



ACTUALITÉS



PROMOTION

LE GRAND TOUR, UN VOYAGE POUR L'ATTRACTIVITÉ CULTURELLE

Un parcours de 43 événements culturels sur six mois pour promouvoir l'attractivité de la France et qui sera suivi par des actions concrètes.

par Pascale Baziller

Première destination touristique au monde avec près de 85 millions de visiteurs en 2015, la France s'illustre par la richesse et la diversité de ses territoires et de son offre culturelle (1200 musées, près de 1500 festivals, 14100 monuments classés...). Reste que, dans un contexte concurrentiel, la France entend mieux valoriser ses atouts culturels pour renforcer son attractivité auprès du grand public, des professionnels de la culture et les touristes étrangers. C'est tout l'objet du Grand Tour organisé par le ministère des Affaires étrangères et du Développement international et piloté par Olivier Poivre d'Arvor, ambassadeur chargé de l'attractivité culturelle de la France. Lancé le 14 janvier, il comprend 43 étapes sur tout le territoire français qui se succéderont jusqu'en juillet 2016. Un parcours de six mois qui a démarré par la Nuit des idées au Quai d'Orsay, à Paris le 27 janvier (un événement créé pour le Grand Tour), sui-

43 ETAPES SUR TOUT LE TERRITOIRE FRANÇAIS

vie par la Folle Journée de Nantes (3-7 février), le Forum d'Avignon à Bordeaux les 31 mars et 1^{er} avril (construit autour d'événements sur le thème « Entreprendre la culture » dans différents lieux de la ville), le Printemps de Bourges (12-17 avril), et qui se poursuivra avec le Festival de Cannes (11-22 mai) ou encore les Eurockéennes de Belfort le 1^{er} juillet et le Festival d'Avignon (7-30 juillet). « Le Grand Tour a été imaginé comme celui du voyage que faisaient les jeunes aristocrates anglais et allemands au XVII^e et au XVIII^e pour découvrir l'Europe, sa culture et ses arts, explique Anne Duruflé,

chargée de mission auprès de l'ambassadeur chargé de l'attractivité culturelle au ministère des Affaires étrangères et du Développement international. Les événements culturels retenus dans la quarantaine de destinations s'inscrivent sous le label des initiatives et des innovations qui sont de nature à faire venir des étrangers et à leur donner envie de se rendre sur d'autres étapes du Grand Tour. » Un projet qui mobilise de nombreux acteurs : opérateurs du ministère des Affaires étrangères et du Développement international, élus des collectivités territoriales, responsables de lieux et d'événements culturels et partenaires (Atout France, les Alliances françaises...). Lesquels participent au temps de réflexion et d'échanges organisé à chaque étape avec les différents publics. Où le croisement d'expériences en matière d'économie, de tourisme, de culture et d'éducation permettra d'établir des propositions concrètes pour renforcer l'attractivité de la France dans les années à venir.