

**LES PREMIERES
« RENCONTRE TOURISME ET TERRITOIRES DE LA VOIE D'EAU »**

**VNF, FACILITATEUR DE LA CROISSANCE ECONOMIQUE
DES ACTIVITES DE LA VOIE D'EAU**

À l'occasion du lancement des Rencontres Tourisme & Territoires de la voie d'eau, Marc Papinutti, directeur général de Voies navigables de France, explique les motivations et les enjeux d'un tel évènement, qui apparaît comme l'un des premiers outils mis en place dans le cadre du projet de relance de la voie d'eau.



« Aujourd'hui, il est important que le fleuve puisse contribuer au développement des activités touristiques le mettant ainsi en valeur. Après 3 éditions couronnées de succès ayant permis aux professionnels du transport fluvial de rencontrer des chargeurs afin d'étudier des solutions de report modal à l'occasion de notre Riverdating by VNF, il nous a semblé logique de continuer dans cette optique de faciliter l'émergence de projets en facilitant les rencontres de professionnels cette fois ci du tourisme fluvial entre les collectivités et les professionnels du tourisme.

Le lancement d'un évènement fluvial tel que les Rencontres du tourisme doit ainsi contribuer à relancer le tourisme fluvial sous toutes ses facettes sachant que ce type de tourisme a le vent en poupe comme le montre l'observatoire du tourisme fluvial avec des disparités toutefois selon les types d'activités et les territoires qu'il nous reviendra de compenser par cette action commerciale d'un nouveau type pour le mode fluvial.

Ainsi, la valorisation de tous les usages de la voie d'eau est nécessaire à son succès d'estime auprès des citoyens, qui garantit un développement du fluvial multifonctionnel en cohérence avec les territoires et leurs politiques d'aménagement.

Dans cette optique, et afin de relever les défis ensemble, l'établissement public se définit comme un ensemble pour faciliter la croissance de toutes les activités économiques de la voie d'eau et de l'hinterland dans un esprit de mutualisation de la ressource.

Pour ce faire, les rencontres sont le symbole de l'enjeu que représente pour VNF, cet usage touristique de la voie d'eau, et la reconnaissance de la richesse produite par toutes les entreprises, présentes et futures, en terme d'innovation et d'image positive pour les territoires.

La volonté de créer un réseau de partenaires autour de la thématique de la voie d'eau, c'est également préparer un terreau propice à l'innovation aussi bien en terme de produits de tourisme fluvial, que de flotte de bateaux, d'ingénierie ou encore d'aménagement sur et autour de la voie d'eau grâce à des groupements d'acteurs inédits jusqu'alors.

La prise en considération de la totalité des segments d'activité de ce créneau du tourisme permet d'évaluer de façon plus pertinente qu'auparavant les retombées économiques et sociales, 1,4 milliards d'€ par an environ, pour 902 millions d'€ de chiffre d'affaire consolidé, et environ 11 000

emplois s'y rapportant de façon directe, dont 30% créés les 10 dernières années. Ces emplois sont, pour la majeure partie, non délocalisables et représentent donc un enjeu sociétal important.

Le tourisme fluvial ce sont en effet, 363 entreprises pour 2278 bateaux de professionnels et 20 000 bateaux de plaisance privée dont une partie en grande plaisance.

Le tourisme représente au niveau national une part du PIB équivalente à 3%, dont 6 à 7% en valeur créée, qui implique un enjeu de professionnalisation, afin d'être, non seulement, la première destination au monde, mais également, en 1^{ère} place au niveau de la valeur créée et non à la 3^{ème} place.

Dans cette optique, le tourisme fluvial sera présent pour y contribuer ; ceci sera possible en conjuguant ses 3 caractéristiques principales de tourisme de l'itinérance, de tourisme urbain et enfin de tourisme vert. Il s'agit alors de structurer cette image et de la rendre réaliste avec, d'une part, une flotte de bateaux encore plus innovante en termes d'utilisation d'énergies renouvelables, d'autre part, des produits de tourisme combinés et des services intégrés et pour ce faire VNF a développé une stratégie d'accompagnement de ces initiatives, en ouvrant EPF (Entreprendre Pour le Fluvial), après 4 ans d'existence, à la thématique du tourisme, et en déployant une équipe au siège de VNF pour impulser une stratégie, relayée opérationnellement dans chacune des 7 directions interrégionales du futur établissement public élargi.

Le signal donné par un projet comme le canal Seine-Nord-Europe nous permet aujourd'hui de faire évoluer et moderniser le secteur voie d'eau en sachant que l'on se trouve sur une infrastructure verte qui a une certaine inertie intrinsèque et qu'il n'est pas question de bouleverser ce qui existe déjà et fonctionne bien grâce à la créativité de tous les acteurs, mais plutôt de s'inscrire dans la droite ligne de ce que Diderot définissait comme « la tradition ce n'est pas faire comme nos parents mais plutôt de faire ce qu'ils feraient s'ils vivaient dans le monde d'aujourd'hui ».