

Tourisme - Discours de M. Laurent Fabius, ministre des affaires étrangères et du développement international, lors de la signature des «contrats de destination» (Paris, 16/12/2014)

Mesdames et Messieurs les Ministres, les Parlementaires, les Élus territoriaux,

Monsieur le Directeur général d'Atout France,

Mesdames et Messieurs, Chers amis,

Je commencerai par deux évidences. Premièrement, le tourisme est un atout majeur pour notre pays - j'emploie souvent le terme de «trésor national» -, à la fois pour notre redressement économique et pour notre rayonnement international. Deuxièmement, la France est en matière touristique un peu comme un élève surdoué qui ne donne pas encore sa pleine mesure : je suis persuadé que notre pays «peut encore mieux faire» dans ce domaine. Comment ? En s'organisant davantage et en mettant en commun tous les efforts. C'est le sens de notre réunion d'aujourd'hui.

Dire que la France fait figure d'élève surdoué en matière de tourisme, ce n'est pas faire preuve d'arrogance. Aucun autre pays au monde ne dispose de tels atouts dans ce domaine. Une nature diverse et magnifique, un littoral somptueux en métropole et outre-mer, un massif montagneux unique, des villes parmi les plus belles, 38 sites classés au patrimoine mondial de l'UNESCO, 4 500 monuments historiques classés ou inscrits, 8 000 musées, des événements festifs de portée mondiale, des traditions gastronomiques et oenologiques régionales fortes, un art de vivre et un rayonnement qui séduisent bien au-delà de nos frontières.

Ces atouts expliquent que la France soit, depuis les années 1980, la première destination touristique au monde en nombre de visiteurs. C'est ce qui explique aussi que ce secteur soit une composante essentielle de notre économie, de notre vitalité locale. Plus de 2,2 millions d'emplois directs et indirects, soit près de 8 % de l'emploi en France. Près de 280 000 entreprises. Avec environ 7,5 % de notre richesse nationale, un secteur moteur pour l'activité. Un de nos premiers postes excédentaires dans la balance commerciale.

Mais, dans ce tableau, il existe aussi des ombres. Les deux principales ? D'abord, si la France est le premier pays au monde en nombre de touristes, elle ne l'est pas en termes de recettes - nous ne sommes que troisième derrière l'Espagne et les États-Unis. Les touristes viennent chez nous, mais ne restent pas assez longtemps, donc ne dépensent pas suffisamment. La seconde ombre, c'est que l'attrait touristique de la France se concentre sur notre magnifique capitale de Paris et sur deux ou trois régions. Cet attrait concerne beaucoup moins l'ensemble de notre pays, alors que - ce n'est pas vous qui me contredirez - tout notre territoire pourrait et devrait être concerné.

Pour améliorer cette situation, il y a une priorité : mieux organiser notre offre touristique, ce qui veut dire la rendre plus diverse et plus lisible. La majorité des touristes étrangers voient principalement la France à travers Paris. Or au-delà de Paris, atout maître, notre pays regorge d'autres destinations exceptionnelles. La France est riche de sa diversité. Encore faut-il faire connaître ces destinations, les promouvoir efficacement, les rendre accessibles auprès des touristes français et étrangers. Aucune de nos régions, aucun de nos terroirs ne manque de personnalité, mais la visibilité, elle, manque encore à beaucoup.

Accomplir ce travail est indispensable. Le tourisme est un secteur en plein essor mondial : 1 milliard de touristes aujourd'hui dans le monde, 2 milliards en 2030, avec une compétition accrue des destinations. Si nous savons profiter de la croissance du secteur et l'organiser, ce sera une formidable opportunité pour l'emploi, pour nos entreprises et pour notre action extérieure. Des touristes heureux de leur séjour sont les premiers ambassadeurs de notre pays et l'inverse est vrai. Et les touristes viendront d'autant plus facilement chez nous et resteront d'autant plus longtemps qu'ils connaîtront la diversité de nos destinations. Il est clair que Paris restera le point principal d'entrée des touristes, mais nous ne pouvons pas accueillir tout le monde au Louvre ! Les touristes doivent aller à la rencontre de toutes les régions de France. C'est pour y parvenir que nous avons mis en place les «contrats de destination».

Un mot sur ces contrats, avant de dévoiler l'identité des lauréats.

Le contrat de destination, c'est un outil de développement touristique qui fédère tous les acteurs d'un même territoire, au service de ce territoire. L'objectif ? Promouvoir une «marque de territoire», comme on parle d'une «marque» commerciale, en mettant en commun toutes les forces - celles de l'État, des collectivités, des chambres de commerce et autres structures économiques, celles des professionnels du tourisme, mais aussi des hébergeurs, des transporteurs, des prestataires d'activités culturelles, sportives et de loisirs. «L'union fait la force». C'est ce principe qui se trouve au fondement des contrats de destination.

On entend souvent que l'État doit de plus en plus fonctionner en réseau, faire collaborer les différents acteurs, publics et privés, d'un même secteur. C'est exactement cela, les contrats de destination. Or dans le domaine du tourisme, nous avons trop longtemps fonctionné « en tuyaux d'orgue », chacun dans son coin, sans nécessairement nous préoccuper des autres. C'est l'inverse qu'il faut viser : conjuguer nos forces, concentrer les énergies, rechercher les économies d'échelle, en dépassant les délimitations administratives traditionnelles et les habitudes de cloisonnement. L'objectif c'est l'efficacité.

J'en viens au moment le plus important : l'annonce des contrats retenus.

Le comité de sélection des contrats de destination s'est réuni en novembre. Une quarantaine de dossiers avaient été reçus. Pour cette première série de contrats, le comité en a retenu onze. Selon trois critères simples : une lisibilité suffisante de la « marque de territoire » au plan international. Il y a des propositions qui étaient très bien faites mais tellement ponctuelles que les exposer sur le plan international les auraient desservies ; l'association du plus grand nombre possible de partenaires et une organisation proposée claire. Le jury m'a expliqué que, dans certains cas, on avait retenu ou exclu certains partenaires et cela ne peut pas fonctionner ainsi ; le troisième critère c'est l'adéquation du budget avec les objectifs de promotion internationale. Quand on regarde ce qui se passe à l'étranger, les budgets sont beaucoup plus élevés même si nous allons donner un petit coup de pouce.

Les onze destinations sélectionnées sont, par ordre alphabétique : les Alpes ; l'Auvergne ; la Baie du Mont Saint-Michel ; Biarritz ; Bordeaux ; la Bourgogne ; Lyon ; le massif des Vosges ; les montagnes du Jura ; la Normandie et l'Île-de-France ; le Val-de-Loire.

Cette première sélection, vous le voyez, est très variée. Elle l'est géographiquement. Elle l'est thématiquement : la montagne avec les Alpes, les Vosges et le Jura ; le patrimoine architectural avec les châteaux de la Loire ; la gastronomie avec Lyon ; l'œnologie avec Bordeaux et la Bourgogne ; les arts avec l'impressionnisme en Normandie et en Île-de-France ; le sport avec le golf à Biarritz ; la santé et le bien-être avec l'Auvergne. Plusieurs de ces destinations comportent plusieurs de ces atouts. Les atouts touristiques de notre pays sont multi-facettes, cette sélection de contrats de destination l'est aussi. Toutes mes félicitations donc aux représentants de ces destinations ici présents ! Vous le méritez car vos dossiers étaient vraiment d'excellente qualité.

Nous avons d'ailleurs reçu beaucoup d'autres dossiers de qualité. Le potentiel était là, mais le comité a estimé qu'un travail complémentaire était nécessaire. Je donne donc un nouveau rendez-vous au printemps prochain : nous lancerons un nouvel appel d'offres et nous sélectionnerons une nouvelle série de contrats de destination d'ici mars 2015, y compris certains parmi ceux non retenus aujourd'hui et retravaillés.

Mesdames et Messieurs, Chers Amis

Avec ces onze premiers contrats sélectionnés, un pas est accompli pour améliorer la diversité et la lisibilité de notre offre touristique. Je l'avais annoncé lors de la clôture des Assises du tourisme en juin dernier. Six mois plus tard, c'est fait : les premiers contrats de destination seront signés dans un instant. Chacun de ces contrats sera doté d'une somme de 75 000 euros sur trois ans, avec un premier versement de 32 500 euros avant Noël. L'objectif est maintenant que tous les partenaires se mettent au travail pour réaliser la feuille de route tracée dans leur réponse à l'appel d'offres : créer des outils de promotion touristique forts et innovants ; se concentrer sur une ou deux thématiques porteuses ; agir en direction de quelques « marchés cibles », qui correspondent aux clientèles visées en priorité.

En résumé, mieux communiquer sur nos destinations et mieux les promouvoir au plan international, c'est l'une des clés du succès touristique de la France dans les années qui viennent. Les contrats de destination sont une des nombreuses décisions prises pour renforcer le tourisme dans notre pays. Je suis persuadé que, ensemble, nous sommes capables de montrer, aux touristes français et du monde entier que la France peut se savourer de multiples façons et que beaucoup de choses en France leur restent à découvrir. Je veux remercier le comité qui a beaucoup travaillé et distinguer maintenant les lauréats qui vont repartir avec un financement dont une partie arrivera avant Noël./.