

LA CCI, ACTEUR DU DÉVELOPPEMENT DU TOURISME AZURÉEN ET DE LA PROMOTION DU TERRITOIRE DES ALPES-MARITIMES

Michel TSCHANN,
membre élu de la chambre de Commerce et d'industrie Nice Côte d'Azur,
en charge du tourisme

Mesdames et Messieurs,

Je suis heureux d'être avec vous cet après-midi pour ce colloque consacré au tourisme dans les Alpes-Maritimes.

Je vous prie d'excuser l'absence de Bernard KLEYNHOF, le président de la CCI Nice Côte d'Azur, qui ne peut être avec nous et m'a demandé de le représenter en ma qualité de membre élu de la CCI, en charge du tourisme.

Avec 11 millions de touristes, les Alpes-Maritimes confortent la destination « Côte d'Azur » comme une référence mondiale et fait du tourisme la première activité économique de notre département. Tous les professionnels du secteur participent chaque jour à l'attractivité touristique et à la visibilité de notre territoire. Mais le soleil ne suffit pas !

Étant moi-même dirigeant d'hôtel, je sais que les attentes des clients évoluent et que nous devons sans cesse renouveler notre offre pour rester compétitifs. Je sais également que c'est en anticipant les nouveaux modes de consommation que nous pourrions gagner des parts de marché et attirer une nouvelle clientèle.

Je ne vais pas vous abreuver de chiffres, une donnée résume la cartographie d'ensemble : dans les Alpes-Maritimes, le secteur touristique représente 18 % des emplois directs, c'est-à-dire près de 75 000 emplois.

L'ensemble des acteurs du tourisme azuréen joue un rôle primordial en termes de dynamisme économique, de lien social et d'emploi dans nos villes.

La CCI est un acteur majeur du tourisme azuréen avec les concessions qu'elle gère. C'est le cas avec les quatre ports départementaux que sont Nice, Villefranche Darse, Golfe-Juan et Cannes.

Nous avons déployé un plan ambitieux d'investissements pour moderniser et faire de ces installations des outils adaptés d'attractivité pour ce qui concerne notamment les activités de croisière et de plaisance.

Si la destination « Côte d'Azur » reste une valeur sûre, elle ne rime pas forcément avec « facilité ». Les touristes sont fortement attirés par de nombreuses destinations. Comme dans tous vos territoires, le touriste a aussi des exigences élevées et a besoin d'être rassuré : d'avoir la meilleure qualité de services et des dépenses justes.

Pour cela, nous menons des actions de sensibilisation pour stimuler les professionnels à améliorer leurs pratiques et à faire usage des nouvelles technologies. C'est ainsi que nous organisons régulièrement, avec nos partenaires, des **Rencontres du Tourisme**, qui apportent un angle de vision nouveau sur les sujets d'actualités liés au tourisme, pour dialoguer et échanger sur de bonnes pratiques. Lors des dernières éditions, nous avons principalement misé sur la manière d'attirer les clients par le web et le mobile. Notre prochain rendez-vous porte sur la visibilité web et de l'accueil des nouveaux touristes sur la Côte d'Azur, notamment de la clientèle chinoise.

Nous proposons aussi des outils et des programmes d'accompagnement pour améliorer la compétitivité et la visibilité des établissements touristiques par l'obtention de labels de références : Ecolabels, Qualité Tourisme, Bistrot de pays ou titre de maître restaurateur qui sont autant de reconnaissances des savoir-faire « *made in Côte d'Azur* » indispensables pour fidéliser la clientèle.

Ce sont aussi des rendez-vous de *networking* entre professionnels du tourisme pour développer les échanges d'affaires et dont la dernière édition s'est déroulée le 20 mars dernier à l'Allianz Riviera.

Nous travaillons enfin en coopération avec le Comité régional du Tourisme pour avoir des informations précises sur les données du secteur de l'industrie touristique et pour améliorer nos prévisions, nos comparaisons entre grandes capitales touristiques et nos politiques tarifaires.

Nous savons aussi que les contraintes qui pèsent sur le secteur n'ont jamais été aussi fortes. Les contraintes réglementaires, concurrentielles, numériques, mais aussi la gestion et la fidélisation de vos salariés sont très difficiles.

Dans ce contexte, toutes les CCI en France ont pour vocation de défendre les intérêts des professionnels et d'être leur porte-voix. C'est le cas pour les dispositifs réglementaires, comme la hausse de la TVA dans la restauration, ou plus particulièrement sur notre territoire, pour la révision du décret des plages 2006, qui menace de fermeture quelques restaurants du littoral.

La CCI Nice Côte d'Azur entend donc soutenir les professionnels contre tous les dispositifs qui rendent périlleux l'exercice de leurs métiers. Nous avons ainsi des relations de travail suivies avec Monsieur le Préfet et les services de l'État sur ces sujets.

Enfin, il est vital d'anticiper le tourisme de demain en mettant en place les conditions qui vous permettront d'innover et de développer de nouveaux avantages concurrentiels, de nouveaux marchés.

Le tourisme Durable doit devenir une partie intégrante de l'activité car il est un moyen d'assurer la pérennité du premier secteur économique de la Côte d'Azur et de la France.

Vous le voyez, la compétitivité du territoire et de ses entreprises nous est chère, cette valeur commune fait notre force. Nous sommes efficaces grâce à l'investissement et aux contributions de tous les acteurs.

Ce concept de « *chasser en meute* », cher à Bernard Kleynhoff, fait ses preuves. Après New York l'année dernière, nous l'avons vu encore lors du déplacement d'une délégation azurienne en Chine la semaine dernière.

C'est cet état d'esprit qui nous permet de rester compétitif face à nos concurrents que sont Milan, Turin, Barcelone, Budapest ou Zagreb.

MEMO : autres outils d'attractivité du Territoire

Les Aéroports de la Côte d'Azur (11 millions de passagers en 2013)

TEAM Côte d'Azur, agence d'attractivité (29 implantations issues de 13 pays, pour 632 emplois prévus à 3 ans)

Plus de 30 lieux événementiels de réunions et d'expositions de 70 à 6 600 personnes,

145 hôtels de séminaires et de congrès avec un peu plus de 470 salles de réunions de plus de 50 m².

De grands auditoriums de capacité supérieure à 1 800 personnes à Nice, Cannes, Monaco, Grasse, Mandelieu et Antibes, depuis l'année dernière.