

A S S E M B L É E      N A T I O N A L E

X I V <sup>e</sup>      L É G I S L A T U R E

# Compte rendu

## Commission des affaires économiques

- Audition, ouverte à la presse, de Mme Fleur Pellerin, secrétaire d'État chargée du Commerce extérieur, de la promotion du tourisme et des Français de l'étranger, auprès du ministre des Affaires étrangères et du développement international..... 2
- Informations relatives à la commission..... 18

Mercredi  
2 juillet 2014  
Séance de 9 heures 30

Compte rendu n° 103

SESSION EXTRAORDINAIRE DE 2013-2014

**Présidence**  
**de M. François Brottes**  
*Président*



La commission a auditionné Mme Fleur Pellerin, secrétaire d'État chargée du Commerce extérieur, de la promotion du tourisme et des Français de l'étranger, auprès du ministre des Affaires étrangères et du développement international.

**M. le président François Brottes.** Madame la ministre, c'est la première fois que vous revenez devant notre commission depuis la prise de vos nouvelles fonctions. Le rattachement du tourisme et du commerce extérieur au ministère des affaires étrangères, au printemps dernier, a suscité quelques commentaires. Pour ma part, je n'en ai pas été choqué car une approche offensive de notre développement international suppose de s'appuyer sur notre appareil diplomatique. Au-delà des questions de partage de compétence gouvernementale, plusieurs sujets relevant de votre ministère nous intéressent au premier chef.

Les Assises du tourisme ont été clôturées la semaine dernière et à cette occasion, plusieurs annonces de mesures concrètes ont été faites, sur lesquelles vous reviendrez sans doute, de la voie réservée aux taxis entre Paris et Roissy en passant par l'ouverture des magasins le dimanche dans certains quartiers de la capitale. J'indique que plusieurs travaux parlementaires traitant du tourisme sont actuellement en cours. Notre commission a confié à nos collègues Daniel Fasquelle et Pascale Got une mission sur le tourisme et le numérique, avec en toile fond une interrogation sur les voies de la modernisation du tourisme français. Il ne suffit pas d'être un beau pays, encore faut-il en effet ne pas trop nous reposer sur nos lauriers si nous souhaitons préserver nos parts de marché. Par ailleurs, la mission d'évaluation et de contrôle devrait rendre dans les prochains jours son rapport sur la fiscalité des hébergements touristiques. À propos de fiscalité, je ne doute pas la question de l'augmentation de la taxe de séjour sera évoquée ce matin.

S'agissant du commerce extérieur, la fusion entre l'Agence française pour les investissements internationaux (AFII) et Ubifrance me semble être un point important à aborder. Je pense enfin que certains de nos collègues attendent de vous des éclaircissements sur l'état des négociations commerciales en cours dans le cadre du *Trans-Atlantic Free Trade Agreement* (TAFTA), également connu sous le nom de *Transatlantic Trade and Investment Partnership* (TTIP) ou Partenariat Transatlantique de Commerce et d'Investissement (PTCI).

Je vous cède la parole sans plus tarder.

**Mme Fleur Pellerin, secrétaire d'État chargée du commerce extérieur, de la promotion du tourisme et des Français de l'étranger.** Je tiens à remercier le président Brottes de cette double invitation, puisque j'aurai également le plaisir de vous retrouver cet après-midi, avec plusieurs de mes collègues, afin que nous débattions ensemble des conclusions du rapport parlementaire sur le numérique de Mmes Corinne Erhel et Laure de La Raudière. Je centrerai mon intervention de ce matin sur les priorités que je m'assigne en matière de commerce extérieur et de tourisme.

Les chiffres du commerce extérieur, nous le savons tous, ne sont pas à la hauteur de nos attentes. En 2013, le déficit de la France a encore dépassé 61 milliards d'euros, dont 13 milliards hors énergie. Nos secteurs d'excellence comme l'aéronautique, l'agroalimentaire, la chimie, les parfums et cosmétiques ou encore la pharmacie, ne parviennent pas à contrebalancer les secteurs déficitaires que sont, outre l'énergie, les produits industriels, les produits informatiques et électroniques, le textile-habillement et l'automobile. Cela résulte d'une mauvaise spécialisation et d'une mauvaise orientation à l'export en termes de

secteurs/pays. La France souffre également d'un tissu d'exportateurs fragile, à la fois très concentré – 1 % des exportateurs fait 70 % des exportations – et marqué par le faible nombre d'entreprises exportatrices – on en compte 120 000, contre deux fois plus en Italie et quatre fois plus en Allemagne. Depuis dix ans, notre part de marché s'est fortement érodée au niveau mondial puisqu'elle est passée de 5 % à 3,2 %. La baisse est marquée au sein même de la zone euro alors que la question du taux de change ne se pose pas – nous en sommes à 9,1 % contre 12,3 % en 2000. Plusieurs facteurs sont en jeu : la compétitivité prix et hors-prix, le niveau de l'euro, la conjoncture européenne et mondiale. Ce faisant, il faut avant tout nous concentrer sur nos leviers d'action immédiats, avec pour objectif de mieux nous organiser.

Avant d'aller plus loin dans ma présentation, je veux juste préciser que nous nous focalisons peut-être un peu trop sur la balance des biens. Il est difficile d'avoir une vision consolidée de notre balance des biens et des services mais il ne faut pas négliger pour autant notre balance des services, dont l'excédent est de 18 milliards d'euros.

Comment nous renforcer pour faire de la France un pays gagnant dans la mondialisation ? Nous devons d'abord aider notre appareil productif à se remuscler à l'export. Le nombre d'entreprises exportatrices est trop faible, bien qu'en augmentation depuis deux ans, et en tout état de cause il n'y a pas encore assez d'entreprises de taille intermédiaire (ETI) – 3500 seulement – et de grosses PME ayant cette capacité.

Nous devons ensuite fédérer les énergies car « l'équipe de France de l'export » ne souffre pas tant d'un déficit de moyens que de leur dispersion. Avec un budget global de l'ordre de 600 millions d'euros, dont 500 millions pour l'État, les troupes sont nombreuses : 1500 agents au sein d'Ubifrance et de l'AFII dans 63 pays, 1200 agents de l'État au sein du réseau de la diplomatie économique. Mentionnons aussi les 8000 VIE, les chambres de commerce – 600 agents en France pour le soutien à l'international et 800 agents présents dans les 107 CCI françaises à l'étranger –, les 3500 conseillers du commerce extérieur – 900 en France et plus de 2500 à l'étranger –, les 350 collaborateurs de la COFACE, les régions et enfin les acteurs privés d'appui à l'export tels que les opérateurs spécialisés du commerce international (OSCI). Jusqu'à récemment, tous ces acteurs jouaient leur propre partition ou se contentaient d'une coordination formelle. Notre objectif doit être de les mettre davantage en synergie et d'assurer un meilleur pilotage du dispositif par nos ambassadeurs à l'étranger.

C'est dans cette perspective que nous rénovons et modernisons le dispositif d'accompagnement en créant une grande agence de l'international, avec le rapprochement de l'AFII et d'Ubifrance. Muriel Pénicaud a été nommée présidente de l'AFII et va s'y employer, tant sur le plan organisationnel que par l'élaboration d'un nouveau plan stratégique pour les prochaines années.

Il s'agit aussi de réfléchir à l'articulation de cette nouvelle agence avec les autres opérateurs et acteurs. Dans le domaine de l'agroalimentaire par exemple, la Sopexa – agence à statut privé qui bénéficie d'une délégation de service public du ministère de l'agriculture – et le département Agrotech d'Ubifrance doivent être rapprochés pour assurer des économies d'échelle et la cohérence de la stratégie. L'action conjointe entre Ubifrance et BPI France doit aussi être poursuivie et amplifiée. Je sais que Muriel Pénicaud et Nicolas Dufourcq y travaillent et cela peut être un moyen de dépasser par le haut des contraintes du droit européen de la concurrence que certains acteurs nous opposent. Enfin, l'articulation de ces acteurs avec les CCI et l'action des régions devra être organisée. L'un des enjeux est l'achèvement d'un portail internet de l'international dont l'objectif est de diriger les entreprises vers le meilleur

interlocuteur en fonction de leurs besoins propres. Une place doit être réservée dans ce cadre aux acteurs privés, qui ont aussi un rôle à jouer.

Notre stratégie doit par ailleurs reposer sur des priorités géographiques et thématiques claires et sur la concentration des moyens correspondants. Je compte ainsi poursuivre le travail engagé par Nicole Bricq. Nous devons nous appuyer sur les atouts de l'offre française pour répondre aux besoins des nouvelles classes moyennes des pays émergents qui tirent la demande mondiale et dans cette optique, il convient de définir une liste de pays et de secteurs prioritaires pour concentrer l'action des services de l'État et des opérateurs publics. La France a des entreprises et des savoir-faire reconnus, qui doivent entrer en résonance avec la nouvelle demande mondiale. Les classes moyennes des pays émergents aspirent en effet à mieux vivre. Là résident de formidables opportunités pour nos entreprises. Encore faut-il fédérer l'offre française car l'action en ordre dispersé réduit nos chances de gagner des parts de marché. À cet égard, j'ai engagé l'actualisation de la liste de nos pays prioritaires pour aboutir à une dizaine de pays par grande famille de l'export et aux quatre familles déjà identifiées – se soigner, vivre en ville, communiquer, se nourrir – je compte ajouter deux secteurs essentiels : d'une part les industries récréatives et culturelles comme l'audiovisuel, la mode, le design et l'artisanat d'art, d'autre part l'industrie du voyage et du tourisme.

Cette stratégie doit bien entendu être articulée avec les négociations menées par la Commission européenne s'agissant des accords de partenariats économiques. Je ne vais pas revenir ici en détail sur le sujet du partenariat transatlantique mais je pourrai répondre à vos questions si vous le souhaitez. Soyez assurés que je compte être exigeante, dans toutes les négociations conduites par la Commission au nom de l'Union européenne, pour que les intérêts offensifs français et les « lignes rouges » identifiées pour la défense de nos préférences collectives, de notre droit à réguler ou du secteur audiovisuel soient défendus. J'ai eu l'occasion de le dire à plusieurs reprises au commissaire européen Karel de Gucht, je le dirai également à son successeur quand celui-ci aura été désigné. Par ailleurs, le sujet de la transparence vis-à-vis des parlementaires et de l'opinion publique est essentiel pour moi. J'ai personnellement pris des initiatives pour la publication des mandats de négociation et des documents divers permettant de rendre compte des cycles de discussion.

Beaucoup d'attention est légitimement placée sur le TTIP mais il convient de ne pas oublier la douzaine d'accords en cours de négociation plus ou moins avancée avec des partenaires-clés comme le Canada, le Japon ou certains pays d'Asie du Sud-Est. Nous devons suivre de près les accords sectoriels sur les services ou les biens environnementaux. Je serai enfin très attentive au sujet des règles du jeu dans le commerce mondial : la notion de réciprocité, les instruments de défense commerciale, la lutte contre la contrefaçon et la protection des indications géographiques en font partie.

S'agissant maintenant du tourisme, je sais que le sujet intéresse particulièrement votre commission et qu'il y a en son sein de nombreux spécialistes de cette thématique. Pourquoi avoir confié au Quai d'Orsay la responsabilité de la promotion du tourisme ? C'est parce que ce secteur est une composante essentielle de nos échanges extérieurs, de notre rayonnement international et de notre politique globale d'attractivité. Je reviendrai sur cette notion d'attractivité car il faut en avoir une vision panoptique et la considérer au regard de l'ensemble des acteurs qui y contribuent.

Il suffit de quelques chiffres bien connus pour mesurer l'ampleur de levier économique que représente le tourisme. Au niveau mondial, les recettes du tourisme se sont élevées en 2013 à 873 milliards d'euros, en progression de 5 %. Le tourisme international

représente 29 % des exportations de services dans le monde et 6 % de l'exportation de l'ensemble des biens et services. On comptait un milliard de touristes internationaux en 2012, on en attend 1,8 milliard en 2030. Au niveau de la France, nous avons accueilli en 2012 83 millions de visiteurs étrangers. Le tourisme représente 7 % du produit intérieur brut, 2 millions d'emplois directs et indirects, il permet de dégager un solde extérieur de 12 milliards d'euros.

La conclusion des Assises du tourisme, le 19 juin dernier, a été un grand moment pour l'ensemble du secteur. Les acteurs l'ont vécu comme un signal d'ambition car le tourisme semble être enfin considéré à sa juste place par rapport à ce qu'il représente pour l'économie de notre pays. Trente mesures ont été annoncées, qui sont autant de réponses concrètes aux attentes des professionnels, susceptibles de produire rapidement des effets. Certes, tout n'a pas été réglé et je ferai ainsi des annonces à la rentrée s'agissant du tourisme d'affaires et du tourisme événementiel.

Quelles sont nos priorités ? Tout d'abord, hiérarchiser la démarche de promotion internationale des destinations autour de quelques marques fortes et visibles et de cinq pôles d'excellence qui permettront de renouveler notre image et de satisfaire les nouvelles attentes des touristes. Ensuite, travailler à faciliter le parcours desdits touristes, de la réservation du voyage et de la demande de visa jusqu'à leur retour chez eux, et renforcer le sens de l'hospitalité des Français. C'est aussi en améliorant la formation et les conditions de travail des acteurs du tourisme que l'on progressera sur la qualité de l'accueil. Nous devons également nous projeter avec ambition dans le numérique, en misant sur la capacité de la France à faire émerger les leaders de demain dans le domaine du « m-tourisme », qui offre de formidables opportunités. Enfin, il est nécessaire de redynamiser le tourisme des Français et de faciliter l'accès du plus grand nombre aux vacances.

Ce sujet du tourisme me conduit, en guise de conclusion, à évoquer plus généralement le thème de l'attractivité. Nous devons prendre conscience du niveau d'internationalisation de notre économie et des bienfaits qu'elle peut en tirer. Il faut faire une pédagogie positive de la mondialisation et pour ce faire, mieux quantifier les bénéfices qu'elle nous apporte sans la limiter à des échanges de biens physiques. Il faut y intégrer les flux d'investissement, la circulation des talents, les parcours des étudiants, la localisation des centres de décision et de recherche-développement. À côté d'un agenda défensif, il faut aller conquérir de nouvelles opportunités, qui nous permettront de créer de l'emploi et de la croissance en France. Il faut élargir notre terrain de jeu, en particulier pour notre jeunesse, d'autant que nous avons de réels atouts à faire valoir. En tout état de cause, nous ne pouvons pas nous permettre de nous recroqueviller sur nous-mêmes. Je reviens des États-Unis où le « French-bashing » est encore bien vivace, il faut passer beaucoup de temps à expliquer aux investisseurs étrangers le sens de nos réformes et nos efforts en vue du redressement de notre compétitivité et de nos comptes publics. Notre diplomatie économique se veut donc au service d'une France conquérante !

**M. le président François Brottes.** Vous avez abordé beaucoup de sujets sur lesquels mes collègues vont pouvoir réagir. Je note que vous êtes également en charge des Français de l'étranger et à ce sujet, j'ai une proposition qui me tient à cœur depuis plusieurs années. Ces Français de l'étranger tiennent très souvent à garder un lien avec notre pays et je considère qu'il serait bon d'envisager pour eux des prises de contact régulières avec des lycéens devant lesquels ils pourraient évoquer leur expérience. Notre jeunesse a besoin de percevoir ce qui se passe au-delà de nos frontières et de comprendre le monde tel qu'il est. Je vais désormais passer la parole aux nombreux intervenants qui souhaitent vous interroger.

**M. Daniel Fasquelle.** Je vais concentrer mon propos sur deux sujets : la taxe de séjour et la réservation sur Internet. En ce qui concerne la taxe de séjour, il est difficile de suivre le point de vue du Gouvernement, entre M. Eckert qui veut maintenir ce qui a été voté, M. Fabius qui souhaite revenir dessus, les députés socialistes à l'origine des amendements adoptés et les sénateurs socialistes qui semblent vouloir s'y opposer. Je suis surpris que vous n'en ayez pas parlé car ce sujet a créé un réel émoi parmi les professionnels de l'hôtellerie et de la restauration. Nous pensons qu'il ne faut pas augmenter la taxe de séjour car cela va pénaliser des professionnels qui ont besoin d'investir alors que leurs entreprises sont déjà fragiles. C'est donc pour nous une grave erreur. Même si on ne fait qu'augmenter le plafond légal, puisque parallèlement le Gouvernement baisse ses dotations aux communes et leur inflige des charges nouvelles comme la réforme des rythmes scolaires, la pression sera telle que certaines communes céderont et augmenteront effectivement la taxe. Nous sommes également contre le détournement de la taxe de séjour, qui ne doit pas servir à financer les infrastructures de transports ou la sécurité des touristes et qui doit rester affectée à son objet initial.

S'agissant des réservations par Internet, nous y travaillons avec Pascale Got dans le cadre de la mission que la commission nous a confiée. J'aurais aimé vous entendre sur ce point, puisqu'il concerne plusieurs ministères, dont le vôtre. Aujourd'hui, il y a un rapport de forces complètement déséquilibré au profit des agences de réservation, qui ne cessent de grossir au détriment des entreprises, en particulier de la petite hôtellerie. Il y a aussi un sujet sur l'information et la transparence due au consommateur, notamment s'agissant des avis qui figurent sur ces sites.

**Mme Marie-Noëlle Battistel.** Ma première question porte sur le sujet récurrent calendrier scolaire et sur son incidence pour l'économie touristique, en particulier dans les stations de sports d'hiver. Ce calendrier est élaboré de façon triennale. Pour l'année scolaire 2014-2015, il conduit, dans l'académie de Marseille, à placer les vacances de printemps du 19 avril au 5 mai. Chacun comprend que cette période tardive impacte fortement le tourisme d'hiver. L'association des élus de la montagne avait été reçue en début d'année par le ministre de l'Éducation nationale pour le sensibiliser à cette question d'importance et une concertation interministérielle devait être engagée pour trouver un équilibre entre le respect de l'enfant et l'économie touristique. Cet équilibre est difficile à trouver mais il faut penser aux saisonniers pluriactifs qui constituent 80 % de l'emploi dans certains secteurs de montagne : une ou deux semaines de travail en moins par an, c'est pour eux une précarisation de plus.

Par ailleurs, où en est le travail engagé par votre prédécesseur sur la réhabilitation de l'immobilier de loisir et sa mise aux normes, qui posent aujourd'hui un problème pour la fréquentation des classes de neige ?

**M. le président François Brottes.** Ceux qui font les calendriers scolaires doivent savoir que la fonte des neiges ne se décide pas par décret...

**M. Franck Reynier.** En 2008 a été lancée la stratégie Destination France 2010-2020, qui s'est donné pour objectif d'augmenter de 3,5% par an les recettes touristique. Avez-vous pu tirer des enseignements du travail réalisé dans ce cadre ? Quelle en a été l'évaluation ? Par ailleurs, l'image de notre pays n'est pas toujours positive en termes de qualité de l'accueil. Ne pensez-vous pas nécessaire de lancer des campagnes de sensibilisation auprès du grand public pour valoriser les bienfaits du tourisme ? Quelle est votre position sur l'ouverture des commerces le dimanche ? Quelles actions pourraient être menées en matière de promotion sur Internet ? Enfin, sur la taxe de séjour, on a beaucoup parlé du niveau général des

prélèvements. Mais pouvez-vous nous donner quelques renseignements et votre avis sur l'efficacité de la collecte effective et sur son éventuelle simplification ?

**Mme Véronique Massonneau.** Madame la ministre, je vous félicite de votre nomination et vous remercie de venir échanger avec nous. Les industries agro-alimentaires tiennent une place importante dans notre commerce extérieur français et nous nous réjouissons que l'alimentation soit l'une de vos priorités. Sans surprise, je vous interpellerai sur le TAFTA. Sous prétexte de faciliter les échanges commerciaux, cette négociation est construite sur l'harmonisation vers le bas des normes, en particulier sociales et environnementales, dans l'Union européenne et aux États-Unis. Ces négociations ne vont-elles pas ouvrir le marché européen à des produits moins-disants sur les plans social et environnemental ?

Le partenariat transatlantique ouvre aussi la voie à des attaques en justice contre les États de la part des entreprises. Plusieurs collectivités ont déjà réagi et se sont déjà déclarées zones sans TAFTA, faisant écho aux préoccupations des citoyens, en particulier concernant les organismes génétiquement modifiés, le bœuf aux hormones, la volaille chlorée, les indications géographiques protégées, la protection des données privées, les droits sociaux, les normes environnementales et sociales.

À ce jour, et alors qu'elles devraient aboutir dans l'année qui vient, l'opacité règne sur ces négociations. Des perspectives décrétées à partir des supposés bienfaits du libre-échange pour le commerce extérieur ne sauraient faire oublier l'importance du débat et de la transparence. Comment le Gouvernement français va-t-il associer citoyens et parlementaires au dernier cycle de négociations sur le TAFTA ?

**Mme Jeanine Dubié.** Lors de la clôture des Assises du tourisme, l'accent a été placé sur la mise en place de cinq pôles d'excellences, visant à accroître la visibilité et la lisibilité de notre offre, et à la mobiliser autour de priorités partagées. Comment ces pôles s'articulent-ils avec les contrats de destination ? Leurs thématiques seront-elles liées ? En tant qu'élue de Lourdes, où plus de cinq millions de pèlerins passent chaque année, je mesure l'importance du tourisme. Pourtant, nous rencontrons des difficultés en matière d'investissement dans ce secteur. Il y a un grand besoin en matière de rénovation et de remise à niveau. Cela a d'ailleurs été également évoqué lors des Assises du tourisme. Madame la ministre, quelles sont, selon vous, les priorités en la matière ? Comment améliorer l'accompagnement des porteurs de projets ? Toujours à l'occasion des Assises du tourisme, certains ont proposé de favoriser le tourisme d'affaires, qui semble être en pleine expansion. Quelles sont selon vous les forces et les faiblesses de notre pays dans ce domaine ?

**Mme Marie-Lou Marcel.** Dans une interview récente accordée au magazine *L'Express*, vous avez déclaré souhaiter que notre pays devienne champion du m-tourisme, et invité les entreprises à développer des outils innovants et utiles pour enrichir l'expérience du touriste, avec des applications de géolocalisation, de réalité augmentée, des recommandations de restaurants et d'activités, etc. On assiste en effet à une demande d'individualisation croissante de la part des touristes, qui veulent pouvoir définir leurs parcours en fonction de leurs centres d'intérêts et en changer à la dernière minute. Vous souhaitez également pousser les grands groupes à coopérer avec des *start-up* qui travaillent sur ce sujet. De grands noms du tourisme seraient intéressés par cette démarche. Suivant la même logique, vous souhaitez également lancer un plan Wifi pour équiper au maximum les sites touristiques et culturels. Pourriez-vous nous en dire davantage sur ces perspectives ? En ce qui me concerne, je suis élue de l'un des départements les plus touristiques de France. Comment comptez-vous

stimuler ce m-tourisme dans les zones rurales, quand celles-ci connaissent encore de forts problèmes de connexion Wifi ?

**M. Jean-Claude Mathis.** La France reste la première destination en nombre de visiteurs, mais elle reste au troisième rang pour les recettes générées. La concurrence étrangère augmente considérablement, nous le voyons. Le président des États-Unis a annoncé récemment qu'il prendrait toutes les mesures nécessaires pour simplifier la venue des touristes étrangers sur le territoire américain. Comment éviter que la France ne soit qu'un lieu de passage vers des destinations réputées moins chères ou plus ensoleillées ? Notre notoriété touristique s'appuie principalement sur Paris, qui a une renommée considérable à l'international, mais comment faire pour que le reste de la France soit également attractif ?

**Mme Catherine Troallic.** Ma question porte sur le sujet éminemment sensible du partenariat transatlantique, et plus particulièrement sur le RDIE, le mécanisme de règlement des différends entre investisseurs et États. L'article 23 du mandat de négociation adressé à la Commission par les États membres prévoit l'inclusion d'un mécanisme de règlement des différends efficace et à la pointe. Qu'est-ce que cela signifie ? Les entreprises multinationales pourraient-elles contester les politiques publiques menées par les États ? De réelles craintes existent à ce sujet. En février 2010, sur la base du traité bilatéral d'investissement qui lie la Suisse à l'Uruguay, l'entreprise Philip Morris a déposé une plainte contre l'Uruguay pour ses mesures anti-tabac trop restrictives. Le mécanisme de règlement des différends entre investisseurs et États de la Banque mondiale s'est déclaré compétent pour statuer. La sentence sera rendue en 2015. Deux milliards de dollars pourraient être payés par les contribuables à Philip Morris !

S'il était inclus dans ce traité, le RDIE permettrait-il à des entreprises américaines de poursuivre l'État français, par exemple, pour le Plan antitabac que le ministère de la Santé prépare ? J'aimerais que vous nous précisiez, madame la ministre, l'état d'avancement des négociations concernant ce mécanisme. Certains dispositifs pourraient-ils remettre en cause l'indépendance de la France en matière de politiques publiques ?

**M. Dino Cinieri.** Le Plan Cancer présenté par le président de la République en février dernier a intégré une mesure visant à supprimer Internet des supports autorisés par la loi Évin. Cette mesure sera proposée dans la prochaine loi de santé publique. Potentiellement, cette restriction pourrait s'appliquer demain aux sites d'œnotourisme. Or ce secteur bénéficie bien sûr à la filière viticole, mais il soutient également le développement de l'hôtellerie et des chambres d'hôtes dans les régions en question, et plus généralement l'activité touristique au travers des circuits œnotouristiques.

Par ailleurs, de nombreux hôtels craignent de ne pouvoir financer les mesures de mise aux normes qui leur sont imposées. Que leur répondez-vous ?

Enfin, Laurent Fabius a annoncé, lors de la conclusion des Assises du tourisme, un assouplissement de la réglementation sur l'ouverture des commerces le dimanche. Pourriez-vous nous en dire davantage ?

**M. Hervé Pellois.** Vous avez repris pour l'essentiel la feuille de route de votre prédécesseur Nicole Bricq. L'une de ses préconisations était de voir les grands groupes accompagner davantage les PME à l'export ; l'autre était de voir la Banque publique d'investissement agir plus efficacement pour permettre aux entreprises d'être mieux sécurisées dans leurs démarches d'export. Disposez-vous d'ores et déjà de premiers résultats ?



**M. Éric Straumann.** On constate depuis trois ou quatre ans un développement exponentiel des nouvelles formes d'hébergement. Airbnb avait 20 000 logements dans le monde en 2009, 150 000 en 2010, 3 millions en 2012, 6 millions en 2013. On assiste à un phénomène tout à fait extraordinaire, qui pose notamment un problème du point de vue fiscal. Le sujet de la taxe de séjour est presque anecdotique au regard de la fiscalité globale de ces nouvelles formes d'hébergement qui très souvent ne sont pas déclarées – d'ailleurs, la loi ne l'impose plus pour les résidences principales. On peut distinguer deux catégories de propriétaires : ceux qui louent leur résidence à titre accessoire, et ceux qui proposent des locations de manière professionnelle. Quelles mesures envisagez-vous pour limiter cette concurrence déloyale avec l'hôtellerie traditionnelle ?

**Mme Jacqueline Maquet.** Lors d'une table ronde sur le tourisme organisée en avril dernier par la commission des Affaires économiques, j'avais alerté les intervenants sur la situation des particuliers investissant dans des résidences de tourisme, et qui bénéficient d'investissements défiscalisés. La possibilité de bénéficier de déductions fiscales est liée à l'affectation du bien à la location pendant une durée de neuf ans au profit de l'exploitant de la résidence de tourisme. L'absence de locataire ne permet pas de bénéficier de l'avoir fiscal. Or des cas sont signalés d'exploitants qui n'honorent pas leur engagement au titre du bail commercial, et font ainsi perdre à l'investisseur à la fois le produit de la location et le bénéfice de la défiscalisation. Aujourd'hui, rien n'est encore prévu pour protéger ces petits investisseurs vis-à-vis des vendeurs, des promoteurs et des gestionnaires de ces biens immobiliers. Dès lors, de nombreux propriétaires se retrouvent dans des situations financières particulièrement graves suite à des impayés de loyers. Comment peut-on remédier à cette situation ?

**M. Damien Abad.** Les chiffres du commerce extérieur ne sont pas bons. Il est grand temps d'engager des réformes de structure. Vous en avez parlé dans votre intervention liminaire, à propos de la réorganisation d'Ubifrance et des différentes structures administratives qui interviennent dans ce domaine. Il faut que nous ayons un plan extrêmement fort sur ce sujet.

Un mauvais signal a été donné la semaine dernière sur la taxe de séjour, alors même les Assises du tourisme viennent de se conclure sous l'angle de la concertation et du partenariat avec les professionnels. Que pouvez-vous nous dire à ce propos ?

Pour revenir au commerce extérieur, le déficit résulte de la difficulté, pour la France, à adopter une bonne spécialisation sectorielle. Lors de mes déplacements, j'ai été frappé par le fait que notre pays n'était plus considéré comme un pays industriel, contrairement à l'Allemagne. Nous nous en sortons uniquement grâce aux produits du luxe, à l'aéronautique et au nucléaire. Que peut-on faire pour redynamiser notre commerce extérieur, tout en garantissant que nos produits phares, comme le nucléaire ou le luxe, ne soient pas entravés par de futurs projets de loi ?

**Mme Annick Le Loch.** Le tourisme est l'une des industries les plus bouleversées par le numérique. Certes, les grandes centrales de réservation ont apporté des affaires aux hôteliers, qui sont les premiers à le reconnaître, mais parallèlement, des commissions quittent le territoire et les inégalités devant la fiscalité s'accroissent entre les différents acteurs. Des moyens colossaux sont par ailleurs déployés par les grandes plateformes pour acheter des mots-clés et accroître leur visibilité. Nombre d'entreprises en France essaient de résister avec beaucoup de difficultés. L'Union européenne n'a-t-elle pas un rôle à jouer pour réguler le secteur ? En outre, est-il normal qu'une société basée à l'étranger soit propriétaire du nom de

domaine « France.com » ? Est-il envisageable que notre pays se le réapproprie ? Enfin, quel regard portez-vous sur la montée en puissance de l'économie collaborative dans le secteur du tourisme ?

**M. le président François Brottes.** La France continue d'appartenir à la France, espérons-le ! (*Sourires*)

**M. Philippe Armand Martin.** Nombreuses sont les inquiétudes exprimées par les professionnels de la filière viti-vinicole face à un probable durcissement de la législation encadrant la publicité et l'information sur le vin. Ils redoutent en particulier que les nouvelles restrictions attendues dans le cadre du projet de loi sur la santé publique ne soient également l'occasion de prohiber la promotion indirecte du vin induite par les contenus informatifs des sites dédiés au vin : sites des vigneron et négociants, pages web des collectivités et offices de tourisme promouvant l'oenotourisme. L'oenotourisme est un vrai vecteur de diversification pour les vigneron et d'attractivité pour les territoires. Entraver la communication de nos terroirs viticoles sur internet ne contribue pas à l'essor de cette économie. Pouvez-vous nous donner votre sentiment sur le sujet et nous indiquer la position que vous entendez défendre dans ce débat ?

**Mme Corinne Erhel.** Ma question porte sur l'articulation et la répartition des compétences entre les services économiques des ambassades d'une part, Ubifrance et l'AFII d'autre part. Quel regard portez-vous sur les rôles dévolus à ces différents acteurs ? Quelles améliorations comptez-vous apporter tant en termes de lisibilité que d'efficacité ? Nous avons pu constater, lors de récents déplacements, de réels chevauchements de compétence, de sorte que l'efficacité n'est pas toujours au rendez-vous. Comment pouvons-nous par ailleurs mieux utiliser notre réseau d'expatriés pour participer à l'attractivité du territoire, sachant qu'ils sont les premiers demandeurs d'initiatives en la matière ?

**M. Paul Molac.** Au sujet du tourisme, vous avez parlé de marques fortes et de la création de cinq pôles d'excellence, pouvez-vous nous en dire davantage ? Comment réussir à toucher les classes moyennes des pays émergents, en provenance de la Chine, de l'Inde et du Brésil, sachant que le secteur du tourisme est relativement atomisé ? Quelle politique cohérente le ministère peut-il mettre en place pour remédier à cette atomisation ?

**M. Razy Hammadi.** Je ne reviendrai pas sur le sujet des sites de réservation en ligne, le Gouvernement a apporté la bonne réponse en se saisissant de l'ensemble des outils juridiques à sa disposition. Je rappelle à cet effet l'avis rendu par la Commission d'examen des pratiques commerciales le 18 septembre dernier.

Concernant la taxe de séjour, je souhaite apporter des précisions afin d'éviter les confusions. Deux amendements ont en effet été votés. Un premier, sur lequel je ne me suis pas prononcé à titre personnel, relève le plafond de la taxe de séjour à 8 euros. Un second fait écho aux discussions de l'an dernier entre le Gouvernement et la région Île-de-France et institue une taxe additionnelle de 2 euros pour financer les infrastructures de transport. C'est M. Gilles Carrez, président de la commission des Finances, qui a le premier émis cette idée et l'amendement a été voté en séance publique à l'unanimité ! Il faut bien faire la différence entre ces deux dispositifs. Ce faisant, le financement des infrastructures de transport participe directement au développement du tourisme et à l'attractivité du territoire. J'ajoute que les taxes de séjour prélevées dans de nombreuses capitales européennes sont bien plus élevées qu'à Paris.

Par ailleurs, où en est-on au niveau européen concernant la décision relative au paiement de la TVA dans le pays de consommation à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2015 ? Il s'agit là d'un sujet majeur, qui renvoie du reste à la question des sites de réservation en ligne.

Enfin, vous avez intégré le secteur audiovisuel dans votre stratégie de reconquête, c'est une initiative heureuse. Comment appréhendez-vous le positionnement d'opérateurs comme Netflix, s'agissant notamment de la question industrielle de la fourniture de contenus culturels à l'étranger pour les opérateurs français ?

**M. Kléber Mesquida.** Madame la ministre vous avez parlé de la faiblesse des exportations ainsi que de la priorité que vous voulez accorder à l'appareil productif. Je vous propose de passer des intentions aux actes à partir d'un exemple très précis.

La société Irrifrance est spécialisée dans l'irrigation raisonnée, elle emploie 100 salariés, 30 contrats à durée déterminée et travaille beaucoup à l'export. J'ai rencontré personnellement les représentants des ministères de l'agriculture du Maroc et de l'Algérie au salon de Villepinte, ils sont très intéressés par ce matériel français.

Cette société a actuellement des marchés en cours avec l'Algérie et la Turquie. J'avais saisi M. Pierre Moscovici en juin 2013 afin que la Coface accorde sa garantie, sachant que cette entreprise a été recapitalisée sur fonds propres à hauteur de 2,4 millions d'euros sur 6 millions d'euros, sans aide de l'État. Je vous ai également saisi de cette question le 25 avril dernier mais je n'ai toujours pas obtenu de réponse à ce jour. Irrifrance risque de perdre des emplois car elle ne peut assurer son développement à l'export. Lorsqu'on tient des propos aussi ambitieux que les vôtres, et je les soutiens, il faut aussi que l'administration soit assez vigilante et attentive pour répondre à ces demandes concrètes.

**M. Jean-Pierre Le Roch.** La loi de modernisation de l'économie a encadré les délais de paiement entre entreprises. Cependant, les entreprises du grand export, c'est-à-dire hors Union européenne, subissent un effet-ciseaux entre les délais de paiement de leurs clients de 150 jours, et les délais de paiement à leurs fournisseurs de 60 jours maximum. Cela pose des problèmes de trésorerie. Les entreprises réussissent à s'adapter à cette situation mais au détriment de leur activité. Ma collègue Chantal Guittet et moi-même sommes en train de formaliser des propositions pour aider les entreprises à exporter dans les meilleures conditions. Quel regard portez-vous sur cette question ?

**M. le président François Brottes.** C'est un sujet très important en effet.

**M. Philippe Kemel.** Madame la ministre, vous nous avez présenté votre politique particulièrement cohérente de mondialisation. Comment conforter le positionnement des ETI à l'export ? Il s'agit aussi de leur permettre à terme de s'implanter et d'investir à l'étranger, faute de quoi elles risquent de s'essouffler.

On sait par ailleurs qu'il existe une inégalité particulièrement forte entre les territoires qui sont prêts pour cette mondialisation et ceux qui ne le sont pas. Je viens de la région Nord-Pas-de-Calais qui a connu la crise industrielle et n'est pas véritablement prête pour cette internationalisation, même si l'on peut observer quelques succès. Qu'entendez-vous avec les régions pour que les territoires qui décrochent puissent se tourner vers l'internationalisation ?

La maîtrise de la chaîne de valeur passe par celle des acteurs logistiques, or ceux-ci sont de plus en plus contrôlés par l'extérieur. L'entreprise Gefco a ainsi été rachetée par les chemins de fer russes. De même, CMA-CGM n'arrive pas à mener sa stratégie de développement en Chine. Que comptez-vous entreprendre sur ce point?

**Mme Clotilde Valter.** Je souhaite revenir sur le fait que de trop nombreux acteurs publics ou assimilés interviennent dans le processus d'exportation, les collectivités, les chambres de commerce, les comités de développement économique, les fédérations professionnelles, les syndicats professionnels de l'ensemble des filières. Nous avons donc une pléthore d'acteurs et nous manquons de cohérence d'ensemble. Des doublons apparaissent dans les missions exercées et dans l'argent public dépensé. Comment pensez-vous remettre de l'ordre pour gagner en efficacité, tant dans les moyens mis à disposition que dans l'argent public dépensé ? Il faut peut-être investir davantage pour aider nos entreprises à exporter mais pas dans un système ainsi éclaté. Du reste, nos PME et ETI ne comprennent vraiment pas le paysage public actuel, c'est un véritable sujet à traiter.

**Mme Fleur Pellerin, secrétaire d'État chargée du commerce extérieur, de la promotion du tourisme et des Français de l'étranger.** Je commencerai par répondre aux questions ayant trait au tourisme.

Concernant la question de la taxe de séjour, le Gouvernement a exprimé hier encore, par la voix de Christian Eckert, des réserves tant sur la matière qu'en termes de méthode. Si l'on opère une comparaison entre les différentes capitales européennes ou avec les États-Unis, il est vrai que le montant des taxes est supérieur à celui de la France. Mais il s'avère qu'un travail parlementaire portant justement sur la réforme de la taxe de séjour est en cours, dont l'objet porte à la fois sur le taux mais également sur l'assiette. En effet, un certain nombre d'acteurs, comme les locations saisonnières, ne sont aujourd'hui pas taxés, ce qui conduit à une iniquité de traitement. La mission parlementaire doit amener à repenser l'assiette et les modalités de recouvrement afin de proposer un dispositif mieux adapté à la réalité du marché. Le vote de la semaine dernière nous a un peu pris par surprise car le Gouvernement jugeait utile d'attendre au moins les conclusions de cette mission pour entamer une discussion avec l'ensemble des acteurs du tourisme. Qui plus est, intervenant juste après les Assises du tourisme, ce vote est contraire au message que nous avons souhaité diffuser. Le Gouvernement souhaite davantage de cohérence et de méthode, c'est la raison pour laquelle le secrétaire d'État au Budget a annoncé qu'il y aurait vraisemblablement des aménagements lors de la navette parlementaire, dans l'attente des conclusions des travaux parlementaires en cours.

La question des réservations sur internet va me permettre d'aborder plus généralement l'enjeu que constitue le numérique dans le secteur du tourisme. Pourquoi les hôteliers n'ont-ils aujourd'hui plus la maîtrise de leur politique de prix ou de fidélisation ? Parce que 70 % des personnes qui réservent une chambre sur internet le font *via* les grandes plateformes américaines ou domiciliées aux Pays-Bas, qui sont maîtresses du prix, de la commission qu'elles prennent, voire même des données personnelles des clients. Cette question de la dépendance des acteurs économiques vis-à-vis des plateformes américaines n'est pas propre au tourisme, il en est de même pour la presse ou les contenus créatifs. Je pense que la bonne stratégie ne consiste pas à nous opposer à leur prééminence parce que celle qu'elles ont acquise est difficilement contestable. En matière de numérique, les cycles économiques sont construits sur le principe du « *winner takes it all* », celui qui arrive le premier sur le marché conquiert tout le marché et il s'avère très difficile de reconquérir une part de celui-ci. La bonne stratégie consiste plutôt à se positionner sur la prochaine vague d'innovation qui fera

naître des acteurs susceptibles d'aller ouvrir de nouveaux marchés. C'est la raison pour laquelle j'ai axé toute la stratégie de développement du tourisme sur le m-tourisme, c'est-à-dire le tourisme en mobilité, et non pas sur ces plateformes de réservation sur internet. La nouvelle vague d'innovation qui paraît se profiler a partie liée avec l'utilisation en mobilité du portable, qui va permettre d'enrichir l'expérience touristique des visiteurs.

Dans le cadre des Assises du tourisme, nous avons réfléchi aux moyens permettant de redonner aux hôteliers la possibilité de fixer leur prix. Nous avons demandé aux différentes administrations compétentes de réfléchir à l'établissement d'un contrat de mandat, comparable à celui qui permet aux éditeurs et non aux libraires de fixer le prix du livre. L'Autorité de la concurrence a été saisie de l'opportunité juridique et économique de cette solution. Face au morcellement du secteur, nous avons également engagé les hôteliers à se rassembler au sein de fédérations ou de regroupements *ad hoc* pour développer des politiques de fidélisation, afin d'être dans une position de force pour négocier. Ce sont ces regroupements qui ont permis aux hôteliers américains de redevenir maîtres de leur politique tarifaire par rapport aux centrales de réservation, les taux de commission sont ainsi beaucoup plus faibles aux États-Unis qu'en Europe. Il est de fait plus facile de proposer une politique de fidélisation lorsque l'on dispose d'un parc de 10 000 ou 20 000 chambres à proposer que 20, 30 ou 50 !

J'encourage par ailleurs nos grandes entreprises à coopérer davantage avec les start-up. Il existe à Paris un incubateur de start-up actives dans le tourisme, le *Welcome City Lab*. Il faut que les grands groupes comme Accor, le Club Med ou Pierre et Vacances offrent à ces start-up des moyens et des débouchés pour se développer. Je suis assez contrariée, pour tout vous dire, par le rachat récent de deux belles pépites françaises par des grands groupes américains : *La Fourchette.com* et *Auto Escape*. Le fait que des opérateurs étrangers investissent dans des start-up françaises n'est pas un problème en soi mais il ne doit pas être le seul horizon de développement pour celles-ci ! Si nous ne leur donnons pas la possibilité de se développer en France, nous serons toujours dans un rapport de domination avec des opérateurs extra-européens, c'est là que les grands groupes français ont un rôle à jouer.

Sur les questions de calendrier scolaire, il est vrai que le caractère de plus en plus tardif des vacances de Pâques est une vraie difficulté pour les stations de ski et pour tous les métiers en montagne l'hiver. Les régions ou les départements de montagne, tout comme les hôteliers ou les représentants des sports d'hiver, ont exprimé une forte demande pour que les vacances de Pâques démarrent au plus tard le 1<sup>er</sup> mai. Actuellement, une discussion a lieu avec les services de Benoît Hamon pour prolonger la saison de ski entre les vacances de février et de Pâques, ainsi que pour enrayer la perte d'activité et de revenus liée à ce calendrier de plus en plus tardif.

Vous m'avez également interrogée au sujet de la réhabilitation et des investissements dans l'immobilier de loisirs. Dans le nouveau partage ministériel, c'est un sujet piloté par les services de Bercy, comme l'ensemble de ce qui concerne le tourisme dit « émetteur », soit les opérateurs envoyant des Français à l'étranger, les politiques sociales du tourisme, ainsi que les problématiques d'investissement. Cela étant, la réhabilitation de l'immobilier de loisir est un réel sujet : le compte n'y est pas en termes de qualité/prix, en nombre de lits par volume de tourisme, lorsqu'on compare notre situation avec l'Espagne – au moins quantitativement. La fiscalité pourrait encourager des investissements immobiliers dans le secteur du loisir, mais sur ce sujet très financier, c'est également le ministère de l'Économie qui est le plus compétent. J'ai cependant des discussions avec la Caisse des Dépôts et Consignations, la Compagnie des Alpes et la Banque publique d'investissement pour accompagner davantage

ces investissements, dans un contexte où les banques sont très réticentes dans ce domaine. S'agissant de la mise aux normes des établissements, je reconnais les difficultés que connaissent les petits hôteliers qui doivent se conformer aux règles d'accessibilité, avec des coûts insoutenables, mais là également, mes collègues de l'Économie et des Finances sont plus directement concernés.

À propos de la stratégie « Destination 2020 », qui est celle d'Atout France, nous avons annoncé à l'issue des Assises du tourisme la création d'un Conseil national de la promotion du tourisme : il s'agit d'une structure permanente, qui a vocation à inscrire les problématiques « tourisme » dans la durée, d'ajuster la stratégie d'Atout France et qui suivra l'application des mesures qui viennent d'être annoncées. Il sera piloté par Philippe Faure.

L'idée de produire une campagne d'information et de sensibilisation sur le tourisme et l'hospitalité est une belle idée. Néanmoins, vous le savez bien, le contexte budgétaire est très contraint. Je réfléchis cependant à la promotion de l'image de la France à l'étranger, en direction des touristes, mais aussi des investisseurs ou des étudiants : la campagne menée par le Royaume-Uni est une vraie source d'inspiration car elle vise très large et met bien en avant les atouts du pays. Il y a sans doute des idées à prendre, mais nos moyens sont limités, surtout en matière de communication.

Sur la question de l'ouverture dominicale des boutiques, le ministère des Affaires étrangères a rouvert le débat en concertation avec la Ville de Paris, pour étendre cette capacité à certaines zones, grâce au statut de zone d'affluence touristique exceptionnelle. Cela ne concerne que des périmètres limités : le 9<sup>ème</sup> arrondissement autour des Grands Boulevards, les espaces autour du Bon Marché et du quartier Saint-Germain-des-Prés, ainsi que l'avenue Montaigne, sans oublier le cas particulier des gares, dont les magasins sont fermés le dimanche à la différence des aéroports. La réflexion doit se concentrer sur ces zones, en concertation avec les syndicats et les employeurs des établissements concernés. Des étudiants, des personnes sans enfants seraient sans doute prêtes à travailler le dimanche, à des conditions plus attractives. La conférence sociale pourrait être un bon cadre pour aborder ce sujet.

À propos des pôles d'excellence et de leur articulation avec les contrats de destination, je suis frappée par la multitude d'acteurs en charge de l'image de la France à l'étranger, dans les salons internationaux ou dans les campagnes de promotion. Cette communication ne paraît ni bien organisée, ni concertée. Sans aller jusqu'à faire un jardin à la française, il peut être utile de mieux coordonner ces actions, notamment lorsqu'elles disposent de beaucoup de moyens. L'idée des marques, à définir en concertation avec les élus concernés, consiste à identifier les mots qui caractérisent la France à l'étranger, qui sont en quelque sorte des « outils marketing » efficaces et qui résonnent : Côte d'Azur, Alpes, Bretagne, châteaux de la Loire, etc. Il faut que ces mots aient un sens en termes de promotion à l'international.

En outre, l'idée des pôles d'excellence part du constat que les classes moyennes qui font du tourisme ne souhaitent plus être transportées en bus du Louvre à la tour Eiffel, en passant par le *duty free* de l'aéroport. Ces personnes souhaitent désormais vivre une expérience : faire de l'oenotourisme, du shopping, du tourisme de charme, bref s'éloigner du tourisme de masse. Les pôles d'excellence pourraient capter cette attente et offrir des séjours et des expériences particulières, dans cinq domaines identifiés : oenotourisme et gastronomie ; tourisme de nature et sportif, ou *slow tourism* (cyclo-tourisme, découverte de paysages, d'air pur) ; métiers d'art et mode, dans le domaine du luxe (visite d'ateliers et de savoir-faire) ; tourisme urbain, de la nuit, de la fête ; tourisme de montagne, d'été ou d'hiver. À propos du

tourisme d'affaires, j'ai indiqué que je ferai des annonces à l'automne. Des travaux parlementaires ont également évoqué le sujet.

S'agissant du lien entre l'oenotourisme et la loi « Santé », c'est un sujet qui relève de la compétence de ma collègue Marisol Touraine. Je précise cependant que l'attractivité de notre filière gastronomique et du secteur des vins et spiritueux, notamment en matière d'exportation, m'est chère. Je veillerai toujours à faire respecter un bon équilibre entre les préoccupations de santé publique et cette attractivité. Il ne faut pas que notre compétitivité en pâtisse.

L'Union européenne a incontestablement un rôle à jouer en matière de tourisme. Nous avons remis sur la table, lors du précédent Conseil européen fin juin, une stratégie numérique concertée avec les autres États membres afin de développer nos propres champions européens. Le nom de domaine « France.com » nous effectivement a échappé, il a été acheté par une société touristique américaine. Nous allons tâcher de le récupérer, mais le sujet est complexe et il renvoie aux problèmes du droit des marques et de la propriété intellectuelle sur Internet.

L'économie collaborative en matière de tourisme devrait sans doute faire l'objet d'une régulation, notamment en matière de taxe de séjour ou d'assurance, mais je ne la considère pas comme de la concurrence déloyale. C'est plutôt une nouvelle expérience que souhaitent vivre les touristes, en appartement avec cuisine, chez des personnes qui y vivent au quotidien : les hôteliers perçoivent, je pense, qu'il ne s'agit pas d'une concurrence qui leur est faite. Il faut cependant voir de quelle manière ces hébergements assurent une pleine protection des droits des consommateurs. J'organiserai probablement à la rentrée une journée sur ce thème qui me tient à cœur.

J'en viens aux réponses sur le commerce extérieur. Il y a effectivement beaucoup d'acteurs publics en charge du soutien à l'export et la question de la rationalisation se pose. Les régions rurales, qui ont des compétences pour leur développement économique mais sont en retard en matière d'internationalisation, sont censées élaborer un plan régional d'internationalisation des entreprises (PRIE), et certaines ne l'ont pas encore fait. Le fait que beaucoup d'acteurs sont en jeu n'est pas forcément un mal, et de bonnes initiatives peuvent émerger. L'essentiel est d'avoir une meilleure coordination et une meilleure lisibilité pour les entreprises : un guichet unique sur Internet pour répondre à leur besoin en matière d'exportation – mentorat, prêt, aide de trésorerie – serait bienvenu pour les rediriger vers les acteurs compétents – BPI France, Coface, chambres de commerce, etc. Ce sera un point d'entrée et un premier progrès.

À l'international, en tout cas, la coordination se fait de manière pragmatique avec les ambassades, qui ont reçu des instructions pour mieux coordonner les services. Lorsque les entreprises ont l'habitude de travailler en collaboration avec l'ambassade, elles disent en être plutôt satisfaites : les problèmes logistiques se règlent avec l'attaché douanier ; les problèmes de réglementation avec l'attaché fiscal et juridique ; les problèmes de financement avec un agent de la BPI ou d'Ubifrance. Rassembler toutes les composantes de la diplomatie économique au Quai d'Orsay a permis d'apporter cette coordination naturelle.

Sur la question du partenariat transatlantique, je me suis engagée à être présente en commission et auprès des organisations non gouvernementales qui le souhaitent. J'ai fait cet exercice il y a deux semaines en intervenant auprès de la commission des affaires européennes et de la commission des affaires étrangères pour faire le bilan du cinquième cycle de négociations et expliquer quelle était la façon dont j'allais désormais rendre compte

au Parlement à chaque cycle de négociations. J'ai fait le même exercice auprès d'une quarantaine d'ONG il y a deux semaines pour répondre à leurs nombreuses questions et pour faire le point sur les initiatives que j'ai prises en matière de transparence. J'ai soutenu avec d'autres États membres la demande de publication du mandat. Vous savez qu'une dizaine d'États membres sont contre cette publication et que nous avons besoin de l'unanimité. Pour l'instant, ce n'est pas tout à fait d'actualité. J'ai aussi demandé au commissaire de Gucht de produire à chaque cycle de négociations un document de compte rendu, qui soit publiable et qui puisse être transmis aux assemblées mais aussi au grand public. Nous sommes en train de travailler actuellement avec les assemblées pour voir de quelle manière, moyennant un certain nombre d'engagements de confidentialité, les parlementaires pourraient avoir accès à des documents confidentiels à chaque cycle de négociations. Nous travaillons pour essayer de faire en sorte que le Parlement puisse être davantage associé à cette information. Il l'est déjà aujourd'hui. Les commissions ont accès à plusieurs documents et notamment au mandat de négociation. Je me tiens à la disposition du Parlement après chaque cycle de négociation pour partager l'information que j'aurai obtenue de la part des équipes de négociation. C'est un engagement que j'ai pris à plusieurs reprises devant les assemblées ou devant la représentation nationale.

Je voudrais juste évoquer la question des normes sanitaires, phytosanitaires et normes environnementales. Il n'y aura pas de moins-disant alimentaire à l'occasion de la signature de ce traité, si la signature doit intervenir. Dans le mandat de négociation de la commission, il a été clairement indiqué que nous avons un certain nombre de lignes rouges, de préférences collectives, sur lesquelles nous ne transigerons pas. Aujourd'hui, le commissaire de Gucht – il l'a d'ailleurs répété lui-même – n'a pas mandat pour introduire en Europe les OGM, le poulet désinfecté au chlore ou encore le bœuf aux hormones. Ces sujets n'entrent pas dans la négociation.

La question du règlement des différends est aussi un sujet sur lequel il faut insister. La France n'était pas demandeuse en la matière mais il faut que vous sachiez que la France a déjà ce type de mécanisme avec à peu près 90 pays. Nous avons des accords de protection des investissements avec nombre de pays, qui sont plutôt des pays en développement. Ces mécanismes de règlement des différends ont vocation à protéger nos entreprises lorsqu'elles risquent d'être expropriées. C'est un nombre très limité de cas et cela n'empêche pas un État de légiférer. Des accords prévoient des instances de règlement des différends *ad hoc* lorsque la justice commerciale du pays avec lequel nous avons contracté n'offre pas les garanties procédurales qui sont de nature à permettre la protection des intérêts de nos acteurs économiques. Voilà la raison pour laquelle nous créons ce type de mécanisme. Il est vrai qu'il est plus rare de prévoir cela avec des pays de l'OCDE mais nous avons considéré que ce n'était pas un point bloquant pour refuser de signer le mandat de négociation. Même si elle n'était pas demandeuse de ce type de mécanisme dans le partenariat transatlantique, la France n'a pas souhaité émettre un veto sur ce point.

Où en sommes-nous aujourd'hui ? Comme cela soulevait beaucoup d'inquiétudes ou de questionnements, la France, avec l'Allemagne, a demandé de suspendre les négociations sur ce point au mois de mars pour ouvrir une consultation publique. Cette consultation va s'achever dans quelques jours. La commission devra en faire la synthèse et en tenir compte. Il y a eu plusieurs milliers de contributions qui ont été portées à la connaissance de la commission, c'est un sujet qui effectivement intéresse beaucoup. Je ne peux pas vous dire à l'heure actuelle la façon dont elle en tiendra compte, il faut attendre que la commission ait fait la synthèse des contributions. Il faut que vous sachiez que certains pays, l'Allemagne en particulier, sont réticents à l'idée d'avoir ce type de mécanisme. Je crois qu'il ne faut pas pour



autant porter de jugement *a priori* car pour l'instant rien n'a été écrit. Il y a toujours la possibilité que l'accord offre des garanties d'indépendance de la structure d'arbitrage, des garanties procédurales, qui seront tout à fait acceptables et de nature à protéger nos intérêts. Je veillerai tout particulièrement à ce que la souveraineté des États et leur capacité à réguler, soient maintenues, c'est-à-dire que notre capacité à prendre des décisions de nature législative ou réglementaire, sans que nous soyons poursuivis par des entreprises privées, soit maintenue. C'est bien là l'objectif principal que nous recherchons. Il est donc possible d'avoir un mécanisme qui protège le droit à réguler des États. Il faut attendre avant de nous prononcer.

Concernant les délais de paiement et les relations entre grands groupes et PME, j'entends bien la nécessité de laisser plus de souplesse aux PME exportatrices. Il faut faire attention néanmoins sur cette question des délais de paiement. Des travaux ont été engagés. Des délais ont été fixés par la loi de modernisation de l'économie mais ils ne sont pas respectés. C'est une vraie difficulté. L'État s'est engagé à être exemplaire en la matière. Il faudra probablement évaluer les engagements pris par l'État et faire le bilan de l'application de la loi de modernisation de l'économie en la matière. Je regarderai précisément, pour ma part, ce qui peut être fait pour les PME exportatrices. Le sujet est complexe car constitutionnellement, la différence entre le traitement des entreprises exportatrices et celles qui ne le sont pas ne peut pas nécessairement être faite.

**M. le président François Brottes.** Le sujet porte essentiellement sur les entreprises qui font de l'import-export et vendent beaucoup de volume à l'exportation. Elles prennent une petite marge à l'unité et gagnent leur vie en vendant beaucoup. Raccourcir les délais de paiement alors qu'elles font face à d'autres pays où cette contrainte n'existe pas va peut-être les amener à acheter des produits, ailleurs toujours, pour les exporter au même endroit. Il faut veiller à ce que cela ne pénalise pas l'exportation de nos propres produits. C'est une affaire d'impact des frais financiers sur une petite marge.

Madame Massat vient seulement de nous rejoindre car elle était retenue par une réunion du Conseil national de la Montagne. Je crois qu'elle souhaite aussi vous interroger.

**Mme Frédérique Massat.** Le ministre du travail a annoncé en 2013 la mise en place d'un groupe de travail avec la ministre en charge du tourisme sur les saisonniers. Où en êtes-vous de cette réflexion ?

S'agissant de la question du tourisme dans la réforme territoriale, nous savons que cette compétence est aujourd'hui partagée entre les différents échelons. Face aux inquiétudes qui se manifestent, pouvez-vous nous indiquer l'axe vers lequel nous nous orientons ?

**Mme Fleur Pellerin.** Le pôle d'excellence sur la montagne nous donnera, je l'espère, l'occasion de travailler sur les sujets qui sont chers aux élus de ces territoires. Sur les saisonniers, les propositions des groupes de travail dans le cadre des Assises n'étaient pas très concrètes. Je souhaite rapidement proposer le lancement d'une mission interministérielle de courte durée sur ce sujet pour pouvoir avancer sur ces questions de statut et de droit du travail des saisonniers, qui nous sont posées par beaucoup d'opérateurs de tourisme.

**M. le président François Brottes.** Sur cette question, précisément, j'ai pu observer par le passé que plusieurs syndicats considéraient le fait d'être saisonnier comme un métier transitoire avant de trouver un métier plus stable, un peu comme le fait d'effectuer des stages pour démarrer dans la vie. Or nous avons des salariés qui sont saisonniers toute leur vie et par définition, certains métiers ne peuvent de toute façon être exercés que sous cette forme. Il faut

vraiment aborder ce sujet au niveau des besoins et non pas au niveau du statut qui, encore une fois, n'est pas éphémère. C'est une des difficultés dans la discussion avec les partenaires sociaux.

**Mme Fleur Pellerin.** C'est un sujet qui mérite d'être approfondi assez rapidement car cela pose vraiment des problèmes d'organisation et des problèmes statutaires pour les salariés concernés.

S'agissant de la réforme territoriale, la loi va poursuivre son chemin entre les assemblées. Ce qui ressortait des derniers textes c'était plutôt d'accorder un chef de filat à la région pour tout ce qui concernait la promotion du tourisme. Ma position est assez pragmatique : renforcer la coordination entre les régions et Atout France, au moins sur la question de la promotion à l'international des destinations, afin d'avoir des campagnes cohérentes. Inspirons nous par exemple de la Suisse, qui dispose d'une agence nationale qui pilote la promotion internationale. Faisons en sorte d'obtenir une coopération beaucoup plus forte entre les échelons. Actuellement, le millefeuille est peu compréhensible et aboutit à une communication brouillée. En respectant les identités et les compétences de chacun, mais aussi en ordonnant l'ensemble, nous serons plus efficaces.

**M. le président François Brottes.** Merci madame la ministre pour la fluidité de vos réponses et l'interactivité permanente dont vous faites preuve.

\*

\* \*

### **Informations relatives à la commission**

La Commission a désigné **Mme Clotilde Valter** comme rapporteure de la proposition de résolution de MM. Bruno Le Roux, François Brottes et plusieurs de leurs collègues **tendant à la création d'une commission d'enquête relative aux tarifs de l'électricité** (n° 2036).



## **Membres présents ou excusés**

### **Commission des affaires économiques**

Réunion du mercredi 2 juillet 2014 à 9 h 30

*Présents.* - M. Damien Abad, Mme Brigitte Allain, Mme Delphine Batho, Mme Marie-Noëlle Battistel, M. Thierry Benoit, M. Christophe Borgel, M. François Brottes, M. Dino Cinieri, Mme Fanny Dombre Coste, Mme Jeanine Dubié, Mme Corinne Erhel, Mme Marie-Hélène Fabre, M. Daniel Fasquelle, M. Christian Franqueville, M. Daniel Goldberg, M. Jean Grellier, M. Razy Hammadi, M. Henri Jibrayel, M. Philippe Kemel, Mme Laure de La Raudière, M. Jean-Luc Laurent, M. Thierry Lazaro, Mme Annick Le Loch, Mme Annick Lepetit, M. Philippe Le Ray, M. Jean-Pierre Le Roch, Mme Audrey Linkenheld, Mme Jacqueline Maquet, Mme Marie-Lou Marcel, M. Philippe Armand Martin, Mme Frédérique Massat, Mme Véronique Massonneau, M. Jean-Claude Mathis, M. Kléber Mesquida, M. Yannick Moreau, M. Hervé Pellois, Mme Josette Pons, M. Patrice Prat, M. François Pupponi, M. Franck Reynier, M. Frédéric Roig, Mme Béatrice Santais, M. Éric Straumann, M. Lionel Tardy, M. Jean-Marie Tetart, Mme Catherine Troallic, Mme Clotilde Valter

*Excusés.* - M. Bruno Nestor Azerot, Mme Ericka Bareigts, M. Yves Blein, Mme Michèle Bonneton, M. Jean-Claude Bouchet, M. André Chassaigne, M. Franck Gilard, M. Joël Giraud, Mme Pascale Got, M. Serge Letchimy, M. Dominique Potier, M. Bernard Reynès, M. Jean-Charles Taugourdeau, M. Jean-Paul Tuaiwa, Mme Catherine Vautrin, M. Fabrice Verdier

*Assistaient également à la réunion.* - M. Christophe Léonard, M. Paul Molac