



PRÉ-RAPPORT • CONSEIL DE PROMOTION DU TOURISME
**12 MESURES D'ICI 2020 EN FAVEUR DE L'HÔTELLERIE,
DE L'INVESTISSEMENT, DU TOURISME D'AFFAIRES ET DU SHOPPING**

Rapporteurs : Thierry Hesse (rapporteur général), Roland Héguy, Laurent Plantier, Serge Trigano

Coordination : Philippe Faure

Rédaction : Emilie Babut, Pascal Confavreux

Rien ne sert de vouloir attirer plus de touristes si on ne peut les loger et leur permettre de consommer aisément. L'hébergement est l'un des principaux déterminants dans le choix d'une destination touristique... et c'est l'un des principaux postes de dépenses (577,7 millions de nuitées par les touristes internationaux en France en 2013). Ce levier pourrait ainsi faire de la première destination mondiale en nombre de touristes la première en termes de revenus générés par cette activité¹ alors que la durée moyenne de séjour reste relativement courte, que le nombre de nuitées a chuté depuis avril 2012 et que 115 millions de personnes transitent chaque année par la France sans y passer une nuit.

L'offre d'hébergements ne répond que partiellement aux caractéristiques de la demande. Ce constat s'illustre aisément : usagers réguliers de l'hôtellerie nationale, les organisateurs du Tour de France peinent chaque année davantage à loger l'ensemble de la caravane et voient la qualité des hébergements diminuer au fil du temps. Les chiffres nous rappellent que les investissements n'ont cessé de fondre ces dernières années². L'investissement touristique global s'élevait à 12,5 Mds d'euros en 2013. Depuis dix ans, le nombre de chambres d'hôtels est resté stable quand il augmentait de 100 000 en Espagne. On estime à 40 000 le nombre de logements à rénover en régions pour simplement maintenir la capacité d'accueil actuelle³. Il faudrait prévoir entre 20 et 30 000 chambres supplémentaires en Ile-de-France à l'horizon 2025 selon la CCI, le taux de remplissage moyen annuel d'environ 80% dans la capitale reflétant une réelle sous-capacité d'accueil. Un certain nombre d'équipements réalisés au cours des Trente Glorieuses nécessitent enfin des rénovations lourdes (stations alpines et balnéaires notamment).

A cette situation, on peut trouver des causes multiples. Peu d'hôtels neufs sont construits ; les chaînes proposaient une offre souvent standardisée ; le coût de la mise aux normes est élevé pour les hôteliers indépendants ; la transmission peut être rétrograde ; conséquence, le marché, en dehors du haut de gamme et de Paris, attire peu les investisseurs étrangers. La clientèle française s'est contentée de l'offre existante. Mais ce ne sera peut-être pas durablement le cas des touristes étrangers. Cela explique le développement de l'hébergement chez l'habitant. 30 000 Parisiens louent leur appartement *via* un site comme Airbnb. Ces nouvelles tendances, dont il faut s'assurer qu'elles respectent une certaine équité par rapport à l'hôtellerie traditionnelle, répondent à une partie de la demande mais n'absorberont sûrement pas toute l'augmentation des flux. Cela impose de renforcer les investissements et de recourir à de nouvelles sources de financement. La gamme d'hébergement pourrait alors utilement être étendue à des offres innovantes, telles le Mama Shelter ou les *hostals* barcelonaises. Les leviers sont du ressort de l'État : fiscalité, financement, règles techniques⁴ qui permettent à ce jour certes une montée en gamme... au détriment d'une certaine profitabilité.

¹ La France est que la troisième destination mondiale en termes de revenus globaux, derrière les États-Unis et l'Espagne. Avec toutes les réserves d'usage sur ce type de mesure (mise sur le même plan de marché touristiques très différents, les Maldives, la France, la Chine...), la France se classe à la 47^{ème} place sur 50 grandes destinations en matière de dépense unitaire.

² Le très complet « tableau de bord des investissements touristiques » compilé par Atout France en dresse un portrait précis.

³ Estimations de la CCI Paris, rapport « rester le leader mondial du tourisme », p.48.

⁴ Les nouvelles normes de sécurité incendie imposent des dispositifs de nature diverse mais coûteuse (cloisonnement des escaliers, portes coupe-feu, trappes de désenfumage...). La mise en place de la nouvelle classification hôtelière complique également les choses. Le

Le tourisme d'affaires représente 10% de la fréquentation et 30% du revenu généré par le tourisme en France, avec des congressistes dont on estime qu'ils dépensent trois à quatre fois plus que les touristes nationaux. Les retombées s'élèvent à 7,4 milliards d'euros et jusqu'à 30 milliards si l'on inclut les retombées indirectes⁵. On compte 1100 foires et salons organisés chaque année sur notre sol, générant 120 000 emplois selon UNIMEV. La position française est enviable : Paris est la première place au monde devant Madrid, Vienne et Barcelone alors que la France se classe au quatrième rang derrière les Etats-Unis, l'Allemagne et l'Espagne et devant le Royaume-Uni au classement ICCA⁶. Mais les positions ne sont jamais définitivement acquises. Quelques pays parviennent à capter des salons en offrant des tarifs moins élevés grâce à des politiques publiques agressives (Espagne, Singapour⁷). L'offre d'hébergement francilienne est rapidement saturée lors des grands événements. C'est pourtant un critère déterminant, les organisateurs déposant lors des appels d'offres des produits packagés pour éviter de multiples négociations. Même si elle a bien-sûr contribué à ce que l'Île-de-France concentre près de 80% des congrès se tenant en France, la desserte aérienne est trop centrée sur Paris. Notre attractivité serait renforcée si les magasins étaient ouverts davantage le dimanche et en soirée pour des achats pré- ou post-congrès. Avec le dépôt en ce sens du projet de loi Macron au Parlement, auquel nous souscrivons, cette question n'est pas davantage abordée dans le rapport.

L'émergence de grandes nations mondiales (BRICS, Corée etc.) fait par ailleurs naître un phénomène structurel de « tourisme de shopping » dont le choix de la destination est influencée par l'offre locale en termes d'achats. Certaines destinations (Singapour, Dubaï) ont structuré cette offre combinant diverses activités au sein de *malls* gigantesques (*retailtainment*). A ce jour, Paris n'est qu'une destination parmi d'autres sur la carte internationale de ce type de tourisme. Ce segment est pourtant en forte croissance et nous disposons d'atouts considérables. Les marques détenues par des intérêts français représentent 60% des ventes *duty free* dans le monde. Les avenues parisiennes, certaines promenades balnéaires, quelques stations alpines sont mondialement célèbres. Nos grands magasins se sont largement adaptés (détaxe, vendeuses formées à la culture asiatique, ouvertures de représentations dans les pays « sources »). Les pouvoirs publics doivent prendre le relais. Des efforts ont été consentis, en particulier en matière de sécurité⁸, mais ils doivent être poursuivis. Les touristes rencontrent par exemple encore trop de difficultés au cours du processus d'achat, la détaxe restant contraignante.

renforcement des normes d'accessibilité aux personnes handicapées au 1^{er} janvier 2015 impose de prendre en compte tous les types de handicaps. Les travaux portent en priorité sur les aménagements nécessaires aux personnes en fauteuil roulant.

⁵ Source : Atout France

⁶ Classement 2013, qui fait référence en la matière, de *l'International Congress and Convention Association*. L'association a enregistré 11685 événements dans un marché en augmentation constante malgré la crise.

⁷ Le salon GSMA de Barcelone a été gagné par l'Espagne après un fort volontarisme des autorités locales. Singapour va jusqu'à financer directement les congressistes.

⁸ Le site de la préfecture de police est disponible en anglais et chinois. Depuis que la police a l'autorisation d'intervenir dans les lieux touristiques, les agressions au Louvre ont diminué de 80% et le nombre de touristes chinois victimes de vols avec violence à Paris a diminué de 27%.

12 MESURES POUR 2020

INVESTIR & SIMPLIFIER

Faute de dispositif convaincant pour rénover l'ancien, la construction touristique est devenue une solution privilégiée... guère satisfaisante vu le manque de foncier disponible dans les zones très touristiques (montagne, bords de mer, grandes villes). Un cercle vertueux peut progressivement se mettre en place : inciter les propriétaires à rénover, attirer des sources privées d'investissement, faire en sorte que la fiscalité favorise au lieu de bloquer et que la réglementation technique (sécurité, handicap) soit proportionnée, mettre à disposition sur Paris du foncier à un prix raisonnable pour permettre le développement d'une hôtellerie économique et de milieu de gamme⁹. Atout France élabore chaque année un tableau de bord précis des investissements touristiques et pourrait compiler une carte de France identifiant les zones les plus déficitaires en capacités hôtelières au regard des perspectives de croissance des flux touristiques afin d'aider à prioriser les décisions.

Proposition 1 : attirer l'épargne des particuliers vers un fonds d'investissement privé dédié au tourisme.

Une très faible part des flux issus de la collecte d'épargne se dirige vers l'hébergement touristique. Il manque probablement un véhicule adapté aux particularités du secteur – ce qui permettrait d'attirer les financements privés sans avoir à dépendre des capacités publiques de financements dont on connaît les contraintes présentes et à venir.

L'investissement des particuliers a, par le passé, contribué au développement de certaines catégories d'hébergements touristiques comme les résidences de tourisme, sous le régime juridique et fiscal du Loueur en Meublé Non Professionnel (LMNP). Le parc des résidences de tourisme, (760.000 lits, 25 % du parc d'hébergements commercial français en « dur » comme les appartements de stations de ski) a ainsi été financé à hauteur de 85 % par des particuliers. Mais ce mode de financement est limité par le montant minimum d'investissement (acheter un appartement entier), l'impossibilité de l'appliquer à d'autres catégories comme les hôtels, les clubs de vacances et la capacité trop limitée des propriétaires à assurer les rénovations nécessaires, surtout lorsqu'elles supposent une restructuration lourde (on vendait des studios de 20m² en moyenne dans les années 1970 quand les constructions actuelles prévoient des appartements de 55m²).

L'idée serait de favoriser la création d'un instrument de financement de l'immobilier de tourisme canalisant l'épargne des particuliers vers la rénovation de l'hôtellerie et des résidences de tourisme.

Un fonds pourrait intéresser le marché **à condition que les investisseurs bénéficient du régime de la LMNP**. De ce fait, l'investissement serait ouvert à un plus grand nombre d'épargnants (pas besoin d'acheter un appartement mais seulement d'investir dans le fonds), les risques

⁹ Car un foncier cher pousse à faire une hôtellerie plutôt haut de gamme alors que la majorité de la clientèle additionnelle sera plutôt attiré par les gammes inférieures.

d'investissement seraient mutualisés et une capacité large d'investissements privés, particulièrement utiles pour la rénovation, serait ainsi instaurée¹⁰.

Proposition 2 : simplifier les dispositifs fiscaux existants.

Dans un contexte concurrentiel mondial accru, le parc immobilier touristique français vieillit et ne répond plus aux attentes des clientèles. Il est estimé que la rénovation de 40 000 logements est nécessaire ne serait-ce que pour maintenir la capacité d'accueil globale. La réhabilitation des logements touristiques pourrait permettre d'atteindre cet objectif. Des dispositifs fiscaux incitatifs existent¹¹ mais leur complexité actuelle a rendu difficile leur généralisation. **Il est proposé de remettre au goût du jour le dispositif dit « ORIL » en matière d'impôt sur le revenu.** Il s'agit de simplifier la procédure d'éligibilité à l'avantage fiscal pour les propriétaires rénovant un hébergement touristique achevé depuis neuf ans et s'engageant à le louer sur une période définie¹². L'impact pourrait générer 160 millions d'euros de travaux et créer 6000 emplois dans le tourisme. Un « lit chaud » en effet (géré par un exploitant) rapporte en moyenne sur la zone concernée trois fois plus de retombées économiques qu'un « lit froid » (résidence secondaire non mis en location)¹³.

Par ailleurs, il s'agirait de favoriser la transmission. Aujourd'hui, les règles fiscales sont telles que les hôteliers ont intérêt à dévaloriser leur patrimoine avant de le céder à leurs héritiers. Malsaine, la logique économique pourrait être améliorée¹⁴. Il est proposé de mettre en place une exonération des frais de succession liés à la transmission d'un établissement hôtelier dans un cadre familial soit en cas d'engagement des héritiers à maintenir pendant une certaine durée l'activité et le personnel, soit en cas d'engagement à réaliser des investissements, notamment de mise aux normes, pour un montant en euros au moins égal auxdits frais, sous une période donnée (12 mois ?) à compter de la transmission.

Proposition 3 : réduire les contraintes réglementaires pesant sur les établissements.

Il est proposé de raisonner au sein d'une « place » ou zone touristique pour imposer un équipement suffisant au niveau d'un groupe d'hôtels plutôt qu'établissement par établissement. A cette fin, on pourrait s'inspirer du modèle développé pour l'emploi des personnes handicapées afin d'ouvrir des moyens distincts permettant de satisfaire à l'obligation d'accessibilité : mise aux normes ou versement d'une taxe. Le processus supposerait 1/ de définir les zones touristiques pour les parties prenantes, 2/ d'appréhender les besoins en hébergement accessibles au sein du périmètre et 3/ de raisonner sur ce zonage en engageant les professionnels vers une mise aux normes ou vers le paiement d'une taxe, afin d'assurer un

¹⁰ Note technique en annexe.

¹¹ Article 199 decies F du code général des impôts.

¹² La mesure s'applique aux logements faisant partie d'un village résidentiel, aux résidences de tourisme et aux meublés de tourisme.

¹³ Voir proposition d'amendement en ce sens en annexe.

¹⁴ En Allemagne, la transmission des actifs commerciaux est actuellement exonérée à 100% pour les entreprises de moins de 20 salariés du moment que les héritiers conservent l'entreprise pendant au moins 7 ans et maintiennent l'emploi et les salaires. Entré en vigueur le 1^{er} janvier 2009, la *Gesetz zur Reform des Erbschaftsteuer und Bewertungsrecht* crée une niche fiscale pour la transmission des PME de moins de 20 salariés. Elle est actuellement discutée devant la Cour de Karlsruhe, le gouvernement fédéral ayant jusqu'au printemps 2016 pour proposer des amendements.

certain nombre de chambres adaptées. Le produit de la taxe reversé à un organisme financerait les travaux de façon à atteindre les objectifs par zone.

Par ailleurs, le seuil en-dessous duquel aucune chambre adaptée n'est exigée pourrait être relevé afin d'éviter à des hôteliers indépendants de financer la mise aux normes, en passant de 10 à 15 (1651 établissements concernés, 21620 chambres) voire 20 (3300 établissements, 51402 chambres, au 15 janvier). Les exigences en termes de mise aux normes dépendent en effet de la taille de l'établissement, avec d'importants effets de seuils¹⁵. Les établissements recevant du public, dont les hôtels, doivent en effet être rendus accessibles aux handicapés le 1^{er} janvier 2018¹⁶.

MAINTENIR L'ÉQUITÉ, VALORISER LES PETITS ÉTABLISSEMENTS

Proposition 4 : assurer l'équité entre les différents types d'hébergements.

L'hébergement chez l'habitant est devenu une réalité incontournable. Sans grands événements capables d'attirer la clientèle, une chaîne comme Accor estime qu'il n'est financièrement pas viable de s'installer en dehors des zones d'affluence, le risque de faillite étant trop élevé. La mise sur le marché de chambres chez l'habitant, en remplacement ou ajustement, avec un faible investissement initial pour un revenu complémentaire, est une solution. Des abus sont bien-sûr constatés et doivent être corrigés¹⁷, certains hôtels se transformant en appartement pour éviter la taxation. Ceci s'explique par un calcul simple : à prestation semblable pour le client, une chambre à cent euros rapporte beaucoup plus au propriétaire particulier qu'au professionnel de l'hôtellerie¹⁸. L'inégalité s'étend également aux contraintes réglementaires (hygiène, sécurité, accessibilité, assurance), auxquelles ne sont pas soumis les non-professionnels.

Les mesures mises en œuvre par nos partenaires sont de nature diverse (taxe de séjour, TVA, licence, autorisation préalable, interdiction pour de courtes durées – cf. annexe 2) et se renforcent – les pouvoirs publics mettant nécessairement du temps à intégrer l'innovation technologique.

En France, depuis novembre 2014, les entreprises proposant des hébergements à la location sur internet sont tenues de prélever une taxe de séjour auprès de leurs clients¹⁹. Le montant de cette taxe, qui était de 40

¹⁵ Pour les hôtels dont la capacité est inférieure à 10 chambres et dont aucune chambre n'est située au rez-de-chaussée ou en étage desservi par ascenseur, aucune chambre adaptée n'est exigée ; si l'établissement ne compte pas plus de 20 chambres, une chambre adaptée est exigée ; si l'établissement n'en compte pas plus de 50, deux chambres adaptées sont exigées ; au-delà de 50 chambres, une chambre adaptée devra être prévue par tranche de 50 chambres supplémentaires. Les chambres adaptées doivent être réparties entre les différents niveaux desservis par un ascenseur.

¹⁶ Initialement fixée au 1er janvier 2015, la date butoir a été prolongée de trois ans (loi n°2014-789 habilitant le gouvernement à adopter des mesures législatives pour la mise en accessibilité des établissements recevant du public). L'arrêté du 8 décembre 2014 pris par la Secrétaire d'Etat chargée des personnes handicapées, Ségolène Neuville, a par ailleurs simplifié plusieurs obligations, relatives à l'obligation d'installer un ascenseur pour les hôtels de 1 à 3 étoiles.

¹⁷ Un rapport du procureur général de New York indiquait que 75% des chambres louées dans sa ville l'étaient illégalement.

¹⁸ Selon l'UMIH, pour une chambre à 100€, la marge brute se situe entre 45€ et 55€ et la marge nette entre 5€ et 10€. En l'état, le particulier louant son hébergement sur Airbnb touche plus de 90 euros en marge brute (seule la commission du site est prélevée).

¹⁹ Auparavant, les propriétaires étaient tenus de le faire sans que cela soit suivi d'effets... Désormais, les communes doivent se rapprocher du site pour fournir les informations fiscales.

centimes pour les établissements non classés, s'élèvera à 75 centimes. L'équité n'est toutefois pas encore assurée, notamment en ce qui concerne le paiement de la TVA, dont ne s'acquittent pas les particuliers proposant leur logement à la location. **Une régularisation s'impose avec la mise en place d'une soumission à la TVA dès le premier euro et non plus à partir de 82 200 € comme actuellement.** Les sites de mise en relation des particuliers pourraient être astreints à la collecter.

Ce mode de consommation chez l'habitant va se populariser en matière de restauration. Il est suggéré d'y appliquer les mêmes principes dès à présent.

Proposition 5 : valoriser les établissements garants du lien social.

On considère qu'un hôtel devient une « industrie » à compter d'une cinquantaine de chambres. En deçà, il relève davantage de l'artisanat. Dans les campagnes, dans les petites villes, ces établissements sont les garants du maintien d'un lien social. Au regard des évolutions de nos provinces, ils sont primordiaux pour introduire de l'humain là où les services publics et les commerces de proximité se retirent. Entre 1960 et aujourd'hui, le nombre de licences IV est passé de 200 000 à 30 000. 8000 chambres disparaissent chaque année selon l'UMIH. Il est bienvenu de proposer de nouveaux modèles économiques plaçant en leur cœur les bistrotts (cf. premier rapport d'étape du Conseil sur la gastronomie) et les petits établissements hôteliers. Par exemple, certains pourraient devenir des centres multi-services, ou « fait-tout », relais pour la poste, les journaux ou le pain. Les petits établissements créent de l'emploi et sont des lieux majeurs de socialisation alors que leur situation actuelle, faute de soutien durable, est précaire.

Il s'agit de valoriser et d'aider les petits établissements.

Un label fort pourrait être créé, l'« auberge française ».

Par ailleurs, les petits établissements hôteliers font face à une réglementation plus contraignante que des établissements de taille semblable classés en meublés touristiques ou en gîtes et chambres d'hôtes. **Il est ainsi proposé de créer une sixième catégorie d'hôtels pour des établissements inférieurs à 12 chambres²⁰ et dont les réglementations techniques (sécurité, hygiène, assurance, accessibilité) seraient adaptées** et correspondraient davantage aux degrés de contraintes auxquels font face les maisons d'hôtes ou les gîtes.

Il aurait pu être proposé, enfin, une augmentation des seuils des gîtes ou des maisons d'hôtes. La mesure, simple, favoriserait sans doute la mise sur le marché de nouvelles chambres²¹. Elle serait néanmoins en concurrence avec la précédente. Les rapporteurs considèrent que le soutien à l'hôtellerie doit être prioritaire car son impact en termes d'emploi est supérieur.

²⁰ Avec l'arrêté du 3 octobre 2013 modifiant l'article D 311-5 du code du tourisme, le classement des hôtels de tourisme est possible à tout hôtel quelle que soit sa capacité. Le nombre minimal de 6 chambres requis pour le classement a été supprimé.

²¹ S'agissant des chambres d'hôtes, la limitation est fixée à cinq chambres pour une capacité maximale de quinze personnes. Au-delà, la structure ne peut relever que de la réglementation relative aux hôtels ou de celle relative aux meublés de tourisme. Les gîtes, quant à eux, ne peuvent accueillir que 11 personnes. Augmenter la jauge (de 15 à 17 pour les maisons d'hôtes et de 11 à 13 ou 15 pour les gîtes) en permettant une chambre supplémentaire, inciterait l'investissement dans les 45 000 gîtes affiliés au réseau des gîtes de France.

TOURISME D'AFFAIRES : ADOPTER UNE STRATEGIE COORDONNEE

Proposition 6 : renforcer les actions publiques pour promouvoir l'attractivité de la France comme pays d'accueil des salons.

Ces actions de diplomatie économique se déclinent en trois volets :

- un volet « intelligence économique » visant à connaître les mécanismes de financement mis en œuvre à l'étranger au niveau national comme des collectivités (notamment en Allemagne) afin de pouvoir continuer à faire des propositions. Le rôle d'animation serait confié aux administrations centrales ;
- un volet « influence » à travers une action envers les Français qui font autorité dans leur communauté ou association internationale (hommes de sciences ou de lettres), travaillant dans des organisations internationales ou des entreprises étrangères et qui pourraient servir de relais ou de porteurs de projet pour organiser en France de grandes rencontres²². Il s'agirait de les recenser et de soutenir leurs initiatives, une part croissante des congrès ne faisant pas l'objet d'un appel d'offres formalisé²³ ;
- élargir la mission du Délégué interministériel aux grands événements sportifs (DIGES – actuellement hébergé au ministère de la ville, de la jeunesse et des sports) aux « grands événements ». Son rôle serait de coordonner les activités des administrations et établissements publics concourant à l'accueil sur notre sol des grands événements et d'améliorer l'attractivité de la destination France envers les organisateurs en mobilisant les autorités pour soutenir les projets nationaux candidats.

La question de la desserte aérienne se pose pour des destinations régionales, tant en termes d'ouvertures de lignes que de capacité des dessertes existantes, parfois vite saturées²⁴. Cette question a été abordée par le chantier marques et destinations, auquel nous renvoyons. A tout le moins, il devrait être examiné la possibilité de renforcer temporairement, le temps de l'événement, la capacité de la desserte aérienne et ferroviaire.

Une table ronde de haut-niveau sur le calendrier des grands événements internationaux mais aussi français, forme de rendez-vous annuel des grands acteurs du secteur, gagnerait à être organisée à chaque conférence des ambassadeurs du Quai d'Orsay.

Une clause de rendez-vous serait fixée avec les ministres concernés autour d'un comité de pilotage dédié à la mise en œuvre d'une telle stratégie.

Proposition 7 : faciliter la vie des congressistes.

Les espaces d'événementiels (parcs d'expositions, stades, centres de congrès) **ne sont pas toujours bien connectés**. Dans les années à venir, ce critère sera pourtant crucial pour remporter les appels d'offres. Comme recommandé par le chantier « numérique », il est nécessaire, là où c'est pertinent, de se rapprocher de la mission très haut débit, des autorités

²² L'organisation concrète pourrait consister à élaborer, via les ambassades et les Conseillers du commerce extérieur de la France (CCEF), une liste de diffusion des informations pertinentes.

²³ L'ICCA estime que 25 à 30% des événements ne font pas l'objet d'un appel d'offre mais d'une décision d'un organisme central (association, communauté scientifique...) sur des critères précis et en fonction des projets présentés par les personnes qui y sont les plus influentes.

²⁴ A ce titre, la décision du groupe Air France de passer d'une desserte par Air France à une desserte par Hop! a de réelles conséquences. Les avions de cette dernière compagnie sont plus petits et sont très vite saturés en cas d'organisation d'un événement important.

européennes (plan Juncker) et du commissariat général à l'investissement (CGI) pour s'assurer que le déploiement couvre bien les zones de congrès et salons. UNIMEV pourrait également déterminer les projets prioritaires dont la demande de financement serait soutenue. Une première liste pourrait être compilée d'ici le rendu du rapport final du Conseil.

Par ailleurs, à l'occasion des grands événements, il pourrait être proposé de mettre en place des **guichets spécifiques dans les aéroports à destination** des participants en particulier à l'arrivée mais aussi au départ (contrôle des passeports, bagages, portiques de sécurité) afin de leur réserver un accueil *premium* qui constituerait un avantage significatif. ADP a fait des propositions en ce sens avec une offre de « conciergerie » pour des groupes de la sortie de l'appareil jusqu'au départ de l'aéroport puis un « pack accueil » redéfini avec le comité régional de tourisme et les organisateurs de salons pour assurer un lien « sans couture » de la sortie de l'aéroport jusqu'à l'événement (mobilier de signalétique, guidage jusqu'à des emplacements dédiés pour des navettes).

Une page Internet centralisant les événements organisés sur le sol français mériterait d'être créée²⁵. Elle permettrait aux touristes présents en France à des dates données de voir de manière synthétique tous les événements qui s'y déroulent lors de leur passage. Cette page pourrait être hébergée sur le site d'Atout France avec une indexation permettant une recherche par thème, date et lieu. Elle serait financée par un tour de table organisé par le GIE et incluant la profession comme la presse spécialisée²⁶.

Enfin, l'existence d'un CityPass (tous transports, musées) dématérialisé, d'abord en Ile-de-France mais également dans les grandes villes françaises de congrès, est un instrument crucial d'attractivité. Le pré-rapport numérique a fait des propositions en ce sens auxquelles nous renvoyons.

Proposition 8 : renforcer la coopération entre les professionnels

Le dialogue renforcé entre les organisateurs des événements et les professionnels du tourisme ne pourrait qu'avoir des avantages en aidant les visiteurs à prolonger leur séjour. Les organisations sont pourtant encore trop cloisonnées. Pouvoir acheter, par exemple, son billet pour une rencontre sportive à l'occasion de la FIAC devrait être facilité.

Les synergies avec le secteur du commerce sont également de bon sens. On pourrait développer des points d'information franchisés renseignant les touristes sur le patrimoine et les commerces, à l'exemple de la ville de Lille qui a embauché des « *stewards* » mobiles, renseignant les touristes sur le patrimoine culturel comme sur la localisation de certains commerces.

Les organisateurs d'événements sont prêts à aller dans cette direction. Il conviendrait que les offices du tourisme comme les centres départementaux et régionaux de tourisme leur fournissent plus systématiquement les informations et services pertinents à proposer à leurs visiteurs.

²⁵ Dubaï a par exemple une page internet extrêmement bien fournie et détaillée.

²⁶ Le moniteur du commerce international (MOCI) fait une publication annuelle recensant les salons en France : « Foires et salons France-monde 2015 » recensant 3700 rendez-vous d'affaires dans le monde et 277 événements en France. Il est centré sur le commerce extérieur.

NOUS POSITIONNER SUR LA CARTE MONDIALE DU SHOPPING

Si la réforme du travail le dimanche et en soirée était adoptée, elle constituerait une amélioration majeure de notre attractivité sur la scène mondiale du tourisme de shopping et une opportunité de communication supplémentaire. D'autres mesures pratiques gagneraient à être parallèlement engagées.

Proposition 9 : faciliter les procédures de délivrance de visas.

Les efforts du MAEDI pour faciliter l'obtention des visas, notamment envers les Russes et les Chinois, ont été salués. Les professionnels sont toutefois inquiets de la généralisation des visas biométriques en 2015. Des lignes aériennes ouvertes ou en projet relierait Paris à des villes secondaires (Chine, Inde..) dépourvues de centres de visa où faire enregistrer ses empreintes. Or, quatre des dix nationalités les plus dépensières lors de leur visite en France doivent requérir un visa pour pénétrer dans l'espace Schengen (Chine, Russie, Thaïlande et Hong Kong). Il serait pertinent de ne pas les décourager au moment où se pose la question de leur choix de destination tout comme il serait bienvenu d'étendre les mesures de délivrance rapide des visas, adoptées pour la Chine et la Russie, à d'autres nationalités pour lesquelles cette mesure serait pertinente.

Proposition 10 : simplifier la détaxe.

Plus de 4 millions de bordereaux de détaxe ont été enregistrés en 2014, contre 2,6 millions en 2010. La croissance est donc soutenue. Toutefois, on entend souvent les touristes se plaindre des longues files d'attente à l'aéroport et des procédures qui nécessitent de passer d'abord aux douanes puis chez l'opérateur privé de remboursement de détaxe. Aujourd'hui, les Galeries Lafayette estiment que 15% de leurs clients ne poinçonnent pas leurs bordereaux de détaxe faute de temps.

D'autres systèmes sont possibles. A Londres, une licence a été attribuée à l'opérateur de remboursement Travelex afin qu'il traite la totalité des opérations de détaxe. Les services de douane continuent de tamponner les bordereaux mais *a posteriori* et non devant le client. Par ailleurs, de nombreux pays offrent la possibilité de se faire rembourser en liquide, ce qui favorise de nouveaux achats immédiats dans les commerces locaux. Si la possibilité est ouverte en France, elle reste une pratique peu courante.

Concrètement, il serait souhaitable de déployer plus largement le système de visa dématérialisé des bordereaux *via* les bornes PABLO déployées par les douanes²⁷. On ne verrait que des avantages à généraliser le remboursement de la détaxe en liquide pour les touristes en faisant la

²⁷ Ce visa électronique est opéré par les voyageurs eux-mêmes, au moment de leur départ effectif du territoire douanier de l'UE. Dans le cadre de la 1ère édition des Palmes du tourisme numérique, un prix a été décerné à ce système, doublé d'une nomination aux trophées de l'innovation. Il s'agit donc bien plutôt davantage d'un déploiement limité du système que de la procédure elle-même.

demande²⁸. Il pourrait être pertinent de réfléchir à instaurer un système équivalent à celui qui existe à Londres afin d'éviter de faire deux queues²⁹. Enfin, au-delà des études, les données disponibles sont celles de *Global Blue*, leader de la détaxe. Elles indiquent quelques grandes tendances sur les dépenses unitaires mais reposent sur des déclarations et n'intègrent pas toutes les dépenses (celles de l'aéroport sont exclues). Une veille régulière (logée à Atout France ou au sein des administrations) s'avérerait utile.

Proposition 11 : poursuivre l'amélioration de la sécurité des touristes.

D'importants progrès ont été enregistrés suite au plan annoncé au printemps 2013 et renforcé en 2014 par la préfecture de police pour la sécurité des touristes à Paris³⁰. Ces-derniers reçoivent depuis le début de l'année 2015 un SMS d'accueil leur donnant un lien vers les informations utiles pendant leur séjour. Nous gagnerions probablement à communiquer davantage sur les résultats de ces actions, afin de ne plus rester sur la défensive vis-à-vis de l'important retentissement médiatique de chaque événement.

Quelques mesures complémentaires ont été mises en avant au cours des auditions comme la sécurisation systématique des principaux lieux touristiques tels les centres de congrès et parcs d'exposition en plus de la tour Eiffel, des abords des centres culturels ou des grands magasins. Il est proposé de faciliter l'accès à ces-derniers pour les cars de touristes, en particulier asiatique, et de publier des brochures en mandarin rappelant les règles élémentaires de sécurité. L'affichage en évidence dans les taxis d'un numéro d'urgence de la préfecture de police serait souhaitable. La préfecture pourrait sensibiliser les hôteliers de la petite couronne à informer en amont les services de police de la venue de groupes asiatiques dans leur établissement. Enfin, Paris pourrait s'engager vers une certification du type « *Welcome Chinese* » mise en place par le ministère chinois du tourisme. Quelques établissements se sont déjà engagés dans cette voie³¹ mais aucune agglomération n'a encore été certifiée globalement dans le monde.

Proposition 12 : adopter une politique de promotion de la France comme pays de shopping.

Un bon exemple consiste à faire la promotion à l'étranger d'événements emblématiques pour inciter les touristes à venir y participer. L'opération « Strasbourg, capitale de Noël » a par exemple été exportée à Tokyo en 2009 et 2010 puis à Moscou en 2012. Les autorités de la ville considèrent qu'une telle promotion a conduit à une augmentation des flux touristiques (+

²⁸ Cette possibilité est conditionnée par l'existence/ouverture d'un guichet d'un opérateur autorisé.

²⁹ En l'espèce, le système Pablo permet d'obtenir le visa douanier de manière immédiate et dématérialisée. Dès l'obtention de celui-ci, le visiteur peut être remboursé auprès d'un guichet de change avant le départ si le terminal en est doté ou par virement bancaire selon le choix effectué chez le commerçant au départ. Il y a donc bien encore deux files d'attente.

³⁰ Ce plan d'action spécifique contient une série de 26 mesures axées sur l'occupation du terrain, la prévention, la communication, le partenariat. Les patrouilles de police sur les secteurs touristiques ont été multipliées par trois. Une brigade spécialisée de terrain (BST) de 24 fonctionnaires a été créée en juin 2014 sur les Champs-Élysées. Sur les neuf premiers mois de 2014, les vols avec violence au préjudice de touristes étrangers ont diminué de 8%.

³¹ Aéroports de Paris s'est lancé une démarche de certification « *Welcome Chinese* » avec un organisme agréé par le ministère du tourisme chinois. Leurs boutiques ont été certifiées cet été et le processus de certification de Roissy est en cours de finalisation, ce qui fera de l'aéroport le premier grand hub mondial certifié.

58% de Japonais et + 36% de Russes à Strasbourg dans les années suivantes). En dehors des grandes villes, il pourrait être possible de coupler l'ouverture des magasins le dimanche avec des événements « exceptionnels » comme les Francfolies de la Rochelle ou le festival « Violons sur le sable » de Royan. La communication pourrait se centrer sur l'existence de centres villes faits de commerces indépendants variés et de qualité, sources de dépaysement.

ANNEXE 1 : LISTE DES PERSONNES AUDITIONNEES

Auditions	Personnalités invitées
Audition n°1 Hôtellerie et investissements	<ul style="list-style-type: none"> -Christophe Alaux, Directeur Général d'Accor -Laurent Duc, Président d'UMIH Hôtellerie -Didier Le Calvez Président du Bristol Paris, Président de l'UMIH prestige -Frédéric Pierret, Alliance 46,2 Gérard Bremond, Président de Pierre et Vacances -Philippe Verger, Directeur de l'office du tourisme de Toulouse -Jean-Marc Galabert, Gérant de l'A-7 management -Olivier Goy Vice-Président de 123 Venture -Norbert Crozier, Chef de Projet du Louvre- Lens
Audition n°2 Tourisme d'affaires	<ul style="list-style-type: none"> -Audrey Epeche, chef de cabinet, représentant M. Jean-François Martins, adjoint à la maire de Paris en charge du tourisme. -Philippe Fournier, Président Directeur Général de Corporate et Associations de MCI -Jean Yves Durance, Président conseil d'admin de Viparis -Pierre Louis Roucaries, Président de Provence Côte d'Azur Events -Anne-Claire Reix, Présidente de l'office de tourisme de Cannes (SEMEC) -Francois Gailliard, Président de Lafayette Travel Philippe Choukroun, Président de l'Agence d'Attractivite de l'Alsace (AAA) -Valérie Ducaud, Directrice Bureau des Congrès Convention Bureau Lyon -François Gailliard, Directeur Général de Lyon Tourisme et Congrès -Jean Michel Daclin, Président de Lyon Tourisme et Congrès -Michel Filzi, Président de Reed Expo -Olivier Lepine, Directeur Général de Biarritz Tourisme -Elisabeth Le Masson, Délégué tourisme pour ADP
Audition n°3 Shopping	<ul style="list-style-type: none"> -Claude Boulle, président exécutif, Union du Grand Commerce de Centre-ville -Mathieu Daubert, directeur des commerces, ADP -Patrice Geny, directeur de l'Office du tourisme de Strasbourg et Jean-Jacques Gsell, adjoint au maire et président de l'Office de tourisme de Strasbourg -Danièle Gerbi, co-fondatrice de Gérard Darel -Gaël Gibelot, directeur Asie chez Velours international -Bruno Goval, directeur de l'Office du tourisme et des congrès de Lille -Alexandre Liot, directeur du BHV -Didier Quentin, député-maire de Royan -Maxime Tissot, directeur général de l'Office du tourisme et des congrès de Marseille -Agnès Vigneron, directrice des Galeries Lafayette Paris-Haussmann
Audition n°4 Sécurité	<ul style="list-style-type: none"> - Bernard Boucaut, préfet de police.

ANNEXE 2 – Quelques comparaisons des encadrements réglementaires d'Airbnb dans le monde.

Pays Bas. A Amsterdam, la loi permet de louer sa maison à quatre personnes à la fois jusqu'à deux mois à condition de payer des impôts et des taxes de séjour.

Espagne. A Madrid la location touristique pour une durée inférieure à cinq jours est désormais interdite. A Barcelone, les propriétaires qui souhaitent louer des appartements moins de trois mois doivent solliciter une licence.

Etats-Unis. A New York, une loi interdirait depuis 2011 de louer son logement pour moins de 29 jours. Par ailleurs, Airbnb aurait dû remettre à la justice la liste de tous les hôtes ayant loué leur appartement depuis 2010, ce qui aurait conduit à ce que 2.000 annonces soient retirées du site. D'autres villes comme Austin ou Chicago imposent des taxes pour les propriétaires utilisant Airbnb (285 dollars par an et 500 dollars pour deux ans). A San Francisco, les propriétaires souhaitant proposer un logement entier à la location via Airbnb doivent se faire inscrire au registre municipal, moyennant la somme de 50 dollars. Ils doivent habiter eux-mêmes le logement au moins 275 jours dans l'année, ce qui réduit de fait la location à 90 jours maximum par année. Ils devront également se doter d'une assurance qui couvre au moins 500.000 dollars de dommages et s'acquitter de la taxe d'occupation de 14%, au même titre que les hôtels. Cette taxe est collectée par Airbnb.

Royaume-Uni. A Londres, 5 des 32 quartiers ont choisi d'imposer une autorisation : aucune location meublée d'une durée de moins de 90 jours n'est possible sans autorisation.