

Le tourisme : quelle ambition pour la France ?

Par Laurent FABIUS

Ministre des Affaires étrangères et du Développement international

Le tourisme est pour la France un trésor national, auquel les *Annales des Mines* consacrent à juste titre ce numéro spécial.

C'est un trésor économique, en plein essor mondial : aujourd'hui 1 milliard de touristes à travers la planète, 2 milliards en 2030. Nous nous donnons comme objectif de capter une part significative de cette augmentation des flux : nous recevons aujourd'hui en France 84 millions de touristes étrangers ; l'objectif, ce sont les 100 millions en 2020, avec des durées de séjour plus longues. Si nous y parvenons, ce sera une opportunité formidable pour nos emplois – non délocalisables –, pour nos entreprises, pour notre commerce extérieur. Mais c'est aussi un trésor humain, par la diversité des métiers du tourisme et par les échanges qu'ils permettent. C'est enfin un trésor pour notre rayonnement mondial, car il n'est pas de meilleur ambassadeur que des touristes satisfaits de leur séjour en France.

Pour promouvoir notre tourisme, j'ai souhaité lors des Assises de juin 2014 qu'une série de mesures concrètes soient prises.

Nous nous sommes d'abord efforcés de mieux promouvoir notre offre touristique par diverses décisions. Pour rendre plus visibles nos grandes destinations régionales, choix et annonce de 11 « contrats de destination », avec des co-financements d'État ; mise en place de 5 « pôles d'excellence » afin de mettre en valeur nos atouts thématiques (gastronomie et œnologie, écotourisme, tourisme artisanal, tourisme urbain et nocturne, tourisme de montagne et sportif) ; organisation de grands événements pour promouvoir notre gastronomie et notre œnologie, avec en particulier le lancement du Guide Michelin 2015 au Quai d'Orsay et l'opération Goût de France, en mars dernier, sur les cinq continents.

Nous avons pris diverses mesures pour améliorer l'accueil des touristes : délivrance des visas en moins de 48 heures en Chine, Inde, Afrique du Sud et dans plusieurs pays du Golfe ; avancée du chantier de la liaison Charles de Gaulle-Express qui permettra à terme de rejoindre Paris en vingt minutes ; réaménagement engagé de la Gare du Nord ; SMS de bienvenue aux touristes chinois dès leur arrivée sur le sol français ; plan « sécurité touristes » de la préfecture de police de Paris et dans d'autres villes, car la sécurité est un élément important de l'accueil ; émission « Midi en France » sur France Télévisions, avec un prix « Sourires de France » pour celles et ceux qui incarnent le mieux dans nos régions l'accueil et l'excellence du service. Dans un autre registre, la modification du calendrier scolaire pour les vacances de Pâques devrait avoir des conséquences positives sur la fréquentation touristique. Bref, à la fois de grandes décisions et des décisions modestes, allant toutes dans le même sens, celui de l'accueil.

Nous avons cherché aussi à améliorer la compétitivité des entreprises du tourisme : en simplifiant le cadre législatif et réglementaire, avec une ordonnance du 26 mars 2015 ; en permettant l'ouverture des magasins le dimanche dans les zones touristiques internationales ; en modernisant la taxe de séjour sans porter atteinte à l'attractivité touristique.

Aujourd'hui, la plupart des décisions que j'avais annoncées l'an dernier lors de ces Assises du tourisme sont appliquées ou en cours d'application – notamment par notre opérateur chargé du tourisme, Atout France. Dans l'ensemble, ces mesures ont été jugées positives. Pour autant, il reste beaucoup à faire.

En juin, à l'occasion de la remise du rapport final du Conseil de promotion du tourisme, j'ai donc ouvert une nouvelle étape, une « phase 2 » de notre action. J'ai retenu une vingtaine de mesures, qui concernent quatre domaines essentiels composant ce que j'appelle le « carré du succès » : le numérique, l'accueil, la formation, l'investissement. Dans ces quatre domaines, notre tourisme est jusqu'ici insuffisamment performant. Nous allons donc concrètement avancer sur les quatre côtés du carré.

Le numérique, d'abord, qui est et sera de plus en plus important dans chaque expérience touristique et dans tous les métiers du tourisme. Exemple : un nombre croissant de touristes réservent leur voyage sur Internet en se fondant sur les recommandations d'autres internautes, et ils partent à la découverte de leur lieu de vacances grâce à des outils innovants de géolocalisation. Qu'il s'agisse des touristes ou des professionnels, à chaque étape de la chaîne de valeur et d'action, le numérique est devenu central. Le tourisme français peut y trouver soit un levier puissant de développement, soit un

risque de décrochage si les avancées nécessaires n'y sont pas menées et vite. Nous devons donc promouvoir plus efficacement la destination France. Développer et protéger nos marques – régionales, thématiques ou d'entreprises. Établir un meilleur équilibre entre les acteurs traditionnels du tourisme et les nouveaux acteurs du numérique. Nous devons aussi disposer d'infrastructures et de services de haut niveau, en permettant une couverture Internet de qualité sur tout le territoire – c'est l'objet du « Plan France Très Haut Débit » en cours de déploiement – et un accès plus large au *wifi* gratuit dans les lieux touristiques. Nous devons, enfin, disposer d'opérateurs de taille mondiale, compétitifs, qui puissent conquérir de nouveaux marchés.

L'accueil. Quand on interroge les étrangers sur le pays qu'ils souhaiteraient visiter en priorité, la France arrive en général en tête. C'est un immense avantage. Sans arrogance, nos atouts sont reconnus dans le monde : la diversité de nos paysages, la richesse de notre patrimoine matériel et immatériel, la qualité de notre cuisine et de nos vins, le dynamisme de notre vie culturelle, tous ces atouts contribuent, avec d'autres, à faire de la France un pays touristique phare. Pour autant, il reste des marges de progression notables en matière d'accueil. Cet enjeu implique des efforts de tous les secteurs – l'hôtellerie, la restauration, les transports, l'administration... – et de chacun de nous individuellement : nous devons améliorer notre réputation en matière d'hospitalité et de convivialité.

La formation. Seules une offre et une pratique renforcées de formation permettront de valoriser ces métiers comme ils le méritent et d'offrir un service d'excellence. En nous inspirant de la Conférence des grandes écoles, nous allons créer une Conférence des Formations d'Excellence du Tourisme (CFET). Aujourd'hui, plusieurs écoles françaises de tourisme sont reconnues pour leur qualité : je pense notamment à l'École Ferrandi à Paris, à l'Institut Paul Bocuse à Ecully, près de Lyon, ou au Lycée hôtelier de Thonon. Il en va de même pour certaines de nos universités, ou certains organismes de formation continue. Mais aucune structure n'existe pour les mettre en réseau. Ce sera le rôle de la CFET, qui aura pour mission prioritaire de renforcer la visibilité internationale de nos formations d'excellence en matière de gastronomie, d'hôtellerie et de tourisme. Nous devons aussi développer la formation en ligne, le « *e-learning* », et disposer d'une recherche d'excellence consacrée au tourisme.

L'investissement. Pour bien accueillir à la fois les touristes français et les 100 millions de touristes étrangers qui constituent notre prochain objectif, non seulement à Paris ou sur la Côte d'Azur mais sur l'ensemble de notre territoire, il faut que nos hébergements et nos infrastructures touristiques soient en qualité et en nombre suffisants dans l'ensemble de notre pays. Les besoins sont importants. Dans les stations de montagne et du littoral, l'hébergement a souvent vieilli : la rénovation est nécessaire. Dans nos régions, la capacité d'accueil hôtelière est parfois trop faible pour attirer le tourisme d'affaires, de salons et de congrès, ou pour faire face à la demande croissante en matière d'œnotourisme ou de croisières maritimes et fluviales. Pour répondre à ces besoins, un Fonds d'Investissement Tourisme (FIT) sera mis en place par la Caisse des dépôts et consignations : il devrait voir le jour à l'automne 2015 et permettre, grâce à l'implication d'autres investisseurs institutionnels, la mobilisation de plusieurs centaines de millions d'euros. D'autre part, j'ai demandé au Commissaire général à l'investissement, M. Louis Schweitzer, de travailler à une enveloppe financière qui sera dédiée au tourisme dans le cadre du troisième Programme d'investissements d'avenir (« PIA 3 ») : cette enveloppe verra le jour en 2016 et sera à la disposition des entreprises. Ces deux mesures concrètes apporteront une contribution positive, demandée depuis longtemps par les professionnels, à la relance nécessaire de l'investissement dans le secteur touristique.

Voilà les quatre chantiers précis – le numérique, l'accueil, la formation, l'investissement – qui seront menés de front et rapidement si nous voulons, face aux concurrents et à l'augmentation de la demande, tenir notre rang de première destination touristique mondiale, générer plus de ressources et d'emplois, améliorer notre compétitivité et notre attractivité. Ces mesures seront renforcées au fur et à mesure par d'autres. Un trésor, cela se protège, s'entretient, se fait connaître et se développe. C'est l'objectif de toutes ces décisions. Oui, le tourisme est bien un trésor pour la France.