

Tourisme: la France en mal de recettes

Les professionnels pointent le grand écart entre le nombre de visiteurs étrangers et leurs dépenses dans l'Hexagone.

EXCLUSIF

MATHILDE VESSEYRIAS
mvisseyrias@lefigaro.fr

TOURISME La France a beau être la première destination touristique mondiale, avec 83,7 millions de touristes étrangers accueillis en 2014 (devant les États-Unis, l'Espagne et la Chine), elle est de plus en plus concurrencée. Depuis plus de dix ans, elle perd des parts de marché. Si les recettes continuent de croître, c'est à un rythme nettement moins élevé que celui de nos voisins. « Que l'on perde des parts de marché au niveau mondial n'a rien d'étonnant compte tenu du boom du tourisme en Asie, fait remarquer Frédéric Pierret, directeur général de l'Alliance 46.2, qui regroupe vingt entreprises françaises (Pierre & Vacances, AccorHotels, Galeries Lafayette, Club Med...). Ce qui est plus préoccupant, c'est qu'elle perde du terrain dans la zone euro, au profit de l'Espagne et de l'Allemagne. »

Consciente de ces faiblesses, l'Alliance 46.2 publie ce mercredi un « Livre blanc pour le tourisme en France », dans lequel elle pointe les chantiers à conduire pour dynamiser un secteur qui représente 7,4% du PIB. « 15% des touristes internationaux ne font que traverser la France, sans y séjourner », déplore Gérard Brémont, le président de l'Alliance 46.2, fondateur de Pierre & Vacances Center Parcs. Il y a une réflexion générale à mener. » En décembre, l'association s'était mobilisée pour lancer une campagne (#ParisWeLoveYou), destinée à soutenir l'image de Paris dans le monde, après les attentats du 13 novembre. Rassurer les touristes français et étrangers (particulièrement asiatiques) sur la sécurité de la destination est une urgence. À plus

long terme, améliorer la fréquentation exige des efforts concertés. Ne serait-ce que pour sortir de l'impasse de l'ouverture des magasins le dimanche (nos éditions du 21 janvier), l'Alliance 46.2 propose de lever les difficultés d'application par voie législative.

En juin, le Quai d'Orsay avait publié une série de 40 mesures pour rendre doper l'attractivité de la France, dans l'optique d'atteindre 100 millions de touristes en 2020. Sous l'impulsion de Laurent Fabius, la délivrance de visas en 48 heures, d'abord proposée aux Chinois, a été étendue à d'autres nationalités. Le

« 15% des touristes internationaux ne font que traverser la France, sans y séjourner »

GÉRARD BRÉMONT,
PRÉSIDENT DE PIERRE & VACANCES

ministre a mobilisé un milliard d'euros pour financer l'adaptation d'un secteur en mal d'investissement, grâce au soutien de la Caisse des dépôts, la Direction des investissements et de développement local (DIDL) et Bpifrance.

« Nous sommes en sous-investissement chronique, souligne Gérard Brémont. Il manque des hébergements à la mer et à la montagne, où beaucoup sont obsolètes. Des incitations fiscales aux propriétaires permettraient d'accélérer les rénovations. » Il estime qu'il faut aussi simplifier les délivrances d'autorisation de construction.

« Ces dix dernières années, l'Espagne a créé 100 000 chambres d'hôtels net alors que la France est en stagnation, ajoute Gérard Brémont. Le tourisme doit être considéré comme un facteur prioritaire de

la croissance française, avec une vision globale d'aménagement du territoire », insiste le patron de Pierre & Vacances, soulignant que 20% du territoire attirent 80% des flux touristiques.

En 2012, Barack Obama a déclaré vouloir que les États-Unis deviennent la première destination touristique en nombre de visiteurs. Car c'est un important argument marketing à mettre en avant. Depuis 2010, les actions de promotion des professionnels (hôteliers, tour-opérateurs, parcs de loisirs) peuvent bénéficier jusqu'à 50% de fonds publics grâce à l'organisme de promotion Brand USA financé en partie par l'État fédéral mais dont le conseil est exclusivement composé de chefs d'entreprise.

En 2010, le Mexique a lui aussi adopté une stratégie nationale de développement du tourisme, élaboré conjointement par les secteurs public et privé. Le pays figure désormais parmi les dix pays

Les champions du tourisme mondial

ARRIVÉES DE TOURISTES INTERNATIONAUX, par pays, en 2014, en millions

1	France	83,7
2	États-Unis	74,7
3	Espagne	65
4	Chine	55,6
5	Italie	48,6
6	Turquie	39,8
7	Allemagne	33
8	Roy.-Uni	31,2*
9	Russie	29,8
10	Mexique	29,1

*en 2013

RECETTES, par pays, en 2014, en milliards de dollars

1	États-Unis	177
2	Espagne	65,2
3	Chine	56,9
4	France	55,4
5	Macao**	50,8
6	Italie	45,5
7	Roy.-Uni	45,3
8	Allemagne	43,3
9	Thaïlande	38,4
10	Hongkong**	38,4

**Chine
Infographie
LE FIGARO

Source: UNWTO

les plus visités. « La dernière stratégie nationale du tourisme en France était un plan marketing élaboré en 2008 », souligne un expert. « Le budget de promotion de la France se réduit d'année en année, déplore Gérard Brémont. Nos moyens ne sont pas à la hau-

teur de ce que font les autres pays. Atout France s'est vu confier trop de missions administratives », dit Gérard Brémont, qui, en février, cédera son fauteuil de président de l'Alliance 46.2 à Sven Boinet, directeur général délégué d'AccorHotels. ■