



# ASSEMBLÉE NATIONALE

## 14ème législature

### politique du tourisme

Question écrite n° 76809

#### 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 donner aux destinations françaises une visibilité accrue par la création d'un portail national qui bénéficierait de la remontée des contenus des différents niveaux institutionnels et qui en assurerait la promotion. Il demande de lui indiquer si le Gouvernement entend donner une suite favorable à cette suggestion.

#### Texte de la réponse

Internet et le numérique ont fortement impacté le secteur du tourisme, tant du point de vue de la chaîne de valeur que du point de vue des usages des consommateurs. Les professionnels du tourisme doivent adapter leur offre et leur organisation afin de répondre aux nouvelles attentes des clientèles touristiques et rester compétitifs. Pour les territoires, l'adaptation au numérique et la visibilité sur Internet revêtent un enjeu d'attractivité majeur. Les Assises du tourisme ont largement mis en avant l'apport du numérique pour doper l'économie touristique. Plus récemment, plusieurs initiatives gouvernementales telles que la Mission Lemoine, commanditée par le ministère de l'économie, de l'industrie et du numérique, ou le Conseil de la promotion du tourisme, installé par le ministère des affaires étrangères et du développement international, ont formulé des recommandations pour améliorer la prise en compte du numérique dans le renforcement de l'attractivité et de la compétitivité de l'offre touristique française. Ces propositions font d'ailleurs échos aux 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. La dispersion de l'information touristique sur différents sites et un manque de visibilité de la destination France sur Internet ont été mis en évidence à l'occasion des Assises du tourisme. La difficulté rencontrée par la destination France à générer du trafic à partir de ce canal ultra-concurrentiel constitue un handicap pour la valorisation de son offre touristique. L'échec d'une agrégation de l'intégralité de l'offre touristique via le moteur de recherche « Hexatourisme » impose de recentrer les efforts sur une valorisation

ciblée de l'offre de promotion autour d'un nombre limité de marques et de territoires. Ainsi, en lien avec la stratégie nationale de promotion sur Internet, plusieurs réflexions sont actuellement à l'étude au sein du Conseil de la promotion du tourisme afin de créer un portail média faisant office de vitrine de la France sur Internet et les médias sociaux, en valorisant des marques de destination fortes participant à sa notoriété à l'international.

## Données clés

**Auteur :** [M. Frédéric Lefebvre](#)

**Circonscription :** Français établis hors de France (1<sup>re</sup> circonscription) - Les Républicains

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 76809

**Rubrique :** Tourisme et loisirs

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

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

## Date(s) clé(s)

**Question publiée au JO le :** [24 mars 2015](#), page 2080

**Réponse publiée au JO le :** [6 octobre 2015](#), page 7584