

ANNUAL TOURISM REPORTING TEMPLATE

Testing exercise (31 July – 30 Sept 2008)

1. INTRODUCTION

Council Decision 86/664/EEC of 22 December 1986 establishing a consultation and cooperation procedure in the field of tourism foresees that “*each Member State shall send the Commission, once a year, a report on the most significant measures it has taken and, as far as possible, on measures it is considering taking in the provision of services for tourists which could have consequences for travellers from the other Member States*”.

With the publication of the Communication “*Agenda for a sustainable and competitive European tourism*”, thereafter referred to as “*Agenda*”, the Commission announced that “in order to strengthen the collaboration with and among Member States, their current annual reporting through the Tourism Advisory Committee (TAC) will be used to facilitate the exchange and the dissemination of information about how their policies and actions safeguard the sustainability of tourism”. The Communication also recognised that sustainability and competitiveness are integral parts of a comprehensive approach towards tourism management and development.

This Communication was welcomed by the Competitiveness Council conclusions (22nd-23rd November 2007) and by the Presidency Conclusions of the Brussels European Council of 14th December 2007.

The main aims for the reporting process are to:

- be able to monitor the level of implementation of the “*Agenda for a sustainable and competitive European tourism*” by Member States;
- provide an opportunity for Member States to make visible at European level the ideas and initiatives that they have developed or are developing regarding tourism issues;
- facilitate the exchange of experiences among Member States with regard to how they tackle issues which are important for the competitiveness and sustainability of European tourism.

MS reports referring to year n shall be sent to the European Commission by the end of February of year $n+1$.

If the reports are sent in English, the deadline can be moved to the end of April.

An update of tourism data will be provided by EUROSTAT in the month of September of year $n+1$ (before the European Tourism Forum).

In order to reduce the length of the report, it is recommended to provide links to relevant websites where further details can be found (so that those interested on a specific issue can find out more about i.e. the leading organisation, details of a scheme) and to introduce these links with a brief introduction summarising the most relevant info.

2. ORGANISATIONAL STRUCTURE

This section should provide an overview of the main organisational structure to illustrate how tourism is organised and managed, to identify linkages and to identify the engagement of other organisations/stakeholders.

The information required will only need to be prepared fully in year 1 as it will subsequently only be necessary to provide details of any changes.

2.1 Please identify the national bodies responsible for tourism (Ministry and also any separate/related National Tourism Organisation), including their mission and spheres of competence, and their connection to other national bodies with direct or indirect influence in tourism. (maximum of 1.000 characters)

La répartition entre l'Etat et les collectivités territoriales des compétences dans le domaine du tourisme est la suivante :

L'Etat définit et met en œuvre la politique nationale du tourisme. Il réglemente, agréé et classe les équipements, organismes et activités touristiques ; il assure la promotion du tourisme français sur les marchés extérieurs, il fixe les orientations de la politique de coopération internationale et les met en œuvre notamment au sein des organisations internationales compétentes. Enfin, il favorise la coordination des initiatives publiques et privées dans le domaine du tourisme, il apporte son concours aux actions de développement touristique des collectivités territoriales. Les organismes d'Etat suivants concourent à la mise en œuvre sous l'autorité du ministre chargé du tourisme de cette politique nationale : la Sous-direction du tourisme au sein de la Direction Générale Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DGCIS) du ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi, créée par décret du 12 janvier 2009;

- Atout France, groupement d'intérêt économique, créé par la loi n° 2009-888 du 22 juillet 2009 de développement et de modernisation des services touristiques, devient l'opérateur unique de l'Etat en poursuivant un triple objectif de promotion touristique de la France, de réalisation d'opérations d'ingénierie touristique et de mise en œuvre d'une politique de compétitivité et de qualité des entreprises du secteur ;

- l'ANCV, établissement public industriel et commercial agence nationale pour les chèques vacances chargé de l'émission et de la diffusion des chèques vacances et de l'aide au secteur du tourisme social.

La Région (conseil régional) élabore les objectifs à moyen terme du développement touristique régional dans le cadre d'un schéma régional de développement du tourisme et des loisirs. Le conseil régional crée un comité régional du tourisme chargé de la promotion touristique et, si ses règles de composition et ses principales attributions en matière de promotion sont déterminées par la loi, l'assemblée régionale en fixe les statuts et la composition. *La loi n°2002-276 du 27 février 2002, relative à la démocratie de proximité précise que le Conseil régional assure le recueil, le traitement et la diffusion des données relatives au tourisme dans la région et qu'il coordonne, dans la région, les initiatives publiques et privées dans le domaine du développement, de la promotion et de l'information touristique. La collectivité territoriale de Corse dispose d'une compétence élargie en matière de tourisme (loi du 22 janvier 2002).*

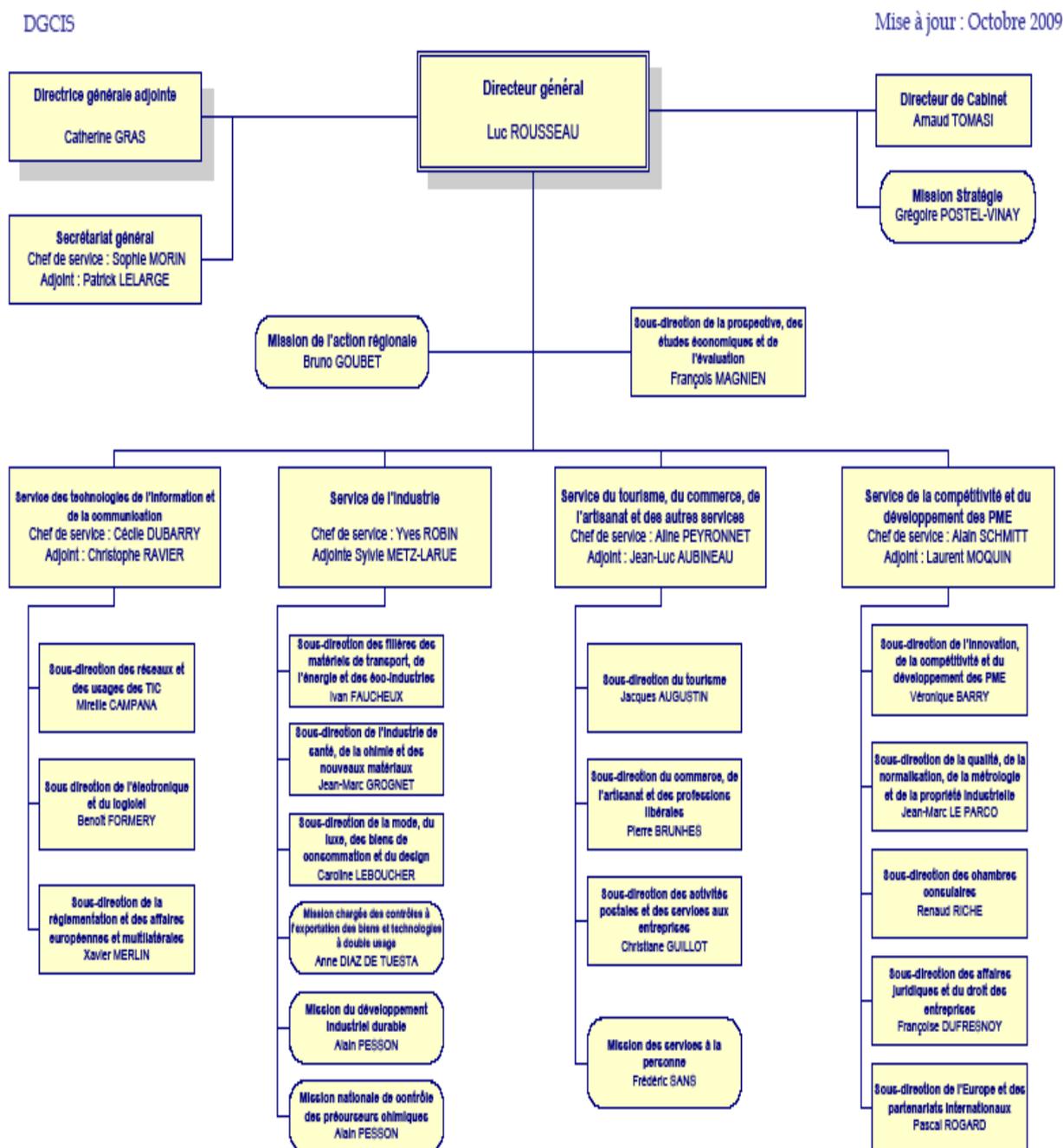
Le Département (conseil général) peut créer un comité départemental du tourisme. L'assemblée départementale choisit librement le régime juridique du comité. Ses règles de composition et ses attributions sont déterminées par la loi afin de lui permettre d'exercer son activité en harmonie avec les collectivités territoriales et les organismes intéressés au développement du tourisme dans le département. Enfin, le conseil général peut établir un schéma d'aménagement qui prend en compte les orientations définies par le schéma régional.

La Commune (conseil municipal) peut créer un office de tourisme chargé des missions d'accueil, d'information des touristes et de la promotion touristique locale. Pour l'exercice de ces missions, la commune choisit librement le régime juridique de l'office de tourisme. Enfin, la loi permet la création d'offices de tourisme intercommunaux par les groupements des communes. Les communes peuvent être classés en communes touristiques et stations classées à leur demande par une décision de l'Etat.

Les collectivités de l'Outre-mer français font l'objet de dispositions particulières. Dans le cas des départements et régions d'outre-mer (article 73 de la Constitution française) , la loi du 23 décembre 1992 codifiée (articles L. 161-3 du code du tourisme) a ouvert la possibilité à ces collectivités mono départementales d'opter pour l'existence d'un organisme de tourisme unique ou d'organismes régionaux et départementaux. Cette catégorie de collectivité est régit par le principe d'identité législative et le droit commun en matière de tourisme s'y applique (Guadeloupe, Guyane, Martinique et Réunion). Les statuts de Saint Pierre et Miquelon et de Mayotte relève du droit commun, en matière d'organisation touristique en l'adaptant aux particularités de ces collectivités. S'agissant des Collectivités d'outre-mer (article 74 de la constitution française), la compétence touristique est entièrement dévolue aux territoires concernés notamment s'agissant de la Polynésie Française et de la Nouvelle Calédonie. De la même manière, la loi organique n°2007-223 du 21 février 2007 a transféré aux nouvelles collectivités de Saint-Barthélemy et Saint-Martin les compétences de l'Etat en matière de tourisme.

2.2 Please provide a **diagram/organogram of the organisational structure for tourism** identifying the connection between national, regional and local bodies. Provide also a short description of the core responsibilities and competencies of each of the organisations. Include also information about mechanisms of decision making process and participation (e.g. forums, advisory committees, other existing coordination mechanisms) from outsider organisations (e.g. other departments, stakeholder organisations and unions). (maximum 2 pages)

La Direction générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services - DGCIS



2.3 Please provide information about **financial data**, including tourism budget as a percentage of overall government budget, the amount of national funding support for tourism marketing, the amount of EU funding support made available for tourism and data concerning the support to SMEs and destinations. (1000 characters)

Le budget de l'Etat comprend un programme qui concentre spécifiquement les crédits d'intervention et de fonctionnement de l'Etat dans le domaine du tourisme. Ce programme "tourisme" était doté en 2009 de 72M€(crédits de paiement), sa dotation pouvant être portée à 95M€en prenant en compte les déversements indirects des crédits de fonctionnement et de personnel (source document budgétaire : PAP 2009), soit une dotation constante par rapport à 2007. Ces crédits sont gérés par la direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services (DGCIS, ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi), en charge de la mise en oeuvre stratégique de la politique publique du tourisme.

Pour autant, ces crédits ne sont pas les seuls à bénéficier aux politiques publiques du tourisme en France, puisque d'autres périmères ministériels sont amenés à intervenir indirectement au profit du développement des activités touristiques.

Ainsi, un document sur les financements publics du tourisme, réalisé depuis 2006, vise à identifier l'ensemble des crédits ministériels et locaux dévolues au tourisme. Ce document est en cours d'actualisation pour les années 2008 et 2009 par les services de la DGCIS. Il sera disponible en septembre 2010. D'après l'étude 2007, les crédits ministériels de l'Etat consacrés au tourisme (tous programmes confondus) se sont élevés à 594 millions d'euros, ce qui a représenté 0,17% du budget de l'Etat (crédits de paiement). Les premiers éléments d'actualisation confirment une stabilisation de ces moyens pour les exercices 2008 et 2009, tant pour ces crédits ministériels que pour les crédits des collectivités locales et des fonds structurels.

S'agissant de la promotion de la destination France, il est dorénavant réalisé par l'agence Atout-France, groupement d'intérêt général créé en 2009 et issu de la fusion des deux opérateurs précédents du tourisme Maison de la France et Odit-France. Son budget global (qui ne relève pas en totalité de l'Etat) a été de 77 millions d'euros en 2009,dont 44,4M€ ont été consacrés à des dépenses d'intervention.

3. POLICIES AND STRATEGIES

3.1 Is there a current **National Strategy for tourism**? Yes No

If yes, please, provide information in bullet point format about the **key aims, objectives and priorities** of the strategy highlighting those that are designed to address sustainability issues in economic, environmental and social terms in particular those related in the six aims included in the Agenda. In the **formulation process of the tourism strategy**, briefly explain whether and how consideration has been given to the 9 principles set out in the Agenda (para2.3 p5) and given in the appendix. (maximum 2000 characters)

Le tourisme en France représente 6,3% du Produit Intérieur Brut (PIB) et 1,8 millions d'emplois. La France, première destination internationale en volume depuis 15 ans, se trouve confrontée à une nouvelle conjoncture internationale liée à une croissance mondiale tirée par les flux hors Europe, et à l'émergence de nouvelles offres concurrentes.

Un plan stratégique du tourisme français a été établi à partir de différents chantiers pour aboutir à

quatre grands choix stratégiques qui synthétisent les orientations politiques pour 2009 et les années suivantes.

- 1- Les chantiers retenus sont : La promotion, l'accessibilité et l'accueil et l'adaptation à la demande
- 2- Les choix stratégiques sont :
 - Conquérir les segments en croissance : Il s'agit de conquérir des parts de marchés auprès de nouveaux pays émetteurs, les pays émergents - tels que la Chine, l'Inde, le Brésil, le Mexique-, de capter la nouvelle clientèle venant de l'Europe de l'Est et de Russie, mais aussi celle des seniors d'Europe occidentale et de France.
 - Augmenter la dépense par touriste : La France n'arrive qu'en sixième position en terme de dépense des touristes. L'enjeu est de développer des éléments qualitatifs de l'offre. Pour cela, l'accent est mis sur le développement du tourisme d'affaires, activité à forte valeur ajoutée, mais aussi sur la fidélisation de la clientèle de la destination France.
 - Développer un tourisme durable respectueux des équilibres naturels et du cadre de vie des français : La demande de la clientèle évolue vers un tourisme durable et équitable. La France doit donc pouvoir offrir des infrastructures adaptées et des activités diversifiées pour proposer un tourisme des quatre saisons sur l'ensemble du territoire. Ainsi tout en préservant ses nombreux atouts naturels voire patrimoniaux, la France poursuivra harmonieusement son développement touristique.
 - Le tourisme au cœur des priorités de tous : Le tourisme, activité particulièrement transversale, impacte de très nombreux secteurs d'activité. Il convient donc de sensibiliser chacun de ces secteurs et pour se faire tirer profit des relais que constituent les collectivités territoriales, tout en n'excluant pas les organismes privés par le truchement de leurs syndicats et fédérations.

3.2 Who was the *initiator* and who is *responsible* for its implementation? (maximum 500 characters)

Le ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi a initié la construction de ce plan stratégique à l'occasion des "Assises nationales du tourisme" en mai 2008. Sa mise en oeuvre reposera sur les pouvoirs publics, c'est à dire les services de l'Etat mais aussi les collectivités territoriales. En outre, la situation économique actuelle implique un effort de tous pour développer le tourisme, poste majeur de nos recettes nationales.

3.3 How is the strategy *monitored* and how often? (maximum 1000 characters)

La stratégie est contrôlée essentiellement par le vote de la loi de finances qui intervient en fin d'année.

3.4 What *national legislation* exists which is specific for tourism or which has a major impact on the sector? (maximum 2000 characters)

Les règles de droit applicables au secteur du tourisme sont rassemblées dans le code du tourisme.

Ce code comporte quatre livres :

- Le livre I retrace l'organisation générale du tourisme et notamment la répartition des compétences touristiques entre l'Etat, les collectivités territoriales, les établissements publics de coopération intercommunale.
- Le livre II régit les activités et professions du tourisme.
- Le livre III est consacré aux hébergements, équipements et aménagements touristiques.
- Le livre IV regroupe les dispositions relatives au financement de l'accès aux vacances et à la fiscalité du tourisme.

Le tourisme a fait l'objet de trois principales lois successives et complémentaires :

- La loi n° 87-10 du 3 janvier 1987 modifiée relative à l'organisation régionale du tourisme ;
- La loi n° 92-645 du 13 juillet 1992 modifiée fixant les conditions d'exercice des activités relatives à l'organisation et à la vente de voyages et de séjours ;
- La loi n° 92-1341 du 23 décembre 1992 modifiée portant répartition des compétences dans le domaine du tourisme.

Ces dispositions ont été codifiées dans le code du tourisme.

D'autres textes législatifs sont venus, depuis lors, modifier le cadre juridique dans lequel s'exercent les activités touristiques, en voici quelques exemples :

- La loi n° 99-584 du 12 juillet 1999 modifiant l'ordonnance du 26 mars 1982 portant création du chèque-vacances ;
- La loi n° 2000-1208 du 13 décembre 2000 relative à la solidarité et au renouvellement urbain (fixe le cadre juridique des opérations de réhabilitation de l'immobilier de loisirs) ;
- La loi n° 2001-616 du 11 juillet 2001 relative à la collectivité de Mayotte ;
- La loi n° 2002-92 du 22 janvier 2002 relative à la Corse (précise et étend les compétences de cette collectivité territoriale en matière de tourisme) ;
- La loi n° 2004-809 du 13 août 2004 relative aux libertés et responsabilités locales (comporte plusieurs dispositions relatives au tourisme, notamment aux offices de tourisme) ;
- La loi n° 2006-437 du 14 avril 2006 portant diverses dispositions relatives au tourisme. Cette loi figure parmi les plus récentes réformes dans le domaine du tourisme et concerne de nombreux sujets : la réforme du régime des stations et la valorisation de l'action des communes touristiques, l'organisation et la vente de voyages et de séjours, l'extension à Mayotte de la réglementation du tourisme, la reconnaissance au plan législatif des chambres d'hôte et le développement touristique de la montagne ;
- La loi n° 2009-888 du 22 juillet 2009 de développement et de modernisation des services touristiques. Cette loi a permis notamment la refonte de la classification des hébergements touristiques, la modification du système d'attribution des "chèques-vacances" pour l'ouvrir aux PME, une meilleure protection des consommateurs de ventes en temps partagé (time share), la modernisation de la réglementation applicable aux agences de voyage et aux voitures de tourisme avec chauffeur, et la création d'Atout France, agence de développement touristique de la France.

4. MEASURES AND INITIATIVES

This section provides Member States with an opportunity to outline *specific initiatives and policies* that are or are going to be adopted to manage and develop tourism activity in ways which respond to the key challenges referred to in the “*Agenda*” and which fall within the six main aims of the “*Agenda*” itself.

These initiatives could for instance fall into the following types of policy instruments: command and control instruments (legislation, regulation and licensing, land use planning and development control), voluntary instruments (guidelines and codes of conduct, reporting and auditing, certification, eco-labels, awards, voluntary contributions), economic instruments (taxes and charges, financial incentives and agreements), supporting instruments (infrastructure provision and management, capacity building, awareness raising, marketing and information services), measurement instruments (benchmarking, assessments on optimal use levels, carrying capacity).

1 Economic prosperity

- a. To ensure the long term competitiveness, viability and prosperity of tourism enterprises and destinations.
- b. To provide quality employment opportunities, offering fair pay and conditions for all employees and avoiding all forms of discrimination.

2 Social equity and cohesion

- a. To enhance the quality of life of local communities through tourism, and engage them in its planning and management
- b. To provide a safe, satisfying and fulfilling experience for visitors, available to all without discrimination by gender, race, religion, disability or in other ways.

3 Environmental and cultural protection

- a. To minimise pollution and degradation of the global and local environment and the use of scarce resources by tourism activities.
- b. To maintain and strengthen cultural richness and biodiversity and contribute to their appreciation and conservation.

4.1 Please set out, briefly, the **steps** which have been or will be taken, if any, **to address the 7 key challenges** for the delivery of sustainable and competitive tourism, covered in the TSG report and referred to in the ‘Agenda’.

4.1.1 Reducing the seasonality of demand. (maximum 1000 characters)

En particulier sur les territoires de montagne, de littoral et ruraux :

- l’extension des périodes d’accueil touristique est l’un des critères requis pour qu’une commune ou un établissement public de coopération intercommunale puisse obtenir son classement en « station de tourisme » (loi du 14 avril 2006)
- une recherche est en cours pour accroître le parc des résidences secondaires offertes à la location dans les stations littoral et montagne, pour limiter le phénomène des « volets clos »

pendant une trop longue période de l'année

4.1.2 Addressing the impact of tourism transport. (maximum 1000 characters)

Les initiatives récentes les plus significatives sont celles de tour opérateurs (proposer au client de compenser son émission de gaz à effet de serre), des compagnies de transport (acheter des avions plus récents et moins polluants) ou des clients eux-mêmes (réduction des déplacements en avion ou en voiture du fait de la hausse du prix des carburants). L'État français promeut les déplacements moins polluants (train : par ex chantier de TGV Lyon – Turin ; transports en commun en ville) ou doux (vélo y compris en ville, randonnée).

4.1.3 Improving the quality of tourism jobs. (maximum 1000 characters)

- baisse de la TVA de 19,6% à 5,5% (loi n° 2009-888 du 22 juillet 2009 de développement et de modernisation des services touristiques) dans la restauration assorti d'un accord dit « contrat d'avenir entre les professionnels et le Gouvernement prévoyant des hausses des salaires et des embauches dans ce secteur
- participation à des observatoires de l'emploi (secteur HCR, secteur de la vente de voyages), soutien du travail saisonnier : développement des maisons des saisonniers, diffusion d'une charte de l'emploi des saisonniers à destination des employeurs
- mise en œuvre d'actions faisant suite à l'étude sur l'adéquation entre l'offre française de formations supérieures et les besoins des métiers du tourisme et de l'hôtellerie-restauration (rendu fin octobre-2009)
- mise en œuvre des préconisations de l'étude sur l'exercice des métiers de guide-interprète et conférencier : travaux de simplification des 4 professions réglementées de guidage (modalités d'accès et de formation, statut des guides-interprètes et conférenciers, délivrance des cartes professionnelles), en vue de clarifier et d'améliorer l'exercice de ces professions.

4.1.4 Maintaining and enhancing community prosperity and the quality of life, in the face of change. (maximum 1000 characters)

- l'agrément d'État pour les associations de tourisme social est délivré sur la base d'un critère de retombées des établissements d'hébergement sur le secteur économique local (achats sur place, participation possible des habitants aux installations sportives et de loisirs du centre, emploi de salariés locaux, etc.)
- les actions en faveur de l'emploi des saisonniers vont dans le sens de la facilitation de l'emploi de salariés locaux dans les zones de saisonnalité touristique

4.1.5 Minimising resource use and the production of waste. (maximum 1000 characters)

Très nombreuses initiatives de chaînes, associations, réseaux, établissements : charte paysagère du réseau Camping Qualité ; label « Chouette nature » pour le tourisme associatif à vocation sociale ; marque Parcs ; label Clé Verte ; diffusion (certes lente) de l'écolabel européen pour les hébergements touristiques ; insertion de critères écologiques dans les critères de classement des hôtels par l'arrêté du 23 décembre 2009 fixant les normes et la procédure de classement des hôtels de tourisme; etc.

4.1.6 Conserving and giving value to natural and cultural heritage. (maximum 1000 characters)

Le partenariat entre le ministère chargé du tourisme, le ministère chargé de la culture et le ministère chargé de la nature et des sites est de plus en plus étroit sur les questions de valorisation touristique respectueuse des monuments et des sites. La marque nationale Qualité Tourisme, qui reconnaît la qualité de l'accueil dans un établissement, s'ouvre actuellement aux lieux de visite (musées, parcs, sites, châteaux...).

4.1.7 Making holidays available to all. (maximum 1000 characters)

L'accès aux vacances a fait l'objet de travaux, animés par la sous-direction du tourisme, qui ont réunis les acteurs du secteur de mars à septembre 2009. Plusieurs propositions de mesures ont résulté de ces travaux et ont été présentées par le Ministre lors des Rencontres nationales du tourisme du 12 octobre 2009, en particulier

- la création d'un centre de ressources pour les acteurs du tourisme social,
- la création d'un "coffret séjour jeunes", dispositif ayant une vocation de pédagogie au départ pour les jeunes adultes
- la mise en place d'un fonds d'aide à la rénovation des infrastructures du tourisme social, TSI, qui aura pour objet d'apporter des financements en participation aux gestionnaires de ces lieux d'hébergement .

L'Agence nationale pour les chèques vacances (ANCV) , qui a pour mission de favoriser le départ en vacances des personnes qui en sont exclues, a mobilisé en 2009 15M€ pour ses programmes d'action sociale. Outre l'aide aux projets vacances des personnes défavorisées et des familles, elle s'est particulièrement mobilisée pour le départ des seniors (programme « seniors en vacances »). Elle a créé un nouveau programme à destination des personnes handicapées et de leurs accompagnants, qui devrait se développer en 2010.

Créé en 2001, le label Tourisme et handicap, attribué aux professionnels, apporte à la clientèle une information fiable, homogène et objective sur l'accessibilité des sites et des équipements touristiques. En décembre 2009, plus de 3500 sites étaient labellisés.

4.2 As key challenges may change over time, please identify any other areas that are **becoming a new challenge**. (maximum 1000 characters)

Insister davantage sur le tourisme des Séniors (aide au déplacement et à l'hébergement, maintien d'un lien social, aide à l'amélioration de la santé) et sur le tourisme des jeunes (aide à l'apprentissage de l'autonomie, ouverture sur le monde, prise de conscience de l'importance des langues, meilleure employabilité et mobilité, extension du lien social).

4.3 Please identify and describe one **SPECIFIC INITIATIVE** (i.e. how it worked, difficulties and problems encountered, solutions and success factors), which is related to the 7 key challenges, that is **INNOVATIVE/SUCCESSFUL** and which would be of interest to or of help to other Member States. (maximum 2 pages)

"ESCAPADES NATURE SANS VOITURE" ®

Un projet de mobilité durable sur les Grands Sites

Contexte et objectif du projet :

Le Réseau des Grands Sites de France (RGSF), est une association qui regroupe les gestionnaires de 35 sites naturels et culturels, sites patrimoniaux très emblématiques de la France, comme Le Pont du Gard, le Mont Saint Michel ou la Roche de Solutré, très connus et donc très fréquentés. Ces gestionnaires cherchent à organiser et promouvoir un tourisme durable et responsable dans leurs territoires .

S'inscrivant dans les priorités du "Grenelle de l'environnement" et tout particulièrement ceux relatifs à la mobilité durable, ils souhaitent favoriser des formes de découverte réduisant l'usage de la voiture.

Le projet "Escapades nature sans voiture" ® vise à faire connaître au grand public les bonnes pratiques de mobilité durable, à favoriser une découverte "plus douce" des richesses d'un territoire et à faciliter les liens villes/campagnes. En outre, c'est un facteur positif pour des activités (hébergements, services, ventes, etc.) qui ne sont pas situées sur les grands axes de circulation routière.

Le projet repose sur deux constats :

1/ du côté de l'offre :

- plusieurs sites du RGSF sont situés à proximité immédiate de gares desservis par les Trains à Grande Vitesse (TGV) ou les Trains Express Régionaux (TER) ; mais cette desserte n'est pas assez exploitée, alors qu'elle permettrait d'organiser des courts séjours (sédentaires ou itinérants) sans voiture, dans des espaces de grande qualité paysagère et environnementale.

- ces sites sont situés à proximité de villes et sont très fréquentés par leurs habitants en voiture individuelle, alors que d'autres mode de transport pourraient être envisagés ; ils constituent une offre contribuant à renforcer le lien urbain-rural.

- les Grands Sites offrent des possibilités de découvertes à pied ou en vélo dans des paysages exceptionnels, très attractifs, sur des échelles de territoires appréhendables le temps d'une fin de semaine ou d'un court séjour.

2/ du côté de la demande :

- une grande partie des urbains vivant dans les grandes métropoles n'ont plus de voiture permanente et/ou sont confrontés à des difficultés très importantes de retour le week-end

- un urbain non motorisé souhaitant partir en week-end dispose d'une offre pléthorique de "city breaks", mais peu d'offre de "breaks nature" facile à organiser

- demandeur d'espace de ressourcement, ce public pourrait être intéressé par des formules de courts séjours ou de fins de semaine en milieu naturel.

- une demande existe pour une découvertes des milieux naturels ou ruraux qui ne demande pas de qualités physiques ou sportives particulières, mais au contraire adaptée à un public familial et intergénérationnel.

L'enjeu du projet "Escapades nature sans voiture" ® est donc :

- d'organiser l'offre sur les sites eux-mêmes de façon à les doter d'une réelle accessibilité sans voiture : organisation de l'inter-modalité gares TGV ou TER / site
- de mobiliser les acteurs publics et privés du territoire concerné sur l'offre "escapade nature sans voiture" ®
- de mettre à disposition de l'utilisateur l'information lui permettant de concevoir son escapade depuis chez lui, voire de proposer le produit packagé, sur les sites Internet des Comités départementaux du tourisme (CDT), offices du tourisme et syndicats d'initiative (OT-SI), Grands Sites, etc.

Déroulement :

En 2009, le projet a été lancé par le RGSF :

- repérage de premiers sites test volontaires : Les Deux Caps Blanc Nez-Gris Nez (Pas-de-Calais), Les Roches de Solutré-Pouilly-Vergisson (Saône-et-Loire), le Marais Poitevin (Poitou-Charentes et Pays-de-Loire). Sur chaque site a été mise en place une communauté de travail associant le gestionnaires du site, le CDT, l'OT, les services des conseils généraux (tourisme et transport), la Fédération de randonnée pédestre et les autres partenaires intéressés. Il s'est agit d'identifier les actions à entreprendre pour créer l'offre : aménagement (exemple : tronçons de sentiers à créer en sortie de gare pour rejoindre les circuits de randonnée), création de services en gare (location vélo, consigne et portage de bagages...), mobilisation et mise en réseau des professionnels touristiques du territoire autour des services associés (hébergeurs, loueurs, guides, transports par car, taxis, OT-SI, CDT), montage du produit, création des supports d'information, etc.

- dépôt réalisé en août 2009 à l'INPI de la marque "escapades nature sans voiture". Cette marque est destinée à identifier à terme des offres dans les destinations. Si l'initiative de l'action est née dans les Grands Sites, elle a vocation à concerner des offres hors Grands Sites.

- premières prises de contact avec des partenaires potentiellement intéressés : sous direction du tourisme, ministère de l'écologie, fédération de randonnée pédestre, et autres.

2010 et suivantes :

- développement du projet et élargissement du partenariat de projet et du partenariat financier
- travail dans les sites pilotes et élargissement à d'autres sites
- séminaire ouvert sur la mobilité douce et sur cette initiative (automne 2010)
- labellisations d'offres "escapades nature sans voiture" dans les destinations

Soutiens et Partenaires

Soutiens financiers : en 2009, le RGSF a reçu un soutien financier de la sous-direction du tourisme (ministère de l'économie) et du ministère de l'écologie. D'autres soutiens sont appelés à se développer

Partenariats : Fédération française de randonnée pédestre. Autres en cours.

5. MECHANISMS FOR IMPLEMENTATION

The "Agenda" identified three mechanisms for its implementation: sustainable destinations, sustainable businesses and responsible tourists.

5.1 Sustainable destinations: What support is given to strengthen destination management at the regional/destination level (supportive policy environment, knowledge networks, training programmes, establishment of measures/indicators for benchmarking, etc.)? (maximum 1000 characters)

Le ministère chargé du tourisme soutient financièrement des réseaux de destinations ayant fait du tourisme durable l'une de leurs priorités : Parcs naturels, Grands sites de France, réseau des villages de vacances Chouette Nature, réseau des auberges de jeunesse Ethic Etapes, etc.

Par ailleurs l'extension des périodes d'accueil touristique est l'un des critères requis pour qu'une commune ou un établissement public de coopération intercommunale puisse obtenir son classement en « station de tourisme » (loi du 14 avril 2006).

Les contrats de projets signés entre l'État et 13 régions françaises pour la période 2007 – 2013 mettent en oeuvre plusieurs priorités nationales en application l'Agenda de Lisbonne, dont le développement durable. Les principales actions financées sont la poursuite du développement des véloroutes voies vertes et la réhabilitation d'hébergements touristiques prenant en compte la durabilité.

En complément des volets régionaux, il existe également des conventions interrégionales où les critères de développement d'un tourisme durable sont une priorité. Il s'agit de la convention interrégionale du Massif Central ; des plans Loire, Rhône et Lot.

Par ailleurs, le partenariat engagé depuis plusieurs années avec les fédérations nationales du tourisme se concentre plus particulièrement sur le renforcement qualitatif de l'activité des membres de ces réseaux et sur la sensibilisation au développement durable.

5.2 Sustainable businesses: What support is given to strengthen the sustainability and competitiveness of businesses (supportive policy environment, orientation of business support services to sustainability, training, financial incentives, etc.)? (maximum 1000 characters)

- La France préside depuis son lancement en 2006 le groupe de travail international sur le développement du tourisme durable (GTI-DTD). Issu du processus de Marrakech, ce groupe de travail vient d'achever un programme de travail qui a abouti à l'élaboration de projets de renforcement des capacités du tourisme durable ainsi qu'à l'adoption de recommandations politiques qui contribueront au cycle 2010/2011 de la Commission de Développement Durable des Nations-Unies qui portera sur la question des modes de production et de consommation durables.

En 2009, les membres du groupe ont décidé de poursuivre leur collaboration au travers d'un Partenariat des Nations-Unies sur le développement durable dans le tourisme. Par sa composition multipartite (Etats, ONG, organisations internationales, opérateurs privés), ce partenariat permettra de maintenir la synergie créée depuis 2006 et de continuer, dans un cadre renouvelé, à déployer des projets structurants. Le Partenariat devrait être lancé en mai 2010, à l'occasion de la Commission de Développement Durable des Nations-Unies qui se tiendra à New-York.

En parallèle à la construction de cette nouvelle collaboration internationale s'est mis en place

en 2010 au niveau national le Comité français pour le développement du tourisme durable qui rassemble l'ensemble des acteurs français du tourisme (ministères, opérateurs de l'Etat, professionnels, associations et fédérations). Les enjeux économiques et sociaux qu'emportent la définition et la mise en œuvre de politiques et d'actions de développement durable du tourisme imposent en effet une concertation étroite avec les acteurs français du secteur. Les travaux du Comité permettent d'identifier et de promouvoir des projets structurants favorables au secteur français du tourisme tant économiquement que pour son image, en cohérence avec la politique étrangère de la France.

- Le Plan Qualité Tourisme a eu pour objectif en 2009 l'intégration d'engagements liés au développement durable dans ses engagements –cadres définis pour chaque secteur d'activité couvert par la marque Qualité Tourisme (hébergement, visites, offices de tourisme, centres de congrès et séminaires, restauration).
- Des critères liés au développement durable figurent dans la réforme de la grille de classement pour les hôtels.
- Par ailleurs l'État français promeut l'éco label européen pour l'hébergement touristique.

5.3 Responsible tourists: What support is given to promote responsible choices by tourists (e.g. sustainability in education, national marketing and media campaigns, promotion of certification schemes)? (maximum 1000 characters)

Campagne auprès des voyageurs contre le tourisme sexuel.

Le soutien financier aux réseaux et professionnels qui adoptent une démarche durable comprend les actions de communication en direction du public.

- Le ministère chargé du tourisme participe à l'organisation du Forum International du Tourisme Solidaire (FITS) qui est une initiative française s'inscrivant dans le cadre du processus de Marrakech. Il vise à rassembler tous les acteurs, publics, privés et associatifs soucieux de mettre en œuvre des formes de tourisme durable respectueuses des populations et de leur environnement, et qui favorisent une redistribution, au niveau local, des ressources provenant du tourisme. Le FITS a pour objet l'échange de bonnes pratiques mais aussi, chose nouvelle depuis cette année, création de réseaux afin de fédérer l'offre et de favoriser sa commercialisation.

- L'Association pour le Tourisme Équitable et Solidaire (ATES), premier réseau français de tourisme solidaire regroupe des voyageurs, des associations, proposant un tourisme conçu comme un outil de développement des territoires d'accueil. Ce réseau a pour objectif principal de donner plus de visibilité à ce type de tourisme et à sensibiliser le grand public en permettant une communication plus structurée sur les destinations programmées.

6. DATA AND INDICATORS

Eurostat will provide, as an annex, the key statistical data required to support the reporting process covering around 20 indicators¹ (see appendix for a provisional list). These are mainly related to the aim of 'economic prosperity'.

Please, identify indicators that are being used or developed at national / regional level which could add to the range of information being provided by Eurostat, particularly in relation to social and environmental issues (e.g. other indicators from the TSG report, visitors/ residents satisfaction). (maximum 1000 characters)

Par référence au "TSG report" :

Enjeu 1 : Réduire le caractère saisonnier de la demande

Ratio du nombre de nuitées touristiques du troisième trimestre sur le total annuel

Enjeu 2 : Prendre en compte l'impact du transport touristique

Répartition des voyages selon le mode de transport utilisé et la distance parcourue, peut-être en grandes classes de distance [en complément de l'indicateur 14a*, pour prendre en compte la distance parcourue, au delà de la seule distinction « by destination (domestic ; outbound) »].

Enjeu 3 : Améliorer la qualité des emplois touristiques

Indicateurs 16a, 17a et 18a semblent un bon compromis entre pertinence et faisabilité

Enjeu 7 : Vacances pour tous

Taux de départ en voyage (au moins une nuitée) et en long séjour (au moins quatre nuitées) pour motif personnel, données annuelles,

- . par sexe,
- . par classe d'âge (selon le détail de l'indicateur 12b),
- . par catégorie sociale [à définir, car il n'y a pas de nomenclature européenne ; pour la France on utiliserait la nomenclature des professions et catégories socioprofessionnelles (PCS-niveau1**), avec éventuellement des regroupements].

(*) Avec une correction : "by main means of **transport** use" au lieu de "by main means of accommodation use"

(**) Nomenclature PCS française (niveau 1)

- 1 Agriculteurs exploitants
- 2 Artisans, commerçants et chefs d'entreprise
- 3 Cadres et professions intellectuelles supérieures
- 4 Professions Intermédiaires
- 5 Employés
- 6 Ouvriers
- 7 Retraités
- 8 Autres personnes sans activité professionnelle

Member States via existin These indicators have been selected from the 50 TSG indicators on the basis of the possibility to calculate them for the EU g statistics.

¹ These indicators have been selected from the 50 TSG indicators on the basis of the possibility to calculate them for the EU Member States via existing statistics.

APPENDIX

PRINCIPLES FOR THE SUSTAINABILITY OF TOURISM:

- **Taking a holistic and integrated approach**

All the various impacts of tourism should be taken into account in its planning and development. Furthermore, tourism should be well balanced and integrated with a whole range of activities that affect society and the environment.

- **Planning for the long term**

Sustainable development is about taking care of the needs of future generations as well as our own. Long term planning requires the ability to sustain actions over time.

- **Achieving an appropriate pace and rhythm of development**

The level, pace and shape of development should reflect and respect the character, resources and needs of host communities and destinations.

- **Involving all stakeholders**

A sustainable approach requires widespread and committed participation in decision making and practical implementation by all those implicated in the outcome.

- **Using best available knowledge**

Policies and actions should be informed by the latest and best knowledge available. Information on tourism trends and impacts, and skills and experience, should be shared across Europe.

- **Minimising and managing risk – the precautionary principle**

Where there is uncertainty about outcomes, there should be full evaluation and preventative action should be taken to avoid damage to the environment or society.

- **Reflecting impacts in costs – user and polluter pays**

Prices should reflect the real costs to society of consumption and production activities. This has implications not simply for pollution but for charging for the use of facilities that have significant management costs attached to them.

- **Setting and respecting limits, where appropriate**

The carrying capacity of individual sites and wider areas should be recognised, with a readiness and ability to limit, where and when appropriate, the amount of tourism development and volume of tourist flows.

- **Undertaking continuous monitoring**

Sustainability is all about understanding impacts and being alert to them all the time, so that the necessary changes and improvements can be made.

LIST OF INDICATORS (these indicators will be calculated by EUROSTAT)

The following list of indicators was presented to the June 2008 TSG meeting by EUROSTAT. Please note that the list of indicators as presented below is not yet final (some indicators may still be dropped).

- 1a** Annual number of nights spent at collective accommodation establishments, broken down by region (NUTS2)
- 1b** Monthly number of nights spent at collective accommodation establishments
- national level
- 3a** Number of collective accommodation establishments, broken down by region (NUTS3) and by type of establishment (Hotels and similar establishments ; Other collective accommodation establishments (total) ; Tourist campsites ; Holiday dwellings ; Other collective accommodation not elsewhere specified)
- annual data
- 3b** Number of bedplaces in collective accommodation establishments, broken down by region (NUTS3) and by type of establishment (Hotels and similar establishments ; Other collective accommodation establishments (total) ; Tourist campsites ; Holiday dwellings ; Other collective accommodation not elsewhere specified)
- annual data
- 4a** Monthly gross occupancy rate of bedplaces in hotels and similar establishments
- national level
- 4b** Monthly net occupancy rate of bedplaces in hotels and similar establishments
- national level
- 5a** Total turnover [or year-on-year growth rate] of selected tourism-related industries, broken down by industry (total horeca ; hotels, camping sites, other provision of short-stay accommodation) and by employment size class (1 employee ; between 2 and 9 ; between 10 and 19 ; between 20 and 49 ; between 50 and 249 ; 250 employees or more)
- annual data, national level
- 5b** Total turnover [or year-on-year growth rate] of selected tourism-related industries, broken down by industry (Hotels and restaurants ; Hotels, camping sites, other provision of short-stay accommodation ; Restaurants, bars, canteens and catering ; Activities of travel agencies and tour operators, tourist assistance activities not elsewhere classified)
- annual data, national level)
- 6a** Tourism receipts from inbound tourism ('travel item' from the Balance of Payments)
- annual data, national level
- 6b** Ratio tourism receipts from inbound tourism in relation to tourism expenditure on outbound tourism
- annual data, national level
- 6c** Tourist expenditure by residents on holiday trips with at least one overnight stay, broken down by destination (total ; domestic trips ; outbound trips within the EU ; outbound trips outside the EU)
- annual data, national level
- 8a** Variation of the ratio monthly gross versus net occupancy rate of bedplaces in hotels and similar establishments
- national level
- 9a** Ratio of net [or gross] occupancy rate of bedplaces in hotels and similar establishments between the busiest and the least busy month
- national level

- 10a** Number of bedplaces at collective accommodation establishments per 1000 (local) inhabitants, broken down by region (NUTS3)
– annual data
- 11a** Number of nights spent at collective accommodation establishments per 1000 (local) inhabitants [or in comparison to local inhabitants nights, i.e. number of inhabitants x 365], broken down by country of origin (residents ; non-residents) and by region (NUTS2)
– annual data
- 11b** Number of arrivals at collective accommodation establishments per 1000 (local) inhabitants, broken down by country of origin (residents ; non-residents) and by region (NUTS2)
– annual data
- 11c** Monthly number of nights spent at collective accommodation establishments per 1000 (local) inhabitants [or in comparison to local inhabitants nights, i.e. number of inhabitants x number of days in the month], broken down by country of origin (residents ; non-residents)
– national level
- 11d** Monthly number of arrivals at collective accommodation establishments per 1000 (local) inhabitants, broken down by country of origin (residents ; non-residents)
– national level
- 12a** Average length of stay at collective accommodation establishments, broken down by country of origin (residents ; non-residents) and by region (NUTS2)
– annual data
- 12b** Number of holiday trips of 4 nights or more by EU residents, broken down by length of stay (From 4 to 7 nights ; From 8 to 14 nights ; From 15 to 28 nights ; From 29 to 91 nights ; From 92 to 365 nights) and by destination (domestic ; outbound)
– annual data, national level (country of residence of the tourist)
- 12c** Number of tourism trips with overnight stays by EU residents, broken down by length of stay (1 to 3 nights ; 4 nights or more), by destination (domestic ; outbound) and by purpose of the trip (holidays ; business)
- quarterly data, national level (country of residence of the tourist)
- 14a** Number of tourism trips of 4 nights or more by EU residents, broken down by main means of accommodation used (air ; sea ; land (total) ; railway ; bus, coach ; private and hired vehicles ; other) and by destination (domestic ; outbound)
– annual data, national level (country of residence of the tourist)
- 16a** Number of persons employed in [or share in total employment of] the tourist accommodation sector, broken down by type of contract (fulltime ; parttime ; permanent ; temporary), by age group, by gender, by educational level, by average seniority of work with the same employer
- quarterly data, national level
- 17a** Ratio of the number of persons employed in the tourist accommodation sector in the peak season (quarter) compared to the lowest season (quarter)
- national level
- 18a** Ratio of the mean hourly earnings in the horeca sector compared to the total private sector (local units of enterprises with 10 or more employees), broken down by gender, age, employment contract, educational level, length of service with the enterprise
- 4-yearly data, national level
- 18b** Ratio of the mean hourly labour cost in the horeca sector compared to the total private sector (local units of enterprises with 10 or more employees), broken down by region (NUTS1)
- 4-yearly data

45 a Share of households that can't afford one week annual holiday away from home
- annual data, national level (country of residence of the household)