



confédération des
ACTEURS DU TOURISME

“La CAT, la voix du tourisme”

“

**POUR UN “NEW
DEAL” EN FAVEUR
D’UNE CROISSANCE
FORTE ET DURABLE
DE L’INDUSTRIE
TOURISTIQUE**

Saint-Malo - 19 juin 2023

SOMMAIRE

- 04** **Éditorial** – Conserver notre “leadership” mondial et faire rayonner le tourisme français
- 06** **La CAT** – Une nouvelle dynamique de rassemblement au service de l’industrie touristique
- 07** **Le tourisme en chiffres**
- 09** **Introduction** – Pour un “New Deal” en faveur d’une croissance forte et durable de l’industrie touristique
- 16** **PARTIE 1** – Optimiser la gouvernance et refonder notre stratégie touristique
- 27** **PARTIE 2** – Réussir les transformations et améliorer notre offre pour un tourisme durable et accessible à tous
- 40** **PARTIE 3** – Oxygéner notre industrie, améliorer la qualité de service et mieux réguler le secteur
- 52** **PARTIE 4** – Renforcer l’attractivité de nos métiers et recruter responsable : attirer, former et fidéliser



Jean-Virgile Crance
Président de la CAT

Après un an d'une reprise forte et rapide de nos activités et des performances commerciales inespérées pour nos professionnels, notre filière est aujourd'hui exposée à des enjeux colossaux et à une concurrence internationale qui se ravive un peu plus chaque jour.

Notre pays a vécu depuis 2020 une période de bouleversements incroyables. Le monde d'aujourd'hui n'est plus celui de 2019. Ces bouleversements sont autant économiques, numériques, technologiques, écologiques, que sociétaux. C'est un changement de société, une mutation profonde. Ce phénomène était déjà en cours, et la crise sanitaire l'a accéléré.

Aujourd'hui, les cartes sont rebattues et la donne a changé. Nous devons, en tant que professionnels du tourisme, nous adapter, répondre aux attentes nouvelles des clients, tout en anticipant les tendances de fond qui se profilent.

La crise énergétique, le contexte inflationniste, les effets du changement climatique, la nécessaire transition écologique et numérique, les ruptures technologiques nous obligent à repenser nos modèles économiques. Tenir compte à la fois du contexte international, des mutations de la société et de l'exigence immédiate des clients, telle est notre responsabilité.

La France doit s'adapter, réinventer son tourisme et l'amener vers toujours plus de qualité, de durabilité, d'accueil, de diversité, vers toujours plus d'excellence.

Le tourisme est, pour la France, un formidable levier de croissance, capable de créer de l'emploi durable et non délocalisable. C'est un secteur d'avenir qui draine avec lui une chaîne économique qui rayonne dans les territoires et les fait vivre.

Notre filière, qui représente 8 % du PIB national, compte 2 millions de salariés et 350 000 entreprises, doit être considérée comme une véritable industrie pour laquelle nos gouvernants doivent définir une stratégie nationale ambitieuse.

Notre industrie ne peut être vue seulement comme un secteur acquis, fortement contributeur à l'économie française ; il doit aussi être considéré comme un vecteur essentiel de cohésion sociale par sa contribution au bien-être de nos concitoyens.

Conserver notre "leadership" mondial et faire rayonner le tourisme français

Telles sont les réflexions qui animent aujourd'hui les 20 organisations membres de la CAT, unique organisation interprofessionnelle réunissant l'ensemble des acteurs de l'industrie touristique : hébergeurs, restaurateurs, opérateurs de voyages, transporteurs, loueurs de voiture, métiers de l'événement, domaines skiables, entreprises ou activités de sport et de loisirs, ports de plaisance, économie sociale et solidaire, acteurs de l'innovation et startups.

Fort de son élargissement récent à huit nouvelles organisations, soit une croissance d'un tiers de ses membres en moins de 6 mois, la CAT s'est forgé la conviction que seule une stratégie partagée, mutualisant les expertises et les ambitions de tous, permet de renforcer la chaîne de valeur du tourisme en France.

Le renforcement de sa position dans l'écosystème touristique français la conforte aujourd'hui dans cette stratégie initiée à sa création en 2017 tout en l'installant comme la structure incontournable et naturelle auprès des pouvoirs publics pour orienter et développer la politique du tourisme en France.

Nous croyons fermement que lorsque le tourisme gagne, c'est la France qui gagne. Et c'est ensemble que nous devons accélérer et consolider la dynamique de développement durable du tourisme, véritable facteur de progrès pour l'économie, l'emploi, les territoires et la cohésion sociale de notre pays.

C'est dans cet esprit de construction commune et conscients de leur responsabilité que les membres de la CAT ont souhaité dresser un état des lieux de la situation du tourisme français et remettre au Gouvernement des propositions pour amplifier la reprise initiée en 2022 et accélérer la mise en œuvre des transformations nécessaires à la compétitivité et à l'attractivité du secteur.

Les enjeux de la filière : la gouvernance, la stratégie globale, les transitions écologiques et numérique, l'emploi et l'attractivité, le logement, la simplification des normes et la régulation du secteur, le départ en vacances du plus grand nombre de nos concitoyens.

Notre objectif : faire du tourisme un secteur durable et d'avenir pour l'économie française.
Notre ambition : atteindre 10% du PIB de la France à 5 ans.

“

Notre objectif :
faire du tourisme
un secteur
durable et
d'avenir pour
l'économie
française.

Notre ambition :
atteindre 10% du
PIB de la France
à 5 ans”.

LA CAT, une nouvelle dynamique de rassemblement au service de l'industrie touristique

EN BREF

La Confédération des acteurs du tourisme est la structure incontournable et naturelle auprès des pouvoirs publics pour orienter et développer la politique du tourisme en France.

Chiffres représentativité CAT et dynamique de rassemblement

(Source : les services de la Direction Générale du Travail, 2021)

- ▶ PRÈS **D'UN MILLION** DE SALARIÉS
- ▶ **70 000** ENTREPRISES
- ▶ **20** FÉDÉRATIONS OU ORGANISATIONS MEMBRES
- ▶ UNE CROISSANCE **D'1/3 EN 6 MOIS**

NOS MISSIONS

La CAT vise à rassembler et représenter de manière unifiée les professionnels du tourisme. Elle fédère les ressources et les capacités d'innovation du secteur avec comme ambition d'améliorer le regard porté sur le tourisme.

LES PRINCIPAUX OBJECTIFS DE LA CAT

- 1 Rassembler et représenter de manière unifiée les professionnels du tourisme auprès des pouvoirs publics.
- 2 Affirmer le poids de la filière du tourisme à l'échelle nationale, européenne et internationale pour en faire une véritable industrie.
- 3 Renforcer la compétitivité de nos entreprises à travers des problématiques transversales défendues par tous.
- 4 Partager les innovations digitales et les initiatives en matière de politique RSE pour accompagner le développement économique des entreprises du secteur.
- 5 Développer une démarche conjointe de tourisme responsable.
- 6 Communiquer sur le secteur.

Après le renouvellement de sa gouvernance en septembre 2022 et l'adhésion de 3 nouveaux membres en janvier 2023 (GHR, UNAT et USC), la CAT s'élargit encore en accueillant 5 nouvelles organisations en son sein : la FNAM, le Club des dirigeants des hôtels 4*, 5* & Palaces, le Groupement des Entrepreneurs de Golf Français, la Fédération Française des Ports de Plaisance et Active-FNEAPL.

Elle poursuit ainsi sa dynamique de rassemblement avec l'augmentation de plus d'un tiers du nombre de ses membres en moins de 6 mois, devenant ainsi l'unique organisation interprofessionnelle réunissant l'ensemble des acteurs de l'industrie touristique.

Fortes de cet élargissement significatif et conscientes de leur responsabilité dans ces moments de grands défis pour l'industrie touristique, les 20 organisations membres de la CAT entendent peser de tout leur poids auprès des pouvoirs publics dans la définition des orientations des politiques publiques en faveur du tourisme.

LE TOURISME

en chiffres



LA FRANCE, **1^{ÈRE}**
DESTINATION
MONDIALE

EN NOMBRE DE
VISITEURS

8%
DU PIB

2
MILLIONS
DE SALARIÉS

NOTRE AMBITION
COLLECTIVE :
10 % DU PIB
DE LA FRANCE
À 5 ANS



330 000
ENTREPRISES



La destination France en 2022

Données Atout France

ENTRE
70 ET 80
MILLIONS
DE TOURISTES INTERNATIONAUX
AYANT VISITÉ LA FRANCE

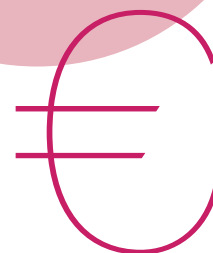


2,1%

POURCENTAGE D'AUGMENTATION
DES RECETTES
PAR RAPPORT À 2019

57,9

MILLIARDS D'EUROS
DE RECETTES
TOURISTIQUES INTERNATIONALES
ENREGISTRÉES EN FRANCE



14,3

MILLIARDS D'EUROS
EXCÉDENT DU POSTE "VOYAGES"
DE LA BALANCE DES PAIEMENTS

18,6

MILLIARDS D'EUROS
MONTANT DES INVESTISSEMENTS

4 %

POURCENTAGE D'AUGMENTATION
DES INVESTISSEMENTS

INTRODUCTION

Pour un "New Deal" en faveur d'une croissance forte et durable de l'industrie touristique

Après plus de deux années de restrictions liées à la crise sanitaire, l'année 2022 et le premier semestre 2023 ont été marqués par une reprise forte et continue de nos activités qui a permis à l'industrie touristique et à la destination France de retrouver des performances commerciales proches de celles de 2019.

Toutefois, **ces bons résultats**, qui montrent la capacité de résilience de notre industrie, s'expliquent au moins en partie par la position géographique plus favorable de la France dans cette période marquée par un fort rebond de la demande dans toute l'Europe et par l'effet de l'inflation sur les tarifs pratiqués et donc les volumes d'affaires réalisés.

Si la reprise de l'activité touristique est désormais bien installée, les belles performances actuelles du tourisme français sont avant tout portées par les **prix moyens**.

Or, les augmentations de prix, liées à un contexte inflationniste global, n'ont eu pour effet que de « gommer » des augmentations de coûts de production et de services conséquentes en 2022. L'inflation des coûts de l'énergie désormais inéluctable en 2023 et ce, même avec un encadrement des prix et les aides annoncées par le Gouvernement, s'ajoute donc à ce qui a déjà été « absorbé » en 2022 par les professionnels de la filière.

Les entreprises du secteur ont aujourd'hui les plus grandes difficultés à quantifier l'évolution de leurs marges et leurs trésoreries sont particulièrement fragilisées, avec de surcroît la contrainte liée au remboursement des PGE.

La conjonction de ces éléments est de nature à obérer leur **capacité d'investissement**, pourtant si nécessaire à la transformation environnementale et numérique de la filière touristique française, condition à terme de sa compétitivité et de l'attractivité de la Destination France.

Dans un tel contexte, la France ne peut à l'évidence se contenter d'une stratégie s'appuyant sur le seul rebond significatif actuel de la demande pour espérer conserver son « leadership » touristique et garantir sa compétitivité dans le concert des destinations mondiales.

La France n'est plus vraiment n°1 mondial et ne l'est pas devenue en 2022

Si les chiffres ne mentent pas, en 2022, la France devrait rester la première destination mondiale en nombre estimé d'arrivées de touristes internationaux (entre 70 et 80 millions)¹, sa part de recettes touristiques internationales atteint les

¹ En l'absence de données de fréquentation INSEE, cette affirmation est encore conditionnée à la réalisation de l'hypothèse selon laquelle le nombre de touristes internationaux ayant visité la France en 2022 s'établirait bien au-dessus des 71,5 millions, ce qui est sans doute le plus probable mais doit encore être confirmé. V. les estimations d'Atout France dans le dossier de la Conférence de presse du 27 mars 2023

57,9 milliards d'euros, soit une augmentation de 2,1% par rapport à 2019 et les investissements dans le tourisme se sont élevés à 18,6 milliards d'euros, soit une augmentation de 4% par rapport à la même année.

La contribution du tourisme à la balance des paiements (14,3 milliards d'euros en 2022) a permis une nouvelle fois de limiter le déficit commercial de la France. Quant au premier semestre 2023, les niveaux de fréquentation ont dans l'ensemble été très satisfaisants et pour les prochains mois, on constate aussi bien pour "l'incoming" que pour "l'outgoing" des niveaux de réservation plus élevés qu'en 2022.

C'est incontestable, notre industrie se porte bien et la France continue de bénéficier d'une forte attractivité, notamment auprès des clientèles internationales et européennes.

Mais devons-nous nous en contenter ? Et surtout, devons-nous maintenir notre perception du tourisme comme étant un secteur d'activité « acquis d'avance », qui semble progresser tout seul, en considérant que l'unique critère de réussite serait celui du nombre de visiteurs annuels ? Restons fiers de ce chiffre, mais sachons aussi rester lucides quant aux enjeux qui s'ouvrent pour le secteur du tourisme dans les années à venir.

“

C'est le paradoxe du tourisme en France. Nous sommes peut-être encore en flux physique la première destination mais nous perdons du terrain en termes de recettes et de parts de marché.”

En 2017, on comptait 1,3 milliard de touristes internationaux, soit une hausse de 5% par rapport à 2016. Les projections estiment à 2 milliards le nombre d'arrivées de touristes aux frontières dans le monde à l'horizon 2030. Nous le savons tous, et les récentes analyses de l'Organisation mondiale du tourisme nous le confirment, il existe peu de secteur d'activité aussi dynamique, à la croissance aussi certaine - malgré la parenthèse du Covid - et dont la France peut largement bénéficier si elle s'en donne les moyens.

La concurrence des nations sur le marché du tourisme est lancée depuis longtemps. La France n'est pas seule et ses parts de marché s'affaiblissent à mesure que d'autres pays développent, eux aussi, leur attractivité touristique.

Ainsi, si l'on s'appuie sur les données de 2019, les arrivées internationales ont crû depuis 15 ans, beaucoup plus faiblement en France (+8,6%) par rapport à l'Allemagne (+73%), aux États-Unis (+46%), à l'Espagne (+40%), et la part de la France dans les arrivées

internationales est même passée en 40 ans de 11% à 6%³.

Au plan intérieur, tandis que la population du pays augmentait de 30%, dans le même temps, le nombre de nuitées de vacances et courts séjours de résidents en France baissait de 100 millions, témoignant d'une vraie fracture sociale.

Depuis 2000, le rang de la France en termes de recettes touristiques internationales n'a cessé de décliner du fait, notamment, d'une durée de séjour moins importante sur notre territoire. Deuxième en 2000 derrière les États-Unis, la France a depuis été dépassée par l'Espagne, qui a rapidement retrouvé sa position de leader « naturel » en 2022.

Selon l'OMT, la France se classait en 33^{ème} position en 2018 en termes de dépenses moyennes par touriste international, soit en deçà de ses principaux concurrents

³ Données Organisation mondiale du tourisme

directs, notamment l'Espagne et les Etats-Unis, et en toute hypothèse en deçà de la moyenne internationale.

C'est le paradoxe du tourisme en France. Nous sommes peut-être encore en flux physique la première destination mais nous perdons du terrain en termes de recettes et de parts de marché.

Au vu des évolutions récentes observées en Europe et à travers le Monde, il est peu probable que ces rapports de force aient notablement changé en 2022.

Bien au contraire, si l'on se fie, par exemple, aux estimations réalisées par Atout France sur le nombre de visiteurs internationaux en 2022 et qu'on le rapporte au montant des recettes observées, la recette moyenne par touriste ne devrait probablement pas dépasser les 828 euros dans le meilleur des cas, quand l'Espagne affiche une recette moyenne par touriste de 966 euros, soit a minima près de 150 euros supplémentaires.

Quant à l'ampleur de l'augmentation du montant des recettes touristiques internationales pour la France, soit 1,2 milliard d'euros de plus qu'en 2019, ce « record » est de toute évidence relatif compte tenu de l'effet de l'inflation qui augmente mécaniquement les recettes en valeur.

Dans un contexte marqué par une reprise forte et rapide ainsi que par le retour massif de clientèles la positionnant pourtant favorablement dans la compétition mondiale, **la France n'a toujours pas rattrapé son retard par rapport à son principal concurrent**, qui est une nouvelle fois parvenu à tirer le « meilleur profit » de la situation.

C'est en effet avec le recul une belle performance mais relative pour le tourisme français, si l'on considère que tel était l'objectif fixé par le Gouvernement les 10 années précédant la pandémie et de nouveau en novembre 2021 au moment de la présentation du plan de relance.

Dans de telles circonstances, nul besoin de chercher à mettre en exergue le fait que le poids « plus fort » de l'inflation en Espagne relativiserait l'écart de recettes observé en 2022 avec la France ou encore que cet écart s'étant réduit, il y aurait bien une « percée » de la France dans la compétition mondiale.

La pertinence de ces arguments est à nuancer : les principaux observateurs estiment que la marge de progression de l'Espagne en matière de fréquentation étrangère par rapport à 2022 est telle -notamment grâce à ses actions efficaces et sans ambiguïté à l'égard des clientèles asiatiques- qu'elle devrait très probablement consolider son leadership européen en termes de recettes internationales par rapport à la France dans les mois à venir.

Plusieurs risques pèsent sur l'attractivité et la compétitivité du tourisme français

A ces éléments d'analyse plus nuancés sur la position actuelle de la France dans la compétition mondiale, s'ajoutent des interrogations plus structurelles concernant la situation de l'offre d'hébergement touristique collectif française.

Selon le dernier recensement effectué début 2023 pour l'INSEE, **l'érosion du parc d'hébergements touristiques collectifs** se poursuit avec une perte d'établissements et de capacité pour tous les types d'hébergements, et en particulier de l'hôtellerie de plein air⁴, tandis qu'un phénomène inverse est observé chez certains de nos concurrents.

⁴ Données Insee en partenariat avec la DGE (Direction Générale des Entreprises) et les partenaires territoriaux en région, 2023.

Pénalisé par un faisceau de contraintes réglementaires et fiscales toujours plus complexes et sans équivalent chez nos concurrents et par un paracommercialisme longtemps incontrôlé, **notre outil de production a ainsi perdu 1 500 campings (incluant 7 000 emplacements) et plus de 2 500 hôtels en une vingtaine d'années** avec des dizaines de milliers d'emplois correspondants.

Notre offre apparaît donc de moins en moins compétitive, même par rapport à nos voisins allemands et britanniques moins bien pourvus naturellement, mais qui ont su sauvegarder et mettre en valeur leurs ressources -et d'abord leur hôtellerie traditionnelle- par des politiques adéquates.

Quant aux niveaux de fréquentation, si l'on s'en tient aux données rendues publiques par Eurostat, il apparaît que **la France n'est en 2022 que la deuxième destination d'Europe** pour la fréquentation des hébergements collectifs. On soulignera qu'en 2019, l'écart entre la France et l'Espagne était plus important et que l'Allemagne et l'Italie se rapprochaient déjà dangereusement de notre pays.

Il y a fort à parier une nouvelle fois que lorsque ces trois pays auront retrouvé toute leur fréquentation (étrangère et de loisirs pour Espagne et l'Italie et tourisme événementiel et de congrès pour l'Allemagne), le risque pour la France de se voir dépasser se matérialisera à nouveau, le socle domestique de la France ayant en quelque sorte fait illusion en 2022.

Les membres de la CAT soulignent donc l'urgence à rappeler que l'objectif doit être de faire de la France **une véritable destination de séjour créatrice de valeur et de recettes** - et non une simple destination d'arrivée ou de passage pour beaucoup de touristes en France - ce qui suppose de s'en donner les moyens en termes de préservation des capacités d'accueil, d'investissement et de promotion touristiques.

Par-delà les inquiétudes de nos professionnels sur nos capacités d'accueil et leur niveau de fréquentation, d'autres risques pèsent de surcroît sur le secteur : difficultés de recrutement, augmentation du coût de l'énergie, inflation, travel bashing, persistance d'un déficit de compétitivité normatif et fiscal.

Malgré les efforts récents du Gouvernement pour y remédier et la mobilisation de tous les acteurs du tourisme pour trouver des solutions afin d'attirer et de fidéliser les salariés, la filière devrait connaître à l'été 2023 **de nouvelles difficultés de recrutement** qui conduiront sans doute à de nouvelles fermetures ou restrictions d'activités, avec un risque de dégradation de la qualité de service prodiguée à la clientèle.

Les bouleversements du rapport au travail que la crise sanitaire a accélérés doivent nous conduire à amplifier les mesures et les actions conduites pour rendre plus attractif l'emploi dans le tourisme, en s'appuyant sur le caractère sociétal du secteur et en redonnant tout son sens au véritable **ascenseur social** et au **facteur d'intégration** que nos métiers représentent pour l'ensemble de la société.

Nos entreprises sont, par ailleurs, exposées à **une conjoncture inflationniste et énergétique** qui les fragilise : pour certaines d'entre elles, comme dans la restauration par exemple, c'est une question de survie ; pour d'autres, c'est une question de compétitivité. Pour toutes, cela obère en tous cas significativement leurs capacités d'investissement pourtant si nécessaires à leur transformation.

Contrairement aux rapports expéditifs et peu circonstanciés parus ces derniers mois, nos entreprises sont depuis plusieurs années **pleinement engagées dans cette voie** et le secteur touristique dans son ensemble, a -plus que beaucoup d'autres- parfaitement joué le jeu de sa nécessaire transformation économique, sociale, environnementale, énergétique, digitale et sociétale.

Mais cette transformation aux visages multiples suppose souvent des **investissements lourds** qui nécessitent des dispositifs d'accompagnement adaptés. Or, dans ce domaine, nos concurrents, notamment l'Espagne et l'Italie, ont adopté des mesures d'aides particulièrement efficaces, par exemple en matière de rénovation énergétique.

Il ne suffit pas de décréter que la France doit être la première destination touristique durable en 2030, il faut s'en donner les moyens. A ce jour, nos entreprises estiment être insuffisamment accompagnées et la question de l'adaptation des dispositifs mis en place se pose donc plus que jamais.

“

C'est un objectif de croissance touristique forte et durable qui doit être poursuivi, aussi bien dans l'intérêt général que dans celui de la filière touristique.”

Si l'on n'y prend pas garde, le risque est de voir certains de nos concurrents prendre rapidement une longueur d'avance dans les transformations nécessaires et gagner ainsi en compétitivité.

À ces difficultés s'ajoute **une approche parfois dogmatique des réglementations applicables**, qui peut se retourner contre les objectifs même de durabilité que les professionnels souhaitent pourtant atteindre rapidement, dans un contexte de concurrence accrue.

De manière plus générale, la France continue de souffrir d'un **déficit de compétitivité normatif et fiscal** qui empêche nos professionnels de finaliser leurs transformations et d'exploiter le potentiel de croissance qui est le nôtre.

Nos entreprises s'inquiètent également **des remises en question caricaturales** dont fait l'objet la filière touristique, notamment en ce qui concerne les objectifs et les méthodes à mettre en œuvre en

vue d'une meilleure régulation des flux touristiques.

La CAT ne nie pas, bien au contraire, la présence de situations de congestion touristique sur le territoire français, bien que ces phénomènes soient souvent très localisés et limités dans le temps.

Avec les autres acteurs du tourisme et les élus, et comme ils l'ont démontré à travers la mise en œuvre de mesures de gestion des flux efficaces, les professionnels que nous sommes sont naturellement prêts à participer à la résolution des difficultés rencontrées, mais à la condition que l'approche soit positive et constructive.

Le développement durable ne doit pas se traduire par la disparition des capacités d'accueil, une réduction de la fréquentation ou encore une fragilisation des activités existantes, d'autant que, pour une très large part, la transformation écologique de la filière ne pourra être efficacement mise en œuvre et financée que si nos entreprises restent économiquement saines et en capacité d'investir.

C'est donc **un objectif de croissance touristique forte et durable** qui doit être poursuivi aussi bien dans l'intérêt général que dans celui de la filière touristique.

Cet objectif doit nous conduire, en premier lieu, à ne pas sacrifier le volume au profit de la seule valeur, ce qui serait un non-sens et une erreur stratégique, notamment en ce qui concerne le tourisme domestique et populaire et ce, tandis que l'État a pour ambition d'améliorer le départ en vacances de 18 millions de Français. N'oublions pas que près de 40% d'entre eux n'ont toujours pas accès à cette possibilité.

C'est une fréquentation élevée et multiple -domestique, européenne et internationale- qui permet au secteur de proposer des prix bas, et donc d'être à la fois garant de l'accès du plus grand nombre aux vacances et plus compétitif sur la scène internationale à court et moyen terme, dans un contexte où la fréquentation mondiale augmentera inéluctablement dans les prochaines années.

“

...Bâtir une véritable stratégie de croissance forte et durable dont l'objectif doit être d'atteindre **10% du PIB de la France à 5 ans.**”

Une meilleure répartition des flux doit, au contraire, nous conduire à mettre en tourisme des territoires délaissés à fort potentiel et à construire un des plus beaux et efficaces outils de revitalisation rurale, tout en ne fragilisant pas nos totems nationaux dont la performance est liée à leurs atouts intrinsèques si précieux en termes d'attractivité pour notre pays.

Alors que les perspectives de croissance sont fortes dans les prochaines années, avec un avantage compétitif pour l'Asie et le Pacifique et une évolution annoncée comme plus faible pour l'Europe, la France ne peut pas risquer, en empruntant une voie au fond assez proche d'une certaine forme de décroissance, de saborder son économie.

Une vision trop dogmatique des enjeux auxquels le tourisme est confronté en matière de gestion des flux touristiques, notamment par une réduction des flux et une fragilisation des capacités d'accueil, reviendrait à remettre en cause notre position sur la scène économique mondiale et nous conduirait inéluctablement vers **un déclin dangereux.**

Pour conjurer le spectre d'un tel déclin, il est donc nécessaire :

► d'une part, de se fixer des objectifs **en cohérence avec les autres destinations et en phase avec le marché mondial du tourisme ;**

► d'autre part, de **préserver les capacités d'accueil** pour être en mesure de recevoir des volumes importants tout en continuant de **moderniser notre offre** afin de gagner en compétitivité (structures, services, innovations, transformations).

► Pour un "New Deal" en faveur d'une croissance touristique forte et durable

Face à nos fragilités structurelles, aux remises en question parfois contestables et tandis que les défis à venir sont colossaux et les échéances fortes (Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024), il faut **un sursaut, une vision, un cap, un New Deal !**

La CAT estime nécessaire de refonder une véritable stratégie à la hauteur des enjeux et de l'ambition touristique de la France, de se doter d'une gouvernance efficace qui suscite la confiance des acteurs, d'accompagner fortement les transformations de notre offre tout en préservant nos capacités d'accueil et en assurant une meilleure diffusion des flux, d'oxygéner notre industrie et d'optimiser la régulation du secteur, de renforcer l'attractivité de nos métiers et d'adapter notre formation pour mieux accueillir et satisfaire nos clientèles.

Si le Plan destination France présenté en novembre 2021 fut sans doute un plan parfaitement adapté à une période de relance en sortie de crise, et si ses orientations structurelles répondaient aux enjeux auxquels est confrontée notre industrie, il ne saurait tenir lieu de véritable stratégie touristique, a fortiori avec un volet financier et budgétaire à durée limitée.

Il est temps de bâtir **une véritable stratégie de croissance forte et durable** dont l'objectif doit être d'atteindre 10% du PIB de la France à 5 ans et ce, notamment en capitalisant sur l'événement planétaire des JOP de 2024, qui doit non seulement faire l'objet d'une attention particulière en termes de qualité d'accueil et de desserte mais aussi servir de catalyseur pour une reconnaissance pleine et entière de l'importance capitale de notre industrie.

Nos propositions s'inscrivent dans une volonté réaffirmée d'**un dialogue à la fois exigeant et ouvert** avec les pouvoirs publics, afin que les quatre années qui viennent puissent nous permettre d'amplifier la reprise de nos activités initiée en 2022 et accélérer la mise en œuvre des transformations nécessaires à la durabilité et à l'attractivité de notre secteur.

Les membres de la CAT sont également plus que jamais convaincus que la plupart des décisions doivent être prises au plus près des territoires et qu'**une nouvelle période de décentralisation des politiques touristiques** doit être initiée, en donnant à nos élus les moyens réglementaires d'agir en toute autonomie et en fonction de leurs spécificités locales.

Enfin, dans un contexte géopolitique anxiogène et tandis que les grandes destinations aux dimensions comparables s'organisent et musclent leurs ambitions touristiques pour les années à venir, la CAT tient à exprimer son attachement profond à l'Europe, premier continent touristique au Monde, et prendra en ce sens plusieurs initiatives, afin de **faire de l'Union européenne un levier de croissance et de compétitivité pour notre industrie.**

Les membres de la CAT

PARTIE 1

Optimiser la gouvernance et refonder notre stratégie touristique

Les bouillonnements et les fractures multiples de la société française montrent la nécessité d'une meilleure cohésion de la communauté nationale aux plans économique, social et territorial.

État, collectivités territoriales, entreprises et associations ont donc à prendre toute leur place, pour **mieux exploiter le potentiel de croissance** que représente ce « trésor national » que constitue le tourisme.

Le tourisme est, en effet, une source importante de revenus et d'emploi et un facteur de cohésion sociale. Il doit être au cœur de la politique européenne et française et mérite **une organisation, une gouvernance et une stratégie à la hauteur des enjeux**.

Il est donc impératif d'optimiser la gouvernance des politiques publiques en faveur du tourisme en se dotant d'une architecture globale plus efficace et partenariale, en capacité de déployer une stratégie de croissance forte et durable.

“

Le tourisme doit être porté dans l'ordre du Gouvernement à la hauteur du secteur de croissance qu'il est.”



Didier CHENET
Président GHR

1 • Définir un portefeuille ministériel entièrement dédié au tourisme au sein du Ministère en charge de l'économie

En 2022, le rattachement du tourisme au Ministère en charge de l'économie a marqué **la reconnaissance par le Gouvernement de l'importance de notre industrie touristique** pour l'économie française.

Ce rattachement **mériterait d'être pérennisé** dans les années à venir, afin de garantir la cohérence et d'assurer la stabilité des politiques touristiques conduites au plan gouvernemental.

Des **effets positifs** ont, d'ailleurs, été observés dans le soutien et l'accompagnement apportés aux professionnels dans le cadre de la crise de l'énergie ou encore à travers des actions structurantes pour le secteur, face aux enjeux auxquels il est confronté (attractivité des métiers, difficultés de recrutement des saisonniers, crise du logement, etc. ...).

Les membres de la CAT estiment, toutefois, nécessaire de renforcer cette prise en compte de notre industrie dans le dispositif gouvernemental, en définissant un **portefeuille ministériel entièrement dédié au tourisme au sein du Ministère chargé de l'économie**, ce qui permettra de lui accorder encore davantage de visibilité eu égard à son importance fondamentale pour notre économie.

2 • Rétablir la pratique des CIT et améliorer le Comité de filière tourisme

► Rétablir la pratique semestrielle des Comités interministériels du tourisme

“

Le Tourisme est une famille et la CAT est sa maison ! Ensemble, au-delà des émotions que nous fournissons à nos clients, nous contribuons à la vie économique et sociale de nos territoires..”



Alexandre Maulin
Président de
Domaines
Skiables
de France

La dimension interministérielle de la politique touristique est forte et a été pleinement reconnue par l'Exécutif durant la mandature précédente avec la mise en place d'un Comité interministériel du tourisme (CIT) présidé par le Premier ministre deux fois par an.

Les membres de la CAT tiennent, d'ailleurs, à rappeler que le Gouvernement avait lui-même souhaité inscrire dans le Plan Destination France le principe de son suivi régulier au sein du Comité interministériel du tourisme (CIT)⁵.

Pourtant, depuis sa présentation en novembre 2021, le CIT ne s'est plus jamais réuni.

Le CIT doit (re)devenir **l'instance décisionnaire principale en matière de tourisme** en réunissant notamment les ministres concernés et les représentants des organisations représentatives du secteur, ce qui permettra des arbitrages réguliers sur des sujets d'importance pour notre industrie et d'enfermer les travaux du Comité de filière tourisme dans un calendrier plus contraint.

► Améliorer le fonctionnement du Comité de filière tourisme

Des améliorations notables ont été apportées au mode de fonctionnement du Comité de filière tourisme (CFT), notamment à travers la mise en place du **Comité stratégique tourisme**, qui se réunit ce 19 juin 2023 à Saint-Malo sous la présidence d'Olivia Grégoire, Ministre chargée du tourisme.

Au regard des principes directeurs qui avaient présidé à la mise en place du CFT en 2020, et dont la pertinence nous semble toujours d'actualité, de nouvelles améliorations pourraient être apportées selon les modalités suivantes :

- Renforcer le rôle des professionnels dans le co-pilotage des comités thématiques ;
- Conforter la place du CFT comme lieu privilégié de la concertation des politiques publiques en faveur du tourisme ; des instances ou modes de concertation concurrents se sont mis en place sur certains dossiers (par exemple, attrition des logements en zone touristique, plan saisonniers), ce qui nuit à la lisibilité et à l'efficacité de la gouvernance touristique et est de nature à démobiliser les professionnels ;
- Transformer le Comité stratégique tourisme en instance principale d'arbitrage et de suivi des travaux réalisés dans le cadre des comités thématiques et prévoir sa réunion une fois tous les trois mois sous la présidence du Ministre.

3 • Transformer Atout France et redéfinir le périmètre de ses missions

Depuis quelques années, **le modèle d'agence nationale fait l'objet d'interrogations, légitimes ou non**, dont les membres de la CAT déplorent surtout qu'elles nuisent à l'image de la politique nationale du tourisme ainsi qu'à la crédibilité des actions conduites, tandis que la filière dans son ensemble est confrontée à des défis sans précédent.

⁵ Plan Destination France, p. 38.

Pragmatiques et entièrement animés par un esprit constructif et une volonté collective de renouer avec l'efficacité des politiques publiques, les membres de la CAT ont conduit des réflexions sur le fonctionnement de l'Agence nationale, son modèle partenarial ainsi que le périmètre de ses missions qui les conduisent à faire les propositions suivantes :

a) Renforcer la représentativité et les pouvoirs des acteurs de l'industrie aux côtés des territoires dans les instances de l'Agence.

Chambre d'enregistrement - plus que véritable autorité de contrôle - à la composition déséquilibrée et aux pouvoirs limités, **le Conseil d'administration d'Atout France mériterait d'être intégralement repensé :**

- En rééquilibrant sa composition en faveur des territoires et du secteur privé, par exemple en accueillant une représentation propre de Régions de France, de l'Alliance France Tourisme et de la CAT et en rationalisant sa composition, notamment en ce qui concerne la représentation de l'État⁶ ;
- En renforçant ses pouvoirs de contrôle et en aménageant des modalités de délibération spécifique, en cas de vote défavorable d'une forte minorité, notamment sur le budget et les orientations stratégiques⁷ ;
- En associant en amont l'ensemble des membres du Conseil à la rédaction du contrat d'objectifs et de performance conclu entre l'État et Atout France ;
- En faisant du Conseil d'administration l'autorité de nomination de la Direction générale, dont elle doit tenir la légitimité, à l'image de ce qui est pratiqué outre-Atlantique⁸ et afin d'être plus cohérent avec la règle selon laquelle « elle assure, sous l'autorité de ce conseil et de son président, le fonctionnement du groupement » (article L. 141-2 du code du tourisme).

Le Ministre chargé du tourisme continuerait de nommer les personnalités qualifiées du Conseil, de proposer parmi ces dernières celle qu'il souhaite voir élire comme Président du Conseil, d'exercer la tutelle sur le GIE Atout France, et de présider l'Assemblée générale – aussi longtemps que la contribution de l'État au budget d'Atout France serait majoritaire.

Ce nouveau système permettrait de conférer un peu **plus d'autonomie, d'inclusivité mais aussi de cohérence** à l'institution tout en permettant aux différents acteurs de l'industrie de se l'approprier davantage au bénéfice du secteur et dans l'intérêt de tous. Il permettrait également de favoriser à terme un partenariat plus fort du secteur privé.

Enfin, les membres de la CAT proposent d'instaurer auprès du Ministre **un Conseil de promotion du tourisme**, composé de personnalités reconnues et d'experts des acteurs de l'industrie, dont le secrétariat serait assuré par Atout France et qui se réunirait tous les trois mois, afin de formuler leurs recommandations sur la stratégie marketing et d'influence et les actions de promotion conduites et d'étudier les conditions d'une participation des entreprises touristiques au financement de la promotion à l'étranger.

L'ensemble de ces nouvelles modalités de gouvernance permettrait de renouer avec la dynamique de rassemblement insufflée par la loi Novelli en 2009 (partenariat public-privé) et l'idée originelle d'une « maison commune » au service de l'industrie touristique.

⁶ Sous prétexte de l'interministérialité si spécifique au tourisme et de son éventuelle correspondance budgétaire, l'État y est représenté par 7 ministères, sans compter la présence d'un Commissaire du Gouvernement. De manière générale, on y compte plus de 30 membres, quand les instances équivalentes aux Etats-Unis (CA de de Brand Usa) et en Espagne (CC de Tour Espana) en comptent seulement une dizaine.

⁷ Communiqué de presse, Régions de France, "Les Régions découvrent en Conseil d'administration la stratégie 2022-2024 d'Atout France et son budget 2022", 20 décembre 2021.

⁸ Brand Usa.

b) Recentrer l'Agence sur son « cœur de métier » et la conforter dans ses missions de promotion, d'observation et d'ingénierie touristiques

Dans la continuité du CIT du 17 mai 2019 qui avait fixé pour objectif, dans le cadre d'une refonte de son modèle, de recentrer Atout France sur ses missions de promotion et d'ingénierie⁹, et comme cela avait été suggéré par plusieurs rapports et programmé par l'État dans les années 2016-2018 (contrat d'objectifs et de performance)¹⁰, les membres de la CAT estiment nécessaire que l'action d'Atout France soit tout entière dédiée aux missions « cardinales » que sont la promotion, l'observation et l'ingénierie touristiques.

► Conforter la position d'Atout France comme opérateur unique de l'État en matière de promotion et d'ingénierie touristiques

Les attentes des professionnels concernant Atout France portent sur la promotion et l'image de la destination à l'étranger, une vision stratégique sur ses missions de promotion, d'observation et d'ingénierie, une visibilité claire et affirmée sur les salons internationaux, une influence plus forte à l'international et un renforcement des moyens dédiés.

S'agissant de ces missions qu'ils jugent « cardinales », ils sont toutefois interpellés par l'émergence d'instances concurrentes (par exemple, ANCT pour l'ingénierie dans les territoires ou Business France pour la promotion) qui nuisent à la lisibilité des politiques publiques et à la compréhension par les acteurs de l'architecture institutionnelle, et ce, même s'ils ne nient pas la nécessité de synergies entre elles.

Ils souhaitent donc qu'**Atout France soit confortée** par l'État dans son positionnement et sa compétence dans le cadre de ses missions de promotion et d'ingénierie, afin de renouer avec le principe initial « d'un opérateur unique » et « bras armé » de l'État dans la mise en œuvre des politiques touristiques.

Cette clarification attendue par les acteurs du tourisme ne s'appliquerait pas, en revanche, à la promotion du tourisme professionnel à l'international, qui doit être prise en charge par l'agence qui supervise l'attractivité de la France et non par Atout France qui ne s'est, par ailleurs, jamais vraiment saisi de cet enjeu.

Cela permettra à Business France d'accompagner les entreprises à l'export dans un continuum entre la France et l'étranger en lien avec Promosalons pour la promotion de la venue de décideurs internationaux dans les grands salons internationaux en France.

Par ailleurs, les membres de la CAT souhaitent **saluer les progrès importants réalisés par Atout France** ces trois dernières années **en matière d'observation et d'intelligence économique** avec la mise en place de France Tourisme Observation, même si des améliorations sont encore attendues en termes de méthodologie et de coordination des acteurs (v. ci-après).

La poursuite des travaux dans le cadre de France Tourisme Observation sont également absolument nécessaires pour une meilleure mise en marché et commercialisation de la destination France à l'étranger.

⁹ 4^{ème} Conseil interministériel du tourisme, pp. 1 et 15

¹⁰ Le contrat d'objectifs et de performance entre Atout France et l'État pour la période 2016-2018 avait fixé une perspective de sortie du périmètre de l'agence des dispositifs d'immatriculation et de classement en vue d'un examen en 2016 et d'une mise en œuvre effective en 2017.

► Confier les missions de qualification et de régulation de l'offre à une instance de droit privé, indépendante et à composition paritaire

Les dispositifs officiels de qualification et de régulation de l'offre touristique (immatriculation, classements, marques nationales du tourisme, distinction Palace, label Vignobles & Découvertes, etc. ...) sont actuellement pilotés et mis en œuvre par plusieurs entités (Atout France, DGE, autres administrations) qui disposent de moyens et ressources limités, ce qui emporte des conséquences sur leur gestion opérationnelle ainsi que l'accompagnement et la promotion attendus des acteurs de la filière.

Dans un contexte de nouvelles contraintes budgétaires pour l'État et au regard de la priorité logiquement donnée au financement des actions de promotion, d'ingénierie et d'intelligence économique conduites par Atout France, il est très improbable que les entités concernées bénéficieront de moyens supplémentaires dédiés pour gérer, mieux accompagner et promouvoir ces dispositifs.

Or, les enjeux de qualité de service et d'une meilleure régulation du secteur sont plus que jamais au cœur de la stratégie de croissance à déployer, dans un contexte où la compétitivité de notre filière touristique reposera dans les années à venir sur sa capacité à proposer un tourisme plus qualitatif, plus durable et mieux régulé.

Les membres de la CAT estiment que le moment est venu d'**une réappropriation par les professionnels et les territoires de ces dispositifs**, afin de permettre aux autorités de l'État et à l'Agence nationale de se concentrer sur leur cœur de mission et, par ailleurs, de garantir un accompagnement renforcé des professionnels dans ces démarches et leur plus grande valorisation.

À l'instar du modèle espagnol de l'ICTE (Institut pour la qualité du tourisme espagnol)¹¹ qui regroupe 25 filières et en s'inspirant des situations observées dans plusieurs pays européens qui s'appuient davantage sur la pratique professionnelle autonome des opérateurs touristiques¹², les missions de qualification et de régulation officielles de l'offre touristique gagneraient à être confiées à une instance de droit privé, indépendante, à la composition paritaire à trois voix (État, organisations professionnelles, territoires) et au pilotage partagé entre les professionnels et les territoires.

Sans être une nouvelle agence gouvernementale, cette nouvelle instance en charge de la qualité touristique serait reconnue par l'État qui lui délèguerait la coordination et la gestion opérationnelle des dispositifs concernés, à charge pour la puissance publique de fixer un cadre général (maintien de l'accréditation par le COFRAC ou de l'agrément des organismes de contrôle, homologation par l'État des référentiels de qualification sur avis conforme des professionnels et territoires concernés, simplification et rationalisation des procédures, gestion de registres publics, etc. ...).

Avec l'implication plus forte des professionnels et des territoires dans la gouvernance de ces dispositifs, ce nouvel organisme aurait pour objectifs :

- **Remettre de l'ordre dans la profusion des labels** existants et mieux articuler les démarches entre elles ;
- Garantir **une mobilisation beaucoup plus importante** des professionnels ou territoires concernés dans ces démarches et mieux les accompagner avec réactivité et souplesse ;
- Assurer **une véritable promotion de ces dispositifs** auprès du grand public ;

¹¹ L'ICTE est un organisme de certification des systèmes de qualité des entreprises du tourisme qui s'appuie sur les normes internationales ou espagnoles. Elle est la résultante de la fusion des anciens instituts touristiques créés par six filières touristiques privées, afin de diffuser les systèmes qualité dans les entreprises dans leurs domaines respectifs. Il s'agit d'une association professionnelle indépendante reconnue dans tout le pays et composée des principales organisations professionnelles du secteur du tourisme. L'État y est également représenté ainsi que les communautés autonomes et les municipalités. Elle dispense de nombreux services : assistance technique, accompagnement, formation, promotion, etc.

¹² En Allemagne, le classement hôtelier est géré par l'organisation professionnelle hôtelière allemande (DEHOGA) et il n'y a pas de procédure spécifique pour autoriser l'exercice de l'activité d'opérateur de voyage (même si ceux qui commercialisent des forfaits sont soumis à garantie financière).

- Piloter des dispositifs spécifiques réclamés de longue date par les professionnels, comme, par exemple, une commission de **l'exercice illégal de l'activité d'opérateur de voyages**.

La CAT pourrait être mandatée par l'État pour proposer en lien avec les territoires une nouvelle architecture au Gouvernement.



Site Internet de l'Institut pour la qualité touristique espagnole

Cette nouvelle organisation permettrait également de favoriser la mise en œuvre, en accord avec l'État, de l'initiative proposée par la CAT d'un rapprochement avec les autorités et organisations professionnelles au plan européen, en vue de la mise en place d'un **classement européen des hébergements touristiques**.

4 • Maintenir le poste d'Ambassadeur de la Gastronomie

La gastronomie est l'un des premiers motifs du voyage dans notre pays et sa structuration ainsi que sa promotion est centrale pour l'image et l'attractivité de la destination France.

Les membres de la CAT souhaitent donc que soit pérennisé le poste d'Ambassadeur de la Gastronomie qui a vocation :

- à assurer la promotion de la gastronomie et être le lien entre l'Exécutif et ses acteurs, organisations professionnelles, institutionnels du secteur, opérateurs de compétence, écoles ;
- à identifier et porter des projets valorisant la gastronomie et ses acteurs, comme la définition du nom restaurant.

5 • Initier une nouvelle phase de décentralisation des politiques touristiques

Non sans lien avec la proposition n°3, les membres de la CAT estiment qu'il est nécessaire d'examiner l'opportunité d'un nouveau transfert de compétences dans le domaine des politiques touristiques au profit des collectivités territoriales.

Leur expérience issue de la crise sanitaire et de cette année de rebond pour notre industrie les ont conduits à la conclusion qu'il est nécessaire de redonner tout son sens au principe de subsidiarité et d'accorder aux élus locaux les moyens d'agir en fonction de leurs spécificités locales.

Ainsi, en matière de régulation des meublés de tourisme, il leur semble que la réglementation nationale actuellement applicable est à la fois trop complexe et inefficace et qu'il conviendrait de renforcer l'autonomie des élus locaux pour leur permettre de prendre les décisions adéquates.

C'est dans ce sens qu'ils ont souhaité entériner leur rapprochement avec **ADN Tourisme** et qu'ils entendent prochainement initier une nouvelle phase de collaboration avec **Régions de France**, afin notamment de souligner leur attachement à une approche moins verticale de la conduite des affaires publiques, qui doit consister à s'appuyer

davantage sur les collectivités locales et leurs structures en matière de tourisme pour **mieux adapter les besoins des professionnels aux spécificités locales ou régionales.**

Les principaux défis que notre secteur doit relever dans les années à venir, notamment en matière de régulation des flux touristiques, de logement, d'emploi et de formation positionnent nos collectivités territoriales, en particulier les Régions, les départements, les métropoles et les municipalités, au premier plan, ce qui nécessite de s'interroger sur les compétences et moyens dont elles disposent pour y répondre en lien étroit avec les professionnels concernés.

6 • S'organiser pour déployer une véritable stratégie touristique française

Depuis les Assises nationales du tourisme en 2014 et les travaux du Conseil de Promotion du Tourisme l'année suivante, la filière ne dispose plus de véritable stratégie touristique. Si le volet structurel du Plan Destination France était une première avancée significative, il ne peut à l'évidence tenir lieu de stratégie, à l'instar de celles qui furent par exemple mises au point sous l'égide de l'État en 2008 ou 2015 ou encore par Atout France entre 2010 et 2020.

Or, le déploiement d'une véritable stratégie touristique française est essentiel au regard des enjeux auxquels est confrontée l'industrie touristique dans le contexte d'une concurrence internationale accrue.

a) Approfondir les méthodes de concertation et d'élaboration qui ont fait leur succès

Les membres de la CAT estiment qu'il est nécessaire d'approfondir les méthodes de concertation et d'élaboration qui ont fait leur succès, et d'y adosser un calendrier contraint :

- Dans le cadre du **Comité de filière tourisme**, engager **une large concertation** sur toutes les priorités et problématiques identifiées par le secteur ;
- Programmer pour la fin de l'année 2023 un **Comité interministériel du tourisme** qui sera suivi de nouvelles **Assises nationales du tourisme**, au cours desquelles sera présentée la nouvelle stratégie touristique de la France ;
- Parallèlement, préparer et lancer, à l'image de ce qui fut pratiqué en 2009, une **grande Loi tourisme**, à la fois refondatrice, simplificatrice et modernisatrice, qui marquera la reconnaissance de notre industrie comme « force motrice » de notre économie et « force vitale » de notre société. Cette nouvelle loi consacrera les principes directeurs et stratégiques, transformera la gouvernance touristique et simplifiera et adaptera le cadre législatif et réglementaire.

b) Améliorer les stratégies et méthodes de promotion et d'observation touristiques

Sans préjuger du résultat des concertations qui pourraient être conduites, les membres de la CAT tiennent d'ores et déjà à insister sur la nécessité d'améliorer les stratégies et méthodes de promotion

et d'observation touristiques.

“

La France possède tout le potentiel pour devenir une véritable destination golfique internationale. La dépense moyenne d'un touriste golfique est 60% supérieure à celle d'un touriste traditionnel et l'impact total sur l'économie française du tourisme golfique est supérieur à 450 M€. Les golfs doivent être intégrés à la dynamique de promotion de la destination France.”



Laurent Boissonnas
Président du
Groupement des
Entrepreneurs de
Golf Français



► **Investir davantage dans la promotion internationale tout en modernisant les méthodes et outils utilisés et en renforçant la stratégie d'influence**

Depuis de nombreuses années, et malgré la parenthèse du Plan Destination France, l'industrie du tourisme est abordée dans une logique de rente. Il est impératif de disposer des outils nécessaires pour répondre à la concurrence internationale et développer notre attractivité.

Cela doit passer par un renforcement des moyens à la hauteur des ambitions touristiques de la France mais également par des changements importants dans les méthodes de travail, les outils de promotion et l'indispensable stratégie d'influence à mettre en place.

Les membres de la CAT estiment nécessaire de stabiliser **un investissement de 100 millions d'euros annuels dédiés à la promotion de la Destination France** auprès des touristes internationaux et des Français, afin de passer en première position européenne en termes de recettes touristiques internationales d'ici 2027.

Son principe et ses modalités pourraient être étudiés par le futur Conseil de promotion du tourisme proposé dans le cadre de la réforme de la gouvernance.

Par ailleurs, il apparaît nécessaire d'adapter nos actions de communication à **des méthodes marketing plus modernes et efficaces**, comme le souligne notamment Jean-François Rial, Président de Voyageurs du Monde¹³.

Les grands enjeux auxquels est confronté le secteur du tourisme pose la question de la pertinence de continuer de conduire des campagnes de communication un peu trop classiques et à l'impact limité, en particulier au regard des campagnes conduites par certains de nos concurrents, comme par exemple la dernière campagne inventive et humoristique conduite par la Suisse, intitulée « *Grand Train Tour of Switzerland* ».

Enfin, la promotion de l'image de la France à l'étranger doit passer par le déploiement d'une stratégie d'influence beaucoup plus offensive ce qui doit se traduire par les actions suivantes :

► **Repositionner Atout France comme Agence leader d'influence dans le monde** en renforçant sa présence et ses contributions dans les instances internationales (en particulier OMT, Conseil mondial du tourisme durable, etc.) et en renouant avec la pratique antérieure des assistances techniques auprès de pays étrangers ;

► **Garantir une présence forte de la France** dans tous les salons touristiques internationaux majeurs (par exemple, ITB).

Sur ce dernier point, le positionnement de la France ne peut pas dépendre du seul bon vouloir des partenaires régionaux et ce, même si certains arguments techniques peuvent être entendus, notamment concernant les retombées et modalités concrètes de la participation à ces salons.

En termes d'image et d'influence, il est nécessaire, et ce, a fortiori au regard des moyens budgétaires supplémentaires déployés dans le cadre du Plan Destination France, d'assurer **une présence significative de la France sur les salons internationaux majeurs**.

¹³ Revue Espaces, Jean-François Rial, « La promotion du tourisme par les institutionnels est inadaptée et doit se réinventer », janvier-février 2022.

Dans le même sens, les membres de la CAT forment le vœu que les actions de communication en cours de préparation dans la perspective des **Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris en 2024** porteront la marque d'une stratégie de promotion et d'influence à la hauteur de cet événement planétaire.

Enfin, il semble indispensable de clarifier la stratégie globale des pouvoirs publics à l'égard de la clientèle chinoise, compte tenu des actions importantes conduites par certains de nos concurrents.

► Fiabiliser le dispositif d'observation et d'intelligence économique, améliorer la coordination des acteurs et crédibiliser la communication ministérielle

Les indispensables outils de veille, d'observation et d'évaluation sont à reconstituer et à moderniser avec pour objectif la recherche de synergies, d'opérationnalité et de coordination entre les acteurs.

Ces trois dernières années, **des progrès importants ont été réalisés par Atout France** pour moderniser et enrichir les outils de veille et d'observation nécessaires, notamment dans le cadre de la plateforme France Tourisme Observation, même si des interrogations peuvent se poser sur les conditions dans lesquelles sont utilisées et référencées les données fournies par des cabinets de conseil.

Pour autant, **ces avancées incontestables, qui sont également à mettre au crédit d'ADN Tourisme et de son travail remarquable d'observation dans les territoires**, se heurtent à des écueils regrettables qui sont de nature à altérer la confiance des acteurs dans le dispositif ainsi mis en place.

D'une part, les membres de la CAT ont été particulièrement irrités par **la publication non organisée et non concertée des nouvelles méthodes de calcul de l'INSEE** sur la part du tourisme dans le PIB de la France¹⁴.

La crédibilité de la puissance publique est nécessairement entamée lorsque l'INSEE fait état, sur la base de méthodes de calcul contestables, sous-estimant nettement l'effet de rayonnement économique du tourisme sur de nombreuses autres activités, d'une contribution du tourisme au PIB 3 à 4 points inférieurs au chiffre annoncé et assumé par le Gouvernement, Atout France et bien d'autres instances depuis plusieurs années.

C'est pourquoi, les membres de la CAT réclament le lancement par le Gouvernement **d'une mission à ce sujet**, qui devra porter non seulement sur les méthodes utilisées mais également sur les règles de publication et de communication adoptées.

Dans le cadre de cette mission, il conviendrait également d'étudier la **mise en place d'indicateurs d'activité** avec **un suivi mensuel ou trimestriel** permettant un pilotage plus efficace des différentes branches de la filière touristique.

D'autre part, il apparaît plus que jamais indispensable de bien distinguer les éléments de conjoncture des éléments de bilan, lesquels doivent être pour des raisons d'efficacité mais aussi de cohérence portés et rendus publics par le Gouvernement.

Enfin, les membres de la CAT souhaitent alerter sur **la nécessité de communiquer sur des éléments de bilan annuel complets et stabilisés** concernant les performances commerciales de la Destination France.

La crédibilité du dispositif d'observation est mise à mal, lorsqu'à l'occasion de la présentation du dernier bilan touristique fin mars 2023, la puissance publique est en capacité de fournir avec précision le montant des recettes touristiques internationales en

¹⁴ Blog Insee, « Comment mesure-t-on le poids économique du tourisme en France ? », 28 avril 2023

2022 sans toutefois pouvoir présenter en parallèle et avec le même niveau de précision le nombre de touristes internationaux ayant visité la France la même année.

N'exerçant pas le contrôle sur cette donnée, **Atout France emploie beaucoup d'efforts évidents -qu'il faut d'ailleurs saluer- pour établir une fourchette située entre 70 et 80 millions de touristes internationaux¹⁵.**

Mais à l'évidence, et en particulier au regard des communications de certains de nos concurrents, notamment l'Espagne - qui établissait son bilan complet en février 2023 -, une telle expression n'est absolument pas satisfaisante puisque pour tout observateur averti, c'est la comparaison des deux types de données qui permet de disposer d'une vision complète des rapports de force en présence.

7 • Faire de l'Europe un levier en faveur de la compétitivité touristique et de la qualité de service

Libre circulation des personnes, monnaie unique, harmonisation des normes en faveur des consommateurs et de nos entreprises, voyages à forfait, régulation des plateformes numériques et de l'économie collaborative (DSA, DMA, STR).

Autant d'exemples qui prouvent à quel point l'Union européenne est **essentielle et décisive pour l'industrie du tourisme.**

Les deux tiers des 90 millions touristes internationaux ayant visité la France en 2019 étaient des Européens. Ce constat en dit beaucoup sur l'importance fondamentale du tourisme dans le vivre ensemble européen, sans parler de l'opportunité puissante que représente le tourisme pour diffuser les valeurs et l'image positive de l'Europe dans le monde.

L'Union européenne, par la diversité exceptionnelle de ses territoires, son histoire, son patrimoine, sa stabilité, par ses richesses culturelles et ses politiques, participe à l'essor du tourisme (10% du PIB européen, source : European Union Tourism Trends, OMT) et donc à la croissance de ses entreprises.

Si les traités européens ne font pas du tourisme à proprement parler une compétence directe de l'Union européenne, celle-ci dispose de nombreux leviers d'action pour accompagner l'industrie tout en répondant aux attentes des consommateurs.

L'Union européenne est aussi la bonne échelle pour répondre aux enjeux liés à l'attractivité et l'investissement d'avenir, à la compétitivité, à l'économie numérique, au développement responsable comme à l'emploi et à la mobilité.

De manière plus générale, l'Union européenne se positionne de plus en plus comme une institution porteuse de réglementations visant à mieux réguler l'économie mondiale et notamment l'économie numérique et collaborative, ce qui la place souvent en modèle à suivre pour de très nombreux pays à travers le Monde : RGPD, DSA, DMA, STR.

Dans un tel contexte, les membres de la CAT recommandent de faire de l'Europe **un levier majeur en faveur de l'attractivité et de la compétitivité de notre industrie.**

Une telle orientation est d'autant plus cruciale que les initiatives communautaires ne sont **pas toujours pleinement favorables à la compétitivité du secteur** (projet de révision de la directive voyages à forfait), du fait d'**une incompréhension de nos modèles économiques** et ce, en dépit de l'implication très forte des organisations professionnelles faitières européennes que sont notamment l'HOTREC et l'ECTAA.

¹⁵ V. les estimations d'Atout France dans le dossier de la Conférence de presse du 27 mars 2023, p. 6

Il est donc absolument essentiel de structurer une réflexion et coordination plus forte du tourisme à l'échelle européenne :

- En nommant **un commissaire européen dédié exclusivement au tourisme** et en charge de réguler le secteur au niveau de l'UE et de porter une politique en faveur de la compétitivité et de la qualité du secteur ;
- En proposant aux membres de l'UE **la création d'un Conseil de l'Union européenne** réunissant au moins une fois par an **les ministres du tourisme** des États membres avec un ordre du jour dédié.

De manière plus concrète, les membres de la CAT se sont fixés dans un premier temps deux objectifs principaux :

- Convaincre la Commission européenne d'**adapter ou de renoncer à son projet de révision de la directive relative aux voyages à forfait** qui vise à limiter les acomptes déposés auprès des opérateurs de voyages (v. la proposition détaillée sur ce point en partie 3) ;
- Accélérer le mouvement d'harmonisation engagé depuis 2009 en faveur de la mise en place d'**un classement européen des hôtels**, et à terme de l'ensemble des hébergements touristiques, qui pourrait servir de modèle à suivre dans le Monde (v. sur ce point le III).

L'Europe, première destination mondiale depuis 2009

671 millions de visiteurs en 2018¹



70%
des touristes en Europe sont des citoyens européens⁵

Près de **40%**
des recettes du tourisme mondial⁷



L'industrie du tourisme en Europe

12 millions d'emplois directs³



2 millions d'entreprises⁴ (90% de PME)

- dont 200 000 hôtels
- plus de 3 milliards de nuitées⁷
- et 1 million de restaurants



1^{re} place mondiale⁶ sur le marché des salons

et rencontres d'affaires avec 37% de part de marché

60% des participants⁶

aux salons internationaux qui ont lieu en France sont Européens

PARTIE 2

Réussir les transformations et améliorer notre offre pour un tourisme durable et accessible à tous

La compétitivité de notre industrie dépend de sa capacité à réussir les transformations, notamment écologiques, énergétiques et numériques nécessaires, tout en préservant et en diversifiant notre offre, afin de favoriser le développement d'un tourisme responsable, mieux réparti sur le territoire et accessible à tous.

Pour entraîner l'ensemble des acteurs dans une dynamique collective positive, il est en premier lieu essentiel que les pouvoirs publics **valorisent le plein engagement de nos entreprises dans la transition environnementale et énergétique** et établissent **un état des lieux objectif et factuel** de cette même transition dans le secteur du tourisme.

Ces transformations nécessitent des **investissements importants** qui méritent d'être mieux **accompagnés au plan financier** et à condition que les règles qui les sous-tendent soient édictées ou mises en œuvre dans une approche équilibrée et pragmatique.

La transformation de notre secteur passe également par une stratégie de **meilleure diffusion des flux touristiques** dans l'espace et dans le temps, qui soit dénuée de tout dogmatisme, notamment en diversifiant notre offre et en exploitant les potentialités offertes par la mise en tourisme de territoires délaissés ou de filières à fort potentiel.

Enfin, notre objectif commun doit être de **favoriser le départ en vacances du plus grand nombre de nos concitoyens**, ce qui nécessite de muscler notre politique en la matière par des mesures fortes et adaptées au contexte inflationniste qui pèse sur le pouvoir d'achat des Français les plus modestes.

8. Valoriser les engagements de la filière dans la transition énergétique et environnementale et établir un état des lieux objectif et factuel

La transition énergétique et écologique de notre société est en marche. Nous avançons rapidement vers un changement de paradigme dans notre façon de nous nourrir, de produire des déchets, de consommer l'eau et l'énergie, de puiser dans la biodiversité.

La France est un des pays leader du tourisme responsable. Elle a été à l'origine de la création du programme mondial pour le développement durable du tourisme dans le cadre des Nations Unies avec l'ensemble des acteurs concernés en France et dans le Monde.

À cette occasion, les professionnels du tourisme français ont été sensibilisés aux enjeux du changement climatique et agissent depuis plus de dix ans chacun à leur niveau pour y remédier.

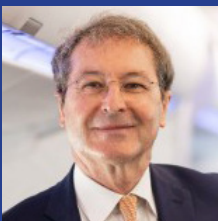
Nos professionnels sont donc logiquement aujourd'hui **pleinement engagés dans ces transformations et leurs efforts nécessitent d'être mieux valorisés.**

Parmi les nombreux exemples, on mentionnera notamment et sans exhaustivité :

- les éco-engagements collectifs des domaines skiables français,
- l'Engagement pour la Croissance Verte (ECV) de la filière de l'événementiel ;
- les efforts communs de l'aérien, du SETO et des EDV pour l'usage de technologies moins consommatrices de kérosène, le roulage au sol en électrique, ainsi que la mise en place du fonds de dotation SETOSPHERE qui réunit 24 tour-opérateurs et permet de calculer et de justifier leur empreinte carbone tout en investissant de manière mutualisée dans des actions concrètes de reforestation à des conditions économiques intéressantes ;

“

Je suis fermement attaché à la préservation de la démocratisation du transport aérien et du tourisme intervenue au cours des dernières décennies. La décarbonation passe par le progrès technique et la science. La décroissance ne ferait qu'affaiblir la France et nous renverrait à l'époque où le voyage était réservé à une élite.”



Pascal de Izaguirre
Président FNAM

- la proposition faite à l'État de soutenir la mise en œuvre de la feuille de route de décarbonation du transport aérien, afin d'atteindre les objectifs de l'Accord de Paris et plus particulièrement le développement d'une filière de carburants d'aviation durable (CAD) sur le territoire national ;
- le « Plan camping durable » 2030 porté par la FNHPA (avec l'ADEME et l'OFB) ;

Il convient de souligner qu'en matière de biodiversité, les acteurs du tourisme se sont tous engagés auprès de l'Etat avec l'ensemble des entreprises de la filière, afin de réduire les impacts directs et indirects et faire du tourisme un levier de sensibilisation à l'environnement pour les Français et nos visiteurs.

- les engagements et actions de décarbonation du transport routier de voyageurs et des loueurs de voitures (charte et label objectif CO2) ;

C'est l'occasion de rappeler que le tourisme offre des opportunités réelles de réduire les émissions de gaz à effet de serre dans l'atmosphère : le développement des lignes d'autocar et de cars de tourisme pour les transports de longue distance permet ainsi de contribuer à la décarbonation et de réduire la circulation des véhicules individuels (lutte contre l'autosolisme), un autocar représentant 30 voitures de moins sur la route.

Il en va de même des loueurs de voitures qui contribuent à une transformation des usages de mobilité, une réduction du nombre de véhicules en circulation ainsi que de tonnes de CO2 en limitant

le recours aux véhicules détenus individuellement. Chaque voiture louée et partagée remplace l'équivalent de 8 voitures et la mobilité électrique y est nettement supérieure.

- les engagements du secteur HCR en matière de sobriété énergétique ou dans le cadre du « Plan eau » ;

- Dans le domaine du tourisme fluvial, les engagements qui visent à réduire de 35 % les émissions polluantes (CO2, particules, oxyde d'azote etc.) à horizon 2035 avec pour objectif final, la dépollution totale à horizon 2050 ;

Les initiatives se multiplient dans le secteur fluvial, notamment dans la perspective des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris en 2024, l'objectif étant de disposer de 50 bateaux « verts » sur la flotte de 150 bateaux qui opère dans le bief parisien.

■ dans le domaine maritime, la Fédération française des ports de plaisance (FFPP) et l'Union des ports de plaisance de PACA (UPACA) ont été à l'initiative, dès 2010, de la création des normes Européennes « ports propres » et « ports propres actifs en biodiversité », certifiées par l'AFNOR.

La FFPP et l'UPACA poursuivent leur action volontaire en étant à l'initiative de la première norme ISO de management environnemental portuaire « clean harbour », ce qui constitue une première à l'échelle mondiale. Les ports de plaisance français déploient donc une gestion environnementale exemplaire et innovante, à l'échelle internationale.

Enfin, de récents rapports expéditifs et peu circonstanciés ont semé le doute sur le niveau d'engagement de la filière touristique dans sa nécessaire transformation environnementale et énergétique.

Afin d'objectiver le discours à ce sujet et mettre fin à certains préjugés tenaces, les membres de la CAT estiment nécessaire d'établir **un état des lieux de la transition écologique dans le secteur** et demandent donc à l'État de conduire en ce sens **une étude objective et impartiale** qui permettrait de mesurer le chemin accompli et restant à accomplir.

9. Mieux accompagner les professionnels dans leur transformation énergétique et environnementale tout en préservant l'offre existante et les capacités d'accueil

Les transformations écologiques et énergétiques supposent des **investissements lourds**. Or, dans ce domaine, certains de nos concurrents ont adopté des mesures d'aides beaucoup plus efficaces, par exemple en matière de rénovation énergétique.

La question de l'adaptation des dispositifs d'aides mis en place en France se pose donc plus que jamais : si l'on n'y prend pas garde, le risque est de voir certaines destinations prendre rapidement une longueur d'avance et gagner ainsi en compétitivité.

À ces difficultés s'ajoute **une approche parfois dogmatique des réglementations applicables**, qui peut se retourner contre les objectifs même de durabilité que les professionnels souhaitent pourtant atteindre rapidement, dans un contexte de concurrence accrue.

a) Soutenir l'investissement dans la transition énergétique et environnementale par des dispositifs d'aides adaptés et compétitifs

De manière générale, les membres de la CAT réitèrent une nouvelle fois la nécessité de **différer le remboursement des PGE** avec un étalement sur 4 années supplémentaires, soit 10 ans au total avec un 3ème différé de remboursement de 12 mois sans conséquence négative sur l'appréciation du prêt (Notation « Banque de France ») pour que nos entreprises continuent d'investir dans les transformations nécessaires.

Ils regrettent que le Gouvernement n'ait pas repris à son compte en 2021 la proposition faite par la CAT de sécuriser l'investissement par un grand programme de développement sur cinq ans incluant **un dispositif de transformation des PGE en prêts à long terme à taux réduit pour la réhabilitation et la transformation des équipements**.

Cette solution aurait permis de sécuriser au moment opportun l'ensemble de la filière touristique qui aurait été ainsi encouragée à investir et ce, rapidement.

En ce qui concerne plus spécifiquement **la transition énergétique**, la politique européenne en la matière et sa transposition dans les États membres traduisent des objectifs très élevés en termes de performance énergétique des bâtiments.

Mais cette ambition, transposée en France dans le Décret Tertiaire, se traduit par une grande disparité des moyens financiers mis en œuvre par chaque État membre pour les secteurs concernés.

L'hôtellerie et le tourisme semblent ainsi bénéficier d'**une politique de soutien dédiée et plus fortement incitative en Espagne ou en Italie**. Ces pays proposent des aides publiques visant spécifiquement des projets de rénovation énergétique d'établissements touristiques, avec des taux très incitatifs et sans exclure les établissements membres d'une chaîne (filiale ou franchise).

Il apparaît donc nécessaire de **réexaminer les dispositifs en la matière**, afin que nos établissements puissent être accompagnés dans une mesure comparable à celle dont bénéficient nos concurrents.

“

Seul un soutien massif en faveur de la transition des sites événementiels permettra de maintenir le leadership de la France sur cette activité très concurrencée par les politiques volontaristes de nos concurrents allemands, italiens et asiatiques.”



Pierre-Louis Roucariès
Co-Président
UNIMEV

En ce qui concerne **le fonds tourisme durable**, il apparaît nécessaire à la fois de le prolonger mais aussi de l'élargir, par exemple aux zones denses pour les TPE, afin qu'il soit à la hauteur de besoins plus coûteux mais aussi plus impactants en matière d'environnement, comme la réhabilitation thermique lourde des établissements.

Pour sa part, si **la filière événementielle** est pleinement engagée pour opérer la transition écologique de ses activités, les besoins d'investissements restent importants pour moderniser le dispositif d'accueil des sites événementiels et correspondre aux nouvelles attentes des territoires et des utilisateurs.

C'est pourquoi, elle demande que soient accordées des aides aux entreprises leur permettant de financer des travaux énergétiques nécessaires et investir dans des équipements d'énergies renouvelables sur le principe d'un euro investi par le gestionnaire / un euro par l'État.

Par ailleurs, pour aider les collectivités territoriales propriétaires des sites événementiels à financer les travaux nécessaires, il est souhaitable d'y **dédier une part de l'enveloppe du Fonds vert**, dont le dispositif devrait être pérennisé. Les besoins estimés pour l'ensemble des sites pour assurer la transition écologique serait de 2 mds€.

Comme cela a été souligné, les loueurs de voitures sont partie prenante à la stratégie du Gouvernement de faire de la France un modèle à suivre en termes de mobilité électrique ou décarbonée d'ici la fin du quinquennat. Ils sont donc fortement mis à contribution

mais déplorent **une insuffisance de bornes de recharge électriques dans les hubs de mobilité touristique** (aéroports, gares). Il conviendrait de prévoir une ligne de **20 millions d'euros de crédit spécifique** à l'installation des bornes de recharge électrique en gare.

De la même manière, il apparaît nécessaire de mieux aider à l'installation de stations d'avitaillement au gaz, à l'hydrogène et de bornes électriques sur les itinéraires et les lieux de circulation des autocars.

“

L'existence des activités de plein air dépend étroitement de la qualité de la nature dans laquelle elles s'exercent. Alors, associons concrètement et davantage les entreprises qui les exploitent, à l'élaboration des réglementations qui en assurent la préservation. Les entreprises du plein air en sont d'excellentes vigies !.”



Thierry Doll
Président de
Active-FNEAPL

Par ailleurs, pour accompagner la décarbonation des flottes de loueurs de voitures et lever les freins à la location du véhicule électrique en France, le dispositif ADVENIR existant devrait être renforcé (Prime Advenir « Parking privé flottes et salariés »).

En matière de **tourisme fluvial**, le coût d'un bateau zéro émission représente en termes d'investissements pour l'entreprise un facteur 2 à 7 par rapport à une motorisation thermique. Les programmes de subventions existants en France comme ailleurs en Europe sont insuffisants à générer une bascule telle qu'elle permettrait à horizon des engagements internationaux de verdir la flotte fluviale.

En France, afin d'atteindre les objectifs, les acteurs du tourisme fluvial souhaitent donc voir doubler le Plan d'aide à la modernisation de la cale (PAMI) géré par VNF.

Par ailleurs, **les entreprises du secteur du sport, des loisirs du cycle et de la mobilité active** sont très investies en matière de durabilité du fait du changement climatique en montagne et des attentes fortes des clients pratiquants de sports de pleine nature.

Des questions très concrètes sur l'usage des ressources naturelles (eau pour le lavage des équipements touristiques), la réduction de la consommation énergétique (bâtiments en copropriété) ou l'eco-conception des produits se posent face auxquelles des soutiens de l'Etat (réglementation/subventions) sont nécessaires pour atteindre les objectifs de durabilité.

En ce qui concerne l'aérien, il apparaît souhaitable de s'assurer du soutien de l'Etat à la mise en œuvre de la **feuille de route de décarbonation du transport aérien** afin d'atteindre les objectifs de l'Accord de Paris et plus particulièrement le développement d'une filière

de carburants d'aviation durable (CAD) sur le territoire national.

Enfin, de manière plus générale, l'Etat devrait prendre toute sa part dans l'accompagnement de la transition écologique et ce, dans toutes ses composantes et domaines de compétences, par exemple :

- en mettant à la charge des communautés de communes et des villes la collecte des biodéchets. L'obligation de valorisation sera imposée aux professionnels le 1^{er} janvier 2023 ; or, aucune mesure n'est prise pour permettre aux professionnels d'y satisfaire ;
- en incitant davantage aux transformations par des dispositifs fiscaux -la fiscalité devant constituer le bras armé de la transition écologique- et par un accès à une ingénierie ;
- en informant les professionnels avec un guichet d'aide permettant d'accéder aux dispositifs mis en place par l'Etat.

b) Favoriser la mise en place de réglementations environnementales et énergétiques équilibrées qui préservent l'offre et les capacités d'accueil

Une réglementation trop stricte ou inadaptée peut se révéler contre-productive :

- lorsqu'elle a pour effet de fragiliser le développement de produits ou de sites touristiques innovants et durables vers lesquels on souhaite précisément orienter les touristes pour mettre fin à des situations de congestion spatiale et temporelle ;

■ quand ses principes et ses modalités ont pour effet une augmentation trop forte des coûts pour des structures légères d'accueil, ce qui comporte le risque d'engendrer une augmentation des prix et de compromettre l'accès aux vacances des plus modestes ;

■ lorsque son interprétation par les services de l'État se révèle, en réalité, aller à l'encontre des objectifs même de durabilité à atteindre.

L'ensemble des observateurs ont été frappés par **les difficultés rencontrées par l'hôtellerie de plein air s'agissant de l'application de la norme RE2020**, qui a pour effet d'imposer une réglementation thermique aux structures légères et réversibles implantées dans les campings, au risque d'engendrer leur disparition à moyen terme.

Les membres de la CAT tiennent à rappeler de manière générale que vouloir améliorer la qualité de l'offre à l'intérieur des périmètres des campings (piscines, hébergements saisonniers, HLL, etc. ...) ne peut être perçu -bien au contraire- comme une artificialisation des sols, puisque ces hébergements sont déjà implantés. De même, on ne peut pas demander aux opérateurs touristiques de s'adapter au changement climatique et leur refuser d'investir dans des panneaux solaires pour des raisons urbanistiques¹⁶.

Il est en premier lieu nécessaire de « sauver » la filière française de construction des habitations légères de loisirs et de préserver la capacité d'adaptation de l'hôtellerie de plein air (chalets/huttes/cabanes, insolite/glamping, inondation) en mettant en oeuvre l'exonération des HLL de moins de 35m² de la RE2020 et en adaptant cette norme pour les HLL de 35 à 50 m².

Des nécessaires aménagements de la Loi littoral sont également nécessaires pour **stopper la disparition des campings existants** et leur permettre de s'adapter.

Enfin, pour réduire la dépendance énergétique des campings et anticiper la transformation électrique du parc automobile des Français et des Européens (borne de recharge électrique sur chaque emplacement de camping), il convient de faciliter l'installation de panneaux photovoltaïques sur les hébergements locatifs des campings et sur leurs terrasses contiguës tout en épargnant aux collectivités locales les coûteuses augmentations de puissance électrique auxquelles elles seront prochainement exposées.

La particularité **du secteur des sports & loisirs** est que ces enjeux de transformation se cumulent avec la mise en place de la filière à responsabilité élargie des producteurs des articles de sport et de loisirs (gestion des déchets), qui mobilise beaucoup de ressources et constitue une démarche franco-française.

Les acteurs de la filière regrettent **cette distorsion de concurrence** vis-à-vis des acteurs étrangers non soumis à ces obligations et appellent donc à une harmonisation et au déploiement simultané des réglementations environnementales dans l'ensemble de l'UE.

Dans le cadre du « **Plan eau** » annoncé par le Président de la République le 30 mars dernier, nos professionnels se sont engagés dans la rédaction d'engagements et de contributions par filière.

“

Si on ne met pas fin à l'hémorragie (disparition des campings français), c'est la France tout entière qui sera déclassée dans le classement touristique mondial.”



Nicolas Dayot
Président FNHPA

¹⁶ Des problématiques similaires se posent concernant les ports de plaisance pour lesquels il apparaît paradoxal de limiter/interdire les extensions en mer, sans laisser des possibilités de développement à terre qui sont désormais très contraintes voire impossibles à mettre en oeuvre, du fait de l'application du « zéro artificialisation nette ».

Si l'utilisation de l'eau à des fins touristiques concerne des volumes relativement faibles, l'effet levier sur l'emploi local et l'activité des territoires est généralement très important.

Or, nos professionnels sont particulièrement préoccupés par les conséquences des mesures qui pourraient être prises au plan local.

Il leur apparaît, en effet, indispensable de trouver **un juste équilibre entre l'objectif de préserver la ressource en eau et la nécessité de ne pas fragiliser ni remettre en cause les prestations fondamentales** exigées par les clients dans le cadre de

leur séjour touristique (piscines, douches, espace bien-être ...) ou des prestations touristiques, par nature, « aquatiques » (tourisme fluvial et fluvestre, baignade en cours d'eau, loisirs nautiques).

Il convient de rappeler qu'une exécution imparfaite de la prestation de service par le professionnel du tourisme pourrait permettre aux clients d'exiger des réductions de prix ou des annulations de contrat, ce qui pourrait occasionner un grand nombre de défaillances d'entreprises.

Des solutions simples et pragmatiques, qui peuvent prendre la forme de mesures directes ou indirectes, existent dans de très nombreux pays à travers le Monde, qui connaissent déjà ces difficultés (stopper les vidanges de piscines, limiter les pertes lors des filtrations, etc. ...)

Certains de nos membres, notamment les ports de plaisance et la filière golf, alertent également sur **des écueils réglementaires notables** en ce qui concerne les conditions de ré-emploi de l'eau dans les ports ou de l'utilisation de l'eau réutilisée (REUTE) dans les établissements et exploitations qui reçoivent du public.

Tandis qu'en France, on recycle ou on traite **moins de 0,5%** des eaux usées, **l'Espagne affiche un taux de 20% et l'Israël un taux de 90%.**

Il convient donc de se fixer un objectif d'allègement des autorisations de mise en place et d'utilisation de la REUSE qui permettra de réduire l'impact sur la ressource :

► en faisant évoluer la législation et la réglementation applicable et la capacité à récupérer et stocker les eaux de pluie (via un amendement

à la loi « climat et résilience ») ;

► en effectuant la transposition en droit interne de la réglementation en vigueur en Espagne et en Italie (eaux usées, eaux pluviales) concernant les terrains de sport, mais aussi l'agriculture ;

► en mettant en place un contrat de plan avec les industriels de l'eau (Veolia, Suez, Saur...) dans une logique de croissance verte.

Pour ce qui concerne enfin l'extension des ZFE-m, il apparaît nécessaire d'**harmoniser les calendriers des interdictions de circulation** afin de permettre aux autocars de tourisme de relier une métropole à une autre sans entrave et ne pas interdire la circulation des véhicules de transport collectif, qui représentent une solution de décarbonation des transports de voyageurs dans leur ensemble, tant qu'une offre industrielle alternative n'est pas disponible.

“

Dans l'immédiat, il n'y a pas de cohérence dans la mise en place des ZFE entre les différentes agglomérations. La FNTV attend beaucoup de la concertation pilotée par un coordonnateur interministériel pour la qualité de l'air et les zones à faibles émissions désigné par le Gouvernement, afin de proposer une harmonisation des règles des ZFE..”



Christine Français
Présidente
Commission
Tourisme FNTV

“

Soutenir le tourisme professionnel en préservant les lits chauds, c'est assurer aux régions réceptives une fréquentation soutenue et contrôlée, des retombées économiques importantes et des emplois pérennes.”



Stéphane Laugery
Président SNRT

Enfin, **s'agissant toujours des ZFE**, nos professionnels observent des difficultés de circulation automobile pour les citoyens européens, du fait d'une absence de **reconnaissance mutuelle par les États membres des différents types de vignettes** d'émission de gaz.

Il est donc nécessaire d'initier **une harmonisation des pratiques européennes** ou a minima une reconnaissance mutuelle des vignettes, pour rétablir la libre circulation au sein de l'Europe touristique.

► Répondre de manière efficace à la problématique des lits froids tout en luttant contre les meublés de tourisme énergivores

Pour répondre à la problématique récurrente **des lits froids**, qui nuit notamment à l'attractivité des stations de montagne, et pourvu que l'offre de meublés fasse l'objet **des mesures d'encadrement nécessaires** (obligation d'enregistrement pour tous les meublés, application de règles de sécurité, etc.), les mesures suivantes pourraient être proposées :

- zonage dans les PLU pour permettre de dédier des zones aux différents usages (habitations permanentes, saisonnières, touristiques...) et notamment **maintenir des lits chauds en stations**. Dans les zones touristiques, les destinations des bâtiments doivent être figées ;
- étendre les objectifs du décret bâtiments tertiaires aux hébergements touristiques dont le DPE est classé E, F et G, qui impose de réduire sa consommation d'énergie de 40% en 2030, 50% en 2040 et de 60% en 2050 ;
- permettre un amortissement des dépenses de rénovation énergétique des résidences secondaires dans le cadre du BIC au forfait et un suramortissement dans le cadre du BIC au réel ;
- rendre les fiches C2E plus attractives ;
- imposer aux propriétaires une durée minimale, fixée par le maire de la commune, d'occupation et/ou de location de leur meublé pour bénéficier des avantages fiscaux. L'occupation du meublé de tourisme participerait ainsi à l'économie du territoire.
- Inciter les acteurs locaux à investir dans des foncières locales pour développer et soutenir l'immobilier de loisirs (soustraction à l'IFI, à l'IS et à l'IR).

10. Mieux diffuser les flux touristiques en privilégiant une approche pragmatique

Le tourisme se concentre depuis un demi-siècle sur une petite partie du pays : 20 % du territoire accueille 80 % des flux touristiques.

La région francilienne regroupe par exemple 20 des 30 premiers sites culturels les plus visités de France. Paris et les autres destinations phares (la Côte d'Azur et les Alpes par exemple) bénéficient certes d'une visibilité internationale mais elles ne doivent pas occulter la diversité du territoire français ni l'émergence d'offres innovantes correspondant aux nouveaux comportements de consommation touristique (les circuits à vélo, l'écotourisme, l'oénotourisme, tourisme de niche...).

Le tourisme en France est, par ailleurs, essentiellement saisonnier. L'un des enjeux est donc de permettre de développer l'activité touristique tout au long de l'année, grâce notamment à l'aménagement d'équipements structurants et durables.

Face aux remises en question dont la filière touristique fait l'objet, les membres de la CAT tiennent à souligner qu'**une vision trop dogmatique des mesures à mettre en œuvre** pour mieux gérer les flux touristiques, par exemple en fragilisant les capacités d'accueil ou en réduisant les flux, reviendrait à remettre en cause notre position sur la scène économique mondiale et nous conduirait vers **un déclassement dangereux**.

“

Tout le monde doit faire des efforts. Mais il ne faut pas non plus supporter tous les péchés du monde. Nous ne pouvons pas imaginer un monde sans mobilité. Un monde sans mobilité, c'est un monde qui plonge dans l'obscurantisme.”



Jean-Pierre Mas
Président
Entreprises
du Voyage

Il convient d'innover dans un nouvel équilibre protection/développement en se gardant des tentations polémiques et en écartant les notions caricaturales et simplistes tel que le « surtourisme », concept qui exacerbe les ségrégations et les fractures sociales. Le tourisme et les loisirs ont au contraire vocation à favoriser le partage, la convivialité et l'accès le plus large à la culture, à la nature et aux patrimoines.

Ils souhaitent donc que cette vision équilibrée et pragmatique soit pleinement intégrée par le Gouvernement dans le cadre de **la feuille de route qu'il présentera sur la gestion des flux touristiques**, suite à la réflexion qu'il a engagée à ce sujet dans le cadre du Comité de filière tourisme depuis l'automne dernier.

Des solutions concrètes et pragmatiques compatibles avec des objectifs de croissance durable et de préservation des capacités d'accueil existent pour mieux répartir les flux dans l'espace et le temps, elles ont été identifiées et mises en place depuis longtemps par certains territoires français ou pays étrangers et elles ont été systématisées dans la récente étude publiée par l'Alliance France .Tourisme. **Il suffit de les mettre en œuvre.**

Par-delà la systématisation des mesures à la main des territoires touristiques et des gestionnaires de sites pour gérer les pics de fréquentation (pratiques de réservation préalable ou de quotas, yield management, désaisonnalisation des promotions, etc. ...), les membres de la CAT tiennent à insister en particulier sur les mesures et actions suivantes :

- encourager une **désaisonnalisation** des activités touristiques par **un calendrier scolaire** compatible avec l'activité touristique et mettre en place un organe de co-construction avec le Ministère de l'Education nationale pour étaler encore davantage les périodes de vacances et articuler au mieux le zonage des vacances scolaires françaises et européennes ;
- développer **le tourisme de savoir-faire**, vecteur d'image et de notoriété, pour renforcer l'attractivité et la cohésion des territoires ;
- exploiter les potentialités offertes par **la mise en tourisme de territoires délaissés**, notamment en milieu rural, et construire un des plus beaux et efficaces outils de revitalisation rurale, tout en ne fragilisant pas nos totems nationaux qui doivent faire l'objet de mesures de gestion des flux adaptés ;
- **augmenter la durée de séjour des touristes** afin de mieux diffuser les flux, et ainsi conjuguer les objectifs de prévention des pics de fréquentation et d'augmentation de la dépense par touriste ;
- **faciliter la mobilité des touristes** (internationaux ou français) en améliorant la fréquence, la régularité et la sécurité des dessertes et en diversifiant les destinations possibles et **l'intermodalité** d'un transport à un autre, et ce, jusqu'au

dernier kilomètre ; on soulignera ici le rôle central que peuvent jouer les acteurs du transport routier des voyageurs et les loueurs de voitures, qui peuvent assurer à des clientèles professionnelles et touristiques une fin de trajet en intermodalité avec les modes ferroviaires et aériens ;

“

En faisant la promotion du recours à l'usage et du partage du véhicule, les métiers de la location courte-durée ont toute leur place dans ces nouveaux environnements règlementaires, en proposant aux touristes français et internationaux des véhicules basses émissions, vertueux et adaptés à des besoins de mobilité qui ne cessent de croître.”



Jean-Philippe Doyen
Président de la
branche
“Mobilité partagée”
de Mobilians

► continuer de **soutenir et de développer les mobilités douces**

(transports en commun publics et privés, véhicules propres, stations vélos, voies vertes, pistes cyclables, remontées mécaniques, trains de nuit, etc.) et **les filières associées** (vélotourisme) ;

► privilégier **le développement d'équipements, activités et aménagements pluri-usages ou hybrides** ainsi que leurs complémentarités dans l'espace et dans le temps ;

► continuer d'encourager les actions (campagnes de communication, greeters) visant à **faire évoluer la perception du tourisme par les Français** en valorisant le secteur et ses impacts positifs (facteur de paix et de progrès social, retombées économiques et sociales, mise en place d'infrastructures, services d'intérêt général, ...), afin de construire un sentiment de fierté chez nos concitoyens.

► accompagner le développement de l'offre touristique autour de **nouveaux projets structurants à créer** et favoriser le développement de nouveaux **pôles régionaux événementiels**.

Enfin, les membres de la CAT estiment que l'une des solutions pour répondre aux enjeux d'une meilleure diffusion des flux reposent sur **une plus forte mise en tourisme de filières thématiques à fort potentiel de croissance**, qui ont pour principal avantage de mieux s'intégrer dans les territoires et donc de susciter une plus forte adhésion et implication des populations locales.

C'est en ce sens que la CAT accueille cette année les organisations porteuses des filières des entreprises du secteur du sport et des loisirs, des activités de plein air et indoor, des ports de plaisance et qu'elle entend initier prochainement un rapprochement stratégique avec la filière œnotouristique.

En ce qui concerne **l'œnotourisme**, il apparaît nécessaire de mettre à jour et d'amplifier les orientations issues des Assises présidées en 2018 par Hervé Novelli, en confiant la mission au Conseil supérieur de l'œnotourisme (CSO) de proposer au Gouvernement **une nouvelle feuille de route**.

Par ailleurs, dans le cadre de la nouvelle gouvernance/instance proposée pour la qualité du tourisme français, le CSO pourrait être intégré à cette démarche et **se voir déléguer la gestion du label Vignobles & Découvertes**, afin de muscler la structuration et la qualification de la filière œnotouristique en lien avec les territoires labellisés.

Le poids économique de la **filière golf** et sa contribution au tourisme restent aujourd'hui largement sous estimées et la suppression du Cluster tourisme et golf au sein d'Atout France n'a pas contribué à mieux la valoriser.

Il apparaît donc nécessaire d'amplifier son développement par des **mesures de soutien et de promotion adaptés** et de l'intégrer – comme les autres filières et notamment celle des entreprises du sport et du loisirs – dans le futur Conseil de promotion du tourisme proposé.

Dans le même esprit, il est essentiel de reconnaître **l'intérêt vital des entreprises des activités de loisirs en plein air** pour la préservation de l'environnement dans lequel elles développent leur activité (plongée, escalade, rafting, etc).

Pour ce faire, il est indispensable de faire évoluer les modalités de la consultation des acteurs concernés, afin de les intégrer concrètement à l'évolution des décisions et des réglementations des parcs nationaux et régionaux et de les associer aux classements visés au 2° et 4° de l'article R. 212-7 du code du sport.

Enfin, les membres de la CAT estiment nécessaire de soutenir les efforts en vue de la mise en place d'**une stratégie nationale tourisme littoral et maritime sur dix ans**, afin de permettre à la France d'affirmer sa place de leader mondial de la plaisance et du nautisme.

En soutien de la filière ports de plaisance, le programme « **Ports de plaisance d'avenir** » inclus dans le cadre du Plan Destination France, doit être pérennisé au-delà de 2024, afin d'accompagner des projets ambitieux d'aménagements visant à faire des ports de plaisance de véritables lieux d'accueil, de services et de convivialité, dotés d'infrastructures de qualité.

11. Accompagner la transformation digitale et numérique de nos entreprises et les préparer aux ruptures technologiques

L'ère numérique a propulsé depuis plusieurs années le secteur du tourisme dans une approche technologique de ses activités, nécessitant un niveau de qualification élevé et l'obligation de se former aux nouvelles technologies.

À bien des égards, l'industrie touristique fait figure de pionnière en la matière, le recours précoce aux nouvelles technologies ayant même contribué à doper significativement la croissance touristique mondiale.

Mais lorsqu'on y regarde de plus près, la filière touristique demeure atomisée et présente donc – comme le soulignait le Plan Destination France – « des niveaux de maturité numérique très hétérogènes selon les segments (hébergement, restauration, activités) et la taille des entreprises »¹⁷.

Par ailleurs, pour accélérer et structurer le développement du tourisme en France, le numérique a un rôle clé à jouer et il doit permettre d'apporter des réponses pour :

- consolider notre position de leader en termes de flux touristiques ;
- capter le plein potentiel en termes de recettes de ces flux touristiques en augmentant le « panier moyen » du touriste ;
- mieux répartir les flux touristiques dans le temps et sur le territoire¹⁸.

Les membres de la CAT soulignent donc la nécessité :

- d'accélérer le déploiement de la couverture internet dans les zones rurales et de montagne, afin de permettre aux touristes de se connecter gratuitement, sans fil et en haut débit ;

“

Les politiques publiques du tourisme doivent intégrer plus significativement les activités littorales et maritimes, notamment les ports de plaisance qui sont au cœur de l'écosystème économique et touristique des rivages français.”



Michaël Quernez
Président de la
Fédération
Française des
Ports de Plaisance

¹⁷ Plan Destination France, p. 36

¹⁸ Institut Montaigne, 2017.

► de mettre en place un cadre commun d'accompagnement des entreprises du tourisme dans la transition numérique (mise à niveau des PME/TPE, intégration du numérique dans la formation initiale, réduction de la résistance à l'innovation...) ;

► de pérenniser et renforcer les mesures du Plan Destination France pour accompagner la transition numérique des TPE-PME du tourisme.

Enfin, plus que jamais, notre secteur comme l'ensemble de la société est confronté à de nouvelles **ruptures technologiques** dont le déploiement s'accélère : nouveaux modes de paiement, block-chain, **impact de l'intelligence artificielle**.

Il est donc nécessaire de conduire une réflexion et une stratégie au niveau européen et national et de mieux accompagner et adapter notre industrie à ces ruptures technologiques majeures.

Cette réflexion doit également conduire à **l'adoption de règles plus équitables au niveau mondial**, notamment en ce qui concerne les conditions de concurrence avec les plateformes de réservation, les comparateurs et les moteurs de recherche (v. sur ce point, la partie 3).

12. Soutenir le départ en vacances des Français de tous âges et de toutes situations

Après une progression continue de l'accès des Français aux vacances depuis la seconde guerre mondiale, une stagnation voire une régression peut être observée depuis une vingtaine d'années.

Le constat est accablant : 1 français sur 3 ne part pas en vacances, 3 millions d'enfants ne partent pas en vacances et 65% des Français ont déjà renoncé à leurs vacances pour des raisons financières.

Or, la dimension inclusive du tourisme est fondamentale pour les membres de la CAT.

Nos clients ne sont pas que des visiteurs étrangers qui ont les moyens de voyager loin. Ce sont aussi des familles de classes moyennes et modestes, auxquelles nous devons pouvoir proposer une offre touristique de qualité, y compris de proximité. Ce sont des enfants pour lesquels la fréquence des départs en vacances dans la jeunesse conditionnera les départs en vacances dans leurs vies d'adultes.

Le droit au voyage, à la découverte, à l'émerveillement, à la mobilité du corps et de l'esprit, à la culture et au partage d'un moment d'évasion, nous semble être fondamental dans une société où la justice sociale demeure un horizon à atteindre collectivement.

Le contexte inflationniste actuel comporte naturellement le risque de conséquences lourdes sur le taux de départ en vacances.

Il faut donc initier d'urgence une politique volontariste consistant dans les mesures suivantes :

► **institutionnaliser le premier départ en vacances**, afin que chaque enfant parte au moins une fois en séjour collectif (colonies de vacances, classes de découverte, classes de neige, mer et vertes) au cours de chaque cycle scolaire ;

- mettre en place **un abattement fiscal sur les frais de colos** en fonction des revenus ;
- amplifier **le programme « Séniors en Vacances »** porté par l'ANCV, et élargir les financeurs en y associant notamment la CNAV, les groupes mutualistes et les caisses de retraite. En lien avec les débats sur la prise en charge de la dépendance, soutenir le dispositif à destination des aidants et développer les espaces de répit ;

“

Notre ambition est de permettre un départ en séjour pour chaque enfant au moins une fois dans son enfance. L'égal accès aux vacances, à la culture, aux loisirs et au sport participe à la construction de la citoyenneté. C'est un enjeu de société majeur.”



Michelle Demessine
Présidente UNAT

- **développer le Chèque-Vacances** en élargissant le périmètre des publics auxquels il s'adresse, en améliorant sa diffusion aux salariés des PME-TPE et en accroissant les montants alloués à la politique sociale de l'ANCV ;
- mobiliser les financeurs du tourisme social et solidaire afin qu'ils prennent en compte les hausses des prix actuels (État, collectivités, CSE et mutuelles) et permettent de **maintenir des tarifs accessibles** ; pour, rappel, le programme d'aide « Seniors en vacances » de l'ANCV a été indexé sur l'inflation ;
- revoir les dispositifs existants d'investissement, afin de permettre aux structures du tourisme non lucratif de développer et de pérenniser des établissements exemplaires en matière de transition écologique, sur l'ensemble du territoire.

PARTIE 3

Oxygéner notre industrie, améliorer la qualité de service et mieux réguler le secteur

Malgré les efforts de simplification mis en œuvre par les gouvernements successifs depuis plusieurs années, et en particulier ceux réalisés en 2009 dans le cadre de la loi dite « Novelli » et en 2015 dans le cadre de l'ordonnance dite « Fabius », la France continue de souffrir d'un cadre réglementaire et fiscal particulièrement pénalisant pour la compétitivité de notre industrie.

Les membres de la CAT constatent, comme cela a été souligné dans plusieurs rapports précédents, la **persistance d'un déficit de compétitivité normatif et fiscal** par rapport à nos principaux concurrents du fait du poids des normes et de réglementations trop contraignantes qui freinent le développement de la filière touristique française.

Dans un contexte de défis majeurs pour notre industrie, et tandis que la concurrence internationale s'organise pour gagner des parts de marché, un tel déficit de compétitivité normatif et fiscal doit être résorbé.

Par ailleurs, **les enjeux de qualité de service** sont plus que jamais au cœur de la stratégie de croissance à déployer, dans un contexte où la compétitivité de notre filière touristique reposera dans les années à venir sur sa capacité à proposer un tourisme plus qualitatif et mieux régulé.

Il faut donc **rationaliser et réformer les dispositifs** de qualification de l'offre pour les rendre plus efficaces tout en apportant les améliorations nécessaires dans les exigences de qualité, de durabilité et de RSE requises. Il est également nécessaire de garantir une meilleure articulation des démarches entre elles et de mettre de l'ordre dans la profusion des labels et autres démarches qualité existantes.

Enfin, les membres de la CAT estiment plus que jamais nécessaire d'améliorer, au plan national comme au plan européen, **la régulation du secteur et celle entre les acteurs par un modèle équilibré et efficace**, qui respecte les modèles économiques de nos entreprises et permette un développement harmonieux de l'ensemble de la filière, en tenant compte des populations ou contingences locales et des principes d'équité fiscale et réglementaire.

13. Initier un choc de compétitivité normatif et fiscal en faveur de notre industrie

En dépit des propositions ambitieuses faites en septembre 2020 dans le cadre du précédent Comité de filière tourisme, par la Commission simplification, réglementation et compétitivité, présidée par Valérie Boned, Secrétaire générale des Entreprises du Voyage, l'apport simplificateur du Plan Destination France fut de l'avis général très faible.

Or, la nécessité d'initier un choc de compétitivité normatif et fiscal avait été unanimement identifiée par le secteur comme centrale, afin de mieux accompagner la relance.

Depuis, les comités thématiques du nouveau Comité de filière tourisme ne sont pas parvenus à proposer une véritable stratégie de simplification qui permette de lever les nombreux freins réglementaires et fiscaux au développement de nos activités.

Les organisations rassemblées au sein de la CAT estiment qu'il est nécessaire de tirer **un véritable bilan de la réglementation applicable**, qui puisse permettre de faire émerger une nouvelle stratégie de régulation à la fois **plus simple, plus efficace et plus équitable**.

C'est pourquoi, ils proposent que l'État confie **une mission spécifique** à un professionnel expert sur ces sujets en vue de la mise en œuvre d'un grand **chantier de simplification** réglementaire et fiscal et d'une réforme profonde du code du tourisme qui pourront être intégrés à la nouvelle **Loi tourisme** proposée dans le cadre de la stratégie globale.

Les orientations et les mesures qui pourraient être examinées dans ce cadre pourraient être notamment les suivantes.

a) Lever les freins réglementaires à la compétitivité du tourisme français :

- ▮ **Revenir sur la notion de responsabilité de plein droit pour la vente de voyages et de séjours**, exemple de sur-transposition communautaire, **qui nuit à la compétitivité de nos entreprises de voyages** par rapport à leurs concurrentes directes, dont les pays d'établissement appliquent un régime qui s'aligne strictement sur la directive voyage à forfait.

- ▮ Cesser d'assujettir à l'obligation d'immatriculation, et donc à la garantie financière, des opérateurs français qui ne commercialisent que des services de voyages uniques portant sur « d'autres services touristiques » que le transport, l'hébergement ou la location de véhicules seuls.

Cette obligation est purement théorique faute de contrôles. Par ailleurs, elle paraît excessive au regard du prix relativement faible de ces activités. Rappelons que parallèlement, les billets d'avions dont le montant est souvent bien plus important ne sont, en l'état actuel du droit, protégés par aucune garantie financière.

- ▮ Modifier le régime actuellement applicable en matière de libre prestation de services des opérateurs de voyages et celui applicable aux opérateurs établis dans un pays tiers à l'UE.

- ▮ Adapter et simplifier **les règles d'urbanisme** dans l'hôtellerie de plein air : rétablir la tolérance d'augmentation du nombre d'emplacements sans déclaration préalable, dans la limite de 10%, relever le plafond maximal d'HLL et favoriser une interprétation moins restrictive de l'article R. 480-7 du code de l'urbanisme concernant les abris de jardin.

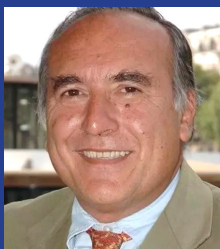
- ▮ Adapter et simplifier les arrêtés du 27 mars 1987 et du 18 décembre 2015 sur **l'affichage des prix en CHRD**, notamment en prenant en compte la digitalisation renforcée des pratiques observées dans la profession.

- ▮ Procéder à une réécriture des dispositions de la loi de 1804 relative à la responsabilité de l'hôtelier en cas de vol et de ses clauses d'exonération.

- Simplifier le code des débits de boisson.
- Obtenir de l'État la prolongation de trois années supplémentaires sur la possibilité de créer des licences de débit de boisson de quatrième catégorie dites de « revitalisation » dans les communes rurales de moins de 3500 habitants n'en disposant pas ou créer une licence IV qui sera attachée à la commune et qui ne pourra pas être transférée hors de la commune.
- Accélérer la délivrance des permis et documents de conduite des conducteurs routiers ou permettre la conduite avec des documents intermédiaires.

“

Le tourisme fluvial est un savoir-faire français diversifié et à fort potentiel. Porté demain par les Jeux de Paris 2024, les conditions d'accès aux métiers verrouillent le recrutement et pénalisent notre développement ; il faut intervenir d'urgence !”



Frédéric Aviérinos
Vice-Président
d'Entreprises
Fluviales de
France

- Réduire les délais d'obtention des permis de naviguer pour les bateaux fluviaux en rationalisant la procédure d'attribution et en identifiant une autorité en capacité de la porter.

b) Garantir des règles fiscales compétitives par rapport à nos concurrents

- **Réformer le régime de la TVA pour les opérateurs de voyages en leur donnant le choix entre TVA à la marge et TVA de droit commun :**

Suite à une étude réalisée par KMPG au niveau européen, il apparaît qu'il existe autant de façons d'appliquer ce régime qu'il y a d'États membres, la France appliquant une nouvelle fois le régime le plus strict et donc le moins favorable à la France.

Il est donc impératif de rétablir **une saine compétitivité fiscale** en faveur de nos opérateurs de voyages.

- **Réexaminer le régime de la TVA applicable à la vente de produits France par les opérateurs de voyages et de séjours ;**
- Uniformiser la fiscalité foncière des terrains de golf de manière à ce qu'ils soient tous classés en TFPNB terrains de sport sous classe 4.
- Revoir entièrement le régime de la taxe de séjour **en supprimant la taxe forfaitaire** dont l'effet pervers est largement plus pénalisant que la recherche initiale de simplification.
- Contrôler l'affectation des recettes de la taxe de séjour aux **seules dépenses destinées à favoriser la fréquentation touristique et créer des comités locaux réunissant les professionnels et les collectivités pour le suivi de l'affectation de la taxe de séjour** et la fixation des règles et modalités, afin d'en assurer la transparence, le fléchage et l'évaluation publique.

► Abroger la taxe additionnelle à la taxe de séjour mise en place dans le cadre du PLF 2023 :

Cette surtaxe additionnelle de 34% en PACA, Nouvelle-Aquitaine et Occitanie a été votée par le Parlement sans concertation avec les professionnels concernés.

Son abrogation est nécessaire compte tenu des risques qu'elle présente pour la compétitivité-prix de la Destination, de ses conséquences sur les marges de nos hébergeurs et leur capacité à investir, et des incidences sur le taux de départ en vacances des Français.

En outre, elle est de nature à pénaliser le tourisme d'affaires tandis que la France est déjà le pays le plus lourdement taxé en Europe et à fragiliser la mise en œuvre

des orientations fixées par le Gouvernement dont l'ambition est de hisser la Destination France au rang de première destination touristique en termes de recettes internationales.

► **Favoriser la pleine utilisation de la détaxe de TVA** au service de notre tourisme et de notre commerce en plaçant la France au cœur des destinations d'achats pour les touristes étrangers et étendre les systèmes de détaxe numérique, en premier lieu les dispositifs mis au point et développés par des start-up françaises.

► **Susciter une harmonisation des règles fiscales applicables au tourisme en Europe.**

14. Engager une refonte des outils de qualification et de régulation de l'offre pour améliorer la qualité de service

Dans le cadre de l'architecture précédemment évoquée (Institut pour la qualité touristique française), il est proposé que **les professionnels et les territoires se réapproprient ces dispositifs**, en vue d'un meilleur accompagnement et d'une promotion plus efficace et pour entraîner l'ensemble de l'offre dans une démarche d'amélioration de la qualité de service.

Ce changement profond de gouvernance suppose, tout d'abord, de rationaliser et de simplifier les procédures, afin de les rendre compatibles avec ce nouveau modèle.

Par ailleurs, cette instance aura pour mission de mettre de l'ordre dans les différentes démarches existantes afin, notamment, d'examiner l'opportunité de maintenir ou non certaines d'entre elles ou d'optimiser leur articulation.

Enfin, il convient de mieux intégrer les exigences de durabilité et de RSE dans les classements et démarches qualité existantes et de relancer la révision de plusieurs labels ou distinctions, tout en lançant un grand projet de classement européen des hôtels.

a) Rationaliser les dispositifs de qualification et de régulation de l'offre touristique

La délégation à l'Institut de la qualité touristique française de la gestion de ces dispositifs est l'opportunité de simplifier et de rationaliser les procédures concernées dont la maturité est aujourd'hui suffisante pour justifier un tel changement de paradigme.

► **Simplifier le dispositif d'immatriculation et mettre en place une commission de l'exercice illégal de l'activité d'opérateur de voyage**

Le dispositif d'immatriculation devrait être simplifié afin de réduire le délai d'attente, tout en permettant au registre public actuel - qui doit être conservé pour la bonne information du consommateur - d'être **tenu par l'institut pour la qualité touristique française**.

Enfin, cela permettrait de confier à la nouvelle instance la responsabilité d'**une commission de l'exercice illégal de la profession**, maintes fois réclamée par les professionnels, à laquelle seraient conférés des pouvoirs d'investigation et de recommandations.

La faiblesse du système actuellement en vigueur pour prévenir et lutter contre l'exercice illégal de l'activité d'opérateur de voyages nécessite, en effet, de trouver **une réponse organisationnelle plus forte** sous contrôle des professionnels et reconnue par l'État.

► Confier la décision de classement ou d'attribution des labels aux organismes accrédités ou agréés

À l'image de la procédure prévue pour le classement des meublés de tourisme et conformément aux recommandations faites par la DGCCRF en 2008, **la décision de classement, d'attribuer un label ou un titre pourrait être confiée à l'organisme d'inspection** lui-même qui répond déjà aux conditions d'indépendance et d'impartialité fixées par l'autorité qui l'accrédite.

Dans de nombreux domaines d'activités où la sécurité du consommateur est bien davantage en jeu, la décision est prise par l'organisme certificateur sans intervention d'une autorité publique.

Cela permettrait de rationaliser et de simplifier les démarches tout en réduisant le délai d'attente. **La coordination serait confiée à l'Institut pour la qualité touristique française** qui n'interférerait en aucune manière dans le processus de contrôle et pourrait ainsi se concentrer sur l'accompagnement renforcé des professionnels, la promotion de ces démarches et la tenue des registres afférents.

Concernant **la distinction Palace**, sa commission d'attribution pourrait être intégrée au sein de l'Institut et prendrait elle-même la décision d'attribution¹⁹. Quant **au label Vignobles & Découvertes**, il serait désormais attribué par le Conseil supérieur de l'oenotourisme lui-même intégré à l'Institut, selon des modalités à préciser.

b) Faire prévaloir le classement des hébergements sur Qualité Tourisme

Les travaux actuels conduits par la DGE portent sur la refonte de Qualité Tourisme et de Tourisme & Handicaps, en vue d'améliorer le nombre d'hébergements labellisés dans le cadre des deux démarches, dont la fusion en une seule marque un temps envisagée semble avoir été abandonnée, à la satisfaction des professionnels concernés. Il est également envisagé d'enrichir les référentiels concernés par des critères de durabilité et RSE.

Afin de clarifier la position des professionnels de l'hébergement au sujet des orientations actuelles de la réforme, et en particulier des organisations représentatives de l'hôtellerie et de l'hôtellerie de plein air, la réforme des classements initiée en 2009 ainsi que les différentes révisions qui se sont succédé ensuite, **retirent selon eux tout intérêt pour les établissements classés de s'engager dans Qualité Tourisme.**

Si pour des activités ne faisant pas l'objet d'un classement, la démarche Qualité tourisme peut avoir une utilité certaine, tel n'est pas le cas des hébergements touristiques classés.

Sauf à prévoir une intégration simplificatrice de ces démarches dans le classement lui-même sous la forme de critères optionnels supplémentaires, ils souhaitent donc que la refonte en cours n'ait *a minima* **aucune incidence sur les dispositifs de classement actuel** et réitèrent avec force leur demande de renouer avec l'idée originelle de marque ombrelle, à savoir un dispositif de reconnaissance simplifiée des labels existants – sans audit supplémentaire – si l'État souhaite augmenter le nombre d'hébergements labellisés.

¹⁹ En l'état actuel, la décision est prise par le Ministre, mais sur avis conforme de la commission, ce qui revient donc à en faire la seule autorité décisionnaire.

En toute hypothèse, les deux démarches devront demeurer distinctes et étanches.

Contrairement aux auditeurs de Qualité tourisme, les cabinets de contrôle en charge du classement n'ont pas pour fonction de prodiguer des conseils. Les deux visites ne peuvent pas, par conséquent, être effectuées par le même contrôleur.

Enfin, une visite unique réalisée par un organisme de contrôle sur des critères sans aucun lien avec le classement pourrait entraîner des conséquences économiques dramatiques. A titre d'illustration, la survie des campings dépend du taux de TVA réduit, lequel est conditionné à l'obtention du classement.

Les hébergeurs croulent sous les obligations réglementaires et affichages obligatoires découlant de différentes réglementations nationales ou locales.

La démultiplication des démarches nuit à leur lisibilité et justifie que le classement volontaire devienne **l'unique dispositif qualité en France pour les hébergements**, compte tenu des évolutions significatives qu'il a connues depuis 14 ans en matière de confort, d'équipements, de services et de durabilité.

c) Simplifier Qualité Tourisme et renouer avec une logique de marque ombrelle

Le Ministère a engagé, en concertation avec les professionnels concernés, un travail de refonte des marques nationales du tourisme, et notamment de Qualité Tourisme, en vue de renforcer l'efficacité de ces dispositifs et de les adapter notamment aux enjeux de durabilité, d'accessibilité et de RSE.

Après 20 ans d'exercice, Qualité Tourisme a perdu de vue sa fonction originelle (une marque de reconnaissance) en s'aventurant dans une démarche B to C et en tentant de vouloir se valoriser (sans les moyens dédiés) auprès du grand public qui ne peut y voir (comme pour le classement) un repère universel et pas davantage une démarche d'excellence.

Tandis que le nombre total de professionnels « marqués » se situe autour de 5 800 -ce qui est très faible comparativement au nombre de professionnels existants dans toutes ses catégories-, une multiplicité d'acteurs intervient dans le dispositif.

De plus, il est permis de s'interroger sur l'intérêt de maintenir un travail d'instruction et d'audit complémentaire à ce que les réseaux ou marques existantes réalisent déjà dans le cadre de leur propre démarche qualité.

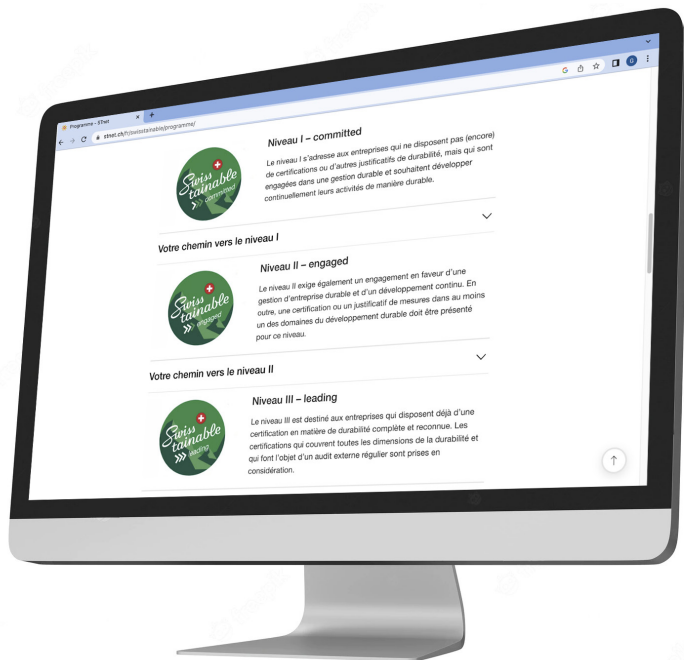
En effet, Qualité Tourisme ne se contente pas de s'appuyer sur des processus déjà conduits par les réseaux ou les marques. Il ajoute une strate complémentaire justifiant un exercice d'instruction et d'inspection sui generis. **Si cela est utile pour des filières ne faisant l'objet d'aucune démarche spécifique, ça l'est beaucoup moins pour les autres.**

Une préconisation consisterait donc – sauf dans les cas où aucune démarche ne préexiste – à **mettre fin à l'ensemble des procédures dédiées et à repenser entièrement le dispositif en renouant avec l'idée originelle d'une simple reconnaissance** officielle par l'Etat de démarches de qualification préexistantes, ce qui ne nécessiterait plus « d'interférer » dans la qualification de tel établissement ou de telle exploitation.

Ce faisant, chaque réseau ou chaque groupement (et l'ensemble de ses adhérents ou affiliés) serait reconnu comme rentrant dans le dispositif parce que son propre processus qualité répondrait aux engagements de « Qualité Tourisme ».

Par ailleurs, les membres de la CAT recommandent de s'inspirer du **modèle suisse** qui permettrait d'entraîner l'ensemble de l'offre touristique dans une démarche d'amélioration.

Le modèle suisse « Swisstainable » fonctionne selon trois niveaux d'engagement, dont un premier niveau facile d'accès mais valorisant pour le professionnel engagé, avec *in fine* l'obtention d'une certification ISO 9001 ou équivalente. Swisstainable ne constitue pas une nouvelle certification, mais s'appuie sur des justificatifs/certifications de durabilité existants (labels de qualité, normes, certification, initiatives, programmes ou distinctions).



Transposé en France, ce système permettrait d'entraîner l'ensemble des opérateurs dans une démarche de progrès **sans systématiquement la contraindre à des procédures et des contrôles peu compatibles avec la conduite courante de leurs activités.**

Bien pensé et pragmatique, le modèle suisse pourrait inspirer utilement le travail de refonte actuel, avant que ne soit décidé de confier le dispositif refondé à la nouvelle instance en charge de la qualité touristique française.

d) Poursuivre la révision des classements initiée en 2022 et relancer la refonte des autres démarches

Dans la continuité de la dernière réforme du classement des hôtels et des meublés de tourisme, entrée en vigueur en 2022, il convient de **poursuivre les travaux de révision des classements des autres hébergements.**

Cela concerne en particulier les résidences de tourisme.

Ce travail pourrait être conduit sous l'égide de la future Instance pour la qualité touristique française, en étendant par ailleurs à tous les classements des critères RSE.

De même, il convient d'accélérer **la réforme de la distinction Palace** qui avait pourtant fait l'objet d'une concertation et d'un accord en 2022 (avec des critères d'excellence et une optimisation du dispositif) et dont la procédure est interrompue depuis quelques années, car suspendue à cette réforme.

Par ailleurs, il apparaît nécessaire de **parachever les travaux de révision du label Vignobles & Découvertes**, nécessaires à son adaptation aux transformations observées dans le secteur et la filière oenotouristique.

Enfin, **le titre de Maître-restaurateur** mériterait d'être relancé et **le « fait maison »** davantage démocratisé.

e) Amplifier le mouvement d'harmonisation engagé depuis 2009 en faveur d'un classement européen des hôtels

En 2009, la création de Hotelstars Union a été une étape décisive vers l'harmonisation des étoiles hôtelières en Europe. Ce qui a commencé avec sept pays s'est maintenant étendu à 20 pays membres à travers l'Europe.

Pour autant, les grandes destinations majeures que sont la France, l'Espagne et l'Italie ne sont pas impliquées dans le dispositif.

Or, **la part importante de la clientèle touristique européenne** dans les arrivées touristiques de chaque État membre ainsi que la nécessité de disposer de standards harmonisés d'un État membre à un autre pour **la lisibilité de l'offre hôtelière européenne** auprès de la clientèle internationale justifie **le rapprochement de nos processus de classification**.

Les organisations hôtelières membres de la CAT ont la conviction que le temps est venu pour notre pays de s'engager dans la voie de ce rapprochement, afin de définir les meilleures modalités, en lien avec l'HOTREC, les institutions communautaires, et l'État français pour **une initiative française en faveur d'un classement européen des hôtels et ce, sous réserve du respect de certains particularismes nationaux**.

Forte de son modèle de classement reconnu à travers le Monde et caractérisé par son application à tous les modes d'hébergements touristiques possibles, l'expérience française, permettrait également d'entraîner d'autres destinations dans cette initiative.

Les organisations représentatives de l'hôtellerie pourraient être mandatées par l'État pour conduire - avec l'appui de la CAT - cette démarche, qui serait à terme facilitée par la mise en place de l'Institut pour la qualité touristique française.

Une telle initiative pourrait également inclure une **diffusion de la distinction Palace au plan européen**, afin, notamment, de permettre aux palaces français de disposer d'une plus grande visibilité à l'international.

f) Renforcer les ressources humaines, technologiques et financières nécessaires à la qualité de l'accueil des passagers dans les aéroports français

En cohérence avec les ambitions touristiques de la France en termes de qualité de service, il est essentiel que soient renforcées les ressources humaines, technologiques et financières indispensables pour accueillir dans des conditions optimales les passagers arrivant dans les aéroports français.

LA CAT PLEINEMENT MOBILISÉE POUR ACCUEILLIR LES JOP DE PARIS 2024

Les membres de la CAT sont pleinement mobilisés pour accueillir dans les meilleures conditions les clientèles touristiques dans le cadre des JOP de Paris 2024.

Par-delà l'implication spécifique de certaines fédérations, telles que les Entreprises fluviales de France dans l'organisation de la cérémonie d'ouverture et de beaucoup d'autres filières pour améliorer l'expérience client et fluidifier le parcours voyageur, tant en termes de sécurité que de mobilité, les organisations du secteur de l'hôtellerie-restauration ont entamé depuis quelques mois la rédaction d'engagements en lien étroit avec l'État.

Ces engagements qui seront prochainement rendus publics porteront sur la montée en gamme de l'accueil (langues étrangères, qualité de l'information dispensée), l'accessibilité tant pour les personnes en situation de handicap que pour les publics plus âgés, le soutien à l'emploi, à la formation et au logement du personnel, et enfin la transition écologique et numérique.

Le déploiement de ces moyens humains et technologiques est d'autant plus nécessaire que la France s'apprête à accueillir des grands événements sportifs et verra fin 2024 l'entrée en vigueur du règlement européen Exit Entry Schengen (« EES ») avec des conséquences importantes sur les temps d'attente à l'arrivée des passagers internationaux.

15. Favoriser une régulation équilibrée et équitable, qui respecte nos modèles économiques et permette un développement harmonieux de l'ensemble de la filière

Dans une filière traversée par de nombreux défis (concurrence accrue, crise du logement, fragilisation de nos modèles économiques ou de l'offre hôtelière locale, concurrence déloyale, souveraineté numérique, innovation), les enjeux d'une meilleure régulation du secteur et entre les acteurs sont naturellement prégnants.

Pour y répondre, la seule voie à privilégier est celle de l'adoption d'un modèle équilibré et équitable, qui respecte les modèles économiques de nos entreprises et permette un développement harmonieux de l'ensemble de la filière.

a) Renoncer au projet de révision de la directive voyages à forfait ou, à défaut, l'adapter au modèle économique de la filière voyages

Dès l'automne dernier, l'ensemble des organisations représentées au sein de la CAT ont alerté sur leurs préoccupations concernant le projet de révision de la directive (UE) 2015/2302 relative aux voyages à forfait, porté par la DG Justice de la Commission européenne.

Les acomptes versés par les clients pour les voyages à forfait sont intégralement couverts par les systèmes obligatoires de garantie financière des fonds déposés. Ce projet ne répond à aucune demande ni des consommateurs ni des garants et présente le risque majeur de fragiliser le modèle économique des opérateurs de voyages.

Les membres de la CAT se félicitent de la position du Gouvernement français alignée sur celle de la CAT, dont l'objectif est de ne pas voir prospérer ce projet inutile ou, à défaut, de s'assurer que l'éventuelle **limitation des acomptes perçus intégrera, au minima, la totalité des paiements exigés par les prestataires (transporteurs, hôteliers...) dès la réservation du forfait.**

Ils suivront avec attention les prochaines étapes, suite à l'initiative prise par le Gouvernement de rencontres à venir avec la Commission européenne sur ce sujet.

Les membres de la CAT demandent expressément à la Commission européenne de renoncer à ce projet de directive ou, à défaut de ne pas limiter arbitrairement le montant des acomptes perçus.

b) Mieux encadrer l'offre de meublés de tourisme tout en donnant aux élus locaux la possibilité de mesures adaptées à leurs spécificités territoriales

Les membres de la CAT déplorent **l'importante complexité** de la réglementation applicable aux meublés de tourisme, qui s'explique sans doute par un empilement successif de règles qui n'ont pas toujours été édictées en ayant tiré les pleins enseignements du cadre juridique existant avec lequel elles devaient s'articuler.

À l'instar des initiatives prises par beaucoup de nos concurrents, en particulier en milieu urbain ou dans des zones très touristiques, il paraît nécessaire à la fois de **simplifier cette réglementation** pour la rendre plus intelligible et accessible, tout en la complétant afin de lui donner sa pleine effectivité.

Il est, par ailleurs, absolument essentiel que les élus locaux -seuls à même de mesurer l'impact du développement des meublés de tourisme en termes d'accessibilité et de coût des logements -y compris pour les saisonniers-, de gentrification de certaines zones, de diverses nuisances- puissent décider d'**une réglementation sécurisée et adaptée à leurs besoins**.

► **Enregistrer tous les meublés de tourisme sans distinction et sans besoin préalable de la procédure de changement d'usage**

Dans ce cadre, il apparaît tout d'abord souhaitable de **décorréliser la procédure d'enregistrement des meublés de tourisme de la procédure de changement d'usage** en permettant l'instauration du numéro d'enregistrement centralisé de tous les meublés de tourisme offerts à la location sans besoin préalable de la mise en place de la procédure de changement d'usage.

Un inventaire exhaustif de tous les hébergements touristiques permettrait d'avoir une connaissance exacte de la capacité locative sur notre territoire et d'anticiper la tenue d'événements internationaux majeurs, tels que les JOP en 2024.

L'enregistrement de tous les meublés de tourisme offert à la location est également indispensable à l'élaboration et la mise en œuvre d'**une politique touristique éclairée et efficace**. Un maire doit savoir de quelle capacité locative il dispose pour héberger des touristes.

Enfin, la connaissance de l'ensemble des acteurs de l'hébergement marchand -que seul permet un enregistrement systématique- devrait être un préalable à la mise en place d'une réglementation et d'une fiscalité adaptée et équitable entre eux.

► **Confier aux élus les moyens réglementaires et sécurisés d'agir en fonction de leurs spécificités territoriales**

Les membres de la CAT estiment, par ailleurs, que les maires doivent disposer d'une **« boîte à outils » leur permettant de prendre les décisions les plus adaptées en fonction de leurs spécificités locales**.

La diversité des situations ne permet pas, par exemple, d'apporter une réponse unique à la problématique de l'attrition des logements permanents sur l'ensemble du territoire.

Il conviendrait donc d'**étendre à l'ensemble des communes en zone tendue la réglementation sur le changement d'usage** et d'**offrir toutes les possibilités aux élus de prendre les décisions adéquates** (restrictives ou non) sans avoir à craindre leur contestation par la voie contentieuse.

► **Initier une réforme des avantages fiscaux liés à la location des meublés de tourisme en les adaptant aux situations observées au plan local**

Les avantages fiscaux liés à la location des meublés de tourisme, en sus de leur nécessaire subordination au respect des dispositions du décret tertiaire à l'issue de chaque échéance posée par le décret (2030, 2040 et 2050), doivent faire l'objet d'**une application différenciée** selon les situations observées au plan local (zone détendue, stations de montagne, zone tendue).

c) Assurer des conditions de sécurité pour tous les hébergements touristiques et faciliter le maintien de l'offre hôtelière dans les territoires

Les membres de la CAT estiment que l'ensemble de l'offre d'hébergement touristique marchand - y compris les meublés de tourisme - doit proposer des conditions de sécurité aux touristes.

Ils proposent la création d'une **sous-catégorie d'établissements recevant du public, à la fois simplificatrice et encadrante**, pour tous les hébergements touristiques marchands.

Les objectifs de cette nouvelle catégorie seraient les suivants :

- soutenir les petits établissements hôteliers, notamment en zone rurale, ainsi que les centres ou colonies de vacances, en allégeant les règles de sécurité, déclarations, autorisations et autres normes nécessaires,
- sécuriser les hébergements de toute nature et établir une juste concurrence entre hébergeurs de même capacité, en intégrant toutes les formes d'hébergements touristiques, **y compris les meublés de tourisme**, à partir du moment où elles ont un objet commercial.

À l'image des dispositifs observés en Autriche ou encore dans les Dolomites en faveur de l'hôtellerie familiale, il apparaît nécessaire de concevoir **un nouveau régime fiscal plus incitatif** pour **favoriser la transmission d'entreprises** du secteur **au sein de la famille ou au profit des salariés**.

Cela contribuerait à renforcer l'attractivité de nos métiers, à lutter contre la disparition des établissements et à préserver le maillage territorial si essentiel à l'attractivité du secteur.

Des pistes existent : prolonger au-delà du 31 décembre 2023 le dispositif ZRR, élargir l'exonération d'impôt aux repreneurs descendants pour favoriser la transmission familiale en zone rurale, exonérer des droits de succession les repreneurs non héritiers s'engageant à maintenir les emplois pendant 5 ans, faire évoluer le Pacte Dutreil en augmentant l'exonération à 95 % sous conditions de durée d'engagement.

e) Poursuivre et approfondir les efforts engagés afin de mieux réguler l'espace numérique et responsabiliser les plateformes

Les membres de la CAT saluent **les avancées significatives pour une souveraineté numérique européenne** et une meilleure régulation, à travers l'adoption sous présidence française **des règlements européens DSA et DMA**, ainsi que celles contenues dans le récent **projet de loi visant à sécuriser et réguler l'espace numérique**, qui vise notamment à responsabiliser les plateformes.

Il leur semble, toutefois, que les mesures ou orientations suivantes doivent pouvoir compléter ces avancées :

- mettre fin au **« Take It Or Leave It »** imposé par les contrats d'adhésion

Les contrats appelés « d'adhésion » sont imposés par les plateformes numériques aux établissements sans leur laisser la possibilité de négocier ou choisir les modalités des clauses qui les composent. Au moyen de ces contrats, les plateformes imposent donc des modifications qui impactent les entreprises dans leur fonctionnement, leur cible de clientèle ou encore leur ligne tarifaire. Ce déséquilibre permet même à ces plateformes de prélever d'autres montants que les commissions (par exemple, remboursement du client à leur seule initiative) sans en demander l'autorisation ou même en avertir en amont l'entreprise.

- créer des conditions de concurrence équitables et pérennes avec les plateformes ainsi qu'avec les comparateurs et les moteurs de recherche, en imposant **une fiscalité plus conforme** à la création de valeur, liée notamment à la localisation des activités ;

► s'assurer du **respect effectif** par les agences en ligne (OTA) de leurs obligations légales (article 133 de la loi du 6 août 2015, renforcement des contrôles et sanctions pour pratiques commerciales trompeuses, etc. ...) ;

► moraliser **la conduite des plateformes d'avis en ligne** en accompagnant les professionnels dans la gestion de leur e-reputation et en imposant aux sites d'avis en ligne d'adopter la norme Afnor NF Z74-501 « Avis en ligne des consommateurs » ;

► réexaminer la question du **droit des marques** :

Les OTA ont bâti, grâce à leur puissance financière, un mur de « mots-clés » leur permettant de capter l'essentiel des recherches de nuitées d'hôtel via Google. Elles sont ainsi devenues les portes d'entrée de la réservation hôtelière en ligne. Booking.com est le 1er client de Google et son groupe dépense 3 milliards de dollars par an en achat de mots-clés. En comparaison, le budget marketing annuel du groupe Marriot, 1er groupe hôtelier mondial, s'élève à 100 millions de dollars par an.

Il est donc nécessaire **d'engager une réflexion au niveau français et européen sur la protection de la propriété intellectuelle** (pour les entreprises touristiques comme pour les marques de destination) dans le cadre de la publicité en ligne aux fins de référencement sur Internet, par exemple en réfléchissant à une meilleure distinction et visibilité des résultats « naturels » par rapport aux résultats « payants ».

► **dépasser une approche purement « réglementationniste »** en se dotant d'une stratégie économique ambitieuse :

Si sans doute, grâce aux réglementations adoptées ou en voie d'adoption, on peut espérer moraliser les pratiques et responsabiliser ces géants du numérique, une telle stratégie défensive a des effets limités, dans un contexte où le déploiement massif à venir de l'intelligence artificielle va de nouveau rebattre les cartes.

La question se pose donc de savoir **quelle stratégie économique** il convient désormais d'initier.

“

Aujourd'hui, l'innovation doit se mettre au service de la transition écologique et sociale du tourisme. C'est ce qui doit guider les futurs dispositifs d'accompagnement.”



Anna Veyrenc

Responsable du
Welcome City Lab,
Paris&Co

e) Soutenir l'innovation dans le tourisme par un plus fort accompagnement des startups françaises

De nombreuses startups sont confrontées en France à l'inadaptation des dispositifs d'accompagnement en particulier au démarrage de leurs activités, notamment pour l'innovation au service du tourisme durable et numérique.

Il conviendrait de favoriser **la mise en place de dispositifs d'investissements en faveur de l'immatériel** en rendant éligibles les dépenses internes fléchées « innovation », « commercial » ou « communication ».

De plus, il apparaît nécessaire **d'encourager les incubateurs du tourisme (Labs)** pour qu'ils puissent former une nouvelle génération d'entrepreneurs, afin qu'ils construisent d'autres types de business model et d'indicateurs : responsables, régénératifs et qui utilisent les principes de l'économie circulaire.

PARTIE 4

Renforcer l'attractivité de nos métiers et recruter responsable : attirer, former et fidéliser

L'humain est au cœur de nos métiers. L'essence même de l'industrie du tourisme, secteur à forte intensité de main d'œuvre, est l'échange, l'accueil, le partage, le voyage, la mobilité.

Une des problématiques structurelles à laquelle est confronté le secteur et que la crise sanitaire a accélérée est celle des emplois vacants. L'ensemble des métiers représentés au sein de la CAT sont d'ailleurs concernés par **des pénuries de main d'œuvre**.

Malgré les efforts récents du Gouvernement pour y remédier (Plan saisonniers) et la mobilisation de tous les acteurs du tourisme pour trouver des solutions afin d'attirer et de fidéliser les salariés, la filière devrait connaître à l'été 2023 **de nouvelles difficultés de recrutement** qui conduiront sans doute à de nouvelles fermetures ou restrictions d'activités, avec un risque de dégradation de la qualité de service prodiguée à la clientèle.

Les bouleversements du rapport au travail mis en exergue par la crise sanitaire doivent nous conduire à amplifier les actions conduites pour rendre plus attractif l'emploi dans le tourisme, en s'appuyant sur le caractère sociétal du secteur et en redonnant tout son sens au véritable **ascenseur social** et au **facteur d'intégration** que nos métiers représentent pour l'ensemble de la société.

Par ailleurs, notre industrie se caractérise de plus en plus par un besoin de technicité accru (marketing, maîtrise des langues/cultures étrangères, gestion, soft skills...), l'émergence de nouveaux métiers et un décroisement entre filières, ce qui nécessite donc de développer les compétences et l'employabilité des salariés.

Cela requiert **des efforts en matière de formation** dont les dispositifs doivent être adaptés aux nouvelles expertises requises ainsi qu'à la pluri-activité et à la multi-compétence.

Plusieurs mesures pourraient être mises en œuvre, afin de renforcer l'attractivité de nos métiers, sécuriser les parcours professionnels saisonniers et muscler notre offre de formation pour mieux accueillir et satisfaire nos clientèles.

16. Privilégier une approche multi-sectorielle dans la résolution des difficultés rencontrées en matière d'emploi et de formation dans le tourisme

L'ensemble des secteurs qui composent l'industrie touristique rencontrent des difficultés similaires en matière d'emploi et de formation et le décroisement de nos métiers est plus que jamais en marche.

Le Conseil interministériel du tourisme de mai 2019 avait donc encouragé la mise en place d'une approche multi-sectorielle, afin de répondre de manière globale à ces enjeux. Cela constituait d'ailleurs **le point de départ de la création du Comité de filière tourisme.**

Les membres de la CAT regrettent que cette approche n'ait pas davantage été prise en compte dans le cadre des travaux récents du Comité de filière tourisme, notamment au sein du comité thématique dédié à l'attractivité des métiers, dont la mission se voulait transversale, notamment en ce qui concerne les problématiques en matière de formation.

Il leur semble donc nécessaire de renouer avec la pratique antérieure, en garantissant que l'ensemble des acteurs du tourisme soient véritablement parties prenantes aux travaux réalisés dans ce cadre.

17. Continuer de renforcer l'attractivité de nos métiers par des mesures ciblées

L'ensemble des branches professionnelles ont initié et mis en œuvre des actions conséquentes, afin d'améliorer l'attractivité des métiers du tourisme, non seulement et ce de manière significative **en ce qui concerne les salaires**, mais également pour l'ensemble des domaines relevant de la négociation sociale (coupures, protection sociale, week-ends, heures supplémentaires, etc. ...).

“

L'hospitalité, ce n'est pas que pour nos clients, il faut aussi que nous puissions mettre l'hospitalité au service de nos collaborateurs.”



Thierry Marx
Président
confédéral UMIH

Les membres de la CAT tiennent, tout d'abord, à saluer les dispositions adoptées dans le cadre de la loi du 16 août 2022 portant mesures d'urgence pour la protection du pouvoir d'achat, en particulier concernant les heures supplémentaires.

Ces avancées importantes pourraient utilement être complétées par d'autres mesures structurantes, notamment :

- **réviser le régime social et fiscal des avantages en nature** pour inciter les entreprises à donner du pouvoir d'achat et de meilleures conditions de vie aux salariés : repas, transport, logement, aide au foyer ou garde d'enfants, etc. ...
- encourager par des dispositifs suffisamment incitatifs et calibrés l'épargne salariale qui constitue un élément d'attractivité important pour les salariés et les nouveaux candidats ;
- continuer de développer par filière **des dispositifs de conseil/ accompagnement Qualité de Vie au Travail (QVT) et démarches RSE** pour permettre aux TPE/PME de construire leur marque employeur ;

De nombreuses branches sont aujourd'hui pleinement engagées en ce sens.

- engager **une réflexion globale sur les types de contrat existants** (CDD saisonnier, CDDU, etc. ...) **et leur adaptation aux différents modèles touristiques observés**, afin de faciliter le recrutement en fonction des spécificités de chacune des branches ;

- promouvoir les plateformes lancées récemment telles que **“monCVnum”** ou **“Ma carrière camping”** dont le succès montre toute l'utilité.

LE SECTEUR HÔTELLERIE-RESTAURATION **INNOVE**

200 000 emplois à pourvoir

le CV numérique est une clé !



HÔTELLERIE RESTAURATION

TU CHERCHES UN JOB ?

DÉPOSE TON CV EN LIGNE !



monCVnum'
une web application gratuite pour les demandeurs d'emploi : des jobs pour tout le monde !"

Thierry Marx
PRÉSIDENT CONFÉDÉRAL UMIH

www.umih.fr



18. Compléter le « Plan Saisonniers » par des mesures structurantes en faveur du logement des salariés

Avec ses 15 engagements, le Plan Saisonniers présenté le 31 mai 2023 constitue **un premier pas important** pour mieux accueillir, orienter et accompagner vers l'emploi les travailleurs saisonniers, aider les entreprises à recruter et former pour fidéliser leurs salariés et, enfin, faciliter l'offre de logements temporaires.

Les membres de la CAT estiment, toutefois, nécessaire d'enrichir certaines mesures positives du Plan -notamment l'ouverture de 6 000 logements au sein des internats scolaires et universitaires d'ici 2025- par **une politique plus incitative en faveur du logement des salariés**.

L'accès au logement des salariés, qu'ils soient saisonniers ou permanents, est, en effet, un enjeu fort pour les professionnels du tourisme.

“

Le logement du personnel est devenu un défi majeur pour nos entreprises touristiques. Les efforts d'investissement qu'elles déploient (achat, construction...) pour loger leurs équipes méritent un régime fiscal plus incitatif.”



Julien Gauthier
Vice-président
de l'Union
Sport & Cycle

De nombreuses entreprises de la filière touristique, en particulier en montagne et dans les territoires à forte saisonnalité, sont, par exemple, contraintes de loger elles-mêmes leur personnel en raison d'une insuffisance de logements pour accueillir les salariés dans la commune et/ou du coût parfois prohibitif du parc locatif pour ces mêmes salariés.

Or, le régime fiscal et social actuellement applicable au logement du personnel par les employeurs est particulièrement défavorable voire pénalisant.

C'est pourquoi, les membres de la CAT estiment nécessaire :

► **de revoir la non-déductibilité de la TVA afférente au logement des salariés** en étendant par décret simple à ce personnel le régime de droit à déduction de TVA déjà en vigueur pour la construction ou la mise à disposition gratuite de logements destinés au personnel de gardiennage, de sécurité ou de surveillance sur les chantiers ou dans les locaux de l'entreprise ;

L'argument tiré d'une éventuelle incompatibilité de cette mesure avec le droit communautaire a été levé. Le nombre d'emplois saisonniers dépassant en France le million, le coût de cette mesure demeurerait limité, car il serait compensé par les recettes fiscales et sociales engendrées par l'augmentation de l'emploi dans le secteur du tourisme et une augmentation conséquente de la fréquentation touristique, générant à son tour des retombées économiques.

► **d'exonérer de la taxe d'aménagement** les constructions ou la réhabilitation de logements destinés aux saisonniers ;

► **de réformer le régime social et fiscal de l'avantage en nature logement** et de **supprimer l'obligation de déclaration d'hébergements collectifs** pour les employeurs logeant leur personnel.

Enfin, en complément de ces mesures, il apparaît important, par-delà la nécessité de construire des résidences dédiées aux saisonniers et d'amplifier les expérimentations locales, telle que la mise à disposition de logements lycéens ou de campings :

► **de permettre aux entreprises d'affecter les sommes du 1% Logement au logement direct de leurs salariés saisonniers ;**

- **d'ajouter à la liste des publics prioritaires pour accéder à un logement social les salariés du secteur HCR et des commerces** résidant sur le territoire de la commune ou de la communauté de communes de façon stable, y compris de manière répétée chaque saison et ne pouvant accéder par leurs propres moyens à un logement décent et indépendant ou de s'y maintenir ;
- **d'instaurer un quota de logements** devant revenir chaque année à ce public prioritaire ;
- de préciser par simple courrier ou note administrative de la DHUP qu'une nouvelle autorisation d'urbanisme n'est pas nécessaire après 10 ans de fermeture pour **permettre aux 1 500 campings publics ou privés** qui ont fermé depuis 20 ans de rouvrir afin de loger des saisonniers.

19. Adapter le régime de l'assurance-chômage et les dispositifs de formation à l'intersaisonnalité

Afin d'amplifier l'effet escompté des mesures gouvernementales visant à sécuriser les parcours professionnels saisonniers, il apparaît en premier lieu nécessaire d'**adapter le régime de l'assurance-chômage** aux spécificités du secteur du tourisme et à sa saisonnalité :

- d'une part, dans la perspective des JOP de Paris 2024 qui nécessiteront des recrutements adaptés et afin de ne pas fragiliser l'économie de nos entreprises, **en prolongeant d'une année supplémentaire le dispositif d'exclusion du bonus-malus** pour les entreprises relevant de la liste S1, qui avait été retenue pour la première période d'emploi ;
- d'autre part et sur le plus long terme, **en procédant à un ajustement de la réforme de l'assurance chômage** pour permettre une indemnisation correcte des saisonniers aux intersaisons lorsqu'ils ne peuvent pas accéder immédiatement à un autre emploi, tout en excluant les saisonniers du « taux de rupture » pour le calcul du bonus-malus, pour les contrats de plus de 1 (ou 3) mois et bénéficiant de la reconduction.

En second lieu, les membres de la CAT réclament :

- **d'adapter le dispositif de la POEC** (Préparation Opérationnelle à l'Emploi Collective) qui couvre des formations courtes dans la perspective de saisons de 4 mois en suivant en moyenne, **en simplifiant la procédure d'appel d'offres** qui -trop lourde aujourd'hui- dissuade bon nombre d'organismes de formation ;
- **d'ouvrir le dispositif Pro A** (Reconversion ou promotion par alternance) **aux saisonniers reconduits** (saisonniers pour lesquels l'employeur s'engage à reconduire le contrat la saison suivante en application d'un accord de branche ou d'entreprise ou du contrat de travail), à l'image de ce qui avait été fait, auparavant, pour la période de professionnalisation.

20. Développer les compétences et adapter la formation aux besoins du secteur

Nos dispositifs de formation doivent être mieux adaptés aux besoins de nos entreprises, aux nouvelles compétences requises et professions émergentes et au développement de la pluri-activité liée au décroisement progressif entre filières.

Il faut donc, tout d'abord, **simplifier et garantir l'accès à l'ensemble des dispositifs de formation** en :

- confiant aux branches professionnelles la gestion effective de l'apprentissage dans une logique de cohérence territoriale et de qualité des parcours professionnels,
- favorisant la conclusion de contrats d'objectifs territoriaux Etat/Région/branche dans une logique d'optimisation des ressources et de réponses aux besoins exprimés,
- simplifiant la reconversion ou la promotion par alternance (PRO-A) pour faciliter la montée en compétences des salariés,
- garantissant à 3 ans les fonds du plan de développement des compétences.
- développant, sous tutelle des branches, les dispositifs des POEC et POEI à destination des chômeurs de longue durée, qui ont prouvé leur efficacité.

Par ailleurs, les efforts significatifs réalisés par les gouvernements successifs pour **développer et promouvoir l'apprentissage** dans le tourisme doivent être poursuivis, afin d'en faire une filière d'excellence.

Enfin, **en termes de contenus de formations**, il convient :

- d'une part, d'assurer **une mise à jour régulière des référentiels de formation** de façon à ce qu'ils demeurent en adéquation avec l'évolution de plus en plus rapide de nos métiers ;
- d'autre part, de **prioriser certaines formations comme la maîtrise des langues, la culture du service et de l'accueil** pour améliorer la qualité de service et ainsi donner envie à la clientèle étrangère de revenir sur le territoire :

Dans la perspective des **Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024**, les membres de la CAT réclament **la mise en place sous 3 mois d'un fonds spécifique « le FNE Tourisme »** pour financer et former nos collaborateurs à cet événement planétaire.



CAT - 22, rue d'Anjou 75008 Paris



contact@acteursdutorisme.fr



@ActeursTourisme



Confédération des acteurs du tourisme (CAT)



acteursdutorisme.fr