



Liberté • Égalité • Fraternité

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

HERVE NOVELLI

SECRETARE D'ETAT CHARGE DU COMMERCE, DE L'ARTISANAT,
DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES, DU TOURISME, DES SERVICES ET DE LA CONSOMMATION

Communiqué de presse

Communiqué de presse

www.economie.gouv.fr

Paris, le 18 octobre 2010

N° 801

DISCOURS

INTERVENTION D'HERVE NOVELLI AUX RENCONTRES NATIONALES DU TOURISME PARIS LE 18 OCTOBRE 2010

**Mesdames et Messieurs le Présidents,
Mesdames et Messieurs les élus,
Mesdames et Messieurs,**

Je suis très heureux de vous retrouver pour la troisième fois dans le cadre des Rencontres Nationales du Tourisme. J'ai l'occasion de m'entretenir régulièrement avec vous, professionnels du Tourisme, lors de vos assemblées plénières, mais aussi sur le terrain, dans vos entreprises. Au-delà de ces instants partagés, avec chacun dans vos métiers, les Rencontres Nationales du Tourisme nous offrent un moment privilégié d'échanges entre tous les acteurs privés et publics du tourisme l'occasion de confronter des points de vue, d'initier des relations d'affaires. L'affluence d'ailleurs aujourd'hui est là pour témoigner de votre intérêt pour ce rendez-vous !

En juin 2008 nous étions déjà là tous ensemble, dans cette même enceinte pour parler de l'avenir du Tourisme en France.

Le travail de réflexion mené à l'époque, avec vous sous l'égide du BCG, avait clairement posé 3 constats et une conclusion :

1. Premier constat : la France, première destination au monde, et troisième en termes de recettes, perdait des parts de marché (2 points de perdu en 10 ans)
2. Second constat : La France, « vieux pays du Tourisme » fait face à de nouvelles destinations qui s'installent sur ce marché très concurrentiel, avec des offres récentes, accrocheuses, et parfaitement adaptée aux nouvelles attentes du marché.
3. Troisième constat : le tourisme mondial reste porteur : les flux de voyageurs dans le monde se développent rapidement : 900 M aujourd'hui, 1,5 milliard en 2020 selon l'Organisation Mondiale du Tourisme. Dès lors, pas question de rester sur bord du chemin !

La conclusion, elle était simple : il était temps de réagir afin de :

- a) mieux se positionner vis-à-vis des flux émergents,
- b) maintenir nos positions sur les marchés traditionnels.



En effet, parce qu'elle est une Vielle destination touristique, la France a à la fois les avantages et les inconvénients de son antériorité sur le marché : face aux nouvelles grandes puissances économiques notre pays reste une des premières destinations vers laquelle se tournent spontanément ceux qui accèdent à l'aisance matérielle et s'initient aux vacances et aux loisirs. L'image et la notoriété demeurent. Mais en revanche, pour les clientèles plus initiées, l'attractivité de la France s'érousse voire bat en retraite !

C'est pourquoi, face à cette situation périlleuse à terme, j'ai alors décidé d'engager avec vous un vaste chantier dont le contenu tient en un mot : la **(re)qualification** de l'offre touristique française.

Et parce qu'il fallait frapper fort, avec le soutien de toute la profession, nous sommes allés jusque devant la représentation nationale en faisant voter une loi, la loi pour le développement et la modernisation de l'offre touristique. Je vous rappelle que cette loi a été votée à la quasi unanimité en juillet 2009. Je vous rappelle les 4 mesures majeures de notre loi:

1. la réforme du régime juridique de la vente de voyages permettant de dynamiser la profession et de faciliter son accès aux nouveaux entrants tout en donnant aux entreprises les moyens de développer de nouvelles activités ;
2. la réforme de l'Agence Nationale pour les Chèques Vacances avec la levée des contraintes qui pesaient sur la diffusion des chèques vacances dans les entreprises de moins de 50 salariés. Moins de 2% des 3 millions de titulaires étaient issus de ces petites entreprises ;
3. la réforme de tous les hébergements touristiques marchands par la révision des référentiels, inchangés pour certains depuis 1986, mais aussi la procédure d'attribution ;
4. la création d'Atout France, l'agence de développement touristique de la France par le rapprochement de Maison de la France et d'ODIT France.

Le chantier législatif prestement engagé, rapidement clôturé, la profession est rapidement passée à l'action.

- Du côté des agents de voyages, les premières immatriculations ont été enregistrées par Atout France (qui a, depuis la loi la charge d'immatriculer les nouveaux opérateurs de voyages et les agents de voyages qui devront d'ici 2012 adopter ce nouveau statut unique) : 2 400 immatriculés à ce jour sur les 7 500 opérateurs de voyages dont 4 500 agents de voyages.
- Concernant les chèques vacances, l'ANCV a signé en juin dernier des accords de distribution avec cinq prestataires privés qui vont permettre aux 5,8 M de salariés d'entreprise de moins de 50 employés qui n'ont pas de Comité d'entreprise d'accéder à cet avantage social. C'est à terme autant de moyens supplémentaires pour l'action sociale de l'ANCV. J'y reviendrais.
- Le grand chantier le plus structurant c'est certainement celui de la réforme du classement des hébergements touristiques marchands. Je vous le rappelle, nous avons procédé avec les professionnels à la refonte complète, des grilles de critères pour chaque type d'hébergement : hôtel, résidence de tourisme, villages de vacances, hôtellerie de plein air, meublés de tourisme. Et ce sont par nature d'hébergement des grilles enrichies, qui vont bien au-delà des simples notions d'équipement, qui permettent désormais de qualifier les éléments de services, de confort, de développement durable des établissements. Le classement à point, avec des critères obligatoires et optionnels, permet d'installer des standards communs minimum tout en laissant une marge pour la différenciation de chaque hébergement.
- En complément, nous avons engagé une réforme de la procédure d'attribution avec un classement toujours volontaire, (et ceci même pour l'hôtellerie de plein air qui a bien voulu abandonner son classement obligatoire) ; un classement temporaire, qui sera revu pour chaque établissement 5 ans après, pour maintenir la vigilance des opérateurs sur la qualité de leur produit ; un classement attribué par l'Etat sur présentation des conclusions d'un audit mené par un cabinet privé accrédité par le Comité Français d'Accréditation - COFRAC - et à la charge de l'opérateur.



L'avantage donné à l'hôtellerie haut de gamme d'adopter la 5^{ème} étoile avant le vote de la loi, a permis à une centaine d'établissements de revêtir sans tarder cette nouvelle catégorie créée avec la réforme du classement.

Le mouvement est aussi engagé, depuis plus récemment, pour les autres catégories et tous les hébergements touristiques marchands concernés.

Ce travail de refonte des « marqueurs » de l'offre d'hébergement s'achèvera avec la classe Palace qui est comme vous le savez en cours de définition. Si j'ai voulu aller jusqu'à préciser formellement cette catégorie, malgré la création de la cinquième étoile, c'est pour une raison très spécifique. Certes la 5^o étoile était nécessaire pour permettre à la France, première destination au monde, de s'afficher encore mieux sur la scène internationale dans la compétition avec les destinations concurrentes, avec ce « marqueur universel » que sont les « étoiles » reconnues notamment sur le créneau affaires. Mais cela n'était pas suffisant : il n'était pas envisageable que les établissements d'exception que nous avons le privilège de détenir ne puissent être distingués avec un label lui-même exceptionnel. Spécificité de la France qui en dispose plus que d'autres pays comme l'Angleterre. Par ailleurs véritable vitrine du savoir-faire à la française en matière d'artisanat d'art, j'ai donc créé la marque Palace. Elle sera attribuée selon un référentiel renforcé pour apprécier les critères objectifs, et par l'intervention d'un jury du type Goncourt réunissant des personnalités du monde des arts, de la culture, des affaires, disposant d'une aura et d'une sensibilité incontestables. Je rendrai public le 25 octobre prochain la grille de critères, la procédure et la composition du jury.

Ce grand mouvement de révision de l'encadrement de l'offre était nécessaire : il va nous aider à remettre progressivement à niveau la qualité et donc l'attractivité générale de la destination France, attractivité qui s'est dévalorisée au fil du temps par manque de réinvestissement. Car oui je vous le dis, très clairement : cette révision n'est pas une fin, c'est ... un début ! Pour que son objectif premier (qui est d'accroître la qualité et la compétitivité économique de notre offre) soit atteint, il faut certes accélérer la mise en œuvre des nouveaux dispositifs de classement, mais il faut surtout ... relancer les investissements. Car derrière ce dispositif il y a des projets d'investissement, des emplois et une offre touristique régénérée. Alors je vous le dis, avec force : n'attendons pas juillet 2012, date où l'ensemble des panonceaux octogonaux bleus bien connus devront être démontés. D'autant que l'effet nouveau classement sur le niveau de fréquentation est assuré ! J'en veux pour preuve les chiffres enregistrés par l'hôtellerie haut de gamme durant l'été : + 16,7% en juillet par rapport à l'année passée, et une évolution de + 12% depuis janvier de cette année pour cette catégorie, soit plus de cinq fois l'évolution moyenne de l'ensemble de l'hôtellerie sur la période.

Après le chantier des classements, il en est un autre dont je voudrais vous parler. C'est celui de la TVA. La loi de modernisation a aussi permis d'acter la baisse de la TVA. Elle a toute sa place aux côtés de loi Tourisme. La restauration a besoin du tourisme, et le tourisme a besoin de la restauration. Vous le savez, et les enquêtes nous le rappelle régulièrement, la gastronomie est un des principaux leviers d'attractivité touristique de notre pays.

Alors, au-delà des polémiques, je veux profiter de cette tribune pour rappeler quelques chiffres qui restent trop méconnus sur le bilan réel de cette baisse de TVA.

Ainsi, il me paraît essentiel de rappeler que le secteur HCR, depuis la baisse de TVA, est le secteur numéro un en France pour la création d'emploi, avec une progression de + 3,2 % de ses effectifs salariés. Cela représente 30 000 emplois supplémentaires sur un an, alors que le secteur avait détruit 15 000 emplois dans les 18 mois précédents. La baisse de TVA a aussi préservé les emplois existants bien sûr, avec une baisse de 20 % des défaillances d'entreprises dans les six mois qui ont suivi son entrée en vigueur. Pour nos entreprises, cela a été un formidable bol d'air.

Et si le secteur a été le numéro un pour l'emploi, il l'a aussi été en matière d'avancées sociales. Avec la signature de l'accord social applicable depuis le 1er mars 2010, c'est un milliards d'euros qui sera redistribué chaque année aux salariés. Les salariés de la restauration bénéficient désormais :

- de plus de salaire (avec une augmentation moyenne de la grille de salaires de 5 %), ce qui correspond à un peu plus de 3 % de hausse de salaires.
- de plus de primes (avec la création « prime TVA » de 2 % de la rémunération annuelle, plafonnée à 500 € par salarié),
- de plus de congés (deux jours fériés supplémentaires)

- de plus de protection sociale (avec la création d'une mutuelle santé qui sera mise en œuvre à partir du 1^{er} janvier 2011).

Le contrat d'avenir que l'Etat a signé avec les restaurateurs, c'est vous l'avez compris un ensemble d'engagements. Parmi ceux-ci figure un objectif qui me tient particulièrement à cœur : passer de 300 à 3 000 le nombre de Maîtres restaurateurs. J'ai choisi de promouvoir le titre de Maître restaurateur dès mon arrivée à Bercy en 2007. Pourquoi ? Parce que je parlais du constat simple qu'on ne peut pas œuvrer en faveur de la qualité et du savoir-faire dans la restauration sans distinguer plus particulièrement les professionnels qui répondent à ces caractéristiques.

C'est la première fois qu'il y a un label officiel, décerné par l'Etat, qui reconnaît la qualité, le « fait-maison », les compétences et le savoir-faire des restaurateurs.

Ce titre est l'occasion de bâtir un repère clair, lisible, immédiatement compréhensible pour les consommateurs, et notamment pour nos visiteurs étrangers.

Aussi, je souhaite que tous les acteurs du tourisme valorisent ce titre et le fasse connaître, pour qu'il devienne un symbole de qualité et de savoir-faire connu de tous.

Mais des efforts sont encore à mener. Les obstacles à ce travail de remise à niveau de l'offre ne sont pas encore tous levés, et nombreux sont les nouveaux chantiers qui sont ouverts, devant nous. Je voudrais m'attarder sur quelques uns d'entre eux

Premier chantier, celui de la mise aux normes sécurité incendie (2011) et accessibilité handicapés (2015). J'ai déjà eu l'occasion de m'exprimer sur cette difficulté rencontrée par les hébergeurs à la suite de la remise d'un rapport du Contrôle Général Economique et Financier - CEGEFI, le corps d'inspection du Ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi, qui a clairement exposé les risques qui pèsent sur l'hôtellerie indépendante si rien n'est fait pour assouplir et harmoniser les dates d'échéance des différentes normes qui s'imposent. Plus de 3 000 établissements indépendants seraient menacés de disparition. Pour moi, je le dis clairement, il n'est pas question de faire courir ce risque à nos hôteliers indépendants.

Je me suis emparé du dossier et j'ai déclenché en août dernier un débat interministériel sur cette question de la mise aux normes. Je demande un arbitrage du 1^{er} Ministre permettant au moins de conjuguer les dates butoirs des différentes échéances pesant sur la profession, arbitrage allant je le souhaite jusqu'à clarifier et réviser les normes. Ma vigilance sur ce sujet est totale et quotidienne, et ma motivation des plus grandes !

Je vous le redis très clairement : c'est un chantier qu'il nous faut réussir, à la fois pour la sécurité de nos concitoyens, mais surtout pour maintenir et développer une hôtellerie notamment indépendante attractive et performante.

Autre sujet d'importance, la naissance de TSI. Je vous annonçais ici même lors des précédentes Rencontres Nationales du Tourisme, la création d'un fonds d'investissement dédié à la rénovation des villages du Tourisme familial et associatif : TSI – Tourisme Social Investissement.

Objectif du fonds : concentrer en une seule main les moyens destinés à financer les 500 M€ estimés de travaux de remise à niveau du parc immobilier des acteurs du Tourisme associatif et familial. La Caisse des Dépôt et l'ANCV, les deux principaux contributeurs à ce fonds auxquels devraient aussi s'associer d'autres investisseurs, travaillent à la formalisation du sujet. TSI est sur la bonne voie pour être opérationnel d'ici la fin de cette année

Ce fonds est programmé pour recueillir près de 150 M€ sur 10 ans. Il a vocation à être investi dans des structures immobilières du tourisme familial et associatif afin de les rénover. Par effets de leviers successifs auprès d'autres investisseurs désireux d'intervenir ponctuellement sur des projets, et par un complément d'emprunts bancaires, cette initiative TSI pourrait permettre d'organiser jusqu'à près d'un milliard d'euros de financement sur la durée ! Entendons nous bien : cette initiative que j'ai prise, relayée aujourd'hui par la Caisse des Dépôt et l'Agence Nationale pour les Chèques Vacances, doit entraîner la mobilisation de tous les autres financeurs du secteur.

Alors d'autres problèmes subsistent ici et là dans d'autres sphères du Tourisme, oui, nous le savons. Ils nécessitent un traitement adapté soit par l'évolution des textes, soit par la mise en place d'outils ad hoc, en tout cas il faudra à chaque fois une impulsion de l'Etat, de la puissance publique.

- Je pense en particulier à l'hôtellerie de plein air, (48% de l'offre marchande totale en France), qui doit améliorer le cadre contractuel régissant les relations entre les exploitants de camping et ceux de résidences mobiles de loisirs (ou mobile home). Je vous l'annonce aujourd'hui, je crée un groupe de travail avec les professionnels et les autres ministères concernés. Car certaines pratiques que d'aucuns considèrerait comme abusives, sont de nature à entraver le bon développement d'une filière qui affiche globalement d'excellentes performances. De mauvaises pratiques pourraient perturber la production d'une filière ou la France affiche des positions de leader européen. Je n'oublie pas que je suis aussi ministre en charge de la consommation, de la concurrence, et des PME.
- Je pense aussi à la plaisance qui se trouve dans une situation assez similaire : une demande forte face à des contraintes de place dans les ports. D'où des conséquences à la fois sur l'activité touristique dans les stations par manque d'animation dans les ports, mais aussi pour les constructeurs français dont certains leaders mondiaux qui peinent à trouver des débouchés sur leur propre marché domestique faute de places disponibles pour les acheteurs. Vrai paradoxe !

Il est possible de dynamiser la gestion des ports afin de faciliter l'accueil de nouveaux bateaux, saisonniers ou permanents, par une révision des tarifs appliqués, ou avec le développement des ports à sec, ou d'autres formules de stockage innovantes.

- Je voudrais à ce stade aborder un sujet majeur qui menace gravement la compétitivité de la destination France. Je veux parler de la réhabilitation de l'immobilier touristique dans les stations littorales et de montagne. Des friches se créent progressivement par la sortie du marché d'hébergements qui datent (1960, 1970) faute d'avoir fait l'objet d'investissements suivis et suffisants pour le maintien de leur attractivité.

Des initiatives ont néanmoins été prises pour tenter d'engager un mouvement massif de réhabilitation. Mais avec en moyenne 1 lit réhabilité pour 100 lits neufs créés, le dispositif ORIL / VRT a fait la démonstration de son inefficacité. Reconnaissons que c'est un échec !

Je me suis emparé du sujet dès mon arrivée en 2008 en mobilisant avec mon collègue le Ministre de l'espace rural et de l'aménagement du territoire (à l'époque sous la tutelle de Jean-Louis BORLOO) une mission d'inspection conjointe. Nous n'avons pas beaucoup avancé, le traitement radical passant par une mobilisation efficace des particuliers propriétaires de ces appartements qui se désintéressent de leur bien. Les avantages fiscaux ne font pas tout, c'est un travail juridique sur le droit de propriété en situation critique qu'il faut envisager. C'est un sujet d'ampleur du même ordre que celui lancé pour la rénovation urbaine des quartiers anciens en centre ville. Le sujet est très technique, mais il faut nous doter d'un puissant levier pour organiser massivement cette réhabilitation qui affecte gravement notre capacité d'hébergement et l'apparence de nos stations qui se dégradent. La rareté des espaces naturels nous empêche de développer un immobilier neuf.

Le Tourisme constitue en outre souvent dans ces stations les premières sources d'emplois locales. Avec cet immobilier en déshérence, c'est l'attractivité et la capacité de développement du produit France qui sont menacées ! Alors je vous le dis aujourd'hui, il faut en avoir conscience : une partie de l'avenir du Tourisme dans notre pays va tenir à notre capacité à rénover cet immobilier trop souvent obsolète. Il y a donc grande urgence à traiter ce qui est probablement LE sujet principal, le sujet crucial du secteur.

Ce travail de remise à niveau et de développement de l'offre, déjà largement engagé après plus de deux années intenses, est à prolonger par la conjugaison de toutes nos forces :

- une révision des dispositifs publics territoriaux d'aides passant par l'assistance conseil aux porteurs de projet en matière d'ingénierie et de partenariat public-privé,
- une réorientation des budgets d'intervention des conseils régionaux et généraux vers l'émergence de produits à forte valeur ajoutée et le renouvellement des offres en perte de vitesse.



C'est tout le sens du partenariat avec la Caisse des Dépôts pour l'accompagnement des porteurs de projets publics, et Oséo pour les porteurs de projet privés, mais aussi les conventions qui se concrétisent aujourd'hui avec les régions et Atout France.

- Il est aussi nécessaire de stimuler l'investissement international dans notre pays en matière de Tourisme et de loisirs, et tirer profit de la croissance internationale qui se dessine. C'est tout le sens du partenariat engagé par Atout France avec UBIFRANCE et l'AFII, l'Agence Française des Investissements Internationaux, à la signature duquel je présiderai à l'issue de cette séance plénière.

Si le développement de l'attractivité touristique de notre pays passe par des investissements, il passe aussi par une créativité, une créativité qui doit être SYS-TE-MA-TI-QUE

2 exemples :

1. Nous disposons d'un patrimoine remarquable formidable que le monde entier nous envie. Plus de la moitié des visiteurs internationaux choisissent de venir en France pour la Culture. Dans les faits, ne nous le cachons pas, la pratique et la satisfaction sont tout autres.

C'est ce qui m'a engagé à initier et signer avec le Ministre de la Culture, Frédéric MITTERRAND, une convention qui vise notamment à valoriser les sites prestigieux de l'Etat par le développement d'une activité touristique, hôtelière ou de réunion et séminaire. Cet accord est historique, car autant quelques collectivités s'étaient lancées dans la valorisation de leur patrimoine historique par l'économie, le Tourisme en l'occurrence, autant l'Etat pour sa part n'avait encore rien imaginé. C'est la première fois qu'un Ministre de la Culture et un ministre du Tourisme s'engagent ensemble dans cette voie.

- 2 Mais la créativité c'est aussi la démarche que j'ai engagée avec le ministère en charge de l'Agriculture avec la marque « Vignobles & Découvertes ». Ou comment conjuguer l'objectif de l'Agriculture (valoriser la viticulture), et celui du Tourisme (qualifier et dynamiser l'offre) en proposant des solutions concrètes pour inciter les acteurs locaux à s'organiser afin de dégager plus de valeur ajoutée.

Autour du vin, les 7,5 M de visiteurs Français et étrangers qui arpentent nos caves (10 M de visites), nos vignes (24 M de visites), trouveront bientôt des produits touristiques complets, de qualité, clairement identifiés. Avec cette marque « Vignobles & Découvertes » attribuée depuis la semaine dernière à 10 destinations ce sont un millier de professionnels du Tourisme (hôtels, restaurants, musées, festivals, offices du tourisme, etc.) qui s'organisent pour regrouper car désireux de travailler ensemble à la promotion de leur propre activité pris individuellement, de la destination pris globalement. C'est la force de l'initiative publique qui se concrétise à travers ce cahier des charges élaboré par le Conseil Supérieur de l'œnotourisme mis en place par nos deux ministères et réunissant les principaux représentants des professionnels de la viticulture et du Tourisme. Cette marque attribuée pour trois ans, (*toujours le souci de maintenir la vigilance nécessaire à la préservation de la qualité*), vient compléter les dispositifs existants, en apportant une signature nationale propice à une visibilité élargie.

Enfin le développement de l'attractivité touristique de notre pays passe par l'INTERNET. Quand 78% des Français achètent à distance, qu'il y a 35 M d'internautes, 25 M d'acheteurs en ligne, que la progression est de + 17% encore en 2009, et surtout que le Tourisme est le premier sujet de tous les achats en ligne (58% des internautes), nous devons absolument disposer d'une ambition à la hauteur.

La France on le sait dispose d'une offre extrêmement riche et variée, mais cette offre est insuffisamment coordonnée, valorisée, visible et lisible. A l'heure d'Internet qui permet l'accès à l'exhaustivité de l'offre, il est nécessaire de proposer au consommateur des clés de lecture fiables de cette offre. D'où l'importance des initiatives de l'Etat pour la qualification de l'offre, l'attribution de marques d'Etat. Je voudrais vous en dire quelques mots.

Je souhaite porter l'ambition d'une plateforme rassemblant l'ensemble des informations sur les séjours en France, par un partenariat public privé associant collectivités et opérateurs privés du secteur. J'ai demandé à Atout France de mener ce chantier. Un complément à l'exercice mené par ailleurs de qualification de l'offre. L'évolution des modes de réservations touristiques, l'évolution de la mobilité grâce notamment aux



terminaux portables, la puissance des réseaux sociaux en termes de promotion, sont autant de nouveautés qui obligent notre agence à développer de nouvelles solutions numériques.

J'ai décidé de porter un projet de création de plateforme d'information numérique auprès du Commissariat général au grand emprunt. Cette plateforme doit allier, autour d'Atout France, les destinations, les partenaires et les professionnels du tourisme, les acteurs français du développement numérique afin de pouvoir innover et proposer de nouveaux outils aux touristes et de développer de nouvelles formes modernes de promotion de la destination France.

En effet les évolutions des modes de consommation dans le Tourisme que la crise est venue renforcer (des séjours plus courts, impromptus, à budgets maîtrisés,) incitent les consommateurs à se tourner vers des offres thématiques, de plus en plus qualitatives. Des achats raisonnés et optimisés.

Toute notre stratégie accompagne cette évolution : des produits identifiés, pouvant se prévaloir universellement des « marqueurs de qualité » dont l'Etat est le garant, valorisant les savoir-faire locaux, assurant la promotion des destinations.

Ces notions de destination cohérentes autour d'une valeur forte, de séjours thématiques, gommant progressivement la notion de frontière. Nous l'expérimentons avec nos amis Italiens et Espagnols par la mise au point de campagne de promotion adaptées à destination des clientèles lointaines, sur des thématiques où chacun de nos pays s'efface au profit de la gastronomie méditerranéenne, la culture de la Méditerranée, etc., les valeurs qui font notre unité. Un règle entre nous : libre jeu concurrentiel à destination des clientèles étrangères de proximités, unité quand il s'agit de parler aux clientèles lointaines.

Les encouragements du vice-président de la Commission européenne, Antonio TAJANI, commissaire en charge notamment du Tourisme, vont dans ce sens du dépassement des frontières pour consolider la place de l'Europe comme première destination mondiale, par l'élaboration de produits thématiques transfrontaliers (routes culturelles, etc.).

La ratification du Traité de Lisbonne introduisant la compétence Tourisme au niveau de la Commission européenne, est une chance pour notre pays. Nous devons rester le leader dans le Tourisme pour influencer sur les pratiques des autres pays et les dispositions de la Commission européenne.

Le Tourisme est aussi pour nous un savoir-faire à promouvoir à l'export, par exemple auprès des destinations méditerranéennes de l'Union Pour la Méditerranée, comme elles le demandent instamment : des stratégies pour développer l'activité chez elles, des coopérations pour monter des produits touristiques communs, du nord au sud de la côte Méditerranéenne.

Le secteur du Tourisme se distingue par une variété de situation qui passe par des efforts d'amélioration relevant soit de manœuvres lourdes quand il s'agit de moderniser les infrastructures, plus légères mais selon une certaine créativité quand il s'agit de structurer l'offre existante.

Mesdames et Messieurs les Présidents, Mesdames et Messieurs les élus, Mesdames et Messieurs, nous sommes en charge de la plus belle industrie qui soit, car valorisant les spécificités de nos destinations, promise aux plus forts et réguliers taux de croissance de toute l'industrie, créatrice d'emplois et de richesses sur l'ensemble du territoire, non délocalisable. Faisons tous ensemble le nécessaire pour en tirer le meilleur partie, et nous montrer à la hauteur des enjeux qui s'imposent à la première destination au monde.

Je vous remercie.

Contact Presse :

Cabinet d'Hervé NOVELLI : Aurore Longuet - 01 53 18 46 35 – aurore.longuet@cabinets.finances.gouv.fr