

L'INNOVATION DANS LE TOURISME,

ELEMENT CLE DE LA DYNAMIQUE DES TERRITOIRES

par Jean-Luc Michaud, Président délégué de l'Institut Français du Tourisme

On se plaît aisément à souligner que le développement du tourisme mondial offre à notre pays des opportunités majeures de développement. Désormais au premier rang des activités économiques françaises avec 7% du PIB, un million d'emplois directs et autant d'emplois induits, le tourisme constitue un levier puissant pour l'amélioration de nos échanges extérieurs chroniquement déficitaires, un vivier pour l'emploi aux différents niveaux de qualifications dans une période de remontée du chômage et un facteur de développement harmonieux des territoires fondé sur une mise en valeur maîtrisée de leurs ressources.

Pour autant, les politiques publiques vouées à ce secteur ont-elles pris la mesure et les moyens de telles ambitions ? Rien n'est moins sûr, faute en premier lieu d'une vision stratégique dépassant la sempiternelle approche marketing propre au tourisme, qui conduit imperturbablement aux mêmes schémas et aux mêmes recettes d'un pays à l'autre, d'une région à l'autre, d'une ville à l'autre. C'est ainsi que lors des Assises nationales du tourisme réunies en 2008, les pays invités par le cabinet d'études étranger - missionné par la France - pour venir exposer aux responsables français les clés de leur réussite étaient...ceux-là mêmes à qui notre pays apportait conseils et assistance voici quelques années à peine ! Tandis que ceux qui auraient pu, par leurs méthodes et leurs réalisations réellement innovantes, nous intéresser et nous inspirer n'avaient peut-être pas été identifiés.

Or toiser l'ambition touristique de la France, qui fut naguère première puissance réceptive de la planète, en l'alignant sur les objectifs et les méthodes de nos concurrents dans un contexte de mondialisation accélérée, c'est accepter la certitude d'un déclassement coûteux et durable, avec à terme son cortège de fermetures d'entreprises et de pertes d'emplois, de friches touristiques et de désertification des territoires.

Disons-le nettement : une telle évolution n'est pas inéluctable.

1- Enjeux et impacts du tourisme sur les territoires

La situation longtemps favorable du tourisme français résulte en premier lieu de sa position historique et géographique : « cour de récréation » naturelle des Européens, l'hexagone bénéficie d'une fabuleuse rente de situation au carrefour des migrations nord-sud et est-ouest du continent, portées par l'organisation des systèmes de communications et l'attractivité de ses sites naturels et culturels.

Ce que les conflits séculaires ayant opposé la France à ses voisins - notamment anglais ou allemands - n'avaient pu obtenir, le tourisme l'a réalisé de façon pacifique selon les règles du marché : à savoir l'appropriation et la colonisation de terres et de bâtiments largement disponibles dans les régions de l'Ouest, de l'Est comme du Sud, par les Britanniques, les Néerlandais et les Belges, les Allemands, les Russes et les Arabes.....

Les cas les plus illustratifs de cette revanche de l'économie sur l'histoire se situent par exemple en Alsace pour les Allemands (comme d'ailleurs dans l'ouest de la Pologne) ou en Guyenne pour les Anglais....Le transfert de la propriété d'éléments de notre patrimoine naturel et culturel s'accompagne de contreparties significatives : les dépenses d'investissement d'abord pour l'acquisition de ces biens, les frais de réhabilitation puis d'entretien, les dépenses de consommation des visiteurs enfin sont des leviers de redistribution territoriale des richesses et de création d'emplois. Et ces emplois sont d'autant plus permanents qu'ils correspondent, surtout dans les régions méridionales, à des migrations d'étrangers séduits par le climat et l'agrément de vie de ces contrées hospitalières et qui, souvent après les avoir fréquentées pour des vacances, décident de s'y installer de façon durable et parfois d'y vivre leur retraite.

Le bilan -provisoire- que l'on peut tirer de ces nouvelles formes d'occupation de l'espace est contrasté :

- Des apports démographiques -mais qui ne ralentissent guère le vieillissement des peuplements- notamment en zones rurales et méditerranéennes ;
- Un surplus de consommation générant une valeur ajoutée par la distribution et certaines productions ;
- Une valorisation des territoires et du patrimoine mais aussi un renchérissement des terres et des logements parfois rendus, du même coup, moins accessibles aux autochtones – et notamment aux plus jeunes.

Bref, tourisme, villégiature et retraite relèvent de phénomènes de mobilité aux causes et aux rythmes différenciés mais aux effets comparables sur l'organisation et le développement des territoires.

Ces déplacements touristiques, de villégiature ou de retraite sont le fait des Européens dans leur ensemble. Au point que notre pays ne peut éluder une réflexion sur les caractères et les conséquences de ces nouvelles formes de migration qui ne sont pas motivées par la recherche d'emploi mais qui, générant une économie fondée sur la délocalisation de la dépense, s'accompagnent d'une relocalisation de nouvelles formes d'investissement, de consommation et donc d'emplois.

Les transferts de consommation induits, qui représentent des mouvements économiques considérables au profit des zones peu industrialisées -voire peu urbanisées- du pays concernent en fait plus encore les nationaux que les étrangers : résidences secondaires, courts séjours, vacances, retour au pays ou recherche d'une terre ensoleillée pour le troisième âge sont constitutifs d'un phénomène de masse qui se nourrit du cadre et de la qualité de vie à la française.

La durée annuelle des vacances des Français de moins de 50 ans a d'ailleurs diminué fortement entre 1979 et 2004 (passant même de 36 à 26 jours en moyenne chez les moins de 20 ans) tandis que celle des plus de 65 ans passait dans le même temps de 24 à 37 jours ! Et les plus de 60 ans, qui représentaient 21% des Français en 2004 en représenteront le tiers en 2050.

Sur 2,9 millions de résidences secondaires -un record mondial- représentant un logement sur dix en France, plus de 9% appartiennent à des résidents étrangers. Leur nombre s'est accru de 40% entre 1999 et 2005, singulièrement en Ile-de-France (+ 50%) et plus encore dans les

régions littorales, notamment méditerranéennes : + 80% en Languedoc-Roussillon et + 205% en Provence-Alpes côte d'Azur par exemple.

Certes, la maison rurale de famille transformée en résidence secondaire d'abord puis en lieu de retraite n'est pas comparable à la villa construite par des Belges dans le Var, moins encore à la propriété azurée ou au vignoble du Bordelais acquis par les nouvelles fortunes du Golfe ou de Russie ou encore à l'appartement acheté par des Américains au coeur de Paris.

Le phénomène le plus visible est celui des acquisitions opérées par nos voisins: Espagnols dans les départements pyrénéens, Italiens dans les Alpes-Maritimes, Suisses dans les Alpes du Nord et le Jura, Allemands en Alsace et en Lorraine, Belges dans le Nord et les Ardennes :si 93% des propriétaires étrangers de résidences secondaires en France sont Européens, 80% de ceux-ci proviennent de l'Union Européenne. S'attachant à notre pays, après y avoir investi leur épargne, ils y dépensent régulièrement une part significative de leur revenu. Autant de mouvements de capitaux pour l'investissement et l'entretien qui donnent lieu à des transferts de consommation pérennisés par l'occupation de ces logements.

Le développement des équipements d'infrastructure accompagne cette « mise en tourisme » des territoires et renforce l'attractivité naturelle que ceux-ci doivent aux conditions géographiques et climatiques favorables, recherchées par les visiteurs. Environ dix milliards d'euros sont annuellement investis dans l'équipement touristique du pays. Et ce sont ces mêmes régions, à l'image touristique affirmée, qui sont généralement classées en tête du palmarès des choix d'implantation des entreprises, de plus en plus soucieuses d'attirer des cadres et des employés et de les fidéliser par une qualité de vie et de loisirs reconnue.

On voit ainsi combien le tourisme, à la fois directement et indirectement, peut contribuer à ce maillage territorial si précieux des entreprises et des centres de recherche et d'innovation.

Avec une dépense touristique de 32 milliards d'euros en France -sur 40 milliards effectuée au total par les 82 millions de visiteurs étrangers- les Européens contribuent amplement au solde excédentaire de plus de douze milliards de notre balance touristique. Ce résultat place le tourisme en tête des activités exportatrices nettes du pays, avant les industries automobiles et agro-alimentaires. Le solde bénéficiaire permet de compenser le déficit de notre balance énergétique. Hors dépenses des excursionnistes -visiteurs pour la journée- mais en y ajoutant les dépenses des retraités, nous voyons combien le transfert global de ressources lié à l'attractivité du pays apporte à notre économie.

L'ensemble de la consommation touristique réalisée sur le territoire national à l'occasion du milliard et demi de nuitées qui y sont recensées avoisine 150 milliards d'euros : elle est le fait de la fréquentation française pour près des trois-quarts. Au transfert de ressources dont le pays bénéficie en provenance de l'étranger s'ajoutent en effet les consommations des nationaux dont il convient - tout en décomptant les dépenses de transports qui ne peuvent être affectées au seul espace d'accueil.- d'analyser la répartition spatiale à la fois diffusée dans l'ensemble du territoire et concentrée sur un nombre restreint de stations, villes et régions.

Des mouvements touristiques contraires et de grande ampleur contribuent d'une part aux fortes diminutions de la population résidente de nombreuses communes, notamment urbaines, et d'autre part à l'afflux proportionnellement plus élevé dans les stations littorales et de montagne - mais très sensible également dans les villes avec le développement du tourisme

urbain -de visiteurs français et étrangers pour des séjours longs ou courts, de loisirs et d'affaires.

C'est ainsi que la population des stations du littoral et de la montagne peut être multipliée par dix, voire par vingt en haute saison d'été et d'hiver, entraînant non seulement un déplacement des consommations mais aussi la mise en place d'une économie fondée sur des équipements, des moyens de production et des emplois de grande ampleur.

De même, les communes urbaines disposant d'attraits culturels ou d'équipements de loisirs ou d'affaires générant des flux de visiteurs résidents ou non-résidents peuvent voir leur population instantanée fortement accrue au cours de l'année.

Ainsi Paris, dont la population résidente avoisine 2 150 000 habitants, compte-t-il habituellement moins de deux millions de Parisiens présents simultanément, et leur nombre s'abaisse à moins de 1 600 000 lors des vacances de Pâques et de Noël pour avoisiner 1 200 000 personnes présentes pendant le creux du mois d'août.

Inversement, les touristes -principalement étrangers- qui fréquentent la capitale représentent de façon quasi-continue une population supplémentaire de 150 à 200 000 personnes.

L'apport de cette population supplémentaire fait bien plus que compenser les départs des Parisiens hors de leur domicile. Bien entendu en raison du rayonnement exceptionnel que confèrent ces visiteurs à la capitale sur les plans culturel, politique, scientifique, sportif ou commercial, mais aussi du fait du niveau élevé de leurs dépenses directes et induites.

Pour l'ensemble du pays, près de 14 millions de Français quittent leur domicile pendant la « pointe » du 15 août, dont 1,5 million pour des destinations étrangères, tandis que notre pays accueille à cette période environ 4 millions de visiteurs étrangers. Le nombre de personnes présentes sur notre territoire excède ainsi de juin à septembre de 1 à 2,5 millions la population résidente. C'est l'expression la plus simple -et aussi la plus visible- de la ressource qui comble aujourd'hui les faiblesses les plus criantes de notre économie par les opportunités qu'elle nous ouvre et que rien ne nous oblige à gaspiller par négligence ou par mépris.

Le développement et les perspectives du tourisme international -comptabilisant les mouvements internationaux de visiteurs et non pas l'ensemble des déplacements touristiques- laissent en effet entrevoir un doublement des flux mondiaux d'ici à 2030, malgré la crise économique actuelle. La part de marché de la France dans l'accueil de ces visiteurs étrangers pourrait elle aussi doubler si une stratégie vigoureuse et rigoureuse était définie et appliquée. Cela ne signifie évidemment pas que le poids économique du tourisme dans notre pays doublerait puisque, comme à l'échelle mondiale, le tourisme domestique y représente près des trois quarts de l'activité réceptive.

Or le marché intérieur est mature, et son évolution sera désormais lente et limitée (augmentation du marché des seniors par exemple en France et dans l'ensemble de l'Europe). L'enjeu est donc double: d'une part consolider le marché intérieur, qui assure le socle de notre position touristique et de notre performance économique, d'autre part faire progresser durablement l'accueil du tourisme international en ne « décrochant » pas du rythme global de progression des échanges internationaux.

En termes économiques, il s'agit donc de doubler nos recettes extérieures, soit 40 milliards annuels de plus en euros constants à échéance de 2030. Un tel objectif implique de nouveaux choix stratégiques: *mutatis mutandis*, la mise en garde abrupte que nous posions en 1980 dans le rapport de la Commission du tourisme du Commissariat général du Plan est toujours d'actualité : il s'agit rien moins que de faire passer le tourisme de « l'économie de cueillette » à une « économie de culture » visant à mettre en valeur nos ressources de façon méthodique, organisée, maîtrisée et durable.

Cette mutation nécessite une révolution culturelle de notre part. En effet si le tourisme français a pu prospérer au siècle dernier de façon largement spontanée, la mondialisation a conduit de nombreux pays à s'organiser avec professionnalisme pour préparer et mettre en marché des offres attractives et compétitives.

Ces nouvelles offres, souvent développées à proximité des grands marchés émetteurs en cours d'émergence dans la zone Asie-Pacifique, se caractérisent par un haut niveau de prestations associant concepts innovants, qualité des équipements et professionnalisme des acteurs. La compétitivité de ces offres est bien entendu renforcée par des coûts salariaux modestes qui s'appliquent tant à la réalisation des équipements qu'aux services eux-mêmes.

La destination française est donc menacée et son avenir à terme compromis si un redressement n'est pas rapidement engagé sur la base d'une stratégie renouvelée.

2- Quelle stratégie pour un développement -naturellement durable- du tourisme français ?

Cette forme de révolution culturelle consistera en premier lieu à faire reconnaître le tourisme comme l'un des premiers enjeux des politiques nationales et territoriales au plan des objectifs, des méthodes et des moyens. Non par une action centralisée qui ne serait pas en adéquation avec la nature même de la ressource touristique, dont la richesse repose sur la diversité de ses composantes et de ses acteurs. Pas davantage par une concentration de moyens budgétaires comparables à ceux dont bénéficient des secteurs économiques traditionnels-notamment agricoles et industriels- animés par des lobbies puissants et efficaces.

Faut-il rappeler que l'automobile ou les industries agro-alimentaires, dont le solde exportateur positif était naguère l'une des fiertés du pays, aggravent à présent le déficit abyssal creusé par notre balance énergétique, malgré toutes les attentions dont elles ont bénéficié de la part des gouvernements successifs ?

Dans le même temps, et malgré le mépris dans lequel ses possibilités et ses acteurs ont été tenus, le tourisme s'est hissé au premier rang de nos activités exportatrices et pourrait faire bien mieux encore si ses faiblesses étaient corrigées et ses potentialités identifiées et mises en valeur.

En vérité, cette mise en valeur du formidable potentiel de développement dont dispose notre pays grâce au tourisme doit reposer sur un double effort de recherche-développement d'une part, de professionnalisation des acteurs d'autre part afin de transformer ce secteur, en quelques années et de façon durable, en une véritable « industrie du futur » puissamment créatrice d'emplois et exportatrice..

Au cœur de cette stratégie, l'objectif est de transformer le tourisme, traditionnellement conçu comme une activité de services réceptifs en une activité intersectorielle de production, d'accueil et d'exportation, en s'appuyant sur les dynamismes que peut favoriser sa transversalité.

Le tourisme associe en effet aux activités économiques dites « caractéristiques » que sont par exemple l'hôtellerie et les agences de voyages -les activités qui n'existeraient pas sans lui- de nombreuses activités productrices de biens et services dits « connexes », qui contribuent au produit touristique final et se développent avec lui : loisirs, restauration, transports, etc....

C'est cette spécificité, mise en lumière depuis une trentaine d'années en France dans le cadre de la comptabilité nationale (le « compte satellite du tourisme » en mesure la portée annuellement en France et dans de nombreux pays) qui permet d'envisager une stratégie prenant appui sur le secteur de services qu'est le tourisme afin de développer un ensemble d'industries et d'activités connexes productrices et exportatrices de biens de production et de consommation.

Toutes les conséquences utiles pour l'action découlant de ce constat simple ne semblent pas avoir été tirées jusqu'à présent.

Or notre pays et certains de ses territoires en particulier jouissent d'une image et de ressources considérables se prêtant particulièrement à une telle démarche de valorisation.

Citons seulement trois exemples :

- les activités liées à la montagne et notamment aux sports d'hiver (production de matériels et d'équipements individuels, construction de remontées mécaniques, etc..) . Grenoble et la région Rhône-Alpes disposent d'atouts exceptionnels pour constituer un pôle d'excellence à rayonnement international dans ce domaine ;
- les activités liées à la mer (filière nautique, croisiérisme, équipements portuaires, matériels et équipements individuels de sports et d'activités balnéaires, etc...) : la Côte d'Azur, l'Ouest atlantique apparaissent en mesure de conforter leurs atouts dans ces domaines ;
- les congrès, salons et expositions (construction et gestion de palais de congrès et centres d'exposition, matériels de réunion, technologies nouvelles et équipements de communication ...) , largement concentrés sur le Grand Paris, appellent une démarche coordonnée de l'ensemble des acteurs pour positionner un pôle international spécialisé capable de concurrencer les autres grandes métropoles mondiales et notamment européennes de plus en plus offensives ;

Les critères de développement correspondants doivent viser à améliorer la productivité des territoires, à maîtriser et réduire la consommation d'espaces et de ressources non renouvelables, à accroître la valeur ajoutée des productions touristiques notamment par un effort d'innovation conduit avec les organismes de recherche et de développement - au stade de l'investissement comme à celui du fonctionnement-, à transférer dans les programmes de formation les résultats des recherches et de leurs applications, enfin à créer sur place les conditions d'implantations pérennes et si possible non délocalisables des outils de la production.

De nouvelles pistes pour l'aménagement et le développement des territoires peuvent par là-même être ouvertes dans des régions bénéficiant par ailleurs d'une indéniable attractivité et d'une qualité de vie qui en font des destinations recherchées par les touristes comme par les investisseurs.

3- Propositions de mesures d'application de la stratégie de développement touristique durable des territoires.

Nous nous garderons de répéter dans ces quelques lignes les multiples propositions intéressant l'ensemble de la politique touristique énoncées dans les rapports, assises et colloques qui émaillent les échanges sur le tourisme pour nous concentrer sur deux axes: l'aménagement des territoires et la constitution de réseaux stratégiques prenant appui sur le maillage urbain associant entreprises et centres de recherche-développement.

L'axe majeur de l'aménagement économique des territoires mérite en effet de prendre en compte la capacité de développement qu'offrent les villes et stations issues de la croissance touristique: de nombreux exemples français et étrangers montrent que des cités à fréquentation et développement initialement fondés sur le tourisme constituent un support privilégié de développement urbain intégral et dépassant les concepts traditionnels de la spécialisation et du zonage urbains, notamment par l'implantation d'activités permanentes et d'emplois pérennes.

En second lieu, différentes mesures apparaissent nécessaires pour véritablement « passer de l'économie de cueillette à l'économie de culture » :

- Mettre en place d'un vaste programme de réhabilitation de l'immobilier de loisirs, en montagne et sur le littoral, sans lequel les friches touristiques vont se multiplier, entraînant l'image et l'économie touristiques du pays dans une spirale négative. Il s'agit là d'un vaste chantier, complexe et coûteux, c'est-à-dire aussi d'une opportunité en termes d'investissement et d'emploi. Les nombreux travaux consacrés à ce sujet doivent servir à présent de support à un projet audacieux.
- Des programmes visant à la réhabilitation de l'hôtellerie d'une part, des villages de vacances d'autre part, sont également régulièrement annoncés. Ils pourraient contribuer à cet aggiornamento de notre offre d'équipements dès lors que leur définition et leur mise en œuvre seraient coordonnées selon des stratégies territoriales cohérentes avec les démarches de produits.
- Sur le littoral en particulier, espace sensible s'il en est, une politique renouvelée conforme aux principes de protection inscrits dans la loi littoral est à définir. A titre d'exemple, et au-delà des conclusions du Grenelle de la Mer qui ont largement éludé la question du développement touristique, des mesures d'ouverture maîtrisée sont susceptibles d'être mises en œuvre par voie conventionnelle en application de l'article 19 de la loi : le décret non encore publié vingt-trois ans après la promulgation de la loi ne pourrait-il y pourvoir ?.

Mais l'effort d'innovation pourrait lui-même trouver dans le champ touristique des perspectives d'application exemplaires, par exemple :

- Par la mise en place du réseau de pôles d'excellence touristiques proposé dans le cadre de l'Institut Français du Tourisme qui associe collectivités territoriales, entreprises et universités, grandes écoles et organismes de recherche, en prenant appui sur la diversité et les richesses touristiques des territoires ;
- En activant les moyens et méthodes de fonctionnement en réseau (bases de données et centres de ressources virtuels, e-learning...) ;
- Par des concours d'idées et appels à projets ouverts à l'international, pour favoriser l'innovation en matière d'aménagement touristique, d'urbanisme et d'architecture de tourisme prenant en compte les critères de durabilité, avec des applications pilotes dans les pôles d'excellence touristiques ;
- Ouvrir les grands programmes de recherche nationaux et communautaires à la recherche-développement appliquée au tourisme afin de favoriser l'innovation dans ce domaine ;
- Améliorer la professionnalisation des filières de production touristique par la formation initiale et continue adaptée aux différents niveaux et métiers intéressés . Perfectionner à cet effet les programmes et les enseignants spécialisés pour une meilleure professionnalisation ;
- Simplifier drastiquement les conditions de l'entrepreneuriat dans les métiers du tourisme et favoriser la création et la transmission d'entreprises et l'investissement dans ce secteur ;
- Mettre en place un centre de ressources, de veille et d'intelligence touristique apte à capitaliser et diffuser en réseau les expériences et résultats de recherches menées en France et à l'étranger ;
- Ouvrir la notion de pôle d'excellence touristique pour favoriser des jumelages avec l'étranger, supports de coopérations et d'exportation des savoir-faire français , valorisant l'image de la France dans ce domaine et son rayonnement culturel et économique.
- Développer les opérations événementielles à dimension internationale et à fort impact territorial de façon concertée au niveau national en tenant compte du maillage de grands équipements supports dans les domaines de la culture, du sport, des salons et congrès, etc...

Au-delà de ces quelques pistes ouvertes au débat, l'imagination sera le meilleur ferment de l'innovation...