



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

politique du tourisme

Question écrite n° 46903

Texte de la question

M. Éric Raoult attire l'attention de M. le ministre délégué au tourisme sur les perspectives européennes de développement du tourisme en France métropolitaine ou d'outre-mer. En effet, dans le cadre de la nouvelle configuration de l'Union européenne, l'arrivée des pays de l'Est peut constituer une clientèle potentielle importante pour le tourisme français, en métropole et en outre-mer. Ces nouvelles clientèles sont en effet particulièrement intéressées par les spécificités balnéaires de notre pays et par notre diversité touristique. Il pourrait donc s'avérer judicieux et intéressant de promouvoir la destination France, et notamment en outre-mer, dans ces pays nouvellement entrés dans l'Union européenne. Il lui demande donc de bien vouloir lui indiquer s'il compte répondre à cette suggestion.

Texte de la réponse

L'entrée de nouveaux pays d'Europe centrale et septentrionale dans l'Union européenne constitue une opportunité pour capter de nouvelles clientèles en provenance de ces marchés. Maison de la France mène depuis plusieurs années des actions de promotion de la destination France, notamment en Pologne et en Hongrie où elle dispose de représentations, en République tchèque, en Slovaquie et en Slovénie à partir de son bureau de Vienne, ainsi que dans les pays Baltes depuis Stockholm. À compter de l'année prochaine, un démarcheur itinérant sera basé à Prague afin de permettre un renforcement de notre présence. Les actions menées sur ces marchés correspondent principalement à des participations à des salons grand public, professionnels et à des workshops. Maison de la France assure en effet une présence régulière à de nombreux salons, tels que ceux de Cracovie, Glob de Katowice et TT Varsovie, qui se tiennent en Pologne, et ceux d'Utazas et du ski de Budapest, qui se déroulent en Hongrie. Concernant la République tchèque, sa participation aux salons Madi et Holiday World devrait être renforcée. Maison de la France organise également un workshop itinérant « Europe centrale » dans différentes villes. Lors de sa dernière édition, quarante partenaires français ont ainsi pu rencontrer près de quatre cents professionnels et un certain nombre de supports d'information ont fait l'objet d'une diffusion à destination de la presse et du grand public. La demande en provenance de ces marchés, outre les séjours en ville, s'oriente principalement sur le littoral et les sports d'hiver. Enfin, la promotion des destinations outre-mer sera envisagée à moyen terme dès la normalisation du dispositif relatif aux visas et à l'accessibilité. Compte tenu de l'augmentation progressive du pouvoir d'achat de ces nouvelles clientèles, l'offre de l'outre-mer constituera à terme un produit à promouvoir, comme cela est déjà le cas sur le marché russe.

Données clés

Auteur : [M. Éric Raoult](#)

Circonscription : Seine-Saint-Denis (12^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 46903

Rubrique : Tourisme et loisirs

Ministère interrogé : tourisme

Ministère attributaire : tourisme

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 21 septembre 2004, page 7265

Réponse publiée le : 26 octobre 2004, page 8531