



Présentation des politiques touristiques en France

Valère Rousseau – coordinateur du programme
Réinventer le patrimoine – Atout France

Le secteur touristique en France

⇒ Flux, poids économique, emploi



1^{re}

destination mondiale
avec 90 millions de touristes
étrangers en 2019 (+ 4 %)

3^e destination

en termes de recettes internationales
avec 57,9 milliards d'euros en 2019



8 %

du PIB français

442 millions de nuitées

180 milliards d'euros
de consommation touristique

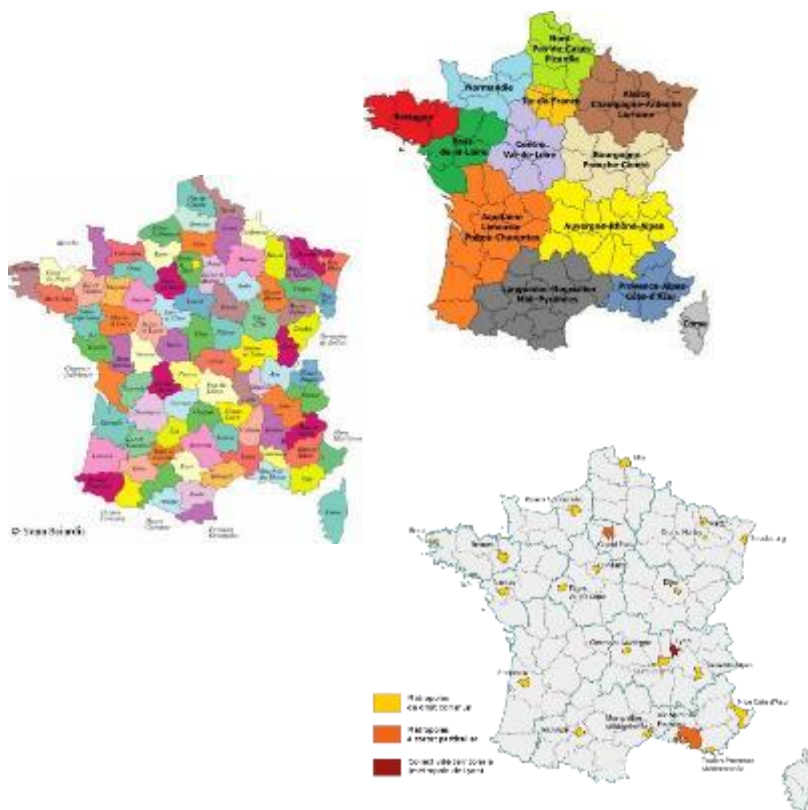
Près de **16 milliards d'euros**
d'investissements touristiques



2 millions
d'emplois directs
et indirects

Une réforme territoriale et des enjeux de compétences

⇒ **Loi nouvelle organisation territoriale de la République (NOTRe) du 7 août 2015**



13 Régions

101 Départements

21 Métropoles

14 Communautés Urbaines /
223 Communautés d'Agglo

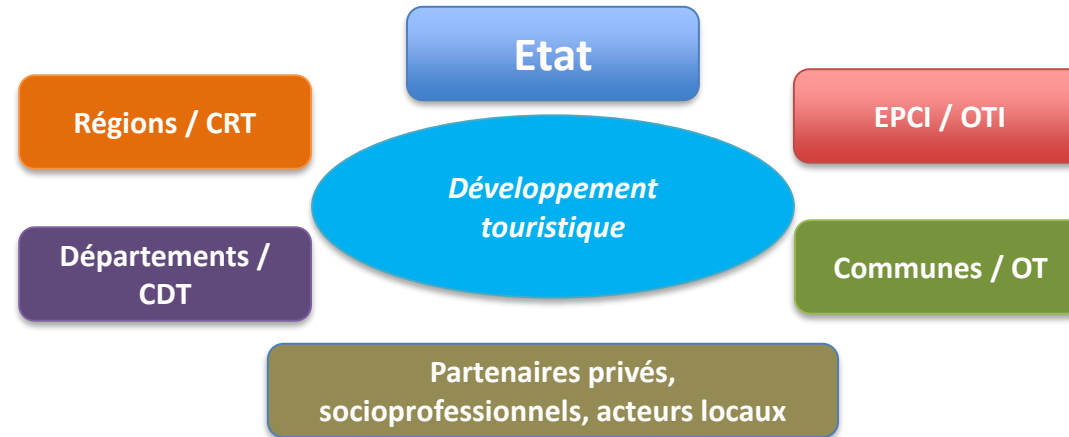
1018 Communautés de
communes

+ de 35 500
Communes

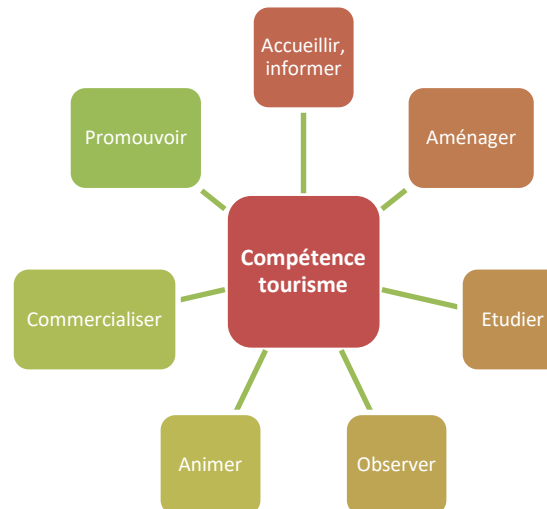
Etat

Le tourisme en France : une compétence partagée

⇒ Une pluralité d'acteurs



⇒ Pour des actions multiples



Organisation de la compétences tourisme des collectivités

⇒ Une compétence restée partagée entre les différents échelons territoriaux

Répartition des compétences en matière de tourisme depuis le 1 ^{er} janvier 2017	
Région	<ul style="list-style-type: none">• Définit les objectifs du développement touristique régional à moyen terme.• Recueille, traite et diffuse les données relatives à l'activité touristique dans la région.• Coordonne les initiatives publiques et privées en matière de développement, de promotion et d'information.• Crée le comité régional du tourisme.
Département	<ul style="list-style-type: none">• Etablit les schémas d'aménagement et de développement touristique.• Crée les comités départementaux du tourisme et les agences de développement du tourisme.
Interco	<ul style="list-style-type: none">• Assure la promotion.• Crée et gère des zones d'activités touristiques.• Crée les offices de tourisme.
Commune	<ul style="list-style-type: none">• Compétences autres que la promotion et la création d'offices de tourisme.

Organisation et cadre stratégique national du tourisme (1/2)

⇒ Le tourisme sous tutelle du ministère de l'Economie et des Finances

- **Olivia Grégoire**, ministre déléguée aux PME, au commerce, à l'artisanat et au tourisme, auprès du ministre de l'Economie, **Bruno Le Maire**.
- Créé par la loi n°2009-888 du 22 juillet 2009, **Atout France** est l'opérateur de l'État en charge du tourisme. Son statut de GIE (groupement d'intérêt économique comptant plus de 1 100 membres à la fois publics et privés) lui permet d'agir en partenariat avec de nombreux acteurs pour renforcer la compétitivité et l'attractivité de l'économie touristique française
 - Triple objectif de promotion du tourisme en France, d'actions d'ingénierie/développement et de mise en œuvre d'une politique de compétitivité et de qualité des entreprises du secteur (Observation / veille / évaluation / classement et appui à l'innovation et à la professionnalisation).
 - L'agence s'appuie aussi sur une trentaine de bureaux dans le monde qui couvrent plus de 70 pays
- **Comité de filière de tourisme durable** : un lieu de concertation de tous les acteurs du tourisme permettant la co-construction des politiques touristiques entre les professionnels et les pouvoirs publics, grâce à une gouvernance partagée, inclusive et souple sur son fonctionnement.



Organisation et cadre stratégique national du tourisme (2/2)

⇒ Le Plan Destination France

En 2021, le gouvernement a renforcé la stratégie touristique ainsi que les moyens dédiés pour faire face à l'urgence du changement climatique, pour réduire les impacts dus au tourisme et également en faire une opportunité de relance du secteur.

Il a par conséquent lancé le **Plan Destination France** : une stratégie nationale à 10 ans pour accompagner la transition durable du secteur et objectif de faire de la France **la référence mondiale en matière de tourisme durable d'ici 2030**.

5 axes, 20 mesures

Axe 1 : Conquérir et reconquérir les talents

Axe 2 : Renforcer la résilience du secteur et soutenir la montée en qualité de l'offre

Axe 3 : Valoriser et développer les atouts touristiques français

Axe 4 : Répondre aux enjeux de transformation du secteur

Axe 5 : Promouvoir la destination France et consolider ses parts de marché



ATOUT FRANCE CONTRIBUE OU MET EN ŒUVRE 8 DES 20 MESURES DU PLAN DESTINATION FRANCE

MESURE 1

Contribuer au lancement **d'une campagne nationale de communication pour conquérir et reconquérir les talents**

MESURE 4

Mettre en place de **l'ingénierie pour la montée en qualité de l'hôtellerie-restauration des villes moyennes** avec la Banque des Territoires

MESURE 8

Structurer et valoriser les données touristiques au profit d'une meilleure connaissance du secteur par ses acteurs via **France Tourisme Observation**

MESURE 11

Renforcer l'offre d'ingénierie pour valoriser et développer les atouts touristiques français, soutenir la **transformation durable** de l'économie touristique, avec un **volet spécifique écotourisme en outre mer** et une attention aux destinations fragilisées par la crise sanitaire

MESURE 14

Moderniser et verdir les classements des hébergements touristiques

MESURE 17

Appuyer la **diffusion des innovations via l'expérimentation territoriale** pour soutenir le développement et le rayonnement des start-ups du tourisme

MESURE 19

Renforcer les **actions de communication et de promotion de la destination France**, auprès des touristes comme des investisseurs (Promotion, e-learning, Sommet Destination France)

MESURE 20

Tirer profit des **grands événements sportifs internationaux et notamment les JOP 2024 pour valoriser la destination France** dont renforcer la qualité d'accueil : taxis et hébergeurs

UN DATA HUB POUR LA FILIÈRE TOURISTIQUE

ENJEUX

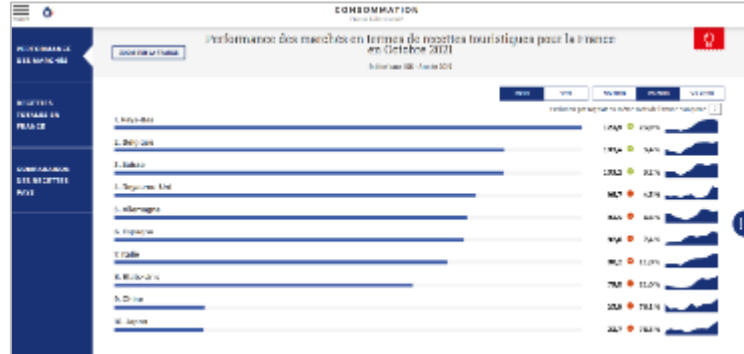
> **Renforcer la connaissance de l'offre touristique dans son ensemble**
Élargie notamment aux questions de développement durable et d'investissements

> **Développer des nouveaux indicateurs**
Conjoncture en temps réel, suivi des émissions carbone, impact social du tourisme, qualité /satisfaction... ;

> **Améliorer la connaissance des tendances post-Covid dans une vision prospective**
Pour mieux cibler les campagnes de promotion et anticiper les évolutions des clientèles



MESURE 8



DÉVELOPPER ET TRANSFORMER : SOUTENIR L'INVESTISSEMENT ET LA TRANSITION DURABLE DE L'OFFRE

Complémentarité
d'ingénierie



Des moyens
déconcentrés
aux Régions



Des moyens et actions pilotés par l'Etat ou confiés aux opérateurs
dont Atout France

- ❑ Nouveau programme FTI : « Stimuler la rénovation de l'hôtellerie dans les villes moyennes »
- ❑ AMI « Transformation durable de l'économie touristique »
- ❑ « Territoires et filières fragilisés par la crise sanitaire: AMI Outre-mer + Lourdes+ filière thermale
- ❑ AMI « Destinations digitales »
- ❑ AMI « Plateformes d'appui à l'innovation et à l'expérimentation touristiques »

MESURE 4

MESURE 11

MESURE 17



4 PROGRAMMES FRANCE TOURISME INGÉNIERIE POUR STIMULER LA TRANSFORMATION DE L'OFFRE VIA L'INGÉNIERIE D'INVESTISSEMENT



Rénover l'immobilier de loisir des stations (25 stations engagées)



Faciliter le montage des projets d'investissement régionaux structurants



Réinventer les processus de valorisation économique des sites patrimoniaux en mixant les usages



Stimuler la rénovation de l'hôtellerie dans les villes moyennes

MESURE 4

Le dispositif France Tourisme Ingénierie est piloté par Atout France en lien étroit avec la Banque des Territoires, l'Agence nationale de la cohésion des territoires et le Ministère de la Culture pour FTI Réinventer le Patrimoine.

4 APPELS À MANIFESTATION D'INTÉRÊT DU PLAN DESTINATION FRANCE



Accélérer la transition vers des modèles touristiques plus soutenables, décarbonés, socialement responsables et respectueux du cadre de vie des populations



Accompagner la relance des destinations fortement impactées par la crise sanitaire, dont les destinations d'outre-mer et faire monter en puissance une offre touristique exemplaire en matière de durabilité.



Accélérer la dynamique de commercialisation et d'internationalisation des réseaux territoriaux touristiques en optimisant l'usage du marketing numérique



Accompagner le développement des destinations françaises en leur permettant d'expérimenter des solutions innovantes imaginées par de jeunes entreprises / startups françaises

63 lauréats (plus de nombreuses expérimentations) pour la première vague des AMIs

→ Une deuxième vague prévue au 1^{er} trimestre 2023

PROMOUVOIR LA DESTINATION FRANCE ET CONSOLIDER SES PARTS DE MARCHÉ

RECONSTRUIRE LES FLUX TOURISTIQUES ET L'ATTRACTIVITÉ DES DESTINATIONS

- En renouant avec nos clientèles les plus fidèles suivant les marchés et segments
- Via des actions segmentées (demande/ accès / offre disponible)
- En ajustant message et actions (réassurance / stimuler les envies)

ACCOMPAGNER LES ACTEURS ÉCONOMIQUES DANS LA REPRISE

- En synchronisant nos actions avec les transporteurs et la distribution
- En facilitant la mise en marché des produits des prestataires français (BtoB, BtoC)
- En développant des outils de veille performants

AMPLIFICATION DE LA VALORISATION DE NOS OFFRES DURABLES

APPROCHE SPÉCIFIQUE POUR LES TERRITOIRES ET FILIERES LES PLUS AFFECTES PAR LA CRISE

Paris et villes, Outre-mer, Montagne, Tourisme d'affaires, Corse, Lourdes

CAPITALISER SUR LES GRANDS EVENEMENTS POUR ACCELERER LA REPRISE



CAMPAGNE « The French Way »
soutenir les Rencontres et événements professionnels

#ChooseFrance



Pour en savoir plus :
www.atout-france.fr