Tourisme : une charte pour lutter contre les dérives

La Ville et le Palais des festivals ont créé une charte de bonnes pratiques en partenariat avec les acteurs du tourisme cannois. Un outil qui vise à valoriser l'éthique et dissuader les mauvais élèves.

Élue meilleure destination au monde pour les événements en 2022 et 2023, et d'Europe ces 4 dernières années, Cannes compte bien conserver son titre. Et continuer à séduire les touristes du monde entier : chaque année, ce sont près de 3 millions de visiteurs qui sont accueillis dans la cité des festivals.

« *Notre force, c'est l'union de tous les socioprofessionnels* », résume le maire David Lisnard. Hôtels, restaurants, plages, commerçants, taxis, loueurs de meublés…

Les représentants de tous ces secteurs d'activité se sont rassemblés hier pour signer une charte les engageant à respecter un certain nombre d'actions vertueuses et durables. De la qualité de l'accueil au respect des réglementations en passant par le respect de l'environnement, ou encore la transparence et la prévisibilité des prix.

Hôteliers, restaurateurs, taxis, commerçants, plagistes, loueurs de meublés… Tous les représentants des syndicats des métiers du tourisme se sont rassemblés pour signer la charte « Bienvenue à Cannes » .

« Propulser Cannes vers l'excellence »

« *Des pratiques éthiques, en particulier lors de grands événements, sont essentielles,* rappelait le maire *: lorsque durant un congrès, on vend une bouteille d'eau à 17 euros, c'est marginal, mais ça porte atteinte à l'image de la ville. Par cet outil, nous souhaitons propulser l'ensemble de la destination vers l'excellence.* »

Les signataires pourront afficher le sticker Bienvenue à Cannes, et seront mis en avant sur le site de l'Office de tourisme. Concrètement, la Ville et le Palais se porteront garant de ces professionnels.

Les clients pourront scanner un QR code pour donner leur avis *(lire ci-contre)*.

« Une transparence absolue »

« *Les engagements qui sont pris par les signataires demandent une transparence absolue,* précise Thomas De Pariente, adjoint à la culture. *Ce sont les remontées des clients qui permettront d'évaluer et de contrôler ce qui est fait. Ce n'est pas un outil coercitif, le but est de promouvoir et valoriser les bons comportements… et de dissuader les mauvais.* »

« *On sera vigilants*, promet Noël Di Giovanni président de l'UPRL (Union patronale des restaurateurs et limonadiers du bassin cannois). *On a tout intérêt à ce que ça fonctionne. Grace au Palais et aux événements organisés, on vit toute l'année, et on fait vivre des familles entières !* »

Le mode d'emploi

Pour les clients, cette distinction, reconnaissable grâce au stickers « Bienvenue à Cannes », permettra d'identifier les établissements qui garantissent un haut niveau de service, et qui seront recommandés par la Ville et le Palais. En scannant un QR Code également affiché, ils pourront donner leur avis sur leur expérience. Afin d'éviter dénonciations calomnieuses et concurrence déloyale, il sera nécessaire de s'identifier via une adresse mail. Les commentaires ne seront pas visibles du public, mais transmis à l'établissement, au syndicat professionnel et à l'office de Tourisme. Des contrôles auront lieu en cas de signalement de pratiques abusives. La charte sera mise à jour et devra être signée chaque année. Des campagnes de communication seront prochainement lancées lors de grands événements pour promouvoir cet outil auprès du public.

■ **L'intégralité de la charte est à retrouver sur le site bienvenueacannes.com**

Texte & photo :
SANDIE NAVARRA
snavarra@nicematin.fr

Cannes radio
CANNES 91.5
NICE 91.3