

TOURISMES



Le journal du Club France Terre de Tourisme

Interviews



Pascal TERRASSE

Député - Président du Conseil général de l'Ardèche
Vice-président du Club (PS)

Vous êtes Président du Conseil général de l'Ardèche, quel rôle l'agence de développement touristique de l'Ardèche joue-t-elle pour le tourisme de votre département?

L'agence de Développement touristique a remplacé en 2009 le Comité Départemental du Tourisme qui venait de fêter ses 50 ans. Cette transformation se voulait un signal fort à destination des professionnels et des acteurs du tourisme.

Sa mission principale est d'assurer l'interface permanente entre la demande et l'offre. L'ADT est aussi une instance de conseil. Nous bâtissons les grands axes du schéma départemental de développement touristique, sur la base de ses propositions et de ses analyses. Les enjeux sont considérables. Nos principaux objectifs sont de tendre vers une saison élargie de Pâques à la Toussaint, de mieux diffuser les flux sur les territoires, d'accroître les retombées économiques et l'emploi durable et bien sûr d'améliorer la qualité et de créer de nouveaux produits. L'agence de Tourisme est notre fer de lance qui

doit nous permettre d'atteindre ces objectifs. Enfin, l'ADT est un outil irremplaçable de promotion et de développement du tourisme. Aujourd'hui, l'Ardèche est probablement l'un des seuls départements français dont la notoriété rivalise avec le nom de régions célèbres. Mais il ne faut pas s'endormir sur nos lauriers. C'est pourquoi nous avons donc fait le choix d'une stratégie offensive.

Quelles relations entretenez-vous avec les autres acteurs institutionnels du tourisme ?

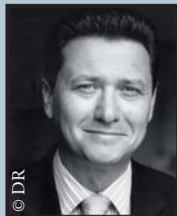
Le Conseil Général entretient directement et via l'ADT des relations régulières avec le CRT. La mission d'Ingénierie touristique Rhône-Alpes travaille très directement et très efficacement avec l'ADT. Le lien avec la région existe aussi pour certaines opérations de promotion, mais à un degré plus limité compte tenu de la notoriété spécifique de l'Ardèche par rapport à celle de Rhône-Alpes.

L'Ardèche ne dispose pas de gros offices de tourisme car aucune ville n'atteint le seuil de 20.000 habitants. C'est une de ses particularités. Aussi les OT-SI sont-ils aidés directement par le Conseil Général. Enfin, il existe un réseau de regroupements d'OT-SI, pour lesquels le département et la région sont des partenaires réguliers pour des opérations d'animation de réseau et de promotion.

ÉDITO

Thierry BAUDIER

Délégué général



Même si les chiffres de l'année 2009 n'ont pas été aussi mauvais qu'on pouvait le craindre, le contexte économique et financier suscite légitimement des interrogations sur les perspectives du tourisme international au cours des prochains mois. Les pronostics sont particulièrement délicats à établir tant la conjoncture est fluctuante et la réactivité des clientèles soumise à de nombreux paramètres. La crise actuelle aura un impact très important sur l'avenir, sans même évoquer les conséquences dramatiques sur les activités de transport et de tourisme du nuage volcanique Islandais. Dans le même temps, on assiste au triomphe du marketing et de la publicité avec des marques de plus en plus globales et puissantes, des médias très diversifiés, une forte montée en puissance d'Internet et une accessibilité accrue des destinations tant en termes de transport que de modes de réservation. Plus que jamais la question de l'attractivité est stratégique.

L'attractivité de la France, c'est celle des territoires qui la composent et des produits qui les animent. La richesse de la France - tant par sa géographie physique que par son patrimoine historique et culturel - est de ce point de vue la plus séduisante possible dans un concert concurrentiel chaque jour plus tendu.

A l'heure où des choix politiques structurants vont être faits en matière d'investissement public et d'organisation administrative, c'est bien parce que l'économie touristique est par essence une économie territoriale qu'il nous est apparu opportun d'amorcer la réflexion sur les conséquences pour l'organisation institutionnelle du tourisme en France de la réforme annoncée de l'architecture politico-administrative de notre pays.

En 1996 dans un rapport présenté devant le C.E.S. (Le Tourisme, un atout à développer), M. Fernand Chaussebourg soulignait déjà comme un problème : « celui du cadre territorial dans lequel doit s'exercer l'action touristique... »

A l'occasion d'un dîner-débat que nous avons organisé le 23 février dernier, chaque fédération nationale de tourisme a été invitée à exprimer son point de vue pour éclairer la réflexion et mieux sensibiliser les parlementaires membres de notre Club aux enjeux et aux préoccupations des uns et des autres.

Vous trouverez, dans ce deuxième numéro, la synthèse des réponses au questionnaire que nous avons adressé aux députés et sénateurs.

Si le terme caricatural de « mille-feuilles » trop souvent (mal) employé pour décrire l'organisation territoriale française est sans doute inadéquat, il apparaît cependant comme une évidence que les missions des uns et des autres doivent être précisées et le rôle de chaque acteur mieux encadré ; avec un objectif de développement actif de meilleures synergies stratégiques et opérationnelles entre des échelons territoriaux pertinents, adaptés à la réalité des opérateurs et du terrain, et, dans un souci constant de recherche d'économies budgétaires.



Daniel FASQUELLE

Député-Maire du Touquet
Président du Club (UMP)

Quelles questions la réforme des collectivités territoriales va-t-elle soulever pour le tourisme ?

Les lois successives ont accordé des attributions étendues aux différentes collectivités sans définir clairement le rôle de chaque niveau. Aujourd'hui, chacun peut constater des doublons. La nouvelle réforme devra mieux organiser, clarifier, et donc permettre à tous d'être plus efficaces.

Nous devons nous interroger sur le rôle de l'Etat en matière de promotion du tourisme et en matière réglementaire mais également sur les relations qu'il entretient avec les différents acteurs territoriaux du tourisme. Il en sera de même pour chacun des acteurs institutionnels du tourisme : quel sera leur rôle ? quelles seront leurs compétences ? quelle coordination ?

Le débat est lancé. Il importe que les professionnels du tourisme s'en emparent et qu'ils puissent faire passer leurs messages.

Qu'attendez-vous de cette réforme ?

Cette loi devra tout d'abord clarifier le rôle de chacun, mieux définir les responsabilités (notamment dans la promotion de la destination), et enfin mieux organiser le travail en commun. Il ne s'agit pas de remettre en cause l'identité de tel acteur et de tel niveau. D'ailleurs, aujourd'hui, l'action de chaque niveau est utile.

La loi devra clarifier l'exercice du pouvoir réglementaire en matière de tourisme, qui est aujourd'hui partagé entre Atout France, l'Etat et les comités départementaux du tourisme.

Mais cette réforme devra surtout faire preuve de pragmatisme. Nous devons adapter notre système au touriste et non pas attendre que le touriste s'adapte à notre système. Lorsque les limites administratives ne sont pas adaptées aux attentes de la clientèle, nous devons pouvoir les dépasser. Les acteurs locaux du tourisme ont besoin que la loi leur laisse de vraies marges de liberté pour coller au mieux aux destinations et aux réalités des territoires.

La dernière chose : si nous voulons que nos collectivités territoriales puissent être des véritables locomotives pour le tourisme dans nos territoires, il leur faudra pouvoir disposer de moyens nécessaires. Ce qui n'est pas le cas actuellement. Une réforme de la dotation globale de fonctionnement pourrait constituer une piste intéressante à explorer.



Pierre HÉRISSON

Sénateur de Haute-Savoie
Vice-Président du Club (UMP)

« JO 2018 : la candidature d'Annecy, j'y crois »

Le premier dîner débat du Club portait sur la politique française des grands événements et la candidature d'Annecy aux Jeux Olympiques de 2018 a été largement évoquée. Où en est cette candidature ?

Aux côtés des responsables officiels de la candidature d'Annecy aux JO, j'ai été associé aux travaux ce qui m'a permis de rencontrer les porteurs des candidatures allemandes et coréennes à Vancouver.

J'ai pu constater à cette occasion que nous sommes les outsiders. Mais le propre des outsiders, c'est qu'ils peuvent gagner !

Je crois fortement en la candidature d'Annecy.

Notre candidature possède de nombreux atouts. Tout d'abord, notre espace géographique qui est parfaitement approprié. Le ski alpin dans les Alpes, ça a du sens, n'est-ce pas ? Par ailleurs, les infrastructures routières, ferroviaires et d'hébergement dont les Jeux ont besoin, existent déjà pour l'essentiel ! Il nous reste à créer celles nécessaires aux sports de glace avec pour ambition de faire d'Annecy le lieu d'entraînement et de compétition européen de ces disciplines : patinage, curling, hockey sur glace, etc.

Quel serait l'impact de ces jeux ?

Ces jeux constituent un excellent investissement dans lequel nous ne devons pas craindre de nous engager. Nous ne pouvons pas dire qu'ils ne coûteront rien, mais ce ne seront pas les « jeux du fric », et

je pense que ce discours, dans la période de crise que nous traversons, doit être entendu par le Comité International Olympique.

Les grands événements sont un levier extraordinaire pour l'économie touristique, culturelle et sportive et pour l'aménagement du territoire de notre pays. C'est le constat que nous avons tiré du premier dîner-débat du Club France Terre de Tourisme.

Il suffit de voir ce que les jeux d'Albertville ont apporté à la Savoie ! Personne ne conteste aujourd'hui l'intérêt de la trace économique et sportive laissée par cet événement. La fréquentation internationale des stations de sport d'hiver du département leur doit beaucoup. Une nouvelle dynamique sportive et touristique a été engendrée pour les 20 années qui ont suivi. Ce sera la même chose avec les jeux d'Annecy, c'est pour cela que nous devons soutenir cette candidature !



Sommaire

Page 1



Édito de Thierry Baudier - Interviews : Pascal TERRASSE, Député - Président du Conseil Général de l'Ardèche, Pierre HÉRISSON, Sénateur de Haute-Savoie, Daniel FASQUELLE, Député-Maire du Touquet

Page 2



Dossier : Réforme des collectivités territoriales et tourisme : Les parlementaires s'expriment - Interviews : Jean BURTIN, Président de la FNOTSI - Jean-Pierre SERRA, Président du RN2D, André CHAPAVEIRE, Président de la FNCRT

Page 3



Dossier : L'organisation territoriale du tourisme - Ils ont dit : Christine LAYMARD, DG de l'ANMSM, Sophie MORIN, SG de la DGCS, Rudy SALLES, Député des Alpes-Maritimes, Géraldine LEDUC, DG de l'ANMSCCT
Témoignages : Henriette MARTINEZ, Députée des Hautes-Alpes, William DUMAS, Député du Gard

Page 4



Témoignages : Gérard BRÉMOND, PDG, Pierre et Vacances - Alain JACQUIER, Pt, Société Central Hôtel - Germain LELARGE, Directeur, La France du Nord au Sud - Thomas PEAUCELLE, Directeur de la stratégie, Ineo Groupe GDF-Suez - Courier de Bruno LEMAIRE, Ministre de l'agriculture - Un premier dîner "événement"

Les parlementaires s'expriment

Le Club France Terre de Tourisme a envoyé en janvier dernier, un questionnaire à l'ensemble des parlementaires. Ce questionnaire visait à mieux connaître l'image qu'ils ont du tourisme et leurs attentes concernant l'organisation territoriale du tourisme. 10% des parlementaires y ont répondu, ce sont donc 90 questionnaires qui ont été retournés au Club France Terre de Tourisme.

Le tourisme, un enjeu connu et reconnu par les parlementaires

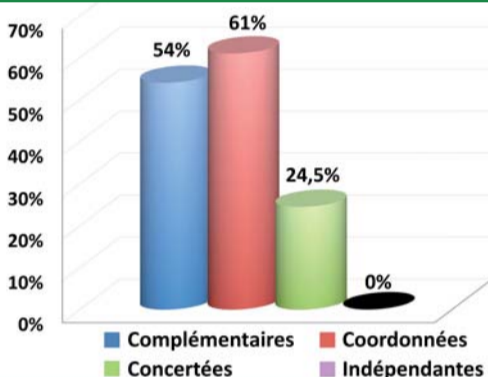
Les parlementaires qui ont répondu au questionnaire ont dans leur majorité une bonne connaissance du secteur touristique et de son rôle économique.

Une majorité d'entre eux (55%) estiment que le **tourisme n'est pas suffisamment pris en considération dans les politiques économiques nationales**, constat partagé par le Club France Terre de Tourisme. Il est donc plus que jamais essentiel de mobiliser les parlementaires pour que le rôle du tourisme soit enfin reconnu à sa juste valeur.

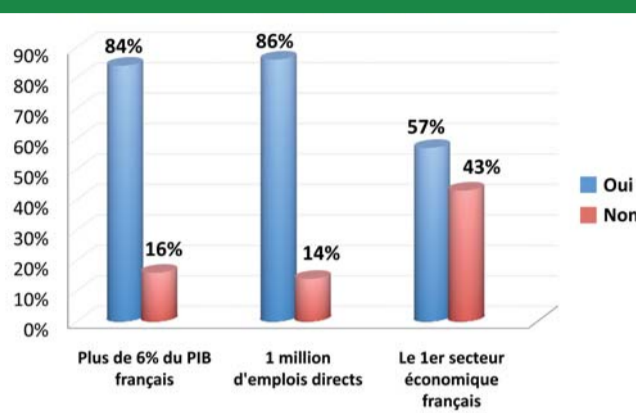
Pour 38% des parlementaires, **l'intérêt principal du tourisme pour notre pays est sa contribution à l'image et à la notoriété de la France**, son impact sur la création des emplois arrive ensuite avec 29%. Suivent le développement des territoires, la production de richesses et le rôle du tourisme dans l'aménagement du territoire.

La quasi totalité des parlementaires ont une **bonne image de la France en tant que destination touristique**. Pour justifier cette réponse, ils mettent en avant la diversité des paysages et des territoires français, la richesse du patrimoine et de l'histoire de notre pays ou encore la renommée de notre gastronomie.

La politique touristique nationale et les politiques territoriales doivent-elles être :



Saviez-vous que le tourisme représente :



Néanmoins, les parlementaires restent conscients que des efforts doivent être faits pour améliorer la performance de la destination dont les principaux points faibles sont selon eux :

- L'accueil (pour plus d'un tiers d'entre eux),
- La communication et la promotion de la destination à l'étranger,
- La maîtrise des langues étrangères
- Le rapport qualité prix.

Les parlementaires favorables au partage des compétences touristiques

La quasi totalité des parlementaires estiment que la France doit avoir **une vraie politique nationale du tourisme**. Ils justifient spontanément cette réponse par le poids économique du tourisme, la nécessité de mieux communiquer et promouvoir la destination, d'améliorer la cohérence de l'offre française et des acteurs et ainsi de faire face à la concurrence internationale. Selon eux, en aucun cas la politique nationale ne doit être indépendante de celle menée par les territoires. Au contraire, ils jugent que ces politiques doivent être complémentaires.



Dans le cadre de compétences partagées entre les territoires, quel outil vous semble le plus pertinent et adapté aux territoires pour une bonne coordination ?



3 parlementaires répondants sur 4 souhaitent que les compétences touristiques restent partagées entre les différents échelons territoriaux et ce dans le cadre d'un conventionnement qui oblige à définir qui fait quoi.

Plus les acteurs institutionnels du tourisme sont de proximité, mieux les parlementaires les connaissent. Ils sont une minorité à connaître les missions de l'Etat en matière de tourisme, 56% à connaître les missions des CRT, 75,5% à connaître celles des CDT et près de 80% pour les offices du tourisme.

Interviews



Jean-Pierre SERRA
Président du Réseau National des Destinations Départementales

Quelles sont les compétences actuelles d'un comité départemental du tourisme?

Le tourisme est une compétence partagée entre l'Etat et les collectivités territoriales depuis 1986.

Les comités départementaux du tourisme, véritables filiales Tourisme et Loisirs des conseils généraux (100% des conseils généraux sont dotés d'un CDT), ont engagé depuis plus de 20 ans une métamorphose qui se retrouve d'ailleurs dans leur nouvelle appellation d'Agence de développement touristique.

Organiser et animer un territoire, en qualifier l'offre, en assurer la promotion et enfin le mettre en production constituent les principales missions des CDT/ADT.

Acteurs clés du dispositif touristique national, les CDT/ADT sont constitués d'équipes d'experts formés à l'aménagement, au marketing et à la communication, efficacement insérés dans le tissu local, puisqu'animent de façon permanente et quotidienne les acteurs institutionnels et professionnels.

Qu'attendez-vous de la réforme des collectivités territoriales?

Si la France est une destination touristique leader, elle ne le doit pas au hasard. La diversité de ses territoires, la variété des paysages, la richesse de son patrimoine, la palette de ses produits du terroir, la renommée de sa gastronomie, l'étendue des activités de loisirs et la réputation de ses stations balnéaires comme de montagne se conjuguent à des politiques publiques volontaristes, conduites au plus près du terrain. Nous attendons donc que la réforme puisse nous permettre de donner toute sa dimension à cette filière dont on oublie trop souvent la haute valeur ajoutée et le fort retour sur investissement (6,2% du PIB devant l'agriculture et l'automobile), qui est une chance pour la France.

Dans nos territoires en mutation, se développant de plus en plus autour des activités de services, le tourisme, activité transversale par excellence, doit continuer à être partagé parce qu'il concerne et profite à tous.

Le Rn2d au nom de l'ensemble de ses adhérents propose que soit élaboré un mode d'intelligence territoriale collectif et collaboratif, adapté au tourisme.

Rn2d propose la signature de conventions fixant les conditions de coordination des objectifs, des stratégies et des moyens, pour une gouvernance partagée du tourisme des territoires, tout en gardant la liberté individuelle indispensable à un développement harmonieux et équilibré.

C'est à ces conditions que nous pourrions garantir une meilleure mutualisation, une meilleure coordination et atteindre le niveau de performance et compétitivité incontournables pour faire face à la concurrence des autres destinations.



Jean BURTIN
Président de la Fédération Nationale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative

Quelles sont les missions actuelles d'un office de tourisme?

La France compte 3000 Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative qui mailent l'ensemble du territoire. Ces structures sont très hétérogènes ; la FNOSI regroupe donc aussi bien les petits Syndicats d'Initiative gérés par des bénévoles que les offices du tourisme 4 étoiles qui fonctionnent comme des entreprises.

Les Offices de Tourisme doivent obligatoirement remplir 4 missions : l'accueil et l'information des visiteurs, la promotion du territoire et la coordination des acteurs locaux. A ces missions peuvent s'en ajouter d'autres telles que la gestion des équipements publics, la participation aux schémas locaux du tourisme ou encore la commercialisation de produits touristiques.

Quelles évolutions constatez-vous dans l'organisation touristique à l'échelon local ?

Il existe aujourd'hui une tendance aux regroupements des Offices de Tourisme au sein des communautés d'agglomérations, des communautés de

communes, etc. Nous y sommes très favorables car cela permet de professionnaliser nos structures.

Ces regroupements nécessitent une véritable réflexion en amont afin qu'ils soient les plus pertinents possible par rapport à la réalité des destinations. Chaque territoire étant différent, on ne peut pas généraliser un modèle d'organisation qui serait dupliqué à l'identique. Les touristes n'ont que faire des divisions administratives, il est donc essentiel que nous répondions au mieux à leurs attentes.

Quoiqu'il en soit, nous tenons à ce qu'aucun des 3000 "points d'information" ne disparaissent, afin qu'ils puissent continuer à remplir leurs missions d'information et d'accueil. On ne peut pas obliger les visiteurs à faire 100 kilomètres pour avoir un renseignement ! Il faut donc réussir à agencer le réseau de manière à créer une structure centralisée plus professionnalisée tout en conservant des bureaux de proximité.

Les OTSI sont par ailleurs organisés en Unions Départementales et Régionales qui ont pour mission principale d'animer les réseaux d'Offices de Tourisme. Malheureusement, certaines Unions Départementales ont été supprimées ou absorbées par les Comités Départementaux du Tourisme. L'expérience a montré que cette disparition était préjudiciable à l'efficacité de notre organisation, ce que nous regrettons.



André CHAPEVEIRE
Président de la Fédération Nationale des Comités Régionaux du Tourisme

Quelles sont les compétences actuelles d'un comité régional du tourisme ?

Les compétences des comités régionaux de tourisme sont à la fois stratégiques et opérationnelles. Le comité régional du tourisme élabore le schéma régional de développement du tourisme et des loisirs qui est ensuite soumis à l'approbation du conseil régional. Par ailleurs, le conseil régional peut confier tout ou partie de la mise en œuvre de la politique du tourisme de la région au CRT, notamment dans le domaine des études, de la planification, de l'aménagement et de l'équipement, des aides aux hébergements, des assistances techniques à la commercialisation ainsi que de la formation professionnelle. Il assure le suivi des actions ainsi engagées et la promotion touristique de la région en France et à l'étranger.

Les CRT sont chefs de file pour l'aménagement, le développement, l'animation et la promotion touristique de nos territoires. Ce rôle, ils l'assument en partenariat étroit avec l'Etat d'une part et plus particulièrement aujourd'hui Atout France, avec les organismes territoriaux de tourisme et les professionnels privés ou associatifs d'autre part.

Qu'attendez-vous de la réforme des collectivités territoriales ?

Notre attente est d'abord de voir le tourisme reconnu parmi les priorités de l'action économique nationale et donc qu'il figure en bonne place dans les réflexions et débats sur la réforme des collectivités territoriales. J'ose espérer que le débat qui s'engagera bientôt au parlement ne se limitera pas à ses seuls aspects institutionnels mais qu'il prendra en compte les nécessaires dynamiques territoriales économiques et sociales que la nouvelle organisation devra favoriser et les synergies qui devront s'opérer entre collectivités pour démultiplier les effets positifs de l'investissement public. L'acte 2 de

la décentralisation a en effet, je le rappelle, été un acte manqué en matière d'organisation de l'économie touristique. Le débat ne doit pas se limiter à la répartition des compétences ni aux économies à trouver dans le budget de l'Etat dans le cadre de la RGPP. Mais il faudra sûrement se poser la question de la rationalisation des moyens, des économies d'échelles et de la cohérence des interventions au niveau de l'offre et de la demande.

Pour alimenter un éventuel débat national dans lequel l'économie touristique pourrait trouver toute sa place, vu ses effets essentiels sur notre balance commerciale et sur les recettes de l'Etat, j'ai souhaité que notre Fédération soit force de proposition en la matière. C'est le sens du Livre Blanc "Régions et Comités Régionaux du Tourisme, Cartes maîtresses du Tourisme français" que notre Fédération vient de publier et d'adresser à l'ensemble des parlementaires, des exécutifs régionaux et de ses partenaires. Je me tiendrai personnellement à la disposition des parlementaires pour évoquer avec eux les enjeux relatifs à notre secteur, nos attentes et notre vision de son devenir.

Notre attente est aussi de voir renforcée par le nouveau texte, la coopération entre collectivités en particulier avec les nouvelles intercommunalités que celui-ci pourrait définir. De plus en plus, les communautés urbaines ou de communes, deviennent des acteurs importants de l'aménagement et de la valorisation touristique du territoire. Elles sont d'ailleurs nombreuses à prendre la compétence en matière de tourisme et pourraient jouer un rôle fédérateur à un échelon stratégiquement, économiquement et humainement cohérent complémentaire de celui de la Région. Pour engager le débat avec elles, je prendrai prochainement des initiatives vers les Associations d'élus de ces communautés.

Quelle organisation territoriale du tourisme pour demain ?

C'était là le sujet du second dîner du Club France Terre de Tourisme, qui a souhaité ouvrir le débat sur ce sujet.

Le Club a donc rassemblé les parlementaires et les professionnels du tourisme afin d'initier les échanges sur les implications de la réforme des collectivités territoriales pour l'organisation institutionnelle du tourisme. Le dîner a réuni les représentants des principales structures institutionnelles du tourisme ; qu'il s'agisse des trois principales fédérations nationales représentatives : Jean-Pierre Serra, Président du Réseau National des Destinations Départementales, Alain Bertet, Président délégué de la Fédération Nationale des Offices de Tourisme et Syndicat d'Initiative et Louis Lucchini, Président du CRT Aquitaine

et vice-président de la Fédération Nationale des Comités Régionaux du Tourisme ; ou encore de l'Association nationale des Maires des Stations Classées et des Communes Touristiques, et, de l'Association des Maires des Stations de Montagne, aux cotés d'une quinzaine de parlementaires réunis autour du Président du Club, Daniel Fasquelle, Député-Maire du Touquet et de son Vice-président, Pascal Terrasse, Député et Président du Conseil Général de l'Ardèche.

Les débats ont permis aux différents élus et professionnels présents de faire part de leurs attentes et aux fédérations d'exprimer leurs points de vue devant des parlementaires très attentifs.

Si les participants se sont entendus sur la nécessité de mieux partager les compétences entre les différents échelons territoriaux, les modalités de cette répartition restent encore à définir. La plupart d'entre eux ont fait part de leur souhait que la souplesse soit le maître mot de la réorganisation à venir, chaque territoire ayant ses spécificités propres.



Témoignages



Henriette MARTINEZ

Députée des Hautes-Alpes

"La répartition des compétences entre les échelons territoriaux et notamment de la compétence tourisme, était au centre des réflexions et visiblement objet d'inquiétudes lors du débat organisé par France Terre de Tourisme.

La crainte d'un transfert vers les conseils régionaux de la compétence tourisme s'exprimait à travers l'affirmation par tous les élus et professionnels réunis, de l'indispensable proximité dans la réussite de la mise en œuvre des politiques de tourisme, sans pour autant que soit méconnue la dimension des périmètres extra-départementaux dans les actions de promotion.

La question se pose alors de savoir comment se définit la proximité. Si l'on considère seulement l'éloignement du centre décisionnel et de la source des financements, alors effectivement la proximité disparaît dans l'éventuel transfert aux conseils régionaux des politiques touristiques, ce dont nous ne pouvons nous satisfaire. En revanche, si malgré la centralisation régionale, le maillage territorial constitué par les CDT et les offices de tourisme reste identique dans chaque département, et si le niveau de leur financement est maintenu, alors ne pourrait-on considérer que l'exigence de proximité est satisfaite et que prend forme une nouvelle cohérence régionale pour plus d'efficacité ?"



William DUMAS

Député du Gard

"Le dîner du Club France Terre de Tourisme a confirmé ma conviction que chaque échelon territorial a un rôle à jouer dans l'organisation touristique de notre pays. Les offices de tourisme sont

essentiels pour accueillir les visiteurs et leur fournir de l'information. Les comités départementaux du tourisme connaissent parfaitement les acteurs et l'offre de leur territoire. J'ai eu à plusieurs reprises l'occasion de travailler avec mon CDT pour organiser l'offre de séjour et je n'ai jamais été déçu. Enfin, les comités régionaux du tourisme ont les moyens d'organiser la promotion à une plus grande échelle. Quoiqu'il en soit, il est nécessaire qu'ils travaillent main dans la main. C'est ainsi qu'ils pourront être efficaces.

L'Etat doit montrer l'exemple et doit arrêter de considérer le tourisme comme un parent pauvre. Il faut que le tourisme soit enfin reconnu comme ce qu'il est : un des meilleurs leviers de croissance pour notre pays. C'est pourquoi il me semble essentiel que le gouvernement recrée un Ministère du tourisme de plein exercice doté des moyens nécessaires à la reconquête des parts de marché."

Ils ont dit :



Christine LAYMARD

Directrice générale de l'Association Nationale des Maires des Stations de Montagnes

« La difficulté que rencontrent les stations de montagne, c'est qu'elles peuvent être situées sur le territoire de plusieurs communes ou inversement, plusieurs stations peuvent être situées sur une commune.

Par ailleurs, ce sont de petites communes qui, pendant 6 mois de l'année, doivent gérer des problématiques de communes de 40.000 habitants, ce qui pose des problèmes en terme d'ingénierie territoriale et de budget. Elles subissent aujourd'hui un manque de moyens criant.

Quoiqu'il en soit, il faut simplifier les choses et éviter les millefeuilles administratifs, les maires des stations de montagne ont besoin, comme l'ensemble des responsables politiques, de simplicité. »



Sophie MORIN

Secrétaire générale de la DGICIS (Ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi)

« Nous assistons à une évolution dans les modes d'intervention de l'Etat. L'administration se réforme, j'en veux pour preuve la création de notre direction qui regroupe l'ex-direction du tourisme, l'ex-direction du commerce, de l'artisanat, des professions libérales et l'ex-direction générale des entreprises. Aujourd'hui, nous n'appréhendons plus la politique du tourisme comme nous le faisons auparavant. Nous posons la question de la compétitivité de nos entreprises, de l'attractivité de nos territoires dans leur globalité, cela a plus de sens.

Un autre point important concerne la réorganisation des services déconcentrés. Avant, dans chaque région, un, deux ou trois personnes s'occupaient du tourisme pour les services de l'Etat. Aujourd'hui, nous avons créé les nouveaux services déconcentrés du Ministère de l'Économie, les DIRECCTE, qui vont regrouper les personnes qui s'occupaient du tourisme, celles qui s'occupaient du commerce et de l'artisanat, celles qui s'occupaient du développement économique et industriel et celles qui s'occupaient de l'emploi. Cela va permettre de créer des synergies importantes sur des problématiques qui ont trait au territoire et au développement économique dans son ensemble. Ces réformes sont récentes et ne vont pas donner des fruits tout de suite, mais je pense que nous allons dans le bon sens. »



Rudy SALLES

Député des Alpes-Maritimes

« Nous réfléchissons à la création d'un office du tourisme intercommunal mais c'est très compliqué à mettre en œuvre, parce que les maires sont attachés à leurs offices. Il nous faut faire comprendre

aux uns et aux autres que notre intérêt est de nous unir. L'idée chemine mais nous ne sommes pas arrivés au but. De plus, nos offices ont des formes juridiques très différentes, les uns sont en EPIC, les autres en Régie municipale ou en Association. Enfin, la problématique de l'événementiel n'est pas tranchée : le carnaval de Nice doit-il rester une compétence municipale ou doit-il être pris en charge par le grand Nice ? Il s'agit donc d'une réflexion très difficile. Chacun doit apporter quelque chose pour qu'au final, tous ensemble, nous ayons beaucoup plus. La structure intercommunale doit être prise en compte, nous avons trop travaillé les uns et les autres dans des structures communales et je pense que cette action devient dépassée. »



Géraldine LEDUC

Directrice générale de l'Association Nationale des Maires des Stations Classées et des Communes Touristiques

« Concernant les destinations touristiques, la question se pose souvent dans notre association : commune ou intercommuna-

lité ? Nous sommes très attachés à la commune comme entité juridique pleine et entière. Nous avons mené une enquête il y a 10 ans pour étudier comment faire cohabiter la commune et les regroupements intercommunaux. S'il est possible d'aboutir à une mutualisation des moyens humains et financiers, les maires restent très attachés à la commune, notamment pour la communication. Je ne généraliserai pas car il est évident que pour certains territoires, le regroupement s'impose, notamment dans le cadre de l'organisation d'événements. En revanche, dans d'autres territoires tels que les stations thermales par exemple, il est beaucoup plus difficile de regrouper. Notre association est donc attachée à la commune. »

Bienvenue aux nouveaux membres du Club

37 parlementaires nous ont rejoints depuis le premier numéro du journal *TourismeS*. Le Club France Terre de Tourisme compte donc près de 180 parlementaires membres.

Jean-Pierre ABELIN, Député de la Vienne ; Gérard BAILLY, Sénateur du Jura - Thierry BENOIT, Député de l'Ille-et-Vilaine ; Marc BERNIER, Député de la Mayenne ; Gisèle BIEMOURET, Députée de Gers ; Claude BIWER, Sénateur de la Meuse ; Etienne BLANC, Député de l'Ain ; Valérie BOYER, Députée des Bouches-du-Rhône ; Philippe COCHET, Député du Rhône ; Louis COSYNS, Député du Cher ; Alain COUSIN, Député de la Manche ; Stéphane DEMILLY, Député de la Somme ; Jean-Paul DOOR, Député du Loiret ; Jean-Louis DUMONT, Député de la Meuse ; Cécile DUMOULIN, Députée des Yvelines ; Jean-Paul DUPRE, Député de l'Aude ; Raymond DURAND, Député du Rhône ; Claude GATIGNOL, Député de la Manche ; Hervé GAYMARD, Député de Savoie ; Franck GILARD, Député de l'Eure ; Philippe GOUJON, Député de Paris ; Maxime GREMETZ, Député de la Somme ; Arlette GROSSKOST, Députée du Haut-Rhin ; Jean-Claude GUIBAL, Député des Alpes-Maritimes ; Michel HOUEL, Sénateur de Seine-et-Marne ; Bariza KHIARI, Sénatrice de Paris ; Michel LEZEAU, Député de l'Indre-et-Loire ; Lionnel LUCA, Député des Alpes-Maritimes ; Christian MENARD, Député du Finistère ; Gérard MIQUEL, Sénateur du Lot ; Etienne MOURRUT, Député du Gard ; Catherine QUERE, Députée de la Carente-Maritime ; Dominique SOUCHET, Député de la Vendée ; Raymond VALL, Sénateur du Gers ; Christian VANNESTE, Député du Nord ; Catherine VAUTRIN, Député de la Marne ; Jean-Pierre VIAL, Sénateur de Savoie.

Témoignages



Gérard BRÉMOND

Président Directeur Général
Pierre et Vacances
Ancien Président de Maison de la France

Quelles relations entretenez-vous aujourd'hui avec les acteurs institutionnels du tourisme ?

Nous travaillons avec ces acteurs à la fois en amont et en aval de nos projets. Pour l'amont, lorsque nous avons des projets de développement de résidence de tourisme et de village, nous travaillons en partenariat avec le département et plus précisément avec le comité départemental du tourisme. Ainsi, pour les deux derniers Center parcs dans l'Aisne et en Moselle, la recherche des sites a été initiée avec les départements. La région a été sollicitée en appui dans le cadre d'un partenariat public-privé qui portait sur trois thématiques : le développement durable, la communication et la formation. Les relations avec ces acteurs institutionnels sont fondamentales dans les montages financiers, juridiques et administratifs. Pour l'ensemble de nos expériences, ces partenariats ont été positifs et efficaces.

En ce qui concerne l'aval, une fois que les projets ont été réalisés, nous coopérons avec les comités départementaux du tourisme, les comités régionaux du tourisme et les offices du tourisme pour la communication et le marketing. Nous travaillons également en collaboration pour

les animations sur site : nous élaborons ensemble des thématiques, qui créeront des motivations de séjour en dehors des vacances scolaires. Nous sommes toujours attentifs à ce que ces collaborations soient traduites dans les retombées locales économiques et d'emplois. J'ai pu constater depuis plusieurs années, une véritable professionnalisation de ces instances. Nous parlons le même langage ; il n'y a pas une vision des acteurs privés qui s'opposerait à une vision institutionnelle car la volonté de résultats est commune.

Quelles sont vos attentes concernant ces différents acteurs ?

Je souhaite que la prise en considération des retombées économiques du tourisme par les Régions, Départements et Communes soit renforcée. Je souhaite enfin que soit augmentée la part des budgets affectés au tourisme. L'effet de levier d'un euro investi dans le tourisme est très élevé, plus que dans le secteur industriel par exemple. Il est essentiel que les responsables politiques en prennent conscience !



Nous avons identifié chez les acteurs institutionnels une véritable compétence pour fédérer les acteurs du tourisme diffus et pour créer des produits touristiques packagés. Notre attente vis-à-vis des institutionnels se situe donc à plusieurs niveaux ; sur l'offre, sur la valorisation commerciale et enfin sur la promotion.

Tout d'abord, pour les CRT, les CDT et les OT, nous aimerions pouvoir intégrer leurs produits secs dans notre offre catalogue et travailler avec eux sur des produits "packagés" répondant très précisément aux attentes des touristes. Nous commençons dès cette année à travailler cet aspect.

Par ailleurs, les institutions ont une véritable mission de fédération et de professionnalisation des acteurs du tourisme. Elles doivent sensibiliser les acteurs du tourisme diffus à la chaîne de valeur dans la promotion et la commercialisation des produits touristiques ainsi qu'à la nécessité de donner une rémunération aux commercialisateurs pour assurer la vente des produits. Notre souhait étant que la valeur ajoutée résultant de l'agrégation des produits touristiques français et de leur vente aux étrangers profite avant tout aux acteurs français. Enfin, les structures institutionnelles doivent continuer à promouvoir la France, tant en France qu'à l'étranger, et pourquoi pas en y associant des structures comme la nôtre.

Les institutions qui œuvrent pour l'aménagement du territoire doivent intégrer dans leur schéma une véritable politique favorisant les équipements pour le tourisme et les actions en faveur de l'emploi afin que l'on améliore encore et toujours l'accueil des touristes.

Ces éléments doivent nous conduire à la mise en place de partenariat public-privé, gagnant-gagnant à la fois pour les touristes et pour l'économie des territoires et donc de la France.



Alain JACQUIER

Président de Société Central Hotel
Ancien Président
de Maison de la France

Nous travaillons régulièrement avec les différents acteurs institutionnels du tourisme :

Les offices du tourisme, au nombre de 3.000, représentent un véritable maillage du territoire. Ils enregistrent chaque année 65 millions de demandes émanant de touristes désireux de mieux connaître nos communes.

Dépendants d'un budget municipal, aidés souvent par la taxe de séjour, ils ont pour mission de sensibiliser les élus de la commune sur l'importance des retombées économiques du tourisme et de mieux faire connaître les richesses et l'histoire de leurs sites.

Les 96 comités départementaux du tourisme sont une émanation du Conseil Général et mettent en œuvre la politique touristique du département. Leurs tâches sont nombreuses. On peut citer par exemple :

- Apporter des conseils lors de la création d'équipements touristiques
- Favoriser la mise en réseau et les partenariats entre les opérateurs touristiques

- Développer un plan marketing de communication
- Favoriser l'accessibilité et la destination du département

Les comités régionaux de tourisme financés en grande partie par les Conseils Régionaux, ont pour mission la promotion, l'organisation et les statistiques du tourisme d'une région française. Ces comités sont très orientés sur la promotion qui représente généralement 70% de leur budget.

Ils financent également le suivi de la fréquentation touristique de leur région par nationalité et par mode d'hébergement et totalisent leurs dépenses.

Avec 82 millions de touristes et je rappelle que, dans ce chiffre, ne sont pas comptés les européens du Nord qui traversent notre territoire sans séjourner au moins 1 nuit (hélas !), l'organisation du tourisme en France est structurée efficacement.

Les Conseils d'Administration de ces organismes regroupent, autour des élus municipaux, départementaux ou régionaux, un grand nombre de professionnels du tourisme : hôtels, restaurants, agents de voyages, transports, etc. . .

Cette excellente collaboration entre les politiques et les acteurs du tourisme contribue incontestablement au succès de la France, première destination touristique.



Germain LELARGE

Président Directeur Général
La France du Nord au Sud

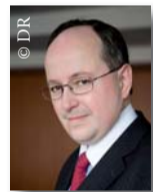
Quelles relations entretenez-vous avec les acteurs institutionnels du tourisme ?

J'ai créé la France du Nord au Sud en 2006 avec la perspective d'en faire le site Internet de référence des vacances et des week-ends en France. Après 4 ans, je pense que le pari est en passe d'être gagné. L'an dernier, pas moins de 135.000 personnes ont fait appel à notre société pour organiser leurs séjours en France, ce qui nous porte à un chiffre d'affaires de 15 millions d'euros.

Nous avons travaillé pendant 4 ans sur l'agrégation de l'offre produits, afin de proposer à nos clients l'offre la plus large et la plus variée possible. Nous n'avons pas pris le temps jusqu'à aujourd'hui de nous intéresser fortement aux structures institutionnelles. Désormais, nous souhaitons aller à la rencontre de ces structures, afin de nous faire connaître, travailler avec elles sur des offres produits spécifiques, et nous faire identifier comme une force de vente complémentaire pour assurer totalement ou partiellement la commercialisation des produits qu'elles peuvent proposer.

Qu'attendez-vous d'eux ?

La France du Nord au Sud vend uniquement des produits touristiques français. Notre clientèle est en attente d'une offre originale, de caractère. Or, notre catalogue est aujourd'hui composé pour l'essentiel de résidences de tourisme, campings, hôtels, maisons individuelles, offres de particuliers par des agences, éco tourisme....



Thomas PEAUCELLE

Directeur de la stratégie
INEO Groupe GDF SUEZ

Pourquoi INEO GDF SUEZ a-t-elle souhaité adhérer au Club France Terre de Tourisme ?

INEO intervient dans les infrastructures d'énergie, de télécommunications, d'électricité industrielle et tertiaire... Les collectivités locales sont notre premier client et nous mettons à leur service nos solutions techniques et d'innovations qui renforcent leur attractivité pour les électeurs qui y habitent, les entreprises qui décident de s'y implanter, ou les touristes qui les visitent ou décident d'en faire une étape. Nous avons la conviction de pouvoir renforcer l'attractivité touristique des villes et avons donc adhéré au Club France Terre de Tourisme.

Le touriste souhaite que son séjour se passe aussi bien que possible, sans désagrément et que la vie lui soit facilitée. Tout ce qui contribue à son sentiment de

bien-être et de sécurité et lui facilite la vie, éclairage, vidéo-protection, guidage dans la ville, messages multilingues, services de renseignements par téléphone, internet, bornes interactives, ... renforce l'attractivité de la ville.

L'éclairage met en valeur le patrimoine historique de la Ville, renforce donc sa notoriété et aide à attirer les touristes. Ainsi, avons-nous signé avec la Ville de Beaune, un PPP qui inclut une rénovation de l'éclairage mais surtout, la mise en valeur du patrimoine avec festival des lumières, illuminations festives des monuments, parcours touristiques assistés par des bornes interactives...

Les mises en lumière des monuments historiques à Amiens, Rouen, Chartres, Le Mans... ont permis d'augmenter le nombre de visiteurs dans ces villes dites "de passage" mais également de les faire rester une soirée avec un repas voire une nuitée supplémentaire.

Bruno Le Maire, Ministre de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, apporte son soutien au Club France Terre de Tourisme.

Monsieur le Délégué Général,

Par courrier en date du 8 février dernier, vous avez eu l'obligeance de me faire parvenir le premier numéro du journal du club France Terre de Tourisme et je vous en remercie.

Il s'agit-là d'une excellente initiative qui va dans le sens de la diversification de l'activité des exploitations agricoles mise en œuvre dans le cadre du Programme de développement rural hexagonal (PDRH), sur la période 2007-2013.

Je souhaite également que le Plan de modernisation de la filière vitivinicole française permette le développement de l'œnotourisme, afin notamment de favoriser une commercialisation directe, et le renforcement de l'attractivité de nos territoires.

Votre action, qui s'inscrit pleinement dans cette démarche, mérite d'être soutenue.

Avec mes vœux pour votre association, je vous prie de croire, Monsieur le Délégué Général, à l'assurance de ma considération distinguée.

Bruno LE MAIRE



Un premier dîner « Événement »

Le premier dîner débat du Club s'est tenu en présence de Philippe Augier, Maire de Deauville, Président de France Congrès et auteur du rapport « Pour une politique gagnante des grands événements ». A cette occasion, Philippe Augier a présenté les conclusions de son rapport aux parlementaires et partenaires du Club présents.

L'organisation d'un événement exceptionnel est sans conteste créatrice de richesses et la France dispose de nombreux atouts pour soutenir des candidatures : le savoir-faire de ses entreprises, la créativité de son « ingénierie culturelle » ou encore l'attractivité de la destination.

La mise en place d'une véritable politique de captation des grands événements serait un levier de développement et de croissance pour l'économie française. C'est pourquoi le rapport préconise la création d'une structure d'initiative et de veille dans le domaine des grands événements qui réunirait acteurs privés et institutionnels et permettrait de dresser l'agenda des événements, d'aider les candidatures et d'en optimiser les retombées. Le gouvernement s'est dit prêt à créer une telle cellule. Une initiative à suivre de près !

Nos partenaires



Club France Terre de Tourisme, animé par Com'Publics

10 rue Royale, 75008 PARIS

- Rédacteur en chef : Thierry Baudier
- Conception, rédaction, réalisation : Com'Publics
- Contact : Delphine Thiébaud
- Tel : 01 44 18 74 80