



SYLVIA PINEL
MINISTRE DE L'ARTISANAT, DU COMMERCE ET DU TOURISME

Discours

Discours

Paris, le 30 janvier 2013

**Intervention de Sylvia PINEL, ministre de l'artisanat, du commerce et du tourisme,
Conférence de presse – Lancement de la « Marque France »**

Bercy – Mercredi 30 janvier 2013

Je suis heureuse de lancer, avec mes collègues du Gouvernement, la mission sur la « Marque France ». Nous attendons beaucoup des personnalités que nous avons désignées pour nous accompagner dans l'identification des marqueurs de notre pays et je souhaite que mon ministère y participe pleinement et totalement. Il est à la croisée de l'histoire, de la culture, de l'industrie et des entreprises qui permettent à la France de rayonner et qui doivent demain, grâce à cette « Marque France », acquérir un nouveau dynamisme.

Je pense tout d'abord à l'artisanat, qui est l'héritier d'une grande histoire qui permet à la France de porter dans le monde entier l'image du pays incontesté de l'art de vivre, de l'excellence dans la fabrication des produits, de la qualité des compétences de ses artisans. Nos métiers portent en eux la compétence, le talent de ces artisans qui transmettent de génération en génération des savoir-faire séculaires et incarnent la France. Le plus bel exemple est certainement nos boulangers qui, bien au-delà de l'image d'Epinal de la baguette française, savent si bien vendre notre pain à travers le monde et le réinventer en permanence.

Je pense aussi aux métiers d'art. La France est un des rares pays européens à avoir un secteur des métiers d'art puissant et structuré. C'est un secteur constitué de TPE et PME qui emploie au total près de 95.000 personnes et qui réalise 10% de son chiffre d'affaire à l'export. La créativité, l'inventivité et l'innovation sont les principales caractéristiques de ce secteur comme en témoigne si bien au quotidien nos designers, couturiers, céramistes, bijoutiers et j'en oublie.



Notre gastronomie, qui a été consacrée au patrimoine immatériel de l'UNESCO en 2010, est un autre puissant vecteur de notre image et de notre culture.

L'artisanat français est ainsi le gardien d'une tradition de qualité française qui renvoie à nos métiers, à nos produits, à nos territoires, ainsi qu'à notre éthique et à nos valeurs.

Mais je pense également au commerce, qui rayonne bien au-delà de nos frontières. Ce sont des millions de touristes qui viennent chaque année dans les grands magasins parisiens. Si le commerce n'est pas le secteur qui façonne le plus l'image de la France, il est certainement un de ceux qui la véhicule le plus.

Les commerces, les commerçants, partout dans les territoires, en ville et dans les zones rurales sont des vitrines de la France. Ils sont au contact de ses habitants, des touristes, des clientèles d'affaires et internationales. Ils doivent être associés à la définition de la marque France car ils en seront un des principaux relais, partout sur le territoire. Une stratégie de marque pays comme celle que nous ambitionnons de lancer ne pourra réussir sans eux. Je compte sur les personnalités que nous avons nommées pour les associer à leur réflexion.

Enfin, je pense au tourisme. Avec nos 81 millions de visiteurs par an, la France est le pays du monde le plus attractif pour les touristes. C'est toute une partie de notre économie qui dépend de cette industrie. Mais nous devons être encore meilleurs et attirer encore davantage de touristes, en particulier sur les marchés émergents qui connaissent moins notre pays, son histoire, ses valeurs et avec qui nous avons des relations moins anciennes. Nous devons être meilleurs pour rester la première destination touristique mondiale. C'est une question de rayonnement pour notre pays, de sa culture, de ses valeurs, mais c'est aussi bien sur une question économique.

La création de la marque France doit donc nous permettre de mieux coordonner les actions de promotion des collectivités locales sous une bannière unique à l'étranger. C'est avec des collectivités regroupées derrière notre pays que nous serons plus forts dans cette compétition mondiale.



Pour tout cela, pour ces millions d'entreprises qui travaillent chaque jour à la préservation et à la modernisation de nos savoir-faire, j'attends beaucoup de la marque France. Nous ne pouvons pas nous contenter de vivre sur nos acquis, sur notre réputation. Nous devons innover toujours davantage, nous devons être encore plus compétitifs. Nous devons redonner à la France toute sa place dans le jeu mondial.

Mesdames et messieurs, c'est une belle et importante mission que nous vous confions aujourd'hui et nous attendons beaucoup de vous, dans des secteurs très différents mais qui ont tous un rôle essentiel à jouer.