

CONCOURS INTERNE NORMAL DE CONTRÔLEUR DE L'INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE ET DES ÉTUDES ÉCONOMIQUES

ANNÉE 2015

**ÉPREUVE DE RÉSUMÉ DE TEXTE ET DE RÉPONSES À DES
QUESTIONS SUR CE TEXTE**

Décembre 2014

(Durée : 3 heures, coefficient :4)

Le sujet comporte 7 pages

I. Résumer en 300 mots (une marge de plus ou moins 10% est admise) l'article suivant de **Jean-Laurent Cassely** - Article paru le 03/09/2014 (2974 mots) sur www.slate.fr

Rappel : le résumé de texte est une miniaturisation qui respecte la structure du texte initial.

Le candidat indiquera obligatoirement, à la fin du résumé, le nombre de mots utilisés. Il est rappelé que les articles élidés comptent pour un seul mot.

II. Répondre aux deux questions suivantes :

Question 1

Selon l'auteur, qu'est-ce qui a conduit au désintérêt du vélo au milieu du siècle dernier ? (10 lignes maximum)

Question 2

Selon vous, comment faire en sorte que les différents modes de transports puissent cohabiter ? (50 lignes maximum)

NOTA

- 1 - Il sera tenu compte de la longueur du résumé, de la clarté de la rédaction, de l'orthographe et de la présentation.
- 2 - Les réponses aux questions devront être structurées et rédigées.
- 3 - Le barème de la notation sera le suivant :
 - Résumé : 10 points
 - Question 1 : 2 points
 - Question 2 : 7 points
 - Présentation et orthographe : 1 point

Comment le vélo est redevenu un sujet politique

En cette fin du mois de juin, le piéton parisien Camille Pascal flânait sur les quais de la Seine quand, soudain, il manqua d'être renversé par un cycliste qui, en réponse à son cri de colère, le gratifia d'un geste obscène. Regrettable, l'anecdote aurait pu s'arrêter là si la victime avait été un quidam lambda. Mais Camille Pascal n'est pas n'importe qui : ancien secrétaire général de France Télévisions, il a aussi été conseiller et plume du président Nicolas Sarkozy.

Ni une ni deux, Camille Pascal rentre chez lui, probablement à pied, et profite de la chronique qu'il tient dans Valeurs Actuelles, magazine qui porte haut les valeurs de la droite décomplexée, pour se plaindre de ce « cycliste [...] roi, [...] dont le regard ne ment pas, [qui] vous domine, [...] vous toise et [...] vous méprise ».

Intitulée « La dictature du vélo », sa chronique a été très commentée sur les réseaux sociaux, signe contemporain du succès d'une bonne controverse. En dépit d'une certaine paranoïa, due sans doute au traumatisme de sa rencontre matinale avec un cycliste peu respectueux du code de la rue, l'ancien conseiller présidentiel écrit cependant avec une certaine lucidité que « le vélo n'est plus un moyen de locomotion, il est désormais un signe identitaire, un choix politique », avant de sombrer à nouveau dans le délire de persécution :

« Hier il était un sport, aujourd'hui il incarne une idéologie totalitaire et en cela il est devenu très dangereux. »

Il est amusant de comparer ces mots avec ceux du Wall Street Journal qui, à propos du système de vélos en libre service de New York, a parlé de l'œuvre d'un « gouvernement totalitaire ».

Pour illustrer sa thèse d'une UMPS dont les électeurs seraient finalement interchangeables et tous privilégiés, Marine Le Pen, lors de la campagne présidentielle de 2012, n'avait-elle pas hésité à jouer sur cette corde de la haine du cycliste, en moquant « les bobos venus après le brunch » voir Nicolas Sarkozy tenir son meeting à la Concorde à Paris, « avant de filer en Vélib' à Vincennes », là où François Hollande tenait son propre rassemblement.

Ces deux derniers exemples sont cités par le journaliste Olivier Razemon, qui tient le blog du Monde dédié aux transports et à la mobilité et a publié en début d'année « Le pouvoir de la pédale », un plaidoyer étayé pour la pratique du vélo. Il y revient notamment sur plusieurs images selon lui fausses du vélo, comme celle qui l'associe à un truc de bobos. Désormais, écrit-il, le cycliste déclenche « l'hostilité, voire la haine, [qui] s'épanche à la radio, sur les plateaux de télévision, dans les journaux, sur les réseaux sociaux ». Parmi les autres exemples de cette campagne anti-cyclistes de la presse de droite, l'auteur rappelle qu'en 2013, The Spectator, hebdomadaire conservateur britannique, a qualifié les cyclistes d'individus « bouffis de suffisance » qui « se faufilent dans le trafic avec un air supérieur ».

Le vélo-bashing est devenu un exercice très prisé dans les colonnes des médias conservateurs outre-Atlantique, au point qu'on consacre des articles à ce nouveau genre journalistique – pour s'en moquer. Dans The Atlantic, un chroniqueur écrit même :

« Invoqués pour symboliser la gentrification, la richesse, la blanchité et l'élitisme oppressif, les vélos sont devenus une matière première de la démagogie des éditorialistes de tabloïds, des invités de débats à la radio et des politiciens. »

Le vélo, instrument de distinction sociale ? L'idée n'est pas neuve. C'est en fait un retour aux origines de la bicyclette, quand son prix la réservait à une bourgeoisie qui s'en servait d'ailleurs plus pour ses loisirs ou pour expérimenter le

cyclotourisme que pour se transporter d'un point à un autre. Puis, « son coût d'achat se réduisant, [le vélo] s'est démocratisé pour devenir, dans l'entre-deux-guerres, le véhicule de la classe ouvrière », écrit l'économiste Frédéric Hérán dans un ouvrage passionnant paru lui aussi début 2014, « Le retour de la bicyclette, une histoire des déplacements urbains en Europe de 1817 à 2050. »

C'est après-guerre, et surtout entre 1950 et 1960, que la pratique du vélo utilitaire s'effondre en France. Les raisons en sont la concurrence avec les deux-roues motorisés, grand succès auprès des jeunes Français car bénéficiant d'une image rock n'roll (Johnny, l'idole des jeunes elle-même, roule alors à motocyclette), et surtout la généralisation de l'automobile.

Ironie suprême des thèses selon lesquelles le vélo est réservé aux populations aisées, ce sont les plus riches qui délaisseront en premier ce moyen de transport pour l'automobile, qui endosse à son tour, en cette seconde moitié du XXe siècle, les valeurs véhiculées auparavant par la bicyclette : modernité et progrès.

La suite de l'histoire est une longue accumulation de vexations et d'obstacles urbains qui pousseront le cycliste à dégager de la chaussée (vitesse des automobiles, feux rouges, sens uniques en ville, tunnels, voies pénétrantes, rocade, etc.) La généralisation de l'automobile favorise l'étalement urbain, rendant la pratique du vélo encore moins adaptée à des distances qui s'allongent entre domicile et travail...

À rebours du phénomène de sécurité par le nombre, le cercle vicieux s'enclenche : moins les cyclistes sont nombreux, plus ils anticipent le risque de pédaler seuls au milieu des voitures, et plus la pratique s'effondre...

En 1975, le bilan est pitoyable : il existe 950 km de pistes ou bandes cyclables sur tout le réseau routier français. La pratique du « vélo utilitaire » est alors résiduelle, malgré la relative résistance des villes ouvrières : à Lille, Grenoble, Nantes, Valence, Valenciennes, Dunkerque, le vélo s'est maintenu plus longtemps. « Un noyau d'irréductibles », écrit encore Hérán, continue malgré tout d'utiliser le vélo en ville. « A Paris, Lyon ou Marseille dans les années 1990, ce groupe ne représentait même pas 1% des déplacements ».

Isabelle Lesens, consultante spécialiste des politiques d'encouragements du vélo, à l'origine du premier palmarès des villes cyclables au début des années 90, notait en 1998 dans un article paru dans les Cahiers de Médiologie :

« En janvier 1990, au colloque "Vivre et circuler en ville", à Paris, les intervenants étrangers parlaient systématiquement des quatre composantes du trafic, à savoir piétons, vélos, autobus et autos. Les Français n'en voyaient jamais que trois. »

« Le "vélo" est vraiment un mot imprononçable ! », analyse-t-elle alors.

Le vélo a bénéficié ensuite du retour des investissements dans les transports collectifs. Le mouvement de renouveau du tram est impulsé par Nantes, qui ouvre sa ligne en 1985. Grenoble entame la construction du sien en 1983 et l'inaugure en 1987. En 1988 est organisée la première rencontre nationale des villes cyclables, à Bordeaux. Strasbourg inaugure son tram en 1994 (Grenoble, Nantes et Strasbourg sont toutes trois aujourd'hui des villes qui ont renoué avec la pratique cycliste).

La même année, la première journée de fermeture des berges de la Seine aux voitures a valeur de symbole, comme l'écrit Isabelle Lesens :

« L'opération des voies sur berges à Paris [...] fait désormais partie intégrante de sa politique du vélo. Considérée comme allant de soi par le public, imitée en province, elle a fait tomber un tabou : une route réservée aux autos peut ne pas le rester. Elle a aussi révélé aux autorités que les Parisiens aimaient le vélo... pourvu qu'on leur permette d'en faire. »

Dans le sillage de la contestation de la société industrielle des années 60, les premiers mouvements cyclo-écologiques émergent en France dans les années 70, et culmineront dans les années 90 avec le mouvement Véloration. En plus de ses qualités intrinsèques (praticité, prix peu élevé, etc.), le vélo est désormais un mode transport écologique et bon pour la santé. Dans les pays du Nord de l'Europe, la pratique redécolle dès le milieu des années 70. Si la crise pétrolière de 1974 est considérée comme un facteur de redécouverte du vélo, la thèse d'une substitution entre voiture et vélo est toutefois contestée, écrit Frédéric Héran.

Le vélo revient timidement à cette époque, et le cycliste type change, observe l'historien :

« En 1982, le cycliste type était un homme plutôt jeune, sans permis de conduire, issu d'une famille nombreuse, ouvrière ou agricole, souvent immigrée, à revenus modestes et peu ou pas motorisée, circulant en banlieue ou dans une ville de province. Il allait à vélo à l'école ou au travail en rêvant d'acheter un vélomoteur et, un jour, une voiture. »

En 2007-2008, il s'agit toujours d'un homme, mais plutôt cadre de la fonction publique ou profession libérale. Il vit surtout dans les centres des grandes aires urbaines, là où la pratique a le plus augmenté.

« Depuis quelques années, la bicyclette retrouve un certain attrait dans le centre des grandes villes auprès d'un public éduqué, féru de vélos en libre-service ou à assistance électrique », constate Héran.

Mais est-il encore un moyen de transport crédible, ou seulement un signal identitaire ? Dans les villes françaises comme américaines, la tendance observée est la même : le retour du vélo comme moyen de transport concerne des déplacements sur de très courtes distances. Les villes du retour du vélo sont celles de l'économie de la connaissance, remarque pour sa part Olivier Razemon, ainsi que les villes étudiantes. Il favorise une sociabilité plus intense que les déplacements en voiture, correspond à l'idéal d'une vie saine, fluide et douce. Une étude sur le système de vélos en libre service de Washington D.C. montre que l'écart entre les utilisateurs et l'ensemble des travailleurs de l'agglomération n'est pas tant le revenu que le niveau d'éducation, plus élevé chez les cyclistes.

La thèse d'un retour du vélo comme mode de déplacement est donc à prendre avec des pincettes : sa « part modale » ne représenterait jamais, à l'horizon 2030, que 7% en milieu urbain et 5% en périurbain, selon une étude de l'ADEME.

Relativiser le retour en force du vélo permet de mieux comprendre la fonction des fameux systèmes de vélos en libre-service (VLS), comme le Vélo'V à Lyon, inauguré en 2005, et le Vélib' à Paris, qui a suivi deux ans plus tard. Des projets montés en partenariats public-privé, souvent coûteux pour le contribuable et dont l'efficacité pour la promotion du vélo auprès des automobilistes reste controversée.

Selon Héran, les études réalisées montrent que les utilisateurs sont surtout des cyclistes qui ont profité de l'effet d'aubaine pour laisser leur vélo au garage ou d'anciens usagers des transports publics : peu d'automobilistes convertis ou de néo-utilisateurs, donc. Ces services, très médiatisés lors de leur ouverture au public, joueraient donc plus un rôle de marketing territorial que de système de transport de grande échelle (même s'ils ont un rôle d'appoint). En témoigne la communication qui promeut l'usage du Vélib' à Paris, remarque Olivier Razemon :

« Le blog dédié au service [Vélib'] néglige les transports et s'égare dans l'art de vivre chic, suggérant des adresses de bars branchés, évoquant les écrivains parisiens ou proposant des produits dérivés, mugs, carnets de notes ou sets de table. »

Qui plus est, c'est un outil efficace dans les opérations de revitalisation urbaine, tout comme le tram. En clair, un bon moyen de rendre attractif un programme immobilier et de vendre le mode de vie, plus lent et apaisé, qui va avec.

Autres signes de la fétichisation du vélo et du cyclisme, la tendance du vintage et des vélos rétros, qui s'achètent dans des petites boutiques s'implantant dans tous les quartiers branchés des villes et se réparent ou se customisent dans des ateliers ouverts par des esthètes de la bicyclette. Star des cultures urbaines, le fixie, petit vélo sans roue libre qui oblige à pédaler sans cesse pour avancer, ne pourra que rappeler le passage que consacre Frédéric Héran aux premières draisienues inconfortables et éprouvantes du début du XIXe : une machine sans pédales qui ne « connaît qu'un succès passager auprès de quelques dandys et autres excentriques ».

Comme l'écrivait en 2008 le quotidien québécois La Presse, le pignon fixe est « une bécane simple, aux lignes épurées, qui a envahi les villes et fait la une de magazines de mode. Elle crée une véritable sous-culture et alimente la haine de ceux qui n'y voient qu'une simple vogue ».

On en revient à l'affichage et à la pose du cycliste –il existe même un mouvement né à Copenhague prônant l'élégance et le chic à bicyclette– et à la façon dont ils donnent lieu à des sentiments anti-cyclistes urbains, qui s'expriment notamment par les détériorations, par exemple celles d'innocents Vélib' qui ont le malheur de finir au-delà du périph... « Elles sont sans doute liées à l'image du vélo, cet apanage des "bobos" et des "éclos", ces gens soucieux de leur forme qui ont réussi dans la vie », écrit le journaliste du Monde.

Dès l'origine, le vélo est promu par des libéraux et des progressistes aux Pays-Bas. Comme le détaille très bien Héran, il véhicule des valeurs de progrès, de modernité et de liberté. Il convient aux libéraux puisqu'il permet de s'affranchir de sa condition de piéton coincé dans son quartier, et il est d'ailleurs historiquement un allié de l'émancipation féminine, ayant donné lieu en France aux premières lois tolérant chez les femmes le port de vêtements auparavant exclusivement masculins (pantalon).

Il porte aussi en lui la promesse d'une société égalitaire et moins hiérarchique : Christiane Taubira aime à être prise en photo arrivant au ministère de la Justice à vélo, tandis que les promenades de la famille royale néerlandaise sont perçues comme le symbole des « monarchies à vélo » progressistes d'Europe du Nord, égalitaires et décontractées. Les ateliers de réparation de vélos sont souvent animés dans un esprit de partage, d'entraide et de convivialité communautaire, par des passionnés pour qui le vélo est plus qu'un simple moyen de transport.

Deux spécialistes du vélo aux Etats-Unis ont publié sur The Atlantic les résultats de leurs recherches sur la pratique du vélo à Washington D.C. en fonction des quartiers et des populations. Leur article aide à comprendre quelles sont « les barrières à la mobilité, perçues ou réelles » qui expliquent que les populations pauvres et noires de Washington D.C. utilisent beaucoup moins le vélo que les personnes blanches et aisées. Leur étude montre que, de même que les cyclistes peuvent pratiquer le vélo urbain à la fois par souci de distinction et par calcul rationnel (plus rapide, plus pratique, moins cher), les motivations des non-cyclistes sont aussi un mélange de pragmatisme et d'imaginaire associé au vélo et à la voiture.

D'abord, les pauvres travaillent plus loin de leur domicile, ce qui rend les trajets quotidiens en vélo plus éprouvants (surtout s'ils exercent un métier physiquement pénible). Une étude montre par ailleurs que posséder une voiture reste pour les populations pauvres américaines des grandes agglomérations le prérequis pour trouver un travail.

Deuxièmement, la voiture conserve son attrait statutaire : elle reste un signe de distinction sociale important pour certaines populations, tout comme le vélo a pu le (re)devenir pour d'autres –la hiérarchie des modes de transports est donc inversée. Cet élément est à rapprocher des aspirations des populations des cités

dans les pays européens, plus attirées par les deux-roues motorisées et les voitures que les vélos, comme le note l'auteur du Pouvoir de la pédale.

Enfin, on dit aujourd'hui le vélo élitiste parce qu'urbain. C'est en quelque sorte une tautologie, dans la mesure où ce sont, en France, les centre-villes qui ont le plus bénéficié des aménagements cyclables et de politiques de réduction de la circulation automobile : zones de vitesse limitée (zones 30), doubles sens cyclables, services de vélos en libre-service, etc. Et que c'est dans ces espaces qu'on trouve le plus de populations aisées et diplômées, de sorte que le cercle vertueux du vélo en ville s'alimente de lui-même, tout comme son caractère socialement marqué.

Le vélo n'est pas mauvais ou discriminant en lui-même: il est simplement l'indice d'une société dont les modes de vie se sont spécialisés en fonction des contraintes des lieux. Dominant dans les centres villes, il est en perte de vitesse dans le périurbain et en zone rurale (hors loisirs), et son essor dans certaines villes moyennes pionnières, comme Colmar ou La Rochelle, n'est pas généralisé.

Ici, nos auteurs cyclophiles rappellent à quel point l'adoption massive du vélo utilitaire est le résultat de choix politiques. D'autres caractéristiques jouent (ville dense et historique, climat, relief), mais n'expliquent pas pourquoi certaines régions européennes ont su redonner une place centrale au vélo et d'autres pas. Les projets en cours en Europe du nord, comme les autoroutes cyclables, montrent qu'il est possible de pédaler sur des distances raisonnablement élevées, y compris pour les habitants de périphéries. La capitale danoise Copenhague aménage un réseau de 300 km de super-pistes cyclables en banlieue et, avec sa voisine suédoise Malmö, envisage sérieusement une autoroute pour vélos sur le pont qui relie les deux villes.

L'architecte Norman Foster a présenté en janvier 2014 un incroyable projet de 220 kilomètres de voies cyclables réservées surélevées pour le grand Londres, qui suivraient le tracé du réseau des trains de banlieue et permettraient aux travailleurs qui font des trajets pendulaires de pédaler en tout confort.

Isabelle Lesens, dans son article paru il y a déjà plus de quinze ans, rappelait cette évidence :

« Dire que le vélo ne convient pas pour ceux qui habitent loin du centre-ville, c'est oublier de prendre en compte les vraies distances et la population concernée ; c'est oublier surtout que c'est par et à cause de l'automobile que les villes sont devenues un parcours d'obstacles et qu'elles se sont étalées comme elles l'ont fait. »

Elle écrivait aussi dans ce même texte que « si l'on veut que le vélo se développe, il faut d'abord rendre son utilisation facile et avantageuse ». Dans un article paru en 2013, Henry Grabar écrivait lui sur The Atlantic que « pendant des décennies, vivre dans un quartier où les emplois et les services sont accessibles à vélo a été considéré comme un choix. Et si cela devenait un privilège ? ».

Alors qu'aux Etats-Unis, des chercheurs commencent à établir que les villes denses, dont les rues sont très interconnectées et dont le plan favorise les modes actifs de transport, tuent trois fois moins de personnes que les cités plus éparpillées avec de nombreuses rues résidentielles en cul-de-sac, on comprend que ce privilège du cycliste divise la société au-delà du choix du modèle et de la couleur de la bicyclette.

CONCOURS INTERNE NORMAL DE CONTRÔLEUR DE L'INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE ET DES ÉTUDES ÉCONOMIQUES

ANNÉE 2015

ÉPREUVE DE STATISTIQUES

Décembre 2014

(Durée : 3 heures, coefficient :4)

Le sujet comporte 8 pages (y compris celle ci)

Le présent document comprend 6 exercices indépendants. **Sauf consignes particulières, les résultats seront donnés avec une décimale.**

Le candidat devra être attentif au contenu des questions afin d'y répondre de façon précise.

NOTA :

1° Il sera tenu compte dans la notation tant de la présentation des tableaux et graphiques demandés que de la pertinence et de la clarté des commentaires.

2° L'usage de la calculatrice est autorisé.

Exercice 1

A l'aide du tableau 1,

1. Donner la dépense en capital de recherche et développement pour l'environnement des entreprises en 2006 et la dépense nationale de recherche et développement pour l'environnement des administrations publiques en 2010.
2. D'une manière générale, que pouvez-vous dire de la répartition des dépenses et du financement en recherche et développement pour l'environnement entre les administrations publiques et les entreprises.
3. Calculer en indice base 100 en 2000, les dépenses totales de recherche et développement des administrations publiques et des entreprises, pour l'environnement de 2000 à 2010.
4. Représenter graphiquement les résultats obtenus à la question précédente.
5. Commenter.
6. Grâce aux informations présentes dans le tableau, calculer le financement des administrations publiques d'une part et des entreprises d'autre part, pour l'environnement, pour les années 2011 et 2012.

Rappel : Le taux de croissance annuel moyen, exprimé en pourcentage, sur n périodes (années, mois, semaines, etc.) est donné par la formule

$$TCAM = \left(\sqrt[n]{\frac{\text{valeur finale}}{\text{valeur initiale}}} - 1 \right) \times 100$$

Tableau 1

La dépense nationale de recherche et développement pour l'environnement

En millions d'euros courants	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Taux de variation annuel moyen (en%)	
												2012/2000	2012/2011
Dépense courante	1 891	2 188	2 265	2 347	2 504	2 575	2 496	2 625	2 853	3 260	3 385	6,2	3,8
Dépense en capital	242	277	311	322	319	320	378	282	300	327	395	5,0	1,9
Total	2 133	2 465	2 576	2 669	2 823	2 895	2 874	2 907	3 153	3 587	3 780	6,1	3,6

Source : SOeS, d'après les enquêtes du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche

La dépense nationale de recherche et développement pour l'environnement des administrations publiques

En millions d'euros courants	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Taux de variation annuel moyen (en%)	
												2012/2000	2012/2011
Dépense courante	1 183	1 405	1 436	1 487	1 449	1 512	1 111	1 080	1 077	1 067	1 109	0,9	16,3
Dépense en capital	136	162	177	166	158	166	119	122	115	114	112	-0,3	20,2
Total	1 319	1 567	1 613	1 653	1 607	1 678	1 230	1 202	1 192	1 181	1 221	0,8	16,7

Source : SOeS, d'après les enquêtes du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche

La dépense nationale de recherche et développement pour l'environnement des entreprises

En millions d'euros courants	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Taux de variation annuel moyen (en%)	
												2012/2000	2012/2011
Dépense courante	708	783	829	860	1 055	1 063	1 385	1 545	1 776	2 193	2 276	11,4	-1,6
Dépense en capital	106	115	134	156	161	154	259	160	185	213	283	9,1	-4,5
Total	814	898	963	1 016	1 216	1 217	1 644	1 705	1 961	2 406	2 559	11,2	-1,9

Source : SOeS, d'après les enquêtes du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche

Le financement de la recherche et développement pour l'environnement

En millions d'euros courants	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Taux de variation annuel moyen (en%)	
												2012/2000	2012/2011
Administrations publiques	1 386	1 629	1 689	1 730	1 697	1 807	1 414	1 377	1 409	1 398	1 440	1,50	13,8
Entreprises	747	836	887	939	1 126	1 088	1 460	1 530	1 744	2 189	2 340	11,25	-1,8
Total	2 133	2 465	2 576	2 669	2 823	2 895	2 874	2 907	3 153	3 587	3 780	6,10	3,6

Source : SOeS, d'après les enquêtes du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche

Exercice 2

A l'aide du tableau 2,

1. Donner pour l'année 2000, le nombre d'exploitations ayant des vaches laitières. Donner pour l'ensemble des exploitations, le nombre total de brebis en 2010.
2. Calculer pour les recensements agricoles 1988, 2000 et 2010, la superficie agricole utilisée moyenne par exploitation. Exprimer les résultats à l'hectare près.
3. Calculer l'évolution du nombre d'exploitations ainsi que l'évolution de la superficie agricole utilisée entre le recensement de 2000 et celui de 2010.
4. Commenter les résultats obtenus.
5. Pour les exploitations possédant des animaux, calculer pour les années 1988 et 2010, la répartition du nombre d'exploitations et du nombre de têtes selon le cheptel.
6. Commenter.

Tableau 2

Les exploitations agricoles en France métropolitaine

Dimension économique

	Exploitations			Superficie agricole utilisée (ha)		
	1988	2000	2010	1988	2000	2010
Ensemble des exploitations agricoles	1 016 755	663 807	489 977	28 595 799	27 856 313	26 963 252
dont moyennes et grandes exploitations	540 298	386 296	312 166	24 237 911	25 549 313	25 098 468

Âge du chef d'exploitation ou du premier coexploitant

	Exploitations			Superficie agricole utilisée (ha)		
	1988	2000	2010	1988	2000	2010
Ensemble	1 016 755	663 807	489 977	28 595 799	27 856 313	26 963 252
dont moins de 40 ans	228 036	165 017	84 293	8 235 585	9 844 804	6 149 815

Source : Ministère en charge de l'agriculture, Agreste, recensements agricoles

Cheptel

	Exploitations en ayant			Nombre de têtes		
	1988	2000	2010	1988	2000	2010
Vaches laitières	268 563	128 336	82 427	5 699 720	4 193 266	3 715 795
Vaches nourrices	227 760	166 905	121 200	3 475 305	4 314 125	4 099 789
Chèvres	60 933	25 804	14 336	888 654	840 949	977 016
Brebis laitières	7 318	6 070	5 458	1 171 848	1 379 706	1 387 190
Brebis nourrices	153 911	87 872	49 918	6 581 035	5 199 858	4 142 872
Poulets de chair et coqs	269 538	125 632	38 400	10 698 514	126 296 895	141 311 588

Source : Ministère en charge de l'agriculture, Agreste, recensements agricoles

Exercice 3

A l'aide du tableau 3,

1. Donner la population, l'unité statistique et les variables étudiées.
2. Grâce à la représentation graphique la plus adaptée, représenter les données de niveau de diplôme obtenu en fonction du lieu d'habitation.
3. Écrire une phrase pour expliquer le chiffre souligné.
4. Commenter les résultats de ce tableau en analysant dans un premier temps les disparités au sein d'un même lieu de résidence puis dans un second temps entre les deux lieux de résidence.

Tableau 3

Niveau de diplôme et part des jeunes âgés de 18 à 29 ans encore en études selon le lieu de résidence et le lien à la migration

	Hors Zus				En Zus			
	Non issus de l'immigration	Descendants d'immigrés	Immigrés	Ensemble des jeunes	Non issus de l'immigration	Descendants d'immigrés	Immigrés	Ensemble des jeunes
Niveau de diplôme obtenu								
Sans diplôme	7,0	12,1	<u>20,8</u>	8,6	15,6	17,7	32,8	19,9
CAP-BEP ou équivalent	33,8	32,7	29,3	33,4	34,1	39,1	39,3	36,9
Baccalauréat ou équivalent	23,4	22,9	21,8	23,2	24,2	24,1	15,9	22,4
Bac+2 ou équivalent	18,5	15,1	7,5	17,3	21,8	11,1	3,9	14,5
Bac+3 ou équivalent	17,3	17,2	20,6	17,5	4,3	8,0	8,1	6,3
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Encore en études	23,0	26,6	22,2	22,8	17,1	25,3	13,3	18,5
Part en % de la population des jeunes	79,6	14,0	6,4	100,0	20,5	36,8	42,7	100,0

Source : Ined-Insee, enquête Trajectoires et Origines (2008) : calculs Dares

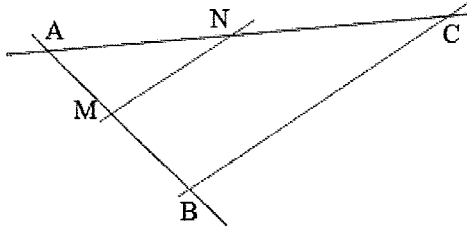
Zus : Zone urbaine sensible

Exercice 4

Pour cet exercice, on rappelle le théorème suivant :

Théorème de Thalès : dans un triangle ABC, si M est un point du côté [AB], N un point du côté [AC],

et si les droites (BC) et (MN) sont parallèles, alors : $\frac{AM}{AB} = \frac{AN}{AC} = \frac{MN}{BC}$



On s'intéresse à un service de l'administration dont l'ancienneté des fonctionnaires présente la répartition suivante :

Classes d'ancienneté en années	Nombre de fonctionnaires
[0 ; 3 [10
[3 ; 9 [13
[9 ; 15 [31
[15 ; 25 [36
[25 ; 35 [27
[35 ; 45 [3

1. Pouvez-vous expliquer ce que signifie l'utilisation des symboles « [» pour les classes d'ancienneté ?
2. Explicitiez ce que représente le nombre 36 dans le tableau ci-dessus. Donnez un titre au tableau.
3. Calculez les effectifs cumulés croissants.
4. Donnez le nombre de fonctionnaires qui ont une ancienneté inférieure à 15 années.
5. Quel est le centre de la classe [9 ; 15 [? En calculant au préalable tous les centres de classe, donnez l'ancienneté moyenne au sein du service.
6. On cherche maintenant à déterminer la médiane pour la variable caractérisant l'ancienneté.
 - a. Quel est l'effectif qui permet de déterminer l'ancienneté médiane ?
 - b. En utilisant les effectifs cumulés croissants calculés précédemment, indiquez la classe médiane.
 - c. Sur un graphique, représentez sur l'axe des ordonnées les extrémités de la classe médiane, et sur l'axe des abscisses les deux effectifs cumulés leur correspondant. Tracez la droite définie par ces coordonnées.
 - d. Sur le même graphique, placez sur l'axe des abscisses l'effectif calculé à la question 6.a.
 - e. A l'aide du théorème de Thalès, déterminez la valeur de la médiane, qui correspond à l'ordonnée du point de la droite tracée à la question 6.c et dont l'abscisse est égale à l'effectif trouvé à la question 6.a
 - f. Commentez l'ancienneté médiane par rapport à l'ancienneté moyenne.

Exercice 5

On s'intéresse dans cet exercice aux chômeurs selon le sexe et les circonstances de la perte d'emploi.

On dispose sur les femmes des contributions en degrés à un diagramme circulaire permettant de représenter les données, tandis que les données sur les hommes sont fournies en pourcentage :

Caractéristiques de la perte d'emploi	Femmes (en degrés)	Hommes (en pourcentage)
N'a jamais exercé d'activité professionnelle régulière	26	4,5
Fin d'emploi à durée limitée	164	47
Démission	36	6,3
Rupture du contrat pour maladie ou invalidité	11	3,8
Licenciement	73	24,2
Autres circonstances	37	11,3
Circonstance inconnue	13	2,9

Source : Insee, enquête Emploi 2012.

1. Représentez à l'aide de deux représentations graphiques du même type les données disponibles pour les femmes et les hommes.
2. Comparez et commentez les différences entre les deux populations étudiées – femmes et hommes.

Exercice 6

On examine les différences de salaires entre les différentes catégories de salariés de deux entreprises fictives :

Catégorie	Entreprise 1				Entreprise 2			
	A	B	C	D	A	B	C	D
Salaire moyen par catégorie (en euros)	1 357,9	1 722,7	2 433,1	4 731,3	1 330,5	1 655,8	2 368,4	4 464,98
Salaire moyen (en euros)	1 716,1				1 851,4			

Commentez ces chiffres et tentez d'apporter une explication aux éventuels paradoxes que ce tableau peut présenter.

CONCOURS INTERNE NORMAL DE CONTRÔLEUR DE L'INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE ET DES ÉTUDES ÉCONOMIQUES

ANNÉE 2015

ÉPREUVE DE RÉDACTION ADMINISTRATIVE

Décembre 2014

(Durée : 3 heures, coefficient :6)

Le sujet comporte 19 pages (y compris celle ci)

Le tourisme en France est un secteur important de l'économie. A partir des seuls documents joints, rédigez une note de synthèse en dressant le bilan économique du tourisme. Vous montrerez ainsi les forces et les faiblesses rencontrées puis indiquerez les pistes d'amélioration envisagées.

	Pages
Le 4 pages de la DGCIS n° 36	2 à 5
Les dépenses des touristes en France Insee 1 ^{ère} - n°1510	6 à 9
Le tourisme est-il en mesure de sauver l'économie française ?	10 à 11
Laurent Fabius : « il faut corriger nos insuffisances », dans le secteur du tourisme	12 à 13
FNRCRT : colloque du 28 mai 2013	14 à 15
CCIP : sept conditions pour améliorer l'accueil et la mobilité des touristes en Île-de-France	16 à 17
Un tourisme plus compétitif	18 à 19

Nota : Il sera tenu compte dans la notation de la clarté de la rédaction, de l'orthographe, de la grammaire et de la présentation

Le 4 Pages

de la direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services

Avec 84,7 millions de touristes étrangers en 2013, la France demeure le pays le plus visité au monde

L'allongement progressif des séjours en France des clientèles étrangères se poursuit

En 2013, la France est restée le pays le plus visité au monde avec 84,7 millions de touristes étrangers. La croissance des arrivées s'établit à + 2,0 %. La hausse des nuitées est plus dynamique : elle atteint + 4,6 %. Ce surcroît résulte d'un allongement de la durée des séjours des touristes étrangers en France, une tendance longue dans un pays parfois qualifié « de transit ».

Les touristes européens sont les principaux contributeurs à la hausse des arrivées et, plus encore, des nuitées. Les touristes asiatiques sont à nouveau venus massivement (+ 12,9 % d'arrivées) mais leurs séjours sont plus courts qu'en 2012.

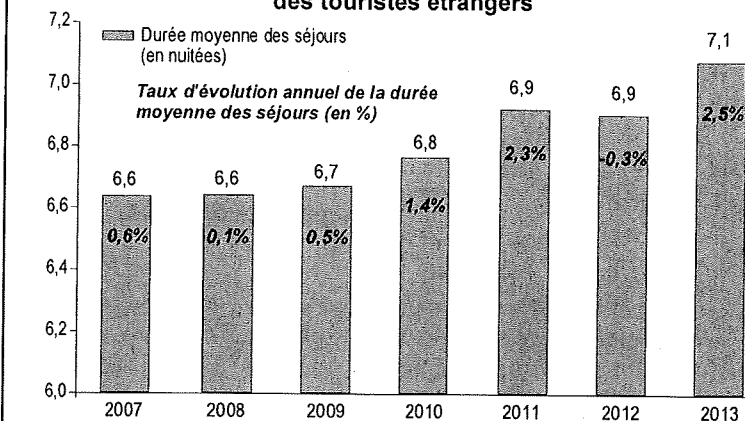
La lente érosion de la part de l'hébergement marchand, engagée en 2009 avec la crise économique, a repris après un rebond en 2012.

Selon l'OMT, les arrivées de touristes internationaux auraient augmenté de 5,1 % en 2013 (après + 4,0 % en 2012), leur nombre atteignant 1,087 milliard, alors même que la croissance économique mondiale ralentit depuis 2010. Plus de la moitié (564 millions) concernerait le continent européen, qui enregistrerait ainsi un taux de croissance de + 5,6 % des arrivées de touristes étrangers.

84,7 millions d'arrivées de touristes étrangers en France en 2013

D'après l'enquête auprès des visiteurs venant de l'étranger (EVE), réalisée par la DGCIS et la Banque de France (*encadrés 1 et 2*), la France a accueilli 84,7 millions de touristes en 2013, soit une hausse de + 2,0 % par rapport à 2012 (*tableau 1*). Avec une croissance proche de celle de l'année précédente (+ 1,8 % en 2012), la France maintient sa position de première destination touristique au monde, loin devant les États-Unis (69,8 millions

**Graphique 1 : Évolution de la durée moyenne des séjours en France
des touristes étrangers**



Source : enquête auprès des visiteurs venant de l'étranger (EVE), DGCIS, Banque de France.

d'arrivées de touristes) et l'Espagne (60,7 millions).

Les clientèles européennes, notamment allemande, restent le moteur de la croissance des arrivées de touristes étrangers

Les clientèles européennes contribuent pour moitié à la croissance des arrivées de touristes en France en 2013 (1 point sur les 2,0 %) en dépit d'une croissance modérée (+ 1,2 %) du fait d'un poids qui reste très important : 70,1 millions de touristes soit 83 % de l'ensemble. Toutefois, les évolutions sont contrastées selon le pays de résidence.

Les arrivées en provenance d'Allemagne augmentent de 6,5 %, ce qui permet à ce pays de conserver sa place de leader en termes d'arrivées de touristes (13 millions en 2013) et de creuser l'écart avec le Royaume-Uni (12,6 millions), pour lequel la croissance des arrivées est néanmoins honorable (3,4 %).

La clientèle suisse est également dynamique, en croissance de 6,6 %. Par

ailleurs, l'Irlande, le Portugal et la Grèce, des pays parmi les premiers affectés par la crise et encore en convalescence, confirment leur retour : l'afflux de touristes en provenance de ces trois pays, 2,2 millions de touristes en 2013, dépasse son niveau d'avant crise. L'attractivité de la France est également soutenue pour la Pologne (+ 18,0 %) et pour les pays du nord de l'Europe (+ 13,5 % pour l'ensemble Finlande, Danemark et Suède).

A contrario, des clientèles prisant d'ordinaire la France sont en net recul. Ainsi, les arrivées de touristes en provenance d'Espagne et d'Italie ont reculé de 12,0 % et 3,0 % respectivement. Ces contre-performances sont en ligne avec les difficultés économiques persistantes de ces deux pays dans lesquels le PIB a reculé en 2013, comme en 2012.

Autre baisse sensible des arrivées, celle des touristes belges et luxembourgeois. Cette clientèle, l'une des plus importantes pour le tourisme national, recule de 6,0 % soit une perte de près de 700 000 arrivées, en partie liée à une stagnation de l'activité économique en Belgique, qui s'est prolongée en 2013.

Encadré 1 : L'enquête auprès des visiteurs venant de l'étranger (EVE)

L'enquête auprès des visiteurs venant de l'étranger (EVE), réalisée par la DGCIS et la Banque de France, permet de suivre les comportements touristiques sur le territoire français des personnes résidant à l'étranger. L'enquête est réalisée auprès des touristes à leur sortie du territoire métropolitain, quel que soit leur mode de transport : route, aérien, ferroviaire, maritime. D'une part, des sondages permettent d'estimer des taux de non-résidents sortant de France et, d'autre part, des questionnaires permettent de connaître les caractéristiques des séjours effectués par les touristes (durée, motif...). Les données EVE sont la résultante des sondages et questionnaires appliqués aux flux exhaustifs de personnes quittant la France. 80 000 questionnaires sont collectés chaque année, par vagues trimestrielles.

Tableau 1 : Arrivées des touristes étrangers en France selon leur zone de résidence

	Nombre de touristes en 2013 (en millions)	Part dans l'ensemble en 2013 (%)	Variation 2013/2012 (en milliers)	Évolution 2013/2012 (%)	Contribution à l'évolution 2013/2012 (en points)
Europe	70,1	82,8	803	1,2	1,0
Allemagne	13,0	15,4	799	6,5	1,0
Royaume-Uni	12,6	14,9	409	3,4	0,5
Belgique, Luxembourg	10,5	12,3	-670	-6,0	-0,8
Italie	7,8	9,2	-242	-3,0	-0,3
Espagne	5,3	6,3	-729	-12,0	-0,9
Russie	0,8	0,9	93	13,6	0,1
Amérique	6,6	7,7	109	1,7	0,1
Amérique du Nord	4,2	4,9	229	5,8	0,3
Brésil	1,2	1,4	-16	-1,4	0,0
Asie	4,5	5,3	513	12,9	0,6
Chine	1,7	2,0	326	23,4	0,4
Japon	0,7	0,8	-49	-6,7	-0,1
Inde	0,3	0,4	42	15,7	0,1
Océanie	1,4	1,6	171	13,9	0,2
Afrique	2,1	2,5	79	3,9	0,1
Afrique du Nord	1,4	1,7	53	3,8	0,1
Total	84,7	100	1 676	2,0	2,0

Source : enquête auprès des visiteurs venant de l'étranger (EVE), DGCIS, Banque de France.

L'afflux de la clientèle asiatique se poursuit

En 2013, 4,5 millions de touristes asiatiques ont visité la France, soit une hausse de près de 13 % par rapport à 2012.

Les touristes chinois viennent toujours plus nombreux : 1,7 million en 2013 soit une croissance de + 23,4 % par rapport à 2012. Leur attrait pour la France est avéré depuis plusieurs années : les arrivées de touristes chinois ont doublé entre 2009 et 2013. La hausse marquée des arrivées de touristes indiens est, quant à elle, encourageante : + 15,7 % en 2013 contre + 3,6 % en 2012. Cependant, malgré ce bon résultat, le nombre de touristes

indiens est encore limité en France (300 000 arrivées en 2013). Dans un contexte de baisse du yen par rapport à l'euro, la clientèle japonaise est en retrait, avec un recul de 6,7 % des arrivées en 2013.

À rapprocher de la croissance asiatique, malgré une part toujours faible dans le total des arrivées, les touristes en provenance d'Océanie sont en forte augmentation (+ 13,9 %).

Hormis le Brésil en 2013, les BRIC toujours plus séduits par la France

Compte tenu de leur développement économique, avec l'émergence de « classes

moyennes » ouvertes aux voyages internationaux, les BRIC forment un marché émetteur particulièrement stratégique pour le tourisme. En 2013, les touristes chinois et indiens, mais aussi les touristes russes, sont venus nombreux. Ainsi, près de 100 000 touristes russes supplémentaires ont visité la France en 2013 (+ 13,6 %, après + 23,9 % en 2012).

Parmi les BRIC, seul le Brésil a « boudé » la France en 2013 (- 1,4 %). L'économie brésilienne est, il est vrai, moins dynamique depuis 2012. Toutefois, la perte de touristes brésiliens est largement compensée par l'essor des arrivées de touristes chinois, indiens et russes.

Tableau 2 : Nuitées et durée moyenne des séjours des touristes étrangers en France selon leur zone de résidence

	Nombre de nuitées en 2013 (en millions)	Part dans l'ensemble en 2013 (%)	Évolution du nombre de nuitées 2013/2012 (%)	Contribution à l'évolution 2013/2012 (en points)	Durée moyenne des séjours en 2013 (en nuitées)	Évolution de la durée moyenne des séjours 2013/2012 (%)	Variation 2013/2012 du nombre de nuitées (en milliers)	dont liée à la variation de la durée des séjours (en milliers)
Europe	465,2	77,6	4,7	3,6	6,6	3,5	20 806	15 659
Allemagne	89,7	15,0	7,2	1,0	6,9	0,6	6 010	543
Royaume-Uni	85,2	14,2	5,9	0,8	6,8	2,4	4 719	2 020
Belgique, Luxembourg	61,7	10,3	-1,4	-0,2	5,9	4,9	-891	2 879
Italie	43,3	7,2	-3,4	-0,3	5,5	-0,4	-1 520	-172
Espagne	30,0	5,0	-2,3	-0,1	5,6	11,1	-694	2 986
Russie	7,0	1,2	13,1	0,1	8,9	-0,5	804	-32
Amérique	57,0	9,5	0,3	0,0	8,7	-1,4	155	-807
Amérique du Nord	38,0	6,3	3,3	0,2	9,1	-2,4	1 198	-929
Brésil	10,1	1,7	1,9	0,0	8,7	3,3	187	322
Asie	34,7	5,8	8,1	0,5	7,7	-4,3	2 587	-1 551
Chine	11,0	1,8	4,6	0,1	6,4	-15,2	486	-1 979
Japon	4,4	0,7	-3,3	0,0	6,5	3,6	-152	154
Inde	1,8	0,3	4,0	0,0	6,0	-10,1	72	-207
Océanie	11,9	2,0	18,6	0,3	8,5	4,1	1 867	465
Afrique	30,8	5,1	3,4	0,2	14,4	-0,4	1 024	-126
Afrique du Nord	20,4	3,4	2,9	0,1	14,2	-0,9	576	-185
Total	599,7	100	4,6	4,6	7,1	2,5	26 439	14 873

Note de lecture : le nombre de nuitées en France des touristes étrangers d'une année donnée dépend du nombre et de la durée de leurs voyages. D'une année sur l'autre, on peut identifier, dans la variation du nombre de nuitées, la part due à l'allongement de la durée des voyages. On retranche pour ce faire à la variation totale des nuitées la variation fictive des nuitées calculées avec le nombre de voyages observés mais en supposant leur durée inchangée par rapport à l'année précédente. Ainsi, parmi les 26,4 millions de nuitées supplémentaires passées en France en 2013, 14,9 sont dues à l'allongement de la durée des séjours.

Source : enquête auprès des visiteurs venant de l'étranger (EVE), DGCIS, Banque de France.

Encadré 2 : Une seule source pour connaître les arrivées de touristes étrangers en France : l'enquête EVE

L'observation au niveau national du tourisme des étrangers en France repose sur deux grandes opérations statistiques :

- l'enquête auprès des visiteurs venant de l'étranger (EVE), réalisée par la DGCIS et la Banque de France ;

- les enquêtes de fréquentation des hébergements collectifs de tourisme¹, réalisées par l'Insee, avec le concours de la DGCIS et des partenaires territoriaux.

S'agissant du nombre de touristes étrangers en France, les enquêtes de fréquentation mesurent les arrivées par hébergement (ce sont les hébergeurs qu'on interroge dans le cadre de ces enquêtes, non les touristes). Or, un touriste réalisant un séjour en France (auquel correspond une arrivée en France selon EVE) peut être amené à changer d'hébergement au cours de son séjour. Ainsi, un séjour en France peut être constitué d'une succession de séjours réalisés dans différents hébergements : à une arrivée en France correspondront alors plusieurs arrivées dans les hébergements.

À titre indicatif, la durée moyenne d'un séjour en France selon EVE est de 7,1 nuitées en 2013 alors qu'elle n'est que de 2,2 nuitées par hôtel selon l'enquête de fréquentation hôtelière (EFH). Certes, le champ sous-jacent à chacune de ces deux durées moyennes n'est pas le même, la première intégrant les séjours non marchands, mais l'écart des durées traduit bien le fractionnement des « séjours en France » en plusieurs « séjours hôteliers ».

En outre, il n'est pas possible, à partir de l'EFH, de regrouper les différents séjours hôteliers relatifs à un même touriste de façon à reconstituer l'intégralité de son séjour en France, les établissements interrogés ne communiquant pas l'identité des touristes à l'Insee. Par ailleurs, les touristes peuvent aussi séjourner dans des hébergements non marchands, échappant alors au champ des enquêtes de l'Insee.

Dans l'hypothèse où le nombre moyen de séjours hôteliers par séjour en France serait stable au cours du temps, l'évolution des arrivées hôtelières constituerait un bon proxy de celle des arrivées telles que mesurées avec EVE.

Or, on observe depuis quelques années une divergence entre les deux indicateurs, divergence qui s'est fortement accentuée en 2013 : alors que la durée totale des séjours, mesurée par EVE, s'est allongée (+ 2,5 %), celle des séjours hôteliers, mesurée par l'EFH, s'est réduite (- 2,3 %) et leur nombre a fortement augmenté (+ 7,8 %). Au-delà de la différence de champ entre les deux enquêtes (marchand/total), cet écart suggère un phénomène de fractionnement grandissant des séjours en France en de multiples séjours hôteliers plus courts mais plus nombreux.

Ce phénomène est vraisemblablement lié :

- à une mobilité croissante des touristes étrangers en France du fait d'une offre touristique qui s'élargit à l'ensemble des régions françaises et ne se limite plus aux sites touristiques traditionnels ;

- à la saturation de la capacité d'accueil du parc hôtelier dans les capitales *intra-muros* pendant la période estivale où il devient de plus en plus difficile de trouver un hébergement libre pour la durée totale du séjour (les taux d'occupation des hôtels à Paris dépassent 85 % pendant l'été) ;

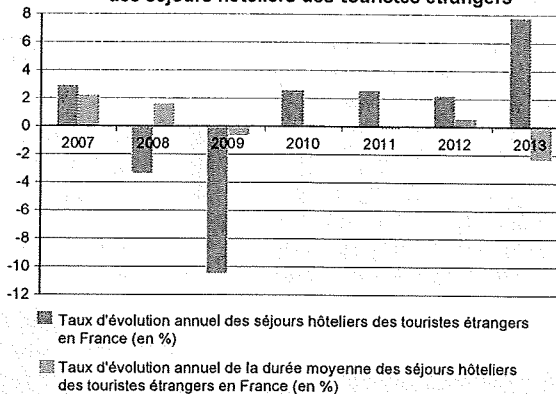
- à une offre de plus en plus facilement accessible *via* les outils numériques : grâce aux sites de réservation en ligne tels que « booking.com », les touristes peuvent ajuster très facilement leur hébergement au mieux de la diversité de leur séjour.

Le graphique ci-dessous met en évidence ce phénomène de fractionnement, qui s'est accentué en 2013.

L'hypothèse, sous-jacente à la mesure des arrivées de touristes en France à partir des arrivées hôtelières, de stabilité du nombre moyen des séjours hôteliers distincts par séjour en France n'est donc pas acceptable. Cependant, l'assimilation reste souvent de mise entre croissance des arrivées hôtelières et croissance des arrivées réelles dans un pays.

¹ L'Insee réalise des enquêtes de fréquentation dans plusieurs types d'hébergements collectifs : les hôtels (EFH), les campings (EFHPA) et les résidences de tourisme, les villages de vacances et les auberges de jeunesse (EFAHCT).

Évolution du nombre et de la durée moyenne des séjours hôteliers des touristes étrangers



Source : enquête de fréquentation hôtelière (EFH), Insee, DGCIS, partenaires territoriaux.

Retour des touristes en provenance d'Amérique du Nord

Avec 6,6 millions de touristes en provenance du continent américain (+ 1,7 %), le niveau record établi en 2011 (6,7 millions) est presque retrouvé. Ainsi, la désaffection des touristes brésiliens est contrebalancée par la venue de touristes provenant des autres pays du continent. Au total, près de 110 000 touristes américains supplémentaires ont visité la France en 2013.

L'Amérique du Nord constitue la première clientèle extra-européenne de la France. Cette position est confortée cette année avec une hausse de 5,8 % des arrivées de touristes, après un recul de 7,8 % en 2012.

Les séjours en France des touristes étrangers sont de plus en plus longs

En 2013, la croissance des nuitées passées par les touristes étrangers en France (+ 4,6 % ; *tableau 2*) est plus importante que celle des arrivées (+ 2,0 %). Outre qu'il atteste d'une bonne croissance de l'activité touristique internationale en France en 2013, ce surcroît illustre le phénomène, favorable, d'allongement de la durée des séjours des touristes étrangers sur le territoire. La durée moyenne de leur séjour en France s'établit à 7,1 nuits en 2013, contre 6,9 en 2012, soit une hausse de + 2,5 %. Cette augmentation de la durée des séjours explique plus de la moitié

des 26,4 millions de nuitées supplémentaires enregistrées en 2013.

Ainsi, les touristes séjournent plus longtemps en France, pays parfois qualifié « de transit ». Cet allongement de la durée des séjours s'inscrit dans une tendance longue, qui s'amplifie chaque année (*graphique 1*). Seule l'année 2012, avec une stabilité de la durée des séjours, fait exception à cette évolution. Entre 2007 et 2013, la durée moyenne des séjours a augmenté d'une demi-nuitée.

Allongement des séjours des clientèles européennes...

Les clientèles européennes ont réalisé les séjours les plus courts :

6,6 nuitées en 2013. Néanmoins, leur allongement est particulièrement marqué, de 3,5 % par rapport à 2012. Ainsi sur les 20,8 millions de nuitées additionnelles (+ 4,7 %), plus des trois quarts sont issues de cet accroissement de la durée des séjours.

Comme l'an passé, ce sont les touristes venus de l'ensemble « Portugal, Irlande et Grèce » qui sont restés le plus longtemps en France : 10,6 nuitées en moyenne. Ils sont suivis de la clientèle russe avec une durée moyenne de 8,9 nuitées.

L'Europe est le continent le plus contributif à la hausse des nuitées des touristes étrangers en France : elle en explique la plus grande part (3,6 points sur un total de 4,6 %).

En tête des clientèles européennes en termes de nuitées, arrive l'Allemagne, avec 15 % du total des nuitées étrangères et 6 millions de plus qu'en 2012 (+ 7,2 %). Elle confirme ainsi son avance sur le Royaume-Uni (14,2 % du total des nuitées et + 4,7 millions, soit + 5,9 %). Au contraire de la clientèle allemande, dont la durée moyenne des séjours évolue peu (+ 0,6 %), l'allongement des voyages en France de la clientèle britannique (+ 2,4 %) contribue notablement à la progression de ses nuitées.

... réduction pour les clientèles asiatiques

Les touristes asiatiques sont ceux qui ont raccourci le plus la durée de leur séjour en France, avec moins de 8 nuitées en 2013 (- 4,3 % par rapport à 2012). La baisse est importante pour les touristes chinois, dont les séjours en France sont de 6,4 nuitées en moyenne en 2013 contre 7,6 nuitées en 2012. Avec la concurrence accrue à laquelle se livrent les capitales européennes pour capter la clientèle chinoise, celle-ci, déjà adepte de circuits touristiques en Europe, a raccourci son étape en France en 2013.

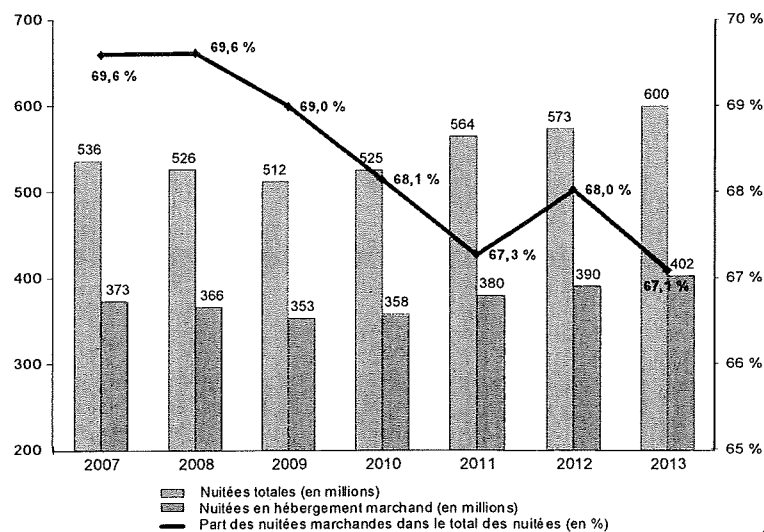
Au final, les nuitées des clientèles asiatiques augmentent globalement de 8,1 %, mais seulement de 4,6 % pour la Chine et 4,0 % pour l'Inde.

Pour en savoir plus

- S. Legait, D. Rulfi, « Les hébergements touristiques en 2013 : retour confirmé de la clientèle étrangère », *Le 4 pages de la DGCIS*, n° 32, avril 2014.
- C. Gonzalez, « Avec 83 millions d'arrivées en 2012, le tourisme international reste porteur pour la France », *Le 4 pages de la DGCIS*, n° 28, juillet 2013.
- C. Gonzalez, « L'adéquation de l'offre touristique française à la demande étrangère : un enjeu des politiques en faveur de l'activité liée au tourisme », *Le 4 pages de la DGCIS*, n° 19, mai 2012.

Consultez la rubrique
« Études et statistiques » du site
www.entreprises.gouv.fr

Graphique 2 : Évolution des nuitées en hébergement marchand des touristes étrangers



Source : enquête auprès des visiteurs venant de l'étranger (EVE), DGCIS, Banque de France.

Stabilité des nuitées pour les touristes du continent américain

La fréquentation des touristes d'Outre-Atlantique est restée stable en 2013, à 57 millions de nuitées. Mais cette stabilité recouvre des évolutions contrastées. Ainsi, pour la clientèle brésilienne, l'évolution des nuitées (+ 1,9 %) est plus favorable que celle des arrivées (- 1,4 %) grâce à un allongement de la durée de séjour en France (+ 3,3 %). À l'inverse, en 2013, les touristes venus d'Amérique du Nord ont séjourné moins longtemps en France qu'en 2012 (- 2,4 %) mais, grâce au rebond des arrivées (+ 5,8 %), cette clientèle comptabilise au total près de 1,2 million de nuitées additionnelles (+ 3,3 %).

La part de l'hébergement marchand retrouve sa tendance baissière

En 2013, le nombre des nuitées marchandes a augmenté moins vite que celui de l'ensemble des nuitées (3,2 % contre 4,6 %). Le rebond de la part des nuitées marchandes dans le total des nuitées observé en 2012 ne s'est donc pas confirmé (graphique 2). L'hébergement marchand a représenté 67,1 % de l'ensemble des nuitées en 2013, contre 68,0 % en 2012, retrouvant

son niveau de 2011. L'érosion de la part de l'hébergement marchand a donc repris sa tendance. Plusieurs hypothèses peuvent être avancées afin d'expliquer cette évolution.

En premier lieu, la crise économique mondiale, comme le suggère la concomitance de sa survenue avec le décrochage de la part des nuitées marchandes dans l'ensemble. Les touristes recherchent sans doute, dans ce contexte, à réduire leurs dépenses. Or, le poste « hébergement » offre des marges avec le recours aux hébergements non marchands (famille, amis, échange d'appartement).

En second lieu, l'offre d'hébergements marchands, notamment hôtelière, n'est peut-être pas en totale adéquation avec les attentes des touristes étrangers. C'est ce que suggérerait une étude de la DGCIS réalisée en 2012 (*cf. Pour en savoir plus*). L'importance des besoins en matière de rénovation et de remise à niveau de l'offre d'hébergements a été rappelée lors des récentes Assises du Tourisme. L'amélioration de la qualité des établissements et des services proposés est aussi à l'origine de la mise en place du nouveau classement des hébergements touristiques, encore trop récent pour avoir déjà pleinement produit ses effets bénéfiques en matière d'attractivité touristique.

Typhaine Aunay

dgcis

direction générale de la compétitivité
de l'industrie et des services

Directeur de la publication : Pascal Faure
Rédacteur en chef : François Magnien
Secrétariat de rédaction :
Martine Automme, Nicole Merle-Lamoot,
Composition :
Hélène Allias-Denis, Brigitte Baroin
ISSN : 2269-3092
Dépôt légal : 2014
DGCIS - 67, rue Barbès, 94200 Ivry-sur-Seine

Les dépenses des touristes en France

La moitié bénéficie à l'Île-de-France, Provence - Alpes - Côte d'Azur et Rhône-Alpes

En 2011, les touristes français et étrangers ont dépensé 141 milliards d'euros en France métropolitaine à des fins de loisirs ou d'affaires. Grâce à leur patrimoine naturel et culturel et à des infrastructures adaptées, l'Île-de-France, Provence - Alpes - Côte d'Azur et Rhône-Alpes captent la moitié de ces dépenses.

Entre 2005 et 2011, la consommation touristique a augmenté de 17 %, la hausse variant de 4 % en Champagne-Ardenne à 24 % en Corse.

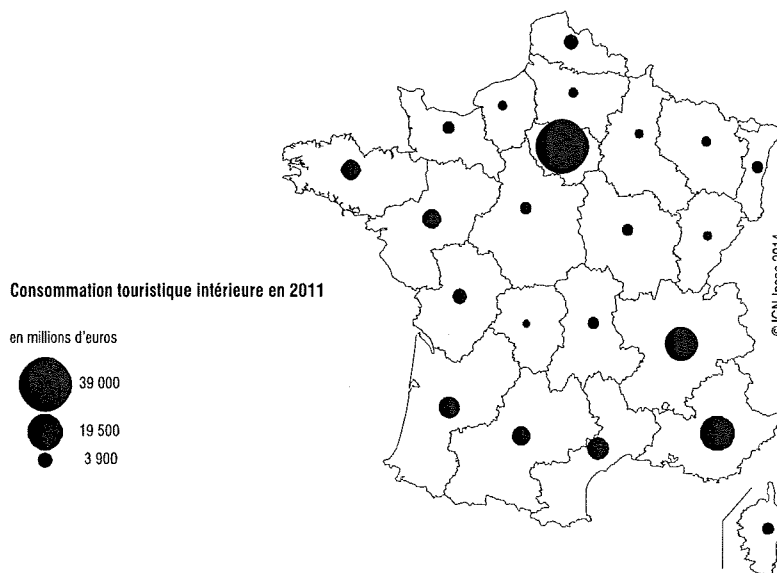
Selon les régions, sa composition varie : beaucoup de transport aérien en Île-de-France, par où arrive une part importante des touristes étrangers, davantage d'hébergements en Rhône-Alpes et en Alsace, des carburants et des péages dans les régions de passage.

Le tourisme occupe une place particulièrement importante dans l'économie des régions du Sud-Est : la consommation touristique représente 31 % du produit intérieur brut de la Corse, et 13 % en Paca et en Languedoc-Roussillon.

Catherine Sourd et Laurent Bisault, direction régionale de Midi-Pyrénées, Insee, et Jean-Christophe Lomonaco, direction générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DGCIS)

La Tour Eiffel, le château de Versailles, le Mont Saint-Michel, la Côte d'Azur : autant de sites emblématiques d'un patrimoine culturel et naturel qui génère par sa diversité et sa richesse des dépenses des touristes (*définitions*) français et étrangers. Ce capital suscite des déplacements aériens ou terrestres, remplit hôtels et restaurants, alimente l'activité des agences de voyage, fait découvrir les musées, incite à des pratiques sportives et culturelles, déclenche des achats alimentaires et de biens durables. Qu'il soit d'agrément ou d'affaires, le tourisme contribue à l'économie des territoires en générant de l'emploi et en créant de la richesse.

1 Île-de-France, Paca et Rhône-Alpes captent la moitié de la consommation touristique en 2011



Île-de-France, Paca et Rhône-Alpes en tête

En 2011, la consommation touristique intérieure française (*définitions*) a atteint

Sources : Insee, DGCIS, Compte satellite du tourisme régionalisé 2011.

par exemple. Les touristes viennent également pour les parcs d'attractions et les spectacles. Le tourisme d'affaires y occupe aussi une place importante : première région économique française, l'Île-de-France centralise bon nombre de centres de décision. En outre, selon les professionnels, Paris est la première ville pour le nombre de congrès internationaux. Enfin, l'Île-de-France bénéficie aussi des revenus générés par ses aéroports, et des dépenses de touristes qui pour partie n'y font qu'une étape de leur voyage.

Les régions Paca et Rhône-Alpes perçoivent chacune près de 18 milliards d'euros. Ces deux régions ont des traits et des atouts communs. Elles disposent d'une grande diversité de territoires : villes, montagnes, arrière-pays et, pour la région Paca, littoral. Elles bénéficient de bonnes infrastructures aériennes et routières qui favorisent l'accessibilité. Dans ces deux régions s'est développé un tourisme d'affaires : après l'Île-de-France, Rhône-Alpes et

Encadré 1 La France, un des pays majeurs du tourisme dans le monde

La France capte naturellement une grande partie du tourisme de loisir ou d'affaires de ses résidents. Selon la direction générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DGCIS), les Français effectuent leurs voyages neuf fois sur dix en France.

La France est aussi une destination de tout premier plan pour les étrangers. Elle est le premier pays d'accueil des touristes étrangers selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT). Avec 83 millions d'arrivées de touristes dont certains en transit vers l'Europe du Sud, elle représente 8 % des arrivées mondiales en 2012. C'est le troisième pays pour les recettes derrière les États-Unis et l'Espagne avec 5 % des recettes du tourisme international. Le tourisme contribue positivement au solde des échanges extérieurs de la France. Cet excédent est passé de 9,8 à 11,7 milliards d'euros de 2005 à 2007. Il s'est ensuite tassé sous l'effet de la crise économique, mais est remonté à 7,1 milliards en 2011, puis à 11,3 milliards en données provisoires sur 2012.

Encadré 2 L'hôtellerie, une activité qui investit

En 2011, les entreprises régionales de l'hôtellerie (*définitions*) ont consacré en moyenne 28 % de leur valeur ajoutée à l'investissement, soit à peu près autant qu'en 2009 et 2010. L'effort d'investissement est sur ces trois années particulièrement important en Corse, une région où les établissements sont orientés dans le milieu et le haut de gamme. Le taux d'investissement (*définitions*) de l'hôtellerie atteint ainsi 44 % dans l'île, mais aussi 35 % en Rhône-Alpes, ainsi que 33 % en Poitou-Charentes et en Alsace.

Le taux d'investissement de l'hôtellerie est élevé en comparaison avec les autres secteurs économiques : sur le champ des entreprises régionales, il est de 23 % pour l'ensemble des entreprises industrielles, 15 % dans le commerce ou 10 % dans la construction. Ceci est en grande partie lié à la nature de l'activité de l'hôtellerie, qui nécessite de forts investissements. Le taux d'autofinancement (*définitions*) des entreprises régionales de l'hôtellerie a atteint 79 % en 2011, ce qui atteste des capacités des entreprises à financer elles-mêmes une grosse partie de leurs investissements. Les entreprises régionales de l'hôtellerie mobilisent un capital important, en moyenne 162 000 euros par salarié en équivalent temps plein (ETP) en 2011.

Les immobilisations sont plus élevées en Île-de-France qu'en province. Le taux de marge (*définitions*), qui rapporte l'excédent brut d'exploitation à la valeur ajoutée, est en moyenne de 26 % en 2011. Cet indicateur du partage de la valeur ajoutée entre salaires et profits varie selon les régions. Il est d'autant plus fort que le stock de capital est important, comme en Île-de-France, en Corse, mais aussi en Basse-Normandie.

La rentabilité économique (*définitions*) des entreprises régionales de l'hôtellerie, qui mesure la profitabilité du capital d'exploitation hors flux financiers, atteint 7 % en moyenne nationale en 2011, variant de 6 % en Nord - Pas-de-Calais, Poitou-Charentes, Midi-Pyrénées et en Provence - Alpes - Côte d'Azur à 10 % en Basse-Normandie et en Franche-Comté. C'est peu en regard de nombreux autres secteurs économiques, bien moins que pour les entreprises de la restauration, et à peu près autant que pour les entreprises industrielles ou du transport et de l'entreposage. Mais la rentabilité des hôtels doit s'apprécier sur une longue période.

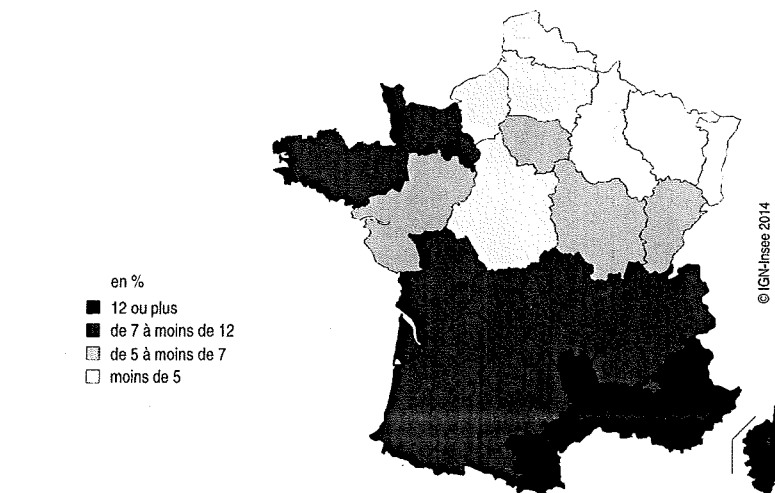
Le poste « carburants, péages et locations de voitures » représente 12 % de la consommation en France métropolitaine. Cette part atteint 37 % dans des régions de passage comme la Champagne-Ardenne ou le Centre.

4 Le tourisme est plus important dans les régions du Sud

Rapport entre la consommation touristique et le PIB régional en 2011

Les dépenses d'hébergement profitent à toutes les régions

L'hébergement dans les hôtels, les campings et les locations représente 16 % de la consommation des touristes. Les disparités entre les régions sont moins grandes que pour le transport. Elles sont le plus souvent liées à des structures d'offre d'hébergement très différentes d'une région à l'autre. Ainsi, en Île-de-France, la plupart des touristes résident à l'hôtel, le camping et les gîtes étant quasi inexistantes. Le grand nombre de nuitées dans les hôtels s'y conjugue avec un parc haut de gamme, apprécié notamment par les Américains. En Alsace, les touristes français, allemands, belges et suisses privilégient également l'hôtel. Ce mode d'hébergement domine en Nord - Pas-de-Calais, région où le tourisme urbain est important. Les gîtes ruraux et autres locations saisonnières de meublés pèsent davantage en Rhône-Alpes, Franche-Comté et Auvergne. Le camping est particulièrement important en Languedoc-Roussillon et sur la façade atlantique. En métropole, les résidences secondaires (dont les dépenses sont estimées par des loyers fictifs) représentent 10 % de la consommation touristique, et sont de l'ordre de 20 % dans le Limousin, en Languedoc-Roussillon et en Auvergne.



Sources : Insee, DGCIS, Compte satellite du tourisme régionalisé 2011.

Les dépenses de restauration : plus élevées dans les régions à forte activité hôtelière

Les dépenses de restauration vont souvent de pair avec les séjours à l'hôtel. En 2011, en France métropolitaine, elles représentent 12 % de la consommation des touristes. Elles sont particulièrement importantes en Île-de-France, en Paca, mais aussi en Alsace, Lorraine et Nord - Pas-de-Calais. Dans ces régions, leur poids varie de 14 % à 17 %. À l'inverse, les achats d'aliments et de boissons sont relativement plus importants là où l'on privilégie gîtes,

locations et résidences secondaires, comme en Auvergne et en Poitou-Charentes. Dans ces deux régions, 10 % de la consommation touristique est consacrée aux achats d'aliments et de boissons, soit 4 points de plus que la moyenne métropolitaine.

En 2011, les dépenses liées aux activités sportives, culturelles et de loisirs représentent en moyenne 6 % de la consommation touristique. Ces dépenses pèsent davantage en Normandie, Nord - Pas-de-Calais, Lorraine et Rhône-Alpes. Au total, plus de la moitié de ces dépenses proviennent des stations de ski en Rhône-Alpes et des casinos dans les autres régions.

Le tourisme, prépondérant dans l'économie des régions méditerranéennes

En 2011, la consommation touristique intérieure représente 7,2 % du produit intérieur brut (PIB) métropolitain. Son poids dans l'économie régionale est beaucoup plus important dans le Sud-Est, atteignant 31 % du PIB en Corse et 13 % en Paca et en Languedoc-Roussillon (figure 4). En revanche, en Rhône-Alpes (9 %) et en Île-de-France (6 %), le tourisme n'est qu'une composante parmi d'autres du dynamisme économique. Enfin, dans le Nord-Est, le tourisme représente moins de 5 % du PIB régional.

Sources

Jusqu'à présent, la contribution économique du tourisme n'était connue qu'au niveau national grâce au **compte satellite du tourisme** (CST) élaboré chaque année par la direction générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DGCIS) du ministère de l'Économie, du Redressement productif et du Numérique et du ministère des Affaires étrangères et du Développement international. Aujourd'hui, grâce aux travaux réalisés par l'Insee et la DGCIS présentés ici, il est possible d'évaluer l'économie touristique des régions françaises. Ces résultats répondent à la demande des pouvoirs publics et de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT).

Les dépenses régionales des touristes sont estimées à partir du CST national, en répartissant par région chaque poste de dépenses du compte. Les dépenses sont affectées au lieu de consommation, qui peut différer du lieu de résidence (achat d'un titre de transport par un employeur) ou même du lieu de villégiature (achat d'un camping-car). Le compte régionalisé mobilise notamment les enquêtes de l'Insee (réalisées avec la DGCIS et les partenaires territoriaux) auprès des entreprises d'hébergement touristique : sur la fréquentation hôtelière, la fréquentation de l'hôtellerie de plein air et l'enquête sur les autres hébergements collectifs (résidences hôtelières,

villages vacances, etc.). Il s'appuie aussi sur les deux enquêtes DGCIS-Banque de France : sur le suivi de la demande touristique auprès des Français (SDT) et l'enquête auprès des visiteurs venant de l'étranger (EVE).

Les données financières des entreprises régionales sont extraites du dispositif d'**Élaboration des statistiques annuelles d'entreprises** (Ésane) et de la base de données **Connaissance locale de l'appareil productif** (Clap) de l'Insee. Le nombre de congrès internationaux provient du classement 2013 établi par l'*International Congress and Convention Association*.

Définitions

Le **tourisme** regroupe « les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs » selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) et la Commission statistique des Nations unies. Le tourisme recouvre ainsi les déplacements avec nuitées sur le(s) lieu(x) de villégiature ainsi que les déplacements (ou excursions) à la journée.

La **consommation touristique intérieure** (CTI), le concept central du CST, retrace la totalité des dépenses touristiques auprès des fournisseurs de biens et services résidant en France, réalisées par les touristes et les excursionnistes à la journée, qu'ils soient français ou étrangers. La CTI regroupe ainsi les dépenses liées aux activités caractéristiques du tourisme comme les services de transports non urbains, par avion, train, autocar, les transports fluvial et maritime assurés par des compagnies françaises, les restaurants et cafés et les hébergements touristiques marchands. Elle comprend aussi d'autres dépenses non spécifiques au tourisme comme les carburants, les transports urbains, les aliments et boissons, les souvenirs ou certains biens durables (bateaux, camping-cars, articles de voyage). Elle

intègre également la valorisation (loyers fictifs) des nuitées passées dans les résidences secondaires. Dans le CST national, la CTI est calculée pour l'ensemble du territoire, départements d'outre-mer inclus. Dans cette étude, les évaluations de la consommation touristique au niveau régional sont proposées uniquement pour les régions métropolitaines.

Les **entreprises régionales de l'hôtellerie** sont les unités légales qui ont pour activité principale « hôtels et hébergement similaire » (code APE 55.10Z) et dont plus de la moitié des salariés sont localisés dans la région (ou plus de la moitié des établissements, si elles n'ont pas de salariés). Ces entreprises régionales regroupent 90 % des effectifs du secteur de l'hôtellerie.

Le **taux d'investissement** est le rapport des investissements corporels bruts hors apports à la valeur ajoutée hors taxes.

Le **taux d'autofinancement** est le rapport de la capacité d'autofinancement aux investissements corporels.

Le **taux de marge** mesure la part de l'excédent brut d'exploitation dans la valeur ajoutée aux coûts des facteurs.

La **rentabilité économique** rapporte l'excédent brut d'exploitation à la somme des immobilisations non financières et du besoin en fonds de roulement.

Bibliographie

- Legait S., Rulfi D. « Les hébergements touristiques en 2013 - Retour confirmé de la clientèle étrangère », *Insee Première* n° 1497, avril 2014.
- « Le compte satellite du tourisme 2012 », DGCIS, décembre 2013.
- « Mémento du tourisme - édition 2013 », DGCIS, novembre 2013.
- Decret V., de Biasi K. « La consommation touristique représente 8 % du PIB aquitain », *Insee Aquitaine - Le quatre pages*, n° 218, juin 2014.
- Bayardin V., Caritg J.-P., Brunet L., « Les retombées économiques du tourisme en Normandie - Près de 5 milliards d'euros de consommation touristique », *Insee Haute-Normandie - Aval* n° 148, juin 2014.

Direction Générale :
18, bd Adolphe-Pinard
75675 PARIS CEDEX 14

Directeur de la publication :

Jean-Luc Tavernier

Rédacteur en chef :

E. Nauze-Fichet

Rédacteurs :

J.-B. Champion, A. Houlou-Garcia,

C. Pfister, V. Quénechdu

Maquette : É. Houël

Impression : Jouve

Code Sage IP141510

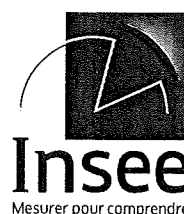
ISSN 0997 - 3192

© Insee 2014

- *Insee Première* figure dès sa parution sur le site internet de l'Insee :
www.insee.fr/collections-nationales

- Pour recevoir par courriel les avis de parution (60 numéros par an) :
<http://www.insee.fr/abonnements>

Pour vous abonner à *Insee Première* et le recevoir par courrier :
<http://www.webcommerce.insee.fr/liste.php?idFamille=16>



Le tourisme est-il en mesure de sauver l'économie française ?

Jacques DELORME / Économiste | Le 17/02 à 14:19

Première destination touristique mondiale, excédentaire et créateur d'emplois, le secteur touristique français pourrait compenser en partie le déclin de l'industrie. Mais cet excédent est fragile, autant dans sa définition par des procédures comptables inadaptées qui le surévaluent, que par son substrat économique et financier. Dans ce secteur aussi, la France doit optimiser son offre pour rester dans le peloton de tête.

Deux documents importants sont à la source de cette réflexion. L'étude "Le poids économique et social du tourisme" du Conseil national du tourisme de 2010, et le rapport sénatorial de 2011 de la commission Ferrand/Bécot.

Le tourisme, pôle d'excellence français

En 2011, 81 millions d'étrangers ont visité la France, soit un record absolu. Si l'on prend en compte les "excursionnistes" (ceux qui n'ont pas passé au moins une nuitée en France), on arrive à un total de 200 millions d'individus. Si l'Hexagone est bien le pays le plus visité au monde, c'est en partie parce que sont comptabilisés les voyageurs qui ne font que traverser le pays en dormant une seule nuit en France. Ces derniers étaient 11 millions en 2008 selon l'INSEE en transit vers l'Espagne, l'Italie ou le Maghreb, ce qui relativise nos performances.

En 2010, les pays suivant la France étaient respectivement les États-Unis (60 millions) ; la Chine (58) ; et l'Espagne (53). La ligne "voyages" de la balance des transactions courantes constitue le premier solde d'excédent extérieur avec un montant de 39,2 milliards d'euros en 2011, dépassant de 7,5 milliards les dépenses des touristes français à l'étranger.

D'après les estimations du Conseil national du tourisme, le secteur compte deux millions de salariés (à parité en direct qu'en indirect), soit 7,4 % de l'emploi total en France et génère chaque année un flux net positif de 27 000 créations d'emplois par an depuis 10 ans.

Les recettes liées au tourisme étranger ne pèsent que 1,8 % du PIB français, pour 1,9 % pour l'Italie, et surtout 3,6 % pour l'Espagne (mais c'est la taille du dénominateur qui joue). Plus inquiétant, le solde français de 7,5 milliards d'euros est bien loin d'être à l'échelle de nos grands déficits structurels : 42 milliards sur les biens manufacturés, 62 milliards sur l'énergie.

En 2008, les touristes ont passé en moyenne 6,7 nuits dans le pays, contre 9,4 nuits en Espagne, pays où ils ont dépensé une somme de 25 % supérieure à celle dépensée en France. Du coup, la France ne se classe plus qu'au 7e rang européen en termes de dépenses par touriste étranger.

Le tourisme français peut mieux faire...

Sur le mode de nos échanges commerciaux, la France est une puissance touristique régionale. 83,3 % des visiteurs sont des Européens de l'UE à 28 et 65 % viennent plus spécifiquement de la zone euro (à l'instar du commerce intra-zone en vigueur dans l'UE à hauteur de 63 %). Parmi eux, 18,6 % viennent de l'Allemagne/Autriche ; 18,2 % du Royaume-Uni ; 15,8 % de Belgique/Luxembourg ; 11,9 % d'Italie ; 9,6 % des Pays-Bas ; 8,4 % de Suisse ; 8 % d'Espagne ; les autres pays ayant des poids de 2 % (Finlande, Danemark, Suède) à 4 % (Pologne, Russie).

Les "Américains" (du Nord et du Sud, Argentine, Brésil) représentent 8,1 % des entrées, l'Asie (4,5 %), l'Afrique (2,5 %), et l'Océanie 1,6 %.

Un manque de cohérence statistique. À titre d'exemple, les effectifs des secteurs de l'hébergement et de la restauration sont comptés comme des emplois touristiques, alors que la clientèle française reste déterminante en termes de CA et de rentabilité. À l'inverse, les transports n'y sont pas comptabilisés, même pour partie. Ces incohérences ont conduit l'Organisation Mondiale du Tourisme, à entreprendre une vaste refonte des comptes du secteur qui devrait incessamment aboutir.

Par ailleurs, le tourisme emploie beaucoup de personnels non ou peu qualifiés, ce qui est une chance pour ce type de main d'œuvre. Pourtant, la concurrence internationale amène à monter en gamme rapidement en termes de déploiement d'un acquis en langues étrangères, même les plus "lointaines" (Chine, Russie, Brésil)... (Et d'une amabilité renforcée).

Des perspectives alléchantes et des risques en grande partie évitables

Le tourisme est un secteur à taux de croissance à deux chiffres au niveau mondial. En 2011, 980 millions de touristes ont traversé la frontière de leur pays, et le cap du milliard a été atteint en 2013. Dans le même temps, les recettes du tourisme international ont dépassé les 1 000 milliards de dollars US en 2011 (soit la moitié environ du PIB français). Les flux touristiques sont par ailleurs corrélés avec les variations des taux de change effectif réel des principales devises. À cet égard, la "crise de l'euro" a eu pour conséquence un gain de compétitivité-prix de l'offre européenne France-Espagne-Italie-Grèce-Portugal (tendance à la baisse de l'euro sur la période).

La France devra franchir un certain nombre de handicaps : vétusté du parc hôtelier français, "arrogance tricolore" dans l'accueil, faible maîtrise des langues étrangères, stages à l'étranger insuffisants, mobilité réduite de la main-d'œuvre.

Là comme ailleurs, le concurrent s'appelle la Chine suivi d'autres émergents (Brésil, Inde, Indonésie, Thaïlande, etc.), qui devrait ravir la première place mondiale en 2020 selon le Conseil national du tourisme (les deux courbes de fréquentation se croisent cette année-là).

De nombreux efforts restent à faire, en matière de communication publique notamment. Pour y parvenir, l'Hexagone s'est dotée en 2009 d'un nouvel opérateur public unique : Atout France. Le différentiel de budget entre Atout France (80 millions d'euros) et Turespaña (200 millions d'euros) ne laisse pas à cet égard d'inquiéter.

Conclusion

Au total, l'activité touristique n'est pas différente de l'activité industrielle et réclame : une prévision exacte et fine de la demande mondiale à court et moyen terme (avec tous ses segments) ; une politique de l'offre ambitieuse (coût de la "mise aux normes internationales" dans toutes ses dimensions) ; un accroissement des compétitivités hors coûts et hors prix (grands "Chefs" en gastronomie, notoriété de notre pâtisserie nationale et de ses "Étoiles") ; une politique de ravalement et de mise en valeur de nos sites les plus illustres ; l'intégration des bonnes pratiques des grands benchmarks internationaux majeurs en ce domaine (politique de la Ville pleinement cohérente comme à Florence ou à Venise).

L'euro est une chance et un désavantage. Du fait d'un marché à 65 % autoentretenu et sans risque (zone euro), le tourisme français n'affronte les rigueurs de la compétition internationale qu'à hauteur de 35 % de son marché, ce qui n'est peut-être pas suffisant. La lenteur dans la mise à niveau en ce qui concerne la création des "5 Étoiles" à Paris, à l'inverse des plus grandes capitales internationales, en est un exemple assez frappant sur le segment de l'hôtellerie de très grand luxe "squattée" par les Russes, les Indiens, les Chinois, la classe possédante des émirats du Golfe, ainsi que la "jet set" sud-américaine, etc.

En savoir plus sur <http://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/cercle-91417-le-tourisme-est-il-en-mesure-de-sauver-leconomie-francaise-1003455.php?lCiOxXoSBX8LCxZx.99>

Laurent Fabius : « il faut corriger nos insuffisances », dans le secteur du tourisme

Le Monde | 19.06.2104

Propos recueillis par Guy Duthiel

A l'occasion de la clôture des Assises du tourisme, jeudi 19 juin, Laurent Fabius, ministre des affaires étrangères et du développement international, devait annoncer une série de mesures phares comme le renforcement de la sécurité des principaux sites touristiques, une délivrance accélérée des visas et le lancement de la liaison Roissy Express.

La France est championne du monde du tourisme. Pourquoi s'inquiéter ?

Parce que nous vivons un paradoxe. D'un côté, la situation de la France est, en effet, très positive. Elle reste le premier pays d'accueil, en nombre, pour les touristes étrangers. Et le secteur représente plus de 2 millions d'emplois. Mais de l'autre côté, en termes de recettes, nous ne sommes qu'au troisième rang. L'Espagne reçoit environ 30 % de touristes en moins que la France, selon les années, mais cela lui rapporte 10 % de recettes en plus, voire davantage. Car les séjours y sont plus longs. Chez nous, beaucoup viennent à Paris, mais ensuite ne visitent pas nos régions ou y restent trop peu de temps.

La compétition se développe. Face au boom et aux changements que va connaître ce secteur dans les années qui viennent, il faut que nous corrigions nos insuffisances.

Quelles sont-elles ?

Première priorité, l'offre. Elle doit être de qualité et diversifiée. Nous avons décidé de constituer cinq pôles d'excellence. Le programme d'investissement d'avenir les financera pour 15 millions d'euros. Le premier regroupe la gastronomie et l'oenotourisme, le deuxième le sport et la montagne, le troisième l'éco-tourisme, le quatrième concerne l'ensemble des savoir-faire (artisanat d'art, luxe, etc.), et le cinquième, c'est le tourisme urbain.

Comment améliorer l'accueil des touristes ?

Des mesures ont déjà été prises. D'autres le seront, concernant l'aéroport de Roissy-CDG, ou la gare du Nord, en particulier la rénovation du hall Eurostar. Quand on fait la comparaison avec Saint-Pancras à Londres, nous devons progresser.

En délibération ministérielle, il a été décidé de réaliser ce qui était un serpent de mer, la liaison Roissy Express. Le plan de financement sera bouclé au plus tard en 2015 avec un démarrage des travaux en 2017. L'objectif est de rejoindre la capitale en vingt minutes. Depuis Roissy, au 1er janvier 2015, les taxis et les bus bénéficieront d'une voie réservée sur l'autoroute. A cette même date, après les concertations nécessaires, un forfait taxi raisonnable sera établi. Il est important de donner cette lisibilité-là.

Et la sécurité des touristes ?

Le ministre de l'intérieur, Bernard Cazeneuve, a élaboré un plan de sécurité tourisme qui prévoit une augmentation de 20 % des effectifs policiers sur les principaux sites touristiques parisiens, avec des brigades spécialisées à la gare du Nord ou aux Champs-Élysées.

Vous avez récemment assoupli la délivrance des visas. Quel bilan en tirez-vous ?

L'obtention d'un visa français en Chine en quarante-huit heures est un grand succès. Nous en avons délivré de 30 % à 250 % fois plus qu'avant. Nous allons étendre cette mesure notamment à plusieurs pays du Golfe, à l'Afrique du Sud et à l'Inde, sans que cela n'affecte les contrôles. Nous avons également décidé de supprimer, avec effet immédiat et partout où c'est possible, l'obligation de présenter une réservation d'hôtel pour obtenir un visa.

Au cours du second semestre 2014, une loi va instaurer « le passeport talent », avec un titre de séjour de quatre ans, destiné aux créateurs et aux chefs d'entreprise.

Notre pays n'est pas en avance dans ce domaine...

La France ne peut avoir sur ce point une réglementation différente des autres pays d'Europe. Ce n'est pas parce que nous avons des divergences politiques avec tel ou tel pays que nous devons le

pénaliser par les visas. La question est de savoir s'il existe un risque migratoire, mais le visa ne sert pas de verrou idéologique.

Les professionnels plaident pour plus d'ouvertures de commerces le dimanche. Et vous ?

Avant la fin de l'année sera présentée une loi sur ce sujet. D'autre part, le gouvernement souhaite qu'à Paris, sans préjudice des compétences de la Mairie qui entend mener la concertation avec les partenaires concernés, certaines zones, comme le boulevard Haussmann, puissent être classées « zones touristiques d'affluence exceptionnelle » permettant l'ouverture de commerces le dimanche. Nous souhaitons la même souplesse dans les gares.

Quelles sont les autres mesures que vous comptez engager ?

Nous avons beaucoup de progrès à faire dans la pratique des langues étrangères. Elle sera incluse dans le classement hôtelier et donnera lieu à bonification. Nous avons aussi pour objectif de rendre les vacances accessibles à un plus large public. Un fonds doté de 75 millions d'euros, avec la Caisse des dépôts, permettra de rénover le patrimoine touristique accessible aux ménages à revenus modeste (hôtels, centres de vacances). Au second semestre, le gouvernement prendra une ordonnance de simplification qui comportera un volet tourisme pour simplifier des normes complexes ou même contradictoires en matière de construction, d'urbanisme, de sécurité, d'accessibilité, d'environnement.

Comment pérenniser l'effort ?

Pour que ces assises soient suivies d'effet, je vais installer le mois prochain à mes côtés un Conseil de la promotion du tourisme qui sera chargé de définir un plan tourisme pour 2020.

Ce secteur va considérablement se développer. Les chiffres sont saisissants : 25 millions de touristes dans les années 1950, un milliard aujourd'hui, deux milliards prévus en 2030. L'ambition est donc simple et forte : rester le premier pays touristique du monde. Le groupe de travail 2020 pourra se fixer des objectifs chiffrés. Sur le milliard de touristes supplémentaires d'ici à 2030, si nous en accueillons 5 %, nous pouvons quasiment doubler l'excédent que rapporte le tourisme à notre balance extérieure, actuellement 12 milliards d'euros, et réduire considérablement notre déficit. Avec, en plus, la création de centaines de milliers d'emplois, non délocalisables.

COLLOQUE – 28 MAI 2013 (SENAT)
Pour une économie touristique performante
Les Régions stratégiques et partenaires
Synthèse

Jean Pierre BEL, Président du Sénat

Après avoir rappelé la place du tourisme dans l'économie française, le Président du Sénat a développé le rôle majeur que jouent les collectivités dans le secteur du tourisme.

Il a évoqué la préoccupation des participants au colloque relative à la question des chefs de file en matière de politique touristique. Il a rappelé le choix du gouvernement de faire du Département le chef de file sur cette compétence et la proposition de la commission des lois du Sénat qui a estimé que, le tourisme étant un élément stratégique du développement économique, la Région devait être le chef de file pour l'exercice des compétences en matière de développement économique et touristique.

Il s'est demandé si cette question méritait qu'il y ait une telle confrontation car les collectivités avaient pu expérimenter un partage de compétences, entre les Régions et les Départements, qui donnait satisfaction, pour l'essentiel, à la plupart des acteurs touristiques.

Il a ensuite déclaré que la compétence partagée en matière touristique n'était peut-être pas la plus mauvaise des solutions et que l'enjeu était de renforcer la cohérence et l'efficacité de l'action publique.

André CHAPAVEIRE, Président de la FNCRT

Pour André Chapaveire, l'objectif est bien de parler de tourisme, de croissance, d'avenir et du rôle prépondérant que les Régions tiennent et tiendront encore ces prochaines années dans le développement de l'économie touristique française.

Il a ensuite rappelé les caractéristiques de cette industrie qui l'impose comme un élément de la clé de la compétitivité économique française. Atouts mais aussi fragilités et menaces qui doivent conduire à redoubler d'imagination, faire preuve d'encore plus de volonté et surtout à s'organiser de manière cohérente et ce, à tous les niveaux territoriaux. L'objectif étant d'être efficace, efficient donc utile au développement touristique.

Il a ensuite affirmé à Madame la Ministre du Tourisme que l'État pouvait compter sur les Régions en tant que partenaires incontournables, à condition expresse qu'elles soient confirmées comme chefs de file.

Sylvia PINEL, Ministre de l'Artisanat, du Commerce et du Tourisme

Après avoir salué les participants et remercié la FNCRT pour l'organisation de ce colloque, la Ministre a dressé un tableau de la situation de la France en matière touristique. Une situation paradoxale : le tourisme est plus florissant que jamais, les chiffres très positifs et montrant une réelle attractivité de notre pays, mais avec une concurrence chaque jour plus rude, un risque de décrochage face aux efforts d'investissements considérables de nos rivaux et en particulier de nos voisins européens mais aussi des États Unis. Or, le gouvernement ne peut pas passer à côté de cette manne cruciale pour le redressement économique de la France.

La Ministre a déclaré souhaiter préserver le fonctionnement actuel de la politique touristique qui, sur les territoires, fonctionne plutôt bien tout en affirmant qu'il sera peut-être nécessaire de clarifier les compétences. Mais il fallait retrouver un débat apaisé et ne pas dresser les collectivités locales les unes contre les autres car il existe aujourd'hui une réelle complémentarité entre les collectivités.

Elle s'est déclarée convaincue, après un an passé à la tête de ce ministère, que le tourisme nécessite de mettre en place une politique plus structurée, mieux coordonnée et au plus près des acteurs et des professionnels de cette filière économique d'avenir et créatrice d'emplois pour les territoires. La bonne articulation de l'action des collectivités locales est décisive pour la réussite de la politique en faveur du tourisme.

Elle a ensuite présenté les 3 enjeux et les 3 leviers pour permettre au tourisme de contribuer au développement économique :

Rendre plus lisible l'image de marque de la France, son rayonnement. Mieux cibler les segments de clientèle les plus porteurs. C'est l'enjeu des contrats de destination.

- **Relancer les investissements productifs** pour disposer d'infrastructures d'accueil à la hauteur du pays leader qu'est la France. La Ministre a annoncé qu'elle lancera dans les prochaines semaines, des mesures pour la réhabilitation de l'immobilier touristique parce qu'il est en effet indispensable d'appuyer via la mise en place de dispositifs d'ingénierie mutualisée avec les groupements professionnels et les collectivités territoriales concernées, la mutation de nombreuses filières souffrant d'un manque de réinvestissement alors que nos concurrents étrangers immédiats créent de nouvelles structures plus modernes et plus exigeantes en termes de normes environnementales. Le thermalisme, les remontées mécaniques, les ports de plaisance sont notamment concernés.

- **Faire du tourisme un secteur professionnel attractif et relancer l'emploi.** Le tourisme est un secteur qui permet à de nombreux salariés de devenir entrepreneurs, de créer leur PME et permet de belles promotions professionnelles que peu de secteurs connaissent. Mais il demeure encore malheureusement un secteur peu attractif, notamment auprès des jeunes. C'est également un secteur où des emplois disponibles en nombre ne sont pas couverts faute d'accompagnement efficace et volontariste de l'État en partenariat avec les organisations professionnelles. Elle a rappelé que c'est dans cette perspective que le Président de la République vient d'annoncer l'ouverture des emplois d'avenir au secteur privé et en particulier au tourisme.

Enfin elle a indiqué que pour relancer l'emploi elle avait, avec Michel Sapin, missionné François Nogué, Président de Pôle Emploi afin de mieux identifier les 50 000 emplois non pourvus dans le secteur touristique en France. L'objectif de cette mission sera donc d'abord d'identifier les besoins pour pouvoir ensuite y apporter des réponses concrètes.

Christian DELOM, Directeur de la stratégie, de l'observation et des nouvelles technologies à Atout France

L'intervention de monsieur Delom a commencé par un panorama sur l'économie touristique en insistant plus particulièrement sur 2 éléments qui structurent notre croissance et le potentiel de croissance. D'une part, dans les prochaines années, les 20 ou même 40 prochaines années, nous aurons une croissance extrêmement forte du poids des seniors. D'autre part, l'évolution des touristes internationaux (A l'horizon 2020, on prévoit à l'international, 100 millions de touristes chinois, 50 millions de touristes Indiens et 26 millions de touristes russes) qui constitue un potentiel majeur de croissance.

L'économie touristique n'est pas uniquement une économie de la demande mais aussi une économie de l'offre. Pour la développer 3 conditions :

- connaître les marchés et les concurrents (et pas le concurrent à côté de chez nous) ;
- structurer l'offre en mettant le concept de destination au cœur d'une stratégie de développement touristique. C'est donc faire des choix car on ne peut pas couvrir tous les segments touristiques. C'est aussi une offre d'hébergements, de services, d'accessibilité et de transports ;
- la mobilisation des acteurs : acteurs publics et acteurs privés.

Alain DUPEYRAS, chef de l'unité tourisme à l'OCDE

L'intervention de M. Dupeyras porte sur le contenu du premier chapitre (« La gouvernance du tourisme ») du rapport 2012 de l'OCDE sur les tendances et politiques du tourisme.

Cette étude, fondée sur de nombreux exemples puisés au sein des pays de l'OCDE, démontre plusieurs points :

- dans une période difficile où il faut aller chercher tous les points de croissance possible, il faut mettre en place des politiques les plus performantes possibles qui nécessitent elles-mêmes la meilleure gouvernance possible ;
- il faut avoir une vision prospective partagée entre tous les acteurs en matière touristique (où veut-on aller, quels objectifs) ;
- l'innovation est une condition de la croissance et l'innovation doit être rendue possible par la gouvernance ;
- la place du secteur privé dans la gouvernance est essentielle ;
- les politiques publiques doivent être cohérentes entre elles et le rôle et les compétences de chacun doivent être claires.



Sept conditions pour améliorer l'accueil et la mobilité des touristes en Île-de-France

Synthèse du rapport de Philippe DEMONCHY

L'activité touristique est génératrice de richesses et d'emplois : Près de 10% du P.I.B. régional et 10 000 emplois nouveaux non délocalisables en moyenne créés par an. Il constitue donc un atout majeur pour le développement économique, le rayonnement international et l'attractivité de la région Ile-de-France et plus largement de la France.

Dans un contexte de croissance rapide des flux touristiques (à horizon 2020, jusqu'à 10 millions de touristes supplémentaires visiteront l'Île-de-France chaque année, soit environ 40 millions de visiteurs/an) et de concurrence accrue des destinations au niveau mondial, la mobilité des touristes apparaît comme **un facteur d'attractivité essentiel** pour la région francilienne et comme un élément de différenciation majeur entre les principales métropoles touristiques.

En effet, au-delà de l'attractivité naturelle de Paris et de la région capitale, force est de constater que la concurrence internationale se joue sur la capacité des destinations à fournir **les conditions d'une mobilité efficace et aisée** pour les touristes, intégrées à une offre touristique globale, compétitive, cohérente, homogène et de qualité : la qualité de l'offre touristique, si elle renvoie à la qualité des prestations touristiques elles-mêmes (visites culturelles, restauration, hôtellerie...) inclut également **la qualité de l'accueil, des transports, la signalétique et l'information...** De nombreuses études montrent que la mobilité est un des critères de choix d'une destination pour les touristes.

Aussi, dans la compétition internationale de plus en plus vive que se livrent aujourd'hui les principales destinations, l'amélioration de la mobilité des touristes sur le territoire francilien **doit être une priorité absolue pour l'ensemble des acteurs concernés** (opérateurs de transport, institutionnels, gestionnaires de sites, fédérations professionnelles...). **Il en va du maintien de notre rang de première destination touristique dans les années à venir !**

En outre, **la mobilité favorise la consommation touristique** en raccourcissant les temps de trajets et en augmentant la quantité potentielle d'activités culturelles, touristiques, commerciales, sociales, offerte aux touristes durant la visite ; par conséquent une mobilité plus fluide permet d'augmenter les retombées économiques des activités touristiques de loisirs ou d'affaires.

De plus, le périmètre géographique de l'activité économique tend à dépasser les limites de Paris intra-muros en s'inscrivant dans un système polycentrique qui s'élargit au Grand Paris et bien au-delà, au « Bassin parisien ». Les nouvelles implantations hôtelières, les nouvelles offres d'équipements touristiques, culturels et de loisirs, les extensions des surfaces des sites d'expositions et de congrès vont se développer dans la grande couronne. Aussi, **l'offre de mobilité des touristes devra s'adapter aux changements d'échelles qui s'opèrent.**

Or, si l'Île-de-France, et en son cœur Paris, est aujourd'hui **la première destination touristique au monde**, que ce soit pour le tourisme d'affaires ou d'agrément, un certain nombre de faiblesses au premier rang desquelles la qualité de l'offre de transport, fragilise son attractivité, peut freiner le développement de l'activité touristique d'affaires ou d'agrément, ternir son image, et compromettre sa position de leader. Le projet du Grand Paris Express ambitionne d'y remédier pour une bonne part mais ne pourra résoudre les difficultés relevées par les professionnels du tourisme 2 :

- l'absence de liaisons performantes entre les aéroports, le centre d'agglomération, les pôles touristiques périphériques et les sites d'exposition ;
- le manque d'intermodalité et de multimodalité dans les déplacements des touristes compte tenu de la variété des modes de transports disponibles en Île-de-France ;
- la prise en compte insuffisante des besoins spécifiques des touristes en termes d'accueil, d'information, de nouveaux services complémentaires à l'offre touristique.

La CCIP souligne la nécessité d'améliorer l'offre de mobilité et de créer, avec les pouvoirs publics, les opérateurs de transport et les professionnels de la filière touristique, **les conditions d'une meilleure**

fluidité dans la mobilité des touristes en structurant des actions et projets communs autour d'une **chaîne de mobilité**.

Comme l'a résumé M. Renaud Hamaide, Directeur général de VIPARIS, « *le temps de transport fait parti du temps de visite* » ; en améliorant la **qualité de la chaîne de mobilité des touristes**, les professionnels de la filière tourisme de concert avec les opérateurs de transport et les pouvoirs publics rendront la place de Paris plus attractive et compétitive. Cela permettra aux acteurs :

- de se recentrer sur le client touriste et sur ses besoins, indépendamment des capacités immédiates des opérateurs et prestataires.
 - de faciliter l'accessibilité et l'élargissement de l'offre de transport à de nouveaux sites plus éloignés (Paris-Nord Villepinte, Axe Seine, Bassin parisien...).
 - de faire évoluer l'offre de services complémentaires aux transports à travers l'assemblage de nouvelles prestations appelant là aussi de nouveaux partenariats.
 - de dépasser un fonctionnement cloisonné entre professionnels pour évoluer vers des collaborations où chaque maillon de cette chaîne de mobilité sera essentiel pour améliorer l'efficacité de l'ensemble.
- Dans cette perspective, le présent rapport propose à l'ensemble des acteurs du tourisme (institutionnels, opérateurs, fédérations professionnelles) la **mise en place d'actions concrètes réalisables à court, moyen et long termes** pour renforcer la chaîne de mobilité touristique en Île-de-France et en fluidifier le fonctionnement. Ces actions relèvent de sept préconisations majeures articulées autour de trois grands axes :

1. Une nouvelle étape de la gouvernance touristique régionale au service de la mobilité.

- Préconisation 1 : Accentuation des coopérations entre acteurs du tourisme régional
- Préconisation 2 : Conception d'outils d'évaluation et de prise en compte des besoins des touristes

2. Le renforcement du potentiel régional de mobilité pour accroître l'attractivité touristique.

- Préconisation 3 : Accessibilité et desserte des sites touristiques et d'affaires
- Préconisation 4 : Développement de l'offre de mobilité complémentaire à l'offre de transports publics

3. La mise en place de services de mobilité innovants pour répondre aux besoins des touristes.

- Préconisation 5 : Dispositifs d'accueil spécifiques pour les touristes d'affaires
- Préconisation 6 : Intégration de tous les handicaps dans la gestion de la mobilité
- Préconisation 7 : Innovation des offres de services complémentaires à la mobilité

Ce rapport a été nourri des échanges étroits avec les fédérations professionnelles du tourisme, réunies autour de la CCIP, qui ont participé à l'identification des freins concernant la mobilité des touristes et à la formulation de propositions.

Des auditions de professionnels et de représentants des opérateurs de transports et des pouvoirs publics (Etat, Autorité organisatrice des transports en Île-de-France, Mairie de Paris...) ont été, en outre, réalisées (cf. liste des personnes auditionnées en fin de rapport).

L'objectif commun est d'alerter les pouvoirs publics de la nécessité d'anticiper les prévisions de forte croissance du tourisme mondial à horizon 2020 afin que Paris Île-de-France soit en mesure d'accueillir dans des conditions irréprochables les visiteurs de demain.

Un tourisme plus compétitif



© Région/A. Van der Stegen

<http://www.regionpaca.fr/economie-emploi/economie-touristique/un-tourisme-competitif.html>

Innover plus

Premier vecteur de compétitivité, facteur majeur pour se différencier : l'innovation !

En matière de tourisme, elle touche à la fois **les produits** (proposer un hébergement insolite par exemple), **les services** (mettre en place une conciergerie pour les clients d'un hôtel ou le portage de bagages pour les cyclotouristes itinérants) et **les processus** (en associant les clients à la création d'un produit).

Eco-tourisme, e-tourisme, nouveaux process de management ou de web marketing, veille sur les pratiques... **soutenir plus efficacement le développement des pratiques innovantes** est devenu incontournable et doit passer par :

- **l'accompagnement des entreprises** souhaitant mettre en place un projet innovant (fonds d'aide à l'ingénierie et à l'amorçage, "Activités Nouvelles - Nouvelles Compétences", Contrat CEDRE, appel à projets Innovation touristique en milieu rural, etc.) ;
- **la mise en réseau des acteurs** de la recherche, les universités, les centres de formation et les experts de la filière (réseau PROTIS et Réseau régional d'expertise et d'ingénierie touristique) ;
- **la récompense** des professionnels et porteurs de projets innovants via le Prix régional de l'innovation touristique.

Professionaliser la filière

Autre vecteur de compétitivité, la professionnalisation des acteurs, afin de répondre aux fortes évolutions des métiers du tourisme, aux besoins des entreprises qui ont du mal à trouver une main d'oeuvre qualifiée, aux spécificités de la saisonnalité et à la précarité des emplois.

La mise en oeuvre du programme **d'Intervention Régionale pour l'Investissement Social (IRIS)** dédié au **tourisme** vise à concrétiser cet objectif en :

- **structurant** la démarche de professionnalisation des acteurs à l'échelle régionale et **fédérer** les nombreuses initiatives prises par les institutions ;
- **sensibilisant et multipliant les actions de formation** pour développer des pratiques de gestion des ressources humaines dans les entreprises et les établissements touristiques ;
- **informant et valorisant** cette offre de formation ;
- participant activement à la **revalorisation des métiers** du tourisme.

Autres mesures mises en oeuvre pour 2012 - 2016 :

- **l'accompagnement des saisonniers** via un plan spécifique ;
- la réalisation d'**actions collectives** sur le management environnemental et la qualité, la gestion des emplois et des compétences, l'accessibilité, l'e-tourisme, la qualité de service, etc.

Mieux soutenir l'investissement stratégique

Afin d'accompagner le développement des entreprises du tourisme à travers des outils adaptés à leurs besoins de financement mais aussi soutenir plus spécifiquement certains secteurs comme le tourisme à vocation sociale.

Ces outils peuvent prendre la forme :

- de **subventions** : pour des investissements spécifiques visant l'obtention du label Tourisme et Handicap, l'amélioration de la gestion environnementale (pour les entreprises de l'hôtellerie traditionnelle, de plein-air, les villages et les centres de vacances, les gîtes de groupe), la rénovation du patrimoine ou une mise aux normes (pour les hébergements du tourisme social) ;
- d'**outils d'ingénierie financière** : pour faciliter l'accès au crédit bancaire des PME et TPE régionales et accentuer l'effet levier sur les fonds privés (fonds PACA Investissement, PACA Emergence, fonds régional de garantie et JEREMIE) ;
- d'aide au conseil ou à la conduite d'actions collectives de professionnalisation.

Mieux accompagner les professionnels

L'amélioration de la compétitivité passe également par une évolution des pratiques des différents organismes accompagnant les professionnels de la filière afin de mieux travailler ensemble.

Comment ?

- via l'élargissement et la structuration du **réseau régional d'expertise et d'ingénierie touristique** créé en 2007 ;
- le renforcement de la **concertation** des acteurs ;
- l'aide à la **création de postes** d'agents de développement touristique prévue dans le cadre du Contrat Régional pour l'Emploi et une Economie Responsable (CREER).

Les mesures d'accompagnement

- Aide à l'ingénierie et à l'amorçage de projets touristiques innovants
- Aide aux investissements spécifiques pour les hébergements touristiques à statut privé non associatif
- Aide aux investissements des hébergements du tourisme associatif à vocation sociale
- Agent de développement touristique
- Accompagnement à la professionnalisation

