



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

politique du tourisme

Question écrite n° 72738

Texte de la question

En cette année 2005, la situation du secteur du tourisme en France est particulièrement morose. En effet, notre pays est durement concurrencé par d'autres destinations estimées moins onéreuses par les touristes étrangers, et sur le marché intérieur, les Français eux-mêmes préfèrent désormais voyager à l'étranger sur des courtes ou moyennes destinations souvent bien moins chères à durée et prestations équivalentes qu'un séjour en France. La situation est inquiétante, et doit permettre au secteur touristique français de se remettre en cause, notamment sur les prix pratiqués. En conséquence, Mme Chantal Robin-Rodrigo souhaite désormais connaître la position et les intentions de M. le ministre des transports, de l'équipement, du tourisme et de la mer au sujet de ce dossier important pour l'économie nationale et donc pour l'emploi.

Texte de la réponse

Les premiers éléments portant sur la saison touristique en France de l'été 2005 semblent indiquer une tendance plutôt favorable. Selon les résultats de l'enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de tourisme de juillet, les nuitées ont augmenté de 2,5 % par rapport à celles enregistrées en juillet 2004, après un bon mois de juin. La progression est un peu plus accentuée pour la clientèle française que pour la clientèle étrangère ; les nuitées américaines et japonaises sont en nette hausse. En ce qui concerne le mois d'août, les résultats provisoires indiquent également une hausse de la fréquentation hôtelière. Les nuitées augmentent de près de 3,6 % par rapport à celles enregistrées en août 2004, plus fortement pour la clientèle étrangère que pour la clientèle française. En particulier, les nuitées américaines et asiatiques sont en nette hausse. Il convient de noter l'influence de l'euro sur la consommation touristique tant sur les Français en France que sur les touristes étrangers qui viennent visiter la France. Dans les années récentes, la hausse du dollar par rapport à l'euro s'était traduite par un afflux supplémentaire de touristes américains en France. Ceci a été également vrai pour la hausse du nombre de touristes anglais, corrélée avec la hausse de la livre. Ce facteur a été en bonne partie explicatif de la hausse (en euros) des recettes françaises du tourisme jusqu'en 2001 (mais converties en dollars, les recettes françaises du tourisme avaient baissé). Depuis le renversement de tendance, les effets de la hausse de l'euro se font sentir sur les arrivées de visiteurs en provenance des zones hors euro, qui viennent moins nombreux, séjournent moins longtemps et dépensent moins. Pour les six premiers mois de 2005, la fréquentation américaine et japonaise augmente sensiblement par rapport à 2004, tandis que la clientèle britannique continue à diminuer. La clientèle étrangère dans l'hôtellerie est en hausse de 1,8 % par rapport aux six premiers mois de 2004, notamment pour les États-Unis (+ 10 % sur les 6 premiers mois) et pour le Japon (+ 9 %). Pour le Royaume-Uni, les nuitées baissent de 5 %. C'est l'hôtellerie 4 étoiles qui profite le plus du retour de la clientèle à haut pouvoir d'achat. En 2004, le niveau élevé de l'euro a contribué à faire voyager les Français à l'étranger. Les dépenses touristiques dans la balance des paiements ont augmenté de 8,7 % par rapport à 2003 et les séjours à l'étranger se sont accrus de 13,6 %. Les Français se sont rendus beaucoup plus nombreux en Grande-Bretagne (+ 55 %), en Croatie, aux États-Unis (+ 17 % par rapport à 2003), au Canada et dans les pays du Maghreb. La croissance des voyages à l'étranger a profité aux agences de voyages, qui ont connu une progression de leur chiffre d'affaires de 3,9 % par rapport à 2003. La baisse des devises ne joue qu'un rôle limité

dans le choix des destinations et ne suffit pas à compenser les différences de prix avec certains pays qui font l'objet de promotions particulièrement avantageuses des voyageurs. En conclusion, les variations du cours de l'euro jouent davantage sur les touristes étrangers que sur les touristes français. En dehors des événements politiques, sanitaires ou environnementaux, c'est l'ensemble combiné de l'évolution comparée des prix et des taux de change qui influencent les décisions des touristes, ainsi que la situation économique et le pouvoir d'achat des consommateurs. Les actions déployées par le ministère délégué au tourisme (plan qualité tourisme, stratégie marketing 2005-2010 mise en oeuvre par Maison de la France, création d'ODIT France) visent à fidéliser les clientèles françaises, à renforcer l'attractivité et la compétitivité touristique de la France par le renouvellement de son offre et par des actions de promotion adaptées en améliorant son image à l'étranger.

Données clés

Auteur : [Mme Chantal Robin-Rodrigo](#)

Circonscription : Hautes-Pyrénées (2^e circonscription) - Socialiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 72738

Rubrique : Tourisme et loisirs

Ministère interrogé : transports, équipement, tourisme et mer

Ministère attributaire : transports, équipement, tourisme et mer

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 6 septembre 2005, page 8327

Réponse publiée le : 8 novembre 2005, page 10395