

SPÉCIAL ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE



Préparons le tourisme de demain

12 ambitions pour développer nos territoires • La Plateforme des Départements

Raison d'être

Par une volonté politique forte, la France peut conserver sa place de leader sur la scène touristique mondiale, mais cela ne pourra se faire sans la reconnaissance de ce secteur économique comme un enjeu national majeur et sans un engagement et un soutien de tous. Il convient pour cela que le tourisme soit porté au plus haut niveau et qu'il soit alors abordé autrement. Trois grands principes et douze ambitions essentielles pour l'avenir sont ici présentés, fruits de notre réflexion, au travers d'une large concertation. Il est important de valoriser son apport économique, environnemental, de soutenir le lien social qu'il favorise et de déployer de nouvelles conditions de croissance. Le tourisme, c'est la chance de nos territoires, il doit devenir une fierté nationale et collective.



L'ADF et le Rn2D s'engagent

Les Départements et les Comités Départementaux du Tourisme / Agences de Développement Touristique sont au cœur de la valorisation des territoires et du tourisme. Ils s'engagent par le biais de l'Assemblée des Départements de France et du Réseau National des Destinations Départementales.

Les 3 principes

- Une nouvelle étape est nécessaire pour continuer à bénéficier des retombées de l'activité touristique en France : 6,4% du PIB
- Le management du tourisme par les collectivités est le socle des succès d'hier et de l'innovation de demain
- Garantir aux structures locales du tourisme la liberté d'organiser les meilleurs modèles de coopération

Les 12 ambitions

► Pour un tourisme d'intelligence territoriale

- Ambition 1 :** Renforcer la prise en compte du tourisme par l'État
- Ambition 2 :** Mettre en place une nouvelle gouvernance touristique entre les territoires et l'État
- Ambition 3 :** Développer de nouveaux financements pour l'action publique
- Ambition 4 :** Développer des modèles de coopération inter territoires intelligents et adaptés

► Pour un tourisme compétitif et offensif

- Ambition 5 :** Reconquérir la place de première destination mondiale et valoriser la Marque France
- Ambition 6 :** Redonner au tourisme son statut de leader économique et promouvoir l'innovation ainsi que la R&D
- Ambition 7 :** Consolider la connaissance statistique et la veille concurrentielle pour un marketing plus efficace
- Ambition 8 :** S'engager sans réserve dans une démarche d'amélioration de la qualité

► Pour un tourisme équitable et humaniste

- Ambition 9 :** Faire du tourisme un modèle de développement durable
- Ambition 10 :** Reconnaître le rôle moteur du tourisme pour l'emploi
- Ambition 11 :** Faire du tourisme une discipline à part entière en terme de formation
- Ambition 12 :** Lutter contre les déserts numériques pour équilibrer les chances des territoires



Pour un tourisme d'intelligence territoriale

1 Renforcer la prise en compte du tourisme par l'État.

■ Constat

L'État français doit affirmer sa volonté politique d'un développement touristique, dans le cadre des grandes priorités européennes. La représentation du tourisme est insuffisante au niveau national pour assurer ses missions et ses performances

■ Actions

- Créer un ministère du Tourisme, rattaché au Premier Ministre, pilotant un fonds d'intervention touristique, affecté à des projets d'envergure nationale et adossé à une délégation interministérielle
- Faire évoluer les missions, le périmètre, le financement et la gouvernance de l'Agence nationale de développement touristique, opérateur de l'État et au service des territoires

■ Bénéfices

- Éclaircir au niveau national et européen les choix de la France en matière de développement touristique
- Donner une bonne compréhension des stratégies nationale et territoriales en matière touristique
- Faire prendre en compte par les autres ministères de l'enjeu stratégique du tourisme pour le développement du pays
- Coordonner les différents fonds d'État autour de projets de tourisme et de loisirs d'envergure

2 Mettre en place une nouvelle gouvernance touristique entre les territoires et l'État.

■ Constat

Le contexte international et européen rend nécessaire que soit créé un véritable plan national stratégique du tourisme français adossé à de grandes destinations identifiées et soutenues

■ Actions

- Créer un Conseil Supérieur des Territoires, structure de représentation des destinations (il ne constituera pas un échelon supplémentaire)

Ses missions : Sélectionner des destinations compétitives en démontrant leur pertinence nationale et internationale / Lancer des appels à projets des destinations présentant le périmètre, le mode de fonctionnement, le financement et la stratégie / Participer à l'élaboration de la stratégie nationale et à la gouvernance de l'Agence nationale

■ Bénéfices

- Améliorer l'identification de nos destinations et assurer un gage de crédibilité au niveau national et européen des choix de la France en matière de développement touristique
- Recentrer les investissements et choix publics en leur donnant pleine cohérence à l'échelle des territoires
- Garantir la prise en compte des stratégies locales dans la politique nationale du tourisme et y intégrer à part entière la dimension des loisirs

3 Développer de nouveaux financements pour l'action publique.

■ Constat

L'action publique ne dispose pas des moyens suffisants et autonomes pour accompagner des stratégies offensives. Il faut identifier clairement les ressources de chaque acteur touristique

■ Actions

Pour les collectivités territoriales, une taxe de séjour rénovée

- Étendre la taxe de séjour / taxe touristique à d'autres activités : redéfinir ce qu'elle est, son champ d'application, son mode de perception, son affectation et sa répartition
- Rendre le classement de tous types d'hébergements obligatoire pour consolider sa perception
- Intégrer le tourisme dans les prochains contrats de projets État / Régions

Pour l'État, de nouvelles ressources

- Chercher de nouvelles ressources sur des activités en lien avec le tourisme de passage (ex : taxe sur les sociétés d'autoroutes)
- Faire apparaître le tourisme au volet « contenus et usages numériques » du grand Emprunt



■ ■ ■ Bénéfices

- Concrétiser le financement de l'action publique et optimiser les investissements en terme de temps et de recherche de la part de l'État
- Identifier et clarifier précisément les enjeux et financements de l'action publique et territoriale
- Rendre équitable la perception de la taxe de séjour et clarifier son utilisation

4

Développer des modèles de coopération inter territoires intelligents et adaptés.

■ Constat

Un modèle unique ne peut être proposé pour organiser l'action touristique, il faut désormais parler de modèles multiples toujours mutualisés, concertés et garants d'une réelle efficacité

■ ■ Actions

- Établir des schémas de développement et d'organisation, synchronisés, concertés et validés (Régions, Départements, métropoles et intercommunalités...) qui constitueront un des volets des futurs schémas d'organisation et de mutualisation. Y seront intégrées les destinations identifiées par le Conseil Supérieur des Territoires et y figureront les cofinancements et le « qui fait quoi »
- Positionner l'échelon départemental dans l'élaboration des SCOT (Schémas de Cohérence Territoriale) et l'associer dans les PLU (Plans Locaux d'Urbanisme)

- Engager les organismes de tourisme dans des démarches qualité pour accroître leur reconnaissance et leur crédibilité



■ ■ ■ Bénéfices

- Améliorer la visibilité des destinations et créer des économies d'échelle en mutualisant les investissements
- Assurer une cohérence entre les politiques locales, s'engager dans une obligation de coopération et de répartition des responsabilités et des ressources
- Faire du tourisme un élément essentiel de l'attractivité territoriale
- Assurer une cohérence entre les lois Tourisme et la réforme des collectivités territoriales



5

Reconquérir la place de première destination mondiale et valoriser la Marque France.

■ Constat

La France a perdu sa première place en recettes mais peut la reconquérir, notamment en capitalisant sur les principaux marchés émetteurs et en menant l'offensive vers les marchés émergents à forte contribution (Chine, Brésil, Russie, Inde ...)

■ ■ Actions

- Mettre en œuvre la Marque France de manière innovante et ambitieuse pour résister à la compétition touristique internationale
- Rendre obligatoire la signature de conventions d'objectifs État / représentants des destinations touristiques françaises

■ ■ ■ Bénéfices

- Gagner des parts de marchés sur les marchés européens et les BRICS et être plus offensif
- Redonner à la Marque France une position de leader sur le marché mondial

- Concentrer les actions de développement et de promotion à l'international en y associant des partenaires pertinents
- Prendre en compte la politique européenne du tourisme dans la stratégie de croissance de la France

6

Redonner au tourisme son statut de leader économique et promouvoir l'innovation ainsi que la R&D.

■ Constat

Le potentiel de croissance offert aujourd'hui par le tourisme justifie une politique ambitieuse de développement de l'innovation : son rôle économique majeur n'est pas assez reconnu

■ ■ Actions

- Revoir la politique de défiscalisation pour ne pas créer les friches touristiques de demain
- Initier la création de démarches transversales de type clusters afin de favoriser l'émergence de projets et collaborations nouvelles
- Développer des projets par filières sur l'exemple des secteurs agroalimentaire, viticole (ex : « Vignobles et Découvertes »)

- Créer un fonds dédié aux PME / TPE destiné à financer l'innovation touristique au sein du groupement CDC-OSEO
- Élargir le champ d'action de la Fondation du Patrimoine
- Créer des fonds d'investissement touristiques à l'échelon régional (capitaux publics et privés) en remobilisant l'épargne locale
- Confier à l'Agence Nationale, la recherche de capitaux étrangers avec l'Agence Française pour les Investissements Internationaux (AFII)
- Apporter la contribution du secteur du tourisme aux démarches d'innovation territorialisées (filiales ou inter filiales)



■■■ Bénéfices

- Faire du tourisme un secteur stratégique pour tous ceux qui innovent en France, un secteur prioritaire et porteur d'investissements
- Éviter les déserts touristiques et la disparition de services publics
- Redonner une chance aux infrastructures et équipements touristiques vieillissants en leur permettant de basculer vers de nouvelles offres et cibles

7 Consolidier la connaissance statistique et la veille concurrentielle pour un marketing plus efficace.

■ Constat

L'action publique et l'investissement privé ne disposent pas d'indicateurs macro-économiques suffisants pour piloter des stratégies nationale et territoriales

■ Actions

- Au niveau ministériel, collecter les données touristiques de tous les ministères
- Mobiliser les organismes statistiques spécialisés et les autres acteurs économiques
- Faciliter la lisibilité de l'offre touristique en rendant le classement des hébergements touristiques obligatoire
- Mettre en place un fonds collectif pour financer de nouvelles études (sociologiques, comportementales, clients)

- Missions à développer par l'Agence nationale : identification des méthodes retenues (partagées entre le niveau national et les Régions) et explorer de nouvelles méthodes (mobiliser la recherche universitaire et les experts)

■■■ Bénéfices

- Disposer de véritables tableaux de bord pour piloter cette activité stratégique
- Obtenir de nouvelles statistiques incluant les dimensions loisirs, les clientèles de proximité et mutualisant toutes les connaissances
- Crédibiliser l'observation statistique auprès des acteurs économiques et des citoyens

8 S'engager sans réserve dans une démarche d'amélioration de la qualité.

■ Constat

Il est vital de se placer à égalité avec nos concurrents dans le champ de la qualité de service. On enregistre une prolifération des labels et marques du tourisme qui nuisent à leur compréhension

■ Actions

- Remettre la notion de qualité du service et de l'accueil au cœur des préoccupations du monde du tourisme
- L'État doit faire émerger et promouvoir des labels nationaux tout en assurant grâce aux collectivités locales leur compréhension par le client
- Rendre obligatoire le classement pour tous types d'hébergements

■■■ Bénéfices

- Inscrire les acteurs du tourisme, entreprises et institutionnels, dans une logique de progrès permanent
- Engager les entreprises du tourisme dans une démarche qualité comparable aux autres secteurs
- Favoriser les collaborations et rapprochements entre les organismes institutionnels territoriaux





Pour un tourisme équitable et humaniste

9 Faire du tourisme un modèle de développement durable.

■ Constat

Le tourisme doit s'imposer comme un vecteur moderne de développement équilibré des territoires et doit insuffler aux autres secteurs la notion de préservation de l'environnement et de valorisation des ressources humaines et naturelles. L'échelle des territoires se prête parfaitement à cette vision moderne



■ Actions

Pour des paysages préservés

- Proposer une politique d'aménagement et d'équipement touristique durable sur le littoral et en montagne
- Mettre en place une politique d'accueil et d'aménagement des sites touristiques sensibles

Pour une meilleure gestion des usages

- Expérimenter la création d'un comité de gestion maîtrisée des espaces sensibles à l'échelle de la destination
- Faire de la biodiversité une valeur affichée des professionnels du tourisme
- Recourir aux expertises d'autres secteurs pour accélérer la diffusion de ces pratiques et compétences dans l'ensemble des destinations

Pour un tourisme accessible à tous

- Favoriser le départ en vacances pour tous et l'accessibilité des lieux touristiques pour les personnes en situation de handicap

■ Bénéfices

- Faire du tourisme un levier d'égalité devant les vacances
- Donner au tourisme l'opportunité de s'affirmer comme le vecteur de développement équilibré des territoires

- Assurer un développement harmonieux de la population dans le respect du capital environnement en y instaurant une nouvelle gouvernance
- Expérimenter à l'échelle des destinations de nouvelles pratiques de gestion et d'usage
- Réorienter certaines lois sur la prise en compte de ces nouveaux enjeux

10 Reconnaître le rôle moteur du tourisme pour l'emploi.

■ Constat

Le tourisme est l'un des secteurs les plus dynamiques pour l'emploi. Il faut soutenir sa vitalité par la montée en compétence et en formation, doublée d'une clarification de la notion d'emploi saisonnier

■ Actions

- Valoriser l'ensemble des métiers du tourisme
- Favoriser la gestion des personnels à travers les groupements d'employeurs et la mutualisation avec d'autres secteurs (loisirs, culture, technologies de l'information...)
- Créer une Agence Nationale de l'Emploi saisonnier à l'échelle des destinations et associer au tourisme les autres secteurs concernés

■ Bénéfices

- Rendre le secteur du tourisme attractif
- Sécuriser l'emploi saisonnier
- Garantir une main d'œuvre, la qualifier et la fidéliser
- Mieux prendre en compte les potentiels de l'emploi local



11 Faire du tourisme une discipline à part entière en terme de formation.

■ Constat

Le tourisme est le seul secteur à ne pas faire l'objet d'une politique de formation et de recherche de premier rang

■ Actions

- Identifier et valoriser des pôles d'excellence en matière de formation, de recherche appliquée et d'ingénierie dans la logique des pôles de compétitivité
- Créer de nouveaux contenus en matière de formation tout en donnant aux PRES (Pôles Régionaux d'Enseignements Supérieurs) et aux Universités de nouvelles opportunités pour la réorganisation de leurs activités / Mobiliser les efforts de financement de formation au niveau local / Orienter les meilleurs éléments des écoles de management, universités vers les entreprises et acteurs publics du secteur du tourisme / Flécher les fonds de recherche par l'ANR (Agence Nationale de la Recherche) vers le tourisme
- Produire des savoir-faire modélisables à l'échelle internationale et ainsi les valoriser

■■■ Bénéfices

- Faire reconnaître le tourisme comme discipline à part entière au niveau de l'Éducation Nationale
- Faire du tourisme un sujet interdisciplinaire qui mobilise les compétences d'enseignants et de chercheurs sur des programmes
- Multiplier les sources d'information et faire émerger de nouveaux acteurs (nouvelles pensées, nouveaux experts...)
- Faire du tourisme un objet de recherche pour les chercheurs d'autres secteurs (ex : financement de start-up)

Le Département s'engage pour le tourisme

Échelon de proximité, de développement et de solidarités, le Département accompagne le développement du tourisme qui constitue :

- **un secteur économique majeur** localement et nationalement.
- **un levier d'aménagement** : il permet de protéger des espaces naturels sensibles, de développer des infrastructures, des équipements et des services.
- **un accompagnateur social** : il apporte des compléments de revenu à d'autres secteurs (commerce, agriculture..) et maintient une vie économique et sociale.
- **un outil de solidarité** : il « casse » l'isolement et désenclave les communautés, car dans le tourisme, le « faire ensemble » est la condition du succès.
- **un accélérateur d'image** : il crée des perceptions positives qui rejaillissent sur toutes les activités, de l'envie de venir en vacances à l'envie de s'installer.

12 Lutter contre les déserts numériques pour équilibrer les chances des territoires.

■ Constat

Toutes les destinations touristiques ne disposent pas du même accès aux outils numériques et au très haut débit, ce qui crée des concurrences et des disparités entre et au sein des territoires

■ Actions

- Inciter les opérateurs privés et publics à participer à la digitalisation des territoires en élargissant la couverture
- Généraliser les possibilités d'accès gratuits aux réseaux dans les sites touristiques
- Flécher sur d'importantes actions d'investissement numérique, des capacités d'engagement actuellement dispersées (e-enseignement, e-santé, e-administration...) en leur adjoignant les potentiels et les attentes du monde du tourisme

■■■ Bénéfices

- Assurer un rééquilibrage entre les grands sites et les sites diffus en donnant à tous l'accès aux mêmes outils numériques
- Permettre une cohérence entre les actions d'aménagement numérique au niveau national et à l'échelle des territoires
- Donner aux opérateurs et investisseurs dans ces réseaux très haut débits un horizon économique plus large et une visibilité sur la rentabilité de ces investissements

Repères : le tourisme français

- **72,2** milliards d'euros de CA
- **6,4 %** du PIB français (contre 3,5% pour l'agriculture et l'industrie agroalimentaire et 1% pour l'industrie automobile)
- **227 802** entreprises touristiques
- **1,8** million d'emplois directs et indirects soit **11 %** de la population active
- La France est la **1^{ère}** destination touristique mondiale en termes de fréquentation et la **3^{ème}** en termes de parts de marché
- **49,34** milliards de recettes (12% des recettes mondiales)
- **+12,8** milliards d'euros : c'est le solde excédentaire du tourisme dans la balance extérieure française

Retrouvez nous sur notre blog

www.preparonsletourismededemain.com

pour témoigner, réagir, débattre, et nous aider à faire du tourisme en France un des enjeux majeurs de demain.

Document édité par le Rn2D.
Président : **Jean-Pierre Serra**
Directrice : **Véronique Brizon**
Conception-Réalisation : www.cadransolaire.fr
Crédit photos : Istock, Atout France / Cédric Helsly
©2012

