



245

NUMÉRO

Lundi 9 octobre 2006

NOTES D'IÉNA

INFORMATIONS DU CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

**« QUELLE STRATEGIE
POUR L'HOTELLERIE
DANS L'ECONOMIE
FRANÇAISE ? »**

RAPPORTEUR :

ANDRÉ DAGUIN

AU NOM DE LA SECTION

DU CADRE DE VIE

PRÉSIDIÉE PAR

BERNARD QUINTREAU

L'hôtel accueille les personnes en déplacement hors de leur domicile quel que soit le motif de ce déplacement, le tourisme en étant la première cause.

En 2005, parmi les 808 millions de touristes annoncés par l'Organisation mondiale du commerce, la France en revendique 76 millions – soit plus de 9 % du total – et affirme à ce titre occuper le premier rang mondial. Ce chiffre flatteur, qui ne prend pas en compte le fait que la France est un territoire de transit, est démenti par le montant des recettes dues à la fréquentation des voyageurs internationaux. C'est ainsi que notre pays recueille 40,84 milliards de dollars, ce qui le place au troisième rang mondial, loin derrière les Etats-Unis (74,84 milliards de dollars) et l'Espagne qui nous a dépassés à partir des années 2000. Fait aggravant, le taux de progression des flux d'arrivées de touristes étrangers en France n'est que de 1,2 %, alors qu'il est de 5,6 % au niveau mondial. Malgré la forte progression des Français partant à l'étranger, le solde recettes/dépenses du tourisme international reste toujours largement positif, à près de neuf milliards d'euros (après avoir dépassé les 14 milliards en 2003, loin des soldes très positifs de 27 à 23 milliards comptabilisés par l'Espagne au cours des trois dernières années). Toutefois ce solde positif précède ceux de l'automobile et de l'agroalimentaire.

En 2005, le chiffre d'affaires de la consommation touristique s'est élevé à 108,4 milliards d'euros (6,4 % du PIB), dont 55,5 % produits par les Français, 35 % par les étrangers et 9,5 % par les Français se rendant à l'étranger.

Le secteur de l'hôtellerie qui regroupe l'hébergement, la restauration, les cafés, les discothèques et les casinos compte environ un million d'emplois, salariés ou non, auxquels vient s'ajouter un million d'emplois induits. Il présente une heureuse originalité, celle de voir ses effectifs augmenter régulièrement de 4 % par an sans que pour autant son parc évolue à la même cadence.

■ Publication 01 44 43 60 47

Service de la communication

■ Diffusion 01 44 43 63 30

Service des archives et de la distribution

■ Service de presse 01 44 43 61 25/21

■ ISSN1767-8188

■ www.ces.fr

Assemblée plénière
des 10 et 11 Octobre 2006

I - LE CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL CONSTATE UNE ÉVOLUTION INQUIÉTANTE DU PARC D'HÉBERGEMENT

1 – DES HOTELS INDEPENDANTS EN DIFFICULTE

D'implantation ancienne, l'hôtellerie indépendante représente 62,6 % de la capacité totale avec 375 635 chambres. Elle irrigue l'ensemble du territoire : 16,3 % en montagne, 21 % en zone rurale, 20,5 % sur le littoral et 42,2 % en milieu urbain. Elle se trouve souvent à l'écart des grands circuits économiques et touristiques et ainsi exposée à une fréquentation saisonnière.

Parmi ceux qui sont restés isolés, certains souffrent de la faiblesse de leur fréquentation et d'un manque de rentabilité dus aussi à leur petite taille et à une fiscalité inadaptée. Entre 1998 et 2004, 1 500 d'entre eux ont été contraints à la fermeture. En revanche, certains se sont regroupés et connaissent de belles réussites.

2 – UNE HOTELLERIE DE CHAÎNE EN PROGRESSION

Contrairement à l'hôtellerie indépendante qui a perdu, entre 1998 et 2004, 88 % de son effectif, l'hôtellerie de chaîne a progressé dans le même temps de 45 % par intégration d'un certain nombre d'indépendants qui se sont franchisés.

Située pour les trois quarts en milieu urbain, elle jouit d'un taux d'occupation plus satisfaisant, offrant ainsi une meilleure rentabilité. Il est vrai que le nombre de chambres par établissement (68 contre 15 dans les hôtels indépendants de 0 et 1 étoile et 66 contre 23 pour les 2 étoiles) permet une gestion du personnel plus rationnelle. Les frais de personnels aussi bien par salarié que par chambre y sont moins élevés que dans l'hôtellerie indépendante.

3 – UN DÉVELOPPEMENT IMPORTANT DES AUTRES FORMES D'HÉBERGEMENT

Notre pays présente l'originalité de disposer d'un parc d'hébergement très important, constitué pour l'essentiel de résidences secondaires (69,1 %). L'hôtellerie

classée de tourisme ne représente que 6,9 %, loin derrière les campings (15,9 %), mais devant les meublés de tourisme (3,5 %), les résidences de tourisme (2,5 %), les villages de vacances (1,6 %), les chambres d'hôtes (0,4 %) et les auberges de jeunesse (0,1 %).

Toutes ces formes d'hébergement sont soumises à des réglementations administratives et fiscales très différentes qui peuvent créer, surtout lorsqu'elles ne sont pas respectées, des distorsions de concurrence notamment à l'égard de la petite hôtellerie. Ainsi, gîtes et chambres d'hôtes qui répondent à des critères définis par chartes et labels restent des produits peu lisibles pour le consommateur et l'administration.

II - LE CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL FORMULE LES PROPOSITIONS SUIVANTES

Ces propositions visent à permettre un développement du secteur hôtelier indispensable à l'essor du tourisme et au dynamisme de notre économie. Elles s'articulent autour de quatre axes essentiels.

1 - MIEUX CONNAÎTRE ET FAIRE RECONNAÎTRE L'APPORT DU TOURISME ET DONC DE L'HOTELLERIE À L'ÉCONOMIE NATIONALE

Il convient en tout premier lieu d'améliorer la connaissance statistique. Il s'agit de rendre plus cohérentes les différentes sources d'observation afin d'avoir une vision claire du secteur. Le décompte des visiteurs étrangers dont un grand nombre ne fait que transiter par notre pays n'est pas crédible et fausse l'affichage de « France premier pays pour l'accueil des touristes ». Il est urgent de rétablir la vérité sur ce chiffre. Quant aux chiffres de l'emploi, notamment ceux des saisonniers, ils méritent d'être mieux connus afin de pouvoir mieux analyser la situation. Il en est de même pour les entreprises comptant moins de dix salariés qui constituent l'essentiel du secteur.

L'intérêt majeur du tourisme doit être enfin mieux reconnu afin de mettre en évidence l'apport de ce secteur en matière d'emploi et de recettes et sensibiliser les acteurs politiques et économiques sur sa contribution réelle au développement des territoires.

2 - CHOISIR ET ASSUMER UN MODÈLE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Notre assemblée demande de promouvoir une organisation cohérente du tourisme définissant le rôle de chacun.

Tout d'abord, les missions nationales doivent être reprécisées et affirmées compte tenu des responsabilités locales acquises dans le cadre de la décentralisation. Celles-ci ont mis en place des instances (CRT, CDT, OTSI) dont les compétences, notamment en termes de marketing, peuvent se superposer et brouiller l'image que l'on souhaite promouvoir.

Né de la fusion de l'Agence française d'ingénierie touristique (AFIT), de l'Observatoire national du tourisme (ONT) et du Service d'études d'aménagement touristique de la montagne (SEATM), ODIT-France a réalisé un programme visant à dynamiser le secteur du tourisme et à le mieux armer dans la compétition internationale de plus en plus âpre. Quant à Maison de la France, elle a pour mission d'assurer la promotion de notre pays à l'étranger.

Le Conseil économique et social souhaite que ces divers échelons et organismes travaillent en synergie, chacun assurant ses propres missions pour lesquelles il doit disposer des moyens adaptés. C'est le cas en particulier pour Maison de la France dont le budget devrait être revalorisé pour lui permettre d'assurer une réelle promotion de la France. Ceci est d'autant plus utile au moment où nos principaux concurrents consacrent des sommes bien plus élevées pour promouvoir l'image de leur pays. Chacun connaît le succès de l'Espagne dans ce domaine.

Afin de sécuriser le touriste, il convient de développer les efforts de normalisation et de labellisation et d'en renforcer les contrôles. L'application du plan Qualité tourisme devrait y contribuer.

3 – DÉVELOPPER L'OFFRE HÔTELIÈRE ET ÉLEVER SA QUALITÉ

L'avenir de l'hôtellerie dépend de sa capacité à adapter son offre à la demande et de la nécessité de rechercher de nouvelles clientèles. Pour rester dans la compétition, elle doit aussi mieux utiliser les TIC.

L'amélioration de la qualité des services au client passe nécessairement par un élargissement du champ des prestations offertes, un accueil soigné et un entretien régulier des équipements.

Cette qualité du service suppose un effort de formation soutenu et une amélioration des conditions de travail. Il s'agit donc de mettre en place une orientation fondée sur la motivation et une formation professionnelle adaptée, et de valoriser ces professions par de meilleures conditions de travail.

Enfin, notre assemblée demande que des solutions soient rapidement adoptées pour améliorer la situation des saisonniers, s'agissant aussi bien des conditions de couverture sociale, de sécurisation des parcours professionnels entre deux périodes d'emploi et d'accès à la formation continue. La question lancinante du logement devra être étudiée en associant employeurs, collectivités locales, bailleurs, financeurs...

Le Conseil économique et social souhaite que, pour aider le secteur de l'hôtellerie à renouer avec la rentabilité et s'adapter aux évolutions du goût de la clientèle, soit adopté un taux unique de TVA à 5,5 % pour l'ensemble de la restauration, pour le bénéfice partagé du client, du salarié et de l'investissement de l'entreprise selon la règle des trois tiers.

Il s'agit aussi de faire cesser les formes de concurrence déloyale entre différents modes d'hébergements tant par les modes de financement que par la fiscalité et les réglementations qui leur sont appliqués.

4 – SOUTENIR LA PETITE HÔTELLERIE À TROP FAIBLE RENTABILITÉ

C'est le segment le plus fragile de l'hôtellerie. Souvent les établissements, isolés, de petite taille, et mal implantés, se trouvent exposés à une forte saisonnalité. Il convient tout d'abord pour eux de prendre la mesure de leur situation particulièrement précaire et d'adopter un plan de sauvegarde de la petite hôtellerie.

Enfin, 21 % des patrons de la petite hôtellerie sont âgés de plus de 60 ans et il devient urgent de faciliter la transmission de leurs entreprises si l'on ne veut pas risquer de les voir disparaître.

**« QUELLE STRATEGIE POUR L'HOTELLERIE DANS
L'ECONOMIE FRANÇAISE ? »
Rapporteur : ANDRÉ DAGUIN**

NOTE FLASH

ANDRÉ DAGUIN

né le 20 septembre 1935 à Auch (Gers)
Marié, 3 enfants

Fonctions au CES

- Membre du groupe des Entreprises privées ;
- Membre de la Section du Cadre de vie ;
- Membre de la section de l'Agriculture et de l'alimentation

Fonctions actuelles

- Vice-président de l'IHRA ;
- Membre du comité exécutif de l'HOTREC ;
- Membre du Comité national du tourisme ;
- Vice-président du Comité régional du tourisme de Midi-Pyrénées ;
- depuis 1997, Président de l'Union des métiers et de l'industrie hôtelière ;
- Consultant en hôtellerie et restauration

Autres

- 1956 : Diplômé de l'Ecole hôtelière de Paris ;
- 1961 : Co-fondateur de la chaîne hôtelière France Mapotel ;
- 1973-1995 : Président du Syndicat des hôteliers du Gers ;
- 1986-1997 : Président de la CCI du Gers ;
- 1991-1997 : Président de la Fédération nationale de la restauration française

Publications

- « *Nouveau cuisinier gascon* » - Ed. Stock, 1984 ;
- « *Good food from Gascon* » - Ed. Random House, EU 1988
- Coauteur de « *Plaisirs d'un gourmand* » - Ed. Scala, paru en 1993

Décorations

- Commandeur de la Légion d'Honneur ;
- Commandeur des Palmes académiques

Le Conseil économique et social a estimé que pour assurer le développement de l'hôtellerie, il convenait en tout premier lieu de reconnaître le poids du tourisme dans l'économie française qui représente 6,5 % du PIB, constituant ainsi le premier poste excédentaire de la balance des paiements. Il faut donner à ce secteur les moyens nécessaires à sa consolidation et sa croissance.

L'hôtellerie qui en fait regroupe toutes les formes d'hébergement, la restauration, les cafés, les discothèques et casino est avant tout un secteur de main-d'œuvre qui figure parmi les plus importantes sources de création d'emplois non délocalisables. Ces emplois sont devenus de vrais métiers et requièrent une professionnalisation grandissante que la législation et la fiscalité ne doivent pas entraver.

Au moment où tant de jeunes arrivent sur le marché de l'emploi et que les débouchés se font rares, notre assemblée estime que les pouvoirs publics doivent soutenir le secteur de l'hôtellerie qui offre de sérieuses chances d'embauche et l'aider à poursuivre l'amélioration des conditions de travail.