



**Caroline Leboucher,
Directrice générale d'Atout France**

Table ronde 1

COMPÉTENCES ET EMPLOI DANS LE TOURISME

Destination France

Plan de reconquête et de transformation du tourisme

Plan Destination France

- Annoncé par le Président de la République en juin 2021
- Dévoilé par le Premier ministre en novembre 2021
- Doté d'un budget de **près de 2 milliards d'euros**

2 principaux objectifs :

Conforter la France comme **première destination touristique mondiale** et devenir une **destination de référence en matière de tourisme durable**

Un plan en 5 AXES et 20 MESURES

Axe 1

Conquérir et reconquérir les talents



Axe 2

Renforcer la résilience du secteur et soutenir la montée en qualité de l'offre



Axe 3

Valoriser et développer les atouts touristiques français



Axe 4

Répondre aux enjeux de transformation du secteur



Axe 5

Promouvoir la destination France et consolider ses parts de marché



Les compétences et l'emploi dans le tourisme

Des difficultés de recrutement majeures, révélant une attractivité des métiers du tourisme en berne.

L'hébergement-restauration, particulièrement touché par la crise sanitaire.

- **18%** : le secteur HCR a perdu 237 000 employés entre février 2020 et février 2021, passant de 1 309 000 à 1 072 000, alors qu'il croît de l'ordre de 50 000 par an au cours des deux dernières années.

Alors qu'un tiers de l'effectif est habituellement renouvelé en un an (soit 420 000 personnes), **seuls 213 000 nouveaux salariés** ont rejoint ce secteur entre février 2020 et février 2021.

71 000 de plus qu'habituellement ont quitté le secteur.

Enfin, **25 000 personnes placées en activité partielle dans ce secteur ont débuté une autre activité** après le deuxième confinement.

Source : Etude de la DARES

En 2021, 300 000 projets de recrutements dans le secteur HCR, dont **41 % jugés difficiles**.

Enquête BMO de Pôle emploi



Les compétences et l'emploi dans le tourisme

Des difficultés de recrutement majeures, révélant une attractivité des métiers du tourisme en berne.

> Formations et filières souvent choisies par défaut

Toutes filières confondues, seuls 57% des jeunes avaient un projet professionnel au moment du choix de leur orientation et seulement 61% des titulaires CAP, BEP, et Bac Pro savaient quel métier exercer au moment de l'obtention de leur diplôme.

Source : Etude Crédoc 2018

> Stéréotypes sur certains métiers du secteur à améliorer

Horaires en décalé, faible rémunération, manque de compétences vs accueil, travail en équipe, engagement et passion, ascenseur social, formation tout au long de la vie

> Nouvelles aspirations

Equilibre vie professionnelle/personnelle, quête de sens (lié au durable), nouvelles formes de management (génération Z)

Rapport « Les Métiers en 2030 »
France Stratégie / Dares :

« Parmi les domaines professionnels comptant plus d'un million de personnes, 2 afficheraient des déséquilibres potentiels élevés :

- **la moitié des recrutements pourraient être difficiles dans les métiers du transport, de la logistique et du tourisme**
- **et près de 70 % des recrutements pourraient l'être dans les métiers de services aux particuliers et aux collectivités.**

Dans le transport, la logistique et le tourisme, la part de jeunes débutant dans l'emploi serait inférieure à la moyenne tandis que les créations d'emplois y seraient deux fois plus fortes que dans l'économie dans son ensemble ».

Les compétences et l'emploi dans le tourisme

L'Etat mobilisé pour « conquérir et reconquérir les talents ».

Destination France

Plan de reconquête et de transformation du tourisme

Tout 1^{er} axe du plan Destination France

MESURE 1 : Lancer une grande campagne nationale de communication pour valoriser les métiers et carrières du secteur, notamment auprès des jeunes.

> Objectif d'image

RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ DE LA FILIÈRE TOURISME, EN AMÉLIORANT L'IMAGE ET LA CONNAISSANCE DE LA DIVERSITÉ DES MÉTIERS ET DU SECTEUR

> Promouvoir les filières de formation aux métiers du tourisme

Attirer les jeunes vers les formations qui mènent aux métiers du tourisme, pour assurer les recrutements de demain, sensibiliser également leurs parents.

> Recruter sur les postes à pourvoir dans le tourisme

Réussir à recruter sur les offres d'emploi du secteur, objectif central conforté par les objectifs d'image et de promotion de la filière

Les compétences et l'emploi dans le tourisme

L'Etat mobilisé pour « conquérir et reconquérir les talents ».

Cibles

▶ Les jeunes 13-18 ans, en âge de choisir leur orientation.

Objectif : les attirer vers les formations des métiers du tourisme

▶ Les jeunes 18-25 ans.

Objectif : les recruter sur des postes vacants.

▶ DEMANDEURS D'EMPLOI, PERSONNES EN RECONVERSION, PROFESSIONNELS AYANT QUITTÉ LA FILIÈRE LORS DE LA CRISE DU COVID, PERSONNES EN (RÉ-)

INSERTION PROFESSIONNELLE

▶ Parents prescripteurs, la communauté éducative, PQR et médias nationaux, les influenceurs, les partenaires du tourisme et institutionnels

Commanditaires et acteurs

- Ministère de l'Europe et des Affaires Etrangères,
 - Ministère de l'Economie, des Finances et de la relance,
 - Ministère du Travail, de l'Emploi et de l'Insertion
- Avec l'appui d'Atout France, de Pôle Emploi, de l'Institut Français du Tourisme et d'autres acteurs.

Dispositif en 2 volets

Un volet national :

- campagne sur 2 ans (2022-2023) de 10 M€ au total
- Démarrage à l'été 2022 avec 2 vagues en 2022 et en 2023

⇒ Un volet régionalisé : avec la cession des droits d'exploitation des supports de campagne aux Régions qui souhaiteraient la décliner

TABLE RONDE 2

RENFORCER L'ATTRACTIVITE TOURISTIQUE GRACE A UN MODELE PLUS DURABLE

Renforcer l'attractivité touristique grâce à un modèle touristique plus durable

Le tourisme durable, colonne vertébrale des actions d'Atout France



OBSERVATION

Pilotage et évaluation de la transition durable

- Appui à la construction du **1er Tableau de bord du tourisme durable en France**, en partenariat avec ADN Tourisme, la DGE, l'ADEME
- Réalisation de projets data innovants au sein de **France Tourisme Observation**, pour développer des outils de suivi et prévisionnels performants
- Renforcement des activités de **veille internationale, décryptage des bonnes pratiques** et des **nouvelles solutions innovantes** déployées dans le monde



INVESTISSEMENT

Soutien à l'investissement et à la transformation de l'offre

- Mise en œuvre de **3 programmes du Plan Destination France** destinés à accélérer la **transition durable de l'offre touristique**
- Signature d'une **convention cadre avec l'ADEME** afin de renforcer les synergies entre le fonds d'investissement existant et le nouveau dispositif d'ingénierie Atout France
- Déploiement des **contrats de destination** et des **plans d'action des pôles** Atout France, intégrant tous une **priorité stratégique Tourisme durable**



FORMATION

Sensibilisation et accompagnement des professionnels

- Déploiement du **nouveau classement des hôtels** intégrant des **critères obligatoires environnementaux**
- Renforcement du **sourcing des offres Tourisme durable** dans la promotion et la campagnes d'Atout France
- Renforcement de l'offre de **formation et développement de nouveaux outils de e-learning**
- **Sensibilisation des entreprises aux différents dispositifs territoriaux** existants pour faciliter leur transition durable

Renforcer l'attractivité touristique grâce à un modèle touristique plus durable

Le tourisme durable, colonne vertébrale des actions d'Atout France

HÉBERGEMENT

La réforme 2022 du classement des hébergements est entrée en vigueur le 1^{er} avril.

Objectifs : prendre en compte les **grandes évolutions de ces dernières années, accélérées par la crise sanitaire.**

> Durabilité



Encourager les hébergeurs à adopter des démarches plus durables (critères obligatoires multipliés par 4)

> Digitalisation



Intégrer les habitudes développées par les consommateurs au cours des deux dernières années (+ durable / + sûr)

> Innovation



Répondre à l'évolution des habitudes de consommation des voyageurs

Renforcer l'attractivité touristique grâce à un modèle touristique plus durable

Le tourisme durable, colonne vertébrale des actions d'Atout France

> Durabilité



Encourager les hébergeurs à adopter
des démarches plus durables



Nombre total de critères liés au développement durable

> multipliés par 2 (de 13 à 27)

Critères obligatoires liés au développement durable

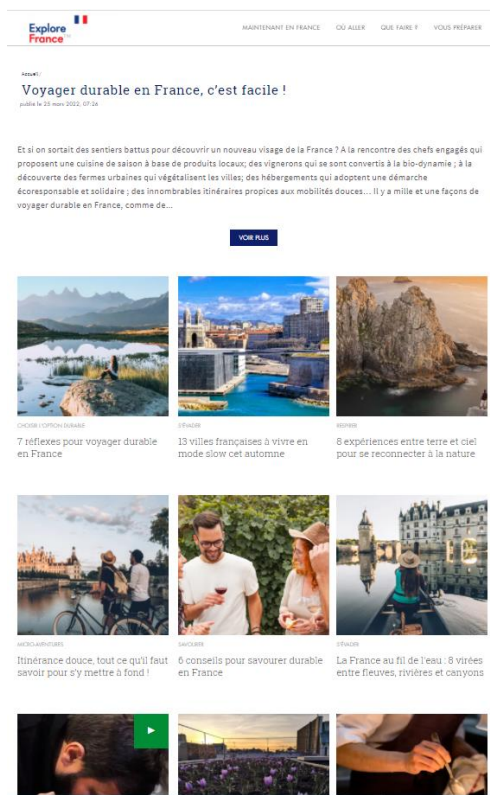
> multipliés par 4 (de 3 à 12)

- économie d'eau/électricité,
- tri et recyclage des déchets
- produits d'accueil écologiques dans la salle de bains et produits d'entretien respectueux de l'environnement
- utilisation de circuits courts, notamment pour la restauration,
- sensibilisation des clients
- formation professionnelle
- etc.

Renforcer l'attractivité touristique grâce à un modèle touristique plus durable

Le tourisme durable, colonne vertébrale des actions d'Atout France

PROMOTION Une mise en valeur continue de l'offre durable des destinations françaises



France.fr L'offre durable des destinations françaises bientôt encore mieux valorisée grâce à une rubrique dédiée



Médias Extrait du dossier de presse Voyager durable en France



Médias Série d'événements presse dans toute l'Europe à l'occasion de la Semaine européenne du développement durable

Renforcer l'attractivité touristique grâce à un modèle touristique plus durable

Le tourisme durable, colonne vertébrale des actions d'Atout France

PROMOTION Campagne #EXPLOREFRANCE :

2e édition de cette campagne visant à accélérer le retour des touristes européens



Une initiative portée par Atout France, les 13 organismes régionaux de tourisme et de nombreuses entreprises du secteur

Renforcer l'attractivité touristique grâce à un modèle touristique plus durable




Le tourisme durable, colonne vertébrale des actions d'Atout France

PROMOTION Campagne #EXPLOREFRANCE

1 FIL VERT : LE TOURISME DURABLE

- 
VOYAGER MIEUX ET AUTREMENT :
SE RETROUVER & SE RESSOURCER
- 
SENSIBILISER
AUX BONNES PRATIQUES
- 
VALORISER UNE
OFFRE INNOVANTE

OBJECTIFS

- 
INFORMER
ET Rassurer
- 
INSPIRER
- 
RENFORCER LE
POSITIONNEMENT
DURABLE
- 
DÉCLENCHER
DES SÉJOURS

RÉPONDRE AUX ASPIRATIONS DES VOYAGEURS EUROPÉENS
par un engagement collectif envers un tourisme plus durable
et une volonté de mieux accueillir



DURABLE



NATURE &
SLOW TOURISME



ART DE VIVRE ET
GASTRONOMIE



CULTURE &
PATRIMOINE

MARCHÉS CLÉS VISÉS



Merci pour votre attention