour atteindre 142 000.

2. Le renforcement des actions de solidarité : une mission plus que jamais nécessaire

Pour mener à bien sa mission, l'Agence dispose de programmes de solidarité mis en place au profit de différentes catégories de populations (salariés de petites entreprises, familles notamment monoparentales, jeunes adultes, personnes en situation de handicap et personnes âgées), et des aides aux équipements de tourisme et de loisirs à vocation sociale.

Le programme *Aides aux projets vacances* permet aux personnes en situation de fragilité sociale et économique de construire leur projet de vacances, tout en bénéficiant d'un accompagnement pour les concrétiser. Ces aides financières sont versées sous forme de Chèques-Vacances et d'aides structurelles au fonctionnement des grands réseaux associatifs humanitaires ou socio-éducatifs nationaux, partenaires de l'ANCV. En 2013, environ 87 000 personnes ont bénéficié des aides aux projets vacances, et plus de 78 000 des aides à la pratique sportive.

La *Bourse Solidarité Vacances* vise à faciliter le départ en vacances et l'accès aux loisirs de familles notamment monoparentales, ou des salariés aux revenus très modestes. L'ANCV recueille toute l'année auprès des professionnels du tourisme engagés des offres de séjours et de loisirs à des prix solidaires – jusqu'à 80 % de réduction – et les met à disposition des collectivités, d'associations d'animation socioculturelle, d'organismes sociaux partenaires du programme. Les séjours durent une semaine et se déroulent dans les centres de vacances, les résidences de tourisme, hôtels, campings, mobile homes ou gîtes. Au total, en 2013, 8 700 personnes ont bénéficié de Bourse Solidarité Vacances.

Le programme *Seniors en Vacances* permet aux personnes âgées de 60 ans et plus, retraitées et/ou sans activité professionnelle, de partir en vacances par le biais des séjours en groupe. Rompre l'isolement et créer du lien social, tels sont les objectifs de ce programme. L'ANCV propose toute l'année (sauf en juillet et en août) des séjours à un tarif unique vers 150 destinations. Les personnes âgées non imposables et leur conjoint peuvent bénéficier d'une aide financière de l'ANCV de 50 %, tout comme l'aidant familial d'une personne âgée. En 2013, 52 500 seniors sont partis dans le cadre de ce programme, ce qui représente une augmentation de 17 % en un an et atteste du succès grandissant du programme.

Ce sont 22,3 millions d'euros qui ont été engagés au titre de 2013 sous forme d'aides à la personne. Ces actions ont permis le soutien de plus de 226 000 bénéficiaires en 2013, soit une progression globale de près de 8 %.

Un nouveau programme *Départ 18:25* a été lancé par l'ANCV en avril 2014 pour répondre au non-départ en vacances des jeunes qui s'explique autant par des moyens financiers trop faibles que par l'absence de culture vacances. Il s'agit d'un dispositif d'aide au départ, sécurisé et simple, permettant aux jeunes de cette classe d'âge de partir grâce à des bons plans de vacances, des conseils et d'une participation de l'ANCV pouvant atteindre 150 euros par jeune.

L'ANCV s'est pleinement impliquée dans la mission confiée par la ministre chargée du tourisme à Madame Claudie Buisson sur la lutte contre la fracture touristique. Elle est chargée de la mise en œuvre d'une des propositions des assises nationales du tourisme : « Un portail Internet sera mis en place par l'ANCV qui aidera les ménages modestes à préparer leur premier départ en vacances. Leur sera proposée une sélection d'offres abordables, à des tarifs préférentiels. »

3. La dématérialisation du chèque-vacances

Depuis 30 ans, le Chèque-Vacances a connu de nombreuses évolutions mais demeure aujourd'hui encore un titre papier. La dématérialisation du titre Chèque-Vacances apparaît comme un impératif de moyen terme.

Depuis 2012, l'ANCV a mené différents travaux et études portant sur la dématérialisation du titre avec l'objectif d'anticiper et de préparer cette évolution. Ces travaux ont conduit à l'introduction du troisième axe stratégique du contrat d'objectif et de performance.

L'Agence a engagé un processus de modernisation de son système d'information et de ses outils numériques pour gagner en efficacité dans le traitement de ses opérations de production et mettre à disposition des parties prenantes (partenaires d'action sociale, clients, apporteurs d'affaires « petites entreprises » et bénéficiaires de Chèques-vacances), des outils informatiques modernes permettant de simplifier les échanges d'information au quotidien.

En 2015, cette modernisation sera poursuivie à travers la mise en production de nouveaux outils numériques. L'Agence lancera en 2015 une expérimentation, baptisée « e.Chèque-Vacances » auprès d'un groupe restreint de clients, d'un nouveau titre « semi-dématérialisé », support papier à usage 100 % Web, conçu pour le seul paiement sur internet des prestations de tourisme et de loisir.

Parallèlement l'Agence poursuit les travaux engagés sur les conditions d'une mise en œuvre de la dématérialisation globale du Chèque-Vacances compatible avec la préservation de son modèle. Cette dématérialisation devrait en effet entraîner une transformation du modèle économique de l'Agence, de ses processus opérationnels et des interactions avec ses parties prenantes. Cette réflexion appelle de nombreux questionnements d'ordre économique, marketing, juridique, technologiques, de sécurité et de conduite du changement.

Dans ce contexte, l'ANCV mène une étude stratégique pour mieux appréhender l'avenir et notamment les bouleversements actuels du monde des paiements et le cadre réglementaire mouvant de la dématérialisation.

EXAMEN EN COMMISSION

Après l'audition de M. Laurent Fabius, ministre des Affaires étrangères et du développement international, (voir le compte rendu de la commission élargie du 21 octobre 2014 à 17 heures 15⁽¹⁾), la commission des Finances examine les crédits de la mission Action extérieure de l'État.

*La Commission **adopte** les crédits de la mission Action extérieure de l'État.*

*

* *

(1) Le compte rendu de la commission élargie peut être consulté sur le site internet de l'Assemblée nationale à l'adresse : http://www.assemblee-nationale.fr/14/budget/plf2015/commissions_elargies/

ANNEXE 1 : BILAN DÉTAILLÉ DE L'ANNÉE TOURISTIQUE 2013 POUR LA FRANCE ⁽¹⁾

En 2013, trois Français sur quatre sont partis en voyage pour motif personnel

En 2013, le taux de départ en voyage des Français pour motif personnel s'est établi à 75,1 %. Il est stable par rapport au taux de 2012, mais se situe 0,8 point en dessous de ceux de 2010 et 2011. Il est de trois points inférieur à la moyenne des taux de départ sur la période 2005–2009.

Le taux de départ en voyage de courte durée (d'une à trois nuitées hors du domicile) recule d'un point, à 50,8 %, après déjà – 0,5 point en 2012. Il s'établit trois à quatre points en dessous des taux des années 2005 à 2009, qui oscillaient entre 53,9 % et 54,6 %. En revanche, le taux de départ en voyage long (au moins quatre nuitées) se reprend de 0,3 point et s'établit à 65,8 %, après un recul de 0,8 point en 2012. Depuis quatre ans, il oscille autour de 66 %, à un niveau inférieur de deux à quatre points à ceux de la période 2005–2009.

La proportion de Français partis dans l'Hexagone est de 71,0 %, en baisse de 0,2 point par rapport à 2012 ; elle est inférieure de trois à quatre points à celle des années 2005–2009. Le taux de départ hors France métropolitaine progresse pour sa part de 0,9 point, et s'établit à 25,6 %, à seulement 0,2 point du pic de 2005.

Les Français ont réalisé autant de voyages que l'an passé en France et plus à l'étranger

Le nombre total des voyages réalisés par les Français pour motif personnel augmente très faiblement (+ 0,2 %) en 2013, compensant le recul de 0,2 % de 2012. Il s'établit à 204 millions, légèrement au-dessus des niveaux enregistrés en 2008 et 2009 (202 millions), mais bien en deçà de ceux des années 2005 à 2007 (213 à 214 millions).

Les voyages en France métropolitaine, largement majoritaires (88,7 %), évoluent peu depuis trois ans : ils s'effritent de 0,1 % en 2013 après avoir progressé de 0,2 % en 2012. Ils conservent ainsi en 2013 un niveau voisin de ceux des années 2008 et 2009, avec 181 millions, mais toujours inférieur d'environ 10 millions à ceux des années 2005 à 2007.

Les voyages à l'étranger ou dans les DOM ont été nettement orientés à la hausse en 2013, avec + 2,7 %. Après une baisse marquée en 2012, ils retrouvent ainsi un niveau voisin de celui de 2011, avec 23 millions, bien au-dessus des niveaux des années précédentes.

(1) Source : DGE, réponse au questionnaire budgétaire.

Rhône-Alpes demeure la région touristique préférée des Français

Les villes sont la destination favorite des Français et accueillent trois voyages sur dix. La mer, le littoral et la montagne viennent ensuite avec un peu plus de deux voyages sur dix chacun. En 2013, les voyages ont augmenté modérément vers la campagne (+ 0,1 %), nettement plus fortement vers les stations de ski (+ 2,5 %). À l'inverse, ils ont reculé vers la montagne hors station (- 2,2 %), alors qu'ils ont été stables vers la mer et les villes.

Les régions de destination qui bénéficient d'une hausse des voyages sont aussi nombreuses que les régions en baisse. Les plus fortes contributions à la hausse sont le fait de la Haute-Normandie, de la Franche-Comté, de la Lorraine et de l'Aquitaine, avec des hausses de respectivement 10,0 %, 9,4 %, 6,3 % et 3,5 %. Inversement, les régions les plus fortement contributrices à la baisse sont la Picardie (en recul de - 12,5 %), l'Auvergne (- 5,3 %) et la Bretagne (- 2,5 %). L'Île-de-France affiche, pour sa part, une baisse de 0,7 %.

Rhône-Alpes demeure la région touristique préférée des Français (20,4 millions de voyages), devant PACA (16,7 millions). Les Pays de la Loire (14,1 millions) prennent comme l'an passé la troisième place à l'Île-de-France (13,8 millions), devançant de peu la Bretagne (13,2 millions) et le Languedoc-Roussillon (12,9 millions).

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

Les voyages des touristes français à l'étranger ont été orientés à la hausse pour tous les continents, hormis l'Afrique où le recul s'est poursuivi, atteignant - 7,6 %, après - 4,0 % en 2012. À l'inverse, les hausses ont été particulièrement fortes vers l'Asie et l'Océanie (+ 11,0 %) et vers l'Amérique (+ 7,9 %), faisant plus que compenser les reculs enregistrés en 2012 (respectivement - 4,9 % et - 4,3 %). Il en est de même pour les voyages à destination de l'Europe, en hausse de 3,3 % après - 2,7 % en 2012.

Le Vieux Continent demeure, et de loin, la principale zone de destination étrangère des Français, avec 72,7 % des voyages des Français à l'étranger, position qui se renforce encore de 0,4 point par rapport à 2012. Les voyages vers l'Espagne, destination étrangère favorite des Français avec près d'un voyage à l'étranger sur six, progressent de 0,3 % en 2013 après un léger recul en 2012 (- 0,4 %), qui faisait suite à de fortes progressions les années précédentes (+ 5,5 % en 2011 et + 6,4 % en 2010). L'Italie, qui se place en deuxième position, confirme sa bonne orientation et les voyages des Français y progressent de 7,7 %, après + 2,1 % en 2012.

La durée des voyages s'allonge en France comme à l'étranger

En 2013, les touristes français ont réalisé un total de 1,178 milliard de nuitées au cours de leurs voyages pour motif personnel : 961 millions sur le territoire métropolitain et 217 millions à l'étranger ou dans les DOM. Du fait de voyages plus longs à l'étranger (9,4 nuitées contre 5,3 nuitées pour les voyages en France métropolitaine), la part des nuitées en métropole (81,6 %) est moins élevée que la part des voyages (88,7 %).

Les nuitées en France progressent de 0,6 % en 2013, en dépit du léger recul du nombre de leurs voyages, grâce à un allongement de 0,7 % de la durée moyenne de voyage. Cette hausse est insuffisante pour compenser le recul de 1,4 % enregistré en 2012. Les nuitées en France des résidents français restent à un niveau inférieur d'environ 9 % au point haut de 2005.

La durée moyenne de voyage à l'étranger augmente davantage (+ 1,5 %), conduisant à des nuitées à l'étranger en plus forte hausse que les voyages (+ 4,2 % à comparer à + 2,7 %). Cette hausse compense le recul de 4,0 % de 2012 et ramène les nuitées passées à l'étranger à leur niveau de 2011, soit 217 millions, niveau supérieur de près de 3 % au précédent pic de 2005.

Toutes destinations confondues, les nuitées progressent de 1,2 %, à comparer à une quasi-stabilité pour les voyages (+ 0,2 %).

La destination détermine la durée des voyages

La durée moyenne des voyages des Français en Métropole est d'un peu plus de cinq nuitées.

De sept à huit jours à la mer et en station de ski, elle est en moyenne de quatre à cinq jours à la campagne et en ville. Alors que les voyages à la mer et à la campagne ont été stables en 2013, l'allongement de leur durée a conduit à une augmentation des nuitées, importante pour le littoral (+ 2,1 %), et modérée pour la campagne. À l'inverse, la réduction de la durée moyenne des voyages dans les villes s'est traduite par un léger recul des nuitées (- 0,3 %), en dépit d'un nombre de voyages en légère hausse (+ 0,3 %). La durée des voyages s'est raccourcie à la montagne, et les nuitées se sont inscrites en légère progression en station (+ 0,6 %) et en baisse sensible hors station (- 4,9 %).

La durée des voyages est également très variable selon les régions de destination. La Corse en détient, de loin, le record, avec presque 13 nuitées. Les régions situées en bord de mer accueillent les touristes français pour des durées plus longues qu'ailleurs : six à sept nuitées pour le Languedoc-Roussillon, PACA, la Bretagne, Midi-Pyrénées et le Poitou-Charentes. À l'inverse, l'Île-de-France figure parmi les régions où la durée moyenne de voyage est la plus courte (trois jours et demi).

Les voyages à l'étranger sont d'autant plus longs que la destination est lointaine : d'environ 15 à 16 nuitées pour l'Amérique, l'Asie et l'Océanie et les DOM, la durée moyenne des voyages est réduite de moitié pour l'Europe. L'Afrique se situe entre les deux, avec 11 à 13 jours. En 2013, les voyages pour l'Afrique se sont fortement allongés et les nuitées ont progressé de 5,6 %, en dépit d'un nombre de voyages en recul de 7,6 %. Pour tous les continents, les nuitées sont ainsi orientées nettement à la hausse. La hausse des nuitées vers l'Europe est un peu moins forte que celle des voyages (+ 2,4 % à comparer à + 3,3 %) du fait d'une réduction de la durée moyenne de voyage. À l'inverse, la hausse déjà importante des voyages vers l'Asie et l'Océanie est amplifiée par un allongement de leur durée et les nuitées bondissent de 14,0 %. La durée moyenne de voyage vers l'Amérique évolue peu (-0,3 %) et les nuitées y augmentent quasiment au même rythme que les voyages (+ 7,6 % à comparer à + 7,9 %).

Les nuitées augmentent en hébergement marchand comme en hébergement non marchand

Les Français réalisent très majoritairement leurs voyages en hébergement non marchand pour leurs voyages en métropole (66,7 % des nuitées) et en hébergement marchand pour leurs voyages à l'étranger (68,8 %). En métropole, s'agissant de l'hébergement non marchand, dans plus de 70 % des cas, la famille ou les amis assurent le gîte ; dans les autres cas, il s'agit essentiellement de nuitées en résidence secondaire. Toujours en métropole, les locations, gîtes et chambres d'hôtes assurent la plus large part des nuitées marchandes des touristes résidents (40 %), loin devant les campings (une sur quatre) et les hôtels (une sur six). À l'étranger, six nuitées marchandes sur dix se font en hôtel, loin devant les locations, gîtes ou chambres d'hôtes (deux nuitées sur dix). Quand les résidents français qui se rendent à l'étranger ont recours à un hébergement non payant, dans 65 % des cas, ils sont logés en famille.

En 2013, les nuitées marchandes ont évolué comme les nuitées non marchandes, aussi bien pour les destinations intérieures que pour les voyages à l'étranger. Ainsi, les nuitées en métropole ont progressé de 0,5 % dans les hébergements marchands et de 0,6 % dans les hébergements non marchands. À l'étranger, la hausse des nuitées a été de + 3,6 % en hébergement marchand et de + 5,5 % en hébergement non marchand.

Les dépenses consacrées aux voyages progressent en France et à l'étranger

Après deux années de forte croissance (+ 4,9 % en 2010 et + 10,9 % en 2011), la dépense des touristes français pour motif personnel s'était effritée de 0,6 % en 2012. En 2013, les dépenses ont repris leur hausse, avec + 2,0 %.

Pour les voyages en France, la hausse des dépenses de 1,0 % résulte de la progression des dépenses d'hébergement (+ 3,1 %) et des autres dépenses (+ 1,8 %). À l'inverse, les dépenses en forfait affichent un recul de 4,2 %, alors

que les transports sont quasiment stables (– 0,3 %). Pour les voyages à l'étranger, tous les postes de dépenses progressent fortement.

Le montant total dépensé atteint ainsi 71,0 milliards d'euros, dont 45,9 milliards en métropole et 25,1 milliards à l'étranger ou dans les DOM.

La dépense moyenne par nuitée est de 48 euros en métropole et 116 euros à l'étranger. Elle est quasiment stable pour les deux types de destinations.

La fréquentation touristique internationale en hausse

La France a conservé en 2013 sa position de première destination touristique au monde. Les arrivées de touristes internationaux se sont élevées à 84,7 millions en 2013, après 83 millions en 2012, soit une progression de 2 %. En matière de recettes tirées du tourisme international, la France occupe la troisième position, derrière les États-Unis et l'Espagne les recettes sont passées de 41,8 milliards d'euros en 2012 à 42,7 milliards d'euros en 2013 (source : Banque de France), soit une hausse d'environ 2,2 %, plus rapide que celle des arrivées. Cette évolution encourageante est confirmée par celle des nuitées passées par les touristes étrangers : de 2012 à 2013, elles progressent de 4,6 %. Ceci illustre l'allongement de la durée des séjours des touristes étrangers sur le territoire qui s'établit à 7,1 nuits en 2013, contre 6,9 en 2012.

*

* *

**ANNEXE 2 :
LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES
PAR LE RAPPORTEUR SPÉCIAL**

– M. Michel Durrieu, chef du pôle tourisme au ministère des Affaires étrangères et du développement international,

– M. Christian Mantéi, directeur général d'Atout France et M. Gérard Bornier, secrétaire général,

– Les syndicats de l'hôtellerie restauration :

M. Philippe Delterme, directeur général de l'union des métiers et des industries de l'hôtellerie, M. Michel Morin, président du syndicat national de la restauration thématique et commerciale, M. Gérard Plomion, président du syndicat national de la restauration publique organisée, M. Pierre Laurans, membre du syndicat national de l'alimentation et de la restauration.