

**Conférence annuelle du tourisme
Paris, 8 octobre 2015**

**Discours de M. Laurent Fabius,
Ministre des Affaires étrangères et du Développement international**

Seul le prononcé fait foi

Chers collègues ministres,
Mesdames et Messieurs les professionnels du tourisme,
Chers amis,

C'est un plaisir de vous recevoir au Quai d'Orsay. En juin de l'an dernier, clôturant les Assises du Tourisme, j'avais annoncé une série de décisions pour promouvoir ce que je ne cesse d'appeler notre « trésor national ». Parmi elles, l'organisation d'un rendez-vous destiné à faire annuellement le point sur les chantiers en cours et à venir, en présence de l'ensemble des acteurs. Nous y voilà, avec cette première Conférence annuelle du tourisme.

Merci aux intervenants des tables rondes, qui ont permis des échanges stimulants sur l'investissement et le numérique – deux thèmes sur lesquels je reviendrai. Plus largement, merci à tous ceux qui sont là aujourd'hui : professionnels du tourisme, représentants d'entreprises, élus, et la presse. Depuis un an et demi que la promotion du tourisme fait partie des attributions du Quai d'Orsay – et je remercie le Président de la République et le Premier ministre d'avoir bien voulu répondre à ma demande en ce sens –, nous travaillons ensemble dans un bon climat : cette mobilisation collective a favorisé les avancées que nous avons pu réaliser.

Chers amis,

Le tourisme français, « trésor national » : 7,5 % de notre richesse ; près de deux millions d'emplois non délocalisables ; une dizaine de milliards d'euros en positif pour notre solde commercial chaque année. Au-delà de cet apport économique considérable, le tourisme est un formidable vecteur de rayonnement pour notre pays. N'oublions jamais qu'un touriste satisfait est un de nos meilleurs ambassadeurs dans le monde. Bref, le tourisme, c'est l'image de la France.

Ce trésor, nous devons le protéger et le développer, dans un contexte de forte mutation mondiale. Ces évolutions créent des risques contre lesquels nous devons nous prémunir et des opportunités nouvelles qu'il faut savoir saisir. Si nous nous livrons à un bref exercice prospectif, quelles tendances principales caractériseront le tourisme de demain ? J'en distinguerai au moins quatre.

D'abord, l'expansion. Le tourisme est une des plus importantes industries au monde en termes de richesse générée, et une de celles qui connaît et va connaître la plus forte expansion en lien notamment avec l'élévation moyenne du niveau de vie. En 1950, 25 millions de personnes voyageaient dans le monde. Aujourd'hui, un milliard. En 2030, 2 milliards. Il s'agit d'une

opportunité majeure pour la France, première destination touristique internationale : nous pouvons et nous devons capter une part significative de ce marché en croissance.

Deuxième tendance, la compétition. Et même le renforcement de la compétition. Il y a quelques années, des pays émergents comme la Chine, l'Inde, plusieurs pays d'Amérique latine ne figuraient pas parmi les destinations privilégiées. La situation change : ils ont compris que le tourisme ne constituait pas une rente réservée à quelques-uns, mais un secteur économique à part entière dans lequel ils pouvaient gagner du terrain en valorisant leurs atouts. L'Organisation Mondiale du Tourisme estime qu'entre 2010 et 2030 les arrivées de touristes étrangers dans les destinations émergentes augmenteront de 4 % par an, deux fois plus vite que dans les pays du Nord. Cette concurrence doit nous inciter – quand je dis « nous » je pense à la fois aux pouvoirs publics et aux entreprises – à redoubler d'efforts si nous voulons que la France – et c'est l'objectif – demeure la première destination touristique mondiale.

Troisième tendance : la diversification. Diversification en particulier de la demande : un nombre croissant de touristes, s'éloignant des parcours balisés, cherchent à vivre une expérience singulière et « authentique », à se rapprocher de l'habitant, à découvrir les savoir-faire locaux. D'autres – souvent les classes moyennes des pays émergents pour qui le voyage constitue une pratique nouvelle – continueront de rechercher les séjours organisés et les parcours touristiques plus classiques. Quel que soit le mode de voyage – voyage en groupe traditionnel ou voyage personnalisé à l'écart des sentiers battus –, de plus en plus de tourisms thématiques se développeront : gastronomie, œno-tourisme, écotourisme, mémoire, croisières, tourisme nocturne, artisanal, sportif... Ces mutations présentent pour notre pays une opportunité ou un risque, selon que nous parviendrons à nous y adapter ou non. Diversification de l'offre également.

Enfin, la numérisation. Le tourisme mondial sera de plus en plus marqué par cette dimension. Le thème a été longuement abordé ce matin. Les touristes se rendent sur Internet afin de chercher des idées de vacances, lire des recommandations, acquérir leur billet de transport, réserver leur hébergement. Sur leur lieu de séjour, ils utilisent Internet et des applications innovantes pour trouver leur chemin, acheter un ticket de musée, découvrir un restaurant ou une activité. De retour dans leur pays, ils reviennent sur Internet pour faire partager leur expérience sur un blog, noter les hôtels en ligne sur certains sites, émettre des recommandations ou formuler des critiques. Bref, le numérique sera un outil central pour les touristes à chaque étape de leur voyage. Nous devons monter en gamme dans ce domaine et promouvoir l'innovation numérique au service de notre tourisme.

Donc expansion, compétition, diversification, numérisation : voilà quatre tendances majeures qui dessinent le tourisme d'aujourd'hui et de demain.

Pour relever ces défis, il était essentiel – et urgent – de mettre en place avec les professionnels une politique volontariste pour la promotion de notre tourisme. C'est ce à quoi nous nous efforçons, notamment depuis la conclusion des Assises du tourisme de juin 2014, en collaboration avec les Secrétaires d'Etat Matthias Fekl et Carole Delga puis Martine Pinville que je salue. A l'époque, j'avais annoncé diverses mesures. L'objectif était simple : lever les blocages identifiés à chaque étape de la filière du tourisme. Ces mesures sont aujourd'hui en application ou en cours de mise en œuvre. Le dossier qui vous a été remis en dresse la liste.

La première priorité a consisté à encourager le dynamisme des entreprises du secteur. Une offre de qualité, ce sont d'abord des entreprises en bonne santé. Toutes ne le sont pas. Nous avons cherché à simplifier le cadre législatif et réglementaire avec l'ordonnance du 26 mars 2015, ratifiée en juin, et le décret du 18 août 2015. Par exemple : auparavant, chaque nouvelle norme avait son calendrier propre, et son délai particulier : six mois, un an, trois ans... Désormais, les diagnostics, études et travaux rendus obligatoires dans les hébergements touristiques de tout type pour des motifs autres que la sécurité, la santé publique et l'accessibilité, pourront être réalisés dans un délai de six ans à compter de l'entrée en vigueur de la nouvelle norme. Cette réforme, modeste, uniformise donc les délais de mise aux normes, elle donne à l'hébergeur la possibilité de choisir le moment qui lui convient le mieux pour effectuer les opérations requises. Nous avons également veillé à la compétitivité des entreprises – en particulier celles de l'hébergement touristique traditionnel – lors de la réforme de la taxe de séjour. Le dispositif finalement retenu – et ce ne fut pas simple – apparaît à la fois assez raisonnable et innovant : il permet aux nouveaux acteurs de l'hébergement en ligne de collecter la taxe de séjour pour le compte des propriétaires qui louent leurs meublés pour un court séjour. Ce dispositif en vigueur à Paris, qui sera progressivement étendu à toutes les communes appliquant la taxe de séjour, devrait permettre d'améliorer le recouvrement de la taxe tout en rétablissant l'équité fiscale entre l'hébergement traditionnel et non traditionnel.

Dans le même souci de compétitivité, nous avons fait adopter le « contrat de mandat » : cette disposition clarifie les relations entre les hôteliers et les grandes plateformes de réservation en ligne, redonnant à l'hôtelier la liberté de fixer ses propres tarifs. Les professionnels et la principale plateforme concernée ont entamé un dialogue pour renégocier les termes des contrats qui les lient ; les autres plateformes doivent faire de même, et rapidement. Ces éléments ont contribué, je crois, à rendre nos entreprises du tourisme mieux armées face à la concurrence. Mais il reste du travail à faire et la vigilance est toujours de mise

Autre chantier important : mieux organiser l'offre. Le constat est partagé : les acteurs du tourisme, publics ou privés, n'étaient pas assez organisés pour promouvoir efficacement la richesse de notre offre touristique, qui ne se limite pas – même s'ils sont des bijoux – à l'Ile-de-France et à la Côte d'Azur. C'est pourquoi nous avons signé en 2014 et en 2015 vingt « contrats de destination ». Chaque contrat promeut une « marque » de territoire forte – Bourgogne, Provence, Louvre-Lens, les Alpes, Paris, la Corse, la Guyane... –, en rassemblant les acteurs publics et privés autour d'une stratégie commune de développement touristique. C'est également pour mieux structurer notre offre que nous avons créé cinq « pôles d'excellence », qui sont les pendants thématiques des contrats de destination géographiques – ils ont été évoqués ce matin.

Autre chantier : nous avons voulu faciliter l'entrée et améliorer l'accueil des touristes étrangers sur notre territoire. J'ai mis en place le dispositif « visa en 48 heures » en Chine – le nombre de visas délivrés aux touristes chinois a augmenté de 56 % entre 2014 et 2015 ! –, il a été étendu à l'Inde, à l'Afrique du Sud et aux pays du Golfe. Dans un esprit voisin, nous avons autorisé l'ouverture dominicale des commerces dans des « zones touristiques internationales » : les premiers arrêtés définissant ces zones à Paris et en région ont été publiés. Nous avons également voulu, avec le Ministre Cazeneuve, renforcer la sécurité des touristes. Le déploiement du « plan sécurité touristes » à Paris connaît des résultats positifs : dans les principales zones touristiques de la capitale, sur les sept premiers mois de l'année

2015, les vols avec violence ont reculé de 20 %, les vols à la tire de près de 30 %. Mais il faut rester actifs et vigilants.

Enfin, comme la qualité de l'accueil passe notamment par celle des transports, nous avons consacré pas mal d'énergie à faire avancer plusieurs chantiers importants, visibles ou non – en particulier le serpent de mer qu'était devenue la liaison entre l'aéroport Roissy Charles-de-Gaulle et Paris. Nous avons nommé un coordinateur interministériel, M. Pourquery de Boisserin, qui travaille efficacement sur ce dossier, tout comme l'ensemble des acteurs impliqués, au premier rang desquels M. de Romanet pour ADP et M. Rapoport pour SNCF Réseau. Le Premier ministre procédera dans quelques jours à un point complet sur ce projet à l'occasion du Comité interministériel du Grand Paris, mais je peux déjà vous dire que nous avons avancé en 2015 sur de nombreux aspects techniques, et que nous ne prenons aucun retard sur le calendrier qui doit s'achever avant les dates des Jeux Olympiques et de l'Exposition universelle. Enfin, toujours en matière de transports, nous avons engagé des travaux de réaménagement à la Gare du Nord, chantier porté avec détermination par le président Pépy, que je remercie.

Voilà quelques décisions mises en œuvre depuis un an et demi – mais il y en a beaucoup d'autres : je pense par exemple aux actions de promotion touristique de la France, dont l'opération mondiale gastronomique « Goût de France » en mars dernier, qui a connu un grand succès et que nous renouvellerons dans le monde entier dès l'an prochain, le 21 mars, jour du printemps. Ces mesures ont permis de favoriser l'élan que mérite le tourisme français. Sans oublier une certaine façon de parler de notre tourisme, de le mettre en avant, de le porter, bref d'y croire. Reposant sur la compétence et l'engagement des professionnels, tout cela, outre des éléments conjoncturels, a contribué aux bons résultats de cet été en matière de fréquentation. Nous nous acheminons vers une année record.

Mesdames et Messieurs,

Ces avancées sont positives, mais nous devons encore les amplifier si nous voulons avoir davantage de touristes français en France et atteindre l'objectif de 100 millions de touristes étrangers que j'ai fixé. En juin dernier, à l'occasion de la remise du rapport du Conseil de Promotion du Tourisme, dont je remercie les membres et le Président délégué Philippe Faure, j'avais annoncé de nouvelles décisions autour de quatre axes, qui forment le « carré du succès » : le numérique, la formation, l'accueil, l'investissement. Notre Conférence d'aujourd'hui me donne l'occasion de faire le point sur ces aspects et de préciser ou d'annoncer plusieurs décisions concrètes.

D'abord le **numérique**. Le tourisme de demain, je l'ai souligné, sera toujours plus numérisé. Cela signifie notamment qu'il est indispensable, dans l'intérêt même du secteur du tourisme, de disposer d'un portail national pour la destination France qui puisse promouvoir mondialement notre offre touristique et accompagner les touristes construisant leur séjour. Aujourd'hui existe un portail officiel piloté par Atout France, le site « Rendez-vous en France », qui recense notre offre touristique et accompagne les touristes. L'intitulé même du site n'est, reconnaissons-le, pas adapté aux exigences de l'Internet pour la première destination touristique au monde : nous avons besoin d'un titre bref, compréhensible dans toutes les langues, afin d'augmenter les chances de référencement. L'intitulé, c'est essentiel. J'ai demandé au Premier ministre, qui a bien voulu me donner son accord, que soit transférée au Ministère des Affaires étrangères pour être consacrée au tourisme la propriété du nom de

domaine « *www.france.fr* », déjà propriété du Gouvernement. Il n'y a pas, si je puis dire, d'intitulé plus simple. Le transfert a été réalisé la semaine dernière. Le site *France.fr* est depuis ce matin 7 heures le site amiral du tourisme français. Dans un premier temps, on y retrouvera le contenu du site Rendez-vous en France, qui a le mérite d'être riche et traduit en dix-sept langues. Puis, avant la fin de l'année, Atout France organisera un appel d'offres pour mettre en place un partenariat avec une entreprise du web, afin d'assurer le développement mondial du site *France.fr*. Dans un environnement numérique fortement concurrentiel, cette évolution renforcera la visibilité de la destination France.

Le numérique a transformé la façon dont les touristes voyagent et consomment. Mais la numérisation et l'émergence de ce qu'on appelle l'économie collaborative touchent tous les secteurs. Tenter de freiner ce mouvement serait illusoire et parfois même contre-productif. Nous devons l'accompagner tout en étant vigilants. S'agissant en particulier de la location d'appartements meublés touristiques, sujet sensible qui est à l'esprit de tous, Matthias Fekl a rencontré l'ensemble des acteurs. Les discussions vont se poursuivre car le sujet est complexe, mais d'ores et déjà il apparaît que le problème n'est peut-être pas principalement d'ordre législatif ou réglementaire. Les activités de mise en location de biens meublés sont déjà encadrées par la loi. Pour autant, trop de particuliers qui mettent leur bien en location à des fins touristiques, connaissant ou non la loi, ne la respectent pas. Et le contrôle du respect de la loi est insuffisant.

Notre objectif doit être de veiller à la bonne mise en œuvre de bonnes règles, avec le concours de tous les acteurs. Comment avancer en ce sens ?

D'abord, l'Union nationale pour la promotion et le développement de la location de vacances vient d'accepter de développer une charte de bonnes pratiques. A ce titre, les plateformes de location de biens meublés touristiques se sont engagées à mettre en place deux nouvelles mesures, qui devraient, espérons-le, être utiles.

1. Une information claire et directe des propriétaires qui mettent leur bien en location, pour leur rappeler leurs obligations juridiques et fiscales. L'information aujourd'hui disponible sur les sites est discrète et incomplète ; dorénavant, les propriétaires ne pourront plus dire qu'ils ne connaissent pas la loi.
2. Désormais un document sera envoyé au propriétaire établissant les revenus agrégés qu'il a perçus chaque année pour son activité locative, et qu'il devra déclarer à l'administration fiscale. C'est un moyen, espérons-le, efficace de rappeler le propriétaire à ses obligations et de l'aider dans ses démarches.

J'ajoute qu'en application d'une disposition législative datant de 2014, et après vérification de ce nouveau dispositif auprès de la CNIL, un décret a été publié le 30 août 2015, qui permet à la Direction générale des finances publiques de Bercy d'obtenir des documents et renseignements chiffrés détenus par les plateformes au sujet de leurs propriétaires pour le contrôle des impôts. Mon collègue Michel Sapin y aura recours pour garantir l'égalité de nos concitoyens devant l'impôt, et le Gouvernement continuera d'examiner, dans les mois qui viennent, les modalités d'un suivi fiscal plus adapté. Nous verrons alors si ces mesures sont suffisantes.

Deuxième domaine sur lequel doivent porter nos efforts, la **formation**. La concurrence en matière d'offre touristique s'accroît au plan international. Les services rendus aux touristes en

France doivent être irréprochables. Pour cela, nous devons recruter et former parmi les meilleurs en valorisant l'image des métiers du tourisme et en donnant davantage de visibilité aux formations souvent excellentes qui existent déjà dans notre pays. J'avais annoncé en juin dernier deux orientations, ce sont maintenant des décisions.

J'avais mentionné la création souhaitable d'une « Conférence des Formations d'Excellence du Tourisme » (CFET). L'objectif ? Renforcer la visibilité – nationale et internationale – de nos formations d'excellence en matière de gastronomie, d'hôtellerie et de tourisme. J'ai demandé au Président de la CCI Paris Ile-de-France, M. Gailly, de coordonner ce projet. Deux missions principales seront confiées à cette Conférence d'Excellence CFET. Accorder le statut de membre de la Conférence aux établissements dispensant des formations d'excellence dans le domaine du tourisme ; ce choix sera opéré sur la base de critères ambitieux, garants de la qualité des formations sélectionnées. Une seconde mission consistera à mettre en réseau et à promouvoir les établissements retenus en France et à l'étranger, notamment à travers un site Internet dédié et traduit en plusieurs langues. La Conférence d'Excellence jouera également un rôle d'appui, de conseil et d'accompagnement des formations et établissements. Je remercie M. Gailly d'avoir accepté cette mission, que nous lui avons confiée avec la Ministre de l'Education nationale et le Secrétaire d'Etat chargé de l'Enseignement supérieur et de la Recherche. Les statuts de la Conférence d'Excellence seront déposés dans dix jours.

Toujours au titre de la formation, j'avais aussi évoqué en juin dernier la création souhaitable d'une Chaire d'Enseignement supérieur et de Recherche consacrée au tourisme, financée sur fonds privés. Pour identifier l'établissement qui accueillera cette Chaire, un appel d'offres est organisé cet automne. La Conférence des Formations d'Excellence du Tourisme que je viens d'évoquer ayant pour mission de valoriser l'offre de formation existante dans le tourisme, il est logique qu'elle soit chargée de l'organisation de cet appel d'offres. Les délais devront être tenus : cette Chaire Tourisme de très haut niveau devra être opérationnelle l'an prochain.

L'**accueil** constitue un troisième domaine-clé. En juin, nous avons annoncé le projet d'extension du dispositif « visa en 48 heures » à la Turquie, à l'Indonésie et à Singapour : ce sera fait à la fin de cette année. Près de 40 % des visas que nous délivrons aujourd'hui le sont en 48 heures : nous devons augmenter sensiblement ce chiffre. Surtout, nous avons pris les dispositions pour que la totalité de la procédure de demande de visas soit dématérialisée en 2017 : ce sera une simplification importante.

Au-delà de ces décisions, notre objectif commun – professionnels et pouvoirs publics – est de faire en sorte que tout et tous favorisent l'accueil. C'est essentiel car la dimension humaine est au cœur de l'expérience touristique. L'image de la France est un tout, fait d'une multitude de comportements, d'actions et de décisions. Certains – je pense notamment à des comportements récents violents, inadmissibles, scandaleux – nous portent des coups irresponsables. D'autres, heureusement, sont très positifs. Un accueil chaleureux ne se décrète pas, mais nous pouvons y inciter, notamment en diffusant des messages de sensibilisation. J'avais évoqué en juin dernier une campagne de communication prévue pour le printemps 2016 : Atout France conduira cette campagne dans le cadre des préparatifs de l'Euro 2016. Notre nouvel ambassadeur pour le sport Antoine Anfré suivra cela de près, en lien avec Atout France, les équipes du Quai d'Orsay et les professionnels.

Je veux à cet égard saluer plusieurs initiatives positives prises par la SNCF pour améliorer l'accueil des touristes. Des messages de bienvenue sont désormais diffusés en plusieurs langues dans les gares. En 2016, des écrans géants seront installés à Paris dans les Gares de

Lyon, du Nord et de Saint-Lazare : des films présentant notre offre touristique y seront projetés. Chaque effort est utile, il devra être poursuivi avec ténacité et créativité.

Dernier côté du carré : la question cruciale de **l'investissement**. Les échanges de ce matin ont permis de confirmer le diagnostic des besoins, qui concernent l'ensemble du secteur touristique. Afin d'accueillir dans de bonnes conditions à la fois les touristes français et les 100 millions de touristes étrangers, il faut que nos hébergements et infrastructures soient en qualité et en nombre suffisants dans l'ensemble de notre pays, en zone rurale comme en montagne, sur le littoral comme dans les régions d'œnotourisme, en métropole et Outre-mer. Pour faire face à ce défi, des décisions majeures viennent d'être prises. Je veux vous en rendre compte.

Dans le cadre de son Comité d'engagement, la Caisse des dépôts et consignations vient d'approuver la création d'un fonds d'investissement pour l'hébergement touristique, dont j'avais évoqué la proposition en juin. Grâce à la participation en fonds propres de 150 millions du groupe Caisse des dépôts et à l'apport d'autres investisseurs institutionnels qu'elle sollicitera, ce Fonds disposera de 500 millions d'euros, destinés à la rénovation de l'ancien et à la construction du neuf dans le domaine touristique sur l'ensemble du territoire. Les études en vue de la création du Fonds, réalisées cet été dans quelques régions-tests comme l'Aquitaine ou le Languedoc, ont montré les « effets d'entraînement » liés au développement de l'offre touristique, en particulier de l'offre d'hébergement. Je remercie Dominique Marcel, Président de la Compagnie des Alpes, pour la supervision de ces travaux.

En outre, la Caisse des dépôts dispose de fonds propres supplémentaires, non utilisés, au sein de sa Direction de l'investissement et du développement local. Il a été décidé que cette enveloppe de 400 millions sera mobilisée pour répondre aux besoins en équipement touristique local. Je pense notamment aux équipements numériques et portuaires.

En complément, la Banque publique d'investissement a décidé de mettre en place un outil de financement en fonds propres de 100 millions, destiné à financer des PME innovantes ou des start-up du tourisme. La BPI interviendra en fonds propres, par une prise de participation à mi-chemin entre le capital-risque et le capital-développement : l'objectif est d'aider des entreprises innovantes qui viennent de connaître leurs premiers succès, afin qu'elles puissent se développer de façon pérenne.

Si je résume ces décisions financières nouvelles en faveur du tourisme : un Fonds d'investissement de 500 millions d'euros du groupe Caisse des dépôts ; une enveloppe de fonds propres de 400 millions d'euros de la Caisse pour le financement d'infrastructures et d'équipements touristiques ; un outil de financement de 100 millions d'euros de la BPI : voilà les trois composantes du nouveau dispositif intégré du groupe Caisse des dépôts, « France Développement Tourisme », qui mobilisera 1 milliard d'euros pour le tourisme français. Je remercie le Directeur général de la Caisse des dépôts, M. Lemas, de toutes ces décisions positives.

J'ajoute que le Commissaire général à l'investissement, Louis Schweitzer, m'a confirmé que le troisième Programme Investissements d'Avenir (PIA), dont l'enveloppe globale atteint 10 milliards d'euros, financera trois priorités : l'enseignement, la formation et, à notre demande, le tourisme. Ces orientations pour ce qui concerne le PIA seront confirmées par une loi de finances rectificative prévue pour mi-2016.

Mesdames et Messieurs,

Ce matin, dans le cadre des tables rondes, nous avons évoqué les besoins les plus urgents et les avancées en cours. A l'instant, je vous ai rendu compte de certaines actions pour agir là où des faiblesses sont identifiées. J'ai voulu être aussi clair et concret que possible, car c'est de cela que nous avons besoin. Cet exercice partagé me semble utile, et, si vous en êtes d'accord, il sera renouvelé chaque année.

Deux observations, encore. Atout France, l'opérateur de l'Etat dans le domaine du tourisme, constitue un acteur central pour mettre en œuvre notre feuille de route et atteindre nos objectifs. Son Directeur général, Christian Mantéi, accomplit du bon travail. Il a notre confiance. Mais cet opérateur, chacun le souligne, doit être renforcé. Pour cela, plusieurs orientations apparaissent souhaitables.

- Sur la base d'un rapport d'inspection qui me sera prochainement remis, nous devons moderniser le GIE, notamment dans son dispositif budgétaire et comptable, et clarifier la mission de service public qui lui est confiée en matière de promotion du tourisme et d'expertise dans les territoires, dans le cadre d'un nouveau contrat d'objectifs et de performance pour 2016-2019, nous le ferons dans les semaines qui viennent.
- Il est également souhaitable que le Conseil de promotion du tourisme, qui a fait un excellent travail, puisse être, au moins en partie, intégré à la commission stratégique d'Atout France. La qualité de réflexion de ce Conseil de promotion du tourisme renforcera Atout France. En accord avec Christian Mantéi, Philippe Faure, membre du Conseil d'administration d'Atout France et Président délégué du Conseil de promotion du tourisme, supervisera cette intégration. Atout France doit être renforcé pour être pleinement à la hauteur du premier pays touristique au monde.

Un dernier mot : les décisions concrètes sont importantes, elles sont même essentielles ; mais aussi importante est la façon dont notre pays, ses habitants et ses dirigeants considèrent le tourisme et en parlent. Oui, c'est un trésor national. Oui – et il faut le dire – ce sont des métiers où l'amour du travail, la rigueur et la créativité sont déterminantes. Oui, tout passe par la relation humaine, l'ouverture aux autres, qu'ils soient français ou étrangers, à mille lieues évidemment d'une France refermée sur elle-même que certains voudraient voir triompher. Le tourisme, c'est à la fois la recherche de l'excellence et le refus de l'arrogance : c'est ce message d'excellence que les professionnels du tourisme incarnent et que les pouvoirs publics doivent accompagner. Non pas les uns sans les autres, encore moins les uns contre les autres, mais les uns à l'écoute des autres et les uns avec les autres. C'est en raison de cet état d'esprit partagé que je suis heureux d'agir avec vous tous, Mesdames et Messieurs, pour que notre pays construise un avenir touristique à la hauteur de nos atouts – c'est-à-dire un avenir exceptionnel. Merci.