



## **Convention cadre Culture - Tourisme**

entre

**Le ministère de la Culture et de la Communication**

et

**Le secrétariat d'état chargé du Commerce, de l'Artisanat,  
des Petites et moyennes entreprises, du Tourisme, des Services  
et de la Consommation**

### **Préambule**

Le tourisme culturel tient une place particulière en France, tant dans l'activité touristique considérée d'un point de vue économique que dans l'attractivité et le rayonnement de notre pays : les musées, monuments, festivals et événements culturels drainent chaque année des millions de visiteurs français et étrangers.

En effet, la culture, analysée dans ses différents supports symboliques, mais aussi dans sa capacité à traduire l'attachement d'un peuple à l'expression de ses identités nationales et régionales, est une puissante force d'attraction pour un territoire.

Pour les touristes, notamment étrangers, la France est avant tout une destination culturelle appréciée pour son histoire, ses monuments et son art de vivre. Ce « désir de France » reste le socle du premier secteur d'activité de l'économie nationale et un important levier pour la création d'emplois non délocalisables.

Le secrétariat d'Etat chargé du tourisme a engagé en 2008 une démarche stratégique visant, à l'horizon 2020, une augmentation significative de la part du tourisme dans notre économie, une dynamique nouvelle conduisant à une forte augmentation des emplois générés par cette activité et le maintien du leadership mondial de la France pour le nombre de touristes accueillis.

Dans ce contexte, il apparaît que la grande richesse de l'offre culturelle de notre pays, conjuguée à une meilleure valorisation du patrimoine monumental constituent un important potentiel de développement de l'activité touristique.

Plus de la moitié de la demande internationale pour la destination France est portée par son attractivité culturelle. Ce taux est encore plus élevé lorsque l'on analyse la demande des clientèles des pays émergents. L'offre culturelle pour les visiteurs étrangers n'est pas seulement constituée par la présence d'un immense patrimoine architectural, c'est aussi la créativité des industries culturelles, la vitalité du spectacle vivant, les festivals largement repartis sur le territoire, les événements qui contribuent de manière très significative à l'attractivité globale de la destination France. L'histoire et la culture sont étroitement liées à l'image de la destination touristique française et en demeurent le socle malgré une concurrence qui se renforce et s'affirme chez nos principaux concurrents (Italie, Espagne, pays de l'Est,...) C'est à ce défi que la France doit répondre en apportant une réponse structurée.



L'observation attentive du champ nous révèle cependant, que la qualité de l'information, de la commercialisation, de la communication, des lieux de tourisme culturel est trop souvent partagée entre, d'une part, de très bons professionnels adaptés aux exigences du tourisme international, et d'autre part, un certain nombre de lieux dont le potentiel touristique mérite d'être encore développé.

Ces derniers sont largement répartis sur l'ensemble du territoire national et constituent un potentiel de développement considérable : souvent situés à l'écart des circuits touristiques traditionnels ils offrent une possible solution au problème de la sur-fréquentation des grands sites ( en effet, le problème majeur de l'offre française de tourisme culturel est un problème de sous-fréquentation et non de sur-fréquentation qui ne concerne qu'une vingtaine de sites en France, très médiatisés, à l'exemple du Mont St Michel). 7 monuments nationaux<sup>1</sup> réalisent 2/3 de la fréquentation de l'ensemble des monuments; 3 musées<sup>2</sup> totalisent 60% de la fréquentation des musées nationaux.

Aujourd'hui, les techniques d'information et de communication offrent aux voyageurs un accès complet et une capacité totale de décision d'achat sur les produits touristiques proposés sur le support internet. La maîtrise des moyens de l'Internet par tous les intervenants de la chaîne de production et de commercialisation des produits de tourisme culturel, ainsi que par tous les intervenants de la communication culturelle et touristique est devenue un enjeu fondamental et prioritaire, qui ne se traduit pas encore assez largement dans tous les sites et structures concernés.

Avec la décentralisation, hormis les grands établissements culturels nationaux sous la tutelle du ministère chargé de la culture, une grande partie de l'offre culturelle et sa valorisation touristique sont portés et financés par des collectivités territoriales et des personnes privées. Il est souhaitable de faire évoluer les pratiques de ces différents lieux vers plus de cohérence et d'homogénéité

Le tourisme culturel est un moyen d'accès des populations aux œuvres, au patrimoine, à la culture. Bien défini dans une politique élaborée conjointement par les deux ministères, le tourisme culturel peut donner accès, au delà du patrimoine, à des événements de spectacle vivant ou des arts visuels, des manifestations au croisement de formes d'expression originales et variées.

Dans ce contexte,

le ministre de la culture et de la communication,

et

le secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services et de la consommation

conviennent :

---

<sup>1</sup> Arc de triomphe, Mont Saint Michel, Sainte Chapelle, Panthéon, Tours de Notre-Dame de Paris, château et remparts de Carcassonne, Conciergerie.

<sup>2</sup> Le Louvre, Versailles, Orsay.



## **article 1 : Favoriser l'innovation et les pratiques de valorisation touristique portant sur le patrimoine monumental**

Les deux ministères affirment que la sauvegarde et la préservation du patrimoine monumental historique peuvent se concilier avec une exploitation économique raisonnable et respectueuse des lieux, c'est à dire sous les réserves expresses du respect des contraintes liées à la préservation du patrimoine et du contrôle par l'État du respect effectif de ces contraintes.

Ils encourageront des opérations de valorisation du patrimoine par le tourisme qui constitueront des exemples pouvant conduire dans le respect de la conservation de ce patrimoine à la création d'activités touristiques d'affaires, d'hébergement ou de création d'événements.

Le ministère de la culture et de la communication proposera une liste de sites placés sous sa responsabilité ou celle de ses établissements publics, dans lesquels l'expérimentation de la valorisation des lieux par l'installation d'une activité économique (restauration, hôtellerie, séminaires, etc.) lui apparaîtra envisageable au regard de leur qualité et de leur conservation patrimoniales. Il appartiendra à Atout France, l'agence de développement touristique de la France, d'engager avec les responsables des sites concernés, les contacts nécessaires à la mise en place de cette expérimentation.

A la lumière de cette expérimentation qui sera menée par les établissements publics ou les sites concernés (CMN, ...) l'agence de développement touristique apportera son savoir faire en matière de développement touristique et les directions régionales des affaires culturelles leur expertise en matière de protection et de conservation du patrimoine, dans l'établissement de diagnostics de faisabilité permettant aux responsables des sites concernés de disposer d'éléments d'aide à la décision.

En parallèle, les deux ministères mettront en place un groupe de travail au sein duquel seront représentés leurs organismes associés et établissements publics. Sa mission consistera à réunir les partenaires publics et privés intéressés ou concernés. Il aura pour objectif d'orienter et de suivre la conception et la réalisation de ces opérations pour en extraire et diffuser les bonnes pratiques.

## **article 2 : Promouvoir et valoriser les grands sites de France par une gestion adaptée**

Atout France développe une collaboration avec le Réseau des Grands Sites de France qui porte sur la mobilisation du savoir-faire en matière de gestion de ces sites majeurs et remarquables du patrimoine naturel et patrimonial français (35 Grands Sites, 27 millions de visiteurs).

Le ministère de la culture et de la communication et le secrétariat d'état du tourisme s'engagent à promouvoir un recueil des bonnes pratiques développées sur les sites du réseau, et à favoriser leur intégration auprès de ceux qui souffriraient d'une gestion insuffisamment dynamique au regard du potentiel naturel des lieux.



### **article 3 : œuvrer conjointement au développement d'une politique événementielle**

De nombreuses collectivités lancent des grands projets d'accueil et d'organisation d'événements susceptibles de cultiver et de développer la notoriété de la destination France, attirer et organiser les flux de visiteurs sur l'année et sur le territoire. Les deux ministères s'engagent, à conjuguer leurs efforts pour favoriser le développement d'événements susceptibles de donner de l'ampleur aux politiques touristiques et culturelles des territoires

### **article 4 : Elaborer un outil partagé pour la connaissance de la fréquentation touristique des sites et évènements culturels**

Les deux ministères s'engagent à amplifier leur collaboration et à mobiliser leurs moyens financiers pour continuer le travail d'amélioration de la connaissance et de la diffusion des fréquentations touristiques des lieux culturels.

Concernant la mise en place d'un outil partagé de mesure de la fréquentation des sites et évènements culturels, le ministère chargé de la culture et de la communication prendra sur son budget 2009 le relais du financement initial de l'étude assuré par le secrétariat d'état chargé du tourisme en 2008.

Dans l'hypothèse d'une évaluation positive et dans le respect de la décision du groupe de travail dédié, les deux ministères veilleront à tirer tous les enseignements de l'expérimentation qui sera mise en œuvre début 2010 sur trois régions et à mobiliser leurs services extérieurs ainsi que les organismes et établissements publics dont ils ont la tutelle pour généraliser la mise en œuvre de cet outil technique et développer à la suite une plateforme participative de remontée des données.

Cette plateforme fondée sur le socle des enquêtes disponibles, est destinée à améliorer la collecte comme la circulation des informations sur les flux de fréquentation dans le champ des musées, des monuments publics et privés ouverts à la visite, des évènements à caractère culturel d'audience nationale et internationale. Elle doit être à même de répondre aux besoins des professionnels sur les lieux de visites, mais aussi aux besoins de définition de politiques de tourisme culturel au niveau national et à tous les niveaux territoriaux. Son ambition est de rendre les chiffres de fréquentation fiables et comparables, ce qui est un préalable à l'évaluation des impacts économiques du tourisme culturel sur les territoires.

La propriété des données, leur diffusion et les éventuels usages commerciaux (publications) devront être précisés dans le cadre d'une convention spécifique.

La diffusion des informations sur le tourisme culturel et notamment la connaissance des flux et des caractéristiques des visiteurs sera assurée par les deux ministères en continuité de leur politique de publication.

### **article 5 : Promouvoir le tourisme culturel**

Le ministère de la culture et de la communication et le secrétariat d'état chargé du tourisme s'engagent à conjuguer leurs efforts pour promouvoir les sites culturels et en diversifier l'offre afin de favoriser le développement de pratiques touristiques innovantes visant à un élargissement significatif de l'accès à la culture au bénéfice des publics nationaux et internationaux.



A à la suite du travail conjoint déjà mené sur ce sujet, les deux ministères étudieront, dans le cadre de la rédaction de référentiels métiers et formation, les pistes d'évolution en terme de formation, de qualification et de recrutement, des métiers de conférencier national et régional et de guide-conférencier des villes d'art et d'histoire. Cette collaboration sera poursuivie dans un objectif de simplification des procédures de délivrance des cartes professionnelles et d'adaptation aux besoins des publics tout en maintenant des critères qualitatifs.

A l'image de la démarche engagée en Val de Loire, à l'initiative du ministère de la culture et de la communication, en partenariat avec la région Centre, les Pays de la Loire et la Mission Val de Loire concernant la mise en place d'un dispositif dédié à la promotion de 18 sites patrimoniaux volontaires, les deux ministères envisageront les conditions d'une extension de l'expérience à d'autres destinations.

A ce titre, les ministères soutiendront conjointement les initiatives de programmation d'événements festifs de qualité dans des lieux patrimoniaux. Ils procéderont à une meilleure identification des facteurs de réussite pour pouvoir en diffuser les pratiques susceptibles de qualifier et pérenniser les équipes culturelles et d'éviter la banalisation de la demande.

Le ministère de la culture et de la communication et le secrétariat d'état chargé du tourisme poursuivront leur collaboration avec « les sites remarquables du goût » dont le label constitue pour des terroirs de qualité une reconnaissance, mais également un important levier de développement de leur attractivité touristique.

Les métiers d'art ont produit un patrimoine qui forme aujourd'hui l'un des principaux attraits de la France. Ils constituent une source toujours renouvelée de savoirs, d'imagination et de créativité qu'il convient de protéger et de développer. Les ministères en charge de la culture et du tourisme s'efforceront, en lien avec la SEMA (société d'encouragement aux métiers d'art) de rapprocher les artistes et artisans d'art des lieux patrimoniaux et des musées. Une action spécifique sera menée auprès des ministères en charge des politiques d'éducation pour valoriser ces métiers, notamment en les faisant mieux connaître dans le cadre des dispositifs d'éducation artistique et culturelle.

#### **article 6 : Développer la marque « Qualité-Tourisme »**

Le ministère chargé de la culture et de la communication s'engage à valoriser la marque Qualité Tourisme™ et à la faire connaître à tous les organismes et établissements publics en charge de lieux de visite culturelle dont il a la tutelle, il veillera à en informer les associations et fédérations de propriétaires avec lesquelles il travaille de manière habituelle.

Pour faciliter l'accès à la marque des établissements proposant des visites culturelles, la constitution de réseaux nationaux sera encouragée et une démarche commune de qualité touristique accompagnée.

A cet effet, le ministère de la culture proposera d'introduire dans les critères exigés pour la labellisation, quelques objectifs spécifiques définissant la qualité « culturelle » d'un lieu.

Le secrétariat d'état chargé du tourisme apportera son soutien et son expertise technique au développement de démarches qualité dans les lieux de visite culturelle cités au premier paragraphe. Cette expertise sera apportée dans le respect des critères fondamentaux de la marque Qualité Tourisme™ en vue de son obtention.



La multiplication des établissements culturels porteurs de la marque participera à la structuration de l'offre de tourisme culturel et apportera une réponse forte à un touriste de plus en plus exigeant dans un espace mondialisé où s'exerce une concurrence accrue entre les destinations

#### **article 7 : Promouvoir la politique « culture et handicap »**

Alors que le ministère chargé de la culture compte parmi ses priorités majeures l'amélioration de l'accueil des personnes handicapées dans les établissements culturels en application de la loi pour « l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées » les deux ministères souhaitent amplifier leur collaboration afin de généraliser et de mettre en valeur la mise en accessibilité du patrimoine et de l'expression culturelle qui contribuent à l'attrait de l'offre touristique française.

A cette fin, les deux ministères s'engagent à mener une action conjointe de valorisation et de communication en vue d'inciter à la labellisation « Tourisme et handicap » des lieux patrimoniaux et culturels.

Ils s'engagent à faire connaître et à valoriser le label « Tourisme et handicap » auprès de tous les organismes et établissements publics en charge de lieux de visite culturelle dont ils ont la tutelle ainsi qu'auprès des associations et fédérations de propriétaires de lieux de visite culturelle avec lesquelles ils travaillent de manière habituelle.

Le secrétaire d'état chargé du tourisme apportera son conseil et ses organismes associés leurs expertises techniques et leurs actions de communication nationale et internationale sur le label.

Les deux ministères veilleront à adapter au mieux la grille d'évaluation du label « Tourisme et handicap » selon les spécificités des différentes catégories de lieux de visite culturelle. Ils s'accordent à considérer que le cadre de cette collaboration sera la commission nationale Culture-handicap<sup>3</sup> et ses organes de fonctionnement.

Les responsables et administrateurs de lieux culturels veilleront à inviter les services de l'administration chargée du tourisme chaque fois que ce secteur sera concerné. Parallèlement le ministère chargé de la culture sera représenté au sein de la commission nationale d'attribution du label « Tourisme et handicap » où il assurera une représentation des professionnels de la culture.

Les deux ministères s'engagent à une mutualisation de la politique d'étude, d'édition et de valorisation de l'accès aux arts et à la culture pour les personnes handicapées (notamment dans le cadre des recherches et des publications).

Un bilan de la collaboration entre les ministères concernés et une évaluation des sites labellisés « tourisme et handicap » sont réalisés dans le cadre de la réunion de la commission nationale Culture – Handicap.

<sup>3</sup>

créée par arrêté du 1 février 2001 (JO n°32 du 7 février 2001)





## **article 8 : Renforcer le lien entre tourisme et cinéma.**

A la suite du guide technique 2008 d'Atout France, élaboré en partenariat avec la Commission Nationale du Film établissant un recueil de bonnes pratiques afin de favoriser le tournage de films sur le territoire, le ministère de la culture et de la communication et le centre national du cinéma apporteront leur expertise pour donner une dimension plus opérationnelle aux recommandations émises dans ce document à l'usage des collectivités territoriales.

Le crédit d'impôt favorisant le tournage de films étrangers en France, qui entre en vigueur en 2009 va permettre la valorisation du patrimoine, des paysages et régions françaises dans les grandes productions internationales ayant vocation à bénéficier de ce crédit d'impôt.

Dans les cinq prochaines années, entre cinq et dix films à gros budget seront probablement tournés en France. Pour atteindre cet objectif, le ministère de la culture et de la communication et le secrétariat d'état chargé du tourisme mobiliseront tous les moyens afin d'engager avec les réalisateurs, les discussions nécessaires à la valorisation des destinations pressenties en partenariat avec les territoires concernés.

Les deux ministères étudieront la possibilité de renforcer les moyens existants permettant de favoriser le tournage de grandes productions internationales en France, et la possibilité d'accueillir en France l'équivalent du Location Trade Show (grand marché du film) qui se tient à Los Angeles.

## **article 9 : Valoriser les itinéraires culturels européens comme vecteur de tourisme responsable.**

Les deux ministères considèrent que les valeurs éthiques d'un tourisme culturel durable sont bien illustrées par les « Itinéraires culturels européens » labellisés par le Conseil de l'Europe. Ils constatent qu'une part grandissante de leurs fréquentations françaises et étrangères est de plus en plus sensible aux valeurs de solidarité et de citoyenneté ; que s'ajoutent à cela une sensibilité renforcée aux questions environnementales ainsi qu'un intérêt accru pour le développement durable, le respect des identités et des cultures, de leur diversité et de leur richesse.

Ils souhaitent mettre en valeur ces itinéraires car leur fréquentation illustre le passage progressif d'un tourisme de consommation à un tourisme de participation, où la qualité de l'environnement devient un véritable critère de choix et où la recherche d'un tourisme respectueux des cultures et des lieux rend attractifs des sites plus confidentiels que ceux notoirement connus.

Les deux ministères soutiendront le développement en France des « Itinéraires culturels européens » comme exemples d'un véritable tourisme culturel durable et réserveront des moyens financiers spécifiques à leur développement.



## **article 10 : œuvrer conjointement au niveau européen et international**

La charte pour le tourisme culturel de l'Unesco et la convention pour la promotion et la protection de la diversité des expressions culturelles serviront de base à une action conjointe des deux ministères pour promouvoir, à l'échelle européenne, un modèle de tourisme appuyé sur des valeurs humanistes partagées. Une collaboration entre les pays membres sur cette problématique sera recherchée, en lien avec le conseil de l'Europe, et un réseau spécifique institué pour diffuser les bonnes pratiques, identifier et valoriser les actions les plus innovantes pour les généraliser.

Les deux ministères soutiendront les programmes et activités des universités partenaires du réseau des chaires Unesco et organiseront, en collaboration avec celles-ci, des rencontres et séminaires sur ce thème à destination des jeunes européens.

Une attention particulière sera portée aux territoires ultramarins dans le cadre d'actions et de projets mettant en valeur la diversité culturelle et la richesse de l'interculturalité.

Au niveau international, les ministères chargés de la culture et du tourisme soutiendront les efforts entrepris par l'Etat et les collectivités territoriales pour accompagner les pays tiers dans la mise en œuvre de politiques touristiques prenant en compte les exigences environnementales et la sauvegarde de l'identité culturelle et linguistique, des minorités. Les compétences nécessaires à la constitution d'une expertise de haut niveau seront mises à la disposition du groupe de travail « tourisme responsable » institué au sein de la commission nationale de la coopération décentralisée (CNCD)

Dans le cadre du projet de « l'union pour la méditerranée », une attention particulière des deux ministères pourra être envisagée sous l'angle du développement durable et conduire à la mise en place d'itinéraires culturels « éco-responsables » permettant de « délester » les sites investis par un tourisme de masse au bénéfice d'autres lieux, plus confidentiels. L'accompagnement pédagogique de telles actions permettra de développer un tourisme plus écologique, plus attentif, plus respectueux des cultures locales et des populations.

## **article 11 : Suivi de la convention et évaluation**

Le Ministère de la culture et de la communication veillera à identifier dans chacune de ses directions régionales un correspondant « tourisme culturel », il sera l'interlocuteur des services extérieurs du secrétariat d'état chargé du tourisme pour toutes les questions relevant de la valorisation patrimoniale ou culturelle.

Les deux ministères seront attentifs à inclure dans les conventions et les contrats d'objectifs et de moyens avec les organismes associés et les établissements publics concernés, les objectifs qu'ils jugeront prioritaires de la présente convention. Les moyens financiers mobilisables pour leur mise en œuvre feront l'objet d'une négociation annuelle entre les services lors de la signature de l'avenant organisant ces priorités.

La présente convention servira de cadre aux accords spécifiques établis par Atout France avec les directions générales du ministère de la culture et de la communication ainsi qu'avec les organismes associés ou les établissements publics sous tutelle.





Les deux ministères désigneront dans leurs administrations centrales respectives un correspondant chargé de suivre la mise en œuvre de la présente convention dans tous ses aspects en liaison avec les services déconcentrés, les organismes associés et les établissements publics. Les deux ministères chargés de la culture et du tourisme désignent respectivement leur représentant aux Conseils d'administration d'Atout France et de CMN.

Les correspondants procéderont à une évaluation annuelle des actions et proposeront si nécessaire les avenants utiles au développement des activités communes aux deux ministères.

La présente convention annule et remplace les conventions signées par les deux ministères le 18 juin 1998 et le 1<sup>er</sup> juin 2006. Elle peut être modifiée ou dénoncée à la demande des deux signataires ou s'ouvrir à d'autres partenaires susceptibles de s'associer à ses objectifs.

Fait à

le

Le ministre de la Culture et de la Communication

Le secrétaire d'État chargé du Commerce,  
de l'Artisanat, des Petites et moyennes  
entreprises, du Tourisme, des Services et  
de la Consommation

Monsieur Frédéric MITTERRAND

Monsieur Hervé NOVELLI