

Quand l'industrie du tourisme et l'image de la France paient les pots cassés de la grève

Article rédigé par *Le Figaro*, le 10 avril 2018

Source [Le Figaro] Quand les transports grincent, le tourisme grogne. La grève des personnels de la SNCF et d'Air France confirme la règle. Ces perturbations dans les transports arrivent à un bien mauvais moment car l'hôtellerie et ses services profitaient de l'élan provoqué par une excellente année 2017. Le tourisme reprenait enfin son souffle après une année 2016 morose, lorsque attentats, grèves et inondations s'étaient conjugués pour dissuader les touristes de choisir la France comme lieu de villégiature.

Mais voilà, les tensions sociales troublent une nouvelle fois l'industrie touristique et inquiètent Roland Héguy, président de l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie (Umih). «Si l'on va au bout de ce préavis de grève, nous assisterons à un recul du taux d'occupation des hôtels de 10 % pour le seul mois d'avril, assure-t-il. J'estime que l'on peut chiffrer en France les pertes du secteur touristique à environ 150 millions de pertes, rien que pour ce mois-là.» Cette évaluation n'est pas très éloignée de celle de Didier Arino, directeur général du réseau Protourisme, cabinet spécialisé dans les études et le conseil des entreprises du tourisme. Celui-ci estime, dans *La Croix*, que si le mouvement social devait durer trois mois comme annoncé, le manque à gagner de l'ensemble de l'industrie touristique sera de l'ordre de 500 millions. Une somme importante certes, mais qui reste très éloignée de la désastreuse année 2016 dont les pertes avaient été chiffrées à quelque 4 milliards d'euros.

Jean-Pierre Mas, président du syndicat professionnel les Entreprises du voyage, souligne pour sa part l'impact désastreux des mouvements sociaux auprès de la clientèle étrangère. «De plus, pour parler de ce sujet, les télévisions diffusent en boucle des images de foule à Montparnasse qui dataient des problèmes informatiques d'affichage, c'est dire...» Pour cet expert, d'autres destinations européennes, telles que l'Espagne ou l'Italie, peuvent directement profiter des incertitudes liées aux instabilités sociales françaises. «Ce n'est pas précisément quantifiable, mais le risque est réel, poursuit-il. Lorsqu'un client doit choisir une destination, il évite celles qui a priori offrent une image désastreuse.»

À ses yeux, les grèves ne pouvaient pas tomber à un plus mauvais moment. «Nous étions dans une période touristique positive qui est désormais remise en cause», souligne-t-il en rappelant l'impact de ces grèves sur les adhérents des Entreprises du voyage. Les réservations pour le mois de mai que l'on imaginait exceptionnel avec tous ses ponts ont régressé de 30 % sur la première semaine d'avril par rapport à celle de l'année dernière. Certes, il y aura sans doute du rattrapage. Mais la durée annoncée des grèves perlées peut inquiéter les clients.»