

Avis voté en plénière du 12 décembre 2017

Tourisme et numérique

Déclaration du groupe CFTC

La mutation numérique peut être un formidable vecteur de développement de nos activités touristiques, pour autant qu'on en saisisse les opportunités et qu'on en maîtrise les risques.

Le groupe CFTC apprécie que le projet d'avis que nous examinons se situe dans cette démarche volontariste et cherche à mieux tirer parti du potentiel touristique de notre pays dans un monde hyper connecté.

L'enjeu est de taille. La France accueille chaque année 85 millions de visiteurs étrangers et se place au premier rang mondial pour les arrivées de touristes internationaux. L'impact sur l'emploi est fort : 1,27 million de salariés travaillent dans les secteurs du tourisme (transports compris), soit près de 8% de l'ensemble des emplois. Sans compter les emplois non-salariés et sans mesurer l'impact sur la vitalité des territoires.

Les outils numériques facilitent les transports, depuis les modes de réservation jusqu'aux systèmes de guidage en passant par les formules nouvelles de transport comme le co-voiturage. Ils modifient et élargissent les formules de séjour ; ils favorisent et enrichissent la découverte des sites et des territoires.

Dans le même temps, des risques émergent, sur lesquels le projet d'avis apporte des propositions intéressantes, relatives notamment aux risques de concurrence déloyale avec le développement de l'hébergement et de la restauration collaboratifs. L'avis pointe avec justesse les mesures à prendre en termes d'équité fiscale.

Appuyant la question de la formation des personnes qui est bien traitée dans le projet d'avis, la CFTC souligne l'importance de donner à tous les actifs une protection sociale qui ne fasse pas de nouveaux acteurs du travail indépendant les nouveaux laissés pour compte du monde du travail. L'avis tout récent rendu par le CESE sur « les nouvelles formes du travail indépendant » est, sur ce point, un repère utile.

La CFTC votera le projet d'avis avec d'autant plus de satisfaction que son contenu, quoique très centré sur la dimension économique du tourisme, fait aussi référence à sa dimension humaine et sociale.

Le tourisme n'est pas seulement déplacement et résidence, transport et logistique. Il est aussi voyage, découverte, rencontre, connaissance, ouverture.

Montaigne en Italie, Stevenson dans les Cévennes, Chateaubriand à Jérusalem, Paul Morand aux Indes ou Blaise Cendrars au Brésil nous ont fait aimer le beau voyage ; celui qui nous fait pratiquer un tour, être touriste et revenir chez soi plus riche du monde découvert.