

# Tourisme : une fausse victoire française et un échec cuisant

## OPINION

Au moment où des cocoricos fusent de toute part sur le succès touristique de la France, cette autocongratulation ressemble fort à un château de sable. Il peut sembler paradoxal d'émettre un tel jugement mais la réalité statistique est tout autre.

Si la France est reconnue cette année pour être le premier pays au monde avec environ 90 millions de visiteurs, ce chiffre apparemment victorieux cache en fait un échec cuisant qui tient en deux grandes misères et trois problèmes bien français.

### Les deux grandes misères

Alors que la mode est à la transition écologique, la France a traversé dans l'indifférence la plus totale l'année mondiale du tourisme durable. Toujours très tournée vers elle-même, l'administration française s'est une fois de plus distinguée par son incapacité à s'intégrer aux dialogues internationaux, en cultivant une exception désormais risible. Cette occasion manquée s'est traduite par une absence stratégique de la scène internationale, et par l'émergence en Asie de la Route de la Soie comme principal évènement mondial retenu par l'opinion.

L'abondance apparente de visiteurs étrangers en France est très largement amoindrie et effacée par l'incapacité à offrir des prestations locales qui profitent à l'économie intérieure. L'analyse des statistiques mondiales OMT le montre : le panier moyen de dépenses par touriste en France est 4 fois inférieur aux mêmes postes aux USA, 2.5 fois inférieur à la Thaïlande, 2 fois moins que la Chine, l'Espagne ou l'Italie. Pas de quoi crier victoire avec pourtant la longue série des atouts du tourisme français.

### Les trois problèmes bien technocratiques et jacobins :

Il faut d'abord regretter la grande misère statistique française dans le tourisme. Les comptes satellites régionalisés du tourisme ne sont plus mis à jour depuis 2011. Ni la DGCIS ni l'Insee ne parviennent à nous donner des chiffres exploitables par les acteurs économiques et les investisseurs, alors que nous serions le leader mondial du tourisme. Pourtant, eux seuls permettent de vérifier l'adéquation à la demande et la réalité des performances. Notre tendance centralisatrice ramène tout à des agrégats de données globales sans aucun sens pour apprécier l'opportunité de nos évolutions d'accueil. Bien pire, une fois de plus, cette centralisation des données gonfle artificiellement la place de l'Ile de France dont les performances sont loin d'être brillantes. Les postes économiques ne sont plus adaptés avec l'émergence des produits modernes d'accueil par Internet, par cooptation ou par réseaux sociaux.

### Paris est le maillon faible

L'hypertrophie et la domination apparente de l'Ile de France sont vite démenties par les chiffres régionalisés. Tout d'abord, l'incorporation des chiffres du transport à la région Ile de France est disproportionnée. Ce poste représente un tiers du chiffre tourisme Ile de France, alors qu'il

correspond à des infrastructures nationales. Il introduit probablement de nombreux doubles comptes avec les touristes empruntant une infrastructure nationale pour se rendre en région. L'hypertrophie des chiffres des sièges d'agences de voyage situés dans la capitale procède de la même distorsion avec 13 %. On constate que ces deux seuls chiffres atteignent 45%, presque la moitié des dépenses touristiques sur l'Île de France, avant d'avoir parlé de l'activité du secteur du tourisme proprement dit.

La réelle valeur ajoutée de la dépense touristique ne se situe pas du tout à Paris, contrairement aux apparences. L'orientation massive du tourisme vers Paris est une erreur qui explique nos médiocres performances. Malgré les stéréotypes parisiens, les grands équipements comme le Louvre ou la tour Eiffel, les Champs Élysées, les palaces, les produits de luxe, la dépense par touriste est parmi les plus faibles des régions françaises. Le poste achats shopping ne représente que 7% des dépenses touristiques à Paris, contre 13% en Aquitaine, 14 % en Languedoc Roussillon, 11% en Rhône Alpes et PACA. (anciens périmètres). De même, le poste services culturels, sportifs et loisirs ne représente à Paris que 7% des dépenses des touristes, contre 8% en Rhône Alpes,. Les dépenses d'alimentation sont seulement de 1% à Paris contre 7 à 9% dans toutes les autres régions. Il y a lieu de se poser la question sur une défiscalisation excessive des détaxations parisiennes qui pénalisent ainsi notre économie.

L'absence d'imagination, la rigidité de nos structures, certains circuits privilégiés, présentent encore un modèle d'accueil touristique ringard qui fonctionne par miracle. Ce modèle ne peut que s'effondrer brutalement dans les prochaines années si un sursaut rapide ne redéploie pas notre accueil touristique dans les régions, conformément aux goûts de la clientèle internationale qui recherche un contact naturel, décontracté, authentique, conforme au Tourisme Durable. La grave crise du secteur des résidences touristiques en France en est le premier signe, curieusement ignoré par les pouvoirs publics alors que le secteur est exsangue, avec des marges proches de zéro et des équipements totalement décalés par rapport à la demande. Le compte à rebours est lancé.