

TOURISME ET NUMÉRIQUE

« Dans 20 ans, tu seras plus déçu par les choses que tu n'auras pas faites que par celles que tu auras faites. Alors largue les amarres, sors du port, attrape les alizés dans tes voiles. Explore. Rêve. Découvre ! » disait Mark Twain

Le tourisme est, pour les territoires de France métropolitaine et des Outre-mer un vecteur de richesses (7 % du PIB) et d'emplois avec deux composantes :

- notre pays fait partie des premières destinations touristiques mondiales en nombre de visiteurs et en termes de recettes du tourisme international. Cependant, les arrivées de touristes internationaux, ont crû en France de 6,5 % entre 2010 et 2016, alors qu'elles progressaient de plus de 40 % en Espagne ;
- les résidents représentent les 2/3 de la consommation touristique en France mais un quart des Français n'est pas parti en voyage même une nuitée en 2015.

Le tourisme est l'une des activités les plus impactées par la révolution numérique. Les consommateurs accèdent via Internet à une grande palette de choix, cherchent les meilleurs prix et réservent souvent à la dernière minute. L'utilisation du téléphone mobile permet une diffusion très rapide d'offres touristiques, avec des incidences et des opportunités fortes pour le tourisme (m-tourisme), rendant essentielle la qualité de la couverture numérique.

De nouveaux modes de promotion et de commercialisation de l'offre touristique se sont imposés, poussés par des acteurs et actrices digitaux (OTA, etc.) qui prennent une part importante de la valeur ajoutée du tourisme.

Des acteurs de l'économie collaborative favorisent la mise en marché

d'éléments jusque-là peu utilisés (location de lieux d'hébergement par exemple), ce qui développe l'économie de l'usage mais aussi une concurrence parfois déloyale à l'égard des autres acteurs du tourisme. Des géants internationaux de l'e-tourisme acquièrent une puissance considérable et, implantés à l'étranger, échappent largement à la fiscalité sur les richesses tirées de leurs activités en France.

La majorité des acteurs du tourisme a entrepris de s'adapter à ces mutations et des régulations ont été mises en place : les Assises du tourisme de juin 2014 ont renforcé la coordination d'Atout France sur la promotion touristique de la France à l'international et permis de sélectionner vingt destinations ; la création d'un réseau national d'incubateurs spécifiques vise à favoriser la diffusion du numérique dans le tourisme. Le schéma régional de développement touristique et de loisir doit devenir un cadre de cohérence pour les politiques des collectivités territoriales.

Des progrès sont intervenus dans la recherche d'un équilibre entre les acteurs privés, avec une plus grande liberté tarifaire pour les hôteliers par rapport aux agences de voyage en ligne, un encadrement de la location saisonnière et des obligations fiscales pour les propriétaires des biens loués.

Ces mutations offrent de grandes opportunités pour que la France et ses territoires valorisent mieux leur potentiel touristique grâce au numérique et que les touristes enrichissent leur expérience.



Jean-Louis Cabrespines

est Président du Conseil national des CRESS de 2010 à 2016 et retraité. Il siège au CESE à la section de l'aménagement durable des territoires en tant que personnalité qualifiée.

Contact :

jean-louis.cabrespines@lecese.fr
01 44 43 64 28



Régis Wargnier

est cinéaste. Il siège au CESE à la section de l'aménagement durable des territoires en tant que personnalité qualifiée.

Contact :

regis.wargnier@lecese.fr
01 44 43 64 28

LE CESE FORMULE QUATRE PRÉCONISATIONS MAJEURES

- Création d'une Haute école du tourisme
- Nomination, auprès du Premier ministre, d'un.e interlocuteur.ice unique en charge du tourisme
- Lancement d'un Plan national de départ en vacances pour toutes et tous
- Création de parcours de découverte imaginés et initiés par les habitants des territoires

Le secteur du tourisme en France

« Accueille un ami mieux que ton frère, et l'étranger mieux qu'un ami. »
Proverbe Kirghize

160 Mds €

La consommation touristique intérieure en France métropolitaine, provenant aux deux tiers des visiteurs français et pour un tiers des voyageurs étrangers.

10 % PIB

Dans les Outre-mer, le tourisme contribue à près de 10 % du PIB, avec un potentiel de développement considérable. Alors qu'en France dans son ensemble, le secteur représente 7 %

2 M

Le nombre d'emplois direct dans le secteur

« De nouveaux métiers du tourisme émergent avec le numérique : analystes de données, community manager, webmaster, analyste en data, yield manager : c'est un véritable gisement d'emplois pour les jeunes générations. »
Jean-Louis Cabrespines et Régis Wagnier



83 M

de touristes internationaux accueillis en 2016, la France est la première destination touristique mondiale

7,5 Mds €

de retombées économiques des foires, salons et congrès en France et **120 000 emplois**, dont **5,5 Mds € et 90 000 ETP pour l'Île-de-France**
Source UNIMEV, CCI-Paris Île-de-France, DGE, CEP, Médiamétrie

25,2 %

des personnes résidant en France métropolitaine n'ont pas fait de voyage touristique, même d'une seule nuitée

« Huit touristes sur dix préparent leurs vacances sur Internet et un sur trois achète son séjour derrière son écran. »
Brice Duthion et Cyril Mandou, *L'innovation dans le tourisme – culture numérique et nouveaux modes de vie*, 2017.

43,6 %

des ménages percevant moins de 1 900 € par mois, ne sont pas partis en voyage

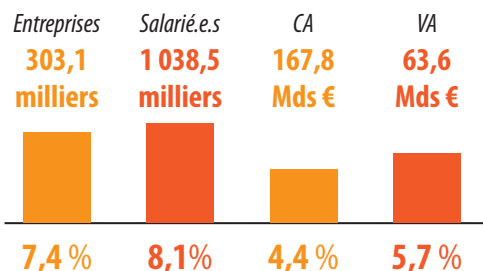
10 %

des ménages percevant plus de 3 800 € par mois, ne sont pas partis en voyage
Source : DGE, décembre 2016



L'âge est un autre facteur fortement différenciant : les plus jeunes (15-24 ans) comme les plus âgés (après 65 ans) partent moins fréquemment en voyage

POIDS DANS L'ÉCONOMIE



+ de **35 000** entreprises innovent dans le tourisme
Source : DG 2016

+ de **2 500** entreprises externes au tourisme ont lancé une innovation touristique
Source : DGE

CULTURE ET PATRIMOINE

1 242

musées de France
Source : INSEE 2014

43 298

monuments historiques classés ou inscrits
Source : INSEE 2014

620

zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager
Source : Rapport Malvy 2017

43

sites inscrits au Patrimoine mondial de l'Unesco en 2017

Les 4 préconisations majeures du CESE font partie de recommandations organisées en quatre axes.

AXE I : EDUCATION, ENSEIGNEMENT

- **Créer une « Haute école du tourisme »**, enseignant des matières et disciplines diverses concourant à la connaissance de ce domaine et accessible financièrement.
- **Agir dans le cadre scolaire et périscolaire : prévoir, dans chaque parcours scolaire, une classe de découverte du patrimoine** permettant aux jeunes et aux enfants d'être ambassadeur.rice.s de leur territoire et d'avoir un rôle dans sa sauvegarde, soutenir les acteur.rice.s associatif.ve.s qui sensibilisent à ces enjeux *via* des outils numériques. **Renforcer l'enseignement progressif de l'anglais** à l'école élémentaire et mettre à disposition, *via* les réseaux numériques, des informations locales pour simplifier la vie des touristes et les renseigner sur les ressources à visiter ;

AXE II : ORGANISATION POLITIQUE DU TOURISME, AMPLIFICATION DE LA PROMOTION ET PLAN NATIONAL POUR LE DEPART EN VACANCES

- **Instituer au plan national, un.e interlocuteur.rice unique pour le tourisme**, rattaché.e au Premier ministre, et doté.e d'une compétence interministérielle. Organiser, d'ici à 2019 inclus, de nouvelles Assises nationales du tourisme pour compléter les mesures des Assises de 2014, pour préparer les événements internationaux prévus en France et traiter la question de l'aide au départ en vacances des personnes en difficulté.
- **Amplifier la promotion de la France à l'international et à l'intérieur de notre pays**, coordonner les actions internationales des collectivités territoriales et des entreprises dans le cadre de la stratégie nationale définie avec Atout France autour des destinations et des contrats SPÖTT. Promouvoir des destinations nouvelles (parcours) et renforcer la visibilité des destinations ultra-marines sur le site d'Atout France.
- **Lancer, en lien avec les organismes compétents, un plan national pour le départ en vacances des personnes les plus en difficulté**, fondé sur une implication forte de l'État pour faciliter ce départ et, avec les opérateur.rice.s du secteur, améliorer les conditions d'accueil.
- **Tirer parti du numérique pour améliorer le rapport qualité/prix du tourisme en France**, pour promouvoir le tourisme d'affaires en interne et à l'international et inscrire les démarches touristiques, numériques ou non, dans le cadre du tourisme durable avec une information obligatoire en ligne.

AXE III : INNOVATION ET INITIATIVES

- **Inciter à la création de parcours imaginés et initiés par les habitant.e.s des territoires**, hors des sentiers battus et ouverts aux sites et lieux d'intérêt des villes et pays limitrophes, ainsi qu'à la mise en place d'offres groupées entre sites et activités proches à l'échelle d'intercommunalités ou d'une région.
- **Amplifier la couverture numérique** pour étendre le haut débit et éviter les zones blanches, y compris dans les Outre-mer.
- **Créer des Pass touristiques** favorisant le parcours des touristes entre les lieux et centres d'intérêt (musées, sites patrimoniaux) fréquentés lors de leurs visites. Renforcer l'intermodalité en intégrant un Pass mobilité dans les délégations de service public. Prendre en compte le tourisme dans les plans de déplacement urbain et les centrales de mobilité.

AXE IV : ENJEUX ET OPPORTUNITES DU NUMERIQUE EN MATIERE DE TOURISME

- **Mettre en place des procédures d'accompagnement des salarié.e.s pour une augmentation et une reconnaissance de leur qualification** ; améliorer l'accueil et l'hébergement des saisonnier.ère.s en lien avec les maisons des saisonnier.ère.s. Intégrer la formation à l'utilisation du numérique pour les professionnel.le.s (salarié.e.s et employeur.euse.s) et les entreprises du tourisme dans un plan national de formation comportant un volet sur l'optimisation de l'utilisation de l'outil numérique pour tou.te.s et un volet sur la formation spécifique à l'utilisation des outils informatiques dédiés au secteur du tourisme pour les salarié.e.s, selon leurs fonctions.
- **Amplifier et compléter les statistiques du tourisme**. Favoriser un usage du Big Data respectueux des libertés individuelles, en recourant à un tiers de confiance, en informant les touristes sur les abus possibles dans l'utilisation de leurs données et en développant la labellisation d'applications par la CNIL. Veiller à la fiabilité des avis en ligne, pour permettre une information exacte des consommateur.rice.s, maintenir un meilleur équilibre entre entreprises de tourisme et OTA et éviter une pression excessive sur l'immobilier dans les grandes villes.
- **Favoriser le maintien des start-ups du tourisme numérique en France**, encourager et soutenir les initiatives d'installation sur les territoires d'incubateurs du tourisme, œuvrer à la constitution d'un ou deux champions français ou européens du tourisme numérique.