



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

politique du tourisme

Question écrite n° 76801

Texte de la question

M. Frédéric Lefebvre attire l'attention de M. le secrétaire d'État, auprès du ministre des affaires étrangères et du développement international, chargé du commerce extérieur, de la promotion du tourisme et des Français de l'étranger sur les conclusions du rapport d'information de la commission des affaires économiques de l'Assemblée nationale sur l'impact du numérique sur le secteur touristique français. Le tourisme est un des atouts majeurs de notre économie, puisque notre pays accueille chaque année plus de 80 millions de visiteurs. En 2013, le tourisme a représenté 7,4 % de notre PIB et la destination France a conservé le premier rang mondial, avec 84,7 millions d'arrivées de touristes internationaux, et le troisième rang en termes de recettes (42,7 milliards d'euros). Si notre pays dispose d'avantages indéniables, il n'en demeure pas moins que le secteur du tourisme connaît une profonde mutation avec l'émergence d'une concurrence internationale de plus en plus compétitive sur un marché en plein développement. Le développement du « e-tourisme » et du « m-tourisme » (tourisme utilisant le support de terminaux mobiles) est sans conteste l'une des évolutions les plus marquantes de ce marché et peut constituer pour le secteur touristique français une opportunité de croissance et de renouvellement. Selon les dernières estimations le « e-tourisme » représenterait un chiffre d'affaires annuel évalué entre 12,4 et 18 milliards d'euros. Dans cette perspective les rapporteurs de la commission des affaires économiques de l'Assemblée nationale suggèrent de mettre en place un « 35e plan » de reconquête industrielle au bénéfice de la filière touristique, axé sur la thématique de « l'e-tourisme », pour rapprocher les acteurs du secteur et identifier les enjeux à venir en termes d'innovation. Il demande de lui indiquer si le Gouvernement entend donner une suite favorable à cette suggestion.

Texte de la réponse

Internet constitue la première source d'information pour les vacanciers et les avis des internautes sur les destinations, les produits et les entreprises de tourisme sont de plus en plus des facteurs essentiels de choix. Ce développement du « e-tourisme » et du « m-tourisme » permet aux professionnels touristiques de proposer leurs services à tout moment et de manière très réactive. Les comparateurs de prix ou les grands moteurs de recherche se positionnent également sur le marché de l'e-tourisme dans le but de diversifier leur modèle économique. Face à cette concurrence accrue et au développement de ces nouveaux modes de consommation en ligne, les acteurs traditionnels du tourisme doivent se repositionner et adapter leur offre afin de rester compétitifs. Ce changement de modèle économique du secteur implique de nouvelles règles de collaboration et de concertation entre les acteurs. Au-delà du numérique, les acteurs ont pris conscience des mutations en cours et de l'importance de l'innovation pour le futur du secteur et la pérennité des entreprises. En 2016, les enjeux de l'innovation ont pu être identifiés grâce à une vaste étude, « L'innovation dans le tourisme : diagnostic et perspectives », dont l'objectif était de mettre en évidence les principales forces et faiblesses de l'innovation dans le tourisme et des mécanismes de soutien afin de dégager des pistes d'action. Est apparue ainsi la nécessité de créer un réseau d'écosystèmes thématiques et d'encourager le développement à l'international pour répondre au besoin d'amélioration de l'accompagnement et du soutien de l'essor des entreprises touristiques. Une meilleure appropriation des innovations par les opérateurs touristiques devrait permettre de favoriser, par

exemple, les expérimentations in situ ou en structurant des groupements d'entreprises pour constituer des chaînes de valeurs. La mise en réseau des acteurs et le renforcement de la visibilité des entreprises innovantes françaises doivent également être au centre des préoccupations en tenant compte des spécificités ultra-marines. Le soutien à l'innovation dans le tourisme en France repose sur des écosystèmes généralistes (incubateurs, pôles de compétitivité, accélérateurs...), qui sont nombreux et qui touchent aussi le secteur touristique. Il existe d'autres formes d'accompagnement, dédiées aux porteurs de projets (CCI, couveuses...), qui peuvent concerner les entreprises touristiques innovantes. Quelques écosystèmes sont spécialisés dans le tourisme, mais ils restent encore en nombre très restreint (Welcome City Lab, Avignon French Tech...). Le gouvernement souhaite, d'une part, encourager l'émergence d'autres structures d'accompagnement de l'innovation touristique en France et, d'autre part, les fédérer dans la perspective de créer un réseau national d'incubateurs et d'accélérateurs regroupant différents écosystèmes d'accompagnement de l'entrepreneuriat et de l'innovation se positionnant sur le tourisme. Cette stratégie opérationnelle en faveur de l'innovation a l'ambition d'accroître l'attractivité de la France et d'intensifier le soutien aux porteurs de projets innovants et startups du secteur touristique.

Données clés

Auteur : [M. Frédéric Lefebvre](#)

Circonscription : Français établis hors de France (1^{re} circonscription) - Les Républicains

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 76801

Rubrique : Tourisme et loisirs

Ministère interrogé : Commerce extérieur, tourisme et Français de l'étranger

Ministère attributaire : Affaires étrangères

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [24 mars 2015](#), page 2078

Réponse publiée au JO le : [16 mai 2017](#), page 3425