

N° 87

---

# SÉNAT

SESSION ORDINAIRE DE 2001-2002

---

---

Annexe au procès verbal de la séance du 22 novembre 2001

## RAPPORT GÉNÉRAL

FAIT

*au nom de la commission des Finances, du contrôle budgétaire et des comptes économiques de la Nation (1) sur le projet de loi de finances pour 2002, ADOPTÉ PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE,*

Par M. Philippe MARINI,  
Sénateur,

*Rapporteur général.*

TOME III

**LES MOYENS DES SERVICES ET LES DISPOSITIONS SPÉCIALES**  
**(Deuxième partie de la loi de finances)**

ANNEXE N° 26

**ÉQUIPEMENT, TRANSPORTS ET LOGEMENT :**

**V.- TOURISME**

*Rapporteur spécial : Mme Marie-Claude BEAUDEAU*

---

(1) Cette commission est composée de : MM. Alain Lambert, *président* ; Jacques Oudin, Gérard Miquel, Claude Belot, Roland du Luart, Mme Marie-Claude Beaudeau, M. Aymeri de Montesquiou, *vice-présidents* ; MM. Yann Gaillard, Marc Massion, Michel Sergent, François Trucy, *secrétaires* ; Philippe Marini, *rapporteur général* ; Philippe Adnot, Bernard Angels, Bertrand Auban, Denis Badré, Jacques Baudot, Roger Besse, Maurice Blin, Joël Bourdin, Gérard Braun, Auguste Cazalet, Michel Charasse, Jacques Chaumont, Jean Clouet, Yvon Collin, Jean-Pierre Demerliat, Eric Doligé, Thierry Foucaud, Yves Fréville, Adrien Gouteyron, Hubert Haenel, Claude Haut, Alain Joyandet, Jean-Philippe Lachenaud, Claude Lise, Paul Loridant, François Marc, Michel Mercier, Michel Moreigne, Joseph Ostermann, Jacques Pelletier, René Trégouët.

**Voir les numéros :**

**Assemblée nationale (11<sup>ème</sup> législ.) : 3262, 3320 à 3325 et T.A. 721**

**Sénat : 86 (2001-2002)**

---

**Lois de finances.**

## SOMMAIRE

	<u>Pages</u>
<b>PRINCIPALES OBSERVATIONS</b> .....	4
A. LE CONTEXTE : LE TOURISME, LE SECTEUR LE PLUS TOUCHÉ PAR LES ATTENTATS DU 11 SEPTEMBRE.....	5
B. LES VACANCES POUR TOUS, UN OBJECTIF MAJEUR DE LA POLITIQUE DU TOURISME.....	6
C. MIEUX RÉPARTIR LE TOURISME SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE.....	8
D. LA PROMOTION DE LA FRANCE À L'ÉTRANGER ET EN FRANCE.....	9
E. LE DÉMÉNAGEMENT DE L'ONT.....	11
F. MIEUX CONNAÎTRE LA REALITE TOURISTIQUE.....	11
G. LA SITUATION DELICATE DU FUTUROSCOPE DE POITIERS .....	12
<b>I. PRÉSENTATION GÉNÉRALE DES CRÉDITS</b> .....	14
A. LES DÉPENSES ORDINAIRES .....	19
1. <i>Les moyens des services</i> .....	19
2. <i>Les moyens d'intervention</i> .....	20
B. LES DÉPENSES EN CAPITAL.....	20
<b>II. L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE</b> .....	22
A. UNE SAISON MOYENNE.....	22
1. <i>La fréquentation globale</i> .....	22
a) Saison touristique de l'été 2000.....	22
b) Bilan de la saison de sports d'hiver 2000-2001.....	23
2. <i>Le bilan de la saison touristique sur le littoral atlantique</i> .....	24
a) La saison 2000.....	25
b) La saison 2001 .....	25
B. COMPARAISONS INTERNATIONALES.....	26
1. <i>La progression continue du tourisme mondial en 2000</i> .....	26
2. <i>Les performances de la France</i> .....	27
C. LES CHIFFRES GLOBAUX.....	28
1. <i>Le poids relatif du tourisme</i> .....	28
2. <i>L'évolution de l'emploi</i> .....	29
<b>III. LA POLITIQUE DU TOURISME</b> .....	30
A. LE TOURISME, FACTEUR D'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE.....	30
1. <i>Les contrats de plan Etat-régions</i> .....	30
a) La répartition des compétences .....	30
b) L'actuelle génération des contrats de plan Etat-régions en matière de tourisme .....	30
c) Les moyens financiers .....	31

2. Le développement local et l'emploi .....	31
a) Les emplois-jeunes .....	31
(1) <u>Bilan quantitatif du dispositif</u> .....	31
(2) <u>Bilan qualitatif du programme</u> .....	32
b) Les travailleurs saisonniers du tourisme .....	32
(1) <u>Le plan pour le logement</u> .....	33
(a) <i>L'adaptation des aides pour favoriser l'accès des saisonniers au logement et améliorer leur solvabilité</i> .....	33
(b) <i>L'amélioration des droits sociaux des salariés saisonniers du tourisme</i> .....	33
<b>B. DES VACANCES POUR TOUS</b> .....	34
1. <i>Les aides à la personne</i> .....	34
2. <i>Les aides à la pierre</i> .....	36
3. <i>Le partenariat avec les organismes de tourisme social</i> .....	37
<b>C. LA PROMOTION DE LA FRANCE À L'ÉTRANGER</b> .....	37
1. <i>La stratégie de Maison de la France</i> .....	38
2. <i>Comparaison internationale des moyens de promotion</i> .....	39
<b>EXAMEN EN COMMISSION</b> .....	42
<b>MODIFICATIONS APPORTÉES PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE</b> .....	46

## PRINCIPALES OBSERVATIONS

Avec 75,5 millions d'arrivées touristiques en 2000, la France a à nouveau confirmé sa position de première destination touristique internationale devant les Etats-Unis et l'Espagne.

En termes de recettes, l'année 2000 a été caractérisée par un nouveau record du poste « voyages » de la balance des paiements : celui-ci s'est établi à 99,4 milliards de francs. Après le reflux observé en 1995/1996 du fait des attentats, les recettes touristiques de la France ont connu une hausse continue et de très grande ampleur. Cette croissance a, il est vrai, été alimentée par la coupe du Monde de football en 1998 et les célébrations du nouveau millénaire.

Au total, la France capte 11% du marché mondial et 20 % du marché européen.

Certes, la France possède des atouts uniques, au premier rang desquels son étonnante diversité, qui lui permet d'offrir le choix le plus vaste et ainsi, d'attirer des clientèles de tous horizons.

Pourtant, certains chiffres ne sont pas aussi flatteurs que ceux qui viennent d'être cités et montrent avec évidence que la France pourrait mieux faire, qu'au lieu de se contenter d'engranger mécaniquement les recettes touristiques elle pourrait en susciter d'autres, ce que ne manquent pas de faire certains de nos voisins pourtant bien moins lotis que la France en termes de richesses naturelles.

Ainsi, la croissance du nombre de séjours effectués en France (+ 3,4%) presque deux fois inférieure en 2000 à la croissance globale dans le secteur (+ 7,3%) ou européenne (+ 6%). En termes de recettes, la France a accusé une baisse en 2000, et, fait singulier, demeure toujours au troisième rang mondial derrière les Etats-Unis et l'Espagne.

A ces faiblesses structurelles s'ajoutent aujourd'hui des inquiétudes liées au contexte, la vague d'attentats survenus aux Etats-Unis s'étant immédiatement répercutée sur l'activité touristique en France comme ailleurs. Ces inquiétudes ont justifié des mesures nouvelles comme celle qui vient d'être prise par le Premier ministre lors des Assises nationale du Tourisme du 17 octobre dernier, ce dernier s'engageant à attribuer 30 millions de francs supplémentaires à Maison de la France afin d'organiser une campagne de promotion du produit « France ».

C'est dans ce contexte fragile que s'inscrit l'analyse du projet de budget relatif au tourisme.

**A. LE CONTEXTE : LE TOURISME, LE SECTEUR LE PLUS TOUCHÉ PAR LES ATTENTATS DU 11 SEPTEMBRE**

A l'heure où ce rapport est écrit, les attentats survenus aux Etats-Unis le 11 septembre 2001 continuent de produire des effets extrêmement négatifs pour le secteur du tourisme.

**L'organisation mondiale du tourisme n'envisage cependant pas une récession et une chute brutale de l'activité.** Par rapport à 2000, il était prévu, antérieurement aux événements, une baisse de 3 à 4%. L'organisation mondiale du tourisme estime une baisse générale supplémentaire de 2% avec cependant, dans l'immédiat, 15% de moins pour les réservations.

**La Commission européenne envisage également des conséquences limitées sur le tourisme européen et une reprise de l'activité dans le deuxième semestre 2002.** Elle se refuse d'ailleurs de prendre des mesures immédiates susceptibles de modifier les perspectives de croissance, et à plus long terme de compétitivité.

**En France**, pour les huit premiers mois 2001, l'activité était légèrement supérieure à 2000, sauf peut-être dans le secteur de l'hôtellerie de plein air. La France n'avait pas été touchée par un ralentissement de l'actualité touristique dans le monde qui était apparu au début de l'été. Mais les conséquences de cette situation, jointes aux événements du 11 septembre, devraient entraîner **une baisse du chiffre d'affaires du tourisme en France de l'ordre de 5 à 10% en moyenne**, mais avec de fortes disparités par secteur.

Des évolutions sont prévisibles en 2002. **La route et le transport ferroviaire devraient bénéficier de la baisse du trafic aérien. Les destinations sécurisées, les régions montagneuses, les DOM, la Méditerranée vont bénéficier du recul des flux long courrier.** Comment, dans ces conditions, peut-on prévoir l'évolution du tourisme dans notre pays en 2002 ?

Même si la présence étrangère est facteur de prospérité touristique dans notre pays, les événements internationaux n'ont pas un effet immédiat et généralisé à tout le territoire. L'Ile-de-France et la Côte d'Azur sont en apparence les plus concernées par la présence d'une hôtellerie haut de gamme. Par contre, grands magasins, salons, congrès, expositions, spectacles ne semblent pas avoir été fortement touchés par la réduction de la venue de clientèles américaines et japonaises (25% en septembre/octobre). Certains chiffres d'affaires auront à subir parfois des chutes conséquentes.

**Les secteurs d'activités les plus touchés** sont les agences de voyage (- 11,2% de baisse du chiffre d'affaires en septembre), les tours opérateurs (- 15% de baisse du chiffre d'affaires en septembre), l'hôtellerie de luxe, les voyages scolaires de fin d'année, les séminaires d'entreprise, les

excursionnistes loueurs de voitures, de bateaux, autocaristes, dans des proportions allant de 10 à 50 %, l'activité aérienne en baisse de 7 % en septembre et 10 % en octobre.

**La baisse d'activités risque d'avoir des conséquences graves sur l'emploi.** On constate déjà une baisse des offres d'emplois de plus de 50 % en septembre dans le secteur des agences de voyages et de plus de 20 % dans celui de l'hôtellerie, sans que pour autant des licenciements soient encore envisagés. Mais on peut craindre que quelques défaillances, restructurations, regroupements, rachats d'entreprises, puissent avoir, si la reprise ne se manifestait pas début 2002, alors des conséquences graves sur l'emploi, avec des licenciements de personnels permanents et de non-emploi de personnels saisonniers.

**Votre rapporteur suggère au Gouvernement d'agir sans tarder afin de donner les moyens au secteur du tourisme de traverser la crise le plus rapidement possible.**

La réaction immédiate du gouvernement a consisté d'une part, à permettre aux entreprises du secteur d'obtenir le report de leurs échéances fiscales et sociales, lorsqu'elles ont été concernées par la crise, et d'autre part, de renforcer les moyens de Maison de la France à hauteur de 30 millions de francs, afin de financer une campagne de promotion de la France à l'étranger. Cette dotation supplémentaire, approuvée par votre rapporteur qui considère la situation critique, ne doit pas provenir d'un redéploiement de crédits comme le gouvernement l'a tout d'abord laissé entendre, avant que le secrétaire d'Etat au tourisme, M. Jacques Brunhes, n'affirme que « *Ce n'est pas un redéploiement mais une somme de 30 millions de francs supplémentaires qui sera accordée à Maison de la France* »<sup>1</sup>.

## ***B. LES VACANCES POUR TOUS, UN OBJECTIF MAJEUR DE LA POLITIQUE DU TOURISME***

**Les vacances sont un droit fondamental qui doit être effectif pour tous : or, aujourd'hui, 40 % des familles ne partent jamais en vacances. C'est sur ce constat que s'appuie la politique du secrétariat d'Etat au tourisme.**

Le droit aux vacances pour tous s'appuie largement sur les associations du tourisme social et associatif, regroupées depuis le décret du 22 décembre 1999 au sein d'une coordination nationale du tourisme social et associatif.

---

<sup>1</sup> *Journal Officiel, Assemblée nationale, compte rendu intégral des séances du mercredi 7 novembre 2001, p. 7261.*

**Le soutien budgétaire au secteur associatif du tourisme augmente cette année de 12%**, passant de 16,5 millions de francs dans le projet de loi de finances pour 2001 (2,5 millions d'euros) à 18,5 millions de francs en 2002 (2,82 millions d'euros).

Ces crédits permettent, en premier lieu de **confirmer la mission dévolue au groupement d'intérêt public «Bourse solidarité vacances »**, créé le 15 novembre 1999, et dont l'objet est de mobiliser les moyens d'accueil et de transport à destination des populations défavorisées, dans le cadre de la lutte contre l'exclusion.

Avec un budget sur fonds propres de 1,41 million d'euros (9,2 millions de francs), le GIP devrait permettre à 20.000 personnes de partir en vacances en 2002. Parallèlement, le GIP a diversifié son effort en 2001 : **tournée jusqu'alors prioritairement vers les familles, la Bourse solidarité Vacances s'intéresse désormais** à d'autres publics et en particulier, les **personnes âgées et les handicapées**.

La dotation 2002 sera également affectée :

- aux conventions d'objectifs que l'Etat signera avec les associations de tourisme social pour relayer son action en faveur notamment de l'insertion sociale des jeunes et des familles en difficulté,

- aux actions en faveur des personnes handicapées dans le cadre de la campagne nationale qui leur est dédiée, mise en place par le secrétariat d'Etat au tourisme depuis 1998,

- à la réalisation du deuxième volet d'une campagne institutionnelle en faveur du tourisme social et associatif.

Par ailleurs, les aides à la personne sont complétées par des aides à la pierre.

Sur la période 1990/2000, dans le cadre du **plan « patrimoine »**, 528 opérations d'aide ont pu être réalisées et 100.000 lits en ont bénéficié, pour un montant de près de 46 millions d'euros (300 millions de francs).

Pour la période 2001/2006, le CIADT du 9 juillet 2001 a approuvé le **programme de consolidation des équipements de tourisme social**, destiné à combiner des objectifs d'aménagement du territoire à ceux d'une nécessaire adéquation des équipements aux normes actuelles et aux exigences des publics concernées (familles, personnes handicapées). Ce programme prendra donc le relais du plan « Patrimoine ». Au total, il est doté de 27,44 millions d'euros (180 millions de francs) de crédits, complété par 9,15 millions d'euros du FNADT dans les zones rurales et de moyenne montagne. La dotation pour 2002 est de 4,12 millions d'euros en autorisations de programme, soit une croissance de 11 % par rapport à 2001 (plan patrimoine). En crédits de paiement, la croissance est de 5 %, avec une dotation de 2,15 millions d'euros.

Au delà des mesures budgétaires, la volonté de faire accéder tous les Français aux vacances se traduit par **la réforme des conditions d'attribution des chèques-vacances**. La loi n°99-584 du 12 juillet 1999 élargit le public bénéficiaire des chèques-vacances aux employés des PME-PMI de moins de 50 salariés. En outre, la quotité apportée par le salarié est réduite de moitié.

Au total, ce dispositif a permis le départ en vacances de plus de 4 millions de personnes avec 682 millions d'euros (4,4 millions de francs) de chèques-vacances émis en 2000.

Enfin, **un label « Tourisme handicap »** a été élaboré pour faciliter l'accès des personnes handicapées aux équipements de tourisme.

### ***C. MIEUX RÉPARTIR LE TOURISME SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE***

Les contrats de plan sont un outil pertinent pour permettre au tourisme de constituer un facteur d'aménagement du territoire. Votre rapporteur se félicite donc de voir l'actuelle génération des contrats de plan (2000-2006) quadrupler le montant des dotations consenties dans le cadre de l'ancienne génération.

En effet, **le secteur du tourisme bénéficiera au total, de 2000 à 2006, d'un montant global de crédits de 1.337 millions de francs** (203 millions d'euros), soit **quatre fois plus que le contrat de plan précédent** (343 millions de francs ou 52 millions d'euros).

Cette enveloppe globale inclut :

- le contrat de plan initial pour 788 millions de francs (10 millions d'euros) ;
- les six conventions interrégionales de massif (109 millions de francs ou 16 millions d'euros) ;
- les avenants au contrat de plan signés dans 15 régions pour réparer les conséquences des intempéries et de la marée noire, pour 440 millions de francs (67 millions d'euros).

Les dotations prévues dans le projet de budget pour 2002 restent stables par rapport à l'année dernière où elles avaient fortement cru : en dépenses d'intervention elles atteignent 60 millions de francs (9,1 millions d'euros) et en capital, 65 millions de francs (9,9 millions d'euros). **Une franche augmentation des dotations annuelles va être nécessaire pour respecter les engagements pris par l'Etat dans le nouveau contrat de plan.**

**Cinq thèmes majeurs ont été retenus par l'Etat et les acteurs locaux pour favoriser le développement local :**

- améliorer la qualité des hébergements touristiques ;
- organiser l'observation économique au plan régional ;
- adapter les entreprises de tourisme aux évolutions du marché ;
- traduire le droit aux vacances pour tous en actions concrètes en faveur des jeunes, des handicapés, des personnes défavorisées ;
- mettre en valeur le patrimoine culturel et naturel.

#### ***D. LA PROMOTION DE LA FRANCE À L'ÉTRANGER ET EN FRANCE***

La promotion de la France à l'étranger et en France est assurée par le groupement d'intérêt public Maison de la France, qui vient justement de faire l'objet d'un contrôle budgétaire de votre rapporteur. Pour des raisons de calendrier, les observations contenues dans le rapport édité à l'issue de ce contrôle n'auront pu être prises en compte dans le projet de loi de finances pour 2002.

**Les principales observations de votre rapporteur faites dans le cadre de ce contrôle concernaient le mode de financement du GIE .** Votre rapporteur insiste sur **l'instabilité et l'insuffisance des ressources du GIE**, constituées pour moitié de la subvention annuelle de l'Etat, et pour l'autre des financements apportés par les professionnels membre du groupement. Ce mode de financement ne permet pas de donner à Maison de la France les moyens d'assurer efficacement sa mission, en particulier à l'heure où il lui faut impérativement se développer sur internet. A ce sujet, votre rapporteur se prononce en faveur de l'institution d'une **ressource financière stable**, en utilisant les ressources collectées par les opérateurs du réseau autoroutier. Autre sujet d'inquiétude de votre rapporteur, **les trop nombreuses différences de statut entre les personnels de Maison de la France en poste à l'étranger**, certaines situations étant à proprement parler inacceptables, lorsque, par exemple, certains contractuels se voient appliquer des règles de mobilité qui aboutissent à une diminution de leur indemnité de résidence au bout d'un certain nombre d'années passées à l'étranger et alors qu'ils n'ont pas vocation à passer d'un pays à l'autre.

C'est dans ce contexte que votre rapporteur apprécie les dotations budgétaires destinées au GIE et à son personnel.

**Concernant les dotations des rémunérations des personnels en poste à l'étranger, celles-ci sont encore insuffisantes pour permettre l'intégration de ces personnels à la fonction publique de l'Etat**, intégration qui est préconisée par votre rapporteur. Les discussions avec les représentants du personnel ne sont d'ailleurs toujours pas engagées.

Concernant **la subvention de l'Etat au GIE**, elle reste fixée au même niveau que l'an dernier, soit **27,44 millions d'euros (180 millions de francs)**. Elle sera répartie de la façon suivante :

- 13,9 millions d'euros sont destinés aux dépenses de fonctionnement du GIE

- 12,55 millions d'euros (82,3 millions de francs) financent la participation de l'Etat aux actions menées en partenariat

- 0,99 million d'euros (6,5 millions de francs) sont destinés aux actions de promotion en France : il s'agit d'une mission nouvelle, illustrée par la gestion de la campagne « Bonjour » ou la campagne de restauration de l'image touristique des régions touchées par la marée noire et les intempéries de décembre 1999.

Les objectifs affichés sont les suivants : d'une part, consolider la structure et les moyens d'action des services français à l'étranger et d'autre part, renforcer la capacité du GIE à mobiliser plus fortement ses partenaires professionnels.

Les marchés jugés prioritaires sont l'Allemagne, la Grande-bretagne, les Pays-Bas, les Etats-Unis, le Japon : tous ces pays sont fortement émetteurs de touristes pour la France ou disposent de revenus élevés. Maison de la France envisage par ailleurs d'attaquer les nouveaux marchés qui constituent désormais la Chine, la République Tchèque, ou les pays émergents d'Amérique du sud et centrale.

Compte-tenu de ce qui a déjà été dit dans le rapport précité, on peut faire les observations suivantes :

**- d'abord, on remarque que les missions de Maison de la France se sont étoffées, celle-ci devant gérer des campagnes internes : à cette extension de ses missions n'a pas correspondu un accroissement de la rémunération de l'Etat ;**

**- ensuite, il est douteux que ce niveau de ressources donne au GIE les moyens de se développer sur internet comme il en affiche l'ambition ;**

- Enfin, si l'objectif consistant à mobiliser plus fortement les partenaires de Maisons de la France est tout à fait louable en son principe, on voit mal comment le GIE entend en assurer la réalisation : **les limites du système de partenariat sont apparues très clairement à votre rapporteur durant son contrôle.** Petits, les acteurs du tourisme ont du mal à supporter le coût d'un partenariat avec Maison de la France. Gros, ils ont les moyens d'assurer eux-mêmes leurs opérations de promotions.

**Plus généralement, Maison de la France ne dispose pas des moyens nécessaires pour faire face à la concurrence accrue que lui livrent des pays comme l'Espagne, la Turquie, l'Australie, l'Egypte, et bien d'autres qui ont compris l'intérêt du tourisme et mettent à sa disposition des budgets supérieurs à cent millions d'euros.**

### ***E. LE DÉMÉNAGEMENT DE L'ONT***

La dotation affectée à l'Observatoire National du Tourisme a fortement augmenté l'an dernier, atteignant 2,5 millions de francs dans la loi de finances pour 2001, alors que la dotation n'avait cessé de décroître depuis 1995 où elle avait atteint 2,3 millions de francs. Ces dernières années, la dotation s'était stabilisée autour de 2 millions de francs. **Le projet de loi de finances reconduit la dotation au même niveau que l'an dernier, soit 2,5 millions de francs (0,38 million d'euros).**

**Cette forte augmentation résulte pour partie du changement de statut fiscal de l'organisme et son assujettissement à la TVA, et pour le reste, du déménagement de l'Observatoire dans des locaux situés au 8, avenue de l'Opéra au cours du mois de janvier 2001.**

D'après les renseignements fournis à votre rapporteur, ce déménagement a été motivé par la vétusté des bureaux occupés jusqu'alors rue de Linois par l'ONT. De manière générale, les locaux de la Direction du Tourisme rue de Linois ne respectent pas les normes actuelles de sécurité ce qui pose la question de la localisation de la direction du Tourisme. En ce qui concerne l'ONT, le déménagement a été décidé en octobre 2000 et effectué au début de l'année 2001. L'immeuble dont il est question appartient au domaine privé de l'Etat, il est aujourd'hui affecté pour partie au secrétariat d'Etat au tourisme et pour partie au ministère de l'Equipement, des Transports et du Logement qui y loge l'ANAH. L'ONT occupe le premier étage de l'immeuble. **Ce déménagement a eu un coût : les travaux à effectuer au 8, avenue de l'Opéra se sont élevés à 1 million de francs.** Ils ont été financés par le budget de l'ONT. Par ailleurs, **l'occupation de locaux indépendants de la Direction du Tourisme va entraîner des charges de fonctionnement s'élevant à 375.000 francs par an (57.000 euros).** Ce montant ne comprend ni le chauffage, ni la quote-part des charges de copropriété.

**Votre rapporteur déplore que les problèmes de locaux de la Direction du tourisme soient traités de la sorte.** Si les locaux rue de Linois posent effectivement des problèmes de sécurité, il convient à son sens de traiter la question dans son ensemble et non de déménager à grand frais telle ou telle partie de la direction du tourisme, laissant le problème de fond irrésolu.

### ***F. MIEUX CONNAÎTRE LA REALITE TOURISTIQUE***

Depuis deux ans, la dotation pour les études fait l'objet d'une forte augmentation. Cette année, elle s'élève à 13,6 millions de francs (2,08 millions d'euros). Cette augmentation a servi à la réalisation d'une **enquête aux frontières.** Cette enquête a été rendue nécessaire par la mise en circulation de l'euro, qui a bouleversé les conditions de recensement des flux

de voyage en balance des paiements. Or, ces données du poste « voyages » de la balance des paiements sont essentielles tant à la Banque de France qu'à la Direction du tourisme pour l'estimation des flux de touristes ou à l'INSEE pour la construction des comptes nationaux. En outre, dans le prolongement de cette enquête sera mis en place un dispositif permanent d'observation des flux de touristes non-résidents, indispensable avec la mise en place de l'euro, à l'établissement du poste « voyages » de la balance des paiements et essentiel à la réalisation de travaux statistiques futurs.

### ***G. LA SITUATION DELICATE DU FUTUROSCOPE DE POITIERS***

Le rapport de l'année dernière s'était intéressé au succès croissant des parcs à thèmes. **Votre rapporteur souhaite aujourd'hui attirer l'attention sur la situation délicate dans laquelle se trouve le Futuroscope de Poitiers, qui a été privatisé en 2000.**

Le Futuroscope de Poitiers a été vendu par le Conseil général de la Vienne à hauteur de 69 % au groupe privé français Amaury (éditeurs de quotidien –Le Parisien, L'Equipe-, organisateur du Tour de France). Le reste des parts appartient à de grands groupes (Vivendi, Suez).

Le Conseil général reste cependant propriétaire des murs et du foncier et reçoit à ce titre une **redevance annuelle de 36 millions de francs.**

**Or, les deux premières années de la gestion privée du parc se sont soldées par un déficit de 100 millions de francs, pour un chiffre d'affaires annuel de l'ordre de 600 millions de francs.** Après une année 2000 médiocre, l'année 2001 s'est révélée catastrophique.

Le groupe Amaury réclame aujourd'hui une baisse du loyer de 36 millions de francs à 30 millions de francs, ainsi que des modifications de ses engagements vis-à-vis du Conseil général de la Vienne. Il réclame en particulier la liberté d'investissement, le libre choix de la durée d'ouverture. On se rappelle à ce sujet que la première décision ayant suivi la privatisation avait été la fermeture du Futuroscope au mois de janvier, une période de l'année peu rentable.

**Votre rapporteur s'inquiète de la situation à double titre. Le Futuroscope est devenu la « locomotive économique de la Vienne » : il emploie 800 salariés en contrat à durée indéterminée et beaucoup plus avec les vacataires qui se comptent en centaines. Les restructurations envisagées par la direction ne doivent pas se traduire par des pertes d'emplois.**

**Votre rapporteur approuve la décision de baisser les tarifs dès 2002 et d'augmenter les investissements en communication, mais s'interroge sur l'ampleur du virage à prendre pour le Futuroscope : non seulement il va falloir juguler la baisse de la fréquentation, mais en plus**

**une concurrence accrue se dessine à l'horizon avec l'ouverture de Vulcania en Auvergne ou celle du deuxième parc Disney consacré au cinéma.**

## I. PRÉSENTATION GÉNÉRALE DES CRÉDITS

Les crédits demandés au titre du Tourisme pour 2002 s'élèvent à 73.8 millions d'euros (484 millions de francs), soit une augmentation de 2,3 % par rapport à l'année dernière où les crédits avaient atteints à 72,2 millions d'euros (473 millions de francs). Après les taux de croissance élevés des deux dernières années ( +12% en 2001 et +7,4% en 2000) le ralentissement de la croissance des crédits est donc net. En revanche, la progression est constante et substantielle depuis le début de la législature, puisque les moyens d'engagement ont crû de 52 % entre le projet de loi de finances pour 1998 et le projet de loi de finances pour 2002, et les moyens de paiement de 43 %.

Nature des crédits	PLF 2001	Budget voté 2001	PLF 2002	Evolution PLF 2002/2001
Titre III - Moyen des services	21,16	21,15	22,41	+5,9%
Titre IV - Interventions publiques	44,21	44,73	44,51	+0,6%
Total des dépenses ordinaires	65,37	65,89	66,93	+2,3%
Titre VI - Subventions d'investissements accordées par l'Etat				
AP	13,61	15,17	14,03	+3,6%
CP	6,83	8,38	6,96	+1,9%
<b>Total général en (crédits de paiement)</b>	<b>72,20</b>	<b>74,28</b>	<b>73,89</b>	<b>+2,3%</b>

Il convient de rappeler que, lors de l'examen de la loi de finances pour 2001, le Parlement a majoré de 2 millions d'euros les crédits demandés par le projet de loi de finances initiale en termes de crédits de paiement.

L'importance des crédits non reconductibles explique que les évolutions ramenées au budget voté soient un peu moins favorables : c'est ainsi que par rapport à la loi de finances pour 2001, les crédits dévolus au tourisme sont en baisse de 0,5 %. **Dans un contexte qui s'annonce difficile pour le tourisme aujourd'hui et à moyen terme, cette baisse apparaît préoccupante.**

		<b>1996-2001</b>					
		<b>PLF 1996</b>	<b>PLF 1997</b>	<b>PLF 1998</b>	<b>PLF 1999</b>	<b>PLF 2000</b>	<b>PLF 2001</b>
<b>31, 32, 33</b>	<b>Personnel</b>	86 468 999	84 711 081	84 270 000	87 230 000	87 630 000	90 782 000
<b>34-97</b>	<b>Moyens de fonctionnement des services centraux</b>	<b>37 421 125</b>	<b>37 030 000</b>	<b>32 580 000</b>	<b>32 000 000</b>		
Ancien	10 Administration centrale	36 371 125	36 030 000	31 580 000	31 000 000		
	§ 10 à 60 : Fonctionnement courant	18 250 000	16 330 000	16 000 000	16 000 000		
	§ 70 : Etudes	8 000 000	8 500 000	7 550 000	7 300 000		
	§ 80 : Information, promotion et communication	4 921 125	6 000 000	3 130 000	3 200 000		
	§ 90 : Informatique et télématique	5 200 000	5 200 000	4 900 000	4 500 000		
	20 S.E.A.T.M.	1 050 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000		
<b>34-98</b>	<b>Moyens de fonctionnement des services déconcentrés</b>	<b>6 000 000</b>	<b>7 000 000</b>	<b>7 000 000</b>	<b>7 500 000</b>		
Ancien	10 DRT	6 000 000	7 000 000	7 000 000	7 500 000		
<b>34-98</b>							
Nouveau	10 Administration centrale					40 870 770	47 900 770
	§ 10 à 60 : Fonctionnement courant					40 870 770	38 100 770
	§ 70 : Etudes					17 300 000	13 730 000
	§ 80 : Information, promotion et communication					3 200 000	4 000 000
	§ 90 : Informatique et télématique					4 500 000	4 500 000
	20 S.E.A.T.M.					1 000 000	1 000 000
	30 Délégations régionales au tourisme					8 000 000	8 800 000
<b>37-91,10</b>	<b>Frais de justice et réparations civiles</b>	150 000	150 000	150 000	100 000	100 000	100 000
<b>Titre III</b>		130 040 124	128 891 081	124 000 000	126 830 000	137 600 770	138 782 770
<b>44-01</b>	<b>Développement de l'économie touristique</b>	<b>235 000 000</b>	<b>196 239 666</b>	<b>179 999 666</b>	<b>214 670 000</b>	<b>250 007 000</b>	<b>290 000 000</b>
	art.10 Observation économique	4 000 000	3 973 000	3 613 000	3 200 000	3 200 000	2 500 000
	§10 O.N.T.	2 200 000	2 130 000	1 937 000	2 000 000	2 000 000	2 500 000
	§20 Conventions régionales	1 800 000	1 843 000	1 676 000	1 200 000	1 200 000	0
	art.21 Interventions stratégiques	<b>42 200 000</b>	<b>37 300 000</b>	<b>33 928 000</b>	<b>38 968 000</b>	<b>41 570 000</b>	<b>46 000 000</b>
	§10 Actions à caractère économique	24 200 000	21 000 000	19 928 000	19 968 000	20 770 000	16 800 000
	Soutien aux indus touristiques et formation aux emplois	18 500 000	2 500 000	2 312 000	2 312 000	2 312 000	3 150 000
	Valorisation internationale	700 000	700 000	647 000	687 000	1 400 000	1 740 000

TITRE VI							
		A P					
<b>66-03</b>	<b>Développement territorial du tourisme</b>	<b>64 000 000</b>	<b>37 000 000</b>	<b>45 000 000</b>	<b>45 000 000</b>	<b>59 000 000</b>	<b>89 300 000</b>
10	Contrats de plan Etat-régions	31 000 000	20 700 000	20 700 000	20 700 000	34 700 000	65 000 000
20	Programmes d'aménagement touristique	10 000 000	0	0	0	0	0
30	Programme de rénovation des hébergements à caractère touristique	23 000 000	16 300 000	24 300 000	24 300 000	24 300 000	24 300 000
<b>CP</b>							
<b>66-03</b>	<b>Développement territorial du tourisme</b>	<b>28 200 000</b>	<b>25 000 000</b>	<b>34 000 000</b>	<b>30 500 000</b>	<b>35 700 000</b>	<b>44 800 000</b>
10	Contrats de plan Etat-régions	18 300 000	15 100 000	15 100 000	15 100 000	20 300 000	23 390 000
	Services votés	9 000 000	9 000 000	9 000 000	8 890 000	9 890 000	9 890 000
	Mesures nouvelles	9 300 000	6 100 000	6 100 000	6 210 000	10 410 000	19 500 000
20	Programmes d'aménagement touristique	3 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000
	Services votés	0	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000
	Mesures nouvelles	3 000 000	0	0	0	0	0
30	Programme de rénovation des hébergements à caractère associatif	6 900 000	7 900 000	16 900 000	13 400 000	13 400 000	13 410 000
	Services votés	0	3 000 000	3 000 000	6 110 000	6 110 000	6 110 000
	Mesures nouvelles	6 900 000	4 900 000	13 900 000	7 290 000	7 290 000	7 300 000
<b>Total DO ± CP</b>		<b>393 240 124</b>	<b>350 130 747</b>	<b>337 999 666</b>	<b>372 000 000</b>	<b>423 370 770</b>	<b>473 582 770</b>
<b>Total DO ± AP</b>		<b>429 040 124</b>	<b>362 130 747</b>	<b>348 999 666</b>	<b>386 500 000</b>	<b>446 670 770</b>	<b>518 082 770</b>

**Evolution PLF 2002 / PLF 2001**

*(en francs)*

Chapitres/		PLF 2001 (A)	PLF 2002 (A)	Variation PLF 2002 / PLF 2001
------------	--	--------------	--------------	----------------------------------



## **A. LES DÉPENSES ORDINAIRES**

### **1. Les moyens des services**

Les crédits du **titre III** demandés pour 2002, soit 22,4 millions d'euros, sont en **augmentation de 5,9 % après la hausse de 0,9 %** du précédent budget.

Cette évolution est le résultat de :

- **L'augmentation des charges de personnel de près de 7%** qui fait suite à la croissance de 4 % enregistrée l'année dernière. Celle-ci résulte :

- de la revalorisation des rémunérations publiques au titre des années 2000, 2001 et 2002, revalorisation qui résulte de l'augmentation du point fonction publique et de la mise au point d'un futur statut des délégués régionaux du tourisme (DRT),

- de la transformation de 60 emplois pour 0,48 million d'euros,

- de l'ajustement de la dotation des rémunérations des personnels dans les services français du tourisme à l'étranger ainsi que de l'ajustement de la dotation afférente aux indemnités de résidence de ces personnels pour 0,5 million d'euros.

- **L'augmentation de 4 % des moyens des services du chapitre 34-98**, après l'effort de compression de l'année dernière, qui résulte :

- d'une part, de l'augmentation des crédits d'informatique de l'administration centrale au titre du programme ACCORD,

- de la participation du ministère aux travaux de rénovation des locaux du 8, avenue de l'opéra qui abrite désormais l'Office national du tourisme.

Concernant les emplois du ministère, les effectifs se stabilisent à 321 emplois, comme l'année dernière. Cette stabilité permet cependant de créer un poste de titulaire.

Votre rapporteur, attentive à la situation des personnels de l'administration du tourisme, traditionnellement assez mal lotis, se réjouit de la mise au point d'un statut pour les directeurs régionaux du tourisme.

## 2. Les moyens d'intervention

Le **chapitre 44-01 Développement de l'économie touristique**, qui a connu ces trois dernières années des taux de croissance à deux chiffres, reste stable cette année (+ 0,6 % par rapport à la LFI).

Ce chapitre retrace :

- **l'article 33** relatif aux *Contrats de plan État – régions* est stable par rapport à l'année dernière, s'établissant à 9,1 millions d'euros (60 millions de francs).

- **l'article 50 Maison de la France**, dont la dotation est également stable, après avoir fortement crû en 1999 et en 2000, l'année 2001 ayant marqué un ralentissement de la croissance à 4%. Mais il faut noter que les croissances des dernières années résultaient plus d'un « effet d'optique budgétaire », puisqu'elles étaient essentiellement dues à des transferts de crédits et de compétences.

- **l'article 10 Observation économique** retrace la subvention à l'Observatoire National du tourisme qui reste stable à 2,5 millions de francs.

- **l'article 21 Interventions stratégiques** qui augmente de 4,3 %. Cette augmentation résulte de l'accroissement de 12 % des dotations du paragraphe 30 « Soutien au secteur associatif ». L'article 21 retrace aussi la dotation de l'Etat à l'Agence Française d'Ingénierie Touristique (AFIT) qui, fixée à 1,9 million d'euros (12,7 millions de francs) reste stable cette année après avoir très fortement augmenté en 2001. Rappelons qu'il s'agit, comme l'année dernière, de compenser le coût de l'assujettissement complet du GIP à la TVA.

- **l'article 34 Autres opérations de développement territorial** poursuit sa décrue au rythme de - 20 % (-17% en 2001 et - 40 % en 2000).

Au total, les variations de ces postes se répercutent au niveau du total des **dépenses ordinaires**, qui augmentent de près de + 6 % par rapport au budget voté.

### B. LES DÉPENSES EN CAPITAL

Les dépenses en capital, regroupées dans le **chapitre 66-03, Développement territorial du tourisme**, chutent de 17% en crédits de paiement et de 6,7% en autorisations de programme, du fait de la suppression de l'article 20 Programmes d'aménagements touristiques. Les deux autres articles du chapitre 66-03 progressent.

- l'article 10 consacré aux Contrats de plan Etats-régions dont la dotation progresse de 7,2 en crédits de paiement et demeure stable en autorisations de programme.

- l'article 30 consacré au programme de consolidation des hébergements de tourisme social dont la dotation progresse fortement, +11% en autorisations de programme et + 5% en crédits de paiement.

Votre rapporteur signale par ailleurs la disparition de l'article 20 « Développement territorial du tourisme », les crédits ayant apparu jusqu'alors sur cette ligne étant désormais inclus dans l'article 10 « Contrats de plan Etats-région ».

## II. L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE

### A. UNE SAISON MOYENNE

#### 1. La fréquentation globale

##### *a) Saison touristique de l'été 2000*

**Globalement, on constate une baisse des départs en vacances des Français.** En 2000, le taux de départ s'est élevé à 65,1 %, en légère baisse par rapport à 1999, mais également aux deux années antérieures au cours desquelles il s'était stabilisé à 66,7 %.

Les séjours pour motif personnel (agrément et famille/amis) ont légèrement régressé par rapport à l'année 1999 : -1,3% en séjours et -0,9% en nuitées.

En juillet 2000, près de 28% des français et en août, plus de 38% ont effectué au moins un déplacement hors de leur domicile pour un motif d'agrément ou de visite à la famille et/ou aux amis.

En juillet et août, les taux de départ en voyages personnels ont été de même niveau qu'au cours de l'été 1999.

On remarque un allongement de la durée des séjours, la durée moyenne de l'ensemble des séjours progressant de 6,9 nuitées en 1999 à 8,1 nuitées en 2000.

Même si, traditionnellement, 9 français sur dix choisissent le territoire national pour destination touristique, **l'été 2000 a été caractérisé par l'augmentation significative des séjours à l'étranger** qui ont représenté 12% des nuitées estivales ainsi qu'une hausse de la durée moyenne des séjours à l'étranger avec 10,6 nuitées. **Cette évolution, couplée à la baisse globale des départs en vacances des Français, doit requérir toute notre attention. Il est probable, cependant, que les événements du 11 septembre dernier contribueront à freiner les départs des Français à l'étranger.**

La mer demeure l'espace privilégié des séjours d'été. Mais le littoral a pâti des effets du naufrage de l'Erika et des conditions météorologiques défavorables. Ainsi, il a perdu presque 10 points en termes de part de marché par rapport à l'été dernier. Cette moindre attraction a profité à la campagne et à la ville qui ont été plus fréquentées.

Concernant les séjours des étrangers, **la fréquentation étrangère a baissé en 2000**, seuls la clientèle américaine ayant davantage fréquenté la France avec une augmentation de plus de 9%. L'Allemagne, l'Italie, le Royaume-Uni et la Belgique ont enregistré des baisses de 5% à 12%.

*b) Bilan de la saison de sports d'hiver 2000-2001*

**La France bénéficie du plus vaste domaine skiable du monde** (30 % du domaine mondial, 1.180 km<sup>2</sup> de domaine skiable), **réparti sur 7 massifs et couvrant le territoire de 46 départements**. Les 220 stations nationales recensées ont une capacité d'hébergement de près de 6 millions de lits touristiques.

Mais si la France possède le domaine skiable le plus important avec les remontées mécaniques les plus performantes, des sites de ski de fond, des espaces pour la pratique des nouvelles glisses, en revanche, **son offre est très diversifiée et très éparpillée en un grand nombre de stations**.

Face à la progression de la France sur le marché des sports d'hiver ces dernières années, la Suisse et l'Autriche ont accentué leur effort d'investissement. Ces deux pays bénéficient, outre l'importance de la clientèle germanique, d'une fréquentation extraeuropéenne (Américains en particulier) et plutôt haut de gamme. L'aménagement des sites, dans le respect de l'architecture locale, est susceptible de séduire une clientèle plus exigeante à la recherche d'authenticité.

Outre les destinations européennes, la France doit maintenant faire face à la concurrence de destinations lointaines, telles les Etats-Unis et le Canada, qui attirent une clientèle européenne de plus en plus nombreuse.

Les Allemands constituent le principal réservoir de clientèle en Europe. Mais ce sont surtout les Belges, les Britanniques et les Espagnols qui privilégient la France comme destination de sports d'hiver. En effet, pour ces trois clientèles, la France est la première destination de sports d'hiver avec une part de marché de 39 % pour les Belges, 35 % pour les Britanniques et environ 33 % pour les Espagnols.

La saison 2000/2001 a été marquée par des très forts contrastes :

- contrastes climatiques entre certains massifs très bien pourvus en neige et d'autres marqués par une pluie abondante ;
- contraste entre les grandes stations qui pour la plupart ont enregistré une forte hausse de leur chiffre d'affaires et des stations de moyenne montagne qui ont connu de sérieuses difficultés ;

- contraste enfin dans les massifs peu enneigés entre des taux de fréquentation touristiques satisfaisants et un nombre de journées skieurs en forte baisse.

Le taux de départ aux sports d'hiver a été de 7,1% pour la saison 2000/2001 au lieu de 7,7% pour la saison d'hiver précédente (séjour à la montagne avec au moins une activité de sport d'hiver). **C'est le score le plus bas enregistré ces dix dernières années.**

Il convient de noter que :

- pendant l'hiver 2000/2001, les cadres et les habitants de la région parisienne ont été moins actifs en termes de taux de départ aux sports d'hiver que les années précédentes ;

- le rajeunissement des touristes observé durant l'hiver 2000/2001 ne semble pas se confirmer : les 15-24 ans diminuent tandis que les 25-34 ans se maintiennent ;

- la clientèle des familles d'un enfant progresse tandis que celle de plus de deux enfants diminue ; le coût des séjours aux sports d'hiver n'y est pas étranger.

## **2. Le bilan de la saison touristique sur le littoral atlantique**

En 2000, le jury réuni de façon exceptionnelle le 8 juin 2000 avait décidé de geler toute attribution du Pavillon la portion de côte située entre l'Île Tudy (Finistère) et l'Aiguillon sur Mer (Vendée). Il s'agissait d'appliquer le principe de précaution afin de conserver au label sa crédibilité aux yeux des touristes français et étrangers et de faire jouer la solidarité entre les communes candidates de la zone sinistrée.

**En 2001, l'attribution du Pavillon Bleu a pu se dérouler normalement** : 26 communes appartenant à la zone qui avait fait l'objet du gel en 2000 ont obtenu le Pavillon bleu en 2001. Elles se répartissent entre le Finistère (3), le Morbihan (7), la Loire-Atlantique (8) et la Vendée (8).

**Le littoral atlantique touché par la marée noire de décembre 1999 est composé des départements suivants :**

**Le Finistère (29)**  
**Le Morbihan (56)**  
**La Loire-Atlantique (44)**  
**La Vendée (85)**  
**La Charente-Maritime (17)<sup>1</sup>**

---

<sup>1</sup> Département peu touché physiquement mais surtout médiatiquement.

S'il est aujourd'hui possible de dresser un bilan consolidé de la saison touristique 2000, ce n'est pas le cas pour la saison 2001, dans la mesure où les grandes enquêtes nationales de l'INSEE nous donnent des résultats pour les hôtels jusqu'en août 2001, et jusqu'en juillet seulement pour les campings.

Néanmoins, les enquêtes d'opinion peuvent donner une idée du déroulement de la saison 2001 pour les zones considérées.

*a) La saison 2000*

Pour la **Bretagne**, la perte des nuitées touristiques extra-régionales est de **-13 %** par rapport à 1999.

Pour la **Charente-Maritime**, la baisse des nuitées extra-départementales est de 8,7 % sur l'ensemble de l'année 2000 par rapport à 1999.

Pour la **Loire-Atlantique**, ces données n'existent pas.

*b) La saison 2001*

De mai à juillet 2001, la **Bretagne** enregistre une baisse des nuitées totales de **- 1,2 %** par rapport à la même période en 2000.

Les **pays de la Loire** enregistrent une croissance de **+ 19,5 %** de leurs nuitées totales.

En **Poitou-Charentes**, les nuitées totales sont en augmentation de **+ 2 %** par rapport à la même période en 2000.

Concernant les clientèles française, seuls le Finistère et quelques communes du Morbihan estiment que leur fréquentation française 2001 est inférieure à celle de la saison 2000. **La Loire-Atlantique, la Vendée et la Charente-Maritime observent un retour des clientèles françaises.**

Comme on pouvait le prévoir, la fréquentation étrangère sur la saison 2001 est estimée en augmentation par la totalité des départements de l'arc atlantique par rapport à la saison 2000. Cet accroissement peut se traduire par un **début de reconquête des marchés étrangers.**

Néanmoins, par rapport à la saison 1999, la situation est tout autre, puisque le Finistère, le Morbihan, la Loire Atlantique et certaines communes littorales de Vendée et de Charente-Maritime ne semblent pas avoir retrouvé leur niveau de fréquentation étrangère de 1999.

## **B. COMPARAISONS INTERNATIONALES**

### **1. La progression continue du tourisme mondial en 2000**

Le contexte économique mondial et les nombreux événements en l'honneur du nouveau millénaire ont contribué au développement des déplacements touristiques internationaux en 2000 ; ceux-ci ont progressé de 7,3 % par rapport à 1999, après une hausse de 4,1 % de 1999 par rapport à 1998.

Les événements survenus le 11 septembre dernier aux Etats-Unis devraient avoir l'effet inverse, bien que leur impact à moyen terme soit difficilement prévisible. En outre, ils surviennent après la période estivale privilégiée des touristes.

Derrière les taux de croissance moyens, apparaissent des situations contrastées : si l'Europe demeure en tête avec 58 % du total des arrivées, **ce sont les pays asiatiques, ainsi que l'Afrique, qui bénéficiaient depuis quelques années des plus forts de croissance.**

Ce phénomène s'explique à la fois par l'intensification des efforts consacrés à accroître l'offre touristique de ces pays, mais également par l'émergence de nouvelles clientèles touristiques dans des zones géographiques proches.

**La région d'Asie de l'Est et du Pacifique est redevenue la locomotive de la croissance du tourisme.** La croissance a été générale pour les grandes destinations touristiques de la région. D'autres pays, d'Asie de l'Est et du Pacifique, en plus de la Malaisie, Macao, Hong-Kong et Singapour qui affichaient, l'année dernière, les taux de croissance les plus élevés, ont connu une croissance très soutenue : Chine (+ 15,5 %), Corée (+ 14,2 %), Viet-Nam (+ 20,1 %). Il en est de même pour l'Iran (+ 28,7 %) et le Pakistan (+ 25,7 %), qui témoignent ainsi de l'attrait croissant du continent asiatique auprès des pays émetteurs.

**Le Moyen Orient connaît la seconde croissance la plus élevée en 2000, + 12,1 % d'arrivées par rapport à 1999.** Les pays du pourtour de la Méditerranée continuent d'enregistrer une progression de leur fréquentation.

**Le continent américain a connu une croissance moindre dont les Etats-Unis ont été les principaux bénéficiaires.** Cependant d'autres

destinations telles la République dominicaine, Cuba, le Pérou et le Mexique enregistrent des taux de croissance appréciables.

#### Arrivée de touristes internationaux

Zones d'arrivées	Croissance 2000/99	1996 part relative	2000 part relative
Europe	5,9	58,7	57,7
Afrique	4,5	3,7	4
Asie de l'Est et Pacifique	14,6	14,9	16
Asie du Sud	11,1	0,7	0,9
Amériques	5,5	19,6	18,5
Moyen-Orient	12,2	2,4	2,9
Total Monde	7,3	100,0	100,0

Source : Organisation Mondiale du Tourisme

#### Recettes au titre du tourisme international (transports exclus)

Zones d'arrivées	2000 (p)	2000/99	1996 part relative	2000 part relative
Europe	231800	-0,4	50,5	48,6
Afrique	10800	4,9	2	2,3
Asie de l'Est et Pacifique	82100	9,2	18,9	17,2
Asie du Sud	5100	10,9	0,9	1,1
Amériques	137400	12,3	25,8	28,8
Moyen-Orient	10100	4,1	1,9	2,1
Total Monde	477300	4,9	100,0	100,0

(p) : provisoire

Source : Organisation Mondiale du Tourisme

## 2. Les performances de la France

La France, avec 75.5 millions d'arrivées touristiques en 2000, capte 11 % du marché mondial et 19 % du marché européen, confirmant sa position de première destination touristique internationale devant les Etats-Unis et l'Espagne.

La destination France voit cependant augmenter le nombre des séjours touristiques réalisés par les clientèles étrangères de 3,4 % par rapport à 1999, de manière moins rapide que l'évolution globale (+ 7,3 %) ou européenne (+ 5,9 %). C'est cette moindre croissance qui inquiète votre rapporteur, car elle signifie, à terme, des pertes de parts de marchés pour la France.

<i>en milliers</i>	Arrivées					Recettes (transport exclu)				
	1996	1997	1998	1999	2000	1996	1997	1998	1999	2000
<b>France</b>	62 406	67 310	70 040	73 042	75 500	28 357	28 009	29 931	31 507	29 900
<b>Espagne</b>	40 541	43 403	43 396	46 776	48 201	26 690	26 651	29 839	32 400	31 000
<b>Italie</b>	32 853	34 087	34 933	36 516	41 182	30 017	29 714	29 866	28 359	27 439
<b>Etats-Unis</b>	46 489	47 754	46 404	48 497	50 891	69 751	73 268	71 286	74 881	85 153

**En termes de recettes, non seulement la France n'est qu'au troisième rang mondial, (alors qu'elle occupe le premier rang en termes de fréquentation), mais elle accuse une baisse de 5,1 % par rapport à 1999. Cette évolution inquiète votre rapporteur.**

Les données de la Banque de France sur le poste voyage de la balance des paiements font apparaître une évolution plus favorable. Le solde du poste « voyages » de la balance des paiements s'élève en effet pour l'ensemble de l'année 2000 à 15,2 milliards d'euros (99,4 milliards de francs), soit une progression de 13 % par rapport à 1999.

### **C. LES CHIFFRES GLOBAUX**

#### **1. Le poids relatif du tourisme**

L'emploi intérieur dans la branche HCR (hôtels-cafés-restaurants) constitue un premier indicateur intéressant du poids économique du secteur, qui représente **3,6 % de l'ensemble des emplois intérieurs de l'économie et 13,8 % des emplois intérieurs des services marchands.**

*1999 (données provisoires)*

Activités	Total en milliers	Dont salariés en %
Services marchands	6164,8	90,4
<b>Dont HCR</b>	<b>849,7</b>	<b>77,9</b>
Total activités tertiaires	10458,8	89,1
Ensemble de l'économie	23573,3	89,2

Source : INSEE - Comptes nationaux

La forte proportion de non-salariés (22,1%) est caractéristique de cette branche qui regroupe un nombre important d'entreprises de petite taille. Près d'une personne sur quatre est en effet non salariée dans cette branche alors que cette situation ne concerne qu'une personne sur dix dans l'ensemble de l'économie.

## 2. L'évolution de l'emploi

Le tourisme est un secteur qui crée des emplois. Au cours des vingt dernières années, l'emploi dans le secteur hôtels-café-restaurants a augmenté en moyenne de 1,9% par an, soit plus que pour l'ensemble de l'économie (+0,4%) par an). Près de 268 milliers d'emploi ont été créés, ce qui correspond à près de 15% des emplois créés. Le nombre de salariés dans le secteur est passé de 206,7 milliers en 1980 à 187,8 milliers en 1999.

<b>Emploi intérieur (en milliers)</b>	<b>1980</b>	<b>1990</b>	<b>1999 (provisoire)</b>	<b>Evolution moyenne annuelle entre 1980 et 1999</b>
Hôtels, cafés et restaurants	582.1	785.0	849.7	+ 1,9%
Ensemble de l'économie	21 847.1	22 140.1	23 573.3	+ 0,4%
Part des HCR dans l'ensemble de l'économie	2,7%	3,6%	3,6%	

Source : INSEE - Comptes nationaux

### III. LA POLITIQUE DU TOURISME

#### A. LE TOURISME, FACTEUR D'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE

##### 1. Les contrats de plan Etat-régions

###### *a) La répartition des compétences*

Les lois du 7 janvier et du 22 juillet 1983 relatives à la répartition des compétences entre les communes, les départements, les régions et l'Etat ne considèrent pas de façon explicite le tourisme comme une catégorie particulière de compétences. Ainsi, chacune des collectivités territoriales a compétence pour intervenir en faveur du développement du tourisme.

En matière d'aide au développement économique, la loi du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des communes, des départements et des régions, et les lois de plan, attribuent à la région un rôle prépondérant.

La collaboration de l'Etat avec les collectivités territoriales dans le domaine du Tourisme s'effectue essentiellement au travers des contrats de plan.

###### *b) L'actuelle génération des contrats de plan Etat-régions en matière de tourisme*

Le bilan des précédents contrats de plan Etats-régions engagé par la direction du tourisme a permis de dégager **cinq axes de contractualisation pour la nouvelle génération des CPER** (2000-2006), qui ont été arrêtés par le secrétariat d'Etat au tourisme :

- la réhabilitation de l'immobilier de loisirs
- l'observation économique du tourisme
- l'adaptation des entreprises aux évolutions du marché
- le droit aux vacances pour tous
- l'attractivité des territoires et le développement durable

*c) Les moyens financiers*

Comme il a été dit plus haut, **le secteur du tourisme bénéficie de 2000 à 2006 d'un montant global de crédits de 203,82 millions d'euros (1.337 millions de francs) intégrant :**

- le contrat de plan initial pour 120,13 millions d'euros (788 millions de francs)
- les six conventions interrégionales de massif (16,62 millions d'euros ou 109 millions de francs)
- les avenants au contrats de plan signés dans 15 régions, pour réparer les conséquences des intempéries et de la marée noire de 1999 (67,08 millions d'euros ou 440 millions de francs)

**Par rapport au plan précédent 1994-1999 les dotations représentent un quadruplement du montant des crédits.**

## **2. Le développement local et l'emploi**

*a) Les emplois-jeunes*

Au cours de la rencontre nationale des emplois-jeunes du tourisme organisée par le secrétariat d'Etat au tourisme les 13 et 14 juin 2001 au Cap d'Agde (Hérault), deux cent participants, jeunes, employeurs, fédérations ont débattu du bilan du dispositif.

(1) Bilan quantitatif du dispositif

7.856 CEJ ont été conclu au 31.03.01

4.629 CEJ sont en poste au 31.03.01

Les 2/3des CEJ sont recrutés par des associations

70% travaillent dans le milieu rural

7 CEJ/10 sont en CDD

2/10 sont à 35 h

5/10 sont payés au SMIC et 1/10 ont 120% du SMIC

<sup>3</sup>/4étaient antérieurement demandeurs d'emploi ; 1/10 Rmistes

2/3 sont des femmes

6/10 ont un niveau de formation supérieur ou égal à Bac+2

(2) Bilan qualitatif du programme

Une enquête, à la demande de la direction du tourisme, a été conduite par Bernard Brunhes Consultants. Il en ressort que le programme a des effets positifs sur la professionnalisation, le développement, les modes de management, la qualité des services et la diffusion des nouvelles technologies d'information et de communication :

- On constate une professionnalisation de la filière
- Le dispositif favorise le développement d'activités touristiques par des structures frileuses qui sous-estimaient ou ignoraient le potentiel offert par le tourisme.
- Sur les modes de management de structures mal organisées ou « touche à tout » qui dorénavant doivent s'efforcer de mieux identifier les missions, manager les compétences et les organiser en pluricompetences
- Sur la qualité du service rendu qui s'est amélioré
- Sur la diffusion des nouvelles technologies d'information, et de communication au sein des structures employeurs qui s'accélère avec l'embauche de jeunes dotés le plus souvent de compétences réelles en informatiques.
- Par un regain de mobilisation des élus et leurs partenaires dans le cadre de la préparation des contrats de plan État-régions et leur déclinaison au niveau des pays.

*b) Les travailleurs saisonniers du tourisme*

A la suite du rapport Le Pors sur l'amélioration de la situation sociale et professionnelle des travailleurs saisonniers du tourisme, le Gouvernement a adopté le 9 février 2000 un plan d'actions en quinze mesures.

Ce plan, qui vise à concilier développement économique et qualité de l'emploi dans le secteur du tourisme, s'est poursuivi en 2001 au tour de deux domaines principaux :

- les questions liées au logement des saisonniers ;
- celles ayant trait à leurs droits sociaux : pérennisation des contrats de travail, représentation du personnel, accès à la médecine du travail, formation et information.

(1) Le plan pour le logement

Il comprend deux axes d'actions :

*(a) L'adaptation des aides pour favoriser l'accès des saisonniers au logement et améliorer leur solvabilité*

Le bénéfice des aides personnelles au logement pour les travailleurs saisonniers se heurte, en effet, à deux obstacles majeurs : l'exigence d'occupation du logement pour une durée minimale de huit mois, comme résidence principale, et le fait que la sous-location en meublé n'est pas reconnue pour eux.

Le code de la construction et de l'habitat et le Code de la sécurité sociale ont été modifiés par décret du 7 juillet 2000 pour permettre des dérogations à la règle des huit mois, dans le cas des travailleurs saisonniers.

Il est permis, par la loi «solidarité et renouvellement urbain», de pratiquer la sous-location, en meublé de logements publics ou privés conventionnés, par le biais des centres communaux d'action sociale ou des associations agréés.

Concernant l'accès au parc privé, les jeunes saisonniers (moins de 30 ans) peuvent bénéficier des garanties locatives et des préfinancements de caution mis en place dans le cadre du 1% logement.

Par ailleurs les saisonniers du tourisme de moins de 25 ans peuvent bénéficier de différents aménagements des barèmes des aides personnelles au logement décidées par la conférence de la famille de juillet 1999.

*(b) L'amélioration des droits sociaux des salariés saisonniers du tourisme*

Les mesures prises sont les suivantes :

1 – Le guide sur les droits des saisonniers, édité par le secrétariat d'État au tourisme, a été diffusé à plus de 100.000 exemplaires.

2- Par ailleurs, face à l'isolement dans lequel se trouvent les saisonniers itinérants arrivant en station le secrétariat d'État au tourisme souhaite voir se développer des lieux appelés « maison des saisonniers » où ceux-ci pourront disposer d'informations sur le logement, l'emploi, la formation et qui constitueront également des lieux de rencontre. En 2001 ont été mises en place trois maisons des saisonniers, en Ardèche, dans le Morbihan et en Haute-Savoie, et en 2002 les régions Aquitaine et Provence Alpes Côte d'Azur devraient en voir naître quelques-unes.

3 – Les salariés saisonniers ne disposent pas aujourd'hui de représentation élue du personnel. Les directeurs départementaux du travail, de l'emploi et de la formation professionnelle favorisent localement la mise en place de délégués de site en lien avec les partenaires sociaux. Une première tentative a été effectuée à Courchevel pendant la saison hivernale 2000-2001.

4 – En matière de santé, les services déconcentrés du ministère de l'emploi et de la solidarité veilleront à leur prise en charge par les services de médecine du travail dès la promesse d'embauche.

5 – La pérennisation du contrat de travail est rendue possible par le biais du contrat de travail intermittent créé par la loi sur la réduction négociée de la durée du travail.

6 – Dans le même but, cette loi ouvre aux entreprises de plus de 300 salariés la possibilité d'adhérer à un groupement d'entreprises.

7 – Pour la formation dont les saisonniers sont très souvent exclus, la réforme de la formation professionnelle, actuellement en préparation, permettra à chaque salarié de bénéficier d'un droit individuel à la formation, transférable et garanti collectivement.

Par ailleurs, l'élargissement de la validation des acquis professionnels, qui sera rendu possible par la loi de modernisation sociale, bénéficiera également aux salariés saisonniers.

8 – Les actions relatives à la qualification des travailleurs saisonniers, l'amélioration des conditions de travail ainsi que le dispositif d'accueil et d'information les concernant bénéficieront d'une aide au titre des contrats de plan État-Régions. Des exigences sont en cours en Provence Alpes Côte d'Azur et en Charente-Maritime.

## ***B. DES VACANCES POUR TOUS***

**La politique du secrétariat d'Etat au tourisme est inspirée par l'idée que les vacances sont un droit fondamental qui doit être effectif pour tous. Aujourd'hui encore, comme il a été dit dans le propos introductif, 40% des familles ne partent jamais ou presque jamais en vacances.** La reconnaissance du droit aux vacances ainsi que le développement du tourisme pour tous sont des objectifs centraux de la politique du secrétariat d'Etat au tourisme.

### **1. Les aides à la personne**

L'aide à la personne a une influence déterminante sur le départ en vacances. Elle doit profiter en priorité aux plus défavorisés, mais aussi aux catégories sociales aux revenus moyens et modestes, souvent victimes des effets de seuil.

**Ainsi, la loi du 12 juillet 1999 a étendu le système des chèques-vacances aux PME/PMI de moins de 50 salariés.**

<p>La loi n° 99-584 du 12 juillet 1999 modifiant l'ordonnance n° 82-283 du 26 mars 1982 portant création des chèques-vacances vise à faciliter, par un dispositif adapté, l'accès aux vacances des salariés des PME-PMI.</p>
--

Ainsi, et bien que le chèque-vacances demeure un dispositif d'épargne, la baisse du pourcentage minimum que doit apporter l'employé sur son salaire en facilite les conditions d'accès. Il était jusqu'à présent de 4% du SMIC apprécié sur une base mensuelle, ce qui représentait un prélèvement trop important pour certains salariés, qui pour cette raison renonçaient au bénéfice du chèque-vacances. Le pourcentage a été diminué de moitié, ce qui permet aux salariés les plus modestes de pouvoir tout de même se créer une épargne.

Par ailleurs, la contribution de l'employeur PME/PMI est exonérée des cotisations et contributions sociales, dans la limite de 30 % du SMIC (à l'exception de la CSG et du RDS), sous réserve d'être attribuée essentiellement aux salariés dont les rémunérations sont les plus faibles. Pour les employeurs non assujettis à la TVA, la contribution est exonérée de la taxe sur les salaires.

Pour ce qui concerne les salariés, leur accès aux chèques-vacances est conditionné par un niveau de ressources dont l'assiette a été actualisée. Auparavant, seuls les salariés dont l'impôt était inférieur à un certain seuil de revenus (1.745,5 euros, soit 11.450 francs en 1998) pouvaient faire l'acquisition de chèques-vacances. La loi a abandonné ce mode de prise en compte des revenus imposables au profit de celui du revenu du foyer fiscal, qui reflète mieux la situation réelle des personnes et des familles. Le revenu du foyer fiscal ne doit pas, pour l'année 2001, excéder 13.624 euros (89.370 francs) pour la première part de quotient familial, majoré de 3.107 euros (20.380 francs) par demi-part supplémentaire.

A l'usage, ce seuil du revenu fiscal de référence est apparu trop bas et ne permettant pas de faire bénéficier suffisamment de salariés aux revenus moyens du chèque-vacances. En effet, près de 50 % des salariés des PME-PMI rencontrés par l'ANCV se trouvent exclus du dispositif, tandis que 20 % des salariés des entreprises déjà clientes et distribuant le chèque-vacances par le biais de l'employeur ont été évincés. Il s'agit particulièrement des foyers à revenus moyens avec enfants et l'ANCV estime que si on prend également en considération les agents de la fonction publique, dont le nombre de bénéficiaire a baissé de 30 %, l'impact total sur l'activité de l'Agence a été une perte d'au moins 44,2 millions d'euros (290 millions de francs).

L'Agence nationale pour les chèques-vacances participe également à la politique sociale du tourisme en mettant ses résultats économiques au service d'actions sociales et de solidarité. Elles concernent notamment les jeunes de 16 à 25 ans des quartiers urbains en difficulté, des familles fragiles, les personnes sans emploi et les Rmistes, ainsi que les personnes handicapées disposant de faibles ressources.

**La Bourse solidarité vacances a été créé en 1998 dans le cadre de la loi de lutte contre les exclusions.** BSV fédère à ce jour plus de 200 associations, centres sociaux, collectivités, entreprises de tourisme et de transport. Les prestataires mettent à sa disposition des séjours dans leurs villages de vacances, résidences, campings, dans les mêmes conditions que pour tous les vacanciers mais à des prix très bas (de 250 à 700 francs la semaine). Les associations et centres sociaux inscrivent à ces séjours des personnes en difficulté, les aident à préparer leur projet de vacances, les

suivent jusqu'au départ et après leur retour. BSV permettra cette année à 20.000 personnes de partir en vacances. Tournée jusqu'alors prioritairement vers les familles, BSV diversifie en 2001 son effort en direction des publics les plus exposés à la précarité et à l'isolement : les personnes handicapées, les personnes âgées et les jeunes.

## **2. Les aides à la pierre**

Elles ont pour objectif la rénovation des hébergements touristiques à caractère social et familial possédés ou gérés par des organismes à but non lucratif, en leur accordant des aides à l'investissement.

**Sur la période 1990-2000, dans le cadre du « plan-patrimoine », 528 opérations d'aide ont pu être réalisées et 100.000 lits en ont bénéficié, pour un montant de près de 46 millions d'euros (300 millions de francs) qui représentent la participation du secrétariat d'Etat au tourisme à un total de travaux d'environ 300 millions d'euros (2 milliards de francs).** Les villages de vacances ayant bénéficié de ces aides se trouvent pour 38 % d'entre eux en zone rurale, tandis que 32 % sont situées sur le littoral et 30 % à la montagne.

**En 2001, les crédits inscrits au plan patrimoine s'élèvent à 3,712 millions d'euros (24,350 millions de francs) en autorisations de programme et à 2,052 millions d'euros (13,460 millions de francs) en crédits de paiement.** Pour la période 2001-2006, le CIADT du 9 juillet 2001 a approuvé le programme de consolidation des équipements de tourisme social présenté par le secrétariat d'Etat au tourisme. Il a décidé d'affecter à ce programme 27,44 millions d'euros (180 millions de francs) de crédits, complétés par 9,15 millions d'euros (60 millions de francs) du FNADT dans les zones rurales et de moyenne montagne.

Par ailleurs, l'Agence nationale pour les chèques-vacances (ANCV) attribue également, sous forme de subventions, des aides à l'équipement et à la rénovation d'hébergements collectifs qui font partie du patrimoine du tourisme social national.

Les 19,736 millions d'euros (129,459 millions de francs) de subventions attribuées de 1994 à 2000 par l'ANCV aux hébergements du tourisme social sont ainsi répartis :

Année	En euros	En francs	Nombre d'équipements
1994	1 017 422	6 673 849	32
1995	1 665 504	10 924 989	44
1996	2 045 114	13 415 073	55
1997	1 941 564	12 735 828	59
1998	4 012 530	26 320 475	105
1999	5 285 439	34 670 213	143
2000	3 768 327	24 718 608	99
<b>Total</b>	<b>19 735 900</b>	<b>129 459 035</b>	<b>537</b>

### 3. Le partenariat avec les organismes de tourisme social

Le renforcement des actions de partenariat entre les différents acteurs du tourisme social et associatif est un axe de développement prioritaire de la politique nationale du tourisme. Dans ce but a été créée la Coordination nationale du tourisme social et associatif (CNTSA), qui est le seul lieu institutionnel réunissant associations, syndicats, comités d'entreprise, opérateurs de tourisme, collectivités territoriales – tous les acteurs et financeurs du tourisme social.

#### C. LA PROMOTION DE LA FRANCE À L'ÉTRANGER

**Le poids du tourisme étranger dans l'économie touristique est considérable**, qu'il soit évalué sur la base des recettes touristiques (215 milliards de francs, soit 32,77 millions d'euros), du nombre de séjours (75,6 millions) ou du nombre d'emplois générés.

La promotion de l'image de la France à l'étranger est assurée par le groupement d'intérêt économique (GIE) Maison de la France, dont les dotations ont été évoquées au début du rapport, ainsi que les principales conclusions du rapport d'information *Maison de la France, une refondation nécessaire* rédigé par votre rapporteur.

Il sera ici question de la stratégie du GIE ainsi que des moyens choisis par nos partenaires étrangers pour assurer la promotion de leur propre pays.

## **1. La stratégie de Maison de la France**

L'objectif poursuivi par maison de la France est à la fois d'accroître la notoriété de la France en tant que destination touristique et de donner une image attractive de la destination en associant à l'image générale de la France celle des régions ou celle de produits touristiques particulièrement porteurs.

Une étude conjointe sur l'image de la France, cofinancée par Maison de la France et plusieurs partenaires privés a montré que si la France avait une image riche et forte, elle était très centrée sur l'art de vivre, la patrimoine culturel et naturel, d'où sa bonne adéquation au tourisme, avec toutefois des risques de « vieillissement », un certain manque de convivialité, de fiabilité, de pragmatisme qu'il conviendrait de compenser.

Présentés en novembre 1998 par Mme Michelle Demessine, les objectifs poursuivis par Maison de la France seront affinés dans la stratégie marketing. Celle-ci sera publiée au cours du dernier trimestre 2001 et présentera les thèmes suivants :

- du « plus tourisme » ... : **augmentation des flux touristiques ;**
- ...au « mieux tourisme » : **meilleure répartition dans le temps et dans l'espace, allongement de la durée moyenne des séjours ;**
- accroissement des recettes moyennes par touriste et par jour.

**Trois priorités ont été retenues :**

- **en termes de marchés (Grande-Bretagne, Allemagne, Pays-Bas, Etats-Unis ainsi que certains pays émergents)**
- **en termes de produits (priorité aux produits à haute contribution, à ceux porteurs d'image et à ceux porteurs d'avenir : tourisme de jeunes) ;**
- **en termes de cible, en privilégiant les actions d'information et de formation de voyagistes étrangers.**

Maison de la France consacre environ 23% de ses moyens à des actions purement publicitaires réalisées conjointement avec d'important partenaires (régions, transporteurs) sur les principaux marchés étrangers.

En 2001, plus de 2000 actions ont été menées sur les marchés où est présent le GIE.

Les campagnes et les opérations de marketing direct visant des clientèles très ciblées, qui sont menées à l'étranger, ont notamment pour

objectif de toucher les clientèles à haut pouvoir d'achat susceptibles d'accroître le chiffre d'affaires du tourisme français.

Les campagnes thématiques ou régionales menées en direction de la clientèle française ont eu pour thème le « littoral » en avril, (objectif : d'inciter aux séjours en bord de mer en avant-saison), le « tourisme de pays » (campagne mise en place suite aux catastrophes naturelles qui ont touché les régions de l'intérieur en 2000), le tourisme social et associatif (objectif : valoriser ce type de séjour). Une campagne télévisée spécifique a été menée pour promouvoir la Guadeloupe. La campagne « France Atlantique » a également été reconduite, en France sous forme de sports télévisés, à l'étranger (Allemagne, Grande-Bretagne, Pays-Bas), sous forme d'annonces presse.

Les actions d'information du grand public ont été développées grâce au développement des nouvelles technologies. La priorité a été donnée à la modernisation du site Internet, désormais accessible en 6 langues et comportant des rubriques thématiques spécifiques. Grâce à la nouvelle configuration du site, le nombre de visites a considérablement augmenté et devrait atteindre 6 millions cette année.

Au cours de l'année 2002, il est prévu de mettre en place la troisième version du site Internet qui devrait permettre de passer de 10 millions de visites, au lieu de 6 actuellement. Cette nouvelle version devait permettre d'accroître les réservations au travers de la Résinfrance.

Il est également envisagé de poursuivre le redéploiement de nos représentations en ouvrant des bureaux en Russie et en Inde, marchés émergents qui disposent de potentiels de développement importants.

Les actions d'information du grand public ont été développées grâce au développement des nouvelles technologies. La priorité a été donnée à la modernisation du site Internet, désormais accessible en 6 langues et comportant des rubriques thématiques spécifiques. Grâce à la nouvelle configuration du site, le nombre de visites a considérablement augmenté et devrait atteindre 6 millions cette année.

## **2. Comparaison internationale des moyens de promotion**

Il est difficile de faire des comparaisons avec les pays étrangers car les structures en charge du tourisme sont extrêmement diverses : il n'existe pas partout un ministère du tourisme et les champs d'intervention ne se recoupent pas toujours, en raison soit du partage de compétences différents entre Etat et régions, soit des frontières entre l'intervention publique et l'initiative privée.

Comme l'a souligné le dernier rapport spécial de l'organisation mondiale du tourisme (OMT) portant sur les budgets des administrations nationales du tourisme, **les budgets des Organisations nationales du tourisme (ONT) ne sont pas directement comparables.**

Selon les données de l'OMT, **le classement des budgets des Offices nationaux de tourisme est le suivant (1997) :**

- 1. Espagne : 147 millions de dollars**
- 2. Mexique : 103 millions de dollars**
- 3. Thaï lande : 93 millions de dollars**
- 4. Brésil : 92 millions de dollars**
- 5. Australie : 87 millions de dollars**
- 6. Singapour : 86 millions de dollars**

La Grande-Bretagne et Israël qui n'ont pas fourni de données pour 1997 doivent se situer parmi les 10 premiers.

La France devrait se situer au 11<sup>ème</sup> ou 12<sup>ème</sup> rang. Toutefois, il faut prendre en compte le fait que le budget de la France inclut une forte part de « partenariat », alors que pour de nombreux pays le budget ne comporte que des crédits de l'État.

Si l'on ne prend en considération que le budget exclusivement consacré à la promotion, le classement établi par l'OMT est le suivant pour l'année 1997 :

- 1. Espagne**
- 2. Thaï lande**
- 3. Singapour**
- 4. Australie**
- 5. Autriche**
- 6. France**

L'étude comparative de l'Organisation mondiale du tourisme a également abouti à un classement des différents Offices nationaux de tourisme en fonction des rapports entre le montant des budgets de promotion investis et les recettes touristiques.

**Sur la base de ce critère la France se situe au 18<sup>ème</sup> rang mondial alors qu'elle était au 22<sup>ème</sup> rang en 1995.**

Par ailleurs, **si l'on compare le budget moyen investi en promotion par touriste selon les pays, la France se situe, selon l'Organisation mondiale du tourisme au 74<sup>ème</sup> rang mondial** (0,86 dollar), loin derrière des pays comme l'Espagne<sup>1</sup> (1,65 dollar), le Portugal (2,69 dollars), la Suisse (3,66 dollars) ou l'Autriche (3,46 dollars).

---

<sup>1</sup> *En Espagne, la promotion touristique s'effectue dans le cadre d'un état fédéral dans lequel les « communautés autonomes » jouent un rôle prédominant en matière de tourisme et disposent de moyens très importants.*

*Turespana, organisme public autonome commercial rattaché au Secrétariat d'État au commerce, au tourisme et aux PME, se consacre à la promotion et à la commercialisation du tourisme espagnol sur les marchés internationaux. Il dispose pour ce faire de budgets beaucoup plus élevés que les nôtres pour les campagnes publicitaires. A titre de comparaison, le budget en fonds propres de 1998 de « Turespana » s'est élevé à 449 millions de francs, contre 180 millions de francs de fonds propres de Maison de la France.*

## EXAMEN EN COMMISSION

Réunie le mercredi 31 octobre 2001, sous la présidence de M. Alain Lambert, la commission a examiné les **crédits de l'équipement, des transports et du logement : V. – Tourisme**, sur le rapport de **Mme Marie-Claude Beaudeau, rapporteur spécial**.

**Mme Marie-Claude Beaudeau, rapporteur spécial**, a tout d'abord indiqué que les crédits demandés au titre du tourisme pour 2002 s'élevaient à 73,8 millions d'euros (484 millions de francs), soit une augmentation de 2,3 % par rapport à l'année précédente où ils avaient atteint 72,2 millions d'euros (473 millions de francs). Elle a qualifié ce budget de « budget de continuité », rappelant les progressions observées les années antérieures, +12% en 2001 et +7,4% en 2000. Elle a fait remarquer que l'année dernière et de façon récurrente en ce qui concerne le tourisme, les crédits portés dans le projet de loi de finances avaient été majorés de 2 millions de francs de crédits non reconductibles par voie d'amendement. Cette majoration des crédits, si on la prend en compte, diminue sensiblement la croissance des crédits qui s'établit alors à 0,5%.

Enfin, elle a déclaré que la progression était constante et substantielle depuis le début de la législature, puisque les moyens d'engagement ont crû de 52 % entre le projet de loi de finances pour 1998 et le projet de loi de finances pour 2002, et les moyens de paiement de 43 %.

Au sujet des dépenses ordinaires, qui augmentent cette année au rythme de 6%, elle les a caractérisées à la fois par une certaine continuité, ainsi qu'une légère progression. Elle a indiqué que les charges de personnel augmentaient de 7%, les moyens d'intervention faisant une place honorable aux contrats de plan Etat-Régions ainsi qu'au secteur associatif, qui progresse de 12%.

Evoquant les dépenses en capital, elle a indiqué qu'elles étaient retracées dans deux articles, l'un consacré aux contrats de plan Etat-régions dont la dotation est considérée substantielle, l'autre retraçant les crédits consacrés à un programme de consolidation des hébergements de tourisme social qui reçoit également son approbation.

**Mme Marie-Claude Beaudeau** a estimé que l'ensemble de ces crédits devraient permettre à la France de consolider sa place de première destination touristique mondiale. Elle a rappelé que le tourisme était responsable du dernier record du poste « voyages » de la balance des paiements, celui-ci s'étant établi à 99,4 milliards de francs en 2000. La même année, a-t-elle poursuivi, 75 millions de touristes ont franchi la frontière française, ce qui représente 11% du marché mondial. Au niveau européen, la

France capte 20 % du marché. Mais, a-t-elle souligné, ces bons résultats pourraient être meilleurs si, à la première place en termes de destination, correspondait une première place en termes de recettes, ce qui n'est pas le cas puisque la France se classe toujours troisième en termes de recettes, derrière les Etats-Unis et l'Espagne. Elle a conclu sur la nécessité d'inciter les touristes à rester plus longtemps en France tout en augmentant les dépenses qu'ils y effectuent, afin de corriger ce déséquilibre.

**Mme Marie-Claude Beaudeau, rapporteur spécial**, s'est réjouie de ce qu'un des objectifs prioritaires du secrétariat d'Etat au tourisme demeure le droit aux vacances pour tous, déplorant qu'aujourd'hui, 40% des Français ne partent jamais en vacances. Elle s'est félicité du soutien de l'Etat au secteur associatif, rappelant qu'il augmentait de 12% cette année. Evoquant le groupement d'intérêt public (GIP) «Bourse solidarité vacances» (BSV), doté de 1,41million d'euros cette année (9,2 millions de francs), elle a rappelé qu'il avait permis depuis sa création le départ en vacances de 20.000 personnes, et que désormais, le GIP diversifiait son offre en direction des personnes âgées et des handicapés. Elle a aussi mentionné la réforme des chèques-vacances, la loi n°99-584 du 12 juillet 1999 ayant élargi le public bénéficiaire des chèques vacances aux employés des PME-PMI de moins de 50 salariés.

Puis elle a évoqué le second objectif de la politique du tourisme, estimant qu'il était complémentaire du premier, puisqu'il s'agit, en complément d'une meilleure répartition du tourisme dans la population, de mieux répartir le tourisme sur le territoire. Elle a déploré qu'en matière touristique, 80% des français n'occupent que 20% du territoire et à ce titre, s'est félicité du quadruplement des dotations dévolues au tourisme dans le cadre du nouveau contrat de plan Etat-régions 2000-2006.

Concernant le groupement d'intérêt économique Maison de la France, elle a rappelé qu'il venait de faire l'objet d'un contrôle budgétaire et a renvoyé au rapport d'information intitulé « Maison de la France : une refondation nécessaire », pour les observations que lui a inspiré le fonctionnement du groupement. En ce qui concerne le budget du groupement, elle a mentionné la dotation budgétaire de 27,44 millions d'euros, reconduite strictement au même niveau que l'année passée, et surtout, la dotation à venir de 30 millions de francs promise par le Premier ministre lors des Assises nationales du Tourisme le 17 octobre 2001, afin d'atténuer dans la mesure du possible les conséquences de la crise actuelle. Elle a estimé qu'il s'agissait-là d'une décision responsable. Enfin, elle a indiqué que, toujours afin d'atténuer les conséquences de la crise, les entreprises du secteur pourraient obtenir des reports de leurs échéances fiscales.

Au total, elle s'est félicitée de ce que le budget ait été multiplié par deux en cinq ans, et le montant des dotations dans les contrats de plan Etats-régions par quatre.

Elle a rappelé que l'année dernière, un jaune budgétaire avait été décidé, et a expliqué que ce document ne pourrait finalement être produit que dans le cadre de l'examen du budget pour 2003. Elle a également indiqué qu'un processus de codification était en cours, et que le Gouvernement déposerait probablement un projet de loi avant la fin de la législature.

**Mme Marie-Claude Beaudou** a par ailleurs exprimé des inquiétudes au sujet de la vague de regroupement dans le secteur du tourisme, citant en particulier le rachat de Nouvelles Frontières par un tour-opérateur allemand.

Un large débat s'est alors engagé.

**M. François Trucy** s'est enquit de la méthode souhaitable pour conquérir les nouveaux marchés comme la Chine.

**M. Jacques Oudin** a tout d'abord souhaité avoir une vision d'ensemble du développement de l'hébergement en chambres d'hôtes. Puis il a voulu savoir s'il était possible d'encadrer le tourisme en camping car et en mobil home. Il s'est également prononcé en faveur d'une diminution de la TVA sur la restauration. Finalement, il a évoqué les avantages fiscaux dont avaient fait l'objet les parcs à thèmes comme Disneyland, et a estimé que le contexte actuel ne justifiait pas d'aides supplémentaires, estimant qu'une taxe sur la valeur ajoutée de 5,5% constituait déjà un grand privilège.

Enfin, **M. Roland du Luart** a souhaité connaître les mesures prises permettant de mieux répartir le tourisme sur l'ensemble du territoire et s'est enquit des conséquences de la réduction du temps de travail dans le secteur du tourisme.

En réponse, **Mme Marie-Claude Beaudou** s'est montrée convaincue du potentiel touristique de toutes les régions, rappelant que la France détenait le record du nombre de festivals, se réjouissant du succès des initiatives locales visant à faire ressurgir une fête, une tradition oubliée. Elle a souligné l'indispensable implication des élus locaux dans la promotion des régions, insistant sur les potentialités de celles-ci.

Concernant la restauration, elle a souhaité que le Gouvernement négocie à Bruxelles l'autorisation de diminuer le taux de la taxe sur la valeur ajoutée applicable au secteur.

La conquête des nouveaux marchés, a-t-elle par ailleurs indiqué, constitue la mission de Maison de la France, et son principal outil à cette fin est son site internet, qu'il lui faut développer. Enfin, elle a déclaré qu'aucun accord de réduction du temps de travail n'avait encore été signé dans le secteur du tourisme, mais que le Gouvernement venait de désigner un médiateur.

Au terme de ce débat, **la commission a réservé son vote sur les crédits du budget du tourisme jusqu'à l'examen des crédits de l'aviation civile, le 14 novembre 2001.**

Au cours de sa **séance du 14 novembre 2001**, **M. Alain Lambert, président**, a demandé à la commission de se prononcer sur les crédits du ministère de l'équipement, des transports et du logement.

**M. Philippe Marini, rapporteur général**, s'est exprimé en faveur d'un rejet du projet de budget du ministère de l'équipement, des transports et du logement. Il a considéré que les dépenses d'investissement étaient sacrifiées au profit des dépenses de fonctionnement et de personnel, soulignant la diminution des subventions d'investissement pour l'Agence nationale de l'amélioration de l'habitat, l'absence de financement des investissements en matière de transport ferroviaire, les retards pris dans l'exécution des contrats de plan Etat-régions en matière de routes et l'insuffisance des moyens consacrés au tourisme, secteur fortement touché par la conjoncture actuelle.

**La commission a alors décidé de proposer au Sénat de rejeter les crédits du ministère de l'équipement, des transports et du logement.**

## **MODIFICATIONS APPORTÉES PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE**

### **MODIFICATION DES CRÉDITS**

**Les crédits du titre IV de l'état B, concernant l'équipement, les transports et le logement : IV.- Tourisme ont été majorés de 715.900 euros à titre non reconductible.**

Il s'agit d'abonder le chapitre 44-01 « Développement de l'économie touristique » de la façon suivante :

- l'article 21 « Interventions stratégiques » est doté de 714.400 euros ;
- l'article 34 « Développement territorial du tourisme : autres opérations » est doté de 1.500 euros.

Par ailleurs, le chapitre 66-03 « Développement territorial du tourisme » a été majoré de 237.000 euros.