

Intervention Jean-Michel COUVE
Assises départementales du Tourisme
Champagnole, Jura
Lundi 27 septembre 2010

Vous m'avez demandé de vous parler, plus généralement du tourisme national, de sa situation et des perspectives de son évolution.

Vaste sujet, vaste chantier, qui mérite un vaste débat. Car le « Tourisme » et les activités qui s'y rattachent, au sens où l'entend l'OMT concernent bien plus que le simple accueil de vacanciers et les métiers qu'il impacte sont beaucoup plus nombreux que seulement les voyagistes, les hôteliers, les restaurateurs, les transporteurs, les institutionnels des organismes de tourisme...

Puisque la définition du « touriste » selon l'OMT est une personne qui réside **plus de 24h** (et moins d'une année) en **un lieu qui n'est pas celui de sa résidence** habituelle **pour toute raison que ce soit**, y compris ses vacances mais pas que (affaires, rendez-vous culturels, sportifs, événements culturels, foires, congrès, salons, etc.) et puisque cette définition est maintenant largement adoptée, les activités qui y sont liées sont exercées au travers de très nombreux métiers avec des professionnels dédiés dont l'objet est, tout à la fois de :

- Inventorier et cibler les clients et prospects susceptibles d'être intéressés par le produit (que ce soient les destinations, les événements, un monument, un musée, un équipement hôtelier ou de loisirs...)
- Valoriser le produit, le qualifier et aménager au mieux son environnement territorial

incluant à la fois ses accès mais aussi la qualité des services à la personne qu'il propose.

- Promouvoir l'offre et la mettre en marché.
- Participer et favoriser le transport des touristes jusqu'à leur lieu de résidence.
- Les accueillir convenablement, organiser, faciliter et animer leur séjour, les réjouir, les fidéliser.

Le tout quelle que soit la raison de leur déplacement.

Si on veut bien accepter cette vision, de ce qu'est, en réalité, un « touriste » et de ce qu'englobe l'exercice des métiers du tourisme, on voit bien que ceux-ci intéressent directement ou impactent fortement des foules de professionnels, d'entrepreneurs, d'institutionnels, de salariés. Bref,

toute une grande société des « gens du tourisme » dont les limites d'actions dépassent largement les frontières du simple accueil des vacanciers : de l'hôtelier-restaurateur au conservateur de musée, de l'organisateur d'événements à l'aménageur de territoire, du plagiste au protecteur de l'environnement, du directeur d'offices du tourisme au producteur agricole...etc.

De plus, nous le savons bien, nous, l'économie touristique impacte bien d'autres secteurs d'activité (le commerce en général, l'agriculture, l'environnement, la culture, les sports, l'industrie en particulier manufacturière...) secteurs d'activité dont elle dépend, aussi.

Pour ces raisons le « tourisme » est, à la fois, plurisectoriel et transversal. Ce qui en fait toute sa

valeur au plan économique, social, territorial, sociétal et humain. Mais ce qui explique aussi qu'il ne soit pas aisé de le définir et encore moins de le faire considérer à sa juste valeur par nos gouvernants qui en ont, le plus souvent, une perception, certes positive, mais bien trop réductrice.

« Faire converger les perceptions » de ce que représente le « Tourisme », voilà certainement le premier des chantiers auquel nous devons, ensemble, nous consacrer.

En ce qui concerne la situation de notre tourisme national. Je vous ferai grâce des données chiffrées affichées par la direction nationale (vous les connaissez : le nombre d'arrivées internationale, le chiffre d'affaires, le solde créditeur du poste voyage de la balance des paiements, la part du tourisme dans le PIB) etc.

Ces données permettent d'exhiber un franc optimisme : « le tourisme, en France, va de soi » car « la France est belle » et d'ailleurs nous aimons bien afficher que nous demeurons la première destination mondiale.

Dans ces conditions, tout va bien : les touristes sont venus, viennent et continueront à venir parce que, en quelque sorte, ce serait notre lot et que « nous le méritons bien ».

Pourtant, sur les territoires, on ressent bien que rien n'est acquis, qu'il faut se battre au jour le jour pour attirer des consommateurs, créer de nouveaux produits, fidéliser les clientèles car la concurrence est de plus en plus rude, que les clients sont de plus en plus exigeants, que leurs comportements ont changé, que leurs moyens se sont réduits.

Pourtant, aussi, une analyse rétrospective sérieuse de l'évolution de notre industrie touristique révèle qu'elle s'est dégradée durant ces deux dernières décennies : plusieurs faits patents le démontrent:

- **Premier signal** qui doit retenir notre attention : le diagnostic que porte l'OMT sur l'évolution de notre tourisme depuis 20 ans. Dans un excellent rapport daté de mai 2008, l'ex-Secrétaire Général, Francesco Frangialli, qui connaît bien le tourisme français, nous indique que « depuis 1990, la

France a perdu **3 points de marché mondial en terme d'arrivées** internationales (ce qui est considérable puisque cela correspond à une perte de 25% de ses capacités) et 2 points en termes de recettes. Et on ne peut pas dire que la situation se redresse en ce moment. Tout au plus, la croissance du tourisme en 2010, compensera-t-elle la baisse constatée en 2009.

- **Deuxième élément** à prendre en compte et qu'on ne peut occulter : ce sont les données chiffrées fournies par la Direction Nationale du tourisme :

- Malgré l'affichage d'un nombre mirobolant de visiteurs étrangers sans cesse croissant : 52 millions en 1990 à 80 millions en 2007 (avec toutefois une baisse à environ 75 millions en 2009) la

part du tourisme dans le PIB qui avoisinait les 8% dans les années 80 baisse, depuis, annuellement à 7,5% en 1995, à 6,8% en 2000, à 6,3% dernièrement.

- Le solde du poste « voyages » de la balance des paiements autour de 14MD € en 2000 est passé à 12 MD € en 2006 pour s'effondrer à 7,8MD€ en 2009 sans que cela, d'ailleurs, n'émeuve outre mesure (nous sommes, là, très en dessous des chiffres de 1995 : 8,5 MD €)
- Ainsi, ce solde pour 2009 a baissé de 25% alors que la diminution des dépenses des français à l'étranger n'a été que de 2%.

Bien que ces données soient basées sur des méthodes de comptage qui mériteraient d'être actualisées, on voit bien que les résultats de notre

économie touristique sont inexorablement en baisse depuis plusieurs années.

- **Troisième paramètre** à prendre en compte dans cette analyse rétrospective :
 - o L'évolution de notre hôtellerie indépendante qui connaît aujourd'hui les plus grandes difficultés pour répondre aux vœux des clientèles et aux nouvelles et futures normes de sécurité et d'hygiène.
 - o De même, pour nos hébergements dits de loisirs dont les capacités et la qualité d'accueil connaissent les mêmes problèmes

- **Dernier point**, enfin : alors que, toujours selon les données de la Direction Nationale du tourisme, un français sur 3 ne partaient pas en vacances du fait, le plus souvent d'un

manque de moyens. Aujourd'hui, ce sont plus de 40% de nos concitoyens qui en sont privés. Ce qui devrait susciter notre intérêt quant aux dispositifs en cours concernant l'aide personnalisée aux publics en difficulté mais aussi le soutien à apporter aux établissements d'accueil du tourisme dit « social ».

Au terme de cette présentation dont je récuse, par avance, le caractère pessimiste car chacun des éléments de cette analyse est patent et observable par tous, je tiens à préciser que, pour autant le tourisme n'est, bien sûr, pas le domaine qui fonctionne le moins bien en France. Des avancées ont été réalisées ces 2 dernières années en terme de classement des offices, des hôtels, des meublés, en ce qui concerne certaines professions (les

voyagistes par exemple), la création d'Atout France.

Mais, lorsqu'on fait le point sur la croissance du tourisme mondial ces dernières années et, surtout, sur son évolution prévisible dans les années à venir, on ne peut que constater et regretter que la France ne dispose pas aujourd'hui des structures susceptibles de la rendre apte à profiter, au mieux, du formidable potentiel de développement de cette industrie dans le monde.

Selon l'OMT :

- ❖ le nombre d'arrivées internationales évaluées aujourd'hui à 900 millions devrait presque doubler d'ici 2020 à 1,6 milliard.
- ❖ Les dépenses touristiques internationales estimées aujourd'hui à 850 Md\$ devraient atteindre 2000 MD\$ en 2020.

Il n'y a pas d'économie mondiale qui puisse se prévaloir d'une telle prévision de croissance, quelque soient, d'ailleurs les aléas conjoncturels.

Dans ce domaine totalement mondialisé, la France, compte tenu de ses atouts, devrait pouvoir prendre ou tutoyer la pole-position ou, du moins, garantir sa place dans le peloton de tête des destinations mondiales.

Dans cette mondialisation là, pour le coup, les français n'ont rien à craindre, mais, au contraire, tout à espérer de l'avenir.

Alors, que faire pour nous repositionner et stimuler notre offre ?

Il faut, j'en suis convaincu : **INNOVER**.

Dans quelles directions ? Sur quels sujets ?

Le champ que recouvre le « tourisme » est si vaste, ses composantes si multiples et diverses selon les types d'activités, les caractéristiques géographiques et thématiques des destinations qu'il faut, je crois, apporter des solutions innovantes sur ce que j'appelle « les fondamentaux de notre tourisme » c'est-à-dire les différents domaines qui garantissent et conditionnent les gains possibles pour tous les types et toutes les formes de tourisme.

J'en vois 6 essentiels :

- La gouvernance et l'organisation territoriale
- La promotion
- L'observation économique et statistique.
- Les formations supérieures.

- L'intelligence économique stratégique.
- Enfin, tout ce qui concerne le tourisme dit « social » mais aussi solidaire, éthique et, donc, durable.

I. La gouvernance et l'organisation territoriale :

Depuis 30 ans, nous avons connu des ministres, à part entière, des ministres délégués, des secrétaires d'Etat. A l'heure actuelle, le secrétaire d'état, Hervé Novelli, exerce sous l'autorité de Christine Lagarde, ministre de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi, ses fonctions au commerce, à l'artisanat, aux PME, au tourisme, aux services et à la consommation. Hormis le fait très positif que le tourisme ait été inscrit sous l'égide du ministère de l'Economie, les nombreuses et lourdes charges qui

ont été conférées à Hervé Novelli ne facilitent certainement pas sa disponibilité au tourisme.

Par ailleurs, l'Inspection Générale du tourisme ayant été dissoute, l'administration ministérielle se résume à une sous-direction d'une direction elle-même placée sous l'autorité de la direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services : 3 chefs de bureau et une cinquantaine de fonctionnaires.

Malgré le bien fondé de la RGPP, on peut regretter que la part réservée au tourisme se soit, ainsi, restreinte.

Au niveau des territoires, bien que la circonscription régionale soit reconnue comme le niveau de droit commun du pilotage des politiques de l'Etat, le terme de « tourisme » n'apparaît même plus. Il est dilué au sein de la Direccte (Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi). C'est

insuffisant ! Car, nous le savons bien, l'économie touristique se conçoit, se travaille et se développe en très grande part sur les territoires.

Par ailleurs, la dotation budgétaire allouée au Secrétaire d'Etat pour l'année 2010 s'est élevée à 60 et quelques millions d'euros en crédit de paiement. Ce qui est largement insuffisant alors que (et on ne le dit pas assez) l'ensemble des crédits publics alloués à notre industrie touristique peuvent être estimés à plus de 2 Md € (crédits ministériels, Europe, Collectivités territoriales).

Mais on ne peut pas dire que ces fonds soient utilisés en parfaite cohérence ni coordination entre les divers financeurs et, de plus, nous manquent des indicateurs fiables de résultats des politiques conduites.

Pour n'évoquer que les crédits alloués par 10 ministères pour des actions à objet ou à fort impact

touristique, la direction nationale du tourisme les a estimé à plus de 700M €.

Ce sont les raisons qui ont amené les membres de la Commission tourisme de l'UMP, constitué à la demande de Nicolas Sarkozy en 2005 et que j'ai eu le plaisir de présider, à proposer en février 2007 la création d'une « délégation interministérielle à l'organisation et à la compétitivité du tourisme (la DIOCT).

Placée sous l'autorité du Premier Ministre et incarnée par un Secrétaire d'Etat dédié à part entière au tourisme, elle serait en mesure d'inventorier plus précisément et de coordonner les engagements financiers interministériels en faveur du tourisme.

Je poursuis mes démarches pour expliquer et défendre cette idée novatrice.

Au niveau des Régions dont les compétences en matière d'économie touristique sont maintenant reconnues, il nous faut :

- **un interlocuteur représentant de l'Etat** qui, en liaison directe avec le Préfet de Région et le SGAR assume les fonctions régaliennes de l'Etat mais participe, aussi, personnellement aux démarches de concertation et coordination entre le Conseil régional, les conseils généraux, les maires et leurs organismes de tourisme ainsi qu'avec les socioprofessionnels sous oublier, d'ailleurs, les centres universitaires qui dispensent des formations/tourisme et qu'on n'implique, à mon sens, pas assez dans l'organisation territoriale.
- **Constituer, dans chaque Région, des plateformes** d'échanges où s'élaborent les politiques.

- **Obliger à une stricte concordance des Schémas régionaux et départementaux.**

Lier ces collectivités au travers de contrats triennaux de moyens, d'objectifs et de résultats.

- **Anticiper les futurs programmes européens et contrats de projet Etat-Région pour tout ce qui concerne les futures politiques du tourisme (2013 sera une étape très importante).**

➤ Voila trois orientations qui ne paraissent indispensables pour aller de l'avant et dans le bon sens en optimisant les recettes publiques et en réduisant les dépenses.

II. l'observation économique.

Le manque de fiabilité de nos données statistiques nationales est, maintenant, assez connu. Une sorte de « secret de polichinelle ».

Trois exemples :

- le nombre de visiteurs étrangers, leurs dépenses, ainsi que celles des français à l'étranger ne sont essentiellement extraits que d'enquêtes-sondages TNS-SOFFRES dont la méthodologie prête à discussion. Le Conseil National d'Information Statistique (CNIS) a lui-même convenu que l'enquête sur les visiteurs étrangers (EVE) mériterait d'être revue.

Depuis la création de l'Espace Schengen et l'émergence de l'euro, l'enquête dite aux frontières n'existe plus et on ne peut plus différencier les nationalités des clients de la zone euro.

- Deuxième exemple : premier bilan des activités touristiques estivales en PACA.

37% baisse/ 37% stable/22% hausse = bilan positif pour tous les secteurs d'activités.

- Troisième exemple du caractère trop peu informatif des enquêtes conduites : celle de l'INSEE qui interroge +/- 14.000 hôtels et quelques milliers de campings. Ces données ne reflètent pas fidèlement les hébergements touristiques puisque 70% de ceux-ci sont « non-marchands ».

Propositions :

- 1) Renforcer les différentes enquêtes, plus d'enquêtés, plus d'enquêteurs.

Les coûts supplémentaires devraient pouvoir être assumés, d'une part par des crédits affectés par d'autres ministères à des

observations des retombées d'actions à objet ou fort impact touristique d'autre part pour des participations financières des entreprises privées. Toutes les auditions que j'ai conduites m'ont confirmé que les chefs d'entreprises seraient prêts à y venir, à la condition d'être assurés d'une meilleure fiabilité des données fournies, que ce soit au plan national ou territorial.

- 2) Evaluer les retombées des activités touristiques sur la base des consommations des « touristes » comme nous le demande avec insistance, aussi bien Eurostat que l'OMT.

Pour cela il nous faut établir des contacts et contractualiser avec le GCB.

- GIE qui n'intègre pas loin de 300 établissements financiers et bancaires en France.
- Plus de 70% des dépenses des étrangers en particulier européens sont effectués par CB.
- Plus de 50% des dépenses des Français

Avantage :

- Instabilité de la dépense au moment où s'établit le contact entre commerçants, prestataires, fournisseurs et le CLIENT.
- Tableau de bord des consommations (y compris retraits aux DAB) de tous types d'activités.

- **Détermination du taux de « touristicité »**

- aussi bien au plan local que national.
- Conditions : ○ la CNIL

- Financements : plus grande participation de la sphère privée.

3) Observations touristique locaux :

Sur des territoires pertinents, croiser des données horizontales et verticales. Cartes bancaires.

III. Promotion :

- Equipes France export autour des Ambassadeurs avec Maison de la France, Conseillers économiques, EFD, UbiFrance, etc.... (fermer 50% des bureaux de Maison de la France)
- « Affaires internationales du Tourisme » au Ministère avec pôle expert spécialisé finances.

- Plate-forme : France Tourisme Export : rassemblement politiques institutionnels, entrepreneurs → Proposer des politiques d'action commerciales.

IV. Formations supérieures et Recherche :

- les constats : 600 diplômes différents.
- Production, promotion, commercialisation de produits et de destination touristiques répond à des caractéristiques et des connaissances particulières et larges.
 - CNU : faire reconnaître le « Tourisme » comme un domaine de formation supérieure à part entière.
 - Schéma LMD : incluant la recherche.
 - Utiliser les compétences et les disponibilités des enseignants et des étudiants pour des études sur l'économie touristiques et, plus

particulièrement, l'observation (conception des pilotes ; enquêtes ; etc.)

V. Social :

- ANCV (Opérateur du Ministère) → AN Solidarité Vacances
- ouvrir à d'autres chèques services/vacances.
- Cantonner l'ANSV aux publics les moins favorisés 1 et ½ SMIC à 2 SMIC (défiscalisation, réduction de charges sociales)
- Aider plus et mieux les établissements d'hébergement associatifs « Aide à la pierre ».

VI. Intelligence Stratégique. « Vigitourisme »

- Veille
- Benchmarking
- Crises

Voilà, à mon sens, ce que devrait être une **nouvelle politique nationale du tourisme.**

Voilà qui installerait la France en bonne position pour les 10 années à venir dans le but qu'elle profite au maximum du « bond en avant » que nous promettent les experts et qui ne manquera pas de survenir d'ici 2020.