



N° 462

# ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

DIX-SEPTIÈME LÉGISLATURE

---

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 16 octobre 2024.

## AVIS

PRÉSENTÉ

AU NOM DE LA COMMISSION DES AFFAIRES ÉCONOMIQUES  
*sur le projet de loi de finances pour 2025* (n° 324)

TOME I

## ÉCONOMIE

## TOURISME

PAR M. HERVÉ DE LEPINAU

Député

---

Voir les numéros : 324 (Tome III, Annexe 22).



## SOMMAIRE

Pages

|                                                                                                                                              |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>INTRODUCTION .....</b>                                                                                                                    | <b>5</b>  |
| <b>PREMIÈRE PARTIE : ANALYSE DES CRÉDITS.....</b>                                                                                            | <b>9</b>  |
| <b>I. LES CRÉDITS DU PROGRAMME 134 « DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES ET RÉGULATION » DE LA MISSION « ÉCONOMIE » CONSACRÉS AU TOURISME.....</b> | <b>10</b> |
| A. LES DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT : LA SUBVENTION POUR CHARGES DE SERVICE PUBLIC VERSÉE À ATOUT FRANCE.....                                  | 10        |
| B. LA SUPPRESSION DES DÉPENSES D'INTERVENTION.....                                                                                           | 12        |
| C. LES DÉPENSES FISCALES LIÉES AU TOURISME.....                                                                                              | 14        |
| <b>II. BILAN DE L'UTILISATION DES CRÉDITS DU PLAN DESTINATION FRANCE.....</b>                                                                | <b>14</b> |
| <b>SECONDE PARTIE : PROTECTION ET VALORISATION DES PAYSAGES AGRICOLES DANS LE TOURISME FRANÇAIS .....</b>                                    | <b>17</b> |
| <b>I. LA DÉPENDANCE DU TOURISME FRANÇAIS AUX PAYSAGES AGRICOLES IMPOSE DE PORTER UNE ATTENTION PARTICULIÈRE À NOTRE AGRICULTURE .....</b>    | <b>17</b> |
| A. LA RICHESSE DES PAYSAGES AGRICOLES PERMET LE DÉVELOPPEMENT D'ACTIVITÉS TOURISTIQUES .....                                                 | 17        |
| 1. La France possède de riches paysages façonnés par l'agriculture .....                                                                     | 17        |
| 2. Les paysages agricoles contribuent à l'attractivité touristique des territoires .....                                                     | 18        |
| B. LA DÉTÉRIORATION DES PAYSAGES AGRICOLES N'EST PAS SANS CONSÉQUENCES SUR L'ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE DES TERRITOIRES.....                   | 20        |
| 1. La préservation des paysages agricoles bénéficie à l'économie touristique et aux agriculteurs.....                                        | 20        |
| 2. Indispensables au maintien d'une attractivité touristique, les paysages agricoles sont pourtant menacés .....                             | 22        |

|                                                                                                                                                   |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>II. DES OUTILS CONTRIBUANT À PRÉSERVER ET VALORISER LES PAYSAGES AGRICOLES EXISTENT MAIS ILS DEMEURENT INSUFFISANTS .....</b>                  | <b>24</b> |
| <b>A. LES OUTILS DE PROTECTION ET DE VALORISATION DU PAYSAGE AGRICOLE EXISTANTS.....</b>                                                          | <b>24</b> |
| 1. Les outils en droit de l'aménagement du territoire et de l'urbanisme .....                                                                     | 24        |
| 2. Les autres outils de promotion et de soutien à la qualité paysagère agricole .....                                                             | 26        |
| <b>B. IL EST NÉCESSAIRE DE RATIONALISER ET DE STRUCTURER LES SOUTIENS AUX ACTIVITÉS TOURISTIQUES LIÉES À L'AGRICULTURE ET À SES PAYSAGES.....</b> | <b>28</b> |
| 1. Les normes applicables en matière d'accueil touristique doivent être rationalisées.....                                                        | 29        |
| 2. La structuration de l'offre et les interactions entre les différents acteurs doivent être améliorées .....                                     | 30        |
| <b>EXAMEN EN COMMISSION .....</b>                                                                                                                 | <b>33</b> |
| <b>LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES.....</b>                                                                                                      | <b>47</b> |
| <b>LISTE DES CONTRIBUTIONS ÉCRITES REÇUES .....</b>                                                                                               | <b>51</b> |

## INTRODUCTION

**Le tourisme est un moteur essentiel de l'économie française.** L'année 2023 s'est révélée exceptionnelle sur ce plan, avec **63,5 milliards d'euros (Md€)** de recettes issues du tourisme international, en hausse de 12 % par rapport à 2019. Selon une estimation réalisée par Atout France, le tourisme a permis de générer **188 Md€** de consommation touristique en 2023. On dénombrait par ailleurs **1,3 million d'emplois touristiques** au 4<sup>e</sup> trimestre de la même année <sup>(1)</sup>.

Au total, la part du tourisme dans le PIB était de **4,1 %** en 2019. La consommation touristique intérieure représentait **7,5 %** du montant du PIB la même année <sup>(2)</sup>.

### La mesure du produit intérieur brut (PIB) lié au tourisme

Il existe deux mesures principales de la contribution du tourisme au PIB, qu'il convient de ne pas confondre.

La **consommation touristique intérieure** correspond aux dépenses des visiteurs, français ou étrangers, sur le territoire.

Le **PIB direct** généré par le tourisme correspond à la consommation touristique intérieure à laquelle on retranche les consommations intermédiaires, les importations et les subventions correspondantes et à laquelle on ajoute les impôts nets générés sur ces produits et ces importations.

Source : le blog de l'Insee, « [Comment mesure-t-on le poids économique du tourisme en France ?](#) », 28 avril 2023

**Les premiers résultats de la saison estivale 2024 sont eux aussi globalement bons, avec des différences selon les régions.** La Confédération des acteurs du tourisme évoque ainsi une saison d'été « *contrastée et atypique* », tandis que l'opérateur Atout France relève comme principales tendances un report des départs vers le mois d'août et une augmentation des courts séjours. Les nuitées produites par les clientèles domestiques sont en effet en recul de 6 % jusqu'à la mi-août <sup>(3)</sup>, avec un rattrapage ensuite sur le même mois et une arrière-saison qui s'annonçait plutôt prometteuse.

Le taux de départ des Français cet été est de **65 %**, en retrait de deux points par rapport à l'année 2023. Les absences de départ en vacances s'expliquent pour 36 % d'entre elles par des considérations budgétaires, ce qui rappelle à quel point les problématiques de pouvoir d'achat pèsent sur les Français.

---

(1) Données issues du Mémento « [Portrait touristique de l'année 2023](#) » d'Atout France.

(2) [Insee focus n° 297](#), paru le 28 avril 2023 et [Insee focus n° 262](#), paru le 24 février 2022.

(3) <https://presse.economie.gouv.fr/bilan-touristique-de-la-periode-estivale-2024/>

### **Bilan des Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024 (JOP) et de la Coupe du monde de rugby 2023 pour la filière touristique <sup>(1)</sup>**

La Coupe du monde de rugby a réuni **1 million de spectateurs**, dont 425 000 visiteurs étrangers. L'organisation de l'événement a nécessité **70 millions d'euros (M€) de dépenses publiques** et a engendré **1,1 Md€** de dépenses liées au tourisme des visiteurs en France. L'impact économique direct lié au tourisme s'élève à **585 M€**, soit 85 % de l'impact économique direct total de l'événement.

Les secteurs de l'hébergement et de la restauration ont représenté 58 % de l'impact économique direct lié au tourisme. Paris, Saint-Denis et Marseille ont capté 28 % de l'impact économique total grâce à l'organisation de 16 matchs majeurs. L'événement a également profité aux villes françaises ne recevant pas de matchs, en raison notamment de la durée de la compétition qui a encouragé les visiteurs à prolonger leur séjour.

Bien que les résultats économiques soient en-deçà des prévisions initiales (690 M€ d'impact économique direct contre les 910 M€ à 1,1 Md€ anticipés lors de la candidature), **la réussite de cet événement reste un atout pour l'attractivité du pays et devrait générer des bénéfices**, notamment sur le plan touristique, à moyen et long termes.

Les Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024 ont attiré **11,2 millions de visiteurs dans la capitale**, un chiffre proche des prévisions initiales (11,3 millions) et avec une hausse de fréquentation de 4 % par rapport à la même période l'année précédente. Parmi ces visiteurs, **85 % étaient des visiteurs nationaux**.

L'événement a eu un **impact notable sur l'économie touristique des villes hôtes, notamment dans le secteur des transports**, avec une augmentation de 10 % des arrivées dans les aéroports parisiens par rapport à l'année 2023. En revanche, l'accueil au sein **des hébergements collectifs de tourisme pendant l'été 2024 n'a pas atteint les niveaux élevés de 2023**. La fréquentation globale de ceux-ci pour la période allant de mai à août en Île-de-France est, par exemple, en baisse <sup>(2)</sup>.

L'impact économique des Jeux pour l'Île-de-France est estimé à près de **9 Md€** sur la période 2018-2034. L'impact spécifique lié au tourisme est évalué à **2,7 Md€**, représentant 30 % de l'impact global, dont 59 % générés lors de la préparation et du déroulement des Jeux. Le ratio de retour sur investissement public est estimé à 1 € de dépense publique pour 3 € de retombées économiques. Il s'agit toutefois seulement de premiers bilans, qu'il faudra compléter avec des données issues d'études *ex post*.

**Votre rapporteur a pu constater que le tourisme ne reçoit pas toute l'attention qu'il mérite en matière budgétaire.** La politique du tourisme est demeurée très largement une politique interministérielle et ceci semble conduire à une absence de structuration et de vision stratégique sur le sujet : crédits éparpillés, chiffrages complexes... Dans le même temps, la concurrence européenne est bien présente : **en 2023, si la France comptabilise plus d'arrivées de touristes que l'Espagne, l'activité touristique de l'Espagne génère davantage de recettes qu'en France.**

---

(1) Les données utilisées dans cet encadré ont été fournies par la direction générale des entreprises (DGE) en réponse au questionnaire du rapporteur.

(2) Données issues d'une [étude](#) menée par l'INSEE sur la fréquentation des hébergements collectifs de tourisme lors de la saison d'été 2024.

**RECETTES DU TOURISME INTERNATIONAL EN FRANCE ET CHEZ SES PRINCIPAUX  
CONCURRENTS TELLES QUE PRÉSENTÉES DANS LE PORTRAIT TOURISTIQUE 2023  
D'ATOUT FRANCE**

|           | 2023<br>(en milliards) | Evol. 2023<br>Vs 2019 | Evol. 2023<br>Vs 2022 |
|-----------|------------------------|-----------------------|-----------------------|
| France    | 63,5                   | +11,8%                | +12,0%                |
| Espagne   | 84,9                   | +19,4%                | +22,7%                |
| Italie    | 51,8                   | +17,0%                | +17,1%                |
| Allemagne | 33,8                   | -9,4%                 | +12,9%                |
| Portugal  | 25,1                   | +37,4%                | +19,1%                |

Sources : Banque de France, Banco de España, Banca d'Italia, Deutsche Bundesbank, Banco de Portugal, janvier 2024

**Face à cette absence de vision stratégique**, votre rapporteur salue la mobilisation de l'ensemble des acteurs du secteur touristique, publics comme privés. **Il note avec satisfaction qu'une ministre déléguée chargée de l'économie du tourisme – et uniquement de cette politique publique – a été nommée**, demande de longue date de la filière. Il faut en effet remonter à 2007 pour retrouver un portefeuille ministériel uniquement consacré à cette question. Votre rapporteur restera toutefois attentif à ce que cette première avancée se traduise par des actions concrètes en faveur des acteurs de l'économie touristique.

**Le projet de loi de finances pour 2025 nourrit des inquiétudes sur ce point : les crédits consacrés au tourisme présentés dans ce projet de loi ne sont pas à la hauteur des enjeux** : subvention de l'État à son opérateur touristique Atout France en baisse, fin des quelques rares crédits d'intervention qui étaient destinés à ce dernier... sans oublier l'annonce effectuée par le Premier ministre, lors de son discours de politique générale du 1<sup>er</sup> octobre dernier, **du rapprochement de Business France et d'Atout France, qui conduit à s'interroger sur la portée réelle des mesures budgétaires présentées.**

**Votre rapporteur émet donc un avis défavorable sur l'adoption des crédits de la mission « Économie », pour ce qui concerne le tourisme.**

La partie thématique du présent rapport porte sur la préservation et la valorisation des paysages agricoles dans le tourisme français. Alors même que les paysages façonnés par nos agriculteurs sont un atout majeur de l'attractivité touristique du pays, les difficultés traversées par le secteur agricole et le manque de structuration de la politique touristique rejaillissent nécessairement sur cette attractivité.





## PREMIÈRE PARTIE : ANALYSE DES CRÉDITS

Identifier et retracer les crédits liés au tourisme dans le projet de loi de finances est un exercice difficile.

Au sein du budget, les crédits spécifiquement alloués au tourisme figurent à l'action 23 « Industrie et services » du programme 134 « Développement des entreprises et régulation » de la mission « Économie ». Ils sont constitués, pour l'essentiel, d'une subvention pour charges de service public (SCSP) versée à Atout France. Cette subvention s'accompagnait, jusqu'à présent, de crédits d'intervention à destination de l'opérateur, ces derniers étant supprimés dans le projet de loi de finances pour 2025.

Cependant, la politique touristique demeure une politique largement interministérielle et plusieurs autres programmes budgétaires concourent à cette politique. Depuis 2012 et jusqu'au projet de loi de finances (PLF) pour 2023, un **document de politique transversale (DPT)** permettait de retracer l'ensemble de ces différents crédits. Or ce document a été supprimé <sup>(1)</sup>. Les réponses fournies au questionnaire budgétaire expliquent que le DPT *« présentait de très nombreux biais et ne traduisait pas la réalité des crédits consacrés exclusivement au tourisme. Le montant global présenté dans le DPT était en augmentation significative d'année en année et ne semblait pas correspondre à une évaluation réelle »*. Ces réponses donnent plusieurs exemples de crédits qui étaient comptabilisés dans le DPT alors qu'il était impossible d'isoler lesquels contribuaient spécifiquement au tourisme et non, de manière concomitante, à une autre politique publique.

Votre rapporteur ne nie pas ces difficultés méthodologiques. **Mais, alors que la situation budgétaire de la France est critique, il s'interroge : comment juger de l'efficacité d'une politique publique dont le chiffrage est si complexe à établir ?** Il existe un écart considérable entre les **25 M€** du programme 134 versés à Atout France et les chiffres donnés par le dernier DPT publié, indiquant qu'« en 2022, hors dépenses fiscales et hors impact du covid-19, l'effort global de l'État au titre du tourisme était évalué à près de **7,5 Md€** de crédits portés par 21 programmes budgétaires relevant de **13 missions** ». Le plan Destination France, lancé par le Gouvernement en 2021, prévoit quant à lui **1,9 Md€** de soutien au tourisme sur la période 2022-2024, impliquant des financements en provenance de l'État mais également des régions, de la Banque des Territoires et de BpiFrance.

La traduction budgétaire des politiques touristiques souffre donc d'un manque de lisibilité. **Le tourisme ne dispose même pas d'une seule action budgétaire qui lui serait entièrement consacrée.** À titre de comparaison,

---

(1) Article 164 de la loi n° 2022-1726 du 30 décembre 2022 de finances pour 2023.

l’agriculture, l’alimentation, la forêt et les affaires rurales disposent d’une mission à part entière, comportant 4,6 Md€ d’autorisations d’engagement (AE) au sein du projet de loi de finances pour 2025.

Votre rapporteur a par ailleurs découvert, lors du discours de politique générale du Premier ministre le 1<sup>er</sup> octobre dernier, que le Gouvernement envisageait un rapprochement de Business France, opérateur de l’internationalisation de l’économie française, et d’Atout France, opérateur de la promotion touristique. Cette annonce fait peser une incertitude supplémentaire sur Atout France, déjà confronté à une baisse de ses crédits et à des difficultés internes. Votre rapporteur redoute un effacement de la mission tourisme au profit du soutien à l’export, ne serait-ce qu’en raison du déficit abyssal de la balance du commerce extérieur, partant du principe qu’on se met toujours au chevet d’un malade et rarement d’un bien-portant. Il s’agirait d’une erreur stratégique majeure, tant la part du tourisme dans le PIB est significative.

## I. LES CRÉDITS DU PROGRAMME 134 « DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES ET RÉGULATION » DE LA MISSION « ÉCONOMIE » CONSACRÉS AU TOURISME

Les dépenses consacrées au tourisme au sein du programme 134 sont intégralement adossées à l’action 23 « Industrie et services ». Elles se décomposent de la manière suivante :

| (en millions d’euros)      | Nature                                                                                                                   | LFI 2024 | LFI PLF 2025 | Évolution (en %) |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------|------------------|
| Dépenses de fonctionnement | SCSP Atout France                                                                                                        | 28,7     | 24,9         | - 13,2 %         |
| Dépenses d’intervention    | Soutiens divers (ingénierie, structuration de données touristiques, tableau de bord des indicateurs du tourisme durable) | 5,8      | —            | - 100 %          |
|                            | Contribution de la France à l’OMT                                                                                        | 0,36     | 0,36         | —                |
| TOTAL                      |                                                                                                                          | 34,86    | 25,26        | - 27,5 %         |

### A. LES DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT : LA SUBVENTION POUR CHARGES DE SERVICE PUBLIC VERSÉE À ATOUT FRANCE

L’action 23 est le support d’une subvention pour charges de service public (SCSP) versée à Atout France, opérateur de l’État qui assure le développement et la promotion du tourisme. Cette SCSP a vocation à financer les dépenses de fonctionnement de l’opérateur.

### Le statut et les financements d'Atout France

Atout France est un groupement d'intérêt économique (GIE). Il s'agit d'ailleurs du seul opérateur de l'État bénéficiant de ce statut. La direction générale des entreprises (DGE) explique que ce statut est lié à l'histoire de la constitution d'Atout France, né en 2009 de la fusion de deux opérateurs : Maison de la France (GIE) et ODIT France (groupement d'intérêt public). Elle rappelle, à ce sujet, que *« l'intention du législateur, en 2009, était de concilier dans une structure ad hoc des capitaux publics et privés et d'associer l'ensemble de l'écosystème du tourisme à la gouvernance de l'opérateur. Cette forme juridique permet, par ailleurs, à Atout France de réaliser des partenariats qui génèrent des recettes complémentaires »*.

Ce modèle facilite les financements conjoints entre les 1 200 adhérents, à la fois publics et privés, qui composent le GIE. Les dépenses d'Atout France permettent ainsi de créer un véritable effet de levier. L'opérateur fait par exemple observer qu'*« en 2023, les 8 M€ de crédits dépensés par Atout France pour la promotion de la destination France à l'international ont généré 14 M€ de fonds additionnels des partenaires, soit un volume global de 22 M€ »*.

Atout France bénéficie de diverses sources de financement, avec environ 60 % de financements de l'État et 40 % de ressources propres. Sa principale source de financement est la SCSP qui lui est octroyée, complétée par certaines subventions spécifiques en provenance d'autres opérateurs ou d'autres ministères. Parmi ses ressources propres figurent à la fois les cotisations issues des adhérents au GIE (2,2 M€ en budget initial 2024) et les recettes issues de partenariats (33,5 M€).

Au total, le budget initial 2024 de l'opérateur est de 87 M€, dont 52 M€ de financements provenant de l'État.

**Le PLF 2025 prévoit une baisse de 13,2 % de la SCSP**, qui s'établirait à 24,9 M€, contre 28,7 M€ en loi de finances initiale (LFI) pour 2024. **Cette baisse intervient alors même que la LFI 2024 avait supprimé l'affectation d'une fraction des recettes issues des droits de visa à l'opérateur.** Cette suppression était justifiée par sa non-conformité à la loi organique relative aux lois de finances telle que modifiée par la loi organique n° 2021-1836 du 28 décembre 2021 <sup>(1)</sup> **mais n'avait pas été compensée** par de nouveaux crédits versés à Atout France.

La baisse de la SCSP est justifiée dans le projet annuel de performances par la *« redéfinition des priorités assignées au groupement et la mise en œuvre du schéma d'emplois négatifs en 2025 »*.

Parallèlement, le nombre d'équivalents temps plein travaillés (ETPT) diminue : le plafond d'emplois pour 2025 est de **241 ETP**, contre **273** en LFI 2024, soit une **diminution de 32 ETP**. Les emplois hors plafond passent de 50 à 40 : ces emplois sont liés au plan Destination France et doivent permettre d'accompagner son extinction. Par ailleurs, **16 ETPT** sont toujours directement rémunérés par le

---

(1) Décret n° 2023-798 du 21 août 2023 modifiant le décret n° 2015-1819 du 30 décembre 2015 portant attribution de produits au budget du ministère des affaires étrangères et du développement international, pris en application de l'article 3 de la loi organique n° 2021-1836 du 28 décembre 2021 relative à la modernisation de la gestion des finances publiques.

programme 134 chez Atout France. En 2024, Atout France compte **175 ETP** à l'étranger et **164 ETP** en France, soit **339 ETP** au total.

Selon Atout France, cette baisse de la SCSP, combinée à la suppression des crédits d'intervention (voir *infra*), conduira à un **« coup de frein démesuré à son activité »**. **Cette baisse des crédits intervient en effet à un moment critique pour l'opérateur :**

– le plan Destination France prend fin cette année et aucun nouveau plan de soutien au tourisme n'a été annoncé à ce stade ;

– le contrat d'objectifs et de performance (COP), qui courait sur la période 2020-2023, a été prolongé en 2024 afin de faire correspondre son échéance avec la fin du plan Destination France. Le PAP de la mission « Économie » indique que *« Atout France travaille actuellement à une proposition de COP pour la période 2025-2027 qui devra s'inscrire dans les réflexions sur la modernisation d'Atout France annoncées lors du dernier comité interministériel du Tourisme du 7 mai 2024 »* – alors même qu'a été annoncé, en parallèle, le rapprochement de Business France et d'Atout France ;

– l'opérateur a été confronté à des difficultés de direction et celle-ci est actuellement assurée en intérim.

Atout France souligne avoir effectué des efforts de rationalisation de ses dépenses ces dernières années, avec des ruptures conventionnelles collectives effectuées pour une quinzaine de salariés du siège et des renégociations de loyers en 2019-2020, ainsi qu'une évolution de son réseau international en 2024.

Le dernier comité interministériel du tourisme a déjà entamé un travail de réflexion sur la modernisation d'Atout France. Certaines interrogations ont également émergé lors des auditions, notamment sur les moyens déployés à l'étranger par l'opérateur, sur l'opportunité de recentrer les missions sur la promotion ou sur une meilleure association des différentes parties prenantes. **Mais votre rapporteur souligne que le travail d'Atout France est salué par l'ensemble des acteurs du tourisme qu'il a pu rencontrer, ces derniers insistant sur la nécessité de préserver son budget. Votre rapporteur partage cet avis.**

## **B. LA SUPPRESSION DES DÉPENSES D'INTERVENTION**

**Les rares crédits d'intervention du programme 134 sont supprimés dans le projet de loi de finances pour 2025.** En loi de finances initiale pour 2024, l'action 23 prévoyait encore **5,8 M€** de dépenses d'intervention ventilées comme suit :

– **5 M€** pour du soutien à l'ingénierie touristique, mis en œuvre par Atout France ;

– **0,7 M€** pour faciliter la structuration et la valorisation des données touristiques, *via* France Tourisme Observation, également mis en œuvre par Atout France ;

– **0,1 M€** pour la mise en place d'un tableau de bord des indicateurs du tourisme durable.

De plus, Atout France bénéficiait encore, en LFI 2024, de crédits en provenance du ministère de l'Europe et des affaires étrangères, pour le renforcement de la promotion et de la valorisation de la destination France, à hauteur de **5,85 M€** sur le programme 185 « Diplomatie culturelle et d'influence ». Ces crédits ne sont pas reconduits non plus, en raison, selon le Gouvernement, de la fin du plan Destination France.

**Aucun crédit d'intervention en faveur du tourisme ne figure désormais au sein de l'action 23 du programme 134.** L'extinction progressive de tout crédit sur cette ligne budgétaire n'est pas de nature à répondre aux difficultés de structuration et de lisibilité de la politique budgétaire de l'État en matière de tourisme et va, au contraire, les aggraver – en décalage manifeste avec le poids de ce secteur dans le PIB.

Comme les années précédentes, il est précisé que les besoins en études et analyses ainsi que d'autres besoins peuvent être financés par des redéploiements de crédits au sein du programme.

Enfin, **0,36 M€** sont destinés à financer la contribution de la France à l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), désormais appelée « ONU Tourisme » – un montant stable par rapport à la LFI 2024. La direction générale des entreprises fait preuve d'une certaine prudence quant à l'utilité réelle de l'ONU Tourisme pour la France : elle relève notamment que les actions financées par cette dernière sont plus utiles aux destinations émergentes qu'au tourisme français et que l'organisation souffre de problèmes de gouvernance.

Lors de l'examen des crédits relatifs au tourisme en commission des affaires économiques, votre rapporteur a présenté deux amendements CE29 et CE30 <sup>(1)</sup> :

– le premier visait à maintenir la subvention pour charges de service public versée à Atout France au même niveau qu'en loi de finances initiale pour 2024 (soit 3,8 M€ supplémentaires par rapport au montant proposé par le PLF 2025) et à prévoir 5 M€ de crédits d'intervention en faveur de l'opérateur (contre 5,8 M€ en LFI 2024) ;

– le second était un amendement de repli, maintenant la subvention pour charges de service public à son niveau prévu en loi de finances initiale pour 2024 et sans crédits d'intervention en complément.

---

(1) Amendements [CE29](#) et [CE30](#).

Ces deux amendements ont été rejetés.

### C. LES DÉPENSES FISCALES LIÉES AU TOURISME

Selon le projet annuel de performances (PAP) « Économie » annexé au présent projet de loi de finances, quatre dépenses fiscales bénéficient au secteur touristique, selon la répartition indiquée dans le tableau ci-dessous.

#### DÉPENSES FISCALES BÉNÉFICIAANT AU SECTEUR DU TOURISME (2023-2025)

(en millions d'euros)

| Dépense fiscale                                                                                                                                                            | Réalisé 2023 | Prévu 2024   | Prévu 2025   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Taux de taxe sur la valeur ajoutée (TVA) de 10 % applicable aux ventes à consommer sur place, à l'exception des ventes de boissons alcooliques                             | 2 000        | 2 015        | 1 969        |
| TVA de 10 % pour la fourniture de logements dans les hôtels                                                                                                                | 465          | 470          | 460          |
| TVA de 10 % applicable à la fourniture de logements dans les terrains de camping classés                                                                                   | 151          | 152          | 149          |
| Exonération de la contribution patronale et de la participation financière du comité d'entreprise et des organismes à caractère social au financement des chèques vacances | 97           | 103          | 105          |
| <b>TOTAL</b>                                                                                                                                                               | <b>2 573</b> | <b>2 740</b> | <b>2 683</b> |

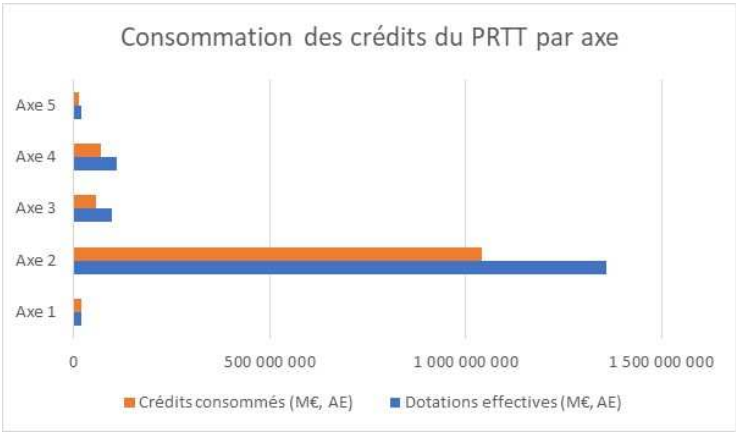
Source : PAP Économie 2025

## II. BILAN DE L'UTILISATION DES CRÉDITS DU PLAN DESTINATION FRANCE

Le plan Destination France, également appelé « Plan de reconquête et de transformation du tourisme », a pour objectif de soutenir le secteur touristique dans sa transformation, en particulier pour une montée en qualité et pour les transitions écologique et numérique. Il a également contribué à accélérer la relance post-crise. Dans ce cadre, **1,9 Md€** étaient prévus pour financer les mesures de ce plan sur la période 2022-2024, dont 500 M€ de prêts « Relance tourisme » financés par la Banque des territoires. Plus généralement, plusieurs mesures du plan sont financées en tout ou partie par d'autres acteurs que l'État : les vingt mesures engagées relèvent de **sept ministères différents** et de **sept opérateurs**.

Selon les données fournies en réponse au questionnaire budgétaire, **plus de 1,2 Md€ de crédits ont été engagés** sur ce plan. Le graphique ci-dessous, fourni par la direction générale des entreprises, récapitule la consommation des crédits selon les différents axes du plan.

**CONSOMMATION DES CRÉDITS DU PLAN PAR AXE EN FONCTION DES DOTATIONS RÉELLES ARRÊTÉE À JUIN 2024**



Source : direction générale des entreprises. Les axes du plan sont les suivants : conquérir et relancer les talents (axe 1), renforcer la résilience du secteur et soutenir la montée en qualité de l'offre (axe 2), valoriser et développer les atouts touristiques français (axe 3), répondre aux enjeux de transformation du secteur (axe 4), promouvoir la destination France et consolider ses parts de marché (axe 5).





## **SECONDE PARTIE : PROTECTION ET VALORISATION DES PAYSAGES AGRICOLES DANS LE TOURISME FRANÇAIS**

Dans cette partie thématique, votre rapporteur souhaite aborder les liens qui unissent l'agriculture et le tourisme, en particulier à travers les paysages agricoles. Il observe en effet des liens d'interdépendance entre ces deux secteurs, en particulier au sein du département de Vaucluse. Celui-ci occupe la première place de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur en termes d'activité agricole <sup>(1)</sup> et la richesse de ses paysages agricoles (champs de lavande, oliveraies, vergers...) est le support d'une importante économie touristique. Si l'agriculture venait à être trop fragilisée et la qualité des paysages associés dégradée, c'est toute l'économie touristique du territoire qui serait bouleversée, dans un département déjà en difficulté : le Vaucluse se classe au cinquième rang des départements métropolitains les plus pauvres de France.

### **I. LA DÉPENDANCE DU TOURISME FRANÇAIS AUX PAYSAGES AGRICOLES IMPOSE DE PORTER UNE ATTENTION PARTICULIÈRE À NOTRE AGRICULTURE**

#### **A. LA RICHESSE DES PAYSAGES AGRICOLES PERMET LE DÉVELOPPEMENT D'ACTIVITÉS TOURISTIQUES**

##### **1. La France possède de riches paysages façonnés par l'agriculture**

L'agriculture, en ce qu'elle est par essence un processus d'aménagement et d'exploitation des territoires pour en tirer des richesses, **contribue grandement à façonner les paysages de notre pays.**

**La diversité des paysages français reflète bien souvent la diversité des types d'agriculture pratiqués sur le territoire.** Certains paysages agricoles sont parfois devenus particulièrement caractéristiques d'une région. On peut citer, par exemple, les champs de lavande du Vaucluse et des Alpes-de-Haute Provence, le bocage normand, les alpages ou encore l'arboriculture de la vallée du Rhône. La Fédération française du paysage (FFP) note à ce titre que *« certains types d'agriculture créent des paysages reconnus socialement, qui parfois ont marqué le monde de la peinture ou du cinéma »*.

**La façon dont l'agriculture modifie et dessine les paysages français et la diversité paysagère qui en découle sont aussi et surtout très fortement liées à la grande variété des pratiques agricoles françaises.** Pour ne citer qu'un seul exemple, l'élevage permet de maintenir des paysages ouverts. Il existe en cela une

---

(1) Étude DRAAF, « [L'agriculture, l'agroalimentaire et la forêt dans le Vaucluse](#) », février 2024, n° 132.

forte interdépendance entre la façon dont l'agriculture façonne les paysages et celle dont ces mêmes paysages mettent en valeur certaines pratiques agricoles.

La richesse des paysages français transformés par les agriculteurs ne peut par ailleurs s'envisager sans souligner **l'importance du patrimoine agricole bâti**. L'agriculture, en façonnant les paysages naturels, modèle aussi les bâtiments qui les composent. **Fermes, granges, moulins ou encore burons sont autant de bâtiments agricoles typiques qui concourent à la beauté des paysages et sont à cet égard complémentaires avec le patrimoine architectural**, comme les châteaux des vignobles ou les villages labellisés.

En ce sens, **les paysages façonnés par l'agriculture sont aussi le reflet d'un patrimoine technique et historique en ce qu'ils donnent à voir l'évolution des pratiques agricoles et valorisent des savoir-faire parfois anciens**. Ce façonnement passe aussi par le grand soin apporté par les agriculteurs, exploitants des paysages en première ligne, au maintien du patrimoine « *en associant la qualité [des] produits et le respect du paysage cultivé* », comme l'a souligné la direction générale de l'aménagement, du logement et de la nature (DGALN) à votre rapporteur s'agissant de la filière viticole. Ainsi, il est clair que l'agriculture façonne les paysages par un double processus de valorisation du patrimoine existant dans les modes de production et de création de nouveaux patrimoines, qu'il s'agisse de paysages naturels ou de bâtis.

**Cet ensemble de paysages concourt à l'identité d'un territoire donné et, en cela, à sa beauté et son attractivité**. La proportion de surfaces agricoles dans la superficie totale des Grands Sites de France (**35 %**), des parcs naturels régionaux et des parcs nationaux (**31 %**) <sup>(1)</sup> et le rôle que celles-ci jouent dans l'attractivité touristique de ces lieux est un indicateur probant de la **forte interdépendance entre les paysages agricoles et le tourisme**. Certains sites marqués par une agriculture singulière sont d'ailleurs inscrits sur la liste du patrimoine mondial de l'humanité établie par l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (Unesco), comme la baie du Mont-Saint-Michel, les Climats du vignoble de Bourgogne, ou les Coteaux, maisons et caves de Champagne.

## **2. Les paysages agricoles contribuent à l'attractivité touristique des territoires**

Les paysages façonnés par l'agriculture sont assurément le support d'une attractivité touristique. La richesse des paysages agricoles permet le développement d'activités touristiques plus directement liées aux pratiques agricoles, comme **l'agritourisme, mais aussi d'autres formes de tourisme liées à la ruralité** (tourisme itinérant, sportif, de plein air, ou encore vélotourisme) **et qui reposent très directement sur les paysages agricoles à découvrir**.

---

(1) Données fournies par le réseau des Grands Sites de France, les parcs naturels régionaux et les parcs nationaux.

**L'agritourisme**, que l'on peut définir comme une forme de tourisme axée sur l'exploration des paysages ruraux, des méthodes agricoles, des produits culinaires issus de l'agriculture, ainsi que des savoir-faire traditionnels propres à une région, **est une composante majeure de l'attractivité touristique des paysages agricoles français.**

Symbolisée par le succès du salon de l'agriculture à Paris, **la popularité de l'agritourisme est aussi liée à la diversité de formes que celui-ci peut prendre :**

– **l'œnotourisme**, qui participe grandement à l'attractivité de nombreux paysages viticoles ;

– **la vente à la ferme des produits du terroir.** La popularité des différentes « routes » de vins ou de produits locaux (Routes des vins d'Alsace, de Bourgogne ou de Bordeaux, Route des fromages en Auvergne, Route des fruits en Alsace) sont autant d'exemples du succès de cette forme d'agritourisme. L'Assemblée permanente des chambres d'agriculture (APCA) note à ce sujet que *« les produits sous signe officiel de qualité, plus particulièrement les indications géographiques protégées, renvoient le consommateur à un terroir et indirectement à son paysage »* ;

– **la visite de fermes et la découverte de savoir-faire**, comme des parcours sensoriels axés sur la cueillette, l'assemblage de son propre cépage ou encore la découverte de fermes pédagogiques ;

– **l'hébergement à la ferme, dans des gîtes ruraux ou dans des chambres d'hôtes.** Centrés autour de la notion d'hospitalité, ces modes d'hébergement touristiques participent à la sauvegarde du patrimoine bâti et à l'attractivité touristique des territoires. Le Parc naturel régional des Ballons des Vosges compte, par exemple, 47 fermes auberges <sup>(1)</sup>. Les différents parcs ont en effet développé très tôt cette forme de tourisme : ils indiquent ainsi faire partie *« des organismes précurseurs qui ont favorisé la diversification agricole via l'accueil de visiteurs au sein des exploitations agricoles à partir des années 1970 grâce au développement des nouvelles formes d'hébergement (gîtes et chambres d'hôtes) »*.

**Par ailleurs, les paysages agricoles sont aussi le support d'activités touristiques plus largement liées à la ruralité et à la nature, comme le tourisme itinérant ou le tourisme sportif.** L'aménagement de randonnées piétonnes et de parcours cyclables pour le développement du vélotourisme est à cet égard un moteur essentiel. Ainsi, le plan Destination France mis en œuvre en 2021 compte, parmi ses objectifs, de faire de la France la première destination cyclo-touristique à l'horizon 2030.

---

(1) *Fermes auberges* | Parc naturel régional des Ballons des Vosges ([parc-ballons-vosges.fr](http://parc-ballons-vosges.fr))

Même si tous les types de production peuvent être concernés par ces activités, tous les types d'exploitations n'y prennent pas part avec la même intensité. **Les plus représentées en nombre sont les exploitations équine (16,27 %), viticoles (7,73 %), et celles spécialisées en céréales et légumes secs (7,53 %) <sup>(1)</sup>. Les fermes diversifiées en agritourisme sont aussi majoritairement des exploitations petites (35 %) et individuelles (52 %) <sup>(2)</sup>.**

## **B. LA DÉTÉRIORATION DES PAYSAGES AGRICOLES N'EST PAS SANS CONSÉQUENCES SUR L'ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE DES TERRITOIRES**

### **1. La préservation des paysages agricoles bénéficie à l'économie touristique et aux agriculteurs**

**Le tourisme rural connaît une certaine popularité, notamment depuis la survenance de l'épidémie de covid-19 :** la restriction des possibilités de séjourner à l'étranger a suscité un regain d'attrait pour les séjours en France, dans des espaces naturels moins fréquentés et source de quiétude. On peut rappeler qu'en 2023, 60 % des nuitées touristiques en France ont été réalisées par la clientèle domestique <sup>(3)</sup>. Une étude nationale menée en 2022 par Tourisme Bretagne, ADN Tourisme et l'Union nationale des associations de tourisme et de plein air (Unat) a par ailleurs montré que les nouvelles aspirations des Français en matière de vacances sont **principalement centrées sur le dépaysement, la déconnexion et la découverte, notamment de paysages** <sup>(4)</sup>. La direction générale des entreprises (DGE) souligne également qu'à la lumière d'une récente étude sur l'image et l'attractivité des territoires français, parmi les critères déterminants pour un séjour à la campagne, **la France s'avère particulièrement compétitive sur ceux des grands sites et paysages d'intérêt et de la nature préservée.**

**La découverte des paysages agricoles est source d'une activité économique importante,** qui crée des bénéfices tant pour les agriculteurs que pour les touristes et les territoires concernés. Comme le rappelle le réseau des Grands Sites de France, « *la qualité des paysages est un motif de visite et source de fierté locale* ».

---

(1) Données issues d'une [étude](#) menée par l'APCA et le ministère de l'agriculture et de la souveraineté alimentaire.

(2) Ibid.

(3) [Données Atout France](#).

(4) Étude nationale pour décrypter les nouvelles aspirations des français en matière de vacances, [communiqué de presse](#) du 25 janvier 2022.

### **Le tourisme lié aux paysages agricoles est bénéfique pour les territoires d'accueil :**

– il est tout d'abord source de **bénéfices économiques**. Par exemple, dans le département de Vaucluse, 5 millions de touristes par an génèrent 1,6 milliard d'euros (Md€) de chiffre d'affaires (CA) par an <sup>(1)</sup>. La découverte des paysages, associée aux loisirs de plein air, conduit souvent les touristes à rester plusieurs jours sur place, occasionnant une consommation de services accrue au sein du territoire concerné. Concernant l'œnotourisme, la DGE a indiqué à votre rapporteur que la France accueille **10 millions d'œnotouristes par an**, ce qui représente une dépense globale de plus de **5 Md€** ;

– le tourisme lié aux paysages est également source de **bénéfices en matière d'aménagement du territoire** : les agriculteurs ont en effet un rôle clé en la matière, en lien avec les activités touristiques qui s'y déroulent. Par exemple, l'activité agricole permet l'entretien des pistes de ski, grâce à la pâture des animaux sur les terrains concernés. De manière plus générale, l'entretien des exploitations agricoles garantit un paysage de qualité et permet de lutter contre l'enfrichement ou encore contre le risque incendie.

Valoriser les paysages agricoles supports d'activités touristiques permet aussi de **mieux répartir les flux touristiques dans l'espace et dans le temps**. Les parcs nationaux (PN), les parcs naturels régionaux (PNR) et le réseau des Grands Sites de France ont pu développer ce point lors de leur audition par votre rapporteur. Ils conçoivent désormais des itinéraires alternatifs à travers les paysages afin d'éviter une concentration des flux autour de quelques lieux emblématiques. Le réseau des Grands Sites cite l'exemple des massifs du Canigó et de Concors-Sainte Victoire, où les opérateurs « *s'attachent à mettre en valeur les territoires de balcons qui offrent une vue sur les sommets emblématiques tout en irriguant économiquement un territoire élargi* ». Le tourisme lié aux paysages agricoles permet aussi de mieux répartir les flux dans le temps : certaines cultures caractéristiques sont plutôt visibles hors saison ou sur les ailes de saison. Dans le même esprit, ADN Tourisme souligne que le tourisme lié à l'agriculture peut permettre de maintenir des commerces à l'année et de revitaliser certains villages.

**En outre, le tourisme de paysage et l'agritourisme bénéficient aux agriculteurs.** S'agissant du cas spécifique de l'agritourisme, l'APCA résume ainsi la valorisation qui peut en être faite : « *L'exploitation diversifiée en agritourisme joue (...) plusieurs rôles : générer des revenus, produire de la nourriture, sensibiliser à l'alimentation durable et au métier d'agriculteur, valoriser le patrimoine local* ».

---

(1) Enquête « [Mieux connaître les clientèles touristiques en Vaucluse](#) », Vaucluse Provence Attractivité, 2023.

L'agritourisme constitue donc tout à la fois une source **complémentaire et diversifiée** de revenus pour les agriculteurs. Cela leur permet de vendre des produits directement ou en circuit court, ou encore de générer des revenus grâce à des offres d'hébergement. Au sein du réseau « Bienvenue à la ferme » (voir *infra*), en moyenne, **23,8 %** du CA d'une exploitation adhérente est généré par l'agritourisme. Cette proportion varie selon l'activité concernée : elle est en moyenne de 40 % pour les fermes auberges, de 25 % pour les gîtes et locations de vacances et de 12 % pour les fermes découvertes, selon les chiffres transmis par l'APCA.

Au sein du même réseau « Bienvenue à la ferme », on estime que **1,1 équivalent temps plein (ETP)** en moyenne est consacré à l'agritourisme sur une exploitation adhérente. L'agritourisme peut donc être source d'**emploi complémentaire** sur les exploitations concernées, tout en créant un modèle économique permettant de faciliter de nouvelles installations ou la transmission d'une exploitation. Le volume d'ETP des exploitations agritouristiques a d'ailleurs augmenté de 3 % entre 2010 et 2020, à rapprocher d'une baisse de la main-d'œuvre agricole globale de 11 % sur la même période <sup>(1)</sup>. **Au total, en 2020, en France métropolitaine, on recensait 11 446 exploitations agricoles diversifiées en agritourisme représentant 28 938 ETP** <sup>(2)</sup>.

En outre, l'agritourisme peut inciter à effectuer des travaux de rénovation sur le bâti agricole pour améliorer l'accueil des visiteurs, ce qui participe à l'amélioration de la qualité paysagère.

Votre rapporteur relève enfin que les formes de tourisme liées à l'agriculture peuvent aider à lutter contre l'« *agribashing* », en faisant mieux connaître le travail des agriculteurs et leur contribution à l'aménagement du territoire.

## **2. Indispensables au maintien d'une attractivité touristique, les paysages agricoles sont pourtant menacés**

Compte tenu des liens d'interdépendance et des bénéfices réciproques qui viennent d'être exposés entre tourisme et agriculture, **votre rapporteur souligne que les différentes menaces qui s'accumulent sur le monde agricole auront nécessairement des conséquences sur le tourisme associé** – et, plus largement, sur l'économie des territoires concernés. Pour le Vaucluse comme pour d'autres départements, le tourisme est pourtant une composante essentielle de l'économie locale. Le poids du tourisme dans le PIB français a d'ailleurs été rappelé en première partie du présent rapport.

---

(1) Données issues de l'[étude](#) APCA - ministère de l'agriculture précitée.

(2) Sur un total de 389 800 exploitations et environ 660 000 ETP dans le secteur la même année (données [AGRESTE](#)).

**L'interdiction de certains produits pesticides** rend plus difficile la préservation de la qualité paysagère associée à des cultures emblématiques de nos territoires. Ainsi, l'interdiction du diméthoate pour le traitement des cerisiers contre le moucheron asiatique (*Drosophila suzukii*) conduit à revenir à l'emploi de solutions mécaniques, en particulier de filets, qui altèrent les paysages.

Les producteurs de lavande sont également en difficulté. La France a finalement pu obtenir de l'Union européenne la reconnaissance de la spécificité de certains produits d'origine naturelle, en particulier des huiles essentielles de lavande et de lavandin, afin qu'elles ne soient pas soumises à une réglementation défavorable liée aux produits chimiques toxiques <sup>(1)</sup>. Toutefois, ces productions demeurent menacées et la transmission des exploitations concernées difficile face à ces facteurs d'incertitudes et aux difficultés économiques récurrentes.

De manière plus générale, il est fondamental de lutter contre la **déprise agricole** si l'on souhaite maintenir l'attractivité touristique d'un grand nombre de territoires français. Les différentes campagnes d'arrachage des vignes sont, à ce titre, préoccupantes. Le maintien de la diversité des productions agricoles et des exploitations empêche aussi une certaine **banalisation des paysages**.

Enfin, les **énergies renouvelables** peuvent aussi altérer la qualité des paysages agricoles. Les éoliennes sont évidemment des installations qui peuvent y porter atteinte. Votre rapporteur s'inquiète par ailleurs **du déploiement important de l'agrivoltaïsme et des installations photovoltaïques au sol** dans les espaces agricoles, au même titre que plusieurs personnes auditionnées. Il s'agit d'une double menace :

– **pour la préservation de la souveraineté alimentaire**. Les revenus tirés de la production d'énergie ne doivent pas conduire à privilégier celle-ci au détriment de la production agricole et être source de conséquences néfastes pour les terres agricoles concernées (dégradation de leur qualité, choix de cultures permettant plus facilement de faire de l'agrivoltaïsme, etc.) ;

– **pour le tourisme**, car la présence de panneaux photovoltaïques est un facteur de dégradation du paysage agricole sur lequel ils s'implantent.

Ces différents exemples ne sont que des illustrations parmi d'autres des difficultés du monde agricole qui, si elles ne sont pas résolues, pèseront inexorablement sur le dynamisme de notre économie touristique.

---

(1) Voir les débats sur le règlement CLP.

## II. DES OUTILS CONTRIBUANT À PRÉSERVER ET VALORISER LES PAYSAGES AGRICOLES EXISTENT MAIS ILS DEMEURENT INSUFFISANTS

### A. LES OUTILS DE PROTECTION ET DE VALORISATION DU PAYSAGE AGRICOLE EXISTANTS

#### 1. Les outils en droit de l'aménagement du territoire et de l'urbanisme

Les enjeux de protection et de valorisation des paysages sont inclus dans plusieurs pans du droit relatifs à l'aménagement du territoire. Ils concernent généralement les paysages au sens large, plutôt que les seuls paysages agricoles.

**Au niveau international**, l'Unesco a un rôle bien connu pour le classement de sites au patrimoine mondial. Par ailleurs, la **Convention du Conseil de l'Europe sur le paysage**, entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> mars 2004, dispose que chaque Partie s'engage « à intégrer le paysage dans les politiques d'aménagement du territoire, d'urbanisme et dans les politiques culturelles, environnementale, **agricole**, sociale et économique, ainsi que dans les autres politiques pouvant avoir un effet direct ou indirect sur le paysage ».

**Au niveau national**, la loi n° 93-24 du 8 janvier 1993 sur la protection et la mise en valeur des paysages, dite « **loi Paysage** », est la première grande loi sur le sujet. Elle permet de prendre en compte plus systématiquement le paysage dans les choix d'aménagement du territoire. Elle prévoit par exemple la possibilité d'instaurer des **directives paysagères**, opposables à certains documents d'urbanisme. Cependant, seules trois directives paysagères sont en vigueur sur le territoire national à ce jour <sup>(1)</sup>.

D'autres dispositions législatives concourent à préserver et à mettre en valeur le paysage :

- le code de l'environnement prévoit, pour les sites exceptionnels qui doivent être particulièrement protégés, une politique **d'inscription** ou de **classement** de ceux-ci. Cela se traduit notamment par des contraintes plus fortes en matière d'autorisations de travaux. Selon les chiffres communiqués par la DGALN, environ **4 %** du territoire national est classé ou inscrit <sup>(2)</sup> ;

- les **Grands Sites de France** sont à la fois des sites classés et particulièrement fréquentés, qui ont obtenu une labellisation à la suite de la construction d'un projet de territoire autour du site. Selon une logique proche, les **parcs nationaux** et les **parcs naturels régionaux** s'inscrivent dans une démarche de préservation et de valorisation des paysages associés. Ces structures apportent notamment un **soutien en ingénierie** aux agriculteurs présents dans le périmètre du parc. Le réseau des Grands Sites de France mentionne par exemple son « soutien à

---

(1) À Chartres (Eure-et-Loir), au mont Salève (Haute-Savoie) et dans les Alpilles (Bouches-du-Rhône).

(2) Plus précisément, 2 700 sites classés et 4 500 sites inscrits.



*la création d'associations foncières pastorales pour maintenir des paysages ouverts valorisant les falaises emblématiques de la Vallée de la Vézère* ». Les PN et les PNR soulignent leur rôle pour apporter des « **moyens humains, techniques et financiers pour accompagner des projets individuels et collectifs : structuration d'une filière locale, création d'une appellation d'origine protégée, plantation de haies, aménagement de parcelles, accompagnement dans la conception, l'adaptation ou le financement de bâtiments agricoles...** ». Ils peuvent également apporter une aide **à la recherche et à l'obtention de certains financements destinés aux agriculteurs**, notamment ceux issus des fonds de soutien européens ;

– de manière moins spécifique, **les différents documents locaux de planification** permettent de tenir compte des enjeux de qualité paysagère. L'article L. 101-2 du code de l'urbanisme dispose ainsi que l'action des collectivités publiques en matière d'urbanisme vise notamment à atteindre l'équilibre entre « *une utilisation économe des espaces naturels, la préservation des espaces affectés aux activités agricoles et forestières et la protection des sites, des milieux et paysages naturels* ». Les chambres d'agriculture figurent parmi les personnes publiques associées (PPA) à l'élaboration des schémas de cohérence territoriale (SCoT) et des plans locaux d'urbanisme (PLU) ;

– dans chaque département, un **atlas des paysages** doit être élaboré. Actuellement, **70 atlas** couvrent plus de **90 %** du territoire national <sup>(1)</sup>.

**Il existe également des outils non réglementaires**, en particulier les **plans de paysage**. Ceux-ci doivent permettre, selon une démarche locale et partenariale, de définir des objectifs de qualité paysagère. Ces objectifs peuvent ensuite être repris dans les documents d'urbanisme. Chaque année, le ministère de la transition écologique et de la cohésion des territoires, en partenariat avec l'Agence de la transition écologique (Ademe), organise un appel à projets « Plans de paysage », auquel des financements sont associés <sup>(2)</sup>. Un soutien technique est également proposé. En outre, les **observatoires photographiques des paysages** permettent de constater l'évolution d'un site particulier en le photographiant à un pas de temps donné.

Le rôle des **paysagistes** est enfin particulièrement intéressant dans le cadre de la préservation et de la mise en valeur des paysages. La FFP explique que « *le paysagiste concepteur s'efforce, dans les projets où il y est confronté, à protéger et à valoriser l'agriculture en place, les paysages produits par l'activité et à l'orienter si les enjeux le nécessitent* ». La fédération cite l'exemple du conseil d'architecture, d'urbanisme et d'environnement (CAUE) de Loire-Atlantique, qui propose aux agriculteurs souhaitant faire évoluer leurs installations l'aide de binômes de paysagistes concepteurs et d'architectes.

---

(1) [Données](#) du ministère de la transition écologique et de cohésion des territoires.

(2) Le dernier appel à projets prévoit un montant de 30 000 € à 60 000 € par lauréat, sans excéder 80 % des montants subventionnés. Des aides complémentaires de l'Ademe et de l'OFB peuvent également être sollicitées, selon la nature du projet. Données issues de l'[Annexe 1](#) de l'appel à projets Plans de paysage 2024.

## 2. Les autres outils de promotion et de soutien à la qualité paysagère agricole

Plusieurs autres outils permettent, davantage que la préservation, la **promotion** des paysages agricoles et des activités associées, en particulier l'agritourisme.

Déjà évoqués *supra*, l'Unesco, les Grands sites de France, les parcs nationaux et les parcs naturels régionaux sont autant de marqueurs de sites paysagers d'intérêt. Certaines marques sont associées à ces sites, en particulier « **Valeurs parc** » pour les PNR et « **Esprit parc national** » pour les PN. Elles permettent d'identifier les entreprises et les produits de ces territoires remarquables, leur offrant davantage de visibilité. À titre d'exemple, la marque « Valeurs parc » bénéficie à **2 500** entreprises et valorise plus de **900** produits locaux et **1 500** lieux d'hébergement et de restauration <sup>(1)</sup>.

Plus généralement, différents **labels** ou **réseaux** valorisent des activités en lien avec le tourisme de paysage et l'agritourisme. Ils sont adossés au respect d'un cahier des charges permettant de garantir la qualité du site concerné. Concernant l'agritourisme, peuvent être cités le réseau « Bienvenue à la ferme », géré par les chambres d'agriculture, et « Accueil paysan », réseau d'éducation populaire qui propose des accueils à la ferme.

### Le réseau « Bienvenue à la ferme »

Créé en 1988, le réseau « Bienvenue à la ferme » compte 5 500 adhérents, dont 2 030 sont diversifiés dans l'agritourisme. Il est animé par les chambres d'agriculture. Il est financé par les cotisations volontaires des adhérents.

Les producteurs du réseau diversifiés dans l'agritourisme proposent des produits fermiers, de la restauration, de l'hébergement, mais aussi des activités ludiques et pédagogiques liées à l'agriculture. Ils sont soumis à un cahier des charges. Environ 70 % d'entre eux proposent des hébergements à la ferme, 25 % de la restauration à la ferme, 60 % des activités de loisirs et de découverte et 7 % de l'événementiel.

De plus, l'ensemble des fermes membres du réseau sont ouvertes au moins une fois par an au public.

Les différents adhérents sont accompagnés par un conseiller des chambres d'agriculture au niveau départemental, lui-même appuyé par un référent régional et une équipe nationale. Ces équipes dédiées travaillent également en collaboration avec les élus des chambres d'agriculture qui sont membres du réseau.

Source : APCA

---

(1) <https://www.parcs-naturels-regionaux.fr/les-enjeux/economie/valeurs-parc-naturel-regional/valeurs-parc-naturel-regional-la-marque>

Pour l'œnotourisme, il existe par exemple le label « Vignobles et découvertes », attribué pour une durée de trois ans par Atout France, après recommandation du Conseil supérieur de l'œnotourisme. Il permet d'identifier des séjours touristiques en lien avec le vignoble. Par ailleurs, différents **événements et actions de communication** permettent de mettre en valeur des paysages agricoles. (salons nationaux notamment, tels que le salon de l'agriculture, Destination Vignobles, etc.).

**Des partenariats entre certains acteurs du secteur touristique et ceux du monde agricole existent également sur ces sujets :**

– plusieurs initiatives locales en ce sens ont été portées à la connaissance de votre rapporteur par les différentes personnes auditionnées. Par exemple, sur le site des Deux Caps, dans le Pas-de-Calais, l'APCA souligne que *« la chambre d'agriculture travaille avec une mission Grand site des 2 Caps qui valorise la contribution de l'agriculture via la palette de couleurs offerte par les paysages agricoles grâce à la diversité de cultures et travaille sur la qualité visuelle des sièges d'exploitations. La chambre d'agriculture a contribué à la mise en œuvre d'une action de préservation des cours de ferme et a participé à des discussions sur l'implantation de jachères fleuries, la plantation de haies, la réfection des clôtures... »* ;

– une charte a été signée en 2014 **entre l'APCA et Domaines skiables de France** afin de permettre *« un développement équilibré de l'économie et de l'aménagement de la montagne pour les différentes parties »*. Cela passe notamment par une valorisation réciproque des filières concernées mais aussi par la reconnaissance du rôle de l'agriculture dans l'économie du tourisme de montagne : entretien des espaces, production agricole locale, etc. ;

– **la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air (FNHPA) et l'APCA** ont signé en novembre 2023 une convention de partenariat en faveur du développement du camping rural. Constatant les difficultés des petits campings situés en zone rurale, notamment pour obtenir certaines autorisations liées au changement de destination d'un bâtiment situé en zone agricole (voir *infra*), l'objectif de ce partenariat est d'offrir *« un accompagnement opérationnel pour mieux repositionner leur offre, en apportant aux touristes un éventail de solutions d'hébergement, là où les petits hôtels ruraux ont d'ores et déjà disparu »* <sup>(1)</sup> ;

– en 2019, Départements de France, le Centre national interprofessionnel de l'économie laitière (Cniel), Vélo & Territoires et ADN Tourisme ont lancé le projet **« Vélo & Fromage »**, permettant de faire découvrir les spécialités fromagères à travers des parcours cyclables (87 itinéraires, 6 700 km de routes cyclables et 1 050 sites fromagers) ;

– l'APCA a intégré le **pôle « Campagnes » d'Atout France** en décembre 2022. Ce pôle réunit les différents acteurs du tourisme rural afin de

---

(1) [\*Communiqué de presse\*](#) de la FNHPA et de l'APCA du 20 novembre 2023.

travailler sur l'attractivité de ces espaces. Ce pôle comporte, dans son plan d'actions 2024, un groupe de travail sur l'offre agritouristique.

Enfin, des **soutiens financiers** sont fléchés plus ou moins directement vers des activités agritouristiques ou participant à la préservation ou à l'amélioration de la qualité paysagère :

- certains **financements européens** adossés au deuxième pilier de la politique agricole commune (PAC), notamment les mesures agroenvironnementales et climatiques (Maec) et l'indemnité compensatoire de handicaps naturels (ICHN) en font partie. La Fédération nationale des syndicats d'exploitants agricoles (FNSEA) relève aussi que le programme « Liaison entre actions de développement de l'économie rurale » (Leader) peut offrir un soutien en ingénierie pour des projets agrotouristiques ;

- au niveau national, des projets lauréats du **troisième volet du « Fonds Tourisme durable »** créé en 2021 sont liés à l'agritourisme. Ce volet soutenait plus généralement des offres de « *slow tourisme* » dans les territoires ruraux. Parmi les autres exemples qui peuvent être cités, Atout France a lancé début 2024 un appel à manifestation d'intérêt « Tourisme et Gastronomie », soutenant des projets renforçant le rayonnement de la gastronomie française dans toutes ses dimensions, notamment la qualité des produits agricoles et vinicoles et l'ancrage territorial ;

- les collectivités territoriales peuvent apporter un soutien financier complémentaire : la FNSEA cite l'exemple de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, qui a mis en place une aide pour l'ouverture des exploitations agricoles aux visites agritouristiques.

## **B. IL EST NÉCESSAIRE DE RATIONALISER ET DE STRUCTURER LES SOUTIENS AUX ACTIVITÉS TOURISTIQUES LIÉES À L'AGRICULTURE ET À SES PAYSAGES**

Malgré l'importance des paysages agricoles pour l'attractivité touristique de notre pays et les bénéfices que peuvent en retirer tant l'économie agricole que l'économie touristique, **leur préservation et leur valorisation demeurent insuffisantes**. Ce constat vaut tant pour les difficultés subies par les exploitants agricoles dans leur quotidien que pour la structuration d'offres touristiques autour des paysages agricoles. **Il reste un chemin important à parcourir pour parvenir à concilier de manière équilibrée tous les acteurs et tous les objectifs** : production agricole et souveraineté alimentaire, préservation des paysages, développement des activités agritouristiques et de plein air. L'agriculture doit mettre en valeur les atouts dont elle dispose pour valoriser ses paysages, sans tomber dans une diversification caricaturale qui dénaturerait son essence même.

**Il est aussi temps de considérer le paysage comme un investissement, vecteur de richesse**. La FFP note à ce sujet que cette approche est utilisée dans d'autres pays, citant l'exemple de l'évaluation de la valeur économique de chaque

arbre de Manhattan par la ville de New York. Certaines initiatives approchantes ont vu le jour en France : le CAUE de Seine-et-Marne a ainsi défini un « barème de l'arbre » <sup>(1)</sup>, qui facilite l'estimation du préjudice financier causé par la dégradation d'un arbre.

### **1. Les normes applicables en matière d'accueil touristique doivent être rationalisées**

**En premier lieu, votre rapporteur plaide pour un allègement des normes parfois trop contraignantes qui pèsent sur les agriculteurs lorsqu'ils souhaitent diversifier leur activité vers une offre touristique.** En particulier, la rénovation et la transformation du bâti agricole sont source de difficultés. L'APCA relève d'ailleurs une *« augmentation significative du nombre d'agriculteurs recevant des refus des services instructeurs des autorisations d'urbanisme pour des projets d'implantation de nouvelles structures nécessaires à des activités agritouristiques (même non raccordées, transportables ou démontables comme des roulottes, yourtes, bulles, etc.) ou pour des projets de rénovation d'anciens bâtiments agricoles en vue d'un projet agritouristique »*. Les règles issues des différents documents d'urbanisme, si elles ont pour objectif louable de préserver les terres agricoles, ne doivent pas pour autant faire peser un risque juridique trop fort sur les agriculteurs en raison de leur complexité.

**L'aménagement de bâtiments agricoles à des fins d'accueil touristique doit donc être facilité.** L'inconstructibilité d'une structure d'accueil touristique en zone agricole est la règle de principe. Seules sont autorisées, lorsque cela est prévu par le PLU, *« les constructions et installations nécessaires à la transformation, au conditionnement et à la commercialisation des produits agricoles, lorsque ces activités constituent le prolongement de l'acte de production, dès lors qu'elles ne sont pas incompatibles avec l'exercice d'une activité agricole, pastorale ou forestière sur le terrain sur lequel elles sont implantées et qu'elles ne portent pas atteinte à la sauvegarde des espaces naturels et des paysages »* <sup>(2)</sup>. Le changement de destination d'un bâtiment en zone agricole n'est quant à lui possible que s'il a été prévu par le PLU. L'APCA plaide pour une révision du code de l'urbanisme afin de permettre l'aménagement des bâtiments existants nécessaires aux activités agritouristiques sans avoir recours à un changement de destination, en sécurisant parallèlement la définition de la notion d'activité accessoire pour prévenir toute dérive. **Votre rapporteur estime que cette question doit être étudiée.**

---

(1) <https://www.arbrecaue77.fr/bareme-arbre-quesaco-video>

(2) Article L. 151-11 du code de l'urbanisme.

**Une deuxième piste de rationalisation concerne les règles encadrant la fiscalité applicable aux meublés de tourisme.** Votre rapporteur est convaincu de la complémentarité de l'offre qui existe entre le secteur hôtelier, d'une part, et les locations de meublés de tourisme, d'autre part. Ces derniers permettent de proposer une offre touristique à l'année, indépendamment de la saisonnalité encore inhérente à l'activité touristique et qui impacte fortement le modèle économique de l'hôtellerie. Ils constituent également un revenu complémentaire qui peut s'avérer précieux pour les propriétaires concernés, au nombre desquels peuvent figurer des exploitants agricoles. **Pour autant, il est nécessaire de veiller à garantir une équité fiscale entre les différents acteurs du secteur.** C'est pourquoi votre rapporteur est favorable à maintenir des incitations fiscales en faveur des propriétaires de meublés de tourisme, classés ou non. En revanche, il appelle à contrôler et à sanctionner la minorité de propriétaires qui, par d'habiles montages juridiques, contourne la réglementation en se faisant passer pour des loueurs non professionnels afin de bénéficier de ce régime fiscal avantageux.

Enfin, de l'aveu de nombreux acteurs auditionnés, **les financements permettant de soutenir les exploitants agricoles sont encore trop complexes à obtenir** et insuffisamment fléchés vers la valorisation du paysage. Le réseau des Grands Sites de France relève ainsi que les besoins en matière de rémunération de l'entretien du paysage et de conservation de la biodiversité sont « *encore très insuffisamment pris en compte* » par les fonds européens et ceux du ministère en charge de l'agriculture qui sont déjà orientés vers l'agriculture durable et l'agritourisme.

## **2. La structuration de l'offre et les interactions entre les différents acteurs doivent être améliorées**

**Des leviers d'amélioration existent pour mieux structurer l'offre touristique,** tant pour la découverte des paysages agricoles en particulier que pour le tourisme en général.

S'agissant de la lisibilité de l'offre touristique, les labels sont un gage de qualité et de sécurité pour la clientèle, mais leur nombre pose parfois la question de leur capacité à orienter les choix de consommation de services touristiques. L'exemple de **l'Italie** a fréquemment été cité comme un exemple de réussite concernant la structuration de l'offre agritouristique. Un label y a été créé en 2013 pour classer les différentes exploitations qui pratiquent l'agritourisme, comme il existe un classement des hôtels en France <sup>(1)</sup>. À ce sujet, le réseau des Grands Sites de France relève que « *l'Italie qui a développé l'agritourisme de manière structurée, a identifié comme clé de réussite le maillage et la structuration entre entreprises privées, associations et institutionnels, maillage qui ne peut se faire sans animation territoriale* ».

---

(1) <https://www.agriturismoitalia.gov.it/fr/label-agriturismo-italia>

À la lumière des auditions effectuées, **votre rapporteur note par ailleurs certaines redondances dans les compétences des différents organes chargés de promouvoir du tourisme ou de proposer des services d'ingénierie touristique**, tant au niveau national que local.

Parallèlement, **la coopération interministérielle doit être améliorée sur les questions agricoles liées au tourisme**. Atout France indique notamment avoir *« proposé au ministère de l'agriculture de renforcer son action en matière d'agritourisme en définissant un plan d'actions spécifique, sans succès à ce stade »*, ce qui est regrettable. Le ministère chargé de l'agriculture ne dispose à ce jour d'aucune convention de financement avec Atout France, alors qu'il est présent parmi les membres de son conseil d'administration. Et ce, alors même que certaines coopérations sur le sujet ont connu un certain succès par le passé, à l'instar du label *« Vignobles et découvertes »* précédemment évoqué, qui avait été créé conjointement en 2009 par les ministères chargés du tourisme et de l'agriculture.

**Cette meilleure coopération au niveau étatique doit également se traduire au niveau local**, avec une association plus systématique des agriculteurs ou des organisations les représentant à l'élaboration des politiques touristiques locales. Cette dimension territoriale est en effet fondamentale : la logique d'un raisonnement en termes de **destination** est un élément à renforcer, pour réunir tous les acteurs d'un territoire, publics comme privés, autour d'un même objectif de d'amélioration de l'attractivité touristique, notamment autour d'un site paysager donné. Les **contrats de destination**, qui avaient été lancés lorsque M. Laurent Fabius était ministre des affaires étrangères et du développement international, en 2014, vont dans le bon sens. Il s'agit d'un outil de coopération entre Atout France et les régions pour favoriser la promotion touristique en mutualisant les moyens associés, avec la construction d'une logique de « marque de destination ». L'opérateur indique qu'*« une trentaine de contrats sont actifs ou en cours de structuration avec les régions métropolitaines et d'outre-mer »*.

En définitive, de nombreuses « bonnes pratiques » ont été évoquées dans le présent rapport et votre rapporteur ne peut que les saluer et les encourager. Mais l'offre touristique en lien avec l'agriculture ne peut se résumer à une somme d'actions volontaristes de la part des différentes parties prenantes concernées : une démarche plus **systématique**, doublée d'un **engagement clair de l'État en faveur de la promotion du tourisme lié aux paysages agricoles, est nécessaire**. Cet engagement doit également se traduire par un investissement dans l'**accessibilité** et les **services publics** de ces destinations. Le renforcement des aménagements liés aux mobilités douces, en particulier le vélo, ou la présence de médecins et d'établissements de santé en nombre suffisant permettront de renforcer l'attractivité des territoires touristiques, tant pour la clientèle proprement dite que pour les résidents.





## EXAMEN EN COMMISSION

*Au cours de sa réunion du 16 octobre 2024, la commission a enfin examiné, sur le rapport de M. Hervé de Lépinau, les crédits du programme « Tourisme » de la mission « Économie ».*

**M. Hervé de Lépinau, rapporteur pour avis (Tourisme).** Le tourisme est l'angle mort de notre activité économique, alors même que 1 euro d'argent public y génère près de 2 700 euros de retombées économiques, pour un chiffre d'affaires total de quelque 75 milliards d'euros. Cela signifie que les acteurs du secteur sont passionnés et totalement impliqués dans leur mission.

En 2023, la saison touristique a connu un résultat record, avec 63,5 milliards d'euros de recettes issues du tourisme international, en hausse de 12 % par rapport à 2019. L'année 2024 s'annonce également prometteuse, même si les départs ont été plus tardifs et plus courts. Le bilan provisoire des Jeux olympiques et paralympiques (JOP) est, quant à lui, contrasté : il bénéficie davantage aux villes hôtes qu'au reste du territoire et, au sein des villes hôtes, l'hôtellerie-restauration a souffert des restrictions de circulation dans des quartiers entiers.

Il existe une asymétrie importante entre le poids du tourisme dans l'économie et son poids dans le budget. Alors qu'il représentait 4,1 % du PIB en 2019 et jusqu'à 7 % de la consommation touristique – je vous invite à lire la page 5 de mon rapport pour comprendre le distinguo que j'ai opéré entre ces deux chiffres –, les crédits qui lui sont consacrés au sein de la mission *Économie* sont très faibles. Je vous demande de retenir le chiffre de 4,1 % plutôt que celui de 7 %, car il permet de faire un comparatif avec le PIB généré par la production agricole brute. Le budget de l'agriculture s'élève à quelque 1,5 milliard d'euros – dont 800 millions d'euros de masse salariale, consacrée pour moitié aux lycées agricoles – mais ne génère que 3 points de PIB, alors que le tourisme, avec 25 millions d'euros de crédits, en crée 4,1 %. Si des réformes structurelles doivent être menées pour dégager des économies, elles doivent viser à adapter certains ministères aux réalités économiques.

Plus généralement, il est difficile de disposer d'une vision d'ensemble des crédits contribuant à la politique publique du tourisme. Les écarts de chiffres sont considérables. Le document de politique transversale annexé au projet de loi de finances pour 2023 chiffrait l'effort global de l'État pour le tourisme, hors dépenses fiscales et hors impact de la covid-19, à 7,5 milliards d'euros ; or ce document a été supprimé. Le dernier chiffre pouvant être évoqué est celui du plan Destination France, qui prévoit 1,9 milliard d'euros sur trois ans avec des financements provenant d'autres acteurs, comme la Banque des territoires, mais ce plan de soutien s'arrêtera fin 2024. Il est donc compliqué de pister les financements du tourisme au sein du projet de loi de finances, d'autant que les collectivités locales y prennent

aussi leur part. L'impératif d'efficacité de la dépense publique nécessite que nous disposions de données plus précises afin de pouvoir nous prononcer sur ce budget en connaissance de cause.

Autre difficulté : nous manquons d'une véritable vision stratégique pour la filière. Je salue la nomination d'une ministre déléguée chargée de l'économie du tourisme car, depuis 2007, le tourisme était toujours noyé dans un portefeuille ministériel plus large. J'attends maintenant des actions concrètes.

Les crédits alloués au tourisme dans le cadre du programme 134 *Développement des entreprises et régulation*, sont adossés à l'action 23 *Industrie et services* : en effet, le tourisme ne dispose même pas d'une action qui lui soit entièrement dédiée. Les moyens consacrés à cette politique publique sont substantiellement réduits dans le projet de budget pour 2025. La subvention pour charges de service public versée à Atout France diminue de 13 %, passant de 28,7 millions à 24,9 millions d'euros. Les 5,8 millions d'euros de crédits d'intervention en faveur du tourisme, dont l'essentiel servait à financer des opérations menées par Atout France, sont supprimés. Cette baisse significative obérera les moyens d'action de cet opérateur, dont la forme particulière de groupement d'intérêt économique (GIE) lui permet d'intervenir avec des dotations d'État en associant des acteurs aussi bien publics que privés.

Les acteurs de la filière demandent la stabilité des crédits d'Atout France, qui a déjà rationalisé ses dépenses. L'opérateur m'a également alerté sur cette baisse. Celui-ci connaît, en outre, des difficultés de gouvernance, le poste de directeur général étant vacant et assuré par intérim. Il faut absolument remettre un capitaine à la barre de ce bateau.

Le contrat d'objectifs et de performance (COP) prend fin cette année et Atout France ne sait pas à quoi s'attendre. Des réflexions sur sa modernisation avaient été annoncées lors du comité interministériel du tourisme de mai 2024, mais – surprise ! – le Premier ministre a annoncé le projet de rapprochement avec Business France dans sa déclaration de politique générale. Tout comme nous, les représentants d'Atout France que j'ai auditionnés n'en savent pas davantage. Les acteurs du tourisme sont d'accord pour rationaliser les moyens, mais ils craignent que cette fusion n'aboutisse à un véritable effacement du travail d'Atout France au profit de celui de Business France, qui devra soutenir les entreprises à l'export dans un contexte de déficit commercial abyssal.

C'est pourquoi j'émettrai un avis défavorable à la baisse de ces crédits. Je vous proposerai des amendements visant à maintenir la dotation d'Atout France à son niveau de l'année dernière. Leur adoption pourra faire évoluer mon avis.

J'en viens à la partie thématique de mon avis budgétaire, qui porte sur la préservation et la valorisation des paysages agricoles dans le tourisme français.

J'ai choisi ce thème en partant d'un constat simple que j'ai fait dans mon département du Vaucluse. Il s'agit, selon l'Insee, du cinquième département métropolitain le plus pauvre de France. C'est aussi une destination touristique emblématique à l'échelle mondiale, notamment grâce à son point culminant, le mont Ventoux. Si l'agriculture s'y effondre, l'attractivité du territoire disparaîtra. Or l'activité agricole n'y tient qu'à un fil. La filière « Lavande » se heurte à l'interdiction des produits phytopharmaceutiques, qui l'empêche de lutter contre les ravageurs, et à la volonté délirante de la Commission européenne de classer ses produits comme chimiques. La cerise va donc disparaître, faute de moyens efficaces de lutter contre la drosophile *suzukii*. La filière viticole, celle qui contribue le plus à dessiner le territoire, n'échappera pas à la politique d'arrachage massif envisagée pour les mois à venir. Tourisme et agriculture étant interdépendants, toute détérioration de nos activités agricoles entraînera mécaniquement des conséquences sur l'économie touristique associée.

Cette logique s'applique aussi à d'autres départements. Les agriculteurs sont de véritables aménageurs de nos territoires. Nous avons la chance d'avoir en France des paysages préservés et variés. L'activité touristique liée à ces paysages est généralement de deux ordres : des activités de plein air – vélo, randonnée – qui impliquent généralement des séjours prolongés, donc des dépenses plus importantes ; l'agritourisme et l'œnotourisme, vecteurs intéressants de diversification des revenus pour les agriculteurs. Mais, bien que nos paysages agricoles soient bénéfiques économiquement et pour l'aménagement du territoire, leur préservation et leur valorisation demeurent insuffisamment soutenues.

Je regrette plusieurs atteintes au paysage, liées notamment à l'interdiction de certains produits phytopharmaceutiques ; elle conduit à couvrir de filets nos arbres, mais aussi nos vignes, selon une préconisation formulée cet été par l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (Anses) qui implique un coût de 500 millions d'euros pour la viticulture, en pleine crise systémique – vous apprécierez. S'y ajoute le développement des énergies renouvelables, avec le problème des éoliennes et la dégradation de nombreux paysages que regrettent des élus de territoire, mais aussi, plus récemment, le développement insuffisamment encadré de l'agrivoltaïsme, qui inquiète un grand nombre des acteurs que nous avons auditionnés.

En parallèle, la réglementation permettant aux agriculteurs de diversifier leur activité pour y inclure le tourisme demeure trop complexe. Je pense en particulier aux règles régissant l'aménagement des bâtiments agricoles à des fins d'accueil touristique, qui mériteraient certains assouplissements.

Enfin, nous manquons d'une véritable structuration de l'offre touristique liée à nos paysages. Il y a toutefois des initiatives intéressantes en ce sens. Pour la valorisation de l'agritourisme, le réseau « Bienvenue à la ferme » est un atout précieux. Différents partenariats sectoriels se sont également noués entre le tourisme et l'agriculture, par exemple entre les chambres d'agriculture et Domaines skiables de France ou la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air (FNHPA).

Mais des efforts sont encore nécessaires, notamment pour éviter les doublons dans les actions de promotion ou encore pour améliorer la coordination au niveau interministériel en faveur du soutien à ce type de tourisme.

Notre politique touristique mérite vraiment une meilleure vision stratégique, à la hauteur de son apport déterminant à l'économie.

**Mme la présidente Aurélie Trouvé.** Nous en venons aux interventions des oratrices et orateurs des groupes.

**M. Antoine Golliot (RN).** Le thème très intéressant des liens qui unissent l'agriculture et les paysages français révèle le rôle primordial de nos territoires ruraux. Quand le monde agricole est en souffrance, notre attractivité touristique est affaiblie.

Notre groupe rejoint les conclusions du rapporteur concernant les crédits de la mission *Économie* consacrés au tourisme.

Il faut ajouter que la délinquance et l'insécurité prennent de l'ampleur dans les zones à forte fréquentation touristique. Or, le tourisme ne peut prospérer sans un environnement rassurant pour les visiteurs. À Boulogne-sur-Mer et sur la Côte d'Opale, qui font partie des sites touristiques incontournables des Hauts-de-France, la délinquance est grandissante. Dans un récent classement des communes du littoral où elle est la plus élevée, paru dans *Le Figaro*, Boulogne-sur-Mer se place en cinquième position, juste derrière quatre arrondissements de Marseille.

En laissant proliférer cette délinquance, nous allons affaiblir le tourisme et les emplois et entreprises qui lui sont liés. Les acteurs touristiques ont déjà suffisamment de difficultés à surmonter pour survivre. Si nous voulons être ambitieux pour notre secteur touristique, il faut aussi nous donner les moyens de garantir un environnement sûr aux visiteurs. Les Jeux olympiques ont confirmé que le tourisme peut prospérer lorsqu'on assure un climat serein.

Les membres du groupe Rassemblement national déplorent le manque de lisibilité et d'ambition des crédits consacrés au tourisme français. Ils partagent la vive inquiétude qu'inspire au rapporteur l'annonce par le Premier ministre de la fusion entre Atout France et Business France, qui risque de pénaliser le secteur.

**M. Hervé de Lépinau, rapporteur pour avis.** Nous rappellerons à nos amis de la commission des finances qu'il est nécessaire de maintenir des crédits au niveau du ministère de l'intérieur : si nous voulons sécuriser nos sites touristiques, il nous faut pouvoir rémunérer des policiers et des gendarmes en nombre.

À Paris, la vague d'attaques subie par des touristes d'origine asiatique au cours des derniers mois a rendu cette destination beaucoup moins attractive dans cette partie du globe, alors que les visiteurs qui en proviennent effectuent généralement des séjours à très forte valeur ajoutée – c'est parfois le voyage d'une

vie pour des personnes qui ont très peu de vacances. L'hôtellerie de luxe, la restauration ou la maroquinerie risquent d'être affectées par cette évolution.

Les professionnels du tourisme donnent vraiment l'alerte à propos de la dégradation de notre activité agricole : elle va nous faire perdre non seulement des exploitations, mais aussi de l'activité touristique, alors que celle-ci génère quelque 1,2 million d'emplois.

**M. Jean-Luc Fugit (EPR).** Au lendemain de la crise de la covid-19, qui a durement touché le secteur du tourisme – en 2020, seulement un tiers des chambres actuellement mises en vente ont trouvé preneur –, la France a su conserver sa position de première destination touristique mondiale, soutenue dans un premier temps par ses clientèles domestique et européenne, puis américaine, avant le retour progressif des visiteurs venus de plus loin, notamment d'Asie.

Après l'année 2023, un excellent cru en matière de fréquentation comme de recettes – qui ont dépassé de 10 % leur niveau d'avant-crise –, 2024 n'a pas déçu : la croissance a été une nouvelle fois au rendez-vous.

Les aides et subventions octroyées pendant la crise sanitaire, puis dans le cadre de la relance, ont en effet été pensées non seulement pour passer le cap de la crise, mais également pour aider le secteur à s'adapter aux nouvelles tendances touristiques et aux modes de consommation qui les accompagnent.

C'est l'esprit du plan Destination France, qui vise notamment à favoriser la montée en gamme des infrastructures touristiques – ce point faible explique en partie la décorrélation entre les performances de la France en nombre de visiteurs et les recettes qu'elle tire du tourisme international, plus faibles que celles de l'Espagne ou du Royaume-Uni, qui accueillent pourtant moins de touristes.

Certaines aides de ce plan ont rencontré un grand succès, comme les mesures visant à relancer le tourisme d'affaires, les prêts publics de long terme visant à soutenir les montées en gamme ou le fonds « Tourisme durable ».

Le plan a globalement atteint ses objectifs, ce qui justifie en partie son extinction en 2025. Toutefois, le secteur fait toujours face à des difficultés structurelles. Le secteur de l'hôtellerie et de la restauration souffre de nombreuses défaillances d'entreprises qui s'expliquent par le poids des dépenses d'énergie dans les charges d'exploitation en 2023 et par le remboursement des prêts garantis par l'État (PGE) liés à la crise sanitaire – l'État a proposé des rééchelonnements sous l'égide du Médiateur du crédit. Les tensions restent vives sur le marché de l'emploi malgré la revalorisation des grilles salariales.

La feuille de route pour l'emploi des saisonniers pour la période 2023-2025 prévoyait d'ailleurs que les mesures de Destination France soient pérennisées et le nombre de guichets d'accueil et d'orientation des saisonniers augmenté – votre rapport n'en fait pas mention. Ces aides sont-elles prolongées dans le cadre des crédits pour 2025 ?

Nous regrettons par ailleurs le manque de lisibilité de ces crédits, qui empêche d'en savoir plus sur le devenir de certains d'entre eux. Dans le PLF pour 2024, au sein du fonds national de l'emploi, une enveloppe de 10 millions d'euros devait être consacrée, sur le programme 103 de la mission *Travail et emploi*, à la formation de dix mille demandeurs d'emploi aux métiers du tourisme. Il eût été utile de disposer d'un bilan de la mesure et de savoir si elle est reconduite dans le cadre du PLF pour 2025.

**M. Hervé de Lépinau, rapporteur pour avis.** Les crédits liés au tourisme sont en effet difficiles à pister. Ainsi, votre dernière question a davantage trait aux crédits consacrés au travail. Lors des auditions que j'ai menées, il a bien sûr été question de la difficulté à trouver des salariés dans certains secteurs, mais ce n'est pas l'objet de la ligne budgétaire sur laquelle porte mon avis. Je peux vous dire que, si l'hôtellerie de luxe rencontre peu de problèmes de recrutement, les choses sont un peu plus difficiles dans les territoires, notamment ruraux ; d'où l'intérêt de l'activité d'hébergement touristique en complément de l'activité agricole. Mais je ne suis pas en mesure de répondre aux questions très précises que vous posez.

**M. Philippe Naillet (SOC).** Je regrette l'effort budgétaire demandé aux opérateurs, qui jouent un rôle majeur dans l'attractivité de notre économie et le soutien à notre écosystème d'entreprises.

Les Jeux olympiques et paralympiques, parfaitement réussis – ils ont même obligé la presse anglo-saxonne à dire du bien de la France pendant plusieurs semaines ! –, ont montré nos capacités en matière d'hospitalité et de sécurité. C'est le moment ou jamais de capitaliser sur les belles images de l'été, retransmises dans le monde, pour faire la promotion de la France, dont la diversité des paysages, de Marseille à Teahupoo, a été mise en valeur.

Dans ce contexte, comment comprendre la suppression de trente-deux postes au sein d'Atout France, principal opérateur chargé de cette mission de promotion ? C'est une importante réduction de moyens pour une économie budgétaire modeste. Dans ce domaine comme dans d'autres, nous faisons des choix court-termistes pour de petites économies qui, au bout du compte, nous coûteront beaucoup plus cher qu'elles ne nous auront rapporté. Nous proposerons donc que les crédits nécessaires soient rouverts.

Dans notre pays, les enjeux touristiques sont très variés : adaptation des stations de montagne à l'évolution du climat et mutation vers un tourisme de quatre saisons, régulation de l'offre de meublés de tourisme face aux besoins de logements pérennes, préservation de sites parfois sursollicités, comme Étretat.

Voilà pourquoi il est essentiel de doter nos opérateurs publics, y compris locaux, des moyens de faire face à ces défis, alors que plus de 5 milliards d'euros d'économies sont annoncés pour les collectivités locales. Si les crédits d'Atout France devaient ne pas retrouver leur niveau de 2024, notre groupe voterait contre ce budget.

**M. Hervé de Lépinau, rapporteur pour avis.** J'ai lu votre amendement ; il y a un malentendu. Si vous maintenez la ligne budgétaire telle qu'elle figurait dans le budget de 2024, les 32 ETPT ne seront pas supprimés. Il suffit donc d'adopter mon amendement qui tend à préserver les crédits qui étaient prévus dans le précédent budget ; ainsi, la masse salariale ne sera pas touchée.

Atout France n'a pas attendu le budget pour 2025 pour se remettre en cause. Nous avons parlé des bureaux qui fermaient partout dans le monde, une décision de gestion prise par le conseil d'administration du GIE pour réaffecter les effectifs là où il était possible de susciter un intérêt touristique pour la France.

L'amélioration de l'efficacité d'Atout France passera aussi par la maîtrise de sa masse salariale pour consacrer davantage de crédits aux opérations de promotion, *a fortiori* si la réduction budgétaire proposée par le Gouvernement se concrétise.

**M. Jérôme Nury (DR).** Le tourisme est un moteur essentiel de notre économie. En 2023, le tourisme international a généré 63,5 milliards d'euros de recettes pour notre pays. Vous pointez néanmoins plusieurs difficultés structurelles de l'économie touristique française, notamment le paradoxe qui veut que l'Espagne perçoive plus de recettes touristiques que la France alors qu'elle attire moins de touristes.

Si nous faisons le même constat, nous sommes plus réservés quant à votre analyse des crédits. Vous vous désolerez de la baisse de ceux qui sont alloués à Atout France, mais si le Premier ministre a annoncé un rapprochement entre ce dernier et Business France, c'est afin de mutualiser leurs compétences pour améliorer leurs résultats. Nous devons tous sortir de nos conservatismes naturels pour être un peu plus disruptifs, donc efficaces, à des coûts moindres.

Les crédits prévus pour Atout France en 2025 vont permettre à l'opérateur de poursuivre ses activités de promotion de la destination France et de gestion de marques touristiques nationales essentielles comme Destination d'excellence ou Tourisme & handicap. Par ailleurs, une partie des crédits de l'année dernière ne sont pas reconduits puisque nous n'avons plus besoin de promouvoir l'offre touristique en vue des Jeux olympiques et paralympiques.

En ce qui concerne la partie thématique de votre rapport, il est exact que le tourisme rural n'est pas suffisamment pris en compte alors qu'il pourrait jouer un rôle clé dans le développement de nos territoires. Des paysages préservés, des chemins de randonnée fléchés, des voies vertes interconnectées, des pistes VTT tracées, de la restauration et de l'hébergement authentiques : telles sont les qualités de nos territoires ruraux.

Un sujet crucial pour la filière du tourisme est la baisse du budget que les Français consacrent aux vacances, faute de pouvoir d'achat. Selon un sondage Elabe d'août dernier, seuls 53 % des Français avaient l'intention de partir en vacances cet été, soit cinq points de moins que l'été dernier. Cette situation touche d'abord les

ménages les plus fragiles. Quelles pistes envisagez-vous pour relancer la consommation touristique domestique, notamment celle de ces ménages, afin qu'ils puissent profiter d'une offre de qualité et participer ainsi à la croissance économique du secteur ?

**M. Hervé de Lépinau, rapporteur pour avis.** En Espagne, l'État a une politique très proactive de promotion du tourisme et de tout ce qui l'environne, en particulier la viticulture. Là-bas, le vin n'est pas considéré comme une drogue ou un poison, mais comme un bien de consommation courante qu'il faut valoriser. En Italie, le chiffre d'affaires dans ce secteur progresse significativement pour les mêmes raisons.

Concernant la fusion d'Atout France et Business France, je suis d'accord pour dire que nous avons besoin de nous remettre en cause et de faire des efforts, mais je vous renvoie à la page 10 de mon rapport. On s'occupe généralement bien plus des malades que des bien-portants. Or notre balance du commerce extérieur est en déficit structurel et abyssal, et je crains que les efforts budgétaires visent davantage à résoudre ce problème qu'à promouvoir la France comme destination touristique. J'ai voulu me faire l'écho de l'angoisse des acteurs que j'ai auditionnés. Ils ne comprendraient pas, alors qu'ils consomment le minimum de crédits de l'État, que l'on diminue encore cette participation. Comment améliorer la qualité de l'offre touristique si l'on ne veut plus la financer ?

En ce qui concerne la consommation domestique, les professionnels des campings seraient prêts à développer l'offre à nouveau, à condition que le pouvoir d'achat des plus modestes suive. Voilà pourquoi ils ont demandé le maintien de certaines aides passant par les caisses d'allocations familiales (CAF).

**M. Pascal Lecamp (Dem).** La valorisation des paysages agricoles dans le tourisme est un angle pertinent. Des maires de ma circonscription s'inquiètent de l'impact des parcs photovoltaïques sur le potentiel touristique et les paysages de leur commune rurale.

Alors que certains responsables politiques craignaient un fiasco, les Jeux olympiques ont finalement été un succès immense, contribuant au rayonnement international de la France.

Je me réjouis également de la nomination d'une ministre déléguée à l'économie du tourisme, une première depuis 2007. Cette décision renforce la coordination et la visibilité des politiques touristiques, permettant une approche plus ciblée pour développer ce secteur clé de notre économie.

Les crédits alloués au tourisme dans le projet de loi de finances pour 2025 peuvent paraître en baisse, mais le soutien au secteur ne se limite pas aux lignes budgétaires que nous examinons aujourd'hui. Plusieurs mécanismes financiers les complètent. Ainsi, le plan Destination France, lancé en 2021 et qu'il s'agira de prolonger d'une manière ou d'une autre, avait mobilisé des fonds non seulement de



l'État, mais aussi des régions et de la Banque des territoires, Bpifrance jouant également un rôle important grâce à ses financements et à ses prêts.

Si la baisse des crédits alloués à Atout France est regrettable, elle relève d'un contexte plus large de rigueur budgétaire. Il est essentiel d'accompagner l'évolution de cet opérateur, mais le projet de loi de finances ne rend pas visibles les conséquences budgétaires de la fusion avec Business France ; j'espère que le Gouvernement nous éclairera sur ce point.

L'agritourisme est crucial pour le dynamisme des territoires ruraux. L'idée d'un label unique pour cette activité est intéressante, mais comment pourrait-il s'adapter aux spécificités locales ? Nous en diriez-vous un peu plus sur le modèle italien à cet égard ? Les régions pourraient-elles utiliser le Fonds européen de développement régional (Feder) pour soutenir les agriculteurs dans leur diversification ? Certaines misent-elles déjà sur ce fonds pour favoriser l'agritourisme ?

**M. Hervé de Lépinau, rapporteur pour avis.** J'ai rencontré les élus locaux par l'intermédiaire de l'Association nationale des élus des territoires touristiques (Anett) ; ils m'ont si bien convaincu que j'y ai adhéré, et je vous invite à faire de même.

Il n'a échappé à personne que l'agrivoltaïsme fait l'objet d'une discussion au sein des chambres d'agriculture. Le sujet est complexe : l'analyse varie en fonction des cultures concernées et des techniques de conduite de l'exploitation. Notre commission se saisira de cette question.

La création d'un poste de ministre délégué est un soulagement : nous allons peut-être avoir enfin des politiques d'État en matière de tourisme, comme en Espagne et en Italie. Cela impliquera d'assouplir certaines de nos réglementations : si nous continuons, au contraire, sur la lancée de la loi Évin, il sera très compliqué de faire la promotion de l'œnotourisme et des produits de la vigne.

**M. André Chassaigne (GDR).** Monsieur le rapporteur pour avis, confirmez-vous l'extinction totale du plan Destination France à la suite de la consommation de ses crédits ?

**M. Hervé de Lépinau, rapporteur pour avis.** Oui, à la fin de l'année 2024.

**M. André Chassaigne (GDR).** Ce plan avait notamment pour objet de soutenir financièrement sur la période 2023-2025 le départ en vacances, chaque année, de cinquante mille jeunes et cent mille seniors en situation de précarité et de favoriser l'offre de tourisme social pour les ultramarins. De manière plus structurelle, il visait également à lever les freins économiques au départ en vacances. Dans un contexte de baisse du taux de départ des Français – taux évalué dans votre rapport à 65 % en 2023, en baisse de deux points –, la question du soutien public au tourisme social et solidaire n'a rien d'anecdotique. L'Union nationale des

associations de tourisme et de plein air (Unat) avance même que 40 % des Français ne partent pas faute de moyens.

Or, entre la baisse prévisible des financements aux collectivités, partenaires majeurs du secteur, l'amputation du budget de l'économie sociale et solidaire et la probable fusion de Business France et d'Atout France – des suppressions de postes sont déjà annoncées –, les acteurs du tourisme social sont légitimement inquiets. À cela s'ajoute la disparition à venir du fonds « Tourisme durable » de l'Agence de la transition écologique (Ademe), un non-sens qui risque de couper dans leur élan les démarches exemplaires conduites par les acteurs du secteur en matière de transition écologique, alors que ces travaux entraînent une réduction des dépenses de fonctionnement qui plombent les équilibres financiers de nos infrastructures.

La priorité doit être de mener à bien le travail entrepris au sein du comité de filière « Tourisme » au sujet du tourisme social. Il vise à agir sur les freins au départ, notamment par une étude des modèles économiques des acteurs de ce secteur. Les moyens identifiés comme nécessaires doivent être réellement mobilisés, ce qui ne sera pas possible sans l'appui de la puissance publique : nouvelles modalités de financement, fonds de dotation, prêts bonifiés, aide à la pierre, maintien et renforcement de l'Agence nationale pour les chèques-vacances (ANCV). Nous attendons de l'État qu'il prenne ses responsabilités en matière de droit à l'accès aux vacances pour tous, au lieu de considérer celui-ci comme un poste d'économies budgétaires alors qu'il reste tant à faire.

**M. Hervé de Lépinau, rapporteur pour avis.** Nous partageons entièrement votre analyse. Nous sommes tous nostalgiques des colonies de vacances ! Cette activité a succombé sous le poids des normes, c'est ce que m'ont expliqué les professionnels du tourisme dans les zones alpines. Aujourd'hui, dans un centre de vacances, il faut refaire les cuisines et les sanitaires tous les trois ans ou presque. C'est à cela qu'ont servi les crédits, au lieu de permettre à des populations précaires de profiter d'un temps de vacances encadré, et l'immobilier de montagne qui servait à ces colonies est maintenant revendu à la découpe pour créer des appartements destinés à la location saisonnière. Le mieux est l'ennemi du bien.

Vous le savez, ce n'est pas la modeste ligne budgétaire dont je suis chargé qui va déterminer les politiques d'accompagnement social du tourisme. En revanche, les acteurs que nous avons rencontrés, notamment du camping, ont bien souligné que si l'on tue l'offre de tourisme destinée aux personnes qui ont peu de moyens, toute une filière risque d'en pâtir.

**M. Alexandre Allegret-Pilot (UDR).** Merci encore pour votre analyse très fine. J'ai eu l'immense plaisir d'assister à l'une de vos auditions ; c'était passionnant.

Je retiens cinq éléments. Premièrement, l'importance économique et culturelle, pour ne pas dire patrimoniale, du secteur du tourisme en France. Deuxièmement, la très grande diversité des activités. Troisièmement, par conséquent, la difficulté d'un suivi comptable et économique précis de ce secteur polymorphe. Quatrièmement, une très faible dépendance directe vis-à-vis des financements publics et un retour sur investissement exceptionnel, en tout cas à l'échelle strictement sectorielle. Cinquièmement, l'importance de l'entretien et de l'amélioration de nos paysages. Les Cévennes ont tout pour ressembler aux paysages toscans ; il y manque peut-être quelques crédits et, surtout, un peu de volonté et de coordination.

Avez-vous pu effectuer une comparaison internationale pour déterminer un PIB cible du tourisme que nous pourrions viser, à la fois raisonnable et suffisamment ambitieux ? Cela permettrait d'évaluer les ressources budgétaires à mobiliser pour l'atteindre, compte tenu de l'effet de levier que vous avez évoqué.

Quel est votre point de vue sur les pistes d'évolution de la segmentation de l'offre touristique française, notamment entre la gamme moyenne et le haut de gamme ? Le ticket moyen semble varier beaucoup au sein de l'Union européenne, par exemple chez les touristes anglais ; il est beaucoup plus élevé en Espagne qu'en France. Devons-nous fixer des objectifs d'augmentation du panier moyen dans le tourisme de luxe – sans effet d'éviction des autres offres – sous la supervision d'Atout France, ou ce travail devrait-il être fait de façon subsidiaire au niveau local ?

**M. Hervé de Lépinau, rapporteur pour avis.** Vous me faites beaucoup d'honneur en me décrétant spécialiste de l'offre touristique en microéconomie ! Mon avis ne porte que sur une ligne budgétaire et m'a donné l'occasion de découvrir ce secteur.

Pour vous répondre de manière un peu schématique, donc, le PIB du tourisme est déjà élevé. Dès lors que le tourisme est considéré comme une offre globale – de paysages, d'hébergement, de gastronomie, d'événements culturels –, le territoire devient mécaniquement beaucoup plus attractif. L'audition des représentants des parcs nationaux et régionaux et des grands sites a mis en évidence la question de l'accessibilité et du stationnement, qui risque de buter sur des enjeux environnementaux. Cela soulève le problème de la gestion des flux. La clientèle touristique pourrait se concentrer dans certains lieux au détriment du reste du territoire national, qui recèle pourtant lui aussi des endroits attractifs.

Tout cela suppose donc de l'ingénierie touristique. Les crédits que nous étudions ne concernent d'ailleurs pas seulement la masse salariale d'Atout France, mais ils permettent notamment de financer des aides en faveur de cette ingénierie. L'Anjou souhaite, par exemple, développer l'œnotourisme, car c'est encore un point faible par rapport à la vallée du Rhône. Atout France va pouvoir l'y aider, car l'on sait que la clientèle étrangère, notamment anglo-saxonne, est friande de ce type de tourisme.

Pour résumer, Atout France a pour mission d'aider ceux qui ont des projets pour développer leur territoire.

M. Lecamp a évoqué la question des labels. Elle a été abordée s'agissant des meublés touristiques lors des auditions, le secteur hôtelier pouvant considérer que ces derniers constituent à certains égards une forme de concurrence déloyale. La question pourrait être prise sous l'angle de la fiscalité, celle-ci variant selon qu'il s'agit d'une activité principale ou annexe. Il serait également envisageable de faire respecter un cahier des charges aux bailleurs de meublés touristiques dont c'est l'activité principale, de manière à leur faire réaliser des investissements. Cela permettrait que ce secteur ne réalise plus des bénéfices substantiellement supérieurs à ceux de l'hôtellerie traditionnelle, dont les charges fixes annuelles sont élevées. La piste de la labellisation doit à l'évidence être creusée.

Plus généralement, des labels indiquant la qualité de l'offre touristique existent déjà. On peut peut-être les améliorer, mais il faut prendre garde à ne pas aboutir à une réglementation qui deviendrait un obstacle au développement touristique.

J'en prends pour exemple les demandes pour bénéficier du Feder. Il faut remplir un très épais dossier et tout refaire si l'on se trompe sur une ligne. Les fonds européens sont destinés à aider certaines actions de développement, mais il faut simplifier les procédures si l'on veut qu'ils soient réellement efficaces. Ce n'est pas du ressort de l'échelon national, sauf lorsqu'il s'agit de débloquent les crédits, et cela relève des régions. J'ai pu constater dans le Vaucluse que c'était anormalement long et qu'il y a toujours une excuse. Il faut donc réaliser un effort de raccourcissement des délais de versement des aides provenant du Feder.

**Mme la présidente Aurélie Trouvé.** Cela dépend aussi des règles européennes.

#### **Article 42 et état B : Crédits du budget général**

*Amendements II-CE29 et II-CE30 de M. Hervé de Lépinau (discussion commune)*

**M. Hervé de Lépinau, rapporteur pour avis.** À partir du moment où l'on fait beaucoup avec pratiquement rien, il serait dommage de ramener ce rien à néant. C'est la raison pour laquelle l'amendement II-CE29 propose de ne pas accepter la diminution de crédits prévue dans le projet de loi de finances et de reconduire les crédits consacrés principalement à Atout France à leur niveau voté dans la loi de finances pour 2024.

J'en profite pour contester l'argument selon lequel il est nécessaire que tout le monde fasse des efforts. Compte tenu de la très grande faiblesse des crédits concernés, il est compliqué de faire encore un effort supplémentaire. En revanche, je suis favorable à une clarification, qui passe par le regroupement des différentes lignes de crédits destinés au tourisme au sein d'une même action. Nous pourrions alors reparler d'effort budgétaire.

Mais l'amendement que je vous propose est vital et il répond à la demande des acteurs du secteur touristique de reconduire à l'euro près les crédits de la précédente loi de finances.

L'amendement II-CE30 est un amendement de repli, afin de sauver ce qui peut l'être. Il vise à limiter la diminution des crédits en maintenant la subvention pour charges de service public d'Atout France grâce à un transfert de 3,8 millions d'euros.

Les dotations en question ne sont pas à l'origine du trou abyssal du budget national.

*La commission **rejette** successivement les amendements.*

*Amendement II-CE12 de M. Laurent Lhardt*

**M. Philippe Naillet (SOC).** Cet amendement réaliste ne demande pas grand-chose : il s'agit tout simplement d'annuler la réduction des 32 ETPT prévue par le PLF 2025 au détriment d'Atout France. L'amendement propose de rétablir les crédits permettant de financer ces postes, soit 2,14 millions d'euros.

**M. Hervé de Lépinau, rapporteur pour avis.** Avis défavorable.

L'amendement aborde seulement la question des ETPT, alors que le problème du budget d'Atout France est beaucoup plus large.

En outre, l'amendement ne permet pas vraiment d'atteindre votre objectif, car les dépenses de personnel d'Atout France ne figurent pas dans le titre 2 du programme mais directement dans la subvention pour charges de service public qui lui est versée.

*La commission **rejette** l'amendement.*

*Après avoir examiné les cinq avis budgétaires se rattachant à la mission Economie, la commission a émis un avis **favorable** à l'adoption des crédits **modifiés** de cette mission lors de sa réunion du jeudi 24 octobre 2024.*



## LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES

*Par ordre chronologique*

### **Vaucluse Provence Attractivité**

Mme Cathy Fermanian, directrice générale

Mme Valérie Gillet, manager du pôle promotion presse

### **Table ronde :**

#### **Réseau des Grands Sites de France**

Mme Soline Archambault, directrice

Mme Lydiane Estève, chargée de mission animation du Réseau

#### **Fédération des Parcs naturels régionaux**

M. Stéphane Adam, coordinateur

Mme Florence Moesch chargée de mission politiques et expérimentation agroécologiques

#### **Réseau des Parcs nationaux de France**

M. Rémy Chevennement, directeur adjoint du Parc national des Cévennes

### **Fédération française du paysage (FFP)**

M. Cédric Chardon, vice-président

### **Union nationale pour la promotion de la location de vacances (UNPLV) \***

M. Philippe Bauer, président

M. Dominique Debuire, membre

M. Pierre Sellin, conseil

### **Confédération des acteurs du tourisme (CAT) \***

M. Éric Abihssira, vice-président confédéral de l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie (UMIH), secrétaire général

M. Nicolas Dayot, président de la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air (FNHPA), vice-président

M. Franck Trouet, délégué général du Groupement des hôtelleries et restaurations de France (GHR)

M. Laurent Reynaud, délégué général de Domaines Skiabiles de France

M. Ophélie Rota, directrice communication et relations institutionnelles de l'UMIH

M. Guillaume Lemiere, délégué général

**Association nationale des élus des territoires touristiques (ANETT)**

M. Philippe Sueur, président en visioconférence

Mme Géraldine Leduc, directrice générale

**ADN tourisme \***

M. Stéphane Villain, président

M. Antoine Angeard, directeur général

M. Benoît Artige, responsable de la communication fédérale

**Atout France**

Mme Rose-Marie Abel, directrice générale par intérim

Mme Sophie Mandrillon, directrice marketing et partenariats

M. Philippe Maud'hui, directeur observation, qualité et développement durable de l'offre

**Coordination rurale \***

Mme Véronique Le Floc'h, présidente

Mme Amélie Rebière, vice-présidente

M. Christian Convers, secrétaire général

Mme Agathe Lecoulant, chargée de mission gouvernance

**Direction générale de l'aménagement, du logement et de la nature – Ministère de la transition écologique, de l'énergie, du climat et de la prévention des risques**

Mme Émilie Vouillemet, sous-directrice de l'urbanisme et du paysage

M. Benoit Bergegère, chef du bureau des sites et des espaces protégés

M. Fabien Doisne, chef du bureau des paysages et de la publicité

**Fédération nationale des syndicats d'exploitants agricoles (FNSEA) \***

M. Stéphane Arousseau, président du groupe Monde rural et responsable de la ruralité au sein de la FNSEA

Mme Sophie Alzieu, présidente de la commission montagne et zones défavorisées

M. Michel Thomas, sous-directeur des politiques structurelles et territoriales du développement rural

M. Paul Salabelle, juriste et chargé de mission des politiques territoriales et prédateurs

M. Xavier Jamet, directeur des affaires publiques



**Direction générale des entreprises (DGE), sous-direction du tourisme**

M. Christophe Strobel, directeur

M. Olivier Lacoste, directeur de projets

M. Michel Anselin, chargé de mission

Mme Hélène Machart, directrice de projets

\* *Ces représentants d'intérêts ont procédé à leur inscription sur le registre de la Haute Autorité pour la transparence de la vie publique, s'engageant ainsi dans une démarche de transparence et de respect du code de conduite établi par le Bureau de l'Assemblée nationale.*



## LISTE DES CONTRIBUTIONS ÉCRITES REÇUES

**Assemblée permanente des chambres d'agriculture (APCA) \***

**Banque des territoires**

**Bpifrance**

\* *Ces représentants d'intérêts ont procédé à leur inscription sur le registre de la Haute Autorité pour la transparence de la vie publique, s'engageant ainsi dans une démarche de transparence et de respect du code de conduite établi par le Bureau de l'Assemblée nationale.*