



*Association
pour un Tourisme
Professionnel*

MANIFESTE POUR LA RELANCE DU TOURISME

2022





Fondée en 2015, l'Association pour un Tourisme Professionnel (AToP) est le think-tank des professionnels du tourisme en France. Elle est engagée auprès des acteurs économiques du secteur et des décideurs publics pour promouvoir « l'art de vivre et l'élégance à la française » et créer les conditions du développement vertueux de l'économie du tourisme.

L'AToP s'inscrit dans la perspective d'accueillir qualitativement et professionnellement les 130 millions de visiteurs prévus en 2030 en France par l'Organisation Mondiale du Tourisme.

Ses travaux répondent à 2 axes de réflexion

1. Améliorer l'accueil des touristes

(transport, hébergement, expérience client, formation du personnel, sécurité)

2. Créer le cadre d'une concurrence saine

entre tous les acteurs du tourisme et notamment entre les acteurs professionnels et les grandes plateformes numériques.



L'AToP promeut l'exigence de qualité des acteurs du tourisme. Elle entend prendre toute sa part dans la mise en place d'une concurrence saine et loyale au sein des professions du tourisme et militer pour un meilleur encadrement des acteurs numériques de la location de meublés de tourisme.

Grâce à ses membres, professionnels issus de tous les métiers du tourisme et de l'immobilier, l'AToP est une véritable force de proposition pour faire évoluer le cadre économique du tourisme. Elle compte aujourd'hui plus de 30 000 adhérents directs et indirects.

Nos 4 axes majeurs



PROMOUVOIR

Un niveau élevé d'exigence
dans la qualité de l'accueil
et du service
Un savoir-faire à la française
Une approche professionnelle
des métiers du tourisme



DÉFENDRE

L'ensemble des TPE,
PME et ETI d'une seule
et même voix



PROPOSER

Les réformes nécessaires
aux décideurs publics et anticiper
les évolutions qui impacteront
l'activité de notre secteur



DYNAMISER

Notre profession avec
enthousiasme
et créativité, au service
de l'économie de notre pays

NOTION PROPRE

Ancré dans les territoires et rayonnant à l'international pour la qualité de son service, l'industrie française du tourisme est le 1er secteur d'activité du pays. Son poids dans l'activité française, avec près de 7,4 % du PIB, en fait un acteur incontournable de l'emploi et de la croissance française.

Or, la crise de la COVID-19 a eu un impact immédiat sur l'ensemble de l'industrie touristique française et mondiale. Les restrictions des déplacements, la fermeture administrative de nombreux établissements, la fermeture brutale des frontières, la réouverture timide et progressive sous contraintes sanitaires accentuée par la mise en œuvre complexe du pass sanitaire/vaccinal, ont mis (et continuent de mettre) un coup de frein à l'arrivée de la clientèle, provoquant un assèchement rapide des trésoreries des professionnels du tourisme.

Face à ces déséquilibres, l'État a eu une réponse de court-terme efficace qui a permis d'éviter de nombreuses faillites d'entreprises du secteur. Les professionnels du tourisme ont été parmi les principaux à en bénéficier: en février 2021 par exemple, l'hôtellerie-restauration a représenté 43 % des demandes de chômage partiel (pour 5 % de l'emploi français), 58 % des montants versés par le fonds de solidarité (soit 1,39 Mds€), 14 % des prêts garantis par l'État (PGE, soit 112,50 M€) et 13 % des cotisations sociales non recouvrées (soit 124,80 M€).

Avec la réouverture progressive des établissements, l'avancée de la vaccination, la diminution des mesures sanitaires et les bons résultats des établissements dans les destinations touristiques saisonnières en 2021, la diminution progressive des aides semble évidente même si, de nouveau, les contraintes liées au pass vaccinal devront être bien appréhendées. Pour autant, cette réalité en occulte une autre: les destinations les plus sensibles aux déplacements professionnels (individuels ou MICE) et au tourisme international ne retrouveront pas leur clientèle avant 2023 au mieux. **La crise que connaît le secteur du tourisme est donc singulière** et se distingue des autres secteurs. Avec le secteur aérien, le tourisme connaîtra **une crise de long terme** qui dépassera largement la période d'alerte sanitaire.

Cumulés, le poids du tourisme dans l'économie française et la durée de la crise pour ce secteur imposent donc que **le traitement réservé au secteur du tourisme soit différent des autres et proportionnel au choc** : il doit être à la fois **plus fort** et **plus durable** afin de soutenir un secteur structurellement très endetté, plombé par le poids des prêts garantis par l'État et dont le redémarrage très partiel ne permet pas de couvrir la reprise des échéances de crédit depuis mars 2021.

Enfin viendra la perspective de la relance. Comme l'a montré l'Organisation Mondiale du Tourisme, la « destination France » a perdu en attractivité, au profit de certains de nos voisins européens moins touchés par la crise sanitaire. A trois ans des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, la perte de rayonnement de la France à l'international est un coup dur que seule une politique publique volontariste pourrait éventuellement rattraper.

À quelques mois de l'élection présidentielle, la crise économique et sanitaire reste une réalité que les professionnels du tourisme devront subir pendant plusieurs années. Souvent négligé par les pouvoirs publics, le secteur du tourisme devra cette fois se voir confier les moyens de rebondir, afin de continuer à faire étinceler la France à l'international. Alors que le Gouvernement actuel a été contraint de gérer l'urgence, il appartiendra au prochain Gouvernement d'assurer la pérennité de tout un pan de l'économie, de préserver l'emploi et de créer les conditions de la relance dans le tourisme.

Par ce document, nous entendons donc nourrir la réflexion des candidats au scrutin présidentiel de 2022. À travers quatre principaux axes, nous formulons dix propositions simples et concrètes visant à permettre au secteur de se relever et de prospérer, et à la France de conforter sa place de leader du tourisme mondial.

Jean-Bernard FALCO et Serge CACHAN
Co-Présidents et fondateurs de l'AToP

LE TOURISME EN CHIFFRES



1^{er}
**pourvoyeur
d'emplois**

le tourisme représente
10 % de l'emploi en France
(dont la moitié dans
l'hôtellerie-restauration)
et près de 3 millions
d'emplois directs et induits.



**90 millions
de visiteurs
internationaux**

La France est la première
destination mondiale
en nombre de visiteurs
étrangers.



**313 000
entreprises**

dont une majorité de TPE
et de PME, maillent nos villes
et nos territoires.



**24 milliards
d'euros**

de contribution positive
à la balance commerciale
de la France, rare secteur
contribuant positivement
au solde commercial
du pays.



**4 000
salons, foires
et congrès**

par an en France,
source d'attractivité
et de visibilité de la France
à l'international.

IMPACT DE LA CRISE COVID SUR LE TOURISME

-73,5 %

**D'ARRIVÉES
INTERNATIONALES**
aux aéroports
entre 2019 et 2020

75 000

RESTAURANTS
40 000 cafés, 3 000 clubs,
fermés administrativement
lors des confinements

67 %

DES EFFECTIFS DU HCR
étaient placés en activité
partielle en février 2021

- 60 %

DE REVENU
par chambre d'hôtel
à Paris en 2021
par rapport à 2019



LES
FORTS

10 PROPOSITIONS

pour créer
les conditions
du retour
de la croissance
dans le secteur
du tourisme

RELANCER

1 ABONDER LES FONDS PROPRES :
assurer la pérennité des entreprises du tourisme touchées par la crise COVID en attribuant une indemnisation correspondant au « manque à gagner » du secteur, en stimulant le recours aux emprunts participatifs et en annulant les charges fiscales et sociales dues pour 2020 et 2021.

2 ASSURER UNE CONCURRENCE LOYALE AVEC LES ACTEURS NUMÉRIQUES
en harmonisant les contraintes réglementaires, fiscales et sociales entre tous les acteurs de l'hébergement touristique.

3 GARANTIR LA SÉCURITÉ DES VISITEURS ÉTRANGERS en agissant contre la petite délinquance et en déployant le label Sécuri-site.

PROMOUVOIR

4 SIMPLIFIER LA TUTELLE ET LA PROMOTION DU SECTEUR
en créant un ministère du tourisme entièrement digitalisé et décentralisé, en rationalisation des multiples strates de promotion du tourisme (offices de tourisme, CDT, CRT, Atout France) et en renforçant le budget dédié à la promotion de la destination France à l'international.

5 FACILITER LES DÉMARCHES DES TOURISTES INTERNATIONAUX
en terminant la digitalisation de la procédure d'obtention des visas, et en permettant la détaxe directe dans les magasins au lieu d'une procédure supplémentaire en douane.

6 PARTICIPER À LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE
en augmentant de 2 € le coût des visas touristiques Schengen (80 € aujourd'hui) et de l'ETIAS (prévu à 7 € à partir de 2022) pour alimenter un fonds d'aide à la transition énergétique dans le tourisme.

VALORISER

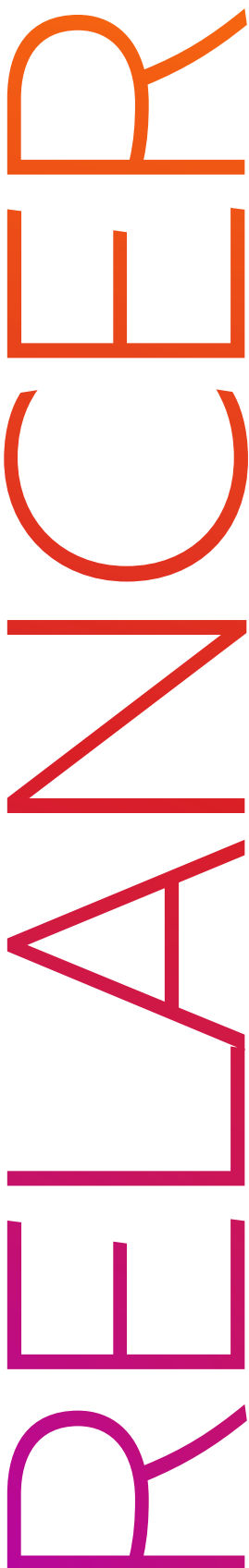
7 GARANTIR L'ATTRACTIVITÉ DE L'EMPLOI DANS LE TOURISME :
en offrant les conditions fiscales d'une hausse des salaires, en facilitant les procédures administratives d'accès des travailleurs immigrés et en créant les conditions de l'attractivité du secteur auprès des jeunes.

8 ENCOURAGER LA RÉNOVATION DES ÉTABLISSEMENTS VIEILLISSANTS
au travers d'un mécanisme d'incitation fiscale.

9 GARANTIR L'INCLUSION DES ACTEURS ÉCONOMIQUES LOCAUX AUTOUR DES JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES DE PARIS 2024

TRANSMETTRE

10 ASSURER LA PÉRENNITÉ DES ÉTABLISSEMENTS LORS DU DÉPART À LA RETRAITE DE L'EXPLOITANT
en mettant en place, en partenariat avec Bpifrance, un fonds d'aide à la transmission du patrimoine hôtelier afin d'aider les professionnels partant en retraite à trouver un repreneur et en créant un mécanisme incitatif d'« ACRE Tourisme ».



PROPOSITION 1: ABONDER LES FONDS PROPRES DES ENTREPRISES DU TOURISME

Palliatif temporaire à la crise de trésorerie que connaît l'hôtellerie française depuis mars 2020, la conception des prêts garantis par l'État ne permet pas d'envisager son remboursement par les professionnels du tourisme. Cela représentera à terme une charge considérable pour l'État garant des prêts, sans avoir produit l'effet attendu.

En effet, malgré l'année de décalage capital et intérêts, il n'est pas envisageable pour les professionnels du tourisme de rembourser l'équivalent de 25 % de leur chiffre d'affaires annuel en 6 ou 10 ans. L'envisager revient à méconnaître les marges des entreprises du secteur et leur endettement massif (l'économie du tourisme représente le secteur le plus endetté de France).

C'est d'autant plus vrai que la reprise des échéances, en mars dernier pose un problème structurel car les trésoreries fragilisées ne sont pas en mesure d'absorber à la fois cette charge supplémentaire et les coûts du redémarrage très partiel de l'activité.

C'EST POURQUOI NOUS PROPOSONS LES MESURES SUIVANTES:

- **La libération du secteur du poids des PGE** qui mettent en danger la survie des entreprises du tourisme. Cela peut être envisagé par la mise en place d'une indemnisation équivalente aux prêts souscrits par exemple, soit environ 25 % du chiffre d'affaires des entreprises concernées, correspondant à un coût estimé à environ 15 milliards d'euros. Pour ce faire, la France peut appliquer les dispositions de l'article 107 (2) (B) du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (régime de compensation directe des dommages).



- **La mise en place de nouveaux reports du remboursement des échéances des prêts antérieurs** afin de permettre de fléchir la trésorerie vers le redémarrage de l'activité. Ce décalage doit être automatique afin que la solvabilité de l'entreprise ne soit pas remise en question, ce qui impacterait profondément la capacité de financement de ces entreprises pour leur développement futur. Ce décalage doit être imposé par le gouvernement : Avec les cotations BDF au titre de la clôture des états financiers arrêtés au 31 décembre 2020 ou au 30 juin 2021, la réponse des banques est systématiquement que leurs règles prudentielles ne leur permettent pas d'accorder un tel nouveau report.
- **La stimulation du recours aux emprunts participatifs** afin de dégager rapidement de la trésorerie en impliquant l'épargne citoyenne.
- **L'annulation des charges sociales et fiscales dues pour la période 2020-2021** avec un remboursement des sommes déjà perçues par l'État : après cette année 2020 qui aura été une année blanche pour les professionnels du secteur, la trésorerie disponible dont impérativement être consacrée au retour à l'emploi et à l'activité dans les entreprises du tourisme. Cette demande concerne les charges sociales patronales (lorsque les employés ne sont pas mis au chômage partiel) et fiscales (IS, CET, taxes foncières, taxe locale sur la publicité extérieure, taxe balayage, droit de voirie, contribution à l'audiovisuel public, taxe sur les véhicules de société, taxe sur les bureaux, taxe d'enlèvement des ordures ménagères, taxe de séjour etc).

PROPOSITION 2: ASSURER UNE CONCURRENCE LOYALE AVEC LES ACTEURS NUMÉRIQUES

Depuis maintenant six ans, le secteur de l'hébergement touristique est confronté à l'apparition massive d'une nouvelle forme de concurrence en ligne. Les grandes plateformes numériques de type « Airbnb », qui agrègent, structurent, fixent les prix et les services pour le compte de particuliers ou d'investisseurs offrant à la location des appartements ou des résidences de vacances représentaient en juin 2021 près de 20 millions de nuitées en France, soit une concurrence frontale et massive avec l'hébergement touristique dit « traditionnel ».

Or cette concurrence se fait généralement de façon opaque, avec une traçabilité fiscale limitée, un suivi réglementaire difficile pour les communes, des cotisations sociales rarement réglées et une absence totale de normes de sécurité.

Les différentes lois votées depuis 2016 (République numérique en 2016, ELAN en 2018, Lutte contre la Fraude en 2018, Engagement et Proximité en 2019 et les différents PLF et PLFSS) ont contribué à créer un début de cadre réglementaire. Mais de nombreuses zones grises demeurent. Nous souhaitons que ces textes soient complétés afin que la concurrence entre les hébergements « traditionnels » et les meublés de tourisme soit la plus équitable possible.

- **Sur un plan réglementaire, nous demandons que l'enregistrement des meublés de tourisme soit rendu obligatoire sur l'ensemble du territoire français** et non plus uniquement dans quelques métropoles. La procédure de délivrance du numéro d'enregistrement, aujourd'hui gérée par les villes avec des moyens limités, devrait être confiée à l'État (la DGE travaille déjà sur un système d'API qu'il suffirait d'améliorer). Enfin, pour faciliter les contrôles a posteriori des enregistrements, nous suggérons d'inclure le numéro identifiant fiscal dans les éléments demandés lors de l'enregistrement. Il nous semble également important de prendre en compte la professionnalisation globale des acteurs du secteur et, en conséquence, de leur demander d'appliquer un certain nombre d'obligations réglementaires visant à protéger les clients: dispositifs de sécurité anti-incendie, protocoles sanitaires, accessibilité PMR, responsabilité pénale en cas de proxénétisme hôtelier...

- **Sur un plan fiscal, la question de l'application de la TVA est pour nous centrale.** Il nous semble que la mesure la plus efficace serait de rendre la collecte obligatoire pour tous les meublés de tourisme et d'en confier la responsabilité aux plateformes pour le compte des utilisateurs ne bénéficiant pas de numéro de TVA.
- **Concernant les cotisations sociales:** actuellement, les loueurs de meublés de tourisme sont assujettis aux cotisations sociales dès qu'ils dépassent 23 000 € de revenus annuels par le biais de leur location. Ce seuil nous paraît anormal dès lors qu'il est 23 % plus élevé qu'un SMIC brut annuel (pour lequel les cotisations sociales sont payées dès le premier euro) et très au-dessus du prix du marché (la société Airbnb avait déclaré que le revenu moyen d'un hôte était de 2000€). Il crée par ailleurs une exception spécifique aux meublés de tourisme puisque toute autre location en ligne (biens meubles) est assujettie aux cotisations sociales dès le dépassement du seuil de 20 % du plafond annuel de la sécurité sociale, soit 8 227,20 € en 2021. Nous proposons de supprimer cette exception et d'aligner le seuil d'assujettissement des meublés de tourisme avec celui des biens meubles, soit 20 % du plafond de la sécurité sociale.

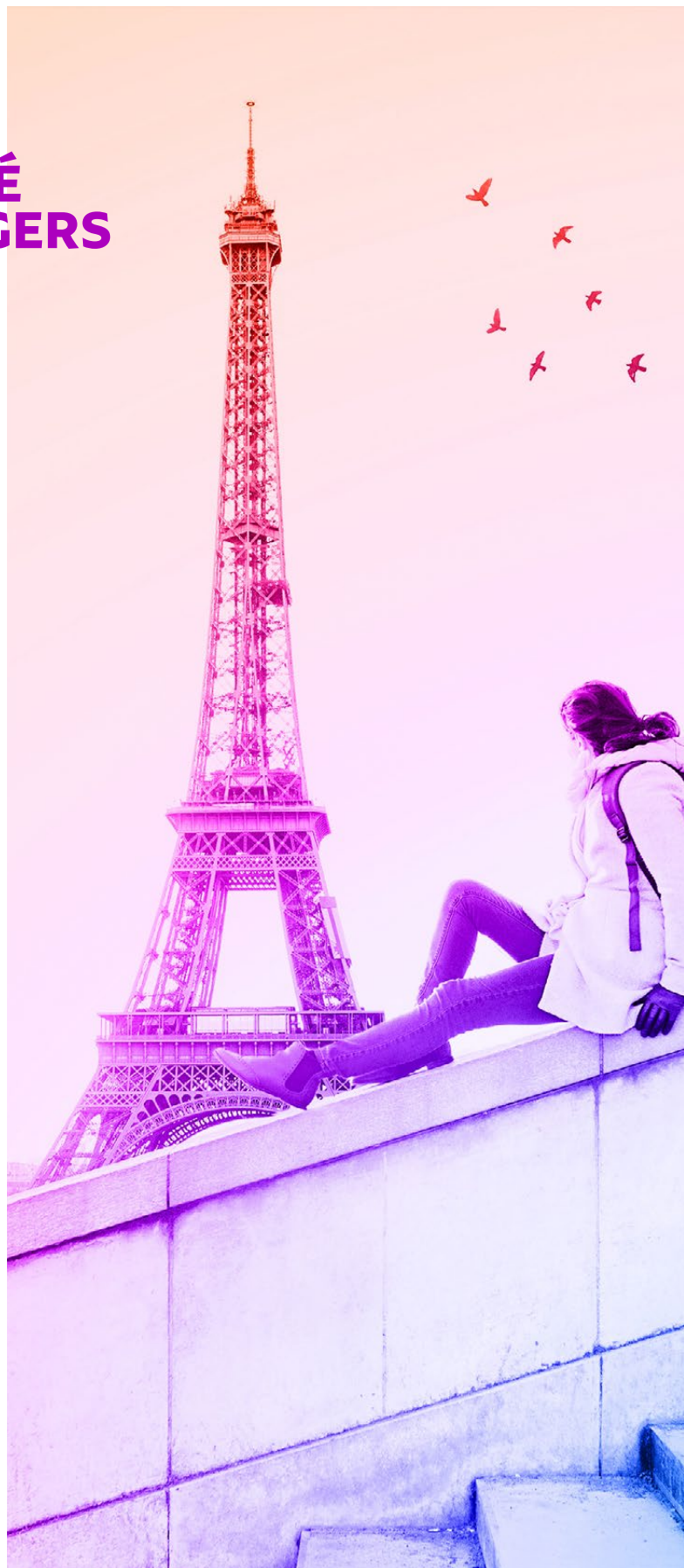
PROPOSITION 3: GARANTIR LA SÉCURITÉ DES VISITEURS ÉTRANGERS

Durement touché par les attentats terroristes durant la dernière décennie, notre secteur d'activité pâtit d'une image déplorable à l'étranger en matière de sécurité.

Entre les « no-go zones » répétées à l'envi par Fox News, la petite délinquance visant en particulier les touristes asiatiques – réputés pour transporter plus d'argent liquide que la moyenne – et les attaques récurrentes ces cinq dernières années contre les cars transportant des touristes en périphérie de Paris, l'image de la France à l'international s'est fortement dégradée dans nos principaux marchés extra-européens (États-Unis et Asie de l'Est).

POUR Y REMÉDIER, NOUS PROPOSONS :

- Que dans les zones de forte affluence touristique, **la police nationale soit en mesure de mettre en place des équipes spécialisées dans la protection des touristes**. Cette brigade, nécessairement bilingue, aurait pour tâche de lutter contre les incivilités que les visiteurs étrangers subissent et d'assurer ainsi une mission de visibilité afin de rassurer les touristes.
- **D'augmenter le nombre de caméras de vidéo-surveillance dans les grandes agglomérations** et principalement dans les endroits clos (métro). Cet élément de contrôle permettra de limiter le sentiment d'impunité et de faire diminuer la petite délinquance touchant la clientèle étrangère.
- **D'encourager le déploiement du label « Sécurité-Site »**. Ce label, initié par la Préfecture de Police de Paris, est à destination des hôtels et établissements touristiques prêts à s'engager dans un travail commun au service de la sécurité des touristes. Il met en avant les établissements ayant mis en place des mesures permettant de garantir la sécurité des visiteurs dans et aux abords de l'établissement.





PRO-MOVI-ER

PROPOSITION 4 : SIMPLIFIER LA TUTELLE ET LA PROMOTION DU SECTEUR

Face à l'intensification de la compétition touristique internationale, il est nécessaire de revoir la communication autour de la « Destination France » et de renforcer la promotion de la destination en ligne.

Il existe aujourd'hui une multitude de marques et de labels promus, plusieurs supports utilisés, et de nombreux acteurs impliqués dans la communication touristique française. Ce foisonnement participe de la non-clarté de l'offre et de la multiplicité des campagnes de promotion sans grande portée. Le secteur du tourisme souffre de cet éparpillement de ses organes de tutelle et de promotion. Il en résulte un manque de prise en compte des problématiques liées à l'industrie touristique par l'administration, des difficultés à la prise de décision et une dispersion des ressources pour la promotion à l'international.

AFIN DE RATIONALISER CES ENJEUX, NOUS PROPOSONS :

- **La création d'un Ministère du tourisme entièrement digitalisé, rattaché au ministère de l'Économie et des Finances** et impliquant directement des professionnels du secteur au sein de groupes de travail dédiés. Il s'agirait d'une première mondiale et la preuve que le secteur est capable de s'organiser en propre, de réfléchir à sa raison d'être, de pousser sa modernisation et de participer à l'intérêt général. Son rattachement à Bercy plutôt qu'au Quai d'Orsay permet d'assurer la responsabilisation de la Direction Générale des Entreprises, en charge du tourisme, quant à la prise en compte des enjeux du secteur.
- **La fin des multiples strates de promotion du tourisme**, toutes disposant d'un budget distinct. L'existence d'offices de tourisme (même dans des villes où leur utilité est très relative), de CDT, de CRT, le tout aux côtés d'Atout France, représente un coût important pour les finances publiques. Il convient donc d'unifier, de simplifier et de clarifier la promotion de la destination France en mettant en œuvre une stratégie digitale nationale, pilotée par l'agence de développement touristique, Atout France, elle-même orientée par le Ministère du Tourisme, et s'appuyant sur des « marques » ombrelles ayant une forte notoriété à l'international (Paris, Mont Saint-Michel, French Riviera, French Alps, Loire Valley, etc). Ce regroupement des compétences au sein de l'agence de développement touristique doit s'accompagner d'une hausse importante des moyens financiers mis à sa disposition. Actuellement, le budget d'Atout France, aux alentours de 85 millions d'euros, est équivalent à celui de l'agence de promotion du tourisme en Catalogne, région neuf fois moins peuplée que la France.

PROPOSITION 5 : FACILITER LES DÉMARCHES DES TOURISTES INTERNATIONAUX

Afin de s'adapter à la perspective d'accueil en France de plus de 130 millions de visiteurs à l'échéance 2030, il est indispensable que nous soyons en mesure de simplifier les procédures administratives que peuvent rencontrer nos visiteurs étrangers.

NOUS PROPOSONS NOTAMMENT :

- **De faciliter la procédure d'obtention des visas et d'anticiper leur numérisation.** De nombreux visiteurs potentiels habitent loin des consulats et des centres des visas. Il est donc nécessaire de leur faciliter la procédure afin de leur éviter de longs et coûteux allers-retours. **L'AToP propose de mettre en place une plateforme numérique de dépôt des dossiers de demandes de visas touristiques.** Grâce au numéro du passeport, il serait alors possible d'attribuer une autorisation d'entrée dans l'espace Schengen sans déplacement ni envoi du passeport, dont la validité serait vérifiée lors du passage en douane. Cette procédure simplifiée ne remet pas en cause la possibilité de convoquer le demandeur de visa dans un consulat ou un centre des visas en cas de dossier irrégulier ou litigieux.
- **D'étudier la possibilité, en partenariat avec les autres États-membres de l'Union européenne, d'élargir la liste des pays dispensés de visas touristiques** pour l'accès à l'espace Schengen. Il nous semble en effet particulièrement dommageable à l'économie du tourisme européen que parmi les principaux pays d'origine de nos touristes, certains soient toujours assujettis à une politique de visas. C'est notamment le cas de la Chine, second pays d'origine de nos touristes extra-Schengen, dont le nombre de visiteurs augmente très rapidement (+53% depuis 2010). Nous sommes convaincus qu'une politique d'ouverture en faveur de nos partenaires chinois renforcerait l'attrait de notre continent et les retombées économiques qui en découlent. D'autre part, la création de l'ETIAS en 2022, équivalent européen de l'ESTA, permettra malgré tout d'avoir une forme de contrôle sur les entrées sur le territoire national.
- **De permettre la détaxe directe en magasin pour les touristes extra-communautaires**, comme c'est déjà pratiqué aux États-Unis.

PROPOSITION 6 : PARTICIPER À LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

Le tourisme, secteur impliquant d'importants flux de population et aménagements en zones non-bâties, est naturellement concerné par son impact environnemental. Enjeu des décennies à venir, la question du tourisme vert et de l'impact carbone des établissements et de la consommation touristique implique de prendre d'importants virages en matière d'investissement.

Avec des marges faibles, de très fortes immobilisations de capitaux et une dette très forte, le secteur a aujourd'hui des difficultés à franchir le pas de l'investissement « vert ».

Pour y remédier, nous proposons la création d'un fonds d'aide à la transition énergétique permettant de co-financer les travaux mis en place par les entreprises du tourisme et visant à limiter leur impact sur l'environnement.

Ce fonds pourrait être financé par une augmentation de 3€ du coût des visas touristiques Schengen (80€ aujourd'hui), de l'ETIAS (prévu à 7€ à partir de 2022) et des taxes sur les billets d'avion internationaux. Cette augmentation relativement modeste permettrait de récolter annuellement plus de 130 millions d'euros.

PROPOSITION 7: GARANTIR L'ATTRACTIVITÉ DE L'EMPLOI DANS LE TOURISME

Le secteur du tourisme en général, l'hôtellerie-restauration en particulier, connaît d'importantes difficultés de recrutement depuis de nombreuses années. Ces difficultés ont été aggravées par la crise sanitaire, le maintien en activité partielle sur plus d'un an d'une partie du personnel, et les nombreuses démissions qui ont suivi le retour en emploi depuis le printemps 2021.

Pourtant, avec près de 2,4 millions de chômeurs en France au premier trimestre 2021, il nous semble nécessaire d'impliquer l'État dans le rapprochement de l'offre et de la demande, en nous aidant à améliorer l'attractivité du secteur.

NOUS PROPOSONS NOTAMMENT :

- **D'offrir les conditions fiscales d'une hausse des salaires.**
Cela pourrait se traduire par une baisse sectorielle des cotisations sociales en contrepartie d'une hausse automatique des salaires.
- **De valoriser les métiers de service** en encourageant les collégiens effectuant leur stage à découvrir, sur deux semaines dans l'année, l'industrie d'un côté, les entreprises de service de l'autre.
- **D'adapter les formations d'excellence aux métiers du tourisme :** Les professionnels du tourisme sont nombreux à dénoncer un manque de formation de leurs équipes aux langues étrangères, au savoir-être, aux attitudes à avoir face au client, au commerce et au marketing. Par ailleurs, les métiers du tourisme souffrent d'un déficit d'image et c'est souvent par défaut que, dès le lycée, les jeunes sont orientés vers les métiers de l'hôtellerie et de la restauration. Afin de répondre à ces deux



problèmes, l'ATOP propose de créer une « académie française de l'excellence de l'hôtellerie et de la restauration » sur le modèle de l'école de Lausanne et d'instituer au sein des grandes écoles françaises des filières d'excellence dédiées au tourisme et à l'hôtellerie-restauration. Ces grandes écoles pourraient à leur tour labéliser d'autres écoles qui proposent des formations reconnues et de qualité.

- **D'adapter l'enseignement en alternance aux spécificités de l'activité touristique** : L'alternance est le mode de formation privilégié pour les métiers du tourisme (notamment dans l'hôtellerie-restauration), très prisé des entreprises et des apprenants. Il permet de développer l'opérationnalité et le savoir-faire des alternants et de faciliter leur insertion dans le monde professionnel. Le principal enjeu réside dans l'adaptation du rythme de l'alternance. Les métiers du tourisme sont en effet fortement marqués par la saisonnalité et il semblerait logique de pouvoir adapter les contrats des alternants aux conditions particulières de l'activité touristique. Nous proposons donc de « régionaliser » le rythme des contrats d'alternance en fonction des pics d'activités des principales régions touristiques.
- **De faciliter les procédures administratives permettant de faire appel au personnel immigré.**

PROPOSITION 8 : ENCOURAGER LA RÉNOVATION DES ÉTABLISSEMENTS VIEILLISSANTS AU TRAVERS D'UN MÉCANISME D'INCITATION FISCALE

À moins de trois ans du début des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, et dans un contexte de tension sur la trésorerie des établissements, l'enjeu du rayonnement international de l'offre touristique française risque de se poser.

Le parc hôtelier français, soumis à des difficultés d'accès à l'emprunt des suites de la pandémie de COVID-19, aura dans les années à venir du mal à se moderniser et garder son niveau d'excellence. A terme, le risque est de se retrouver avec un parc hôtelier vieillissant, ne respectant plus les goûts et tendances du moment, et surtout hors d'état de respecter les nouvelles normes sanitaires et de sécurité qui ne manqueront pas d'être mises en place dans les années à venir.

Dans ce contexte, l'implication de l'État est nécessaire afin de garantir la qualité du parc hôtelier français à l'approche des Jeux Olympiques, et surtout de leur héritage pour la décennie à venir.

Nous proposons donc de **mettre en place une incitation fiscale pour permettre la rénovation des établissements touristiques vieillissants**, sur le modèle du dispositif créé par Julien Denormandie lors du PLF 2019, qui incite à la rénovation des anciens logements en accordant une réduction d'impôts au bailleur.

PROPOSITION 9 : GARANTIR L'INCLUSION DES ACTEURS ÉCONOMIQUES LOCAUX AUTOUR DES JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES DE PARIS 2024

Comme aime à le rappeler le Comité d'Organisation des Jeux Olympiques de Paris, « **Paris 2024 est un événement gigantesque, mais pas l'événement du gigantisme, réservé uniquement aux grands groupes** ». Pourtant, les noms des partenaires de l'événement ne rappellent pas ceux de PME locales : Coca-Cola, Airbnb, Bridgestone, Atos, EDF, Samsung et Orange seront bien les partenaires des JOP2024.

La place laissée au tissu économique local dans le cadre d'un événement de cette ampleur est un véritable enjeu économique autant qu'un défi logistique. C'est également un enjeu d'héritage pour un secteur du tourisme à qui l'on a promis des retombées économiques décennales.

Afin d'encourager la participation du tissu économique local au succès à venir des Jeux Olympiques, nous proposons :

- **D'encourager, en amont des JO et pour la période, les partenariats** entre les agences de voyages, les transporteurs et les hébergeurs avec différents sites touristiques à proximité des sites des JO pour inciter les touristes à visiter les sites d'île de France.
- **De garantir l'inclusion des acteurs économiques locaux dans l'organisation des événements sportifs internationaux en France.**

PROPOSITION 10 : ASSURER LA PÉRENNITÉ DES ÉTABLISSEMENTS LORS DU DÉPART À LA RETRAITE DE L'EXPLOITANT

Le secteur du tourisme est un secteur impliquant de fortes immobilisations de capitaux, un investissement constant pour mettre à niveau l'outil économique et des marges d'exploitation somme toute relativement faibles.

Cette problématique, exacerbée dans les zones rurales, pose des difficultés au moment du départ à la retraite des exploitants : le coût d'entrée pour un repreneur est alors démesuré par rapport aux revenus attendus.

Il en résulte de nombreuses fermetures d'établissements, souvent pourvoyeurs d'emplois, parfois seul lieu de convivialité d'un village.

AFIN D'INVERSER CETTE TENDANCE, NOUS PROPOSONS :

- **De mettre en place, en partenariat avec Bpifrance, un fonds d'aide à la transmission du patrimoine hôtelier** afin d'aider les professionnels partant en retraite à trouver un repreneur.
- **De favoriser la reconversion professionnelle vers le secteur du tourisme** en créant un mécanisme incitatif d'« ACRE Tourisme » permettant de bénéficier d'exonérations dégressives de charges sociales sur les trois premières années d'activité. Ce mécanisme incitatif doit être largement ouvert à tous les demandeurs – et non uniquement à ceux inscrits à Pôle Emploi comme c'est le cas pour l'ACRE – afin de créer un véritable effet bénéfique sur la transmission du patrimoine touristique.
- **De renforcer les aides à la formation professionnelle vers le secteur** afin d'encourager la reconversion professionnelle.



*Association
pour un Tourisme
Professionnel*

contact@atop.org
www.atop.org

18 rue La Boétie
75008 PARIS

in  [@atop_france](https://twitter.com/atop_france)