



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

politique du tourisme

Question écrite n° 61527

Texte de la question

M. Philippe Armand Martin attire l'attention de M. le ministre des affaires étrangères et du développement international sur la construction d'une stratégie touristique de "l'entreprise France" autour d'un plan marketing précis par de grands segments de clientèles étrangères, laquelle devant être davantage orientée en valeur plutôt qu'en volume. Il lui demande de bien vouloir lui indiquer son sentiment à ce propos.

Texte de la réponse

La France est la première destination touristique mondiale en termes de visiteurs, mais à la quatrième place du classement en termes de revenus dégagés. Il est donc nécessaire d'approfondir la réflexion conduisant à des mesures concrètes qui feront de la France le leader du marché touristique mondial tant sur le nombre d'arrivées – avec un objectif de 100 millions de visiteurs à l'horizon 2020 – qu'en termes de recettes générées par l'ensemble du secteur. Depuis 2012, le gouvernement mène une stratégie touristique ambitieuse visant à atteindre ce double objectif. Dans ce cadre, le ministère des affaires étrangères et du développement international a décidé d'orienter son action sur un nombre restreint de pays à fort potentiel d'émission de touristes. L'action se concentre en priorité sur les clientèles européennes de proximité, qui représentent historiquement la plus large part des visiteurs (environ 85 %) et des revenus du tourisme (en particulier l'Allemagne, le Royaume-Unis, la Belgique, l'Italie, l'Espagne et la Suisse). En outre les catégories socio-professionnelles supérieures des pays émergents, en plein développement et à fort pouvoir d'achat, font l'objet d'une attention particulière. Une sélection de pays prioritaires a été établie en tenant compte à la fois du nombre de touristes potentiels et de leurs dépenses moyennes en produits touristiques lors des voyages. Pour ne citer que les marchés les plus stratégiques ; les Etats-Unis, le Canada, la Chine, l'Inde, l'Indonésie, le Japon, le Mexique, la Russie, font partie des priorités d'action. Afin d'attirer ces clientèles en France, les attentes différenciées de chaque type de visiteurs, notamment en fonction de leurs pays d'origine, de leurs catégories socio-professionnelles et de leurs âges doivent être prises en compte. C'est ce qui a été initié avec les Assises du tourisme, lancées en 2013. Ces travaux ont donné lieu à un grand nombre de mesures destinées à structurer l'offre touristique nationale, notamment en termes d'accueil des visiteurs (en particulier la mise en place des forfaits taxi, l'ouverture des magasins le dimanche et la structuration de l'offre autour de cinq pôles d'excellence et vingt contrats de destination). Ces mesures devraient contribuer à augmenter significativement les dépenses moyennes des touristes sur le territoire national mais aussi prolonger la durée de leurs séjours.

Données clés

Auteur : [M. Philippe Armand Martin](#)

Circonscription : Marne (3^e circonscription) - Les Républicains

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 61527

Rubrique : Tourisme et loisirs

Ministère interrogé : Affaires étrangères

Ministère attributaire : Affaires étrangères

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [22 juillet 2014](#), page 6070

Réponse publiée au JO le : [19 avril 2016](#), page 3278