

# LES ENTREPRISES DU VOYAGE



## Les Entreprises du Voyage s'adressent aux candidats à l'élection présidentielle

Le tourisme ne relève ni de la spontanéité ni du naturel. C'est une industrie. Contrairement à des idées reçues, la France est en situation de forte concurrence et l'emploi lié à l'activité touristique est délocalisable.

Les entreprises du voyage et du tourisme se sont en grande partie adaptées à la révolution numérique et à la digitalisation tout en maintenant un niveau élevé d'emplois.

Globalement, les politiques portent un intérêt distant, si ce n'est distrait, au tourisme.

Ce document de synthèse a pour but d'attirer votre attention sur l'importance de ce secteur pour la France, les français, les entreprises et l'emploi.

**Jean-Pierre Mas**

Président des Entreprises du Voyage

# LES ENTREPRISES DU VOYAGE



## Que représente le tourisme dans l'économie française ?

- 84,5 millions de touristes en 2015 (1<sup>er</sup> rang mondial), mais 83 millions en 2016
- 158,6 milliards d'euros de consommation touristique (1/3 par les étrangers, 2/3 par les français)
- 3<sup>ème</sup> rang mondial, en matière de recettes, derrière les Etats-Unis et l'Espagne
- 7,3 % du PIB, 275 000 entreprises et 2,2 millions d'emplois directs et indirects
- 12 milliards d'euros d'excédent de la balance des paiements (c'est plus que l'industrie agro-alimentaire, les vins et spiritueux ou la pharmacie)
- 1 emploi direct pour 85 touristes

## Les Entreprises du Voyage, qui sommes-nous ?

Agences de voyages « Internet » et physiques, loisirs et voyages d'affaires, tour-opérateurs réceptifs, organisateur de voyages de groupes, de séminaires et congrès

- 13,2 milliards d'euros HT de volume d'affaires
- 9 200 entreprises et 32 000 salariés
- Une profession réglementée pour protéger les consommateurs :
  - immatriculation des opérateurs
  - garantie financière de la totalité des fonds déposés par les clients

# LA FRANCE ET LES FRANÇAIS

## ♦ PASSER DU 3<sup>E</sup> AU 1<sup>ER</sup> RANG MONDIAL POUR LES RECETTES TOURISTIQUES

### CONSTAT

17 millions de voyageurs ne font que « transiter » par la France. 31 % des touristes passent deux nuits ou moins en France.

La France perd régulièrement des parts de marché et fait face à une très vive concurrence, la clientèle est volatile, sensible à la sécurité et à la qualité. Contrairement aux idées reçues, le tourisme et les emplois sont « délocalisables ».

### PROPOSITIONS

#### Un aménagement touristique du territoire ambitieux et cohérent

- La France a besoin d'un plan d'aménagement touristique global avec de grands projets structurants et une montée en gamme de l'offre : zones prioritaires d'aménagements, démarche environnementale...
- Ecraser le millefeuille de compétences touristiques (6 tranches) et la jungle des « labels ». Donner à Atout France les moyens de coordonner et mettre en œuvre une promotion efficace de la France.
- Développer les points d'accès au territoire : droits de trafic aéroports de province.
- Faire monter en qualité et en compétitivité le tourisme dans les DOM TOM.
- Faciliter l'ouverture des commerces le dimanche dans les zones touristiques.

#### Développer l'ADN de l'accueil

- Accentuer la professionnalisation des secteurs d'activité du tourisme.
- 1- L'Etat doit favoriser les formations « transversales » pour une profession composée de plusieurs secteurs d'activité bien distincts qui compte plus de 1,2 million d'emplois directs : langues étrangères, numérique, sens de l'accueil et hospitalité...
- Faire à la fois évoluer les infrastructures et les mentalités des Français.
- 2- Les visiteurs étrangers qui arrivent en France par Roissy empruntent une liaison tiers-mondiste entre l'aéroport et la capitale. C'est la première image de notre pays.
- Les touristes étrangers regrettent parfois de ne pas se sentir bien accueillis par nos concitoyens. Il faut faire prendre conscience aux français que le tourisme est une chance et que l'ouverture d'esprit vis-à-vis des visiteurs est fondamentale.

#### Une sécurité non-anxiogène

- La question de la sécurité, après les attentats de 2015 et 2016, est prégnante.
- Les succès de l'organisation de la COP21 et de l'Euro 2016 de football prouvent que la France est parfaitement capable d'assurer l'accueil d'événements mondiaux, en toute sécurité.

# LA FRANCE ET LES FRANÇAIS

## ◆ FAVORISER LE DÉPART DES FRANÇAIS EN VACANCES

### CONSTAT

- Les touristes français génèrent plus des deux-tiers des recettes touristiques : 106,8 milliards d'euros et 5 % du PIB.
- Près d'un Français sur deux (45 %) ne part pas en vacances. Le frein financier est le premier motif invoqué.
- Le départ en vacances est un facteur de cohérence de la société : lutte contre l'isolement, les difficultés d'insertion et l'absence de mixité sociale...
- Un Français sur quatre bénéficie d'une aide financière pour partir en vacances (source : Crédoc, enquête « Conditions de vie et aspirations des Français », juin 2014). Les aides proviennent du comité d'entreprise (10 %), de l'Agence Nationale des Chèques-Vacances (ANCV) (10 %), de la Caisse d'Allocations Familiales (5 %), de la mairie ou d'un autre organisme.

### PROPOSITIONS

#### Développer l'utilisation des chèques-vacances

Accroître le recours aux chèques-vacances par les salariés des entreprises de moins de 50 salariés, dépourvues de comités d'entreprise, étendre les catégories de bénéficiaires des chèques-vacances aux non-salariés, aux jeunes de 18 à 25 ans, aux personnes employées au domicile des particuliers ...

#### Etablir le calendrier scolaire dans l'intérêt des enfants et des familles

Plus les vacances sont étalées dans le temps, plus elles sont accessibles aux familles à des coûts maîtrisés. Il y a une corrélation directe entre l'étalement des départs et l'accessibilité économique aux vacances. Des départs ou retours de vacances en milieu de semaine participent à la concentration des vacances et à l'augmentation de leur prix.

#### Renoncer à assujettir aux prélèvements sociaux les aides aux vacances versées par les comités d'entreprise aux salariés



# LES ENTREPRISES ET L'EMPLOI

## ◆ ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES EN MATIÈRE DE TRANSITION NUMÉRIQUE

### CONSTAT

#### La révolution numérique a bouleversé l'industrie du voyage

- 77 % des Français partis en vacances ont préparé leur voyage en ligne et un Français sur deux (partis en vacances) a payé son séjour en ligne (source : baromètre Opodo / Raffour interactif 2016).
- En France, le tourisme en ligne représente un quart du marché total de l'e-commerce.
- La tendance des internautes est d'associer des prestations initialement séparées, ce qui conduit les entreprises du secteur du voyage à développer des stratégies d'offres dynamiques.

### PROPOSITIONS

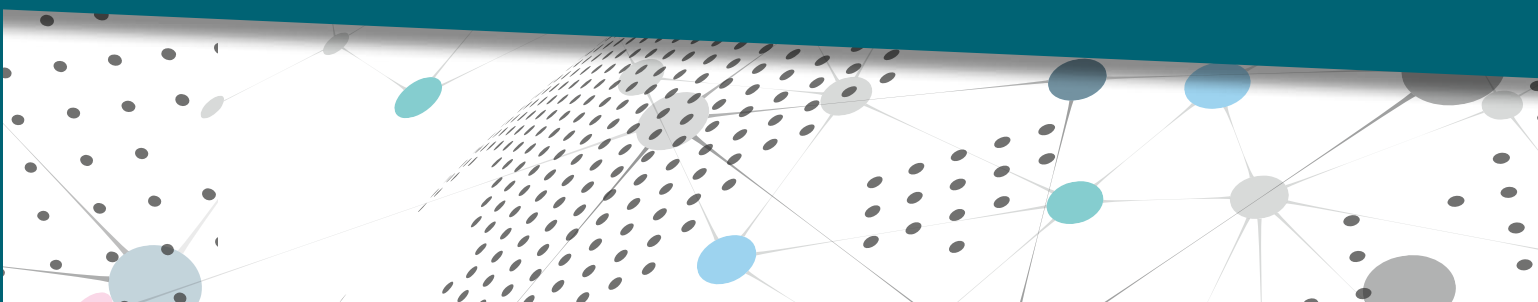
#### Cibler en priorité les TPE/PME

- Les entreprises ont réagi au boom des ventes en ligne en offrant au consommateur la possibilité d'acheter en tous lieux, à tout moment, avec le même niveau de service, quel que soit le canal de distribution.
- Il s'agit de favoriser la synergie entre les différents canaux pour conforter le consommateur dans son expérience d'achat, tout en lui conservant un point de réassurance physique, avec l'agence de voyage.
- Toutefois, la transition numérique n'est pas assurée par toutes les agences de voyages traditionnelles, par manque de moyens financiers et parfois, du fait d'une résistance à l'innovation.
- Il est nécessaire de disposer d'une taille critique sur son marché pour supporter les investissements technologiques, le développement marketing et les amortir sur une base solide. Or, le marché de la distribution des voyages est très atomisé, dominé par des TPE, avec 4 salariés en moyenne, et des marges faibles.
- Si le taux d'équipement en site Internet dans le secteur du tourisme est élevé (84 %), seulement 50 % des TPE et 64 % des PME ont un site (source : rapport de l'Assemblée nationale relatif à l'impact du numérique sur le secteur touristique français, 2015).

#### Créer un crédit d'impôt « investissement numérique » pour les TPE/PME

Mieux intégrer la dimension numérique dans la formation initiale aux métiers du tourisme

Favoriser l'essor de financements innovants et accessibles pour accélérer la digitalisation



# LES ENTREPRISES ET L'EMPLOI

## ◆ RÉGLEMENTER L'ACTIVITÉ DES MOTEURS DE RECHERCHE

### CONSTAT

#### Google a profondément modifié la relation client dans l'industrie du voyage

- Google associe un moteur de recherche, qui détient plus de 90 % des parts de marché dans l'UE avec une activité commerciale de distribution.
- Google est une entreprise privée, en situation de position dominante qui privilégie ses propres filiales et les entreprises avec lesquelles elle a passé des partenariats.

### PROPOSITIONS

#### Scinder, au niveau européen, les services commerciaux de Google et les activités de son moteur de recherche

- Le Parlement européen a voté le 27 novembre 2014 une résolution non contraignante invitant la Commission à séparer les moteurs de recherche des autres services commerciaux afin que les entreprises en ligne ne puissent pas abuser de leur position dominante. Il faut rendre cette résolution contraignante.

## ◆ CESSER DE PÉNALISER LES ENTREPRISES FRANÇAISES

### CONSTAT

Le régime de TVA actuellement applicable aux agences de voyages françaises et européennes qui reçoivent des étrangers les place en concurrence inégale avec des opérateurs non européens qui ne sont pas assujettis à la TVA.

### PROPOSITIONS

#### Réformer le régime de la TVA sur la marge applicable aux réceptifs

Nous souhaitons que les règles fiscales applicables aux opérateurs nationaux soient réformées pour les doter d'un statut leur permettant de lutter à armes égales et de maintenir en France le savoir-faire, l'emploi et la valeur ajoutée liés à l'activité de « réceptif ».

# LES ENTREPRISES ET L'EMPLOI

## ◆ FACILITER ET ACCOMPAGNER LES TRANSMISSIONS D'ENTREPRISES

### CONSTAT

#### Les entreprises du voyage sont confrontées à une problématique de transmission

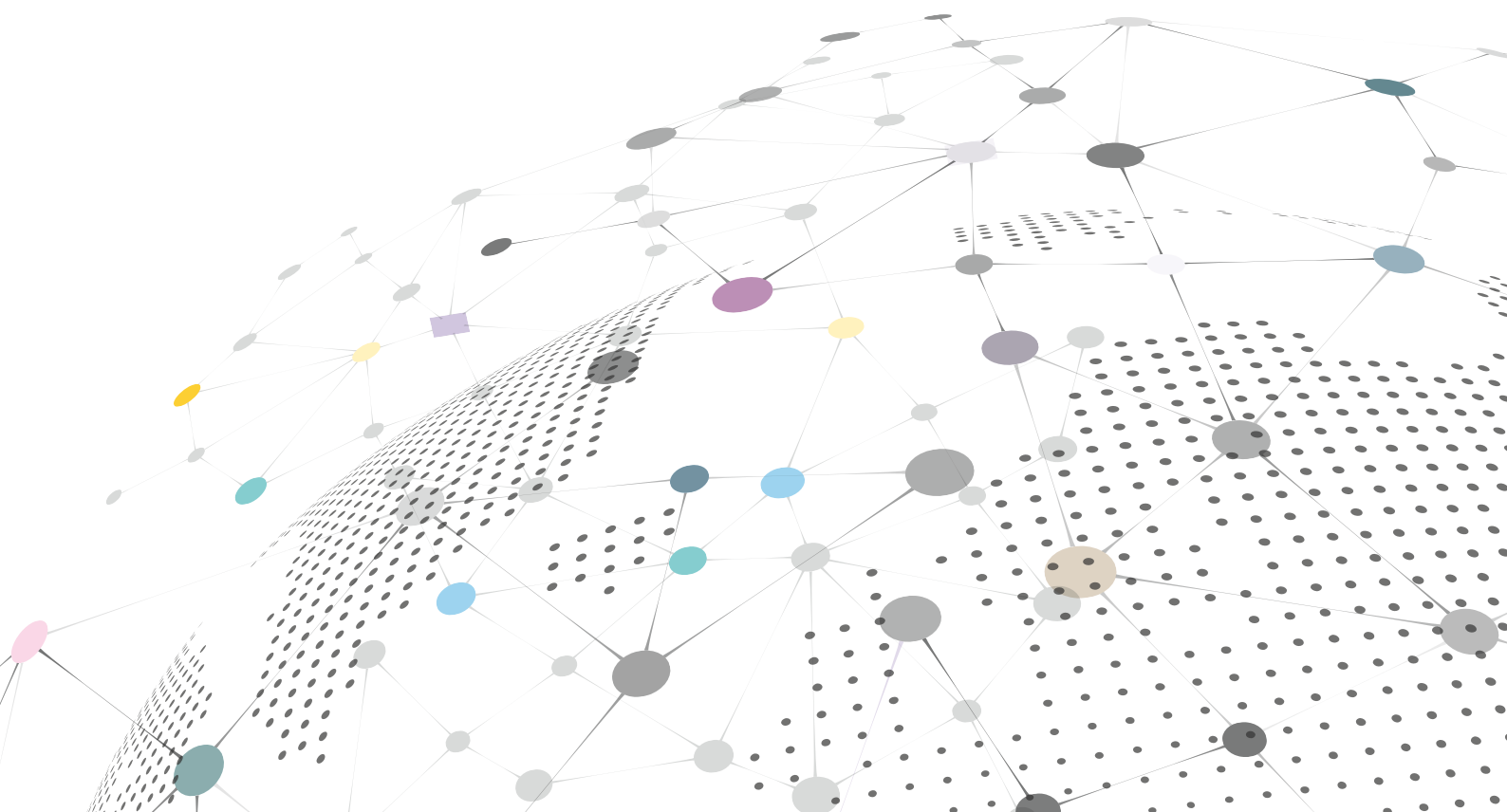
- De nombreuses TPE/PME, relevant, du commerce de proximité, disparaissent, faute de repreneur alors qu'elles sont viables.
- La cession est un parcours du combattant pour le chef d'entreprise. Seules 16 % des entreprises qui pourraient potentiellement être mises sur le marché chaque année sont effectivement cédées du fait de la complexité des démarches.

### PROPOSITIONS

#### Créer un environnement juridique et fiscal propice à la transmission

- **Amplifier les mesures fiscales** prises ces dernières années, comme, par exemple, l'étalement du paiement des impôts, y compris la CSG, sur le « crédit-vendeur ».
- **Alléger les prélèvements sociaux sur les plus-values de cession.** En Allemagne, des exonérations complètes de cotisations sociales sont possibles sur les plus-values de cession.
- **Exonérer totalement de prélèvements la fraction des plus-values de cession entièrement réinvestie dans le capital d'une autre entreprise.** Cela répondra à l'attente de nombreux « jeunes » entrepreneurs.
- **Réserver les mesures d'allègements fiscaux et sociaux telles que le CICE aux TPE/PME,** avec une dégressivité en fonction de critères d'effectifs et de chiffres d'affaires, et aux secteurs d'activité où les transmissions sont les plus difficiles, afin d'en limiter l'impact sur les finances publiques.
- **Rendre plus attractif le régime fiscal en cas de cession de l'entreprise aux salariés.** Étendre à la reprise d'entreprise par un salarié l'abattement majoré de 85 % sur les plus-values de cessions de parts ou actions de société applicable aux transmissions familiales.
- **Faciliter des solutions de financements** et étendre les aides applicables à la création d'entreprise à la reprise par les salariés.
- **Autoriser le débloqué anticipé de l'épargne salariale lors d'une reprise.**
- **Rendre systématique la garantie par la Banque Publique d'Investissement** des prêts bancaires contractés dans le cadre d'une reprise d'entreprise par les salariés.

# LES ENTREPRISES DU VOYAGE



**15, avenue Carnot 75017 PARIS**

E-mail : [contact@entreprisesduvoyage.org](mailto:contact@entreprisesduvoyage.org)

Tél. : +33 (0)1 44 01 99 90