



LE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME



POIDS ÉCONOMIQUE ET SOCIAL DU TOURISME

➔ EN FRANCE

La France représente la **première destination mondiale pour le tourisme**, avec **83,8 millions de touristes** accueillis en 2014, avant les Etats-Unis (74,8 millions de touristes) et l'Espagne (65 millions). Les **940 milliards d'euros de recette générées** par ce secteur dans le monde placent la France au 3^{ème} rang mondial (43,2 Mds €), après l'Espagne (49,1 Mds €) et les Etats-Unis (133,4 Mds €)

Mémento du tourisme 2015 – analyse 2014

Le **chiffre d'affaires** des différentes **branches caractéristiques de l'activité touristique** marchands atteint **141,4 Mds €** en 2014. L'hébergement représentant (25,2 Mds €), la restauration (19,6 Mds €), les aliments et boissons (11,7 Mds €) le reste se répartissant les activités des agences de voyage et voyagistes (7,4 Mds €), les péages et carburants (16,7 Mds €), les activités culturelles (8,7 Mds €).

Le tourisme pèse pour **7,4 % du PIB en 2014**. Il représente la première activité économique de la France, bien avant l'industrie agroalimentaire, l'énergie et l'automobile. Le tourisme emploie directement en France un million de personnes et fait travailler tous les autres secteurs de l'économie

Cette situation devrait évoluer dans les prochaines années, du fait du changement de comportement des consommateurs : développement des courts séjours, augmentation des réservations par internet, exigences accrues de la clientèle pour des prestations de qualité et prise en compte des aspects environnementaux par les professionnels du tourisme. Cela implique de la part des professionnels, une prise de conscience de ces évolutions et un effort important d'adaptation de leurs produits ainsi qu'une mise aux normes des équipements touristiques, particulièrement en matière d'hébergement. Des efforts d'adaptation devront également être entrepris en matière de formation des personnels du secteur touristique, notamment concernant l'accueil des clientèles étrangères.

➔ DANS LE GRAND EST

En région Grand Est, le tourisme représente une part importante dans l'activité économique, au même titre que l'industrie automobile ou agricole et alimentaire. En France, on totalise 223 537 entreprises du secteur (**Café-Hôtels-Restaurants**) dont **17 000 entreprises** en Région Grand Est.

Ce secteur emploie **82 000 salariés**, dont 59 600 emplois liés à la présence de touristes sur le territoire. L'emploi touristique salarié représente **4,1% de l'emploi salarié régional** total (sources INSEE).

○ **Les établissements touristiques dans le grand Est : hébergements, restaurants, débits de boissons**

Types d'établissements	Nombre d'établissements	Nombre d'emplois
Hébergements (hôtels, résidences, campings)	1 842	21 513
Restaurants	11 733	51 914
Débits de boissons	2 486	
TOTAL	16 061	73 427

○ **Les hébergements**

Les hébergements totalisent une capacité d'accueil de **205 000 lits** dont **44% pour l'hôtellerie**.

Catégories d'hébergement	Nombre d'établissements
Hôtels	1 429
Hôtellerie de plein air	356
Résidences de Tourisme	41
Villages de vacances	11
Parc Résidentiels de loisirs	5

Les **1 429 hôtels** offrent une capacité d'accueil globale de **45 000 chambres** représentant **15,4 millions de nuitées** en 2015. La clientèle des hôtels de tourisme est à 70% une clientèle française, alors que celle de l'hôtellerie de plein air est à 58 % une clientèle internationale. Les touristes étrangers sont en majorité belges, allemands et néerlandais.

Catégorie d'hôtels	Nombre de chambres	%
Non classé	7 038	16%
1*	2 594	6%
2*	11 673	26%
3*	17 276	38%
4*	5 887	13%
5*	529	1%
TOTAL	44 997	100%

Les 356 campings totalisant 32 000 emplacements ont accueilli 2,5 millions de nuitées en 2015.

Catégorie de campings	Nombre d'emplacements	%
Non classé	8 108	25%
1*	1 808	6%
2*	9 032	28%
3*	9 659	30%
4*	2 757	9%
5*	621	2%
TOTAL	31 985	100%

○ La restauration

Le secteur de la restauration représente **11 700 établissements**, **49 établissements étoilés « Michelin »**, soit **8% du poids national**.

○ Les principaux sites touristiques

Structures	Département	Nombre de visiteurs en 2014
Centre des marques à Troyes	Aube	5 000 000
Marché de Noël - Strasbourg	Bas-Rhin	2 000 000
Cathédrale de Reims	Marne	1 500 000
Lac du Der	Marne	1 100 000
Foire Internationale de Metz	Moselle	1 000 000
Batorama (visites en bateau de Strasbourg)	Bas-Rhin	735 000
Zoo d'Amnéville	Moselle	695 000
Cathédrale Saint Etienne - Metz	Moselle	650 000
Nigloland	Aube	560 000
Château du Haut Koenigsbourg	Bas-Rhin	524 000
Lorraine Mondial Air Ballons	Meurthe-et-Moselle	400 000
Thermapolis à Amnéville	Moselle	369 000
Walygator Parc	Moselle	385 000
Parc zoologique et botanique de Mulhouse	Haut-Rhin	381 000
Parc de Champagne - Reims	Marne	353 000
Centre Pompidou-Metz	Moselle	321 000
Ossuaire de Douaumont	Meuse	314 000
Montagne des Singes	Bas-Rhin	314 000
Parc Animalier de Sainte-Croix	Moselle	310 000
Lacs de Pierre-Percée	Meurthe-et-Moselle / Vosges	262 000
Fraispertuis-City	Vosges	260 000

Les points d'attrait de la région, reconnus et identifiés à l'extérieur, sont la montagne, les lacs, le thermalisme, la culture et les sites de mémoire militaire. De nombreux sites touristiques viennent les compléter : les édifices religieux (notamment les Cathédrales de Reims, Strasbourg et Metz), les Parcs de loisirs (Nigloland et Walygator, Didiland), le Centre Pompidou, le site d'Amnéville, les Musées (Ecole de Nancy, des Beaux-Arts à Nancy, l'Imagerie d'Epinal, le musée de l'automobile à Mulhouse, Laliue à Wingen...), les châteaux (Haut Koenigsbourg, Lunéville ...), les jardins (parc Champagne à Reims et parc zoologique et botanique de Mulhouse ...). Les festivals et événements culturels, et la gastronomie (route du Champagne, route des Vins) attirent une clientèle française et internationale.

Hormis la clientèle touristique de loisirs, la région Grand Est développe également un tourisme d'affaire et de congrès.



LE PAYSAGE INSTITUTIONNEL acteurs et structures d'appui de la filière

L'organisation de l'activité touristique en France est définie par la loi n° 92-1431 du 23 décembre 1992, portant répartition des compétences dans le domaine du tourisme. L'Etat, les Régions, les départements et les communes sont compétents dans le domaine du tourisme et exercent ces compétences en coopération et de façon coordonnée.

L'Etat définit et met en œuvre la politique nationale du tourisme, par le biais de l'agence de développement touristique de la France, ATOUT France. Cet unique opérateur de l'Etat dans le secteur du tourisme poursuit un triple objectif de promotion touristique de la France, de réalisation d'opérations d'ingénierie touristique et de mise en œuvre d'une politique de compétitivité et de qualité des entreprises du secteur.

En Région, l'Etat est représenté par la DIRECCTE, à travers son unité économique de proximité.

Le Conseil Régional définit les objectifs à moyen terme du développement touristique régional. Un Schéma de développement de l'économie touristique sera adopté élaboré.

Le Comité Régional du Tourisme représente le bras armé de la région en matière d'action touristique. Il assure la promotion de la région en France et à l'international, la communication, ainsi que l'observation du tourisme. Il n'existe pas pour l'instant de CRT Grand Est. Les trois CRT des anciennes régions sont coordonnés au niveau du Conseil Régional. Particularité pour le CRT de l'ex région Alsace, ce dernier a été dissout au profit de la création d'un Agence d'Attractivité.

Les Conseil Départementaux et les CDT/ADT (Comités Départementaux du Tourisme/ Agences de Développement Touristique) préparent et mettent en œuvre la politique touristique des départements, à travers des schémas départementaux du tourisme, en relation avec le schéma régional. En Alsace, les deux ADT 67 et 68 ont fusionnées en juillet 2016 pour former l'Agence Destination Tourisme.

Les Offices de tourisme sont mis en place par les municipalités pour accueillir et informer les touristes et assurer la promotion touristique de la ville. Il y a 193 Offices de tourisme et Syndicats d'initiative dans le Grand Est. Ils adhèrent à la Fédération Nationale des Offices du Tourisme de France.

Les CCI sont des partenaires incontournables de l'activité touristique. Elles défendent les intérêts des professionnels du secteur auprès des pouvoirs publics, participent à la définition des politiques publiques en matière de tourisme et accompagnent les professionnels à leur mise en œuvre. Elles ne font en général ni accueil ni promotion touristique.

Les CCI accompagnent les entreprises du secteur à la mise en place d'actions d'amélioration de leur performance et de la qualité de leur prestation (normes, réglementation, chartes qualité...). La plupart des actions sont dirigées vers le secteur de l'hébergement et de la restauration, du fait de la prépondérance des entreprises de ces secteurs.



LE CADRE POLITIQUE RÉGIONAL

Le Conseil Régional est en cours d'élaboration d'un Schéma Régional de Développement Economique, d'Innovation et d'Internationalisation intégrant un volet tourisme. Les acteurs locaux du tourisme, dont les CCI, sont consultés et associés à l'écriture de ce document. Le Tourisme constitue une filière prioritaire de l'action du Conseil Régional.



ANALYSE DES GRANDS ENJEUX ET DES BESOINS

Les CCI participent à la définition et la mise en place des politiques publiques, elles accompagnent les entreprises dans leurs processus de professionnalisation, dans les actions de structuration des filières, elles ont un rôle actif dans l'animation et l'attractivité des territoires.

Dans le contexte actuel de réforme, accompagnée de baisses de ressources fiscales et de prélèvements répétés sur les fonds de réserve, les CCI réfléchissent à une organisation communes, des services Appui aux Entreprises touristiques afin d'harmoniser les pratiques sur le territoire du Grand Est.

5 enjeux ont été identifiés :

- la **modernisation des hébergements**,
- la **promotion des labels**,
- la **professionnalisation des acteurs**,
- la **structuration de la filière par les réseaux** professionnels et institutionnels,
- les **mutations du secteur**.

Pour répondre à ces enjeux, un **socle de prestations communes** est proposé aux entreprises. Il repose sur **3 niveaux d'actions : sensibilisation, professionnalisation, expertise** dans 7 **thématiques** :

- Réglementation / actualités,
- Création / reprise / transmission,
- Gestion / commercialisation,
- Qualité,
- Numérique,
- Innovation,
- Clubs / Réseaux

➔ VOIR ANNEXE 3 page 36 : **les actions « Tourisme » des CCI du Grand Est**



PARTENARIATS À ENGAGER

L'économie touristique participe activement à l'attractivité du territoire et s'inscrit dans une dynamique volontariste en faveur de la compétitivité de la région. Afin de répondre à une meilleure lisibilité de la politique en faveur du tourisme, les CCI du Grand Est souhaitent s'engager aux côtés du Conseil Régional pour renforcer l'attractivité touristique du Grand Est. Pour cela, elles proposent un **partenariat avec le Conseil Régional sur 4 actions** :

Aides à la modernisation des structures d'hébergements

L'attractivité d'une région repose aussi sur la qualité de ces hébergements et des services qu'elles proposent. Cependant certains établissements indépendants de la région Grand Est rencontrent des difficultés, résultant souvent du vieillissement de leur offre. Elles touchent à la fois des petits établissements situés en milieu rural mais aussi dans les grandes villes.

Des travaux de modernisation sont souvent insuffisants en volume et les programmes de rénovation peu ambitieux du fait notamment des coûts engendrés, difficilement supportable pour des TPE. La problématique d'octroi des crédits bancaires contribue également à cette situation. Il est essentiel de maintenir les dispositifs d'aides aux professionnels de l'hôtellerie et de l'hôtellerie de plein air, qui représentent 85% du parc d'hébergement de la région.

Les CCI du Grand Est, qui disposent d'une expertise sur ce secteur d'activité, souhaitent accompagner les porteurs de projets demandeurs d'une aide régionale, en réalisant des diagnostics (états des lieux et pertinence de l'investissement) et en apportant leur concours dans le montage des dossiers.

Promotion des labels

Afin de qualifier l'offre touristique, les CCI incitent les professionnels à intégrer des démarches de labellisation reconnues aux niveaux national et international. Chaque année, elles les informent et accompagnent à travers des réunions de sensibilisation et la réalisation de pré-diagnostic. Sont notamment concernés : Qualité Tourisme, Maître Restaurateur, Ecolabel, Clé Verte, Camping Qualité et les marques locales connues.

Les CCI du Grand Est souhaitent que le Conseil Régional, à travers ses différents outils de promotion, puisse mettre en avant les établissements labellisés.

Professionnalisation des acteurs à travers une offre de services spécialisés

Les CCI du Grand Est proposent un socle commun de services spécialisés dans le tourisme :

- une boîte à outil dédiée comprenant des rencontres professionnelles, l'accompagnement individuel des entreprises et des formations sous la marque High Hospitality Académie,
- des outils de diagnostic liés notamment à la réglementation et à l'accompagnement à l'obtention de labels qualité,
- des formations spécifiques.

Les domaines d'intervention sont la qualité de l'accueil, la connaissance des clientèles, la gestion, la commercialisation & le positionnement commercial des professionnels du tourisme, le numérique.

➔ VOIR ANNEXE 4 page 37 : **les actions de professionnalisation des acteurs du tourisme**

Structuration de la filière par les réseaux professionnels et institutionnels

Les CCI du Grand Est soutiennent un certain nombre de réseaux d'entreprises dans le secteur du tourisme. Cela contribue à renforcer les échanges entre professionnels, les coopérations inter-entreprises et à développer le tourisme sur les territoires.

A travers ces réseaux, les CCI entendent favoriser les partenariats, accompagner les stratégies touristiques et les démarches de marketing territorial initiées par les acteurs institutionnels touristiques (OT, ADT/CDT, CRT, Agences).

Cela permet de rendre plus efficace les actions de promotion sur le territoire, de partager les informations et d'améliorer la lisibilité de l'offre touristique dans le Grand Est.

Les mutations du tourisme

En une quinzaine d'années, le numérique s'est progressivement imposé comme le mode privilégié d'information des touristes avant leur départ en voyage, de réservation de leur séjour et de retour d'expérience. Cette révolution de l'information numérique, au service du client, a concerné tous les prestataires de la chaîne touristique, qu'ils soient marchands ou institutionnels.

Depuis quelques années, une seconde révolution, le m-tourisme, a ouvert le champ à des technologies de l'information utilisables non plus seulement sur des ordinateurs, mais sur de nombreux terminaux mobiles, venant ainsi compléter le chaînon manquant du processus : l'information pendant le voyage (le e-tourisme permettant déjà les transactions, et l'information avant et après le voyage).

Aujourd'hui, le secteur du tourisme n'a pas d'autre choix que de répondre aux nouveaux comportements et usages des clientèles.

Ce défi numérique doit apporter des solutions concrètes sur les usages (réseaux sociaux – information temps réel - mobilité... – commercialisation – yield management – gestion des avis clients) - les services (sites mobiles - applications - géolocalisation - réalité augmentée...) et les infrastructures (accessibilité, WIFI...).

Le Schéma Numérique pour le Tourisme engagé par le Conseil Régional devra permettre de fixer une feuille de route concertée en matière de tourisme et technologies de l'information.

Il doit :

- concourir au développement économique du Grand Est,
- privilégier internet dans les actions de promotion vers le grand public,
- anticiper les mutations technologiques,
- renforcer le travail en réseau,
- mettre le web marketing et la plateforme d'accueil au cœur du dispositif promotionnel régional.

Le Grand Est malgré ses atouts touristiques et son dynamisme en matière d'innovation, est sous-représenté dans le domaine de l'innovation digitale touristique.

S'il existe de nombreuses structures de création ou d'accompagnement d'entreprises innovantes, et ceci dans toutes les régions françaises (incubateur, accélérateur, pépinières, pôle de compétitivité, cluster, ...), il existe peu de structures d'accompagnement fortement spécialisées dans le tourisme.