



# ASSEMBLÉE NATIONALE

11ème législature

maison de la France

Question écrite n° 6241

## Texte de la question

M. Léonce Deprez demande à Mme le secrétaire d'Etat au tourisme de lui préciser la nature, les perspectives et les échéances de son action ministérielle tendant à poursuivre « l'effort de reconquête des marchés traditionnels européens, américains et japonais », et à lancer une offensive concrète sur les marchés émergents et lointains, sur lesquels « la discrétion française n'est plus admissible », selon ses déclarations (1er septembre 1997). Il lui demande notamment comment vont s'articuler les missions renouvelées de la Maison de la France, organisme chargé de la promotion de la France à l'étranger, puisque, alors même qu'est ouvert un bureau à Pékin, trois représentations seraient susceptibles d'être supprimées : Barcelone, Chicago et Berlin (Le Monde, 3 septembre 1997).

## Texte de la réponse

Les chiffres publiés par l'organisation mondiale du tourisme montrent que la France demeure la première destination du tourisme international et qu'elle a conforté cette position en 1997 avec 67 millions de visiteurs étrangers, soit une progression de plus de 7 % par rapport à 1996. Ces bons résultats proviennent pour une part d'un contexte favorable, mais aussi de l'action menée par le secrétariat d'Etat au tourisme, particulièrement par l'intermédiaire de Maison de la France, afin de promouvoir la destination France sur les marchés étrangers, que ce soit auprès du grand public ou des intermédiaires au travers d'actions d'informations, de promotion commerciale et de communication. Maison de la France est actuellement présente dans 26 pays sous forme de 34 bureaux ayant eux-mêmes un champ de compétences élargi sur 30 pays au total. Cette présence n'a pas toujours été la même au fil des années et a tenu compte à intervalles réguliers des perspectives de croissance des flux touristiques mais aussi des contextes économiques et politiques d'un certain nombre de zones dans le monde. Pour atteindre nos objectifs de croissance (90 millions de touristes pour 2007 - 200 milliards de recettes touristiques), il est nécessaire de conforter la clientèle actuelle des marchés « matures » et d'attirer de nouvelles clientèles, voire d'en gagner sur la concurrence. Les budgets de promotion de Maison de la France sont actuellement répartis de la façon suivante : 90 % sur les marchés traditionnels (Europe + Amérique du Nord + Japon) et 10 % sur les marchés émergents. L'objectif, à l'an 2000, est de passer à une répartition de 80 % pour les marchés classiques et de 20 % pour les marchés émergents, en redéployant un certain nombre de moyens : c'est ainsi qu'il est envisagé en 1998 de déplacer les moyens du bureau de Berlin pour ouvrir un bureau en Pologne ; le bureau de Francfort assurant la promotion sur l'ensemble du territoire allemand. Cela permettra également de réfléchir à de nouvelles implantations ou de renforcer les postes actuellement existants sur les marchés nouveaux. Le protocole de coopération signé entre la France et la Chine, lors du récent déplacement de la secrétaire d'Etat au tourisme, permet à cet égard d'envisager les retombées rapides d'une coopération fructueuse. Quant aux marchés plus traditionnels, ils vont faire l'objet d'une stratégie encore plus affinée pour identifier de nouveaux segments de clientèles (jeunes, 3e âge, etc.) et créer des synergies entre marchés (par exemple, Europe du Nord, pays germanophones, etc.) pour des éditions ou des campagnes de communication en commun. Pour mettre en oeuvre cette stratégie, Maison de la France a entamé des démarches dynamiques afin notamment d'élargir son partenariat hors tourisme avec les secteurs des télécommunications, de

l'alimentaire, des parfums, etc.

## Données clés

**Auteur** : [M. Léonce Deprez](#)

**Circonscription** : Pas-de-Calais (4<sup>e</sup> circonscription) - Union pour la démocratie française

**Type de question** : Question écrite

**Numéro de la question** : 6241

**Rubrique** : Tourisme et loisirs

**Ministère interrogé** : tourisme

**Ministère attributaire** : tourisme

## Date(s) clé(s)

**Question publiée le** : 17 novembre 1997, page 4041

**Réponse publiée le** : 2 mars 1998, page 1248