

Compte rendu des travaux de la Commission I

Thème : « Le tourisme, outil de promotion de la langue française »

La Commission I de la 16ème Assemblée régionale Europe, dont la présidence fut assurée par Mme Dittlot (Monaco) et la vice-présidence par Mme. Moser(Bulgarie) et dont le rapport a été assuré par MM. E. Perron (Vallée d'Aoste) et M. Jeanbourquin (Jura), a traité de la promotion du tourisme francophone et de la promotion de la langue française dans le secteur touristique.

Exposé introductif de M. Ego Perron (Vallée d'Aoste), rapporteur

La situation du français dans le tourisme culturel : état des lieux et perspectives

M. Ego Perron aborde son exposé en demandant aux membres de la Commission de se reporter à son écrit qui donne un aperçu sur le tourisme culturel notamment sur la situation valdôtaine.

Il introduit le thème de la promotion du tourisme culturel affirmant que le mariage entre tourisme et langue française est non seulement possible, mais aussi assez rentable. Il rappelle, en particulier, que, outre des retombées économiques, cette liaison tourisme/langue française peut favoriser un cycle qui entraîne la valorisation de notre histoire et de notre culture francophone.

Abordant l'argument de la coopération entre les pays et les réalités francophones, il cite la Convention-cadre sur la coopération transfrontalière, l'embryon de ce qu'on appelle, aujourd'hui, le pouvoir extérieur des régions et il souligne comment seulement en s'appuyant sur une politique extérieure concrète et solide on aboutira à mieux préserver nos valeurs et nos spécificités qui sont, aussi, autant d'atouts dans l'accueil des étrangers

Après un bref aperçu historique sur la connexion étroite entre tourisme et langue française en Vallée d'Aoste, il fait le point sur la concrétisation de la politique francophone du tourisme, un domaine où, il affirme, qu'il reste abondamment de travail à faire pour que les francophones, qui se distinguent par la langue, l'histoire, la créativité, misent beaucoup plus franchement sur ces atouts dans l'accueil des étrangers.

En particulier, il informe la Commission que même si dans sa région les données sur la présence des touristes francophones sont assez satisfaisantes, au-delà de cette façade, on s'aperçoit que le pourcentage de touristes internationaux consommant des prestations de spectacle, de théâtre ou d'événements, est bas. Et pourtant, le marché potentiel de la francophonie n'est pas du tout négligeable (à savoir, 110 millions de francophones, selon le dernier rapport publié par le Conseil consultatif de l'organisation internationale de la francophonie) et il est en train de s'agrandir au fur et à mesure du changement de la clientèle, notamment internationale, qui est, de plus en plus scolarisée, et donc intéressée à consommer de la culture.

Après avoir exposé un compte-rendu détaillé sur les activités culturelles francophones en Vallée d'Aoste, le président Perron note que parmi les dernières initiatives que le Gouvernement valdôtain soutient pour promouvoir le tourisme francophone, il aborde le thème du partenariat parmi les pays francophones, et parmi ces derniers et l'industrie du tourisme. Il

affirme que tourisme culturel et francophonie sont, en bout de ligne, des occasions d'affaires et de partenariat dont il faut profiter, tout en soulignant qu'il ne faut pas percevoir l'industrie touristique comme une source de financement qui peut remplacer l'Etat

Il termine avec la réflexion que la préservation de la culture francophone est désormais étroitement liée aussi au destin du tourisme en général, et notamment à la croissance du tourisme culturel. Il observe, en outre, que ce ne sera pas à travers une culture francophone sous vitrine, qu'on pourra viser cette cible.

Il conclut qu'il est convenable de concevoir la francophonie de manière plus dynamique, à l'instar d'un moteur de développement économique et social.

Exposé introductif de M. Maxime Jeanbourquin (Jura), rapporteur

La situation du français dans l'économie du tourisme et dans la formation aux professions du tourisme : état des lieux et perspectives

En introduction, M. Jeanbourquin fait d'emblée deux constats antinomiques quant à l'usage du français dans le secteur du tourisme :

1. Le français est défavorisé face au recours généralisé à l'anglais dans certains domaines du tourisme (télématique, centrale de réservation, trafic aérien, ...).
2. L'option de multilinguisme liée au développement d'un tourisme durable favorise la prise en compte de notre langue dans le domaine.

Pragmatisme et rentabilité

Quand le secteur touristique fait recours à la langue française, c'est dans un souci d'efficacité économique et/ou de promotion d'un produit touristique auprès d'un public parlant français.

Il en va de même dans la formation aux professions du tourisme ; l'acquisition du français vise à l'obtention de compétences favorisant la rentabilité commerciale, qu'il s'agisse de ventes, d'accompagnements ou d'animations.

Le recours au français à des fins purement culturelles ou comme pôle d'attraction n'est pratiquement jamais envisagé. L'expérience suisse en la matière est citée à titre d'exemple. A contrario, l'on notera l'expérience québécoise où le tourisme est envisagé comme facteur identitaire et/ou comme outil de promotion d'un retour aux sources culturelles du pays.

L'état des lieux du français dans l'économie du tourisme confirme de part le monde ces deux constats.

La prédominance de l'anglais est telle que le recours à d'autres langues ne répond qu'à des objectifs de rentabilité à accroître.

On ne retrouve le français, et encore, que dans certains hauts-lieux du tourisme culturel (exemple de Bilbao). Dans l'ensemble, il brille plus par son absence, même dans des pays membres de la Francophonie (exemple de Jersey).

Cette orientation du français à des fins essentiellement pratiques est confirmée lors des Sommets du Tourisme (Chamonix depuis 1999) où la finalité du développement durable est acquise mais sans prise en compte de la promotion du français comme moyen d'y accéder.

Le tourisme comme facteur identitaire : vers une promotion du français

On note peu de signes en la matière en Europe. Pour vérifier cette volonté de recourir au

tourisme pour faire la promotion du français, il faut se tourner vers l'Amérique, la Francophonie canadienne surtout (Québec, Ontario, Colombie britannique, ...), la Louisiane et même Cuba qui font œuvre de pionniers.

Retenons la surprenante initiative cubaine, où le français est seconde langue étrangère enseignée, notamment dans l'enseignement aux professions du tourisme. Appuyés par l'Alliance française, des professeurs cubains ont conçu une méthode modulaire de formation aux métiers du tourisme en français. Le succès est tel qu'il incite les promoteurs à adapter cet outil aux autres Etats d'Amérique latine.

Notons encore, dans le même esprit, l'expérience vietnamienne où, en collaboration avec l'Université de Toulouse, trois hautes écoles dispensent cet enseignement en français et en anglais.

En conclusion, le rapporteur estime, sur base de ces constats, que la situation du français dans le concert des langues les plus utilisées est délicate et qu'il n'a pas encore trouvé de point d'appui à sa promotion dans le tourisme, qui se profile de plus en plus comme un facteur important de l'économie de marché.

Même s'il y a lieu de se réjouir des nouvelles perspectives qu'ouvrent les initiatives américaines, force est de constater que si elles touchent à la valeur du français, langue de communication fondamentale et à sa valeur culturelle, l'aspect économique y est aussi marqué.

Le défi lancé sur le plurilinguisme par les tenants du développement durable et de la reconnaissance de la différence ethnique que tiennent à relever les organismes de la Francophonie doivent guider nos propos pour poursuivre et pérenniser les efforts déjà initiés, et surtout pour entamer une réflexion profonde sur le tourisme, outil de promotion de la langue française en Europe francophone, pour commencer, et , ensuite, dans toute la Francophonie.

Echange de vues

Intervention de M. Bourg-Broc (France)

M. Bourg-Broc rappelle que le thème a été choisi à Jersey parce qu'il est l'un des plus porteur d'un point de vue culturel et que la Francophonie possède beaucoup d'atouts porteurs en matière de tourisme (à savoir, le secteur du tourisme est la première industrie de France qui est, aussi, la première destination du flux touristiques mondial)

Il se pose cependant la question de savoir si la Francophonie s'investit suffisamment dans le secteur. A ces yeux ce n'est pas le cas, elle n'adopte pas le bon réflexe par rapport à l'anglicisation des outils du tourisme.

La Francophonie lui paraît accepter cela avec passivité, résignation alors qu'il s'agirait de développer un esprit de résistance, de ne plus accepter cela comme un fait établi.

En rappelant la Déclaration de Strasbourg sur le multiculturalisme et la diversité culturelle il propose de faire admettre par nos assemblées et gouvernements que la Francophonie est un atout majeur qu'il n'y a pas lieu de l'abandonner et de faire comprendre aux professionnels du tourisme qu'ils doivent en tenir compte.

Intervention de M. Duvernois (France),

M. Duvernois aborde son intervention en affirmant qu'aujourd'hui on ne peut pas évoquer le tourisme culturel sans prendre en compte sa dimension solidaire

Il affirme, de plus, qu'au niveau du tourisme solidaire on doit considérer comme prioritaires la prise en charge par les communautés elles mêmes de leur propre développement, une nouvelle relation avec les visiteurs désormais reçus comme amis et hôtes, et la défense du patrimoine culturel ainsi que de l'environnement naturel et de l'identité

Il confirme que ces engagements sont retenus par les Autorités françaises au point que ces démarches de tourisme responsable seront validées et expérimentées afin de pouvoir les proposer en termes d'axes de coopération.

Il termine affirmant que l'objectif de l'action de la France est d'aider à intégrer des populations locales comme acteurs de leurs activités touristiques suivant le principe du développement dans la solidarité et le respect mutuel.

Intervention de M. Frieseisen pour M. Spautz retenu en Commission II (Grand-Duché de Luxembourg)

M. Frieseisen aborde son exposé affirmant que, même dans un contexte touristique légèrement au-dessus de la moyenne européenne, ce secteur est en train d'enregistrer une forte progression au Luxembourg, notamment au niveau du tourisme d'aventure et de détente. Cela mène, en général, à un effort permanent d'amélioration des attractions touristiques et, en particulier, à la recherche de nouveaux chemins de croissance

Il informe la Commission que son Gouvernement a instauré des représentations touristiques à l'étranger (à savoir, au niveau des pays francophones, les agences touristiques de Bruxelles et Paris) pour mieux cibler le flux touristique qui aujourd'hui en résulte, partagé entre pays d'expression française (30%), allemande (35%) et utilisant l'anglais comme langue véhiculaire (35 %).

Pour ce qui est de la documentation distribuée par l'Office national du tourisme (ONT), et, plus en général des actions promotionnelles, il affirme que, dans un cadre linguistique à quatre volets (allemand, français, néerlandais et anglais), on constate une prédominance légère de la langue française pour le secteur des ouvrages culturels et au niveau des programmes présentés par les théâtres et les centres culturels. Complètent cette politique, les campagnes publicitaires en français ainsi que la participation aux foires et salons touristiques francophones.

Il renforce ces données sur l'utilité d'une politique promotionnelle multilingue, exposant le succès des accroches promotionnelles à l'instar, en 2002, de celles à l'égard du grand départ du Tour de France et du Bicentenaire de la naissance de Victor Hugo. Deux occasions qui, grâce, aussi, aux campagnes d'affichages et à la couverture médiatique, ont aussi bien attiré l'attention sur le Luxembourg que quadrupler la demande d'information auprès du bureau parisien de l'ONT avait quadruplée.

Toujours pour ce qui est du plurilinguisme, il conclut que dans le secteur des médias informatiques l'engagement continu à améliorer les sites en quatre langues porte ses fruits. A l'heure actuelle, on comptabilise, en effet, 6000 visiteurs par jour et quelque 350.000 affichages de la bannière ONT.

Il termine en considérant que la maîtrise de la langue française est, sans doutes, un des grands atouts des Luxembourgeois qui ne pourra qu'augmenter l'attractivité du pays notamment pour tous les francophones. Le tourisme est, donc, bel et bien un outil de la langue française et vice-versa, sans perdre de vue, par ailleurs, l'importance du multilinguisme.

Intervention de M. Scheurer (Suisse)

M. Scheurer considère que la promotion de la langue française ne peut se limiter aux pays de la Francophonie et qu'il nous faut avoir des exigences francophones hors des pays de langue

française (signalisation, guides, accueil).

Pour lui, le tourisme outil de promotion de la langue française passe par la pratique des langues étrangères dans les pays francophones et de la langue française à l'étranger.

Intervention de M. van Eyll (Communauté française Wallonie–Bruxelles)

M. van Eyll se joint au concert des franco-pessimistes face à la progression de la terminologie anglo-saxonne dans de nombreux domaines.

Il plaide pour que le multilinguisme et la diversité culturelle se retrouvent traduit dans des résolutions constructives (accords bilatéraux ou multilatéraux clairs et concrets)

Il propose de sortir de la sphère francophone et de dialoguer avec les autres aires linguistiques, la réciprocité linguistique lui paraissant essentielle.

Son propos porte ensuite sur :- la promotion de produits touristiques d'immersion en français à destination de pays non francophones et la promotion d'un tourisme intrafrancophone.

- la mise en réseau des hautes écoles, du tourisme (à l'instar des universités)

Il suggère encore de mettre à jour les informations reprises sur le site de l'APF – région Europe – quant à l'enseignement du français dans les différents pays membres. Il invite les sections APF à veiller à la traduction de leur site nationaux en français.

Intervention de M. Bruhnes (France)

M. Bruhnes note que le tourisme est un acteur économique majeur qui se développe de manière impétueuse et nécessite un encadrement d'ordre éthique et durable, rappelons en cela le Code arrêté par l'Organisation mondiale du tourisme en 1999.

Il souligne aussi que faire la promotion de la langue française par le tourisme n'est pas une évidence et qu'il s'agit pour les parlementaires d'être particulièrement opportunistes en la matière, de s'inscrire en groupes de pression pas seulement auprès de leur gouvernement mais aussi auprès des industries du tourisme, des grands opérateurs et organisateurs du tourisme, des ONG.

Il partage l'idée de faire des efforts dans le sens du multilinguisme tout en s'inquiétant de la place du français au sein des institutions européennes suite à l'élargissement de l'UE.

Il insiste pour que parlementaires et gouvernements se manifestent pour défendre, pour la langue française, le statut de langue obligatoire dans les institutions européennes.

Intervention de M. Szalay (Hongrie)

M. Szalay relate une diminution du flux de touristes francophones en Hongrie.

Intervention de M. Richard, Chargé de mission Amérique

Si le tourisme est avant tout une opportunité économique majeure, M. Richard précise que le tourisme francophone au Canada est un outil de survivance au service d'une communauté minoritaire. Il s'agit d'offrir un produit culturel bien spécifique à côté de l'attrait géographique ou gastronomique d'une région, soit de faire du tourisme culturel un outil identitaire.

Pour lui, l'identité reliée à la langue française est un atout indéniable pour la promotion du tourisme.

Intervention de Mme Moser (Bulgarie)

Mme Moser souligne l'importance du tourisme culturel dans son pays, notamment par le réseau de monastères. Elle fait également état de la prédominance de l'anglais dans le tourisme de congrès (en particulier scientifique) où les textes ne se voient pas traduits faute de moyens.

Intervention de Mme Dittlot (Monaco)

Mme Dittlot rend compte qu'en matière d'échanges linguistiques ainsi que dans le domaine de la francophonie, Monaco occupe une situation prédominante résultant d'une longue tradition et d'une politique de défense et de pratique de la langue française.

Toutefois, Mme Dittlot constate que si le français a dû céder la place à l'anglais dans le monde des affaires et des congrès, il reste la langue, par excellence, de la diplomatie.

Dans la majeure partie des cas, le français n'est pas un problème de choix de langue, mais d'intérêt économique ou protocolaire.

A Monaco la pratique de la langue française apparaît comme un atout indiscutable d'attrait et d'échange avec les pays francophones étrangers.

La dynamique permanente de la direction du tourisme s'emploie à la fois à la protection mais aussi à la valorisation de la langue française.

Mme Dittlot cite ensuite le Secrétaire général de l'OIF, M. Abdou Diouf, pour affirmer qu'il convient d'entretenir au quotidien, grâce à la francophonie, « le dialogue des cultures » qui lui seul conduit à la paix et rappelle son engagement pour le multilinguisme en lequel la Principauté s'est engagée par exemple par la création au Liban de Centres de lecture et d'animation culturelle (CLAC).

Pour conclure, Mme Dittlot reprend le mot du Prince Albert « Nous devons souligner une fois de plus que la Francophonie ne cherche pas à promouvoir seulement une langue, mais également les valeurs dont cette langue est dépositaire, à charge pour elle de les diffuser le plus largement possible ».

Résolution :

Un projet de résolution est rédigé à l'issue des débats ; Suite aux interventions des différentes sections qui ont proposé des amendements, à savoir, la France, la Belgique et la Suisse, la proposition de résolution ci-après, telle qu'amendée a été adoptée à l'unanimité par la commission

Suivi :

Mise à jour du site APF-Région Europe sur « l'enseignement du français » par pays membre.