

Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: 54 (1974)
Heft: 4

Artikel: L'évolution du tourisme français
Autor: Ducray, Gérard
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-886375>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 14.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

L'évolution du tourisme français

« Je veux rendre aux Français le goût du bonheur » promettait Monsieur Valéry Giscard d'Estaing en clôturant sa campagne électorale dans le hameau montagnard du Chazelet.

Rendre aux Français le goût du bonheur, c'est notamment pour le responsable du tourisme français, leur rendre le goût d'une nature préservée, les aider à améliorer la connaissance qu'ils ont de leur pays, de leurs concitoyens, c'est enfin développer leurs qualités d'accueil.

Le tourisme est aujourd'hui un indice de progrès social. 25 000 000 de Français sont partis en vacances cet été, et si on ajoute ceux qui prendront leurs vacances cet hiver, ceux qui les prennent dans leurs résidences secondaires ou principales, c'est moins de 15 % des Français qui ne participent pas à ce mouvement de migration pour des raisons économiques. 15 % c'est encore beaucoup trop.

En tant que Secrétaire d'Etat au Tourisme, il va de soi que mon premier souci est de faciliter les vacances et les loisirs des Français, de tous les Français.

Depuis ma nomination, c'est sur cette voie que je me suis engagé.

Ma politique repose sur quelques idées « force » et veut promouvoir des objectifs précis.

Analyse, idée, force : c'est tout à la fois la continuité d'une politique touristique mise en place par mes prédécesseurs, l'affirmation plus poussée de la vocation interministérielle du tourisme, le souci de dialogue avec tous les agents socio-économiques ayant compétence en matière de tourisme.

I. — MA POLITIQUE

Messieurs Marcel Anthonioz et Aimé Paquet, par leurs actions complémentaires, ont tracé ce chemin.

Je ne prendrai qu'un exemple : celui de l'hôtellerie. Un effort particulier a été réalisé depuis 1964 en faveur de notre parc hôtelier. Tout d'abord, ont été aidés les hôtels de catégorie supérieure, ce qui correspondait au besoin d'améliorer dans ce domaine la situation de la France sur le plan international. Cet objectif atteint, une orientation nouvelle a été adoptée, qui a permis de poursuivre la modernisation, la normalisation et le développement de l'ensemble des catégories d'établissements hôteliers : c'est cette politique que je poursuivrai en l'adoptant.

C'est ainsi, que dans ce cadre, j'accorderai une attention toute particulière au développement de la petite hôtellerie rurale et de la moyenne hôtellerie à Paris.

Je souhaite d'autre part que soient resserrés les liens avec les autres départements ministériels qui sont concernés par la définition et la mise en œuvre d'une politique coordonnée d'aménagement de l'espace à des fins touristiques. Le Ministère de l'Intérieur notamment, avec la Datar et la Direction des collectivités locales, les Ministères de l'Agriculture et de l'Équipement, le Ministère des Affaires Culturelles...

C'est dans cette optique que seront poursuivies les actions déjà engagées en matière d'aménagement du littoral pour la protection des espaces.

Un outil a été créé : la base littorale de loisirs et de nature, cet outil doit maintenant être rendu opérationnel dans le cadre d'une étroite concertation avec les collectivités locales. Le littoral français est bien rare, il faut le protéger, il faut favoriser un aménagement qui s'appuie également sur l'arrière pays.

C'est aussi dans une optique interministérielle qu'il faut poursuivre le « plan Neige » : Certes, je n'envisage pas pour 1975 la création de nouvelles stations. Je veux surtout compléter l'équipement des stations existantes, je souhaite approfondir les études en cours concernant les sites encore vierges.

Tout ceci doit se faire dans un esprit d'ouverture et de concertation.

J'en viens maintenant aux objectifs sur lesquels je concentrerai une action plus spécifique pour 1975.

II. — LES OBJECTIFS POUR 1975

1° La promotion

Avec une rentrée de devises de l'ordre de 10 MM de Francs en 1973, le tourisme peut être considéré comme un des plus importants secteurs de notre commerce extérieur.

L'administration du tourisme a réussi à développer une politique cohérente de promotion dans les trois directions suivantes :

- Organiser l'offre touristique française par une action soutenue auprès des professionnels pour aboutir à une exploitation moderne et diversifiée du patrimoine touristique français.
- Jouer son rôle économique de promotion sur les marchés étrangers.
- Esquisser les actions à entreprendre sur le marché français.

laissez vos soucis d'argent au



PREMIERE
BANQUE
PRIVEE
FRANÇAISE

- le CCF vous envoie immédiatement un relevé de compte après chaque rentrée ou sortie d'argent
- le CCF vous accorde sans délai le prêt dont vous avez besoin
- le CCF étudie le placement qui vous convient
- le CCF est la Banque française la mieux placée pour traiter vos problèmes qu'ils soient : industriels, commerciaux ou touristiques. Ses origines helvétiques lui ont valu une situation privilégiée auprès de la majorité des Banques Suisses et de leur clientèle.

N'hésitez pas à consulter l'agence CCF la plus proche de votre domicile : elle vous documentera et vous conseillera.

CREDIT COMMERCIAL DE FRANCE

Siège social :

103 avenue des Champs-Élysées, 75008 Paris
59 agences à Paris et banlieue, plus de 200 dans toute la France

Filiale en Suisse :

CRÉDIT COMMERCIAL DE FRANCE Suisse S.A.
6, 8, place Longemalle, 1204 Genève

Elaboration des produits touristiques

Notre effort actuel consiste à organiser l'offre touristique française. Depuis quelques années, est apparue dans l'économie du tourisme la notion de « produits touristiques ». Pour surprenante qu'elle puisse paraître, en ce domaine où sembleraient devoir régner la liberté, l'imagination et l'improvisation, cette notion n'en recouvre pas moins une réalité qui s'impose aujourd'hui à tous les professionnels du tourisme.

L'attrait de certains voyages, jugés il y a peu d'années encore, difficiles à organiser, la démocratisation de nombreuses activités, l'essor du tourisme d'affaires et la multiplication des congrès, le développement récent du tourisme insolite : randonnées équestres, promenades sur les canaux, circuits de ski de fond par exemple, témoignent de possibilités extrêmement variées de fabrication de produits complets et homogènes.

Cette action est en effet un préalable à la prospection des marchés étrangers ou aux campagnes publicitaires incitant les Français à passer leurs vacances en France.

Actions à l'étranger

Pour ce qui est de la promotion à l'étranger nous ne pouvons pas ouvrir cette année de nouveaux bureaux. Nous continuerons à traiter avec la Compagnie d'Air France, qui assure la présence de nos services dans les pays où nous n'avons pas encore de délégation : Amérique du Sud, Pays de l'Est.

Il va de soi que la conjoncture nous oblige à transformer nos méthodes et à concentrer par priorité nos efforts sur des pays à devises fortes.

Une telle orientation a déjà porté ses fruits, puisque la France a connu cette année une augmentation du nombre des étrangers venant y passer des vacances, alors que les pays voisins connaissent dans le même temps une baisse dans ce domaine. Une diminution de 8 % du nombre des visiteurs en provenance des Etats-Unis a même été notée, cette diminution cependant a atteint 30 % sur l'ensemble de l'Europe.

Il faut donc continuer à mener des actions ponctuelles sur des « produits ». C'est le succès des campagnes promotionnelles sur le produit « France » aux Etats-Unis qui explique le résultat que je viens d'indiquer.

Actions en France

S'il est très important de prospecter des marchés à l'extérieur de nos frontières, il est tout aussi souhaitable d'intensifier notre effort afin d'obtenir que les Français passent leurs vacances en France. Certes, en ce domaine les mesures contraignantes ne sont pas de mise. Il faut plutôt avoir recours à des mesures d'incitation et de persuasion. La France est un beau pays qui présente en effet une variété de richesses naturelles considérable, trop souvent mal connues. L'administration du tourisme a le devoir de les faire connaître soit par les moyens habituels de publicité, soit en organisant des opérations ponctuelles comme « Châteaux en Bourgogne », « Châteaux en Auvergne », qui se sont soldées par une belle réussite. Mais, pour que les Français restent chez eux, il faut qu'ils y trouvent des hébergements suffisamment variés et des équipements de loisirs. La mise en place des uns et des autres constitue l'aspect social de notre politique.

J'évoquai plus haut notre effort en faveur de la petite et moyenne hôtellerie. Ce secteur ne constitue qu'un élément dans la gamme des hébergements sociaux que le Gouvernement a décidé d'encourager.

Il y a aussi et surtout le camping et les villages de vacances.

Tant dans le domaine du camping où de la progression régulière est d'environ 80 000 places par an, que dans celui des villages vacances ou la progression actuelle de 9 000 lits est supérieure aux prévisions du 6^e Plan (7 000 lits), les pouvoirs publics tiennent leurs engagements... les crédits de subvention à ces formes d'hébergement, en augmentation de 2 millions sur 1974, permettront de maintenir cet effort.

Nous travaillons actuellement à l'élaboration d'un plan camping qui prévoit de doubler en dix ans la capacité offerte, dont une première mesure en est incluse dans cette loi des finances à savoir la réduction de la T.V.A. de 17,5% à 7 % réclamée depuis longtemps et annoncée par Monsieur Giscard d'Estaing lors de la dernière campagne présidentielle.

D'autre part, en relation avec le Ministre de l'Agriculture, sera poursuivi le développement des gîtes ruraux et des formules d'accueil à la ferme.

Dans le même esprit, je tiens à ce que soient tentées des expériences de « Chambres d'hôte » dès l'année prochaine, qui rappelleraient des formules qui connaissent un grand succès dans les pays voisins :

— le « Bed and Breakfast » en Angleterre

ou

— le « Zimmer frei » dans les pays alpins et de langue allemande.

Pour ce qui est du tourisme en espace rural, je viens de présenter les orientations retenues en matière d'hébergement.

Le mode d'hébergement doit rester diffus pour respecter les paysages et le patrimoine bâti et rechercher l'intégration des vacanciers dans le milieu d'accueil. Des contacts seront établis avec la Fédération Nationale des Syndicats d'Exploitants Agricoles ; ils permettront, je l'espère, de faire définir par les agriculteurs eux-mêmes une politique dont ils doivent être les moteurs et les bénéficiaires.

Des hébergements, des équipements, le tourisme social c'est essentiellement jusqu'à maintenant, « l'aide à la pierre ». Nous envisageons de la compléter par une « aide à la personne », formule que nous étudions à l'heure actuelle.

Au moment de conclure, je voudrais insister sur la nouveauté que constitue désormais le rattachement de mon Secrétariat d'Etat à un grand Ministère de la Qualité de la Vie.

On peut concevoir en effet un tourisme seulement aménageur d'espace... ou seulement générateur de devises... ou seulement intéressé par les vacances. Ce n'est dans chacun de ces cas prendre en compte qu'un aspect du tourisme, au détriment des autres.

Le tourisme aujourd'hui s'intègre dans une politique des loisirs beaucoup plus vaste. Et sans doute, faudra-t-il bientôt par notre vocabulaire s'adapter aux nouvelles réalités : les vacances ne sont plus la vacuité que l'étymologie indique... le tourisme, c'est bien autre chose que les migrations estivales ou hivernales.

Concevoir une politique des loisirs et du tourisme pour tous les Français, pour tout lieu et en toute raison... voilà notre ambition. Car si l'homme contemporain a besoin du dépaysement annuel, il ne conçoit pas aujourd'hui le loisir comme trois semaines de bonheur dans onze mois de grisaille.

Le développement des loisirs péri-urbains, l'aménagement de la campagne française et de la moyenne montagne procèdent à cette volonté du Gouvernement : d'offrir à nos compatriotes des occasions beaucoup plus fréquentes de détente et de ressourcement. Et à cet égard, le rapprochement du Secrétariat d'Etat à la Jeunesse et aux Sports et du mien au sein du même ministère est une chose très heureuse.

Ainsi pensons-nous développer la politique cohérente de loisirs dont je viens de tracer l'esquisse. Pierre après pierre, nous continuerons l'édifice.