

ACCUEIL, PAR MONSIEUR PIERRE
MAUROY, DES PARTICIPANTS AU
SEMINAIRE NATIONAL DES DELEGUES
REGIONAUX DU TOURISME
HOTEL DE VILLE, LUNDI 3 FEVRIER 1997

Trame d'intervention

. Personnes à saluer: Monsieur Hugues PARANT, Directeur du Tourisme au ministère du Logement, de l'Equipement, des Transports et du Tourisme, et ses collaborateurs.

+ Mme le Maire
Mme le Secrétaire Général
Mme la Directrice de la CCI
Mme la Directrice de la Chambre de Commerce et d'Industrie
Mme la Directrice de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat
Mme la Directrice de la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Guadeloupe
Mme la Directrice de la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Guyane
Mme la Directrice de la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Martinique
Mme la Directrice de la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Réunion

. Les 26 Délégués Régionaux au Tourisme, représentant les régions de la Métropole, ainsi que la Guadeloupe, la Guyane, la Martinique et la Réunion, réunis à Lille en séminaire les 3 et 4 février.

. Plus particulièrement Madame Nathalie THIEULEUX, Déléguée Régionale au Tourisme du Nord-Pas de Calais (qui recevra, avec M. PARANT, la Médaille d'Or de la Ville). *et le personnel de la Direction Régionale*

. Les 13 membres de la Commission "Tourisme " de Lille 2004 (notamment Chambre de Commerce, Apim, Office de Tourisme, CDT et CRT), ainsi que Véronique DAVIDT, en sa qualité d'Adjointe déléguée au Tourisme.

. Plaisir de les accueillir à l'Hôtel de Ville de Lille, actuellement engagée dans la course olympique, un mois avant la décision du Comité International Olympique, le 7 mars prochain à Lausanne.

. Rappel réception, il y a à peine quinze jours, de Gilbert Trigano et des dirigeants de Maison de la France, dans ces mêmes lieux.

. Signe indéniable que Lille et le Nord-Pas de Calais sont en train de se forger une identité et surtout une réputation touristique, dont l'audience dépasse désormais les seules frontières locales et régionales.

. Résultat de la profonde transformation engagée depuis au moins dix ans, pour moderniser le Nord-Pas de Calais, tirer les conséquences de la crise industrielle, mais également changer progressivement son image.

. Effets concrets de certaines avancées récentes: le TGV, le Tunnel sous la Manche, la disparition de la frontière franco-belge. Egalement la création d'outils performants tels que Lille-Grand Palais, l'embellissement et le fleurissement, notamment à Lille, le développement économique et commercial (Euralille).

. Prise de conscience des possibilités touristiques d'une Région qui accueille chaque année 25 millions de voyageurs en transit, dont 16 en provenance de divers pays d'Europe, 6 millions d'Anglais et de Belges venus en excursion d'au moins une journée, et près de 7 millions de touristes de plus long séjour, qui réservent 32 millions de nuits d'hôtels et d'hébergements de toute nature.

. Conscience, également, de l'impact économique et des emplois créés: près de 20% de plus dans ce secteur en une décennie. Aujourd'hui, plus de 51.000 emplois, près de 4 milliards de Frs de chiffre d'affaires annuel, 3ème rang de l'activité régionale.

. A Lille, 100Frs d'activité-congrès générant 400Frs de dépenses dans l'hôtellerie, la restauration et les commerces locaux.

. Les habitants ont peut-être aussi surmonté des complexes, une réserve à se mettre en avant, à promouvoir leurs atouts: diversité des paysages, variété de l'offre culturelle, richesse gastronomique, sens de l'accueil, bon vivre flamand.

. Désormais, on ne passe plus à Lille; on s'y arrête. On y séjourne. Souligner succès réel opération " Fins de Semaines ". Succès grandissant du salon "Tourissima", qui ouvre ses portes dans quelques jours.

. Rôle moteur, dans la promotion touristique et l'attractivité, des Délégués Régionaux du Tourisme, qui apportent leur concours et leur savoir-faire aux particuliers, aux professionnels, aux entreprises, aux institutions et aux élus.

. Ils sont également partenaires des Offices de Tourisme, CDT et CRT, et d'une façon générale de tous les acteurs du

tourisme, véritable industrie nationale française (plus de 60 millions de visiteurs annuels en France).

. Le Nord-Pas de Calais, pour sa part, a fait le choix d'un tourisme de qualité, plutôt que de masse et de recherche facile du profit.

. La candidature olympique s'inscrit dans cette perspective. Elle a déjà fortement contribué, depuis un an et demi, à répandre internationalement le nom de Lille.

. Chances réelles de figurer, le 7 mars, dans la short list, confiance dans le choix final de septembre 1997. Mais d'ores et déjà, retombées évidentes: curiosité, intérêt, notamment touristique, décisions d'investissements et d'implantations d'entreprises.

. Preuve que la notoriété et l'image sont aujourd'hui indispensables au développement.

. Salut particulier à Monsieur Hugues JONNIAUX, Délégué Régional au Tourisme de la Région Guadeloupe, dont est originaire Marie-Jo Pérec, marraine de la candidature lilloise.

. Souligner que la candidature olympique de Lille est la candidature de la France, et présentée comme telle devant le CIO.

. Confiance dans l'implication active des représentants régionaux du ministère du Tourisme, pour accroître encore le soutien de la population française à la candidature (plus de 80%).

. Remerciements pour avoir choisi de tenir leur séminaire à Lille, dont ils auront su apprécier les nombreux charmes avec un regard professionnel.