

Le tourisme, une chance pour la France !

Déclaration des acteurs du tourisme français – Mandelieu la Napoule, le 13 juin 2024

A l'approche de la saison estivale et de grands événements internationaux qui continueront de ponctuer l'agenda exceptionnel du tourisme français en 2024, nous, acteurs représentant les territoires et l'industrie du tourisme et du voyage, souhaitons souligner ses **bienfaits économiques, sociaux et culturels** pour notre pays et nos concitoyens et accroître notre mobilisation pour la préservation du **modèle universaliste du tourisme français** face aux critiques injustifiées et aux remises en cause caricaturales dont il est victime de manière récurrente depuis quelques années¹.

Nous entendons **préserver et valoriser, dans l'intérêt du pays et des Français, un secteur** qui :

- contribue à notre **richesse économique** ainsi qu'au **rayonnement de la France** et offre des opportunités d'**emploi**, d'intégration sociale et de carrières professionnelles réelles et rapides,
- a engagé sa **pleine transformation** vers un **tourisme mieux régulé, plus qualitatif et plus responsable**, afin de faire de la France la première destination durable en 2030,
- constitue un **levier de développement et de dynamisme** pour tous nos territoires,
- favorise, par les valeurs de **partage**, de **lien social**, de **tolérance**, d'**inclusivité** et de **paix** qu'il porte en lui, la **cohésion** de notre société et le **bien-être** de nos concitoyens.

Le tourisme : une industrie vitale pour notre économie et l'emploi en France

Le tourisme est **un pilier majeur de notre développement économique**. En 2023, il a généré un solde positif de **18,1 milliards d'euros** dans la balance des paiements, soit 60% de l'excédent produit par l'ensemble des services de l'économie française.

C'est une véritable industrie qui représente **8% du PIB** et fait travailler **2 millions de personnes**, dont la moitié dans le secteur des hôtels et restaurants, ce qui le positionne comme **un des premiers employeurs de France** pour des emplois non délocalisables. Le secteur du tourisme est également le premier collecteur de taxes en faveur des collectivités locales.

Pour un grand nombre de territoires, le tourisme constitue même parfois la principale activité pourvoyeuse d'emplois et le socle de développement de toutes les autres politiques locales.

C'est par ailleurs, **un secteur résilient** : à l'issue de la crise sanitaire, le tourisme est apparu comme une activité-clef pour la relance et la santé de notre économie. En 2022, il a notamment permis de **limiter le déficit commercial de la France** grâce à l'accueil de nombreux touristes étrangers et au maintien d'un tourisme domestique important.

¹ Le Monde, « *Le tourisme ne crée pas de valeur : c'est une rente assise sur un legs de l'histoire que les siècles ont tamisée* », 15 février 2024 ; Tourmag, « *Polémique : le tourisme crée-t-il (vraiment) de la valeur ?* », 28 février 2024 ; Les Echos, « *Le tourisme en France ne sert-il vraiment à rien ?* », 15 mars 2024.

Par-delà les recettes internationales importantes qu'il apporte chaque année à notre pays (**63,5 milliards d'euros en 2023**), le tourisme, en incarnant aussi l'art de vivre à la Française, contribue fortement au **rayonnement et à l'attractivité globale de la France**.

Le tourisme donne accès à **une grande variété d'entreprises** et à **une pluralité de métiers à tous les niveaux de qualification**. Il offre la possibilité de se former sur le terrain et de monter en compétences et en carrière rapidement.

Il est essentiel de **valoriser les opportunités réelles du secteur à l'heure où la pénurie de main-d'œuvre est encore importante** et de redonner tout son sens au véritable ascenseur social et au facteur d'intégration que ces métiers représentent pour l'ensemble de la société.

Le secteur connaît, enfin, des mutations profondes en termes de ressources humaines qui le rendent plus attractif auprès des jeunes générations avec l'émergence de **nouveaux métiers**, le **décloisonnement entre filières** et enfin le développement de **démarches QVT et RSE**.

Autant d'évolutions qui sont de nature à renforcer l'attractivité d'une industrie dont les métiers ont **du sens** et qui contribuent fortement à **l'intérêt général**.

Le tourisme : un secteur en constante mutation vers plus de durabilité et de responsabilité

Par nécessité et par nature, **les professionnels et territoires du tourisme ont toujours su évoluer et s'adapter face aux crises**, aux évolutions technologiques, aux changements climatiques et aux évolutions du monde du travail.

Leurs très nombreuses initiatives rendent aujourd'hui ce secteur **pleinement engagé dans une transformation profonde vers un tourisme plus inclusif et plus vertueux sur le plan environnemental et sociétal**, qui associe étroitement les habitants et valorise les entreprises locales, et vers une amélioration continue et structurée de l'expérience client grâce à la digitalisation croissante du secteur.

La récente charte d'engagements conclue par nos deux organisations dans la perspective des JOP 2024 et intitulée « [Les acteurs du tourisme s'engagent pour réussir l'accueil et l'héritage des JOP 2024](#) » traduit la multiplicité et l'importance des actions conduites en ce sens par le tourisme français (gestion de l'eau et sobriété hydrique, sobriété énergétique, adaptation au changement climatique, etc.) pour faire de la France la **première destination touristique durable en 2030**.

A ceux qui proposent d'amorcer un cycle de décroissance touristique, nous répondons que le développement durable du tourisme – dont le secteur est lui-même convaincu de la nécessité pour garantir sa compétitivité et continuer de susciter l'adhésion des clientèles touristiques – ne doit pas se traduire par la disparition des capacités d'accueil ou une réduction simpliste de la fréquentation.

La transformation écologique de la filière ne peut être efficacement mise en œuvre et financée que si nos entreprises restent **économiquement saines et en capacité d'investir**.

Cela doit nous conduire à ne pas sacrifier le volume au profit de la seule valeur : c'est une fréquentation multiple qui permet au secteur de proposer des tarifs compétitifs et d'être à la fois garant de l'accès du **plus grand nombre de Français aux vacances** et plus attractif sur la scène internationale.

Le tourisme : un levier de développement et de dynamisme pour tous les territoires

Composé majoritairement de TPE/PME maillant l'ensemble de notre pays, le tourisme contribue largement au dynamisme de nos territoires et de manière significative au développement de certains d'entre eux, comme par exemple en outre-mer.

Les périodes estivales, les weekends et les vacances scolaires ont pour effet d'amplifier le revenu des sites culturels, des restaurants ou encore des commerçants leur permettant parfois de faire face à des périodes plus creuses marquées par la fréquentation des seuls habitants. En zone rurale notamment, **certain services publics de proximité doivent leur maintien toute l'année à l'activité touristique saisonnière.**

En dehors des périodes d'activité touristique, le secteur génère aussi **de l'animation et une dynamique événementielle** dont peuvent profiter les habitants sans compter les **nombreuses infrastructures et services** qu'il a contribué à ériger dans l'intérêt public.

C'est pourquoi, il apparaît contreproductif d'opposer **touristes et habitants**. C'est en renforçant le travail autour de la qualité de l'accueil, en trouvant le bon dosage dans les interactions humaines, en associant étroitement les populations locales à la définition des politiques touristiques, ainsi que le font les professionnels locaux, que nous réussirons à **montrer l'importance de l'activité touristique pour tous les types de territoires.**

A ceux qui font usage des termes « surtourisme » ou « sur-fréquentation touristique » pour mieux justifier sa remise en cause globale en France, nous répondons que ces qualificatifs ne correspondent à aucune réalité généralisée sur l'ensemble du territoire, mais traduisent des **pics de fréquentation circonscrits dans le temps et l'espace.**

Depuis plusieurs années, les acteurs du tourisme s'emploient à résorber ces phénomènes de congestion en lien avec les territoires et leurs élus locaux à travers des **mesures de gestion des flux qui font la preuve de leur efficacité** (lieux de visite hors des sentiers battus, réservation préalable, incitation à la visite en dehors des heures/périodes d'affluence, désaisonnalisation touristique, etc.).

Une meilleure répartition des flux doit, au contraire, nous conduire à mettre en tourisme des territoires délaissés à fort potentiel et à construire **un des plus beaux et efficaces outils de revitalisation rurale**, tout en ne fragilisant pas nos totems nationaux dont la performance est liée à leurs atouts intrinsèques si précieux en termes d'attractivité pour notre pays.

Le tourisme : un facteur de bien-être et de cohésion pour l'ensemble de la société

Après avoir eu pour effet d'interrompre l'activité touristique, la crise sanitaire a aussi révélé le **profond attachement de nos concitoyens au tourisme et au voyage**, avec en 2022 une reprise touristique plus forte et plus rapide qu'anticipé une fois levées les dernières restrictions liées à la pandémie.

Se reconnecter avec la nature, se retrouver en famille ou entre amis, faire rupture avec le quotidien, découvrir une autre culture : autant de raisons qui font du voyage une nécessité pour chacun d'entre nous.

Dans ce cadre, le rôle des acteurs du tourisme est de **proposer un ensemble de services et d'équipements garantissant la faisabilité, la qualité et le confort de l'expérience touristique.**

A l'heure où encore **un peu plus de 4 Français sur 10 ne partent pas en vacances**, il paraît inopportun de stigmatiser certaines formes de tourisme, notamment le tourisme domestique et populaire, mais plutôt de rappeler que **voyager est salubre et constitue un besoin pour le bien-être de chacun**.

Quels effets sur notre tissu social et économique, sur notre cohésion nationale, sur la vie quotidienne des Français d'une telle remise en cause, si ce n'est un repli sur soi, l'émergence d'une société encore plus individualiste, un retour à une époque où le tourisme était réservé à une élite, une aggravation du non-départ en vacances des Français les plus modestes ?

Défendre l'activité touristique est autant une exigence économique qu'un enjeu sociétal et de cohésion sociale !



François de Canson
Président d'ADN Tourisme



Jean-Virgile Crance
Président de la CAT

Qui sommes-nous ?

La Confédération des Acteurs du Tourisme (CAT) est l'unique organisation interprofessionnelle réunissant l'ensemble des acteurs de l'industrie touristique. Composée de fédérations ou organisations professionnelles représentant près de 1 million de salariés et 70 000 entreprises, elle vise à rassembler et représenter de manière unifiée les professionnels de l'industrie du tourisme. Pour en savoir plus : www.acteursdutourisme.fr

ADN Tourisme, fédération des organismes institutionnels de tourisme, représente les 1 200 offices de tourisme, comités départementaux et régionaux du tourisme et apporte informations, formations, conseils à leurs 12 700 professionnels experts du tourisme, présents partout en France, métropolitaine et ultramarine. Pour en savoir plus : www.adn-tourisme.fr

Contact presse

ADN Tourisme : Benoît Artige – 01 44 11 10 35 benoit.artige@adn-tourisme.fr

CAT : Ophélie Rota – 06 82 82 95 82 – ophelie.rota@umih.fr / Guillaume Lemièrre – 06 47 04 87 95 – guillaume.lemiere@acteursdutourisme.fr