



# ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

politique du tourisme

Question écrite n° 60106

## Texte de la question

M. Dominique Tian attire l'attention de Mme la secrétaire d'État, auprès du ministre des affaires étrangères et du développement international, chargée du commerce extérieur, de la promotion du tourisme et des Français de l'étranger, sur les résultats du rapport « Rester le *leader* mondial du tourisme, un enjeu vital pour la France », réalisé par l'institut Montaigne et la chambre de commerce et d'industrie Paris-Île-de-France (CIPP). Selon le rapport, le choix de la destination se fait aujourd'hui principalement par internet. Il paraît donc fondamental aujourd'hui de structurer et promouvoir activement les marques françaises sur ce média pour les rendre visibles, lisibles et attractives. En effet, pour les touristes ayant déjà choisi la France comme destination touristique, la structuration de l'offre leur permettrait de trouver facilement la destination correspondant à leurs attentes. D'autre part, pour les touristes indécis, la promotion et la mise en avant des destinations touristiques de manière ciblée les orienteraient davantage vers la France au détriment d'offres concurrentes d'autres pays. Il demande donc si le Gouvernement compte ajouter une mesure relative à cette proposition dans son plan de développement du tourisme.

## Texte de la réponse

Le gouvernement souligne l'importance des marques de destination et de leur promotion, tant sur le territoire français, qu'à l'international. Il s'agit d'un objectif identifié à l'occasion des assises nationales du tourisme, clôturées en juin 2014. En effet, la France n'est pas une « destination unique », mais un « ensemble de destinations », pourvues chacune d'une identité et d'une notoriété propre. Un travail d'identification des marques de destination est ainsi en cours avec les acteurs du tourisme. Ce travail est important car les marques de destination doivent être associées à des produits touristiques spécifiques, sur un territoire large et pertinent. Cette étape sera suivie d'actions de structuration et de promotion, en liaison avec Atout France et sur la base d'outils numérique rénovés. Ce travail repose également sur la sélection de contrats de destination, qui ont pour objet de structurer l'offre touristique et de rendre les marques promues plus visibles à l'international. Le contrat de destination définit les engagements des collectivités publiques, acteurs institutionnels et privés du tourisme au service d'une stratégie partagée, déclinée à travers des actions portant sur l'attractivité de l'offre, la qualité de l'accueil et la promotion vis à vis des marchés cibles. Il ne s'agit donc pas d'une coordination ponctuelle à l'occasion d'un événement, mais bien de la mise en place d'une ingénierie commune, conduisant à l'émergence ou au développement d'une « marque-destination ». A ce titre, le contrat de destination constitue un puissant vecteur de mobilisation des acteurs du territoire au service de l'attractivité de la France. Comme suite aux annonces faites lors des assises du tourisme, onze contrats de destination sélectionnés à l'issue d'un premier appel à projet, ont été signés le 16 décembre 2014 par les ministres concernés. Les onze destinations se répartissent de façon équilibrée entre territoires littoraux, montagneux et urbains, chaque contrat prévoyant des actions centrées sur une ou plusieurs thématiques porteuses : le Mont Saint-Michel et sa Baie ; Val de Loire ; Normandie Paris Ile-de-France - Destination Impressionnisme ; destination Bourgogne ; destination Bordeaux ; OnlyLyon ; Montagnes du Jura ; Massif des Vosges ; voyage dans les Alpes ; Auvergne ; Biarritz - destination golf. Une nouvelle sélection de contrats de destination est en cours. Les actions impulsées par les pouvoirs

publics répondent donc totalement à ce souci de rendre plus visibles des « marques-destinations ».

## Données clés

**Auteur** : [M. Dominique Tian](#)

**Circonscription** : Bouches-du-Rhône (2<sup>e</sup> circonscription) - Les Républicains

**Type de question** : Question écrite

**Numéro de la question** : 60106

**Rubrique** : Tourisme et loisirs

**Ministère interrogé** : Commerce extérieur, tourisme et Français de l'étranger

**Ministère attributaire** : Commerce extérieur, tourisme et Français de l'étranger

## Date(s) clé(s)

**Question publiée au JO le** : [8 juillet 2014](#), page 5725

**Réponse publiée au JO le** : [14 avril 2015](#), page 2836