



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

tourisme fluvial

Question écrite n° 1212

Texte de la question

M. François Cornut-Gentile interroge M. le secrétaire d'État chargé de la consommation et du tourisme sur le tourisme fluvial. En plein développement, le tourisme fluvial constitue une opportunité économique pour les territoires ruraux. Il participe à la création d'emplois et de commerces tout au long des rives, tout en favorisant une démarche de développement durable soucieuse de l'environnement. Traversée par le canal de la Marne à la Saône, la Haute-Marne est susceptible d'accueillir de nombreux touristes fluviaux français mais aussi nord-européens. L'amélioration des structures d'accueil est cependant un préalable indispensable. En conséquence, il lui demande d'indiquer les mesures adoptées par le Gouvernement pour soutenir le développement du tourisme fluvial et aider les communes concernées à améliorer les structures d'accueil en bordure de canal.

Texte de la réponse

Le tourisme fluvial contribue à la dynamique des territoires et participe à la structuration économique de ceux-ci. Trois offres principales caractérisent le tourisme fluvial : la croisière fluviale, proposée par les exploitants de bateaux à passagers ou de croisières ; la location de bateaux habitables (coches de plaisance ou pénichettes) ; la plaisance fluviale privée qui se pratique, soit à bord d'unités habitables telles que les bateaux de plaisance maritime en transit, soit à bord de petites unités de promenade ou de sport. L'ensemble des activités de loisirs pratiquées le long de la voie d'eau en font également partie. Le réseau national compte 8 500 kilomètres de voies navigables, dont 6 700 sont gérés par l'établissement public voies navigables de France (VNF). Le reste du réseau est directement géré par les collectivités locales, régions ou départements. La demande pour les croisières et les circuits en bateaux à passagers représente l'essentiel du tourisme fluvial. L'État n'aide pas directement les communes à améliorer les structures d'accueil en bordure des voies d'eau, ces aides relevant des collectivités territoriales (régions et départements). Néanmoins, pour soutenir le développement du tourisme fluvial, l'État agit dans deux domaines : l'observation économique et la promotion nationale. Ainsi en premier lieu, un réseau national d'observation du tourisme fluvial (RNOTF) a été mis en place en 2001, en partenariat avec l'Observatoire national du tourisme, intégré depuis à ODIT-France et VNF. C'est un lieu de concertation et de dialogue entre les différents partenaires (acteurs du tourisme fluvial, gestionnaires de la voie d'eau et collectivités territoriales...). C'est également un outil d'aide à la décision pour définir de réelles politiques nationales et régionales de développement du tourisme fluvial. Le RNOTF produit en outre annuellement des enquêtes de conjoncture, ainsi que des enquêtes quantitatives de fréquentation des clientèles. Ainsi sur les quelque 10 millions de personnes transportées en 2006, 9,6 millions le sont sur des bateaux à passagers, en grande majorité en secteur urbain (Paris). Après un tassement de l'activité lié à la baisse de fréquentation étrangère, une reprise assez importante a été observée en 2006 : l'activité des bateaux promenade affiche une progression de 6,2 %, par rapport à 2005, celle des péniches-hôtels une augmentation de 12 %. S'agissant de la location des coches de plaisance, on constate une augmentation de la clientèle française et l'arrivée d'une nouvelle clientèle étrangère (russe, tchèque), s'ajoutant à la clientèle étrangère traditionnelle (allemande, britannique et suisse) qui reste dominante (70 %). Ce secteur a compté en 2006, 160 000 passagers transportés (+ 6 %) et 33 900 contrats réalisés (+ 8 %). Une campagne de communication dynamique avec des affiches et

un site internet a contribué à attirer ces nouveaux clients. Pour sa part, Maison de la France est chargée de développer l'image et la notoriété du tourisme fluvial sur les principaux marchés émetteurs en menant des actions spécifiques sur les marchés allemand, anglais et néerlandais, tant à destination du grand public que des professionnels. Par ailleurs, plusieurs initiatives promotionnelles ont été prises ces dernières années, comme l'opération « 500 points service plaisance » au service des usagers, menée par VNF, garantissant un niveau de service optimum pour les usagers de la voie d'eau. VNF est également l'un des partenaires de la campagne nationale d'accueil « Bienvenue », impulsée par la direction du tourisme avec tous les professionnels du secteur et Maison de la France.

Données clés

Auteur : [M. François Cornut-Gentille](#)

Circonscription : Haute-Marne (2^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 1212

Rubrique : Tourisme et loisirs

Ministère interrogé : Consommation et tourisme

Ministère attributaire : Consommation et tourisme

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 24 juillet 2007, page 4939

Réponse publiée le : 29 janvier 2008, page 780